



bayern  innovativ
Innovation leben.

bayern
kreativ
beitrag



Urheberrecht

AUTOR: ANDREAS KNAUF

Ich bin selbstständiger Rechts- und Fachanwalt für gewerblichen Rechtsschutz (Design-, Marken-, Urheber-, Wettbewerbsrecht) und berate in sämtlichen Teilbereichen der Kreativbranche (von Unternehmen bis Einzelkämpfer). Außerdem arbeite ich als Dozent in den Studiengängen Designmanagement und Musikmanagement und bin leidenschaftlicher Vinyl-Sammler (vornehmlich Vinyl-Singles). Meine Arbeit in drei Worten: Aufklären – Prüfen – Verhandeln.



Die Kultur- und Kreativwirtschaft wird getragen von hoch motivierten und von ihrer Sache überzeugten Menschen, die ganz verschiedene, kreative und innovative Lösungsansätze bei ähnlichen Sachverhalten haben.

INHALT

1. Warum gab es die Urheberrechtsreform 2021?	3
2. Änderungen im Urheberrechtsgesetz – UrhG	4
2.1 Änderung von §23 UrhG (Bearbeitungen und Umgestaltungen) und Streichung von §24 UrhG (Freie Benutzung)	4
2.2 Einführung des §51a UrhG Karikatur, Parodie und Pastiche	5
2.3 Urhebervertragsrecht	5
2.4 Text und Data Mining (§44b UrhG)	6
2.5 Vervielfältigungen gemeinfreier visueller Werke (§68 UrhG)	6
2.6 Einführung des Leistungsschutzrechts für Presseverleger (§87f UrhG ff.)	6
3. Einführung des Urheberrechts-Diensteanbieter-Gesetzes (UrhDaG)	7

1. WARUM GAB ES DIE URHEBERRECHTSREFORM 2021?

Die Bundesrepublik Deutschland wurde (wie alle anderen europäischen Staaten auch) verpflichtet, zwei europäische Richtlinien in nationales Recht umzusetzen. Durch derartige Richtlinien werden auf europäischer Ebene bestimmte zu erreichende Ziele festgelegt, die dann spätestens zu einem bestimmten Stichtag in den einzelnen Mitgliedsstaaten umzusetzen sind. So auch hier: Stichtage waren der 07.07.2021 für die Änderung des Urheberrechtsgesetzes (UrhG), sowie der 01.08.2021 für die Einführung des Urheberrechts-Diensteanbieter-Gesetzes (UrhDaG).

Ziel der Reformen ist es unter anderem, auf den ständigen technischen Wandel und die Digitalisierung in allen Lebensbereichen und den damit einhergehenden Änderungen einzugehen, wie z. B. Verwertungsarten, Nutzungsarten, Vertriebswege und Verwendungsarten.

Sie stellen eine Reaktion auf die zunehmende digitale Verbreitung von kreativen Inhalten (beispielsweise Bildern, Musik oder Videos) dar und zielen darauf ab, insbesondere im Hinblick auf user-generated content auf diversen Online-Plattformen und im Rahmen des Social-Media-Einsatzes einen Ausgleich zwischen Kreativen und Verwertern zu schaffen.

Im Folgenden werden einige wesentliche Änderungen des Urheberrechts skizziert und das neu eingeführte UrhDaG kurz vorgestellt.



2. ÄNDERUNGEN IM URHEBERRECHTSGESETZ – URHG

2.1 Änderung von §23 UrhG (Bearbeitungen und Umgestaltungen) und Streichung von §24 UrhG (Freie Benutzung)

Unter anderem als Folge des über 20 Jahre andauernden und unter den Schlagworten „Metall auf Metall“ bekannt gewordenen Rechtsstreits zwischen der Musikgruppe „Kraftwerk“ und dem Produzenten und Musiker „Moses Pelhalm“, wurden der schon seit jeher umständlich geschriebene §24 UrhG (Freie Benutzung) aus dem Urheberrechtsgesetz gestrichen und der §23 UrhG (Bearbeitungen und Umgestaltungen) umformuliert sowie eine neue Schrankenregelung für Karikaturen, Parodien und Pastiche in §51a UrhG eingeführt.

Der sogenannte „starre Melodienschutz“ des §24 UrhG wurde aufgegeben und ein abgeschwächter Schutz der Melodie in §23 UrhG integriert. Früher galt zwingend: jede Nutzung einer Melodie wurde als unfrei angesehen, wenn die Übernahme aus einem anderen musikalischen Werk erkennbar war. Mit Wegfall des §24 UrhG gilt nunmehr eine weichere Form des Melodienschutzes, indem ausdrücklich auch die Zitatschranke des §51 UrhG und die Karikatur-, Parodie- und Pastiche-Schranke des §51a UrhG zugelassen wird (dazu gleich mehr).

Im Sinne des neugefassten Bearbeitungsrechts des §23 UrhG gilt für alle urheberrechtlich geschützten Werke, dass keine Bearbeitung oder Umgestaltung eines Werkes vorliegt (also keine Zustimmung der Urheberinnen und Urheber erforderlich ist), wenn das neu geschaffene Werk einen hinreichenden Abstand zum benutzten Werk aufweist. Wann wiederum ein hinreichender Abstand vorliegt, ist – selbstverständlich – unsicher, interpretationsfähig und Gegenstand verschiedener juristischer Theorien. Empfehlenswert scheint es jedoch zumindest, wenn man sich an gängigen Abgrenzungskriterien, wie beispielsweise dem Verblässen des älteren Werkes hinter dem neuen Werk oder auf die Erkennbarkeit des übernommenen Werkes in das neue Werk, orientiert.

2.2 Einführung des §51a UrhG Karikatur, Parodie und Pastiche

Die Karikatur und die Parodie eines Werkes waren auch schon früher ohne Zustimmung der Urheberinnen und Urheber erlaubt. Diese urheberrechtliche Schranke musste man jedoch etwas kompliziert in die „freie Benutzung“ im Rahmen des §24 UrhG hineininterpretieren. Dies ist nicht mehr erforderlich. §51a UrhG sieht nun explizit die Karikatur, die Parodie und der Pastiche als urheberrechtliche Schranke, also als Ausnahme von der Verfügungshoheit der Kreativen, vor. Hervorzuheben in diesem Zusammenhang ist, dass diese Ausnahme sowohl offline als auch online gilt und somit auch für Internet-Plattformen und user-generated content von Bedeutung ist.

Karikatur, ok. Parodie, ok. Aber was bitte ist ein Pastiche?

Was genau mit dem Begriff Pastiche im Sinne des UrhG gemeint ist, ist nicht ganz klar. Am treffendsten dürfte jedoch der Begriff „Hommage“ diese Form der Ausnahme beschreiben. Im Gegensatz zu Karikatur und Parodie, die sich u. a. durch die humoristische oder verspottende Auseinandersetzung mit einem bestehenden Werk auszeichnen, ist der Pastiche als eine Art Wertschätzung und Ehrerbietung des bestehenden Werkes zu verstehen. Dies wiederum kann insbesondere im Zusammenhang von Remixen, GIFs, Memes, Mashups, Sampling, Fan Art und Fan Fiction beachtlich sein. Es bleibt insoweit abzuwarten, wie sich der Begriff des Pastiche im Zusammenhang mit dem Urheberrecht entwickeln wird.

2.3 Urhebervertragsrecht

Im Rahmen des Urhebervertragsrechts wurden einige Feinheiten ergänzt:

Angemessene Vergütung/Vertragsanpassungsmechanismus

Insgesamt ist hervorzuheben, dass weiterhin der Grundsatz der angemessenen Vergütung (§32 UrhG) von zentraler Bedeutung ist und ein wesentliches Element des Sinn und Zwecks des Urheberrechts darstellt. Urheberinnen und Urheber haben grundsätzlich einen Anspruch auf angemessene Vergütung. In diesem Zusammenhang wird vom Gesetzgeber der gängigen Praxis der Pauschalvergütung weiterhin eine gewisse Skepsis entgegengebracht, insbesondere im Hinblick darauf, ob diese regelmäßig zu einer angemessenen Beteiligung der Urheberinnen und Urheber führt.

Entsprechend dem Grundsatz der angemessenen Vergütung ergibt sich der Mechanismus der Vertragsanpassung, wenn sich die Vergütung als „unverhältnismäßig niedrige Vergütung“ im Vergleich zu den Erträgen und Vorteilen aus der Nutzung des Werkes herausstellt. Auch hier bleibt es abzuwarten, ob und wenn ja in welche Richtung sich die Rechtsprechung entwickeln wird. Letztendlich muss man jedoch anerkennen, dass in vielen Bereichen der Kreativwirtschaft die pauschale Abgeltung durch Einmalzahlung als der einfachste und am wenigsten umständliche Weg für alle Beteiligten erscheint.

Transparenzpflicht

Die Vertragspartnerinnen und -partner der Kreativen müssen darüber hinaus einer Transparenzpflicht nachkommen (§32d, §32e UrhG). Die Transparenzpflicht betrifft insbesondere Auskunft- und Rechenschaftspflichten der Vertragspartnerinnen und -partner, die nun mindestens einmal jährlich aktiv Auskunft über den Umfang der Werksnutzung und über die daraus gezogenen Erträge und Vorteile erteilen müssen. Gleiches gilt auch für die weiteren Teilnehmenden in

der Lizenzkette, so z. B. Lizenznehmerinnen und Lizenznehmer der Vertragspartnerinnen und -partner. Der Anspruch auf Einhaltung der Transparenz ist durch den Gesetzgeber garantiert und Kreative sollten dementsprechend aus eigenem Interesse auf die Wahrung der Transparenz achten und diese im Zweifelsfall auch von ihren Vertragspartnerinnen und -partnern einfordern. Sollten sich Vertragspartnerinnen und -partner dieser Transparenz verweigern, ist es in jedem Fall empfehlenswert, sich rechtlicher Unterstützung zur Wahrung der eigenen (durchaus auch finanziellen) Interessen zu bedienen.

Streitschlichtungsmechanismus

Das Urhebervertragsrecht wurde darüber hinaus auch um einen Streitschlichtungsmechanismus ergänzt. Bei Streitigkeiten können die Beteiligten nun gemäß §32f UrhG freiwillig ein Mediationsverfahren oder ein ähnliches Verfahren durchführen, um zwischen den beteiligten Parteien bestehende Differenzen in gegenseitigem Einverständnis aufzulösen. Die Durchführung eines solchen Verfahrens, welches nicht vor einem Gericht durchgeführt wird, schließt eine spätere Beschreitung des Rechtsweges jedoch nicht aus.

2.4 Text und Data Mining (§44b UrhG)

Das Text und Data Mining (die automatisierte Analyse von digitalen Werken und der Informationsgewinnung daraus) wird nunmehr ausdrücklich erlaubt (§44b UrhG). Die Rechteinhabenden können sich jedoch diese Nutzungen vorbehalten. Einen solchen Vorbehalt könnte man ggf. im Impressum oder in Allgemeinen Nutzungsbedingungen oder ähnlichen Regelwerken erklären. Wenn eine automatisierte Analyse des eigenen Werkes nicht erwünscht ist, sollte man eine derartige Nutzung daher im Vorfeld untersagen.

2.5 Vervielfältigungen gemeinfreier visueller Werke (§68 UrhG)

Die Vervielfältigung von gemeinfreien Werken wird nicht durch verwandte Schutzrechte geschützt. Praktische Bedeutung hat dies beispielsweise bei Lichtbildern von gemeinfreien Werken (d. h. bei Werken, bei denen der Schutz über das Urheberrecht durch Zeitablauf nicht mehr besteht). Fertigt jemand z. B. ein Lichtbild eines alten Museumsbildes (gemeinfreies Werk, weil die Urheberinnen und Urheber schon über 70 Jahre tot ist) an, dann genießt diese Vervielfältigung (in Form des Lichtbildes) keinen Schutz. Dies erleichtert insbesondere den Zugang der Allgemeinheit zu gemeinfreien Werken.

2.6 Einführung des Leistungsschutzrechts für Presseverlegerinnen und -verleger (§87f UrhG ff.)

Presseverlegerinnen und -verlegern wird nun ein eigenes Leistungsschutzrecht zugestanden, wie es z. B. für Tonträgerherstellende schon seit langem besteht.

3. EINFÜHRUNG DES URHEBERRECHTS-DIENSTEANBIETERGESETZES (URHDAG)

Im Zuge der Urheberrechtsreform wurde auch ein neues Gesetz aus der Taufe gehoben, das Urheberrechts-Diensteanbieter-Gesetz. Dieses Gesetz soll den gebotenen Schutz des Urheberrechts mit der Meinungs- und Kommunikationsfreiheit (insbesondere auf der Ausgleichsebene) in Einklang bringen.

Kern des UrhDaG ist, dass nun Upload-Plattformen für die von ihren Nutzern hochgeladenen Inhalte urheberrechtlich verantwortlich sind. Gleichzeitig sind die Rechteinhaber fair an der Wertschöpfung zu beteiligen. Dies geschieht entsprechend insbesondere durch Lizenzverträge, die die Plattformen mit Rechteinhabern abschließen sollen. In diesem Zusammenhang ist die jeweilige Plattform verpflichtet, aktiv zu prüfen, ob entsprechende Lizenzangebote bei Verwertungsgesellschaften (z. B. der GEMA) oder bei anderen repräsentativen Rechteinhabern verfügbar sind. Ein aktives Zugehen auf einzelne Rechteinhaber ist jedoch nicht erforderlich.

Es gilt weiterhin: Alles was erlaubt ist, darf auch hochgeladen werden, z. B. weil man das Werk selbst geschaffen hat, man legitimer Rechteinhaber ist oder eine urheberrechtliche Schranke eingreift (z. B. Zitat, Karikatur, Parodie etc.). Daneben gilt für die Plattformen auch die Pflicht, bestimmte Rechtsverletzungen im Vorfeld zu verhindern – dies kann z. B. auch durch Einsatz von „Upload-Filtern“ erreicht werden. Darüber hinaus ist ein Beschwerdeverfahren zu implementieren, in dessen Rahmen Rechteinhaber und Plattformen sich entsprechend über die Blockierung von Inhalten austauschen. Flankierend gibt es für die Rechteinhaber ein sogenanntes „Red Button“-Verfahren, welches durch Rechteinhaber in Missbrauchsfällen als eine Art Notbremse ausgelöst werden kann (z. B. bei erheblichen wirtschaftlichen Schäden).

Wem tatsächlich das Gesetz am Ende des Tages mehr zugute kommt und ob die Plattformen auch tatsächlich in die Haftungen genommen werden bleibt ebenfalls abzuwarten. Einfacher ist es nicht geworden. Es bleibt spannend.



Das Bayerische Zentrum für Kultur- und Kreativwirtschaft
(bayernkreativ) ist ein Geschäftsbereich der Bayern Innovativ GmbH.
bayernkreativ vernetzt, informiert, qualifiziert
und inspiriert Kultur- und Kreativschaffende in Bayern.
Bleibe in Kontakt:



www.bayern-kreativ.de
www.bayern-innovativ.de