



Theater und Urheberrechte - Do's and Don'ts aus rechtlicher Sicht

Vortrag für die VDF-Tagung in
Langenzenn

Dr. Christina Blanken

Rechtsanwältin

Fachanwältin für internationales Wirtschaftsrecht

Fachanwältin für Urheber- und Medienrecht

Fachanwältin für Informationstechnologierecht

- Studium 1997 – 2002 in Tübingen und Uppsala
- Referendariat 2002 – 2004 am Landgericht Tübingen
- 2007/2008 Promotion an der Universität Mannheim
- seit 2009 Fachanwältin für Urheber- und Medienrecht sowie Fachanwältin für Informationstechnologierecht
- seit 2014 Fachanwältin für internationales Wirtschaftsrecht
- Rechtsanwältin und Partnerin bei VOELKER & Partner
- IT-Leiterin der VOELKER-Gruppe

Tätigkeitsschwerpunkte:

- Urheber- und Medienrecht
- Informationstechnologierecht
- Handelsrecht national und international



I. Theateraufführungen und Urheberrecht

1. Urheberrechtlich geschützte Werke

Fall 1:

Die Freilichtbühne „Schauinsland“ hat im Jahr 2017 anlässlich der 230-Jahr-Feier der Uraufführung von Schillers „Räuber“ eine Aufführung des Stückes geplant. Muss der Verein „Schauinsland“ bei einem Verlag Rechte einholen?

Fall 2:

Außerdem will der Verein 2017 Brechts Mutter Courage aufführen. Wie sieht es hier mit der Einlizenzierung von Rechten aus?

1. Urheberrechtlich geschützte Werke

Fall 3:

Schauinsland will für die Kinderaufführung das Märchen „die Schneekönigin“ von Hans Christian Andersen als Theaterstück umschreiben und aufführen. Der Film „Die Eiskönigin“ von Disney war ja so ein Erfolg und basiert ebenfalls auf der Geschichte. Geht das? Oder hat Disney nun „die Rechte“ an dem Stück?

1.1 Urheberrechtlich geschützte Werke nach § 2 UrhG

- Sprachwerke
- Musik
- Tanz und Pantomime
- Kunst
- Architektur
- Lichtbilder
- Filme
- Zeichnungen, Pläne, Karten, Tabellen, etc.
- Computerprogramme

1.2 Schutzdauer

- § 64 UrhG: bis 70 Jahre nach dem Tod des Urhebers
- bei Miturhebern: 70 Jahre nach dem Tode des Längstlebenden

Lösung der Fälle

Fall 1:

- keine Rechte mehr an dem Stück „die Räuber“ (Schiller starb 1805)

Fall 2:

- Da Brecht erst 1956 starb, müssen die Rechte zur Aufführung eingeholt werden

Fall 3:

- Da Hans Christian Andersen schon 1875 starb, ist das Märchen selbst gemeinfrei. Die Drehbuchautoren von Disney haben aber Urheberrechte an **Ihrer Version** der Geschichte, daher darf keinerlei Anlehnung an den Film erfolgen (Szenenauswahl, Charaktere der Geschichte, Musik)! VORSICHT Abmahngefahr!!!

2. Einlizenzierung von Rechten

Abwandlung Fall 2:

Der Verein „Schauinsland“ hat von den Erben von Brecht bzw. dem die Rechte verwaltenden Verlag gegen Bezahlung das Aufführungsrecht für „Mutter Courage“ eingeholt. Der Vorstand hat nun eine gute Idee. Wegen eines Jubiläums des Vereins will er Teile der ersten Aufführung des Stückes auf Video aufnehmen und auf YouTube einstellen, um die Leute neugierig zu machen und höhere Besucherzahlen zu erreichen.

Darf er das?

2.1 Lizenzierung von Urheberrechten

§ 31 UrhG: Die einlizenzierten Rechte müssen genau benannt werden.
Nicht genannte Rechte werden auch nicht erworben.

Beispielhaft wiedergegebene Einzelrechte:

- Aufführungsrecht
- Recht zur Verfilmung
- Senderecht
- Recht der öffentlichen Zugänglichmachung (Internet)
- Vervielfältigungs- und Verbreitungsrecht

2.1 Lizenzierung von Urheberrechten

Wenn die Rechte in dem Vertrag nicht genau benannt werden, gilt die sogenannte **Zweckübertragungslehre**:

Es werden dann nur diejenigen Rechte eingeräumt, die für den Zweck des Vertrags unbedingt benötigt werden.

Falllösung

Nachdem der Verein nur die Aufführungsrechte erworben hat, aber weder Verfilmungsrechte noch Rechte für die öffentliche Zugänglichmachung, stellt die Filmaufnahme und das Einstellen in YouTube eine Urheberrechtsverletzung dar.

2.2 Bearbeitungen, Urheberbenennung

Weitere Abwandlung Fall 2:

Der Regisseur des „Schauinsland“ findet das Stück „Mutter Courage“ zu altmodisch und schreibt den Text in den heutigen Jugendjargon um; er kürzt außerdem, um mehr Spannung zu erzeugen. In der Werbung für die Aufführung weist er darauf hin, dass das Stück von ihm sei, da von dem ursprünglichen Text ja sowieso nicht mehr viel übrig geblieben ist.

Geht das?

2.2.1 Bearbeitungen

Die Bearbeitung und Änderung von urheberrechtlich geschützten Werken ist Teil der Rechte des Urhebers (§ 23 UrhG).

Eine Veränderung und Bearbeitung ist daher nur möglich, wenn eine entsprechende Rechteeinräumung durch den Urheber und/oder dessen Verlag erfolgt ist.

Falllösung:

Die Bearbeitungsrechte wurden nicht eingeräumt. Die Bearbeitung stellt damit eine Urheberrechtsverletzung dar.

2.2.2 Nennung des Urhebers

Der Urheber eines Werkes ist **immer** zu nennen. „Mutter Courage“ stammt von Brecht, unabhängig davon, dass Änderungen durch den Regisseur vorgenommen worden sind. Brecht darf als Urheber nicht einfach weggelassen werden.

Ob der Regisseur zusätzlich als Urheber des geänderten Stückes ein Recht auf Nennung hat, hängt davon ab, ob die Änderungen ihrerseits die urheberrechtliche Schöpfungshöhe erreichen.

3. Leistungsschutzrechte, sonstige Rechte

Fall 5:

Der Verein „Schauinsland“ hat aus der Problematik „Mutter Courage“ gelernt. Für das Kindermusical „Der kleine Tag“ von Rolf Zuckowski und Hans Niehaus fragt der Vorstand beim Verlag an, ob er das Stück auf Film aufnehmen und für interne Zwecke des Vereins (Mitgliederversammlungen, Jubiläen) sowie für die Schauspieler verwenden darf. Der Verlag ist einverstanden.

6 Monate nach der Filmaufnahme wird diese auf der Mitgliederversammlung gezeigt. Winfried Ärgerlich, einer der Schauspieler, hat sich mittlerweile mit dem Vorstand überworfen und wehrt sich dagegen, dass die Filmaufnahme gezeigt wird.

Zu Recht?

3.1 Leistungsschutzrechte

Neben den Urhebern sind im Urhebergesetz weitere Leistungen geschützt, z. B.:

- Fotografen
- ausübende Künstler
- Tonträgerhersteller
- Datenbankhersteller

Fall:

Der Schauspieler ist als ausübender Künstler geschützt. Die Frage, ob der Verein den Film zeigen darf, hängt davon ab, ob Herr Ärgerlich die Rechte insoweit eingeräumt hat, z. B. weil er von der Verfilmung und deren Verwendung wusste und damit einverstanden war.

3.2 Persönlichkeitsrechte

Abwandlung von Fall 5:

Neben der Filmaufnahme wurden Fotos gemacht, die nun für die Werbung für den Verein eingesetzt werden. Herr Ärgerlich wehrt sich dagegen. Er sei nicht gefragt worden und wolle für den Verein keine Werbung mehr machen.

Die Zeitung hat ebenfalls ein Foto von der Aufführung gemacht und in der örtlichen Presse veröffentlicht. Auch das will Herr Ärgerlich nicht.

3.2 Persönlichkeitsrechte

Neben den Rechten aus dem Urhebergesetz sind Persönlichkeitsrechte zu beachten.

Insbesondere dürfen Fotos oder Filme mit Personen nur mit deren Einwilligung veröffentlicht werden, §§ 22, 23 Kunsturhebergesetz.

Ausnahme:

- Beiwerk
- Bildnisse aus dem Bereich der Zeitgeschichte
- Bildnisse von Versammlungen und Aufzügen o. ä.

3.2 Persönlichkeitsrechte

Falllösung:

- Verwendung für die Werbung ☹️
- Verwendung in der Presse: wohl 😊, da davon auszugehen ist, dass Herr Ärgerlich von der Anwesenheit der Presse wusste (sogenannte konkludente Einwilligung)

Praxistipp

Schriftliche Vereinbarungen mit den Künstlern abschließen,
wenn eine weitere Verwertung geplant ist.

4. Einlizenzierung von Musik

Fall 6:

Der Verein „Schauinsland“ hat vor, in einem seiner Theaterstücke, Mutter Courage, Musik von Xavier Naidoo zu integrieren. Die Gema-Rechte hat der Vorstand bei der Gema bereits eingeholt.

Muss er noch weitere Rechte einholen?

4.1 Gema und Musikrechte

Die Gema verwaltet für viele Musikwerke die Aufführungs- und Vervielfältigungsrechte. Die Gema räumt die Rechte jedoch nur insoweit ein, soweit die Urheberpersönlichkeitsrechte der Urheber nicht betroffen sind.

Sind diese betroffen, z. B. bei der Vornahme von Änderungen oder der Kombination der Musik mit anderen Werken, muss der Urheber selbst bzw. dessen Musikverlag/Label gefragt werden.

4.2 Falllösung

Durch die Einbettung der Musik in ein Theaterstück werden die Urheberrechte von Xavier Naidoo berührt.

Er oder sein Label müssen also ebenfalls die Zustimmung erteilen, ansonsten ist die Einbindung der Musik rechtswidrig.

Vermutlich haben die Erben von Brecht etwas dagegen, da Xavier Naidoo als extrem konservativ gilt und Brecht kommunistisches Gedankengut vertrat.

4.3 Abwandlung von Fall 6

Der Musiker Frieder Findig schreibt die Musik für das Theaterstück extra für den Verein „Schauinsland“, Frieder Findig ist Gema-Mitglied.

Muss auch noch eine Lizenzierung über die Gema erfolgen?

Falllösung:

Ja, denn die Rechte für die Aufführung sind bereits vorab von Herrn Findig an die Gema abgetreten.

5. Titelschutzrechte

Fall 7:

Der „Schauinsland“ bewirbt ein Musical, das von einem Mitglied selbst geschrieben wurde, Herrn Vielgesicht, mit dem Titel „Hans und Margarethe“ und dem Untertitel „Ein Volksmusical“.

Es meldet sich die VolksMusicals Produktions- und Aufführungs GmbH mit einer Abmahnung und verlangt die Abgabe einer strafbewehrten Unterlassungserklärung sowie Schadensersatz, da sie Inhaberin einer Marke „Volksmusical“ u. a. für Theateraufführungen sei und ihre Rechte verletzt würden.

5.1 Markenrechte und Titelschutzrechte

Die Titel von urheberrechtlich geschützten Werken können als Titel oder über Marken geschützt sein. Marken können in den Markenämtern recherchiert werden; Titel nur über professionelle Rechercheunternehmen.

Die Verletzung führt wie bei der Verletzung von Urheberrechten zu Unterlassungs-, Auskunfts- und Schadensersatzansprüchen.

5.2 Falllösung:

Der Begriff „Volksmusical“ ist beschreibend und hätte nicht geschützt werden dürfen. Der Begriff wird außerdem nur beschreibend genutzt. Ein Verstoß kommt hier daher eher nicht in Betracht.

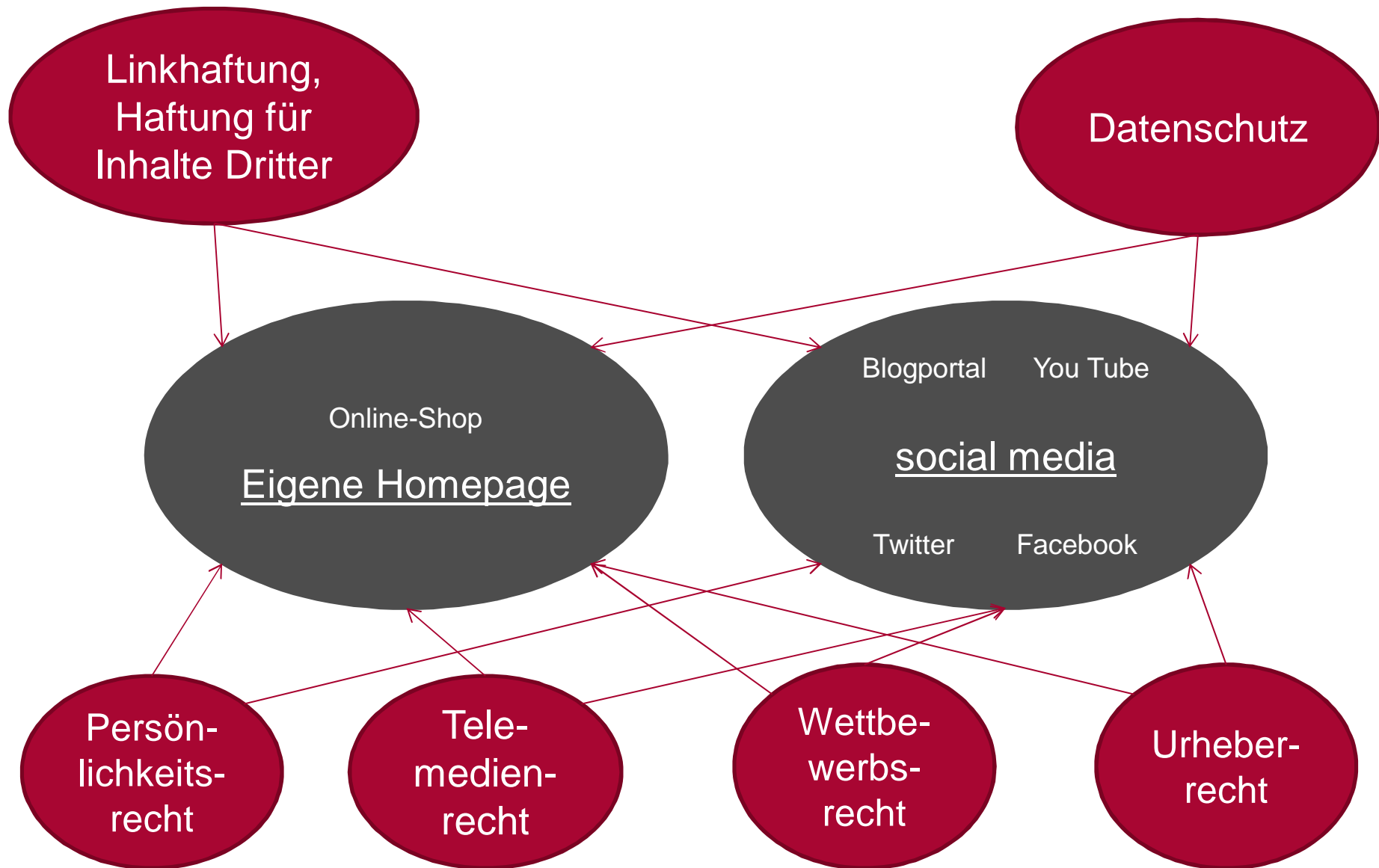
5.3 Fallvariante von Fall 7:

Herr Vielgesicht hat sich mittlerweile mit dem Vorstand des Vereins überworfen. Ein Rechtsanwalt meldet sich für ihn und will 15 % von den Gesamteinnahmen, die der Verein mit den Aufführungen des Musicals erwirtschaftet hat. Das sei üblich und angesichts des Riesenerfolges der Aufführung auch nur recht und billig. Der Vorstand ist entsetzt: er verweist auf den Vertrag, in dem eine Pauschalvergütung von 6.000,- EUR vereinbart war. Mehr stehe Herrn Vielgesicht nicht zu. Stimmt das?

5.4 Falllösung der Variante:

Nach §§ 32, 32a UrhG hat der Urheber immer einen Anspruch auf ein angemessenes Entgelt, unabhängig davon, was vertraglich vereinbart ist, bei besonderem Erfolg hat er einen Anspruch auf weitere Vergütung, auch wenn das vertraglich nicht vereinbart war. Was angemessen ist, bestimmt letztlich das Gericht!

II. Internet und Social Media



Die rechtlichen Rahmenbedingungen für Inhalte auf der eigenen Homepage und auf den Seiten aus dem Bereich social media sind im Wesentlichen gleich.

Besondere Gefahren bei social media

- sehr schnelllebig, so dass die Grundregeln eher mal „übersehen“ werden
- datenschutzrechtliche Probleme
- Interaktion mit den Nutzern: deren Verhalten kann nur schwer kontrolliert werden

1. Urheberrecht

Fall:

Der Verein „Schauinsland“ hat eine eigene Homepage, auf der der Verein beschrieben wird. Auf der Seite sind Fotos von verschiedenen Theateraufführungen, die der Webseitenbetreuer im Internet gefunden hat, abgebildet. Außerdem hat er eine Karte integriert als Anfahrtsskizze, die von der Internetseite von Dumont stammt. Er will nun die Fotos und die Karte auch für den Facebook-Auftritt des „Schauinsland“ verwenden ebenso wie die Fotos von der letzten Aufführung, auf der neben den Schauspielern auch die Besucher abgebildet sind.

Probleme

- Urheberrechte an den Fotos
- Persönlichkeitsrechte der Schauspieler/Besucher

→ Rechtemanagement / Rechteabklärung erforderlich, bevor Texte, Fotos, Gestaltungen auf der Homepage oder auf anderen Plattformen wie Facebook etc. eingesetzt werden.

2. Wettbewerbsrecht

Fall:

Der Vorstand hat begonnen zu twittern, um weitere Besucher auf den Verein aufmerksam zu machen. Er hat schon viele „Follower“, die aufmerksam beobachten, was er twittert. Der Vorstand twittert jeden Tag etwas Neues. Heute hat er auf YouTube einen Film gesehen, in dem junge Leute sich über eine Aufführung der städtischen Bühnen lustig machen. Er twittert:

„Wir sind einfach besser als die...“

und verlinkt zu dem Video auf YouTube.

Problem

- § 6 UWG: vergleichende Werbung

→ Vorsicht vor Aussagen, die Sie in einer Printausgabe auch nicht tätigen würden.

3. Linkhaftung

Fall:

Am nächsten Tag fällt dem Vorstand nichts Neues ein, das er twittern könnte. Er twittert einige Zeilen zu einer neuen Aufführung mit Meerjungfrauen (Meerjungfrauen lieben Rollmöpfe). Die auf seiner Homepage vorhandenen Links zu einer Seite mit Meerjungfrauen (www.meerjungfrauen.tv) bindet er mit ein, ohne nochmals nachzusehen, ob und auf welche genauen Inhalte die Links führen. Es stellt sich später heraus, dass auf der Seite Bilder enthalten waren, die Urheberrechte Dritter verletzen. Auf www.meerjungfrauen.tv hat sich außerdem auch der Inhalt geändert. Statt Meerjungfrauen werden Hardcore-Pornos gezeigt.

Problem

Linkhaftung, d. h. Haftung für Inhalte auf Seiten, auf die verlinkt wird.

Grundsätze:

- Haftung immer dann, wenn der Inhalt sich „zu eigen“ gemacht wird.
- Beim Setzen des Links muss die Seite, auf die verlinkt wird, überprüft werden: Sind dort ersichtlich rechtswidrige Inhalte enthalten, haftet derjenige, der den Link setzt.
- Eine ständige Überprüfung der verlinkten Seite nach Setzen des Links ist (wohl) nicht erforderlich. Bei Kenntnis von rechtswidrigen Inhalten muss der Link aber unverzüglich entfernt werden.

4. Haftung für Inhalte Dritter

Fall:

Der „Schauinsland“ steigt nun selbst in die Web 2.0-Welt ein. Er hat unter www.theatergeschwätz.de ein Blogportal eingerichtet, in dem User alle Themen rund um Theater erörtern können. Nach einigen Wochen erhält er eine Abmahnung: Ein User auf seinem Blog hat eine Nachricht gepostet, in dem er den Intendanten des städtischen Theaters beleidigt und ihm vorwirft, in kriminelle Machenschaften verstrickt zu sein.

Der Vorstand will wissen, ob und wie er nun reagieren muss.

Blogportal-Rechtsprechung

- keine generelle Haftung für User-generierte Inhalte.
- aber: ab Kenntnis muss rechtswidriger Inhalt unverzüglich gelöscht werden; falls nicht: volle Haftung.
- ständige Prüfung der Inhalte ist (wohl) nicht erforderlich.

5. Telemedienrecht, Impressumspflicht

Fall:

Der „Schauinsland“ hat seinen Facebook-Auftritt nun fertiggestellt.

Braucht er für seine Facebook-Seite ein Impressum? Wo gehört dieses genau hin und wie kann man es rechtssicher in Facebook einbinden?

- Impressumspflichten ergeben sich für den Betreiber einer Internet-Seite aus dem Telemediengesetz:
 - Name und Adresse des Vereins samt Rechtsform
 - Vereinsnummer
 - USt.-ID-Nummer (soweit vorhanden)
 - Vertretungsberechtigter
 - Telefon, Telefax, E-Mail-Adresse
 - ggf. Genehmigungsbehörde/Aufsichtsbehörde

Facebook: Impressum

- Landgericht Aschaffenburg, Urteil v. 19.08.2011, Az.: 2 HK O 54/11:
 - *„Auch Nutzer von ‚Social Media‘ wie **Facebook-Accounts** müssen eine eigene **Anbieterkennung** vorhalten, wenn diese zu Marketingzwecken benutzt werden uns nicht nur eine reine private Nutzung vorliegt.“*
 - *„[...] bereits in der Bezeichnung ‚Info‘ [liegt] ein Verstoß gegen § 5 TMG [...]“*
- BGH: Impressum muss mit höchstens „2 Klicks“ erreichbar sein
- OLG Hamm: 2-Klick-Erfordernis gilt auch für mobile Version

Facebook: Impressum (2)

- Hat sich etwas entschärft, da Facebook mittlerweile auch eine Möglichkeit bietet, für Fanpages ein „Impressum“ einzubinden
 1. Nutzen der „Info“-Box – „Impressum“
 2. Problemstellung: wird z.T. nicht auf mobilen Geräten angezeigt
 3. Impressum-App
 - Problem: wird nicht bei mobilen Facebook-Seiten angezeigt
 - Problem: oftmals datenschutzrechtlich problematisch

6. Datenschutzrecht

Fall:

Der „Schauinsland“ möchte genaueres über die Besucher seiner verschiedenen social media Aktivitäten wissen. Er installiert deshalb Google Analytics überall, wo das möglich ist. Da Google eine „Datenschutzerklärung“ dafür bereithält, wird der Verein stutzig und will wissen, was er nun machen muss, um das Datenschutzrecht einzuhalten.

Außerdem integriert der Homepagebetreuer einen Facebook-Like-Button auf der Homepage.

Problem:

- Google Analytics verarbeitet IP-Adressen, die zu Google in die USA weitergeleitet werden
 - Facebook kann über den Button sogar den User zuordnen, wenn dieser bei Facebook ist und erhält die Informationen ebenfalls in die USA übersandt
 - Ob IP-Adressen personenbezogene Daten nach den deutschen Gesetzen sind, ist zur Zeit noch offen
- Die Weiterleitung von IP-Adressen des Nutzers an Google bzw. die Weiterleitung der Nutzerdaten an Facebook könnte datenschutzrechtlich eine Weitergabe von personenbezogenen Daten darstellen. Das ist nur bei schriftlicher oder elektronischer Einwilligung des Nutzers vor Weitergabe der Daten zulässig oder bei einer Auftragsdatenverarbeitung.

Lösung

1. Anonymisierung der IP (wird von Google angeboten)
2. Abschluss einer Auftragsdatenverarbeitungsvereinbarung mit Google
3. Für Facebook gibt es zur Zeit keine datenschutzrechtlich unbedenkliche Lösung.

Facebook-Like-Button

- Ist datenschutzrechtlich noch problematischer, da bei Facebook-Nutzern Zuordnung zur Person möglich
- Ähnliche Lösungen wie bei Google nur sehr umständlich und schwer möglich. Aktuelle Lösungsmöglichkeiten:
 - Verbleibende Risiken angesichts aktueller Rechtsprechung hinnehmen
 - 2-Click-Solution?
 - einfacher Hyperlink

6. Praktische Tipps bei der Gestaltung der Homepage und Nutzung von social media

- Vermeiden Sie sämtliche Funktionen, bei denen personenbezogene Daten von Nutzern Ihrer Homepage/Ihres Webauftritts an Dritte weitergegeben werden (z. B. Facebook „Gefällt mir“-Button, Google Analytics) oder lassen Sie sich rechtlich beraten, wie Sie die Einbindung datenschutzrechtlich unbedenklich/weniger bedenklich vornehmen können
- Halten Sie die Impressum-Vorschriften für alle Webauftritte
- Bei der Einstellung von Fotos, Karten, etc. klären Sie die Rechtesituation vorher ab.



**Vielen Dank für Ihre
Aufmerksamkeit.**

www.voelker-gruppe.com

VOELKER & Partner mbB

Am Echazufer 24, 72764 Reutlingen
Tel: 07121 9202-0, Fax: 07121 9202-19
E-Mail: info@voelker-gruppe.com

Reutlingen • Hechingen • Barcelona



VOELKER

Rechtsanwälte · Wirtschaftsprüfer · Steuerberater