



Karla-Maria Grünig (Autor)

**Die Urheberrechtliche Einordnung von Websites  
unter Berücksichtigung der französischen Diskussion  
von Multimediawerken**

Karla-Maria Grünig

---

**Die Urheberrechtliche Einordnung  
von Websites unter Berücksichtigung  
der französischen Diskussion von  
Multimediawerken**

---

 Cuvillier Verlag Göttingen

<https://cuvillier.de/de/shop/publications/1319>

Copyright:

Cuvillier Verlag, Inhaberin Annette Jentzsch-Cuvillier, Nonnenstieg 8, 37075 Göttingen,  
Germany

Telefon: +49 (0)551 54724-0, E-Mail: [info@cuvillier.de](mailto:info@cuvillier.de), Website: <https://cuvillier.de>

<b>A. Einleitung</b>	16
<b>1. Kapitel: Problemstellung</b>	16
<b>2. Kapitel: Technik der Websitegestaltung</b>	18
<b>I. Multimedia</b>	19
<b>II. Website-Gestaltung</b>	22
<b>1. Begriff der Website</b>	23
<b>2. Erstellung einer Website</b>	24
a) Erste Phase: Zusammenstellen, Sortieren, Strukturieren	24
b) Zweite Phase: Visualisierung, Gestaltung	24
c) Dritte Phase: Technische Umsetzung	24
d) Vierte Phase: Einspeisung in das Internet	25
e) Fünfte Phase: Online-Nutzung der Website	25
<b>3. Kapitel. Skizze der rechtspolitischen Situation zum Urheberrecht in der Informationsgesellschaft mit Blick auf Websitegestaltung und -nutzung</b>	26
<b>I. Der internationale Rahmen</b>	26
<b>II. Der europäische Rahmen</b>	27
<b>III. Neuerungen in Deutschland</b>	29
<b>4. Kapitel: Betroffene Interessen</b>	30
<b>I. Interessen der Urheber</b>	30
<b>II. Interessen der Kulturwirtschaft</b>	33
<b>III. Verwertungsgesellschaften</b>	34
<b>IV. Interessen der privaten und unternehmerischen Nutzer</b>	34
<b>B. Urheberrechtliche Fragen zum Erwerb von Nutzungsrechten für die Erstellung und Verwertung einer Website</b>	36
<b>1. Kapitel: Was ist geschützt? – Der Werkbegriff im Zusammenhang mit einer Website und ihrer Elemente</b>	37
<b>I. Überblick zur Schutzfähigkeit von Werken und Werkteilen nach dem deutschen Urheberrecht</b>	38
<b>1. Der Werkbegriff</b>	38
a) Persönliche Schöpfung	38
b) Geistiger Gehalt	39
c) Formgehalt	39

d) Eigentümlichkeit und Individualität	40
<b>2. Schutzfähigkeit von Werkteilen</b>	<b>43</b>
a) Allgemeines zum Werkteilschutz	43
b) Die Frage nach der Schutzfähigkeit von Ideen	44
<b>3. Einzelne Werkarten</b>	<b>46</b>
a) Sprachwerke, § 2 Abs.1 Nr.1 UrhG	46
b) Werke der Musik, § 2 Abs.1 Nr. 2 UrhG	47
c) Werke der bildenden Künste, § 2 Abs. 1 Nr. 4 UrhG	48
d) Lichtbildwerke, § 2 Abs.1 Nr. 5 UrhG	49
e) Filmwerke, § 2 Abs. 1 Nr.6 UrhG	49
f) Wissenschaftliche Darstellungen, § 2 Abs. 1 Nr. 7 UrhG	50
g) Sammelwerke und Datenbankwerke, § 4 UrhG	50
<b>4. Leistungsschutzrechte – verwandte Schutzrechte</b>	<b>51</b>
a) Lichtbilder, Datenbanken und Laufbilder	51
b) Schutz der ausübenden Künstler	52
c) Tonträgerhersteller, Filmhersteller, Sendeunternehmen	53
<b>II. Schutzmöglichkeiten außerhalb des Urheberrechts</b>	<b>53</b>
1. Verhältnis zum wettbewerbsrechtlichen Schutz	53
2. Abgrenzung zum Geschmacksmusterrecht	54
3. Abgrenzung zum Markenrecht	55
<b>III. Geschützte Werke und Werkteile im Rahmen einer Website-Gestaltung</b>	<b>56</b>
1. Zuordnung einer Website zu einer Werkart nach deutschem Urheberrecht	58
a) Website als Computerprogramm	58
b) Website als Datenbank/Sammelwerk	60
c) Website als Film	64
d) Stellungnahme	66
e) Lösungswege	67
aa) Der prägende Charakter der Websitegestaltung als Zuordnungskriterium	68
(1) Struktur als Gestaltungsschwerpunkt	68
(2) Äußere Formgebung als Zuordnungskriterium	69
bb) Website als Innominatwerk	69
cc) Stellungnahme	71

<b>f) Konsequenzen der Zuordnung zu Filmwerken</b>	<b>72</b>
aa) Voraussetzungen für eine analoge Anwendung der § 88 ff. UrhG auf die Website	73
bb) Vorteile einer analogen Anwendung der §§ 88 ff. UrhG auf Websites	73
<b>g) Gestaltungsansatz für eine neue Werkart „Multimedia“</b>	<b>76</b>
aa) Nachteile einer neuen Werkart Multimedia	77
bb) Vorteile einer neuen Werkart Multimedia	79
cc) Gestaltungsmöglichkeiten für eine neue Werkart	80
(1) Definition einer Werkart Multimedia	80
(2) Systematische Fragen für eine neue Werkart Multimedia	81
(a) Zuordnung zum Katalog des § 2 Abs. 1 UrhG	81
(b) Zuordnung zu den Datenbanken und Sammelwerken?	82
(c) Eigene Regelungen für Multimedia	83
<b>2. Übernahme der Ideen zum französischen Urheberrecht?</b>	<b>84</b>
<b>a) Zuordnung einer Website zu einer Werkart</b>	<b>85</b>
aa) Website als audiovisuelles Werk	86
bb) Website als Computerprogramm	91
cc) Website als Datenbank	92
dd) Multimedia ohne Zuordnung zu bestehenden Werkarten	93
<b>b) Vorschlag der „Commission sur les aspects juridiques des oeuvres multimédias“</b>	<b>96</b>
<b>3. Ergebnis</b>	<b>98</b>
<b>4. Website als persönliche geistige Schöpfung mit urheberrechtlicher Gestaltungshöhe</b>	<b>99</b>
<b>5. Andere Schutzmöglichkeiten für eine Websitegestaltung</b>	<b>104</b>
<b>6. Schutzfähigkeit von Elementen einer Website</b>	<b>106</b>
<b>a) Textelemente</b>	<b>108</b>
<b>b) Bildelemente, grafische Elemente</b>	<b>110</b>
aa) Benutzeroberflächen	110
(1) Benutzeroberfläche als Computerprogramm?	110
(2) Zuordnung der Benutzeroberfläche zu anderen Werkarten	112
(3) Erreichen der erforderlichen Schöpfungshöhe bei Benutzeroberflächen	112
bb) Fotos	113
cc) Grafiken, Schriften	114
dd) Videosequenzen, animierte Bilder	116
<b>c) Musik, Sounds und Beats</b>	<b>116</b>
<b>IV. Zusammenfassung</b>	<b>118</b>

<b>1. Strenger Werkbegriff und Schwierigkeiten bei der Zuordnung zu einer Werkart</b>	<b>118</b>
<b>2. Konsequenzen für den Schutz einer Websitegestaltung und ihrer Elemente</b>	<b>118</b>
<b>2. Kapitel: Wer ist geschützt? Die Frage nach dem Urheber</b>	<b>119</b>
<b>I. Einzelne Urheber</b>	<b>120</b>
<b>1. Freischaffender Einzelurheber</b>	<b>120</b>
<b>2. Urheber als Arbeitnehmer</b>	<b>121</b>
<b>II. Mehrere Urheber</b>	<b>123</b>
<b>1. Mehrere Urheber als Miturheber</b>	<b>123</b>
a) Voraussetzungen für die Miturheberschaft	123
b) Rechtsfolgen einer Miturheberschaft	124
<b>2. Werkverbindung § 9 UrhG</b>	<b>125</b>
<b>3. Wer ist Urheber einer Website</b>	<b>126</b>
a) Urheberschaft bei der Zusammenarbeit Freischaffender	127
b) Urheberschaft bei der Zusammenarbeit angestellter Urheber	128
c) Urheberschaft bei der Zusammenarbeit Freischaffender und angestellter Urheber	128
<b>III. Erfordernis eines Produzentenerheberrechts?</b>	<b>129</b>
<b>1. Anklänge des Produzentenerheberrechts im deutschen Urheberrecht</b>	<b>130</b>
<b>2. Ansätze des Produzentenerheberrechts im französischen Recht</b>	<b>131</b>
a) Das „oeuvre collective“	131
aa) Allgemeine Voraussetzungen für das „oeuvre collective“	132
bb) Rechtsfolgen bei Vorliegen eines „oeuvre collective“	133
cc) Website als „oeuvre collective“	133
(1) Entstehung und Veröffentlichung des Werkes auf Initiative des Produzenten	135
(2) Einzelne Beiträge im Dienste des Gesamtwerkes	135
dd) Folgen bei Einordnung der Website als „oeuvre collective“	137
ee) Kritische Betrachtung der Rechtsfigur des „oeuvre collective“	139
b) Das „oeuvre de collaboration“	140
<b>3. Die Figur des „oeuvre collective“, ein Lösungsansatz für das deutsche Urheberrecht?</b>	<b>142</b>
<b>4. Weitere Lösungsansätze</b>	<b>143</b>
<b>3. Kapitel: Welche Nutzungen sind geschützt? Inhalt des Urheberrechts</b>	<b>144</b>

<i>I. Skizze der Ausgestaltung von Verwertungsrechten allgemein</i>	145
<i>1. Verwertung in körperlicher Form</i>	145
a) Das Vervielfältigungsrecht	146
b) Das Verbreitungsrecht	146
c) Das Ausstellungsrecht	147
<i>2. Verwertung in unkörperlicher Form</i>	147
a) Vortrags- Aufführungs- und Vorführungsrecht	148
b) Das Senderecht	148
c) Das Recht zur öffentlichen Wiedergabe durch Bild- und Tonträger und Funksendungen	148
d) Das Recht der öffentlichen Zugänglichmachung	149
<i>3. Andere Verwertungsrechte</i>	150
a) Recht der Bearbeitung und Umgestaltung	150
b) Abgrenzung zur freien Benutzung	152
<i>II. Verwertungsrechtliche Besonderheiten im Zusammenhang mit einer Websitegestaltung und deren Verbreitung und Nutzung</i>	153
<i>1. Der Öffentlichkeitsbegriff im Online-Bereich</i>	153
<i>2. Einordnung der verschiedenen Phasen der Websitegestaltung und Verbreitung</i>	155
a) Zusammenstellung der Elemente und gestaltendes Konzept	155
b) Technische Umsetzung des Konzepts	156
aa) Digitalisierung	156
(1) Keine neue Nutzungsart	156
(2) Digitalisierung als Vervielfältigung	157
(3) Eigene Meinung	158
bb) Digitale Bearbeitung	160
(1) Digitale Bearbeitung von Bildern, Lichtbildern, Filmen	161
(a) Schaffung eines Ausschnitts	162
(b) Verkleinerung und Vergrößerung	164
(c) Veränderung der Farbgebung	165
(d) Fotomontagen, Zusammenstellung mit anderen Werken	165
(2) Digitale Bearbeitung von Musik	166
(a) Kürzung eines Musiktitels als Bearbeitung	167
(b) Vereinfachung eines Musikwerks	167
(c) Entnahme einzelner Elemente als Bearbeitung	168
(d) Zusammenstellung mit anderen Werken	168

<b>c) Einspeisung der Website in das Internet und Verbreitung über das Internet</b>	<b>169</b>
aa) Das Laden der Website auf den Server	169
bb) Das Online-Verfügbarmachen	170
<b>d) Nutzung durch den Internetanwender</b>	<b>171</b>
aa) Browsen	171
(1) Browsen als Vervielfältigung	172
(2) Zulässigkeit des Browsens, § 44 a UrhG	173
(a) Vorübergehende Vervielfältigung	173
(b) Flüchtig oder begleitend	173
(c) Integraler und wesentlicher Bestandteil eines technischen Verfahrens	174
(d) Zweck der Speicherung	174
(e) Keine eigene wirtschaftliche Bedeutung	176
bb) Caches	178
cc) Weitere Nutzungen durch den Internetanwender	180
<b>e) Zusammenfassung</b>	<b>181</b>
<b>III. Urheberpersönlichkeitsrecht</b>	<b>182</b>
<b>1. Überblick über das Urheberpersönlichkeitsrecht</b>	<b>183</b>
a) Veröffentlichungsrecht	183
b) Recht auf Anerkennung der Urheberschaft	183
c) Integritätsschutz	184
<b>2. Urheberpersönlichkeitsrecht und Website</b>	<b>185</b>
a) Einschränkung des Namensnennungsrechts bei der Website	185
aa) Stillschweigende Vereinbarung über das Namensnennungsrecht	188
bb) Ausdrückliche Vereinbarung	192
b) Schutz vor Entstellung im digitalen Umfeld	192
aa) „Entstellung“ durch Digitalisierung	192
bb) „Entstellung“ durch digitale Bearbeitung	193
cc) Integritätsschutz und Vertragsgestaltung	194
c) Zusammenfassung	195
<b>IV. Grenzen des Urheberrechts (§§ 44 a ff. UrhG)</b>	<b>196</b>
<b>1. Arten von Schranken des Urheberrechts</b>	<b>197</b>
a) Zwingende kollektive Verwertung	197
b) Zwangslizenzen	198
c) Schutzdauer	198
<b>2. Inhaltliche Schranken des Urheberrechts</b>	<b>198</b>

<b>a) Das Recht der öffentlichen Zugänglichmachung und seine Schranken</b>	<b>199</b>
<b>b) § 44 a UrhG technische Vervielfältigungen</b>	<b>199</b>
<b>c) Zitierfreiheit bei der Website</b>	<b>200</b>
aa) Erweiterte Auslegung des § 51 UrhG bei der Website?	201
bb) Weitere Erfordernisse bei Zitaten im Rahmen einer Website	203
<b>d) Private Vervielfältigung, § 53 UrhG</b>	<b>204</b>
<b>4. Kapitel: Erwerb der erforderlichen Nutzungsrechte zur Verwendung von Werken in einer Websitegestaltung</b>	<b>207</b>
<b>I. Nutzungsrechte</b>	<b>208</b>
<b>II. Inhalt der Nutzungsrechte</b>	<b>209</b>
<b>III. Problem der unbekanntem Nutzungsart</b>	<b>210</b>
<b>IV. Bestimmung der Nutzungsart in Fragen digitaler Verwertung einer Website</b>	<b>213</b>
<b>1. Digitalisierung als Nutzungsart</b>	<b>213</b>
<b>2. Digitale Bearbeitung als Nutzungsart</b>	<b>215</b>
<b>3. Online-Verbreitung von Werken als Nutzungsart</b>	<b>217</b>
a) Online-Verbreitung als bekannte Nutzungsart	217
b) Besondere Formen der Online-Verbreitung	218
<b>4. Verwertung der Website durch den Internetnutzer</b>	<b>219</b>
a) Browsen und Caches als Nutzungsart	219
b) Downloads, Streaming etc. als Nutzungsart	220
<b>5. Zusammenfassung</b>	<b>221</b>
<b>V. Die Rechteeinräumung</b>	<b>222</b>
<b>1. Einräumung von Nutzungsrechten, § 31 UrhG</b>	<b>223</b>
a) Mögliche Rechteeinhaber	223
b) Formaljuristische Einordnung der Rechteeinräumung nach § 31 Abs. 1 UrhG	223
c) Auslegungsregeln für den Nutzungsvertrag	225
d) Verpflichtung zur Nachlizenzierung	226
e) Vertragsrecht	230
f) Besonderheiten in Arbeits- und Dienstverhältnissen	233
aa) § 43 UrhG	234
(1) Arbeitnehmer	235



(2) Pflichtwerk _____	235
(3) Vermutungswirkung _____	236
(4) Bei Gelegenheit geschaffene Werke _____	237
bb) § 69 b UrhG _____	240
<b>2. Übertragung von Nutzungsrechten, §§ 34, 35 UrhG _____</b>	<b>242</b>
a) Allgemeine Regelungen zur Übertragung von Nutzungsrechten _____	242
b) Übertragung von Nutzungsrechten im Zusammenhang mit einer Websitegestaltung _____	244
<b>3. Einräumung von Nutzungsrechten in Wahrnehmungsverträgen der Verwertungsgesellschaften _____</b>	<b>246</b>
a) Umfang der eingeräumten Nutzungsrechte in Wahrnehmungsverträgen _____	248
aa) Wahrnehmungsvertrag der GEMA _____	249
(1) Lizenzierung digitaler Vervielfältigungen durch die GEMA? _____	249
(2) Lizenzierung für digitale Bearbeitungen durch die GEMA? _____	250
(3) Lizenzierung des Werberechts durch die GEMA? _____	251
(4) Lizenzierung des Rechts der öffentlichen Zugänglichmachung sowie für Downloads und andere Nutzungen durch die GEMA? _____	251
bb) Wahrnehmungsvertrag der VG Bild-Kunst _____	252
(1) Der Wahrnehmungsvertrag _____	252
(2) Das OnLineArt Projekt _____	255
cc) Wahrnehmungsvertrag der VG Wort _____	255
dd) Wahrnehmungsvertrag der GVL _____	256
ee) Ergebnis _____	257
b) Urhebervertragsrechtliche Vorschriften und Wahrnehmungsverträge _____	258
aa) Anwendbarkeit urhebervertragsrechtlicher Vorschriften auf die Wahrnehmungsverträge _____	258
bb) Unklarheiten bei den Wahrnehmungsverträgen hinsichtlich der Website-Auswertung _____	259
<b>4. Vereinbarungen zum Urheberpersönlichkeitsrecht _____</b>	<b>260</b>
<b>VI. Rechteeinräumung bei Leistungsschutzrechten _____</b>	<b>261</b>
<b>VII. Zwischenergebnis zum Erwerb der Nutzungsrechte für die Website-Auswertung _____</b>	<b>261</b>
<b>1. Kurzüberblick _____</b>	<b>261</b>
<b>2. Leistungsschutzrecht des Multimediaherstellers _____</b>	<b>263</b>
<b>VIII. Vergütungsfragen _____</b>	<b>264</b>
<b>1. Gesetzliche Vorgaben einer angemessenen Vergütung allgemein _____</b>	<b>265</b>

a) Üblichkeit	266
b) Redlichkeit	267
c) Billiges Ermessen nach Einzelfallbetrachtung	267
2. Besonderheiten der Vergütung im Arbeitsverhältnis	268
a) Meinungsstand zur Anwendbarkeit der §§ 32, 32a UrhG auf Arbeitsverhältnisse	269
b) Eigene Meinung	271
5. Kapitel: Rechtswahrnehmung durch Verwertungsgesellschaften und individuelle Rechtswahrnehmung	273
I. Verwertungsgesellschaften in Deutschland	274
1. Kollektive Rechtswahrnehmung	275
2. Rechtsnatur und Struktur der Verwertungsgesellschaften	276
3. Aufgaben der Verwertungsgesellschaften	278
a) Wahrnehmungszwang und Abschlusszwang	279
b) Gesamtverträge und Tarife	280
aa) Gesamtverträge der Verwertungsgesellschaften	280
bb) Bestehende Tarife für die Nutzung von Werken auf einer Website	281
(1) GEMA-Tarife	282
(2) VG Bild-Kunst-Tarife	282
(3) VG Wort-Tarife	283
cc) Geräteabgaben	283
4. Individuelle Rechtswahrnehmung	284
II. Bündelung der Verwertungsgesellschaften bei Multimediawerken	284
1. Zusammenschlüsse von Verwertungsgesellschaften	286
2. Clearingstelle Multimedia für Verwertungsgesellschaften von Urheber- und Leistungsschutzrechten (CMMV)	286
a) Gründung der CMMV	286
b) Struktur und Arbeitsweise der CMMV	289
aa) Struktur der CMMV	289
bb) Arbeitsweise der CMMV	291
c) Aussichten der CMMV	292
3. SESAM (Frankreich)	293
4. OnLineArt	295
5. Optimierung der Rechtswahrnehmung bei Multimediawerken	296

a) Bilddatenbanken _____	297
b) Sound- und Musikdatenbanken _____	298
c) Fazit _____	299
<i>C. Ergebnis der Untersuchung</i> _____	300
<i>I. Urheberrechtlicher Schutz der Website</i> _____	301
1. Urheberrechtliche Schutzfähigkeit einer Websitegestaltung in ihrer Gesamtheit _____	301
2. Urheberrechtliche Schutzfähigkeit von Elementen einer Website _____	302
3. An der Websitegestaltung beteiligte Urheber _____	303
4. An der Gestaltung der Website und ihrer Elemente bestehende Verwertungs- und Urheberpersönlichkeitsrechte _____	304
<i>II. Erwerb der erforderlichen Nutzungsrechte</i> _____	306
<i>III. Wege der Rechtewahrnehmung</i> _____	307
<i>IV. Schlussthesen</i> _____	309
<i>Literaturverzeichnis</i> _____	311
<i>Abkürzungsverzeichnis</i> _____	343