

# Angemessene Vergütung von Urhebern und Künstlern

Brauner / Brauneck

2022

ISBN 978-3-406-77833-9

C.H.BECK

schnell und portofrei erhältlich bei

[beck-shop.de](https://beck-shop.de)

Die Online-Fachbuchhandlung [beck-shop.de](https://beck-shop.de) steht für Kompetenz aus Tradition. Sie gründet auf über 250 Jahre juristische Fachbuch-Erfahrung durch die Verlage C.H.BECK und Franz Vahlen.

[beck-shop.de](https://beck-shop.de) hält Fachinformationen in allen gängigen Medienformaten bereit: über 12 Millionen Bücher, eBooks, Loseblattwerke, Zeitschriften, DVDs, Online-Datenbanken und Seminare. Besonders geschätzt wird [beck-shop.de](https://beck-shop.de) für sein

umfassendes Spezialsortiment im Bereich Recht, Steuern und Wirtschaft mit rund 700.000 lieferbaren Fachbuchtiteln.

Brauner/Brauneck

Angemessene Vergütung von Urhebern und Künstlern



**beck-shop.de**  
DIE FACHBUCHHANDLUNG

**beck-shop.de**  
DIE FACHBUCHHANDLUNG

# Angemessene Vergütung von Urhebern und Künstlern

Lizenzierungspraxis, Vergütungsregeln,  
Schadensersatz

Herausgegeben von

**Dr. Frank Brauner**

Rechtsanwalt in Berlin

**Dr. Anja Brauneck**

Rechtsanwältin in München

Bearbeitet von

*Susanne Barwick*, Rechtsanwältin, stellv. Justiziarin des Börsenvereins des Deutschen Buchhandels; *Dr. Anja Brauneck*, Rechtsanwältin in München; *Dr. Frank Brauner*, Rechtsanwalt in Berlin; *Philipp Brüggemann*, Rechtsanwalt und Syndikusrechtsanwalt in Berlin; *Prof. Dr. Christian Czyschowski*, Rechtsanwalt in Berlin; *Dr. Amit Datta*, Rechtsanwalt in Berlin; *Prof. Dr. Hanno Fierdag*, Rechtsanwalt in Berlin; *Dr. Michaela Fries-Sina*, Rechtsanwältin und Syndikusrechtsanwältin bei Axel Springer; *Wolfgang May*, Rechtsanwalt in Köln; *Dr. Claas Oehler*, Rechtsanwalt in Berlin; *Prof. Dr. Oliver Schäfer*, Prorektor der Hochschule Offenburg, Of Counsel in Berlin; *Prof. Asterix Westphal*, Rechtsanwalt in Berlin

1. Auflage 2022



Zitiervorschlag:  
Brauner/Brauneck Angemessene Vergütung/*Bearbeiter* Kap. 1 Rn. ...

  
**beck-shop.de**  
DIE FACHBUCHHANDLUNG

**[www.beck.de](http://www.beck.de)**

ISBN 978 3 406 77833 9

© 2022 Verlag C.H. Beck oHG  
Wilhelmstraße 9, 80801 München  
Druck und Bindung: Westermann Druck Zwickau GmbH  
Crimmitschauer Straße 43, 08058 Zwickau

Satz: 3w+p GmbH, Rimpf  
Umschlag: Druckerei C.H. Beck Nördlingen



[chbeck.de/nachhaltig](http://chbeck.de/nachhaltig)

Gedruckt wird auf säurefreiem, alterungsbeständigem Papier  
(hergestellt aus chlorfrei gebleichtem Zellstoff)

## Im Einzelnen haben bearbeitet

Kapitel 1	Einführung und rechtliche Grundlagen	Dr. Anja Brauneck/ Prof. Dr. Christian Czychowski
Kapitel 2	Buch und Presse	Susanne Barwick/ Dr. Michaela Fries-Sina
Kapitel 3	Film, TV und Streamingdienste	Dr. Frank Brauner/ Dr. Amit Datta
Kapitel 4	Musik	Prof. Dr. Hanno Fierdag/ Prof. Asterix Westphal
Kapitel 5	Fotografie	Prof. Dr. Oliver Schäfer/ Philipp Brüggemann
Kapitel 6	Computerspiele	Dr. Claas Oehler
Kapitel 7	Design	Wolfgang May

  
**beck-shop.de**  
DIE FACHBUCHHANDLUNG

**beck-shop.de**  
DIE FACHBUCHHANDLUNG



## Vorwort

Bei allen kreativen Werken stellt sich stets die Frage nach ihrer wirtschaftlichen Gegenleistung, also nach der Höhe der angemessenen Vergütung. Erst diese, nicht ihre Herstellung oder die Verwertung per se, sichert den Kreativen die Lebenshaltung, lässt sie die finanziellen Früchte ihres Werkerfolgs ernten und ermöglicht so im Erfolgsfall das von existenziellen Sorgen unberührte, weitere Werkschaffen. Umgekehrt müssen die Erwartungen der Kreativen mit den wirtschaftlichen Realitäten der Verwertung in Einklang gebracht werden, denn die Verwertung muss, den Gesetzen des Marktes folgend, für den Unternehmer betriebswirtschaftlich attraktiv sein.

Zum Ausgleich der widerstreitenden Interessen hatte es sich der Gesetzgeber vor nunmehr fast 20 Jahren zur Aufgabe gemacht, den Grundsatz eines Anspruchs auf angemessene Vergütung im Urheberrechtsgesetz zu verankern. Den hier gesetzten Rahmen gilt es seither auszufüllen, zum einen durch Verhandlungen zwischen Interessenverbänden, zum anderen durch die mit streitigen Einzelfällen befasste Rechtsprechung. Gerade letztere war in der Vergangenheit mit zahlreichen komplexen Herausforderungen konfrontiert, in denen die „finale Zahl“, die Festlegung des jeweils am Ende Geschuldeten und Angemessenen, eine zentrale Rolle spielte. Angesichts der Vielzahl der Besonderheiten in den Kreativbranchen ist das Ergebnis häufig undurchsichtig, bisweilen mutet es willkürlich an.

Herausgeber und Autoren des hier erstmals vorgelegten Praxishandbuchs haben es sich zur Aufgabe gemacht, mehr Licht ins Dunkel zu bringen und im Anschluss an die „Theorie“ eine breitflächige und branchenübergreifende Darstellung der wesentlichen Vergütungsstrukturen innerhalb der wichtigsten Kreativbranchen vorzulegen. Dabei soll der Fokus nicht allein auf konkrete Zahlen, sondern auch auf deren betriebswirtschaftliche Hintergründe und kalkulatorische Grundlagen gelegt werden. Soweit konkrete Zahlen genannt werden, basieren diese auf subjektiven, jedoch durch tägliche Praxis untermauerten Erfahrungen der jeweiligen Fachautoren.

Da die Preisfindung auch im Falle von Urheberrechtsverletzungen im Bereich von § 97 UrhG eine wichtige Rolle spielt, wurde das Handbuch ferner um die Darstellung ausgewählter gerichtlicher Entscheidungen ergänzt, die auf der Basis einer Lizenzanalogie nach § 97 UrhG getroffen wurden.

Mit der Auswahl der hier thematisierten Branchen ist ein Großteil der Fachbereiche der Urheberrechtsindustrie erfasst. Bei aller Komplexität der Darstellung bleiben durchaus noch Lücken, die ggf. in einer nachfolgenden Auflage geschlossen werden sollen. So verdient, um nur ein Beispiel zu nennen, die Aufführungswirtschaft im Rahmen von Bühnenproduktionen, die hier nur in Einzelaspekten beleuchtet werden konnte, eine genauere Betrachtung.

Wichtig erschien uns Herausgebern die Frage einer möglichst geschlechtsneutralen Darstellung der diskutierten Fachthemen. Nach eingehender Diskussion mit allen beteiligten Autorinnen und Autoren haben wir uns vor allem im Interesse des Leseflusses, aber auch, weil es bei dieser sehr komplexen Problematik nahezu unmöglich ist, einen für alle Personengruppen befriedigenden Königsweg zu finden, dafür entschieden, an dieser Stelle den Empfehlungen des Rats für deutsche Rechtschreibung zu folgen. Demzufolge werden in diesem Handbuch keine verkürzten Formen zur Kennzeichnung mehrgeschlechtlicher Bezeichnungen im Wortinnern verwendet, wie zB Gender-Stern oder Doppelpunkt. Stattdessen schließt das generische Maskulinum, soweit es hier verwendet wird, auch alle femininen und nicht-binären Personen und Personengruppen mit ein.

Ausgesprochen froh sind die Herausgeber darüber, dass sie mit dem Team von Autoren in allen Fachbereichen versierte und in der täglichen Praxis der Preisfindung verankerte Kolleginnen und Kollegen gewinnen konnten, die sich dieser anspruchsvollen Aufgabe gestellt haben. Die intensiven Abstimmungen, um dem Handbuch eine einheitliche Struktur

und eine in sich konsistente Argumentation zu geben, erforderten bei allen Beteiligten viel Mühe und dabei vor allem die Offenheit und Bereitschaft – manchmal auch auf Umwegen – die letztlich beste Lösung zu finden. Unser ganz besonderer Dank gilt daher vor allem ihnen, den Autorinnen und Autoren.

Danken möchten wir auch dem Verlag C.H. Beck, allen voran unseren Lektorinnen, die dieses Projekt über viele Jahre mit Geduld und Zuspruch begleitet und dabei geholfen haben, auf dem Entstehungsweg zahlreiche Hürden zu meistern.

Zusätzlich bedanken möchte sich Anja Brauneck bei Prof. Dr. Manfred Brauneck und Dr. Bernd Spitz für wertvolle Korrekturen und Anregungen in den verschiedenen Phasen des Projekts. Ihr besonderer Dank gilt auch Maximilian, Ferdinand, Constantin und Felicitas, die sie über einen langen Zeitraum hinweg mit den beträchtlichen Anforderungen teilen mussten, die ein solches Projekt bereithält. Für wichtige Recherchen dankt sie ihrer wissenschaftlichen Mitarbeiterin Alissa Brauneck.

Frank Brauner bedankt sich ebenso herzlich für die große Unterstützung und Motivation durch viele Experten, insbesondere (in alphabetischer Reihenfolge) Marcus Dröscher, Jürgen Fabritius, Prof. Dr. Norbert Flechsig, Gerhard Hahn, Jan Herchenröder, Prof. Dr. Paul Hertin, Dr. Florian Prugger, Heinrich Schafmeister, Prof. Dr. Mathias Schwarz, Christopher Sigee, Michael Töteberg und Doris Zander. Ferner dankt er seiner wissenschaftlichen Mitarbeiterin, Rebecca Lyson, für ihre unermüdliche, gewissenhafte und in zahlreichen Gesprächen stets motivierende Unterstützung und – last, but not least – Dr. Detlev Krüger für seinen stetigen Rückhalt.

Die einzelnen Kapitel berücksichtigen die Rechtslage von Juni 2021.

Im Oktober 2021

Frank Brauner  
Anja Brauneck



**beck-shop.de**  
DIE FACHBUCHHANDLUNG

# Inhaltsverzeichnis

Im Einzelnen haben bearbeitet .....	V
Vorwort .....	VII
Abkürzungsverzeichnis .....	XVII
Verzeichnis der abgekürzt zitierten Literatur .....	XXV

## Kapitel 1: Einführung und rechtliche Grundlagen

I. Vergütung im Urhebervertragsrecht .....	2
1. Einleitung .....	2
a) Zentrale Begriff der angemessenen Vergütung .....	2
b) Freie Kreative .....	5
c) Gesetzliche Verankerung der Urhebervergütung .....	6
d) Herstellung von Vertragsparität .....	7
e) Idee Gemeinsamer Vergütungsregeln .....	9
f) Reformen als Erfolg? .....	10
2. Angemessenheit der Vergütung .....	11
a) Regelungsgefüge der §§ 32, 32a UrhG .....	11
b) Anwendungsbereich .....	15
c) Zwingende Anwendung der §§ 32, 32a UrhG bei Verträgen mit Auslandsberührung .....	19
d) Vergleichbare Regelungen in der Europäischen Union .....	21
e) Europäische DSM-RL (2019) .....	23
3. Konkretisierung von Angemessenheit .....	27
a) Kollektive Vergütungsregeln – Tarifverträge, Gemeinsame Vergütungsregeln .....	27
b) Individualrechtlich – angemessenes Verhältnis zwischen Anfangsvergütung (Gegenleistung) und Verwertungserfolg .....	41
II. Angemessene Vergütung im Recht des Schadensersatzes .....	55
1. Allgemeines .....	55
2. Angemessene Lizenzgebühr .....	57
a) Übliche Vertragspraxis .....	57
b) Erhöhungen .....	58

## Kapitel 2: Buch und Presse

I. Wirtschaftliche und vertragliche Rahmenbedingungen .....	63
1. Allgemeines .....	63
a) Marktsituation .....	65
b) Die beteiligten Akteure .....	70
c) Erlösstrukturen im Buchmarkt .....	77
d) Erlösstrukturen im Pressemarkt .....	80
2. Die einzelnen Vertragswerke .....	83
a) Verträge zwischen Rechteinhabern und Buchverlagen .....	83
b) Agenturvertrag .....	102
c) Verträge zwischen Rechteinhabern und Presseverlagen .....	103
d) Verträge zwischen Verlagen und weiteren Verwertern .....	116
e) Wahrnehmungsvertrag VG WORT .....	126
f) Wahrnehmungsvertrag VG Media .....	130

II. Kollektive Vergütungsregeln und Vergütungskataloge im Bereich Buch und Presse .....	133
1. Buchmarkt .....	133
a) Gemeinsame Vergütungsregeln für Autoren belletristischer Werke zwischen einzelnen Verlagen und dem Schriftstellerverband VS .....	133
b) Gemeinsame Vergütungsregeln für Literaturübersetzungen .....	135
c) Tarif der VG WORT zur Regelung der Vergütung von Ansprüchen nach § 137I Abs. 5 S. 1 UrhG für zuvor in gedruckter Form verlegte Sprachwerke .....	139
2. Presse .....	140
a) Manteltarifvertrag für Redakteure/innen an Tageszeitungen .....	140
b) Manteltarifvertrag für Redakteurinnen und Redakteure an Zeitschriften ....	145
c) Tarifvertrag für Redaktionsvolontäre .....	147
d) Tarifvertrag für arbeitnehmerähnliche freie Journalisten/innen an Tageszeitungen .....	147
e) Gemeinsame Vergütungsregeln für Journalisten/innen .....	149
f) Vergütungsvorstellungen von Zusammenschlüssen der Journalisten .....	152
III. Kriterien angemessener Vergütung und Nachvergütung gem. §§ 32, 32a UrhG im Bereich Buch und Presse .....	156
1. Kriterien der Üblichkeit und Redlichkeit (§ 32 Abs. 2 UrhG) .....	156
a) Buchautoren .....	156
b) Übersetzer .....	157
c) Freie Journalisten an Tageszeitungen .....	164
2. Weitere Beteiligung (§ 32a UrhG) .....	168
a) Buchautoren .....	168
b) Übersetzer .....	170
3. AGB-Kontrolle .....	171
IV. Angemessene Vergütung bei der Berechnung des Schadensersatzanspruchs gem. § 97 UrhG im Bereich Buch und Presse .....	172
1. Die bisherige individualrechtliche Angemessenheitskontrolle durch die Gerichte bei der Festlegung der Entschädigungslizenz .....	172
2. Rechtssprechungsbeispiele .....	173
a) Autoren .....	173
b) Übersetzer .....	173
c) Buchverlage .....	174
d) Hörbuchverlage .....	174
e) Presseverlage .....	174

## Kapitel 3: Film, TV und Streamingdienste

I. Wirtschaftliche und vertragliche Rahmenbedingungen der Film-, Fernseh- und Streamingwirtschaft .....	180
1. Allgemeine Rahmenbedingungen .....	180
a) Vorbemerkung .....	180
b) Begriffsbestimmung .....	183
c) Marktsituation .....	183
d) Das Filmwerk und seine Beteiligten .....	189
e) Strukturen der Finanzierung und Gewinnerzielung bei Film-, TV- und Streamingproduktionen .....	201
2. Erlösstrukturen in der Film-, TV- und Streamingwirtschaft .....	210
a) Verträge zwischen Kreativen und Produzenten .....	210

b) Verträge zwischen Kreativen und Verwertungsgesellschaften .....	226
c) Erlösstrukturen auf der Ebene der Produzenten .....	226
d) Erlösflüsse zwischen Produzenten und Auswertern .....	230
e) Fallbeispiele und Erlösdiagramme .....	236
II. Kollektive Vergütungsregeln und Vergütungskataloge im Bereich Film/TV/Streamingdienste .....	242
1. Branchenweite Kollektivregeln .....	242
a) Tarifvertrag für Film- und Fernsehschaffende .....	242
b) Tarifvertrag für Schauspielerinnen und Schauspieler .....	244
c) Tarifvertrag „Debüt- und Abschlussfilm“ .....	245
d) Gemeinsame Vergütungsregeln Synchron .....	246
2. Kollektivregeln im Bereich Kinofilm .....	248
a) Ergänzungstarifvertrag Erlösbeteiligung Kinofilm .....	248
b) Verteilungstarifvertrag zum Ergänzungstarifvertrag Erlösbeteiligung Kinofilm .....	253
c) Gemeinsame Vergütungsregeln zwischen Bundesverband Regie und Produzentenallianz .....	255
d) Gemeinsame Vergütungsregeln zwischen Bundesverband Kinematographie und Constantin Film .....	256
3. Kollektivregeln im Bereich Fernsehen .....	259
a) Protokollerklärung zum 12. Rundfunkänderungsstaatsvertrag .....	259
b) Kollektivregeln der ARD .....	260
c) Kollektivregeln des ZDF .....	274
d) Kollektivregeln der ProSiebenSat.1-Gruppe .....	284
e) Kollektivregeln der RTL-Gruppe .....	291
f) Einigungsvorschlag im Schiedsverfahren zwischen Constantin Television und BVK .....	295
4. Kollektivregel im Bereich Streaming: GVR zwischen Netflix, BFFS und ver.di .....	297
III. Kriterien angemessener Vergütung und Nachvergütung gem. §§ 32, 32a UrhG im Bereich Film .....	299
1. Vorbemerkung .....	299
2. Branchenspezifika bei der Bewertung der angemessenen Vergütung gem. § 32 UrhG .....	300
a) Der Umfang der Nutzungsmöglichkeit .....	300
b) Dauer, Häufigkeit und Ausmaß der Nutzung .....	301
c) Berücksichtigung aller Umstände .....	301
3. Zentrale Problemfelder bei der Anwendung des § 32a UrhG .....	301
a) Berücksichtigung einer Vielzahl potentiell Berechtigter .....	301
b) Erträge und Vorteile bei der Bewertung des auffälligen Missverhältnisses (§ 32a UrhG) .....	302
c) Freistellungsklauseln .....	304
d) Eingeschränkte Möglichkeit der Quersubventionierung .....	305
4. Die Reichweite gemeinsamer Vergütungsregeln .....	305
a) Konzeption und praktische Bedeutung .....	305
b) Die Indizwirkung gemeinsamer Vergütungsregeln .....	306
5. Richtlinie der EU über das Urheberrecht im digitalen Binnenmarkt (DSM-RL) und Umsetzung in deutsches Urheberrecht .....	308
6. Die Rspr. zu den verschiedenen Anspruchsberechtigten .....	309
a) Filmurheber .....	309
b) Urheber vorbestehender Werke .....	316
c) Ausübende Künstler .....	326

IV. Angemessene Vergütung bei der Berechnung des Schadensersatzanspruchs gem. § 97 UrhG im Bereich Film .....	333
1. Das Verhältnis der §§ 32, 32a UrhG und § 97 UrhG .....	333
2. Die Geltendmachung eines Schadensersatzanspruchs gem. § 97 UrhG bei Mehrurheberwerken .....	333
3. Die unberechtigte Verwendung von Filmwerken und ihrer Ausschnitte .....	334
4. Die Rechtsprechung zum Filesharing .....	336

## Kapitel 4: Musik

I. Wirtschaftliche und vertragliche Rahmenbedingungen .....	341
1. Vorbemerkung .....	341
2. Marktsituation .....	341
a) Branchenüberblick .....	341
b) Bisherige Entwicklung der Musikbranche .....	343
c) Ausblick .....	345
3. Die Beteiligten der Musikbranche .....	347
a) Originäre Rechteinhaber .....	347
b) Rechteverwerter .....	349
c) Verwertungsgesellschaften .....	353
4. Erlösstrukturen .....	354
a) Allgemein .....	354
b) Notendruck/„Papiergeschäft“ .....	355
c) Aufführung .....	355
d) Tonträgerauswertung .....	357
e) Tonträger in Film und Werbung .....	363
f) Sendung .....	365
g) Öffentliche Wiedergabe von Tonträgern, Bildtonträgern und Sendungen .....	366
5. Die einzelnen Vertragswerke .....	367
a) Verträge der originären Rechteinhaber .....	367
b) Verträge zwischen Auswertern .....	380
II. Kollektive Vergütungsregeln und Vergütungsempfehlungen .....	394
1. Urheber .....	394
a) Rahmenvereinbarung Bühne .....	395
b) Erfahrungsregeln des Deutschen Musikverleger-Verbands .....	395
2. Ausübende Künstler .....	395
a) Tarifvertrag für die Musiker in Konzert- und Theaterorchestern (TVK) .....	395
b) Normalvertrag Bühne (NV Bühne) .....	396
c) Weitere Tarifverträge .....	396
III. Kriterien angemessener Vergütung und Nachvergütung gem. §§ 32, 32a UrhG in der Musikbranche .....	397
1. Kriterien der Üblich- und Redlichkeit .....	397
a) Urheber .....	397
b) Ausübende Künstler .....	400
2. Kriterien der Unverhältnismäßigkeit .....	410
a) Ansprüche gegenüber Vertragspartner gem. § 32a Abs. 1 UrhG .....	410
b) Ansprüche gegenüber Dritten gem. § 32a Abs. 2 UrhG .....	413
3. Richtlinie der EU über das Urheberrecht im digitalen Binnenmarkt (DSM-RL) und Umsetzung in deutsches Urheberrecht .....	416

IV. Angemessene Vergütung bei der Berechnung des Schadensersatzanspruchs gem. § 97 UrhG .....	418
1. Die bisherige individualrechtliche Angemessenheitskontrolle durch die Gerichte bei der Festlegung des Schadensersatzes im Wege der Lizenzanalogie .....	418
a) Urheber .....	419
b) Ausübende Künstler .....	420
2. Diskussion und Fazit für die Festlegung allgemeiner Ermessens-Maßstäbe bei der Bestimmung der angemessenen Lizenzgebühr .....	423

### Kapitel 5: Fotografie

I. Wirtschaftliche und vertragliche Rahmenbedingungen .....	427
1. Allgemeines .....	427
a) Marktsituation .....	427
b) Fotografien: Lichtbildwerke und Lichtbilder .....	429
c) Die beteiligten Akteure .....	430
d) Grundsätzliches zur Vergütungsstruktur und Vertragstypen .....	433
2. Strukturen der Produktion und Finanzierung nach Branchen .....	435
a) Kunstfotografie .....	435
b) Presse- und Reportagefotografie .....	437
c) Fotografie für Werbung und PR .....	439
d) Modefotografie .....	441
e) Produktfotografie .....	444
f) Architekturfotografie, Industrie-/Anlagenfotografie .....	446
g) Fotografie für Blogs und Social Media .....	447
h) Event- und Portraitfotografie .....	448
II. Kollektive Vergütungsregeln und Vergütungskataloge im Bereich Fotografie .....	450
1. Tarifvertragliche Vergütungsregeln .....	450
a) Tarifvertrag für arbeitnehmerähnliche freie Journalistinnen und Journalisten an Tageszeitungen (TVaFT) .....	451
b) Manteltarifvertrag für Redakteurinnen und Redakteure an Tageszeitungen .....	454
c) Vergütungstarifvertrag Design (VTV Design) .....	454
d) Tarifvertrag für auf Produktionsdauer beschäftigte Film- und Fernseherschaffende (TV FFS) .....	455
2. Gemeinsame Vergütungsregeln iSv § 36 UrhG: Gemeinsame Vergütungsregeln für hauptberufliche Freie an Tageszeitungen (GVR-Tageszeitungen) .....	457
a) Geltungsbereich .....	457
b) Umfang der Rechtseinräumung .....	458
c) Regelungen zur Vergütung .....	459
3. Sonstige Honorarmodelle .....	460
a) MFM-Bildhonorare .....	460
b) Verwertungsgesellschaft Bild-Kunst (VG Bild-Kunst) .....	464
III. Kriterien angemessener Vergütung und Nachvergütung gem. §§ 32, 32a UrhG im Bereich Fotografie .....	466
1. Kriterien der Redlich- und Üblichkeit .....	468
2. Kriterien der Unverhältnismäßigkeit .....	470
3. Richtlinie der EU über das Urheberrecht im digitalen Binnenmarkt (DSM-RL) und Umsetzung in deutsches Urheberrecht .....	470

IV. Angemessene Vergütung bei der Berechnung des Schadensersatzanspruchs gem. § 97 UrhG im Bereich Fotografie .....	471
1. Die gerichtliche Angemessenheitskontrolle bei der Festlegung der Lizenzanalogie .....	471
a) Angemessene Vergütung im Rahmen der Lizenzanalogie .....	472
b) Ermittlung der Höhe durch den Tatrichter .....	472
c) Sonderfall: Erhöhung bei unterlassener Urheberbenennung .....	478
d) Verletzerzuschlag .....	482
2. Rechtsprechungsbeispiele (nach Fallgruppen) .....	483
a) MFM-Bildhonorare .....	483
b) Sonstige Fallgruppen .....	489
3. Fazit .....	497

## Kapitel 6: Computerspiele

I. Wirtschaftliche und vertragliche Rahmenbedingungen .....	503
1. Allgemeines .....	503
a) Die Marktsituation .....	505
b) Das Computerspiel als Werk und die bei der Produktion Beteiligten .....	508
c) Entwicklung und Produktion von Computerspielen .....	523
d) Finanzierung der Spielentwicklung .....	524
2. Vertragliche Erlös- und Vergütungsstrukturen im Spielmarkt .....	525
a) Erlösströme vom Endkunden zum Publisher oder Dienstleister .....	526
b) Erlösströme vom Publisher zum Entwicklerstudio .....	535
c) Erlösströme zwischen Entwicklerstudios und Urhebern .....	542
3. Übliche Vergütung in der Games-Branche .....	544
a) Gehälter nach Tätigkeitsfeld .....	545
b) Gehälter nach Unternehmensgröße .....	546
c) Gehälter nach Geschlecht .....	546
d) Gehälter nach Region .....	546
e) Gehälter im europäischen und internationalen Vergleich .....	547
f) Fazit .....	547
g) Freie Mitarbeiter .....	548
II. Kollektive Vergütungsregeln und Vergütungskataloge im Bereich Games .....	550
III. Kriterien angemessener Vergütung und Nachvergütung gem. §§ 32, 32a UrhG im Bereich Games .....	550
1. Angemessene Vergütung .....	551
a) Angemessene Vergütung bei Arbeitnehmerurhebern in der Computerspielentwicklung .....	551
b) Angemessenheit einer pauschalen Vergütung .....	553
c) Weitere angemessene Vergütung, Gegenstand der Bruttovergütung/Werkzuordnung .....	554
d) Keine Vergütung für Computerprogramme .....	557
2. Transparenzpflichten der Beteiligten bei nachrangigen Beiträgen .....	558
IV. Angemessene Vergütung bei der Berechnung des Schadensersatzanspruchs gem. § 97 UrhG .....	560
1. Praxis in der Rspr. .....	560
2. Beispiele zugesprochener Schadensersatzansprüche .....	560
a) Einmaliges Anbieten zum Download .....	560
b) Zweimaliges Anbieten zum Download .....	561
c) Anbieten zum Download in mehr als zwei Fällen .....	561



3. Fazit ..... 562

**Kapitel 7: Design**

I. Wirtschaftliche und vertragliche Rahmenbedingungen ..... 563

1. Allgemeines ..... 563

    a) Marktsituation ..... 564

    b) Die Beteiligten ..... 565

    c) Erlösstrukturen ..... 568

2. Vertragswerke ..... 570

    a) Verträge angestellter Designer ..... 570

    b) Verträge zwischen selbstständigen Designern und Auftraggebern ..... 571

II. Kollektive Vergütungsregeln und Vergütungskataloge im Bereich Design ..... 575

1. Vergütungstarifvertrag Design ..... 575

    a) Geltungsbereich ..... 575

    b) Vergütung ..... 576

2. Weitere Entwicklungen im Hinblick auf Gemeinsame Vergütungsregeln ..... 578

III. Kriterien angemessener Vergütung und Nachvergütung gem. §§ 32, 32a UrhG im Bereich Design ..... 578

1. Grundlegende Entscheidungen für Werke der angewandten Kunst ..... 578

2. Angemessene Vergütung (§ 32 UrhG) ..... 581

3. § 32a UrhG ..... 582

4. Richtlinie der EU über das Urheberrecht im digitalen Binnenmarkt (DSM-RL) und Umsetzung in deutsches Urheberrecht ..... 584

IV. Angemessene Vergütung bei der Berechnung des Schadensersatzanspruchs gem. § 97 UrhG im Bereich Design ..... 585

1. Mögliche Berechnungen des Schadensersatzes ..... 585

2. Rechtsprechung ..... 586

**Anhang 1: Tabellarische Übersichten zu abgeschlossenen GVR und Tarifverträgen**

I. Buch und Presse ..... 590

II. Film, TV und Streamingdienste ..... 592

III. Musik ..... 599

IV. Fotografie ..... 599

V. Computerspiele ..... 600

**Anhang 2: Tabellarische Übersichten zu angemessenen Vergütungen und Schadensersatzbeträgen in der Gerichtspraxis**

I. Buch und Presse ..... 601

1. Urteile aufgrund von §§ 32, 32a UrhG ..... 601

2. Urteile aufgrund von § 97 UrhG (nach Lizenzanalogie) ..... 603

II. Film, TV und Streamingdienste ..... 605

1. Urteile aufgrund von §§ 32, 32a UrhG ..... 605

2. Urteile aufgrund von § 97 UrhG (nach Lizenzanalogie) ..... 605

## Inhaltsverzeichnis

---

III. Musik .....	614
1. Urteile aufgrund von §§ 32, 32a UrhG .....	614
2. Urteile aufgrund von § 97 UrhG (nach Lizenzanalogie) .....	614
IV. Fotografie .....	617
1. Urteile aufgrund von §§ 32, 32a UrhG .....	617
2. Urteile aufgrund von § 97 UrhG (nach Lizenzanalogie) .....	618
V. Computerspiele .....	627
1. Urteile aufgrund von §§ 32, 32a UrhG .....	627
2. Urteile aufgrund von § 97 UrhG (nach Lizenzanalogie) .....	627
VI. Design .....	628
1. Urteile aufgrund von §§ 32, 32a UrhG .....	628
2. Urteile aufgrund von § 97 UrhG (nach Lizenzanalogie) .....	628
Sachverzeichnis .....	631



**beck-shop.de**  
DIE FACHBUCHHANDLUNG