

Recht der E-Books und Electronic Publishing

Bearbeitet von
Dr. Ralph Oliver Graef

1. Auflage 2017. Buch. Rund 400 S. Gebunden
ISBN 978 3 406 66082 5
Format (B x L): 14,0 x 22,4 cm

[Recht > Handelsrecht, Wirtschaftsrecht > Urheberrecht, Medienrecht > Urheberrecht,
Lizenzrecht](#)

Zu [Inhalts-](#) und [Sachverzeichnis](#)

schnell und portofrei erhältlich bei


DIE FACHBUCHHANDLUNG

Die Online-Fachbuchhandlung beck-shop.de ist spezialisiert auf Fachbücher, insbesondere Recht, Steuern und Wirtschaft. Im Sortiment finden Sie alle Medien (Bücher, Zeitschriften, CDs, eBooks, etc.) aller Verlage. Ergänzt wird das Programm durch Services wie Neuerscheinungsdienst oder Zusammenstellungen von Büchern zu Sonderpreisen. Der Shop führt mehr als 8 Millionen Produkte.

regelmäßig zu löschen sind. Eine Speicherung von Verkehrsdaten (Vorratsdatenspeicherung) ist in Deutschland unzulässig.

Innerhalb des kurzen Zeitraums, in dem die dynamischen IP-Adressen gespeichert werden, können die Rechtsanwaltskanzleien im Namen des Verletzten jedoch gemäß § 101 Abs. 9 UrhG einen Auskunftsanspruch gegenüber dem Serviceprovider des Uploaders/Downloaders gerichtlich geltend machen. Für den Erlass dieser Anordnung ist das Landgericht, in dessen Bezirk der zur Auskunft Verpflichtete seinen Wohnsitz, seinen Sitz oder eine Niederlassung hat, ohne Rücksicht auf den Streitwert ausschließlich zuständig. Die Entscheidung trifft die Zivilkammer. § 101 Abs. 1 UrhG verlangt eine Urheberrechtsverletzung in „gewerblichem Ausmaß“. Dies schließt in der Regel Handlungen aus, die in gutem Glauben von Endverbrauchern vorgenommen werden. Aber bereits ein einmaliges Herauf- und Herunterladen eines urheberrechtlichen Werks in der verkaufsrelevanten Phase kann eine Rechtsverletzung im „gewerblichen Ausmaß“ begründen.³³¹ Nach Auskunftserteilung des Serviceproviders können dann entsprechende kostenpflichtige Abmahnungen durch die Rechtsanwaltskanzleien verschickt werden. Ferner kann nach Auskunftserteilung des Verletzers über den Umfang der von ihm vorgenommenen Handlungen auch Schadensersatz geltend gemacht werden.

b) „Digimarc Guardian“

Unter der Bezeichnung „Digimarc Guardian“ wird von dem US-amerikanischen Technologieunternehmen Digimarc Corporation ein Service zum Aufspüren und Überprüfen illegaler Downloads auf Cyberlocker-Seiten, Tauschbörsen und anderen Seiten angeboten.³³² Hierdurch sollen die E-Book-Formate PDF, EPUB und MOBI vor Raubkopierern geschützt werden. Zunächst werden die Dateien der E-Books mit einem digitalen Wasserzeichen versehen. Dieses „digital Watermarking“ genannte Verfahren versieht das E-Book mit einem sichtbaren Wasserzeichen, es unterscheidet sich insoweit von dem üblichen weichen Kopierschutz/DRM, der unsichtbare Wasserzeichen verwendet. Digimarc setzt insoweit auf einen Abschreckungseffekt. Sodann wird das Internet automatisiert nach illegalen Inhalten durchsucht. Ergänzend dazu findet eine manuelle Suche statt, um falsche Treffer zu minimieren. Die Software überprüft verdächtige Seiten sowie vom Rechteinhaber gemeldete Seiten. Digimarc Guardian führt im Falle von Verletzungen ein sogenanntes Notice-and-Take-

291

³³¹ OLG Schleswig, Beschluss vom 5.2.2010 – 6 W 26/09, GRUR-RR 2010, 239 – *Limited Edition*; OLG Köln, Beschluss vom 21.10.2008 – 6 Wx 2/08, GRUR-RR 2009, 9 – *Ganz anders*; siehe hierzu auch *Reber*, in: Beck'scher Online-Kommentar Urheberrecht, § 101 UrhG, Rn. 16 ff., der diese Rechtsprechung auf Kinofilme, Hörbücher, Hörspiele für anwendbar erachtet.

³³² Die MVB Marketing- und Verlagsservice des Buchhandels GmbH, eine Tochter des Deutschen Börsenvereins, kooperiert seit dem 1. Januar 2015 mit dem US-amerikanischen Technologieunternehmen Digimarc Corporation <http://www.mvb-online.de/ueber-uns/presse/aktuelle-mitteilungen/mehr-schutz-gegen-digitale-piraterie.html>.

Down-Verfahren durch. Die Webseitenbetreiber mit dem illegalen Inhalt werden aufgefordert, die rechtswidrigen Links zu entfernen und zu blockieren. Zudem wird dafür gesorgt, dass die Links aus den Ergebnislisten der Suchmaschinen gelöscht werden. In einem weiteren Schritt werden rechtliche Schritte gegen die Täter und Webseitenbetreiber eingeleitet. Über das Digimarc Guardian Webportal haben die betroffenen Verlage die Möglichkeit, die einzelnen Schritte und ihren Fortschritt in Echtzeit zu verfolgen.³³³

c) „CounterFights“

- 292 Ein weiterer großer Dienstleister ist das deutsche Unternehmen CounterFights Anti-Piracy medien- & system PARK (CounterFights). Hierbei handelt es sich um ein Ermittlungsunternehmen zur Bekämpfung von Produkt- und Markenpiraterie. CounterFights nimmt für Verlage Markt- und Statusanalysen vor und erstellt Gutachten zur Schwere des Schadens und zur Anzahl der sich auf dem Markt befindlichen gefälschten Produkte.³³⁴ CounterFights bedient sich im Verletzungsfall ebenfalls des Notice-and-Take-Down-Verfahrens und wendet sich beispielsweise gegen große Filehosting- und One-Click-Dienste (wie lul.to).

d) „iParadigms“

- 293 Einen etwas anderen Ansatz als die zuvor genannten Anti-Piraterie Dienstleister wählt die iParadigms LLC. Das US-amerikanische Unternehmen zum Schutz des geistigen Eigentums von Texten bietet die Plagiat-Fahndungsprodukte „Turnitin“ und „iThenticate“ an. Dabei handelt es sich um eine webbasierte Software, die es insbesondere Bildungseinrichtungen ermöglicht, Textinhalte auf ihre Originalität hin zu überprüfen. Plagiate werden dadurch enttarnt, dass ein eingereichter Text mit einer Vergleichsdatenbank mit über 116 Millionen Einträgen abgeglichen wird³³⁵. Über 10 000 Bildungseinrichtungen nutzen weltweit die Software, im deutschsprachigen Raum unter anderem die Universität Hamburg, die Humboldt-Universität zu Berlin, die Ludwig-Maximilians-Universität München, die Universität Heidelberg, die European Business School Schloss Reichartshausen, die ETH Zürich und die Universität St. Gallen. Die Software erkennt auch sogenannte „Übersetzungsplagiate“, Plagiate also bei denen die ursprüngliche Quelle in englischer Sprache war und dann von Studenten in die jeweils an der Bildungseinrichtung gängige Sprache übersetzt wurde.³³⁶

³³³ http://www.mvb-online.de/files/mvb_digimarc_infolyer_.pdf.

³³⁴ <http://www.counterfights.com>.

³³⁵ <http://turnitin.com>.

³³⁶ <http://www.prnewswire.com/news-releases/turnitin-stellt-ubersetzte-ubereinstimmung-zum-mehrsprachigen-erkennen-von-plagiarismus-vor-137091558.html>.

e) „Link-Busters“

Link-Busters ist ein holländischer Anbieter, dessen Geschäftsmodell die Lösung von Links und Linksammlungen ist, die auf illegale Seiten mit E-Books, Software und Musik führen.³³⁷ Das Ziel ist dabei nicht die die Verhinderung von Piraterie sondern das Auffinden von illegalen Links. Link-Busters konzentriert sich auf die Entfernung von Links auf Torrent-Plattformen, auf Filehoster-Plattformen und auf Google und führt auch eigenständig das Notice-and-Take-Down-Verfahren gegenüber den Verletzern durch. Link-Busters arbeitet bislang z. B. mit The Random House Group, dem Thieme Verlag, Universal Music und Sony Music Entertainment zusammen. 294

VII. Anwendbarkeit des Leistungsschutzrechts für Presseverleger auf E-Books und sonstige Formen des E-Publishing

1. Hintergrund

Die von den deutschen Presseverlagen initiierte und im Koalitionsvertrag der CDU und FDP 2009 vereinbarte Einführung eines Leistungsschutzrechtes für Presseverleger ist eine der rechts- und medienpolitisch umstrittensten Änderungen des Urheberrechts der vergangenen Jahrzehnte. Nach mehreren signifikanten Änderungen wurde der als „Lex Google“ titulierte Gesetzesentwurf aufgrund der hohen Zahl an kritischen Stimmen in Fachwelt und Praxis vom Bundestag am 1. März 2013 verabschiedet. Das Gesetz wurde am 14. Mai 2013 als „Achstes Gesetz zur Änderung des Urheberrechtsgesetzes vom 7.5.2013“ im Bundesgesetzblatt veröffentlicht³³⁸ und ist am 1. August 2013 in Kraft getreten. Der Schutz des Presseverlegers wurde als neuer Abschnitt 7 in den zweiten Teil des Urheberrechtsgesetzes bei den sogenannten verwandten Schutzrechten als §§ 87f bis h UrhG eingefügt. Inhalt des Leistungsschutzrechtes ist der Schutz der verlegerischen Leistung vor deren öffentlicher Zugänglichmachung durch **gewerbliche Anbieter von Suchmaschinen** oder durch **gewerbliche Diensteanbieter**, die die Inhalte entsprechend aufbereiten. Intention des Gesetzes ist also, die Presseverleger an den Gewinnen, die die Suchdienste mit deren Verlagsinhalten erzielen, zu beteiligen. 295

³³⁷ <http://www.link-busters.com>.

³³⁸ BGBl. I 2013, 1161.

2. Presseverleger

- 296 Das Urheberrecht kennt neben dem Schutz von Werkurhebern und anderen Kreativen den Schutz der Werkmittler, die die Werke veröffentlichen und vertreiben. Anders als beim Werkschutz und dem Schutz der ausübenden Künstler steht beim Leistungsschutzrecht des Presseverlegers die spezifische Leistung des Herstellers von Presseprodukten im Vordergrund. Der Begriff des Presseverlegers wird in § 87f UrhG legaldefiniert als **Hersteller eines Presseergebnisses**. Er hat das ausschließliche Recht, das Presseergebnis oder Teile davon zu gewerblichen Zwecken öffentlich zugänglich zu machen.

3. Presseergebnis

- 297 § 87f UrhG definiert ein Presseergebnis als die **redaktionell-technische Festlegung journalistischer Beiträge** im Rahmen einer unter einem Titel auf beliebigen Trägern periodisch veröffentlichten Sammlung, die bei Würdigung der Gesamtumstände als überwiegend verlagstypisch anzusehen ist und die nicht überwiegend der Eigenwerbung dient. Der Schutzgegenstand des Leistungsschutzrechts ist also weder die persönliche geistige Schöpfung des Urhebers noch das Presseergebnis selbst, sondern „die zur Festlegung des Presseergebnisses erforderliche wirtschaftliche, organisatorische und technische Leistung des Presseverlegers“.³³⁹

a) Übernahme einzelner Wörter und kleinster Textauschnitte – Google Snippets

- 298 Kernstreitpunkt der Debatte um das Leistungsschutzrecht der Presseverleger war die Frage, inwieweit der einzelne Artikel und Teile davon geschützt sein können. Während es das Anliegen der Verleger war, jede Entnahme auch kleinster Textfragmente unter Erlaubnisvorbehalt zu stellen, befürchteten die Kritiker dadurch nicht weniger als die Monopolisierung der Sprache im Internet.³⁴⁰ Als Kompromiss wurde daher in § 87f UrhG eingefügt, dass der Presseverleger zwar das ausschließliche Recht hat, das Presseergebnis oder Teile hiervon zu gewerblichen Zwecken öffentlich zugänglich zu machen. Dies gilt jedoch dann nicht, wenn es sich um einzelne Wörter oder kleinste Textauschnitte handelt. Zu Grunde zu legen ist dabei ein **quantitativer Maßstab**. Der Leistungsrechtsschutz wird nicht qualitativ bemessen, da es ansonsten zu einer dogmatischen Verwechslung mit dem urheberrechtlichen Werkschutz käme, bei dem auf die Qualität einer kreativen Leistung abgestellt wird und Schutz nur bei ausreichender Schöpfungshöhe des jeweiligen Werks gewährt

³³⁹ BT-Drucks. 17/11470, S. 8.

³⁴⁰ <http://irights.info/artikel/referentenentwurf-zum-leistungsschutzrecht-eine-rechtspolitische-analyse/7225>.

wird. Die beim Deutschen Patent- und Markenamt angesiedelte Schiedsstelle nach dem Urheberrechtswahrnehmungsgesetz hat in ihrem Hinweisbeschluss vom 24. September 2015 eine feste Obergrenze von sieben Wörtern unter Ausschluss der Suchbegriffe vorgeschlagen.³⁴¹

b) E-Books und sonstige Formen des E-Publishings als Presseerzeugnis?

Um als Presseerzeugnis im Sinne des Leistungsschutzrechts zu gelten, muss die Publikation periodisch erfolgen. Periodisch sind alle Veröffentlichungen, die in fortlaufender Folge unter einem Titel erscheinen. Zwar ist es ausreichend, wenn das Presseerzeugnis halbjährlich oder quartalsweise erscheint. Einmalige Publikationen erfüllen dieses Kriterium hingegen eindeutig nicht. Damit fällt das herkömmliche E-Book und das Enhanced E-Book aus dem Anwendungsbereich des Leistungsschutzrechts heraus.³⁴² Etwas anderes ergibt sich auch nicht für mehrbändige Reihen, da diese i. d. R. nicht regelmäßig erscheinen. Begünstigter des Leistungsschutzrechts ist folglich nicht jeder Verleger, sondern nur derjenige, der Presse(erzeugnisse) im ursprünglichen Wortsinn herstellt.

Sehr wohl unter das Leistungsschutzrecht kann jedoch ein im Wege des E-Publishings veröffentlichtes Werk fallen, sofern es darauf angelegt ist, regelmäßig zu erscheinen und die Form eines journalistischen Beitrages hat. Hierzu zählen **E-Paper** und **E-Magazines**. Als nicht abschließende Regelbeispiele nennt § 87f Abs. 2 S. 2 UrhG in diesem Zusammenhang Artikel und Abbildungen, die der Informationsvermittlung oder Unterhaltung dienen. Die Begriffe „redaktionell“ und „journalistisch“ sollen dabei das Leistungsschutzrecht nicht auf die Berufsgruppe der im Pressesektor beruflich tätigen Personen beschränken. So können auch Blogger als Presseverleger im Sinne des Gesetzes gelten, sobald sie die Beiträge in ihrem Blog regelmäßig veröffentlichen und mit dem Ziel erstellen, ihre Leser zu informieren bzw. zu unterhalten. Ihre Leistung muss sich also als verlagstypisch darstellen. Es ist insoweit der weite verfassungsrechtliche Pressebegriff zu Grunde zu legen.

4. Beteiligungsanspruch des Urhebers und Rechtewahrnehmung

Werden durch Suchmaschinen und ähnliche Suchdienste Teile von Presseerzeugnissen durch deren Suchergebnisse öffentlich zugänglich gemacht, muss dafür eine **Vergütung** an die Hersteller der jeweiligen Inhalte gezahlt werden. Laut § 87h UrhG ist der Urheber des Presseerzeugnisses an der Vergütung **angemessen zu beteiligen**. Diese Regelung dient dem **Interessenausgleich** zwischen **Presseverleger** und **Urheber**, sollten diese nicht in einer

³⁴¹ Schiedsstelle beim DPMA, Hinweisbeschluss vom 24. September 2015.

³⁴² Graef, in: Möhring/Nicolini, Urheberrecht. Kommentar, § 87f Rn. 10.

Person zusammenfallen, wie dies etwa bei einem Blogger der Fall ist. Die Höhe der jeweiligen Beteiligung wird dabei zwischen den Gewerkschaften und Verlegerverbänden durch Tarife festgelegt werden müssen. Für die Wahrnehmung der Verlagsrechte selbst bleibt es den Presseverlegern freigestellt, ihre Vergütungsansprüche selbst einzufordern und durchzusetzen oder sich dafür einer **Verwertungsgesellschaft** anzuschließen, die diese Aufgaben treuhänderisch übernimmt. Die Vorteile der Übertragung dieser Aufgaben auf eine Verwertungsgesellschaft liegen auf der Hand: Während es einen enormen bürokratischen Aufwand bedeutet, alle im Netz kursierenden öffentlichen Zugänglichmachungen seiner Presseerzeugnisse ausfindig zu machen und deren Vergütung einzutreiben, erspart die Wahrnehmung dieser Aufgaben gebündelt in einer externen Institution Zeit und Personal.

- 301 Inzwischen haben sich die großen Verlagshäuser wie Springer, Burda und Funke in der **VG Media** zusammengefunden und halten mittlerweile 50% der Anteile an dieser Verwertungsgesellschaft. Im Juni 2014 veröffentlichte die VG Media im Bundesanzeiger den „Tarif Presseverleger“.³⁴³ Danach beträgt die Vergütung für die öffentliche Zugänglichmachung von Ausschnitten aus Online-Presseerzeugnissen zu gewerblichen Zwecken bis zu 11% der Umsätze. Dieser Vergütungssatz wird vierteljährlich neu festgelegt, abhängig vom Umfang der durch die VG Media wahrgenommenen Rechte.³⁴⁴ Besonders interessant an der Tarifordnung ist die Bestimmung des Vergütungsgegenstandes. In Ziffer II. Nr. 4 des Tarifs heißt es: „*Als Ausschnitt im Sinne dieses Tarifs gelten solche Teile von Online-Presseerzeugnissen i. S. des § 87f Abs. 2 S. 1 UrhG, wie sie im Zeitpunkt der Veröffentlichung dieses Tarifs verkehrstüblich in Ergebnislisten von Suchmaschinen und von News-Aggregatoren angezeigt werden.*“ Diese Formulierung ist deshalb bemerkenswert, da es sich bei dem Umfang und der Definition des Begriffs „Ergebnisliste“ um einen der Kernstreitpunkte der Debatte um das Leistungsschutzrecht handelt. Denn bei dem Begriff „Snippet“ handelt es sich letztlich um ein Synonym für den Begriff „Ergebnisliste“ – also die Kombination von Headline, Teasertext und der URL der angezeigten Seite, die bei der Ergebnisliste einer Suchmaschine angezeigt wird. Diese Snippets sind regelmäßig Zusammenfassungen des Inhalts der jeweiligen Seite. Während also immer noch nicht abschließend geklärt ist, ob Snippets wirklich von der Vergütungspflicht umfasst sein sollen, bietet die VG Media ebendiese im Rahmen ihres Tarifs mit an.

Die beim Deutschen Patent- und Markenamt angesiedelte Schiedsstelle nach dem Urheberrechtswahrnehmungsgesetz hatte in dem Rechtsstreit zwischen Google und der VG Media über die Anwendbarkeit und Angemessenheit des Tarifs der VG Media zu entscheiden. Die Schiedsstelle bemüht sich regelmäßig um eine gütliche Einigung der Streitigkeiten und unterbreitet den Beteiligten des Verfahrens einen Einigungsvorschlag der, wenn keiner der Beteiligten widerspricht, eine ähnliche Wirkung wie ein gerichtliches Urteil entfaltet. Die Schiedsstelle bezeichnete in ihrem Beschluss Google als richtigen Adressaten des Tarifs und hielt den Tarif für anwendbar.³⁴⁵ Die Entscheidung ist insoweit von

³⁴³ <https://www.vg-media.de/digitale-verlegerische-angebote-tarif.html>.

³⁴⁴ Graef, in: Möhring/Nicolini, Urheberrecht. Kommentar, § 87h Rn. 8.

³⁴⁵ Schiedsstelle beim DPMA, Hinweisbeschluss vom 24. September 2015.

VII. Anwendbarkeit des Leistungsschutzrechts für Presseverleger auf E-Books 145

grundlegender Bedeutung, als die Schiedsstelle das Leistungsschutzrecht für Presseverleger für europarechts- und verfassungskonform angesehen hat. Im konkreten Fall kann sich die VG Media dem Grunde nach bestätigt sehen. Denn den Tarif der VG Media hält die Schiedsstelle unter einschränkender Auslegung grundsätzlich für anwendbar. Gleichwohl wurden die Anträge der VG Media zurückgewiesen und der VG Media die Kosten des Verfahrens auferlegt. Denn die von der VG Media zugrunde gelegte Bemessungsgrundlage der tariflich definierten Umsätze der Suchmaschinenanbieter und News-Aggregatoren sei zu weit gefasst. Da außerdem die aktuelle Tariffhöhe von 6% (aktuell 6,1084%) zu hoch sei, sei der Tarif in seiner gegenwärtigen Form nicht angemessen. Die Schiedsstelle hat beiden Parteien zum Abschluss eines Vergleichs geraten, dem aber sowohl Google als auch die Verlage der VG Media nicht nachgekommen sind. Beide Parteien haben Widerspruch gegen die Entscheidung der Schiedsstelle eingelegt. Nun muss das Landgericht München über den Rechtsstreit entscheiden.

Letztlich wird es Sache der Gerichte sein, zu bestimmen, welchen Umfang ein Ausschnitt haben darf, ohne die Vergütungspflicht auszulösen. Die erste zum Leistungsschutzrecht der Presseverleger ergangene Entscheidung stammt vom LG Berlin. Das LG Berlin hat entschieden, dass die Veröffentlichung eines nicht genehmigten Screenshots einer Webseite das Leistungsschutzrecht verletzt.³⁴⁶ Auslöser des Rechtsstreits war ein Foto, das die Betreiberin einer Nachrichten-Webseite, die Antragstellerin des Verfahrens, auf ihrer Webseite bereit hielt. Die Antragsgegnerin, eine Fotoagentur, behauptete, an diesem Foto die ausschließlichen Nutzungs- und Verwertungsrechte innezuhaben und forderte die Antragstellerin auf, im Wege einer Nachlizenzierung 240,75 € zu zahlen. Sie fertigte zu Beweis Zwecken einen Screenshot der Webseite mit dem streitigen Foto an. Die Webseite war unter einer speziellen URL im Internet für jedermann zum Abruf frei zugänglich. Diese URL teilte die Antragsgegnerin der Antragstellerin mit, die die Antragsgegnerin daraufhin wegen einer unberechtigten öffentlichen Zugänglichmachung von urheberrechtlich geschützten Inhalten abmahnte. Im einstweiligen Verfügungsverfahren obsiegte die Antragstellerin und untersagte der Antragsgegnerin, den Screenshot öffentlich zugänglich zu machen. Sie machte geltend, dass es sich bei den Inhalten ihrer Webseite um Presseerzeugnisse handele, sie somit Presseverleger i. S. d. §§ 87f bis h UrhG sei. Mit der Veröffentlichung im Internet habe die Antragsgegnerin ihr Leistungsschutzrecht verletzt. Das LG Berlin bewertete den von der Antragsgegnerin veröffentlichten Screenshot als Presseerzeugnis i. S. d. § 87f Abs. 2 UrhG. Die Webseite der Antragstellerin sei eine periodisch veröffentlichte Sammlung, deren Beiträge sich nach jeweils aktuellen gesellschaftlichen Themenkreisen richteten. Indem die Antragsgegnerin diesen Screenshot öffentlich zugänglich gemacht habe, verletzte sie das Leistungsschutzrecht der Antragstellerin. Ein öffentliches Zugänglichmachen liege nämlich schon dann vor, wenn der Inhalt nur über eine Direkteingabe der Ziel-URL zugänglich sei. Insoweit reiche die abstrakte Möglichkeit des Abrufs aus.

³⁴⁶ LG Berlin, Urteil vom 6.1.2015 – 15 O 412/14, ZUM 2015, 520.

Diese Entscheidung kann nicht kritiklos stehenbleiben. Denn das LG Berlin übersieht in seinem Urteil den klaren Wortlaut von § 87g Abs. 4 UrhG. Danach ist „zulässig [...] die öffentliche Zugänglichmachung von Presseerzeugnissen oder Teilen hiervon, soweit sie nicht durch gewerbliche Anbieter von Suchmaschinen oder gewerbliche Anbieter von Diensten erfolgt, die Inhalte entsprechend aufbereiten.“ Die beklagte Fotoagentur ist weder ein gewerblicher Anbieter von Suchmaschinen noch ein entsprechender Diensteanbieter. § 87g Abs. 4 UrhG wurde somit vom LG Berlin schlicht falsch angewendet und bietet keinen Anhaltspunkt für die Beantwortung der Frage, welchen Umfang ein Ausschnitt haben darf, ohne die Vergütungspflicht auszulösen.

VIII. Copyright-Vermerk

- 302 Der Copyright-Vermerk ©, „Copyright“ oder auch (c) stellt einen Hinweis darauf dar, dass für ein „Werk“ Urheberrechte in Anspruch genommen werden: Wer also ein urheberrechtlich geschütztes Werk erstellt hat (z.B. Schriftwerk, Foto, Musikstück, Datenbank, Software etc.), signalisiert mit dem Symbol ©, dass er der Urheber dieses Werks ist und hierfür Urheberrechtsschutz in Anspruch nimmt. Das Symbol stammt aus dem **anglo-amerikanischen Rechtskreis**, dort war es ursprünglich zur Erlangung des Urheberrechtsschutzes notwendig. Das Urheberrecht entsteht in der Europäischen Union, den USA, Russland, Japan, China und vielen anderen Ländern weltweit aufgrund völkerrechtlicher Verträge wie der **Revidierten Berner Übereinkunft (RBÜ)** in- zwischen mit Schöpfung und **formfrei**. Das heißt, dass jegliche Registrierung in einem der Mitgliedsstaaten der RBÜ für die Frage der Entstehung des Urheberrechtsschutzes letztlich irrelevant ist. Auch die Nutzung der Symbole und Abkürzungen ©, „**Copyright**“ oder auch (c) ist für die Entstehung des Urheberrechtsschutzes **irrelevant**.

Der Copyright-Vermerk wird weltweit somit nur noch als Hinweis auf bestehende Urheberrechte und als Vermutungsregel der Rechtsinhaberschaft verstanden. In Deutschland folgt dies aus § 10 UrhG, wonach derjenige, der auf den Vervielfältigungsstücken eines erschienenen Werks in der üblichen Weise als Urheber bezeichnet ist, bis zum Beweis des Gegenteils als Urheber des Werks angesehen wird. Ist der Urheber nicht bezeichnet, so wird vermutet, dass derjenige berechtigt ist, die Rechte des Urhebers geltend zu machen, der auf den Vervielfältigungsstücken als Herausgeber bezeichnet ist. Ist auch kein Herausgeber bezeichnet, so wird vermutet, dass der Verleger berechtigt ist, diese Rechte geltend zu machen.

- 303 Daher ist eine Kennzeichnung des E-Books mit einem Copyright-Vermerk zwar nicht notwendig, aus Gründen der Vermutung der Urheber- und Rechtsinhaberschaft aber dennoch anzuraten. Die Verwendung des Copyright-Vermerks ist gerade auch im internationalen Rechtsverkehr zu empfehlen, da er für Dritte einen Hinweis darauf gibt, wer das „Copyright“ beansprucht und wer für das Werk verantwortlich ist. Auch deutsche Verlage sollten daher insbesondere