

§ 3. Das Online-Recht

A. Typische Musikenutzungsformen im Online-Bereich

Musikinhalt werden im Online-Bereich mittlerweile auf vielfältige Weise verwendet¹⁸⁴. Etabliert haben sich insbesondere folgende Musikenutzungen:

I. On-Demand-Nutzungsformen

On-Demand-Nutzungen im weiteren Sinne bezeichnen interaktive Anwendungen, bei denen Musikinhalte oder mit Musik unterlegte Filme im Internet zum individuellen Abruf bereitgehalten werden¹⁸⁵. Es existieren hierbei zahlreiche Erscheinungsformen derartiger Nutzungen; gemeinsam ist ihnen, dass der Endnutzer die Musikwerke individuell von Orten und zu Zeiten seiner Wahl abrufen kann.

Hierzu zählt zunächst der primäre Musikvertrieb von Musikwerken über das Internet. Hier kann – je nach Geschäftsmodell des Anbieters – der Musiknutzer die Werke durch einen entsprechenden Abruf von einem Internetportal entweder auf seinen Computer oder ein sonstiges Endgerät herunterladen (Download) oder sie im sog. Streaming-Verfahren anhören, bei dem ein andauernder Datenstrom zur Übermittlung der Musik- bzw. Filminhalte verfügbar gemacht wird, ohne dass der Endnutzer eine dauerhafte Kopie des betreffenden Werkes auf seiner Festplatte behält¹⁸⁶.

Download-Shops sind eine weit verbreitete Vertriebsform im Internet. Nach Angaben der IFPI existieren heute mehr als 500 legale Online-Musik-Shops weltweit¹⁸⁷. Musikanbieter halten hierbei auf ihren Servern Datenbanken mit Musiktiteln bereit, die in aller Regel vorbestehende Tonträgeraufnahmen sind¹⁸⁸; diese Musikdateien können Musiknutzer auf Einzelabruf (sog. a la Carte-Angebot) kostenpflichtig erwerben und auf ihr Endgerät kopieren. Oftmals bieten die Online-

184 Vgl. hierzu den Überblick bei *Block*, Musik im Internet (Broschüre des Deutschen Musikrats und des Deutschen Musikinformationszentrums); online abrufbar unter (zuletzt abgerufen am 26.8.2009): http://www.miz.org/static_de/themenportale/einfuehrungstexte_pdf/08_MedienRecherche/block.pdf.

185 Vgl. *Ventroni/Poll*, MMR 2002, 648, 649.

186 Vgl. *Bortloff*, GRUR Int. 2003, 669, 670.

187 Vgl. *IFPI*, Digital Music Report 2008, S. 6; online abrufbar unter (zuletzt abgerufen am 26.8.2009): http://www.musikindustrie.de/fileadmin/piclib/publikationen/digital_music_report_2008.pdf.

188 Vgl. *Heine*, Wahrnehmung von Online-Musikrechten, S. 7.

Shops dabei den Service an, kurze Musikausschnitte als sog. Prelistening-Files kostenlos probenzuhören.

Daneben haben sich in den letzten Jahren neue Geschäftsmodelle etabliert. Diese reichen von Abonnement-Services mit einer festgelegten Menge an Datei-Downloads pro Monat über Mietmodelle für Musik¹⁸⁹ und interaktiven Webradioangeboten bis hin zu interaktiven Gratis-Musikangeboten mit einer Querfinanzierung durch Werbeeinnahmen¹⁹⁰. Zu dieser Gruppe zählen auch User Generated Content- und Social Network-Plattformen¹⁹¹, wo Musikwerke in der Regel per Streaming auf individuellen Abruf hin angehört werden können. Ferner stellen auch (legale) Tauschbörsen (sog. P2P-Netze) eine zunehmend verbreitete Alternative der Musik-Distribution im Internet dar. Anders als bei den bislang beschriebenen Angebotsformen sind die Musikdateien hierbei nicht auf einem zentralen Server eines Plattformbetreibers gespeichert, sondern befinden sich auf den zahlreichen Computern der Kunden, die innerhalb eines geschlossenen Netzes per Filesharing die Musikwerke untereinander tauschen können¹⁹².

Einen weiteren wirtschaftlich bedeutenden Markt stellen die Vertriebskanäle im Mobilfunkbereich dar. Dies betrifft in erster Linie den Download von Klingeltönen. Hierbei sind drei Arten von Ruftonmelodien zu unterscheiden – monophone¹⁹³ und polyphone¹⁹⁴ Klingeltöne sowie sog. Mastertones¹⁹⁵. Diese werden auf individuellen Abruf durch Endnutzer von Internet- oder Mobilfunk-Plattformen per Download auf das Mobiltelefon geladen. Daneben bieten heute einige Mobiltelefonhersteller ihren Kunden an, über das bei ihnen erworbene Handy auf deren Musikbibliothek – in der Regel in Form von Abonnement-Angeboten – zuzugreifen und Musikwerke direkt auf dem Mobiltelefon zu speichern¹⁹⁶.

Schließlich wird Musik im Internet häufig zur musikalischen Untermalung von privaten und gewerblichen Webseiten benutzt. Dabei wird die Musikübertragung

189 Gegen eine monatliche Abo-Gebühr kann dabei der Nutzer auf den gesamten Musikkatalog des Anbieters zugreifen (je nach Anbieter im Streaming- und/oder Download-Verfahren). Kündigt der Nutzer das Abo, wird der Zugriff auf die Musikdatenbank gesperrt; auch die ggf. auf dem Endgerät gespeicherten Musikstücke können dann nicht mehr abgespielt werden (sog. tethered downloads).

190 Vgl. hierzu *Block*, Musik im Internet, S. 6 ff.

191 Z.B. myspace und youtube.

192 Vgl. *Heine*, Wahrnehmung von Online-Musikrechten, S. 12; *Block*, Musik im Internet, S. 10.

193 Monophone Klingeltöne sind Kombinationen einzelner Töne, die in einer bestimmten Reihenfolge programmiert werden und damit eine einstimmige Melodie ergeben.

194 Polyphone Ruftonmelodien entstehen durch die Programmierung sog. MIDI-Files, bei denen durch Überlappung mehrerer Tonspuren ein mehrstimmiger und damit verbesserter Klangeffekt erreicht wird.

195 Mastertones (oder Realtones) sind Ausschnitte aus vorbestehenden Original-Musikaufnahmen. Vgl. zu den verschiedenen Formen der Klingeltöne DPMA, Einigungsvorschlag der Schiedsstelle für Klingeltöne, ZUM 2007, 77, 77.

196 Vgl. *Block*, Musik im Internet, S. 8.

entweder gezielt angesteuert oder sie startet in dem Moment, wenn sich ein Nutzer auf die Homepage begibt, und ist daher meist interaktiv veranlasst¹⁹⁷.

II. Lineare Nutzungsformen

Zu den linearen Nutzungsformen im Online-Bereich zählen in erster Linie Radio- und Fernsehsendungen über das Internet¹⁹⁸, die unter Anwendung der IP-Technik zum zeitgleichen Empfang ohne interaktive Zugriffsmöglichkeit des Endnutzers bereitgestellt werden¹⁹⁹. Dies geschieht meist in Form von Simulcasting²⁰⁰ oder Webcasting²⁰¹ im Wege der Streaming-Technologie, ohne dass also eine dauerhaft fixierte Aufzeichnung der Musik auf dem Computer des Endnutzers erfolgt. Auf diesem Wege erfolgen in der Regel auch Live-Übertragungen von Musikkonzerten über das Internet. Podcasting-Sendungen²⁰² hingegen sind in technischer Hinsicht Download-Nutzungen und sind dem interaktiven Bereich zuzuordnen²⁰³.

Zwischenformen zwischen linearer Internet-Sendung und nicht-linearem Abrufdienst stellen sog. Near-on-Demand-Services²⁰⁴, Push-Dienste²⁰⁵ ebenso wie die Musikknutzung im Rahmen personalisierter Internetradios, sog. Unicasts, bei denen zwar auf Veranlassung des Musikanbieters, aber individualisierte, auf den

197 Vgl. *Gerlach*, ZUM 2000, 856, 858.

198 Vgl. zu den verschiedenen Formen des digitalen Rundfunks im Internet eingehend *Amlung/Fisch*, ZUM 2009, 442 ff.

199 Vgl. Müller, ZUM 2009, 121, 121 f.

200 Simulcasting bezeichnet die zeitgleiche (simultane) Übertragung von terrestrischen Rundfunk- und Fernsehsendungen im Internet. Dabei kann sich der Endnutzer lediglich in ein laufendes Programm einschalten, den Beginn des Programms jedoch nicht individuell starten.

201 Webcasting unterscheidet sich vom Simulcasting lediglich darin, dass die Sendung ausschließlich über das Internet ohne eine terrestrische Sendetätigkeit erfolgt.

202 Podcasting setzt sich zusammen aus den Wörtern iPod und broadcasting und bezeichnet die Verbreitung von Audio- oder Videosendungen über das Internet, die sich über sog. RSS-Feeds in individuell bestimmbarer Regelmäßigkeit beziehen lassen.

203 In aller Regel wird der Podcast auf individuellen Abruf hin auf den Computer des Nutzers downgeloadet und kann von dort auf mobile Endgeräte weiter übertragen werden; vgl. *Amlung/Fisch*, ZUM 2009, 442, 444.

204 Bei Near-on-Demand-Nutzungen greift der Nutzer zum Zeitpunkt seiner Wahl auf ein fest vorgegebenes Programm zu, wobei dieses im Rahmen turnusmäßiger Programmschleifen ständig wiederholt wird.

205 Bei Push-Diensten findet die Übermittlung der einzelnen Werke nicht auf jeweiligen individuellen Abruf der Endnutzer statt; stattdessen bekommen die Nutzer die Inhalte auf einmalige Anforderung hin in bestimmten Zeitintervallen automatisch übersandt.

einzelnen Nutzer abgestimmte Musikwerke durch persönlichen Audio-Stream übermittelt werden²⁰⁶, dar.

B. Urheberrechtliche Einordnung des Online-Rechts

Bei der Beantwortung der Frage, welche urheberrechtlichen Nutzungsrechte im Online-Bereich betroffen sind und welche Lizenzen daher zur rechtmäßigen Nutzung urheberrechtlich geschützter Werke im Internet erworben werden müssen, steht im Ausgangspunkt fest, dass es ein eigenständiges *Online-Recht* als solches für die Verwertung von Musik im Internet nicht gibt²⁰⁷. Weder das deutsche Urheberrechtsgesetz noch andere Rechtsordnungen in Europa sehen ein gesondert normiertes Verwertungsrecht vor, das für sich sämtliche urheberrechtlich relevanten Nutzungsvorgänge im Internet umfassen würde.

Die Europäische Kommission definierte in ihrer Empfehlung für legale Online-Musikdienste vom 18. Oktober 2005²⁰⁸ die Online-Rechte als:

- „i) das ausschließliche Recht der Vervielfältigung in der Form von unkörperlichen Kopien (Richtlinie 2001/29/EG), die im Zuge der Online-Verbreitung von Musikwerken vorgenommen werden;
- ii) das Recht der öffentlichen Wiedergabe eines Musikwerks, entweder in der Form eines Rechts zu erlauben oder zu verbieten (Richtlinie 2001/29/EG), oder eines Rechts auf angemessene Vergütung (Richtlinie 92/100/EWG). Diese Rechte erstrecken sich auf Webcasting, Internet-Radio und Simulcasting oder „Near-on-Demand“-Dienste, die entweder auf einem PC oder auf einem Mobiltelefon empfangen werden;
- iii) das ausschließliche Recht der öffentlichen Zugänglichmachung eines Musikwerks (Richtlinie 2001/29/EG), das „On-Demand“ oder andere „interaktive Dienste umfasst“²⁰⁹.

206 Personalisierte Internetradios, sog. Unicasts, unterscheiden sich von klassischen Webcasting-Angeboten dadurch, dass sie ein mehr oder weniger stark individuell zugeschnittenes Musikprogramm an die einzelnen Musiknutzer übermitteln. Zwar ist eine konkrete Auswahl von Musiktiteln durch den Hörer nicht möglich, so dass die Entscheidungsmacht darüber, welches Lied zu welchem Zeitpunkt hörbar gemacht wird, weiterhin beim Musikanbieter liegt. Jedoch hat der Nutzer bestimmte Einflussmöglichkeiten, um das ihm angebotene Musikprogramm auf seine persönlichen Wünsche abzustimmen. So besteht, je nach Dienstanbieter, die Möglichkeit, einzelne Songtitel zu überspringen, diese zu seinen „Favoriten“ hinzuzufügen, das Abspielen der Lieder beliebig zu stoppen und fortzusetzen oder auch bestimmte Lieder von der Titelliste zu streichen, so dass es nicht wieder gespielt wird. Vgl. dazu Klatt, CR 2009, 517, 517.

207 Vgl. EU-Kommissions-Entscheidung *Universal/BMG Music Publishing*, S. 7.

208 Vgl. *Europäische Kommission*, Empfehlung vom 18.10.2005, ABl. L 276/54; vgl. dazu eingehend unten § 6. D.

209 Vgl. *Europäische Kommission*, Empfehlung vom 18.10.2005, ABl. L 276/54, Ziff. 1 lit. f).