

Inhalt

Vorwort	7
Abkürzungen	17
Einführung	19
A. Problemüberblick und Arbeitshypothese	19
B. Der Stand von Forschung und Rechtsprechung	21
C. Gang der Darstellung	23
Teil 1: Keyselling als Vertriebsmodell bei Computerspielen	25
A. Entwickler, Publisher, Plattformbetreiber und lizenzierte Händler	25
B. Der Vertrieb von Computerspielen	26
I. Besonderheiten im „körperlichen“ Erstvertrieb und Herkunft der Produktschlüssel im Computer- spielbereich	26
II. Die Funktion der Produktaktivierung über Online- Plattformen	28
III. Technische Absicherung des Produktschlüsselvertriebs	28
IV. Besonderheiten im digitalen Erstvertrieb	29
1. Spielekauf über Plattformen mit eigener Spielverwaltung	29
2. Nutzung der Plattform für den Spielbetrieb	30
3. Spielekauf über Plattformen im Internet ohne eigene Spielverwaltung	31
4. Die „Games-Flat“ als Alternative zum Einzelkauf	31
V. „Körperlicher“ Erstvertrieb ohne Datenträger	32
VI. Sprachenvielfalt der Computerspiele fördert den globalen Vertrieb	32
VII. Preise und Preisentwicklung	33
C. Das Geschäftsmodell der Keyseller	34

I. Herkunft der Produktschlüssel	34
1. Ausnutzen regionaler Preisunterschiede	34
2. Verkauf von kostenlos erlangten Produktschlüsseln	35
3. Auf anderen Wegen erlangte Produktschlüssel	35
a. Diebstahl von Produktschlüsseln	36
b. Erwerb von Produktschlüsseln mit gestohlenen Kreditkarten	37
c. Identitätstauschung	37
II. Der Verkauf von Produktschlüsseln durch Keyseller	38
III. Reaktion: Verkaufsbeschränkungen und Sperrung von Produktschlüsseln	39
1. Gewinneinbußen durch regionale Preisgefälle	39
2. Entgangener Umsatz durch ohne Gewinnmöglichkeit in Verkehr gebrachte Produktschlüssel	39
3. Probleme bei Zahlungen mit gestohlenen Kreditkarten	40
4. Bemühungen zur Schadensreduktion durch Publisher	41
5. Geoblocking zur Sicherung der Verkaufsregionen	41

Teil 2: Urheberrechtliche Probleme des Key Sellings

A. Der urheberrechtliche Schutz von Computerspielen	43
I. Schutz der audiovisuellen Bestandteile	43
1. Sprachwerke, § 2 Abs. 1 Nr. 1 UrhG	43
2. Musikwerke, § 2 Nr. 2 UrhG	45
3. Werke der bildenden Künste, § 2 Abs. 1 Nr. 4 UrhG	45
4. Sonstige Werkarten audiovisueller Bestandteile	46
II. Das Steuerungsprogramm des Computerspiels i.S.d. §69a UrhG	47
III. Schutz der Gesamtheit des Computerspiels	49
1. Kein allgemeiner Schutz als Computerprogramm i.S.d. § 69a ff. UrhG	50
2. Insgesamt Schutz als Filmwerk	50
3. Schutz nach InfoRL und ComputerRL	52

IV. Rechtsstellung der Online-Vertriebsplattformen	52
B. Betroffene Verwertungshandlungen durch den Weiterverkauf von Produktschlüsseln	54
I. Das Recht der öffentlichen Zugänglichmachung, §§ 15 Abs. 2 Nr. 2, 19a; § 69c Nr. 4 UrhG	55
1. Die Entscheidung des EuGH zur öffentlichen Wiedergabe von E-Books: Tom Kabinet	56
a. Der dem Urteil des EuGH zugrundeliegende Sachverhalt	56
b. Die öffentliche Wiedergabe in Abgrenzung zur körperlichen Verbreitung	57
c. Das Problem des Öffentlichkeitsmerkmals	58
d. Der Vergleich zwischen Keysellern und dem Verkauf von E-Books aus Tom Kabinet	58
2. Die Bereithaltung des Werks zum Abruf durch den Keyseller .	59
a. Bereithaltung des Werks zum Abruf durch Verkauf von Produktschlüsseln	59
b. Bereithaltung des Werks zum Abruf durch Ermöglichung des Downloads	61
3. Das Erfordernis der Öffentlichkeit	62
a. Vergleich mit Internet-Videorecordern	62
b. Vergleich mit der Öffentlichen Wiedergabe von E-Books	63
4. Zwischenergebnis zur Verletzung des Rechts der öffentlichen Zugänglichmachung aus § 19a UrhG durch Keyseller	64
5. Auswirkung der DSM-RL auf die Haftung von Keysellern	64
II. Das Vervielfältigungsrecht, § 16 UrhG	65
1. Der Download des Computerspiels einer Online-Plattform als Vervielfältigungshandlung	66
2. Verantwortlichkeit des Keysellers als Veranlasser einer späteren Vervielfältigung	66
a. Ansatz des BGH im Fall von Internet-Videorecordern	67
b. Der Unterschied zwischen Internet-Videorecordern und Keysellern	67

c. Der Ansatz des BGH in UsedSoft II: Störerhaftung	68
d. Zwischenstand zur Verantwortlichkeit des Keysellers für die Vervielfältigung nach der Rechtsprechung des BGH	69
3. Einwilligung zur Vervielfältigung durch Bereitstellung des Downloads	70
a. Auslegung der Nutzungsbestimmung in Bezug auf die Einwilligung zur Vervielfältigung	71
b. Einwilligung zur Vervielfältigung bei der Aktivierung von Produktschlüsseln	72
4. Zwischenergebnis zur unrechtmäßigen Vervielfältigung des Computerspiels durch Keyseller	75
III. Das Verbreitungsrecht, § 17 Abs. 1 UrhG	75
1. Die Auslegung des Verbreitungsbegriffs nach dem Wortlaut ...	76
a. § 17 Abs. 1 UrhG im deutschen Urheberrecht: Verbreitung lediglich bei körperlichen Werkstücken	77
b. Verbreitung unkörperlicher Werkstücke nach dem Wortlaut des Art. 4 Abs. 1 InfoRL	78
c. Völkerrechtskonforme Wortlautauslegung unter Berücksichtigung des Art. 4 Abs. 1 InfoRL	80
d. Unionsrechtskonforme Überprüfung der Wortlautauslegung des Art. 4 Abs. 1 InfoRL nach Ansicht des EuGH	82
2. Ungeklärte Fragen bei der Ablehnung der digitalen Verbreitung durch den EuGH bei Werken der InfoRL	95
a. Die Intention des europäischen Gesetzgebers bei der Schaffung des Art. 4 der InfoRL	96
b. Der Konflikt zwischen InfoRL und ComputerRL bei Mischwerken	99
c. Verschiedene Verbreitungsbegriffe im Lichte des allgemeinen Gleichheitsgrundsatzes	103
d. Konsequenz für andere multimediale Werke	106
3. Die digitale Verbreitung von Computerspielen durch Keyseller	107

a.	Die Schwerpunkttheorie	108
b.	Vorrang der Regeln für Computerprogramme	110
c.	Die parallele Anwendbarkeit von InfoRL und ComputerRL	111
d.	Gleiches Ergebnis für alle Theorien zur Rechtsanwendung auf Computerspiele	118
4.	Ergebnis zur digitalen Verbreitungsmöglichkeit von Computerspielen	119
C.	Erschöpfung des Verbreitungsrechts	119
I.	Die Erschöpfung im Urheberrecht und ihre Voraussetzungen ...	120
1.	Verhältnis des § 69c Nr. 3 S. 2 zur Erschöpfung aus § 17 Abs. 2 UrhG	120
2.	Zweck der Erschöpfung des Verbreitungsrechts als Schranke des Urheberrechts	120
3.	Voraussetzungen für den Eintritt der Erschöpfungswirkung nach § 69c Nr. 3 S. 2 UrhG	121
4.	Besondere Voraussetzungen für den Erschöpfungseintritt im digitalen Umfeld i.R.d. ComputerRL	122
II.	Erschöpfung des Verbreitungsrechts durch den Vertrieb von Produktschlüsseln nach § 69c Nr. 3 S. 2 UrhG	123
1.	Ausschluss der Erschöpfung bei „Online-Diensten“	123
a.	Plattformen als Online-Dienst	124
b.	Keine Relevanz für das Verbreitungsrecht aus § 69c Nr. 3 UrhG	125
2.	Auswirkung eines abgeschlossenen Wartungsvertrags auf den Erschöpfungseintritt	125
3.	Kein Eintritt der Erschöpfungswirkung bei Vermietung des Computerspiels	126
a.	Verbleib einzelner Elemente des Spiels auf dem Server des Anbieters	126
b.	Keine Gestaltung des Nutzungsvertrags als Mietverhältnis	137

c.	Keine Vermietung des Computerspiels durch Zurückbehaltung einzelner Bestandteile oder lizenzvertragliche Vereinbarung	144
4.	Erschöpfung des Verbreitungsrechts bei Inverkehrbringen des Produktschlüssels mit Datenträger	145
a.	Inverkehrbringen durch Verkauf von Produktschlüssel und Datenträger mit Zustimmung des Rechteinhabers innerhalb der EU/des EWR	145
b.	Lizenzaufspaltung durch Trennung von Datenträger und Produktschlüssel	146
c.	Veräußerung nur in der vorgesehenen Kombination	148
d.	Zwischenergebnis für den Weiterverkauf von Produktschlüsseln und Datenträger	148
5.	Eintritt der Erschöpfungswirkung durch den (digitalen) Vertrieb von Produktschlüsseln	149
a.	Inverkehrbringen mit Zustimmung des Rechteinhabers und Erstverkauf des Werks innerhalb der EU bzw. des EWR	150
b.	Besondere Voraussetzungen aus der UsedSoft-Entscheidung	150
c.	Vorteile des rein digitalen Vertriebs für die Rechteverwaltung	151
6.	Eintritt der Erschöpfungswirkung durch kostenlose Weitergabe eines Produktschlüssels	151
a.	Inverkehrbringen durch Weitergabe des Produktschlüssels mit Zustimmung des Rechteinhabers innerhalb der EU bzw. des EWR	152
b.	Möglichkeit des Erschöpfungseintritts bei kostenloser Weitergabe	152
7.	Eintritt der Erschöpfungswirkung bei auf anderem Weg erlangten Produktschlüsseln	153
a.	Kein Inverkehrbringen bei Diebstahl des Produktschlüssels vor geplantem Erstverkauf	154
b.	Erzielen einer Vergütung bei i.R.d. Kreditkartenmissbrauchs veräußerter Produktschlüssel ..	155

c.	Absicherungsmöglichkeiten für Rechteinhaber bei gestohlenen oder durch Kreditkartenbetrug erlangten Produktschlüsseln	158
d.	Eintritt der Erschöpfungswirkung bei durch Identitätstäuschung erlangten Produktschlüsseln	159
8.	Kein Ausschluss der Erschöpfung durch territoriale Rechteverteilung	160
a.	Keine Beschränkung bei Fußballübertragungsrechten: EuGH - Murphy	161
b.	Keine Parallele zur Refinanzierung von Investitionen durch Kinoaufführung: EuGH – Coditel I	163
c.	Kartellrechtliche Probleme bei der territorialen Rechteverteilung	164
d.	Möglichkeit territorialer Rechteverteilung	172
e.	Keine territorialen Vertriebsbeschränkungen für Computerspiele innerhalb der EU	174
9.	Vertrieb von Produktschlüsseln durch Zwischenhändler außerhalb des vertraglichen Preisrahmens	175
a.	Keine Vertriebsbeschränkung durch urheberrechtliche Mittel bei Eintritt der Erschöpfungswirkung	176
b.	Beschränkung des Wettbewerbs durch Vertriebsbeschränkungen	177
c.	Zwischenergebnis zur Zulässigkeit von preisgebundenen Vertriebsvereinbarungen mit Zwischenhändlern	178
III.	Fazit zum Eintritt der Erschöpfungswirkung bei Verkauf bzw. Weitergabe von Produktschlüsseln durch den Rechteinhaber	179

Teil 3: Zusammenfassung und Ergebnis

A.	Ergebnis der Überprüfung der Arbeitshypothese	183
I.	Untersuchung der Verwertungsrechte	184
1.	Das Recht der öffentlichen Zugänglichmachung	184
2.	Das Recht der Vervielfältigung	184
3.	Das Verbreitungsrecht	185

II. Erschöpfung des Verbreitungsrechts	187
1. Allgemeine Hindernisse für den Erschöpfungseintritt	187
2. Einzelgruppen bei der Produktschlüsselverbreitung	189
a. Eintritt der Erschöpfung bei rechtmäßigem Inverkehrbringen	189
b. Keine Erschöpfung bei unvergüteter und ungewollter Produktschlüsselveräußerung	190
3. Kein Einfluss auf Zwischenhändler und keine Möglichkeit des Geoblockings in der EU	191
B. Probleme der aktuellen Rechtslage: Unsicherheit für alle	192
C. Erfordernis konkreter Regelungen für das Verbreitungsrecht im digitalen Umfeld	192
I. Digitale Verbreitung für die InfoRL und die ComputerRL	193
II. Regelungserfordernis bei Ablehnung der digitalen Verbreitung .	194
Literaturverzeichnis	195
Internetquellen	205