

# Inhalt

<b>Vorwort</b> .....	7
<b>Abkürzungen</b> .....	17
<b>Einführung</b> .....	19
A. Problemüberblick und Arbeitshypothese .....	19
B. Der Stand von Forschung und Rechtsprechung .....	21
C. Gang der Darstellung .....	23
<b>Teil 1: Keyselling als Vertriebsmodell bei Computerspielen</b> .....	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. Identitätstäuschung .....	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
 <b>Teil 2: Urheberrechtliche Probleme des Key Sellings</b> .....	 43
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 Kinoproduktionen: 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 ..... 183**

- 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
<b>Literaturverzeichnis .....</b>	<b>195</b>
<b>Internetquellen .....</b>	<b>205</b>