

---

# Inhalt

|   |           |
|---|-----------|
| Inhaltsübersicht . . . . .  | 5         |
| Vorwort . . . . .   | 25        |
| Abkürzungsverzeichnis . . . . .   | 27        |
| Einleitung . . . . .  | 33        |
| <b>Kapitel 1 Die urheberrechtliche Privilegierung öffentlicher<br/>Ausstellungen und des Kunsthandels – Hintergründe und Interessen . .</b> | <b>37</b> |
| <b>A. Geistiges Werk und einzigartige Ware: die wertbildende<br/>        Verwertung von Kunst . . . . .</b>                                 | <b>37</b> |
| <b>I. Die Struktur des Kunstmarkts . . . . .</b>  | <b>39</b> |
| 1. Galerien und Kunsthandlungen . . . . .   | 39        |
| 2. Kunstmessen . . . . .  | 41        |
| 3. Auktionen . . . . .  | 42        |
| 4. Museen und Sammler . . . . .   | 45        |
| <b>II. Kunstvermittelnde Institutionen . . . . .</b>  | <b>47</b> |
| 1. Museen . . . . .   | 47        |
| 2. Ausstellungshäuser . . . . .   | 50        |
| 3. Kunstvereine . . . . .   | 51        |
| 4. Gruppenausstellungen . . . . .   | 52        |
| 5. Privatsammlungen . . . . .   | 52        |
| <b>B. Interessen der beteiligten Kreise an einer Privilegierung von<br/>        Werbemaßnahmen und Museumskatalogen . . . . .</b>           | <b>53</b> |
| <b>I. Die Interessen der Urheber . . . . .</b>  | <b>53</b> |
| <b>II. Die Interessen von Museen und Ausstellungshäusern . . . . .</b>  | <b>56</b> |
| <b>III. Die Interessen des Kunsthandels . . . . .</b>   | <b>58</b> |
| <b>IV. Die Interessen der Werkeigentümer . . . . .</b>  | <b>60</b> |
| <b>V. Die Interessen der Allgemeinheit . . . . .</b>  | <b>61</b> |

|   |    |
|---|----|
| Kapitel 2 Die Rechtslage in Deutschland . . . . .   | 63 |
| A. Grundlagen der urheberrechtlichen Schranken . . . . .  | 63 |
| I. Begründung und Funktion der urheberrechtlichen Schranken . . . . .   | 63 |
| 1. Die Sozialbindung des geistigen Eigentums . . . . .  | 63 |
| 2. Das Allgemeininteresse als ein Schutzgrund des<br>Urheberrechts . . . . .  | 66 |
| II. Die Schrankenregelungen der §§ 44a ff. im Gefüge des UrhG . . . . .   | 67 |
| III. Schrankenvorgaben des Konventionsrechts . . . . .  | 70 |
| IV. Schrankenvorgaben der Richtlinie 2001/29/EG zur<br>Harmonisierung des Urheberrechts . . . . .   | 71 |
| 1. Systematik des Schrankenkataloges in Art. 5 HRL und<br>Umsetzungsspielräume . . . . .  | 72 |
| 2. Art. 5 Abs. 2 lit. c HRL – Vervielfältigungshandlungen von<br>öffentlich zugänglichen Bibliotheken, Bildungseinrichtungen<br>oder Museen oder von Archiven . . . . . | 73 |
| 3. Art. 5 Abs. 3 lit. j HRL – Werbung für die öffentliche<br>Ausstellung und den öffentlichen Verkauf von künstlerischen<br>Werken . . . . .                            | 78 |
| 4. Der Dreistufentest in Art. 5 Abs. 5 HRL . . . . .  | 80 |
| V. Auslegung der Schrankenregelungen . . . . .  | 83 |
| VI. Systematische Einordnung von § 58 UrhG und Bewertung des<br>Interessenausgleichs . . . . .  | 84 |
| 1. Freistellung der Werbung durch den Kunsthandel . . . . .   | 85 |
| 2. Freistellung der Werbung für Kunstausstellungen . . . . .  | 87 |
| 3. Freistellung der Herausgabe von Ausstellungs- und<br>Bestandsverzeichnissen . . . . .  | 88 |
| B. Die freie Nutzung von Kunstwerken zur Ausstellungs- und<br>Verkaufswerbung und in Museumsverzeichnissen . . . . .  | 94 |
| I. Historische Entwicklung . . . . .  | 94 |
| 1. Erste Gesetzesentwürfe zur Kodifizierung einer<br>Katalogbildfreiheit . . . . .  | 95 |
| a) Empfohlene Ergänzung des <i>Marwitz</i> -Entwurfs von 1929 . . . . .   | 95 |
| b) Der <i>Goldbaum/Wolff</i> -Entwurf von 1929 (§ 22 Nr. 1) . . . . .   | 96 |
| c) Der <i>Hoffmann</i> -Entwurf von 1929 (§ 21 Nr. 7) . . . . .   | 96 |
| d) Der deutsch-österreichische Gesetzesentwurf von 1932<br>(§ 42 Nr. 1) . . . . .   | 97 |
| e) Der Entwurf der Akademie für Deutsches Recht von 1939<br>(§ 40 Nr. 2) . . . . .  | 98 |
| 2. Frühe Privilegierungen von Katalogbildern in der Schweiz<br>und in Österreich . . . . .  | 99 |
| a) Art. 30 Nr. 2 URG 1922 . . . . .   | 99 |

|   |     |
|---|-----|
| b) § 54 Abs. 1 Nr. 1 und 2 öUrhG 1936 . . . . .   | 100 |
| 3. Gewohnheitsrechtliche Anerkennung einer<br>Katalogbildfreiheit für Museumskataloge . . . . . | 100 |
| 4. Erste Kodifizierung der Katalogbildfreiheit in<br>§ 58 UrhG (1965) . . . . .                 | 101 |
| a) Gesetzesentwürfe für ein Urheberrechtsgesetz . . . . .                                       | 101 |
| aa) Der Referentenentwurf von 1954 . . . . .  | 101 |
| bb) Der Regierungsentwurf von 1962 . . . . .  | 102 |
| cc) Der Vorschlag des Rechtsausschusses und die<br>verabschiedete Fassung . . . . .             | 102 |
| b) Zweck und Umfang der Privilegierung in<br>§ 58 UrhG (1965) . . . . .                         | 103 |
| aa) Gesetzgeberische Bewertung der beteiligten<br>Interessen . . . . .                          | 103 |
| bb) Rechtsprechung und Schrifttum zu zentralen<br>Auslegungsfragen . . . . .                    | 104 |
| 5. Die Neuregelung der Katalogbildfreiheit im Jahr 2003 . . . . .                               | 108 |
| a) Gesetzesvorschläge zur Umsetzung der<br>Harmonisierungs-RL . . . . .                         | 108 |
| aa) Der Diskussionsentwurf vom 7. Juli 1998 . . . . .   | 108 |
| bb) Der Referentenentwurf vom 18. März 2002 . . . . .   | 109 |
| cc) Stellungnahmen von Interessenverbänden zu<br>§ 58 DiskE und § 58 RefE . . . . .             | 110 |
| (1) FreeLens e.V. . . . .   | 110 |
| (2) Deutscher Bibliotheksverband e.V. . . . .   | 111 |
| (3) Deutscher Museumsbund e.V. . . . .  | 111 |
| dd) Der Regierungsentwurf vom 31. Juli 2002 . . . . .   | 112 |
| b) Verabschiedete Neufassung von § 58 UrhG (2003) . . . . .                                     | 114 |
| II. Privilegierung der Ausstellungs- und Verkaufswerbung<br>(§ 58 Abs. 1 UrhG) . . . . .        | 116 |
| 1. Privilegierte Werkarten . . . . .  | 116 |
| a) Werke der bildenden Künste . . . . .   | 116 |
| aa) Werke der reinen Kunst . . . . .  | 117 |
| bb) Werke der angewandten Kunst . . . . .   | 118 |
| cc) Werke der Baukunst . . . . .  | 121 |
| b) Lichtbildwerke und Lichtbilder . . . . .   | 123 |
| c) Analoge Anwendung von § 58 Abs. 1 UrhG auf weitere<br>Werkarten? . . . . .                   | 125 |
| aa) Beschränkung auf künstlerische Werke i. S. v. Art. 5<br>Abs. 3 lit. j HRL . . . . .         | 126 |

|   |     |
|---|-----|
| bb) Beschränkung auf ausstellungsfähige Werke i. S. v.<br>§ 18 UrhG . . . . .                                       | 126 |
| cc) Ergebnis . . . . .  | 128 |
| 2. Öffentlich ausgestellte, zur öffentlichen Ausstellung oder<br>zum öffentlichen Verkauf bestimmte Werke . . . . . | 129 |
| a) Öffentliche Ausstellung i. S. v. § 58 Abs. 1 UrhG . . . . .  | 129 |
| aa) Ausstellung i. S. v. § 18 UrhG . . . . .  | 129 |
| bb) Öffentlichkeit der Ausstellung . . . . .  | 130 |
| cc) Zeitliche Begrenzung . . . . .  | 131 |
| dd) Ergebnis . . . . .  | 134 |
| b) Bestimmung von Werken zur öffentlichen Ausstellung . . . . .   | 134 |
| aa) Bedeutung des Kriteriums . . . . .  | 134 |
| bb) Person des Bestimmenden . . . . .   | 135 |
| cc) Sonderfälle . . . . .   | 136 |
| (1) Unvorhergesehene Nichtausstellung von Werken . . . . .  | 137 |
| (2) Werke in Wanderausstellungen . . . . .  | 138 |
| (3) Werke in Mappen, Skizzenbüchern etc. . . . .  | 139 |
| c) Bestimmung zum öffentlichen Verkauf . . . . .  | 140 |
| aa) Öffentlicher Verkauf i. S. v. § 58 Abs. 1 UrhG . . . . .  | 140 |
| (1) Veranstaltungscharakter und Öffentlichkeit des<br>Verkaufs . . . . .  | 140 |
| (2) Privilegierung von Internetauktionen? . . . . .   | 141 |
| bb) Bestimmung zum öffentlichen Verkauf . . . . .   | 143 |
| cc) Verhältnis zwischen öffentlicher Verkaufsausstellung<br>und öffentlichem Verkauf . . . . .                      | 143 |
| 3. Privilegierter Personenkreis . . . . .   | 144 |
| a) Veranstalter von öffentlichen Ausstellungen . . . . .  | 144 |
| b) Veranstalter von öffentlichen Verkaufsveranstaltungen . . . . .  | 145 |
| c) Verhältnis des Veranstalters zu ausführenden Dritten . . . . .   | 146 |
| 4. Privilegierte Verwertungen . . . . .   | 146 |
| a) Vervielfältigung . . . . .   | 147 |
| b) Verbreitung . . . . .  | 147 |
| c) Öffentliche Zugänglichmachung . . . . .  | 149 |
| 5. Werbung in dem zur Förderung der Veranstaltung<br>erforderlichen Umfang . . . . .                                | 150 |
| a) Begriff der Werbung i. S. v. § 58 Abs. 1 UrhG und typische<br>Erscheinungsformen . . . . .                       | 151 |
| b) Ausschluss jeglicher anderer kommerzieller Nutzung<br>gemäß Art. 5 Abs. 3 lit. j HRL . . . . .                   | 154 |
| c) Allgemeine Anforderungen an Werbemaßnahmen i. S. v.<br>§ 58 Abs. 1 UrhG . . . . .                                | 157 |

|   |     |
|---|-----|
| aa) Eignung zur Werbung in zeitlicher und räumlicher Hinsicht . . . . .       | 157 |
| (1) Einstufung von Ausstellungskatalogen . . . . .                            | 159 |
| (2) Smartphone-Apps mit Werkwiedergaben . . . . .                             | 162 |
| (3) Nutzungen am Ort der Veranstaltung . . . . .                              | 163 |
| bb) Strenge Veranstaltungsbezogenheit der Nutzung . . . . .                   | 164 |
| (1) Verbindung von Werknutzung und Veranstaltungsinformation . . . . .        | 165 |
| (2) Das Urteil des LG Berlin vom 31. Mai 2007 . . . . .                       | 165 |
| (3) Die Auffassung des Kammergerichts . . . . .                               | 167 |
| (4) Zusammenfassung . . . . .   | 168 |
| cc) Keine direkte Gewinnerzielung durch Nutzung des Werbemediums . . . . .    | 168 |
| d) Erforderlichkeit der Nutzung zur Förderung der Veranstaltung . . . . .     | 169 |
| aa) Die (Veranstaltungs-)Förderung als Maßstab der Erforderlichkeit . . . . . | 170 |
| bb) Kriterien zur Beurteilung der Erforderlichkeit . . . . .                  | 172 |
| (1) Bedeutung der Branchenüblichkeit . . . . .                                | 173 |
| (2) Räumliche Reichweite der Nutzung . . . . .                                | 173 |
| (3) Zeitraum der Nutzung . . . . .  | 175 |
| (4) Anzahl und Auswahl von Werken . . . . .                                   | 175 |
| (5) Auflagenhöhe von Werbemitteln und -träger . . . . .                       | 177 |
| (6) Größe und Qualität der einzelnen Abbildung . . . . .                      | 178 |
| (7) Verwendung von Bildausschnitten . . . . .                                 | 182 |
| (8) Technische Optionen bei der Gestaltung der Online-Nutzung . . . . .       | 182 |
| (a) Bildgröße und -qualität; Vergrößerung und Zoomfunktionen . . . . .        | 183 |
| (b) Filmische Wiedergaben . . . . .   | 183 |
| (c) Ermöglichung des Downloads . . . . .                                      | 184 |
| 6. Schranken der Freistellung . . . . .                                       | 186 |
| a) Wahrung der Urheberpersönlichkeitsrechte . . . . .                         | 186 |
| aa) Veröffentlichungsrecht . . . . .  | 187 |
| bb) Recht auf Anerkennung der Urheberschaft . . . . .                         | 187 |
| (1) Inhalt des Rechts . . . . .   | 187 |
| (2) Pflicht zur Quellenangabe . . . . .                                       | 188 |
| cc) Verbot der Entstellung und Beeinträchtigung des Werkes . . . . .          | 191 |
| (1) Inhalt des Rechts . . . . .   | 191 |
| (2) Änderungsverbot . . . . .   | 193 |

|  |     |
|--|-----|
| (a) Größenänderungen . . . . .   | 194 |
| (b) Verfahrensbedingte Änderungen . . . . .  | 195 |
| (c) Nutzung von Werkteilen . . . . .   | 196 |
| b) Rechte der Reproduktionsfotografen . . . . .  | 197 |
| 7. Zusammenfassung . . . . .   | 197 |
| III. Privilegierung von Ausstellungs- und Bestandsverzeichnissen<br>(§ 58 Abs. 2 UrhG) . . . . . | 199 |
| 1. Privilegierte Werkarten . . . . .   | 200 |
| a) Werke der bildenden Kunst und Lichtbildwerke . . . . .  | 200 |
| b) Analoge Anwendung auf weitere Werkarten? . . . . .  | 201 |
| 2. Privilegierte Einrichtungen . . . . .   | 202 |
| a) Allgemeine Anforderungen . . . . .  | 202 |
| aa) Öffentliche Zugänglichkeit . . . . .   | 202 |
| bb) Gemeinnützigkeit . . . . .   | 205 |
| cc) Eigener Sammlungsbestand . . . . .   | 206 |
| b) Privilegierte Institutionen . . . . .   | 207 |
| aa) Bibliotheken . . . . .   | 207 |
| bb) Bildungseinrichtungen . . . . .  | 209 |
| cc) Museen . . . . .   | 211 |
| dd) Privilegierung von Ausstellungshäusern und<br>sonstigen Ausstellungsveranstaltern? . . . . . | 212 |
| ee) Privilegierung von Archiven? . . . . .   | 213 |
| c) Zusammenfassung . . . . .   | 214 |
| 3. Privilegierte Verwertungen . . . . .  | 214 |
| a) Vervielfältigung . . . . .  | 215 |
| b) Verbreitung . . . . .   | 215 |
| 4. Herausgabe von Verzeichnissen im Zusammenhang mit<br>einer Ausstellung (1. Alt.) . . . . .    | 216 |
| a) Ausstellungsverzeichnisse . . . . .   | 216 |
| b) Begriff des Herausgebens . . . . .  | 217 |
| c) Unterordnung der Nutzung unter den Ausstellungszweck . . . . .                                | 219 |
| aa) Inhaltlicher Zusammenhang . . . . .  | 219 |
| (1) Ausgestellte oder zur Ausstellung bestimmte<br>Werke . . . . .                               | 220 |
| (2) Erschließung der Ausstellung vor Vermittlung des<br>Werkgenusses . . . . .                   | 221 |
| bb) Zeitlicher Zusammenhang . . . . .  | 223 |
| cc) Räumlicher Zusammenhang . . . . .  | 225 |
| dd) Quantitative Grenzen . . . . .   | 225 |
| d) Arten von Ausstellungsverzeichnissen . . . . .  | 226 |

|  |     |
|--|-----|
| 5. Herausgabe von Verzeichnissen zur Dokumentation von Beständen (2. Alt.) . . . . .             | 226 |
| a) Bestandsverzeichnisse . . . . .   | 226 |
| aa) Begriff des Bestands . . . . .   | 227 |
| bb) Begriff der Dokumentation . . . . .  | 228 |
| cc) Dokumentation von Teilbeständen . . . . .  | 230 |
| b) Qualitative, quantitative und räumliche Grenzen der Nutzung . . . . .                         | 230 |
| c) Arten von Bestandsverzeichnissen . . . . .  | 232 |
| 6. Keine Verfolgung eines eigenständigen Erwerbszwecks . . . . .                                 | 233 |
| a) Bedeutung des Kriteriums . . . . .  | 233 |
| b) Kooperation des Herausgebers mit Dritten . . . . .  | 235 |
| 7. Schranken der Freistellung . . . . .  | 237 |
| 8. Bewertung der aktuellen Katalogbildfreiheit und ihrer Richtlinienkonformität . . . . .        | 238 |
| 9. Zusammenfassung . . . . .   | 240 |
| <br>   |     |
| Kapitel 3 Die Rechtslage in Frankreich . . . . .   | 243 |
| A. Gesetzliche Grundlagen des französischen droit d'auteur . . . . .                             | 243 |
| I. Die Revolutionsgesetze von 1791/1793 . . . . .  | 243 |
| II. Das Urheberrechtsgesetz vom 11. März 1957 . . . . .  | 244 |
| III. Die Urheberrechtsnovelle von 1985 . . . . .   | 245 |
| IV. Der Code de la propriété intellectuelle von 1992 . . . . .                                   | 245 |
| B. Schutzzinhalt und Schranken des droit d'auteur . . . . .                                      | 247 |
| I. Geschützte Werke und Rechtsinhaberschaft . . . . .  | 247 |
| II. Verwertungsrechte . . . . .  | 247 |
| 1. Darbietungsrecht . . . . .  | 248 |
| a) Allgemeines . . . . .   | 248 |
| b) Ausstellungsrecht . . . . .   | 248 |
| 2. Vervielfältigungsrecht . . . . .  | 250 |
| a) Allgemeines . . . . .   | 250 |
| b) Bestimmungsrecht . . . . .  | 250 |
| 3. Folgerecht . . . . .  | 251 |
| 4. Schutzdauer der Verwertungsrechte . . . . .   | 251 |
| III. Urheberpersönlichkeitsrechte . . . . .  | 252 |
| IV. Die gesetzlichen Schranken der Verwertungsrechte . . . . .                                   | 252 |
| 1. Der Grundsatz der engen Auslegung der Ausnahmen . . . . .                                     | 252 |
| 2. Der Schrankenkatalog des Art. L. 122-5 CPI und der besondere Schutz von Kunstwerken . . . . . | 253 |
| a) Kopien zum Privatgebrauch . . . . .   | 253 |
| b) Analysen und kurze Zitate . . . . .   | 255 |

|  |     |
|--|-----|
| c) Grafische und plastische Kunstwerke in Katalogen<br>gerichtlicher Versteigerungen . . . . .   | 258 |
| d) Erhaltung und Konsultation von Werken in Bibliotheken,<br>Museen und Archiven . . . . .   | 258 |
| e) Information über grafische, plastische oder<br>architektonische Werke durch die Presse . . . . .  | 259 |
| f) Kunstwerke an öffentlich zugänglichen Orten . . . . .   | 260 |
| g) Sonstige Schranken . . . . .  | 260 |
| 3. Der Dreistufentest in Art. L. 122-5 CPI als<br>Schranken-Schranke . . . . .   | 261 |
| 4. Wahrung der Urheberpersönlichkeitsrechte . . . . .  | 261 |
| 5. Zusammenfassung . . . . .   | 262 |
| C. Die Privilegierung von Versteigerungskatalogen . . . . .  | 263 |
| I. Historische Entwicklung . . . . .   | 264 |
| 1. Die »Utrillo-Rechtsprechung« zu Reproduktionen in<br>Auktionskatalogen . . . . .  | 264 |
| a) Sachverhalt und Instanzenzug . . . . .  | 264 |
| b) Die teleologische Auslegung des Zitatrechts durch die<br>erste Kammer der Cour d'appel de Paris und die Cour<br>d'appel de Versailles . . . . . | 265 |
| c) Die enge Auslegung des Zitatrechts durch die vierte<br>Kammer der Cour d'appel de Paris und die Cour d'appel<br>d'Orléans . . . . .             | 266 |
| d) Die restriktive Auffassung der Cour de cassation . . . . .  | 267 |
| e) Die Auffassungen im Schrifttum . . . . .  | 268 |
| f) Zusammenfassung . . . . .   | 270 |
| 2. Erste Kodifizierung der Katalogbildfreiheit für<br>Versteigerungen in Art. L. 122-5 Nr. 3 d) CPI (1997) . . . . .                               | 271 |
| a) Gesetzgebungsverfahren . . . . .  | 271 |
| b) Erlass der Ausführungsbestimmung in Art. R. 122-12 CPI. . . . .   | 274 |
| 3. Neuregelung der Katalogbildfreiheit für gerichtliche<br>Versteigerungen in Art. L. 122-5 Nr. 3 d) CPI (2000) . . . . .                          | 274 |
| a) Gesetzgebungsverfahren . . . . .  | 275 |
| b) Beibehaltung der Ausführungsbestimmung (Art. R. 122-1<br>CPI n. F.) . . . . .   | 279 |
| 4. Zusammenfassung . . . . .   | 279 |
| II. Der Umfang der Katalogbildfreiheit gemäß Art. 122-5 Nr. 3 d)<br>CPI n. F. . . . .  | 280 |
| 1. Privilegierte Werkarten . . . . .   | 281 |
| a) »Œuvres d'art graphiques et plastiques« im allgemeinen<br>Sprachgebrauch . . . . .  | 281 |



|   |     |
|---|-----|
| b) Gesetzessystematik . . . . .   | 283 |
| aa) Der Werkkatalog des Art. L. 112-2 CPI . . . . .   | 283 |
| bb) »Œuvre d'art graphique, plastique ou architectural«<br>i. S. v. Art. L. 122-5 Nr. 9 CPI . . . . .             | 284 |
| cc) »Œuvres d'art graphiques et plastiques« i. S. v. Art.<br>L. 122-8 und Art. R. 122-3 CPI . . . . .             | 285 |
| c) Historische und teleologische Auslegung . . . . .  | 286 |
| d) Stellungnahme und Ergebnis . . . . .   | 287 |
| 2. Bestimmung zum Erscheinen im Katalog einer gerichtlichen<br>Versteigerung . . . . .                            | 289 |
| a) Der Begriff »vente judiciaire« . . . . .   | 289 |
| aa) Die Definition des Gesetzes vom 10. Juli 2000 und<br>ihre Auslegung in Rechtsprechung und Literatur . . . . . | 289 |
| bb) Erfasste Versteigerungen . . . . .  | 292 |
| (1) Zwangsversteigerungen (ventes judiciaires<br>forcées) . . . . .   | 292 |
| (2) »Freiwillige« gerichtliche Versteigerungen (ventes<br>judiciaires volontaires) . . . . .                      | 293 |
| cc) Zusammenfassung . . . . .   | 294 |
| b) Katalog einer gerichtlichen Versteigerung . . . . .  | 294 |
| aa) Beschränkung auf Kataloge von reinen<br>Kunstauktionen? . . . . .   | 295 |
| bb) Form, Inhalt und Zweckbestimmung des Katalogs . . . . .   | 295 |
| cc) Art und Weise der Abgabe . . . . .  | 296 |
| c) Bestimmung der Werke zum Erscheinen im Katalog . . . . .   | 297 |
| 3. Privilegierter Personenkreis . . . . .   | 297 |
| 4. Umfang der Nutzung . . . . .   | 298 |
| a) Privilegierte Verwertungsarten . . . . .   | 298 |
| b) Qualitatives und quantitatives Ausmaß der Nutzung . . . . .  | 298 |
| 5. Schranken der Nutzung . . . . .  | 299 |
| a) Der Dreistufentest in Art. L. 122-5 CPI . . . . .  | 299 |
| aa) Keine Beeinträchtigung der normalen<br>Werkverwertung . . . . .   | 299 |
| bb) Keine ungebührliche Verletzung berechtigter<br>Urheberinteressen . . . . .                                    | 299 |
| b) Urheberpersönlichkeitsrecht . . . . .  | 302 |
| c) Rechte Dritter . . . . .   | 303 |
| III. Richtlinienkonformität . . . . .   | 304 |
| IV. Zusammenfassung . . . . .   | 304 |
| D. Die Nutzung von Kunstwerken durch Museen und<br>Ausstellungshäuser . . . . .                                   | 306 |

|   |     |
|---|-----|
| Kapitel 4 Die Rechtslage in den Vereinigten Staaten von Amerika . . . .                     | 309 |
| A. Gesetzliche Grundlagen des US-amerikanischen Urheberrechts . . .                         | 309 |
| I. Vom Statute of Anne zum Copyright Act 1790 . . . . .                                     | 309 |
| II. Der Copyright Act 1909 . . . . .  | 312 |
| III. Der geltende Copyright Act 1976 . . . . .  | 315 |
| 1. Grundlegende Reformen des copyright-Systems . . . . .                                    | 315 |
| 2. Berne Convention Implementation Act (1988) . . . . .                                     | 316 |
| 3. Weitere wichtige Gesetzesänderungen . . . . .  | 316 |
| B. Schutzzinhalt und Schranken des copyright . . . . .                                      | 317 |
| I. Geschützte Werke und Rechtsinhaberschaft . . . . .                                       | 317 |
| II. Die Urheberrechte . . . . .   | 318 |
| 1. Verwertungsrechte . . . . .  | 318 |
| a) Vervielfältigungsrecht . . . . .   | 319 |
| b) Bearbeitungsrecht . . . . .  | 319 |
| c) Verbreitungsrecht . . . . .  | 319 |
| d) Recht der öffentlichen Aufführung . . . . .  | 320 |
| e) Recht der öffentlichen Zurschaustellung . . . . .  | 320 |
| f) Schutzdauer der Verwertungsrechte . . . . .  | 321 |
| 2. Urheberpersönlichkeitsrechte . . . . .   | 321 |
| a) Der Visual Artists Rights Act (VARA) . . . . .   | 321 |
| b) Veröffentlichungsrecht und weitere<br>urheberpersönlichkeitsrechtliche Aspekte . . . . . | 322 |
| III. Die gesetzlichen Schranken in §§ 107 ff. C.A. 1976 . . . . .                           | 323 |
| 1. Überblick . . . . .  | 323 |
| 2. Reproduktionen von Bibliotheken und Archiven (§ 108) . . .                               | 324 |
| C. Fair use in § 107 C.A. 1976 als zentrale Schrankenregelung . . . . .                     | 325 |
| I. Entwicklung der fair use-Doktrin . . . . .   | 325 |
| II. Ökonomisch-utilitaristische Begründungsmodelle . . . . .                                | 328 |
| III. Methodik der fair use-Prüfung . . . . .  | 330 |
| IV. Die vier fair use-Faktoren . . . . .  | 331 |
| 1. »Purpose and character of the use« . . . . .   | 331 |
| a) Transformativität der Nutzung . . . . .  | 331 |
| aa) Bedeutung des Kriteriums . . . . .  | 331 |
| bb) Bestimmung der Transformativität . . . . .  | 333 |
| b) Kommerzialität der Nutzung . . . . .   | 335 |
| aa) Bedeutung des Kriteriums . . . . .  | 335 |
| bb) Bestimmung der Kommerzialität . . . . .   | 336 |
| cc) Behandlung nichtkommerzieller Nutzungen . . . . .                                       | 337 |
| c) Weitere Charakteristika der Nutzung . . . . .  | 338 |
| aa) Unterrichts-, Bildungs- und Forschungszwecke . . . . .                                  | 338 |

|   |     |
|---|-----|
| bb) Nachrichtenberichterstattung, Kommentierung und Kritik . . . . .  | 339 |
| cc) Sonstige Kriterien . . . . .  | 339 |
| 2. »Nature of the copyrighted work« . . . . .   | 340 |
| a) Differenzierung zwischen kreativen und faktischen Werken . . . . .                                       | 340 |
| b) Unveröffentlichte Werke . . . . .  | 341 |
| 3. »Amount and substantiality of the portion used in relation to the copyrighted work as a whole« . . . . . | 342 |
| a) Quantitativer und qualitativer Maßstab . . . . .   | 342 |
| b) Vollständige und teilweise Wiedergabe von visuellen Werken . . . . .                                     | 343 |
| 4. »Effect of the use upon the potential market for or value of the copyrighted work« . . . . .             | 346 |
| a) Aktuelle Marktschäden . . . . .  | 347 |
| aa) Beschränkung auf Schäden durch »market substitution« . . . . .  | 348 |
| bb) Betrachtung der relevanten Märkte für Original und Bearbeitungen . . . . .                              | 349 |
| b) Potentielle Marktschäden . . . . .   | 349 |
| aa) Beschränkung auf »traditionelle und voraussichtlich erschließbare Märkte« . . . . .                     | 350 |
| bb) Behandlung von Kritik, Kommentierung und »gemischten« Nutzungszwecken . . . . .                         | 351 |
| c) Behandlung positiver Marktauswirkungen . . . . .   | 352 |
| V. Beispiele aus der Rechtsprechung für faire und unfaire Nutzungen von visuellen Werken . . . . .          | 354 |
| 1. Basquiat v. Baghoomian (1991) . . . . .  | 354 |
| 2. Haberman v. Hustler Magazine, Inc. (1986) und Brewer v. Hustler Magazine, Inc. (1984) . . . . .          | 356 |
| 3. Update Art, Inc. v. Maariv Israel Newspaper, Inc. (1986) . . . . .                                       | 359 |
| 4. Núñez v. Caribbean Intern. News Corp. (2000) . . . . .   | 360 |
| 5. Ty, Inc. v. Publications Intern. Ltd. (2002/2004) . . . . .  | 362 |
| a) Entscheidung des Seventh Circuit (2002) . . . . .  | 362 |
| b) Entscheidung des District Court for the Northern District of Illinois (2004) . . . . .                   | 364 |
| 6. Bill Graham Archives v. Dorling Kindersley Ltd. (2006) . . . . .   | 365 |
| 7. Ringgold v. Black Entertainment Television, Inc. (1997) . . . . .  | 368 |
| 8. Kelly v. Arriba Soft Corp. (2003) und Perfect 10, Inc. v. Amazon.com, Inc. (2007) . . . . .              | 370 |

|   |     |
|---|-----|
| D. Nutzung von Kunstwerken durch den Kunsthandel zur Verkaufswerbung . . . . .                              | 373 |
| I. Nutzung zur Werbung für Auktionen . . . . .  | 374 |
| 1. Prüfungsgegenstand und betroffene Verwertungsrechte . . .  | 374 |
| 2. Fair use-Prüfung . . . . .   | 375 |
| a) »Purpose and character of the use« . . . . .   | 375 |
| aa) Transformativität . . . . .   | 376 |
| (1) Kommerzielle Werbung für das Werkoriginal . . .   | 376 |
| (2) Informationswert versus Substitutionspotential . .  | 378 |
| (a) Print- und Online-Kataloge . . . . .  | 378 |
| (b) Printanzeigen und E-Mail-Newsletter . . . . .   | 382 |
| (c) Teilergebnis . . . . .  | 382 |
| bb) Kommerzialität . . . . .  | 382 |
| cc) Erleichterung der Veräußerung des Werkstücks . . . .  | 384 |
| dd) Verhalten des Nutzers . . . . .   | 384 |
| ee) Ergebnis . . . . .  | 385 |
| b) »Nature of the copyrighted work« . . . . .   | 385 |
| c) »Amount and substantiality of the portion used in relation to the copyrighted work as a whole« . . . . . | 386 |
| aa) Print- und e-Kataloge . . . . .   | 386 |
| bb) Printanzeigen und E-Mail-Newsletter . . . . .   | 387 |
| cc) Ergebnis . . . . .  | 387 |
| d) »Effect of the use upon the potential market for or value of the copyrighted work« . . . . .             | 387 |
| aa) Beeinträchtigung des Markts für die Originale . . . .   | 387 |
| bb) Beeinträchtigung von Zweitmärkten für Reproduktionen . . . . .  | 388 |
| (1) Zweitmarkt für Werbenutzungen durch den Kunsthandel? . . . . .  | 388 |
| (2) Kunstreproduktionen im engeren Sinne . . . . .  | 388 |
| (3) Zweitmarkt für sonstige kommerzielle Reproduktionen . . . . .   | 389 |
| cc) Positive Effekte auf den Marktwert des Werkes . . . .   | 390 |
| dd) Ergebnis . . . . .  | 391 |
| e) Gewichtung der Einzelfaktoren und Gesamtergebnis . . . .   | 391 |
| II. Nutzung zur Werbung durch den sonstigen Kunsthandel . . . .   | 391 |
| E. Nutzung von Kunstwerken durch Museen zur Ausstellungswerbung   | 392 |
| I. Prüfungsgegenstand und betroffene Verwertungsrechte . . . . .  | 393 |
| II. Fair use-Prüfung . . . . .  | 395 |
| 1. »Purpose and character of the use« . . . . .   | 395 |
| a) Werbung zur Erfüllung des Bildungsauftrags der Museen .  | 395 |

|  |     |
|--|-----|
| b) Transformativität . . . . .   | 396 |
| aa) Reine Bildwerbung . . . . .  | 396 |
| bb) Werbung mit Bild- und Textbeiträgen . . . . .  | 397 |
| cc) Superseding use . . . . .  | 397 |
| dd) Teilergebnis . . . . .   | 398 |
| c) Kommerzialität: Commercial nature oder nonprofit<br>educational purpose? . . . . .                          | 399 |
| d) Verhalten des Nutzers . . . . .   | 400 |
| e) Werbung mit Werken aus Sonder- und<br>Dauerausstellungen . . . . .  | 401 |
| f) Ergebnis . . . . .  | 401 |
| 2. »Nature of the copyrighted work« . . . . .  | 402 |
| 3. »Amount and substantiality of the portion used in relation to<br>the copyrighted work as a whole« . . . . . | 402 |
| a) Reine Bildwerbung . . . . .   | 403 |
| b) Werbung mit Bild- und Textbeiträgen . . . . .   | 403 |
| 4. »Effect of the use upon the potential market for or value of<br>the copyrighted work« . . . . .             | 403 |
| a) Beeinträchtigung des Markts für die Originale . . . . .   | 403 |
| b) Beeinträchtigung von Zweitmärkten für Reproduktionen . . . . .  | 404 |
| aa) Zweitmarkt für Werbenutzungen durch Museen? . . . . .  | 404 |
| bb) Zweitmarkt für kommerzielle Reproduktionen . . . . .   | 404 |
| c) Positive Effekte auf den Marktwert des Werkes . . . . .   | 405 |
| d) Ergebnis . . . . .  | 406 |
| 5. Gewichtung der Einzelfaktoren und Gesamtergebnis . . . . .  | 407 |
| F. Nutzung von Kunstwerken in Ausstellungs- und<br>Bestandsverzeichnissen von Museen . . . . .                 | 408 |
| I. Prüfungsgegenstand und betroffene Verwertungsrechte . . . . .   | 408 |
| II. Fair Use-Prüfung . . . . .   | 410 |
| 1. »Purpose and character of the use« . . . . .  | 410 |
| a) Bildungsfunktion von Ausstellungs- und<br>Bestandsverzeichnissen . . . . .                                  | 410 |
| aa) Ausstellungskataloge . . . . .   | 410 |
| bb) Bestandskataloge . . . . .   | 411 |
| cc) Museumsführer . . . . .  | 411 |
| dd) Digitale Offline-Kataloge . . . . .  | 411 |
| ee) Online-Ausstellungen und<br>Online-Sammlungsverzeichnisse . . . . .  | 411 |
| ff) Teilergebnis . . . . .   | 412 |
| b) Transformative oder superseding use? . . . . .  | 412 |

|   |         |
|---|---------|
| c) Kommerzialität: Commercial nature oder nonprofit educational purpose? . . . . .                          | 414     |
| aa) Katalogvertrieb mit Gewinnerzielungsabsicht . . . . .   | 415     |
| (1) Ausstellungs-, Bestandskataloge und digitale Offline-Verzeichnisse . . . . .                            | 415     |
| (2) Museumsführer . . . . .   | 416     |
| bb) Nichtkommerzielle Katalognutzung . . . . .  | 416     |
| (1) Katalogvertrieb zum Selbstkostenpreis . . . . .   | 416     |
| (2) Öffentlich zugänglich gemachte Online-Verzeichnisse . . . . .   | 417     |
| cc) Teilergebnis . . . . .  | 417     |
| d) Verhalten des Nutzers . . . . .  | 417     |
| e) Verzeichnisse von Sonderausstellungen und Bestandsverzeichnisse . . . . .                                | 418     |
| f) Ergebnis . . . . .   | 418     |
| 2. »Nature of the copyrighted work« . . . . .   | 419     |
| 3. »Amount and substantiality of the portion used in relation to the copyrighted work as a whole« . . . . . | 419     |
| a) Ausstellungskataloge . . . . .   | 420     |
| b) Bestandskataloge . . . . .   | 420     |
| c) Museumsführer . . . . .  | 421     |
| d) Online-Verzeichnisse . . . . .   | 421     |
| 4. »Effect of the use upon the potential market for or value of the copyrighted work« . . . . .             | 421     |
| a) Beeinträchtigung des Marktes für die Originale . . . . .   | 421     |
| b) Beeinträchtigung von Zweitmärkten für Reproduktionen . . . . .   | 422     |
| aa) Zweitmarkt für Katalognutzungen durch Museen? . . . . .   | 422     |
| bb) Zweitmarkt für kommerzielle Reproduktionen . . . . .  | 422     |
| c) Positive Effekte auf den Marktwert des Werkes . . . . .  | 423     |
| d) Ergebnis . . . . .   | 424     |
| 5. Gewichtung der Einzelfaktoren und Gesamtergebnis . . . . .   | 424     |
| 6. Vergleich mit den Wertungen der Classroom Guidelines . . . . .   | 426     |
| G. Zusammenfassung der Ergebnisse der fair use-Prüfungen . . . . .  | 427     |
| H. Werbe- und Katalognutzungen in der Lizenzierungspraxis der Artists Rights Society . . . . .              | 428     |
| <br>Kapitel 5 Rechtsvergleich und Vorschläge für eine Neuregelung der Schranken . . . . .                   | <br>431 |
| A. Urheberrechtliche Privilegierung der Verkaufswerbung . . . . .   | 431     |
| I. Gegenüberstellung der Ergebnisse . . . . .   | 431     |

|  |     |
|--|-----|
| 1. <i>Deutschland</i> : Abbildungsfreiheit für Kunstwerke in öffentlichen Verkaufsveranstaltungen . . . . .  | 431 |
| 2. <i>Frankreich</i> : Katalogbildfreiheit für Werke in gerichtlichen Versteigerungen . . . . .              | 433 |
| 3. <i>USA</i> : Werbung für den Handel mit Kunstwerken als vermutlich »unfaire« Nutzung . . . . .            | 435 |
| II. Regelungsvorschlag für die Privilegierung von Verkaufswerbung . . . . .                                  | 436 |
| B. Urheberrechtliche Privilegierung der Ausstellungswerbung . . . . .  | 437 |
| I. <i>Deutschland</i> : Abbildungsfreiheit für Werke in öffentlichen Ausstellungen . . . . .                 | 437 |
| II. <i>Frankreich</i> : Ausstellungswerbung unterliegt dem Ausschließlichkeitsrecht . . . . .                | 438 |
| III. <i>USA</i> : Kommentierte kleinformatige Abbildungen in der Ausstellungswerbung als fair use . . . . .  | 439 |
| C. Urheberrechtliche Privilegierung von Ausstellungs- und Bestandsverzeichnissen . . . . .                   | 440 |
| I. Gegenüberstellung der Ergebnisse . . . . .  | 440 |
| 1. <i>Deutschland</i> : Katalogbildfreiheit für Ausstellungs- und Bestandsverzeichnisse von Museen . . . . . | 440 |
| 2. <i>Frankreich</i> : Keine Privilegierung von Ausstellungs- oder Bestandsverzeichnissen . . . . .          | 442 |
| 3. <i>USA</i> : Ausstellungs- und Bestandsverzeichnisse als im Einzelfall faire Nutzung . . . . .            | 442 |
| II. Regelungsvorschlag für eine Privilegierung von Ausstellungs- und Bestandsverzeichnissen . . . . .        | 444 |
| Literaturverzeichnis . . . . .   | 447 |