

THOMAS HOEREN

Multimedia als noch nicht bekannte Nutzungsart

Immer wieder taucht im Multimediabereich die Frage auf, ob ein Produzent unter Berufung auf Altverträge vorbestehende Werke benutzen kann. Hier setzt § 31 Abs. 4 UrhG an, wonach sich Lizenzverträge nicht auf (damals) unbekannt Nutzungsarten beziehen können. Im

folgenden Beitrag skizziert der Verfasser die Reichweite von § 31 Abs. 4 UrhG unter besonderer Berücksichtigung der neuesten, hierzu ergangenen BGH-Entscheidung (» Videozweitauswertung III«).

I. Einführung

Möchte ein Multimediahersteller bestehende Werke in sein Produkt einspeisen, bedarf er je nach betroffenem Verwertungsrecht der Zustimmung des Urhebers. Problematisch sind allerdings die Fälle, in denen der Urheber dem Hersteller bereits ein ausschließliches Nutzungsrecht eingeräumt hat und der Hersteller erst nachträglich eine Nutzung über Multimedia vornimmt. Kann der Hersteller unter Berufung auf das ausschließliche Nutzungsrecht nachträglich Werke über Multimedia einer Zweitverwertung zuführen? Dies erscheint im Hinblick auf § 31 Abs. 4 UrhG problematisch, sofern es sich bei Multimedia um eine neue, noch nicht bekannte Nutzungsart handelt. Käme diese Vorschrift auf »Multimedia« zur Anwendung, wäre dem Produzenten die Berufung auf Altverträge versagt. Er müßte statt dessen mit den Lizenzgebern nachverhandeln, um die für den Multimediaeinsatz erforderlichen Rechte zu erwerben. Dies dürfte ihn zu erhebli-

chen logistischen Schwierigkeiten führen, sind doch die Rechteinhaber unter Umständen nicht mehr auffindbar oder gar verstorben. Darüber hinaus wittert der eine oder andere Lizenzgeber gerade angesichts der Multimediaeuphorie reiche Beute; er wird die Rechte nur gegen hohe Nachzahlungen einräumen. § 31 Abs. 4 UrhG könnte zur Crux der Multimediaindustrie werden.¹ Da es im Ausland keine parallele Vorschrift gibt, drohen durch die heimische Sonderregelung gerade in Deutschland Wettbewerbsnachteile.

1) Hinsichtlich der vielfältigen anderen Rechtsprobleme bei der Multimediaentwicklung siehe Hoeren, An assessment of long-term solutions in the context of copyright and electronic delivery systems and multimedia products, hrsg. von der Europäischen Kommission/DG XIII, Luxembourg 1995.

Prof. Dr. Thomas Hoeren ist Inhaber des Lehrstuhls für Bürgerliches Recht und Internationales Wirtschaftsrecht an der Heinrich-Heine-Universität Düsseldorf. Der Beitrag gibt einen um Fußnoten erweiterten Vortrag wieder, den der Verfasser am 19. September 1995 bei einer Euroforum-Tagung in Frankfurt gehalten hat.

II. Nutzungsart

Problematisch ist insofern der Begriff der »Nutzungsart«: Von Gamm sieht nur die Verwertungsrechte der §§ 15–23 UrhG als denkbare Nutzungsarten an.² Dies hätte zur Konsequenz, daß Multimedia, für sich genommen, keine Nutzungsart darstellen kann, sondern urheberrechtlich ein Konglomerat (bereits bekannter) Verwertungsrechte tangiert.

Die herrschende Meinung³ lehnt diese Interpretation jedoch ab. Hiernach bezeichnet die »Nutzungsart« jede wirtschaftlich-technisch selbständige und abgrenzbare Verwertungsform. Diese Ansicht ist zutreffend, da nur sie dem Sinn und Zweck von § 31 Abs. 4 UrhG gerecht werden kann. Diese Vorschrift dient dem Schutz des Urhebers vor wirtschaftlich unkalkulierbaren Verträgen. Es soll ihm – wie es in der amtlichen Begründung heißt⁴ – »die Entscheidung darüber vorbehalten bleiben, ob und gegen welches Entgelt er mit der Nutzung seines Werks auch auf die neue Art einverstanden ist«. Der Gesetzgeber spricht hier bewußt nicht von neuen »Verwertungsrechten«, sondern stellt auf die wirtschaftlich neue Form der Nutzung ab. Der von Gamm'sche Rekurs auf die Verwertungsrechte im Sinne der §§ 15 ff. UrhG ist demgegenüber zu pauschal und geht am Ziel vorbei. Daß sich jemals ein neues Verwertungsrecht ähnlich der in §§ 15 ff. UrhG geregelten Rechte entwickelt, ist so gut wie ausgeschlossen. Eine entsprechende Interpretation des § 31 Abs. 4 UrhG ließe diese Vorschrift ins Leere laufen.

Damit fragt sich, ob Multimedia eine eigene Nutzungsart im Sinne der allgemein verwendeten Definition sein kann. Dazu ist zu klären, was das Schlagwort »Multimedia« überhaupt bedeutet und inwieweit einzelne Bereiche des Multimediasektors als eigenständige Märkte qualifiziert werden können.

1. Was ist Multimedia?

Multimedia ist seit einiger Zeit ein Reizwort, das durch die verschiedenen Zeitschriften geistert. Dabei fällt sehr schnell der verschwommene Inhalt des Multimedia-

begriffs auf.⁵ Häufig wird Multimedia mit interaktiver Benutzung, mit Hypertext, mit Videokunst gleichgesetzt. Eine definitorische Abgrenzung des Begriffs fällt dementsprechend schwer.

a) Multimedia im engeren Sinne

Ein erster Versuch zur Begriffsabgrenzung muß dort ansetzen, wo Multimedia zu einem gesellschaftlichen Phänomen geworden ist. Multimedia steht zunächst nicht für eine bestimmte technische Neuerung, sondern allgemein für eine neue Geisteshaltung im Umgang mit technischen Medien.⁶ Diese werden aus ihrer Vereinzelung gelöst; im Vordergrund steht eine Synthese und ganzheitliche Nutzung verschiedener Medienformen. Video, Film, Musik und Text werden nicht mehr als getrennte Werkgrößen, sondern als Einheit verstanden, die gerade in ihrer Verknüpfung eine neue Sicht der Welt ermöglicht.⁷

Im engeren Sinne steht Multimedia für die technische Verknüpfung dreier verschiedener Medien durch Digitalisierung.⁸

□ Texte, d.h. literarische Werke, werden ihres Charakters als Printmedien beraubt und mittels Digitalisierung in den Computer eingespeichert (»Scannen«).

□ Bilder, d.h. Fotografien und Filme, werden ebenfalls digitalisiert und EDV-mäßig auswertbar gemacht.

□ Das neue Verständnis der Medien macht auch vor der Musik nicht halt. Diese wird über Midi in den Computer eingegeben und elektronisch bearbeitet (»Sampling«).

Im wesentlichen werden durch Multimedia Auge und Ohr angesprochen (»Sound & Sight«); eine Ergänzung um haptische, kinästhetische, vestibulare und olfaktorische Elemente ist aber durchaus (etwa im Cyberspace-Sektor) im Bereich des Möglichen.⁹

b) Multimedia im weiteren Sinne

Abseits dieses engeren Multimediabegriffs wird der Terminus aber auch in einem weiteren Sinne verstanden. Es ist dann bei der weiteren Konkretisierung zwischen Offline- und Online-Nutzungen zu unterscheiden. Auf der einen Seite steht der Vertrieb solcher Werke auf einem festen Datenträger (meist CD-ROM oder CD-I). Auf der anderen Seite finden sich Verwendungsformen, bei denen Werke unkörperlich, via Telekommunikation verbreitet werden.

Offline-Nutzungen

Derzeit von großer Bedeutung ist die Offline-Nutzung digitalisierter Werke, etwa auf einer CD-ROM oder einer CD-I. Dieser Bereich expandiert derzeit, wird aber künftig sicherlich angesichts der zunehmenden Bedeutung von Netzwerken zurückgehen.

□ Eindimensionalität der Werknutzung

Innerhalb der Offline-Nutzung ist weiter zu differenzieren. Zunächst findet sich hier der seltene Typus der Eindimensionalität der Werknutzung. Hinter diesem zunächst abstrakten Wortgebilde verbindet sich die di-

2) Von Gamm, Urheberrechtsgesetz. Kommentar, 1968, § 31 Rdnr. 15; ähnlich auch Brugger, UFITA 56 (1970), 1, 7 ff.; ders., FuR 1974, 758 ff.; Dünwald, GRUR 1973, 245, 253; Schwaiger/Kockler, UFITA 73 (1975), 21, 35 f.

3) Hertin, in: Fromm/Nordemann, Urheberrecht, 8. Aufl. 1994, vor § 31 Rdnr. 2; Möhring/Nicolini, Urheberrechtsgesetz. Kommentar, 1970, § 31 Anm. 6 und 7; Schrickel/Schricker, Urheberrecht. Kommentar, 1987, vor §§ 28 ff., Rdnr. 52 und §§ 31/32 Rdnr. 7, 26 und 38; Moysesian, GRUR 1974, 371, 373 ff.; Platho, ZUM 1986, 572 ff.; Reimer, GRUR Int. 1973, 315, 322.

4) Haertel/Schiefer, Urheberrechtsgesetz und Gesetz über die Wahrnehmung von Urheberrecht und verwandten Schutzrechten. Textausgabe und Materialien, 1967, 187.

5) Vgl. hierzu auch Grimes/Potel, IEEE Computer Graphics & Applications, January 1991, 49 ff.

6) So bereits Irving im Jahre 1971; vgl. ders., The new world of sight and sound, live and recorded, in: Saturday Review, Multi-Media, vom 30. Januar 1971.

7) Vgl. Ockenfeld/Wetzels, CR 1993, 385, 386.

8) Zu weit ist hingegen die Definition von Helmert, DV-Management 1992, 153, 154, der jede Integration unterschiedlicher Medien als »Multimedia« ansieht.

9) Pfeifer, DV-Management 1992, 183.

gitale Verwendung einer einzelnen Werkart auf einem Datenträger. So kann etwa eine Tageszeitung oder ein Fachjournal den Inhalt seiner Zeitung auch in digitaler Form, auf einer CD-ROM, anbieten. Ähnlich ist der Fall eines elektronischen Bildarchivs auf einer CD-I, bei dem zahlreiche Fotos in digitaler Form abrufbar sind. Das digitale Speichermedium substituiert lediglich den analogen Träger; den Werken wird kein neuer qualitativer Aspekt hinzugefügt.

□ *Multimediale Anwendungen auf CD-ROM oder CD-I*
Die digitale Vertriebsform der eindimensionalen Werknutzung fällt im eigentlichen Sinn nicht unter Multimedia. Denn wenn dieses Schlagwort überhaupt einen Inhalt hat, dann bezeichnet es die digitale Verknüpfung mindestens dreier verschiedener Medien (meist Texte, Bild und Ton). Hinzu kommen über das bloße Lesen hinaus wesentlich weitergehende Servicefunktionen, wie Rechercheprogramme oder die Möglichkeit eines Datenexports. Gerade in diesen Möglichkeiten liegt das faszinierend Neue der Multimediaindustrie. Wer – wie bei einem der bekanntesten Multimediaprodukte – *Shakespeares Macbeth* gleichzeitig auf dem Bildschirm lesen, in Filmform betrachten und dabei zeitgenössische Musik hören kann, bekommt einen neuen Zugang zu diesem Stück. Er erwirbt eine solche CD-ROM auch nicht mehr als bloßes Substitutionsgut für das analoge Medium. Das Printmedium oder der Theaterbesuch wird vielmehr durch den Erwerb der CD-ROM ergänzt und vertieft.

Online-Nutzungen

Oft wird von Multimedia auch zur Bezeichnung online-mäßiger Verwendungsformen gesprochen. Multimedia bezeichnet in diesem Sprachgebrauch den elektronischen Abruf von Texten, Bildern oder Musik über internationale Datenbanken, Rundfunk und ähnliche Dienste.

□ *Elektronische Datenbanken*

Internationale Netze, wie das Internet, Datex-J, CompuServe und vor allem das World Wide Web (WWW), erlauben den Zugriff auf Werke via Modem oder ISDN. Der Benutzer sucht sich im Rahmen eines Netzes eine elektronische Datenbank aus, schaut sich den Inhalt an und lädt sich das gewünschte Material auf seinen Rechner.

□ *Use-on-demand*

Musik und Filme sollen künftig mittels eines eigenen elektronischen Videoshop vertrieben werden können, bei dem sich der Benutzer aus einem Datenspeicher die gewünschten Werke abrufen. Häufig wird dieses Phänomen auch als »interaktives Fernsehen« bezeichnet.

□ *Digitaler Rundfunk*

Use-on-demand klingt faszinierend, ist aber kaum realisierbar. Derzeit lassen sich die bestehenden technischen Möglichkeiten unter dem (etwas zu weiten) Stichwort des digitalen Rundfunks (DAB) zusammenfassen.¹⁰ Von einer CD aus werden Radioprogramme zu einem Satelliten gesendet; von dort empfängt dann der einzelne Verbraucher direkt oder via Kabel das Programm und kann es bei Bedarf mittels digitaler Recor-

der aufzeichnen. Entscheidend ist hier die digitale Kompression der Daten, die die Übertragungsraten von Kabel und Satellit erheblich intensiviert. In Amerika und Japan bieten digitale Kabeldienste, wie Digital Music Express, Musik Choice oder USEN Cable Radio, bereits täglich 24 Stunden CD-Musik in zahlreichen parallelen Kanälen an. In Deutschland sind bereits heute 16 digitalisierte Radioprogramme verfügbar, die Musik »in CD-Qualität« anbieten. Ähnlich sind die Möglichkeiten im Fernsbereich. Hier erlaubt die Digitalisierung die Einrichtung eines Special-Inter-est-Kanalsystems.

2. Multimedia als eigene Nutzungsart

Angesichts der breiten Palette von Angeboten, die sich unter dem Oberbegriff »Multimedia« verbirgt, kann die weitere Fragestellung nicht mehr lauten, ob »Multimedia« eine eigene Nutzungsart darstellt. Vielmehr muß diese Frage je nach konkreter Dienstleistung geklärt werden.

a) *Offline-Nutzung*

Die eindimensionale Nutzung von CD-ROM-Datenträgern stellt keine eigene Nutzungsart dar.¹¹ Die »ZEIT« oder der »Spiegel« auf CD-ROM ist ein Substitutionsgut gegenüber dem traditionellen Printmedium. Es kaufen sich weitgehend diejenigen eine solche CD-ROM, die früher die Zeitung in »normaler« Form bezogen haben. Das Medium »CD-ROM« bietet dem Leser lediglich den Volltext der Ausgabe mit einem entsprechenden Rechercheprogramm. Die mitgelieferte Software ändert jedoch nichts am Printcharakter der CD-ROM; die Recherchemöglichkeiten schaffen auch keine neue Märkte. Vielmehr ist es der traditionelle Leser, der seine Zeitung in einer neuen technischen Form erhält und die digitalen Suchtechniken allenfalls als zusätzliche Nebenleistung ansieht.

Anders ist es hingegen bei der Offline-Nutzung, die wirklich multimedial Text, Bild und Ton zu einer neuen Einheit verbindet.¹² Technisch setzt Multimedia in diesem Sinne eigene Hard- und Software, mit Grafik-, Sound- und Videokarte, voraus. Das Produkt löst sich auch wirtschaftlich von seinen Komponenten; es ist eine eigene Größe, ein *aliud* und kein bloßes Substitutionsgut. Dieser Markt löst sich auch zunehmend vom allgemeinen EDV-Markt. Multimediale Produkte werden daher durch eigene Unternehmen vertrieben; es gibt hierzu eigene Fachmessen und Publikationsorgane. Insofern stellt Multimedia eine eigene Nutzungsart dar. Neben der multimedialen Verknüpfbarkeit sprechen auch neuartige Servicefunktionen für die Existenz einer eigenen Nutzungsart. Hier kann m.E. die Rechtsprechung

10) Von einem unechten Use-on-demand zu sprechen scheint mir verwirrend.

11) Anderer Ansicht wohl *Hertin* (FN 3), §§ 31/32 UrhG Rdnr. 18, wonach »die CD (...) eine bis 1982 unbekannte Nutzungsart« ist. Dagegen zu Recht *Dünwald*, UfITA 127 (1995), 279, 280.

12) Siehe hierzu auch *Maaßen*, ZUM 1992, 338, 349, der die Digitalisierung von Bildmaterial als eigene Nutzungsart ansieht.

zu den Preisbindungen bei CD-ROM-Datenbanken herangezogen werden. Das KG^{12a} hat im Anschluß an eine Entscheidung des Bundeskartellamtes^{12b} eine – nach § 16 GWB nur für Verlagszeugnisse zulässige – Preisbindung für CD-ROM-Datenbanken weitgehend abgelehnt. Ein elektronischer Datenträger könne nicht als bloßer Ersatz des Printmediums angesehen werden, wenn er über das bloße Lesen hinaus wesentlich weitergehende Anwendungsmöglichkeiten biete. Die streitbefangene CD-ROM biete Funktionen, die weit über das hinausgingen, was als Lesehilfe zu qualifizieren sei. Insbesondere mache die technische Möglichkeit des Datenexports von Texten in ein Textverarbeitungssystem das System zu einer multifunktionalen Datenbank. Insgesamt sei die zunächst rein qualitative Zeitersparnis gegenüber dem Arbeiten mit einem druckgrafischen Index so groß, daß auch hier ein qualitativ unterschiedlicher Service gegenüber den Möglichkeiten des Printmediums gesehen werden müsse. – Diese Überlegungen zeigen auch urheberrechtlich die Grenzen zwischen bloßer Digitalisierung von Informationen und der Einfügung qualitativ neuer Funktionen. Die bloße Digitalisierung als solche schafft noch keine neue Nutzungsart. Das Tor zu § 31 Abs. 4 UrhG steht erst dann offen, wenn die Abfrage- und Suchmöglichkeiten eine qualitativ andere Arbeit mit Texten ermöglichen.

b) Online-Nutzung

Auch bei der Online-Nutzung ist zu differenzieren: Use-on-demand und digitaler Rundfunk sind lediglich als eine technische Neuerung, nicht aber als ein wirtschaftlich eigenständiger Markt anzusehen.¹³ In beiden Fällen benötigt der Anwender zwar besondere Empfangsgeräte, um den Service nutzen zu können. Der Inhalt bleibt jedoch der gleiche: Der Anwender empfängt seine altbekannten Videospielefilme oder seine Radiosendungen. Aus seiner Sicht handelt es sich bei Use-on-demand oder digitalem Rundfunk nur um einen neuen Übertragungsweg für bekanntes Material. Allerdings ist die Videoauswertung über digitale Kanäle Bestandteil des allgemeinen Videomarktes und als solche dann eine eigene Nutzungsart gegenüber der fernsehmäßigen Ausstrahlung von Werken; daher rechtfertigt eine Sendelizenz auch nicht die Verbreitung von Filmen über Video-on-demand.¹⁴

Anders ist es wiederum für elektronische Netze, wie

das Internet oder Compuserve. Der Online-Bereich unterliegt eigenen technischen und wirtschaftlichen Gesetzmäßigkeiten. Die Verbreitung via Internet erfolgt international ohne Rücksicht auf nationale Grenzen an ein eigenes Publikum. Ein Werk der Literatur, das via online angeboten wird, erreicht neue Leserkreise. Im Rahmen des WWW, dem Online-Pendant zur multimedialen CD, werden darüber hinaus Bild, Text und Ton zu einer neuen Einheit verknüpft und neue Produkte geschaffen. Der Kunde erhält nicht nur alte Informationen auf neuem technischen Übertragungsweg. Er »surft« vielmehr gerade deshalb durch das Internet, weil er dort eine noch nie gekannte Form der Verknüpfung von Informationen zu einer neuen Einheit erleben kann. Dementsprechend finden sich auch für diesen Bereich eigene Benutzerkreise, eigene Zeitschriften und eigene Dienstleister.

Die Frage nach einer Nachverhandlung von Altverträgen auf der Grundlage von § 31 Abs. 4 UrhG stellt sich folglich für die eindimensionale Nutzung von CD-Technologie sowie für Use-on-demand und digitalen Rundfunk nicht. Nur für multimediale CD-Werke und für die Nutzung in internationalen Netzwerken kommt eine Anwendung in Betracht.

III. Bekanntheit der Nutzungsart

Schwierig ist auch die Bestimmung der Bekanntheit einer Nutzungsart. Einige Autoren¹⁵ stellen hierbei auf die technische Realisierbarkeit von Verfahren ab: Hier nach käme es darauf an, seit wann Multimedia technisch möglich ist. Diese Frage führt aber zu unlösbaren Schwierigkeiten. Der Begriff »Multimedia« ist – wie bereits bemerkt – schillernd. Es ist demnach unklar, worauf bei der technischen Realisierbarkeit von Multimedia abgestellt werden soll. Erkennung von Schriften ist seit Ende der 70er Jahre realisierbar; die Digitalisierung der HiFi-Technik setzte hingegen Mitte der 80er Jahre ein.¹⁶ 1984 kam der erste Macintosh-Computer auf den Markt, der über eine grafische Benutzeroberfläche sowie Möglichkeiten zur digitalen Aufzeichnung von Tonfolgen und synthetisierte Sprache verfügte. 1987 gab Apple eine Hyper Card auf den Markt, mit der erstmals Texte, Grafiken, Bilder, Videos und Töne miteinander verknüpft werden konnten; Apple prägte damals auch den Begriff »Multimedia«.¹⁷

Die Integration von Bild, Text und Musik in digitaler Form war jedoch endgültig erst Anfang der 90er Jahre mit den Macintosh-Modellen Abs. 2si und LC realisierbar.¹⁸ All diese Unwägbarkeiten sprechen dafür, ein sichereres Kriterium für die Bekanntheit einer Nutzungsart zu wählen. Der BGH stellt daher in seiner neuen »Videozweitauswertung III«-Entscheidung im Anschluß an die herrschende Meinung darauf ab, ob und wann die Nutzungsart praktisch durchführbar und allgemein bekannt war.¹⁹ Dies dürfte unstrittig zu Beginn der 90er Jahre gewesen sein, als die ersten Multimedia-systeme auf dem Markt angeboten wurden.²⁰ Von da an kann von einer bekannten Nutzungsart gesprochen werden; Verträge, die vor diesem Zeitpunkt geschlossen worden sind, umfassen demnach noch nicht die

12a) Vgl. die Kurzinformation in WuW 1995, 455 f.

12b) Beschluß vom 25. Mai 1994-B7-5060000 P-123/93, HuK/E Bkart A 2635.

13) Hier kann auch auf die Parallele des Kabel- und Satellitenfernsehens zurückgegriffen werden. § 31 Abs. 4 UrhG kommt hier ebenfalls nicht zur Anwendung; so etwa OLG Hamburg GRUR 1989, 590 – »Kabelfernsehen«; LG München I ZUM 1986, 484, 486; Platho, ZUM 1986, 572, 577; a.A. allerdings für diesen Bereich Hertin (FN 3), §§ 31/32 Rdnr. 16.

14) Ähnlich bereits von Gamm, ZUM 1994, 591, 595.

15) Von Gamm (FN 2), § 31 UrhG Rdnr. 15.

16) Vgl. Schmenk/Wätjen, Multimedia, 1993, 13 f.

17) Vgl. Thiel, DV-Management 1992, 176, 177.

18) So auch Albayrak/Dengler/Krallmann, DV-Management 1992, 157.

19) BGH CR 1995, 725 (in diesem Heft); siehe auch Hertin (FN 3), §§ 31/32 Rdnr. 8; Möhring/Nicolini (FN 3), § 31 Anm. 10; Möhring, Festschrift für Bappert, S. 129, 137; ähnlich auch BGHZ 17, 266, 285 – »Grundlig-Reportur«; BGHZ 95, 274, 282 f. – »Videozweitauswertung I«.

20) So auch Naffah, Computer Communications 13 (1990), Heft 4.

Nutzung im Rahmen von Multimediasystemen. Für Internet und andere Online-Dienste kann von einer allgemeinen Bekanntheit allerdings frühestens erst ab 1995 gesprochen werden.

IV. »Videozweitauswertung III« und Multimedia

Der *BGH* hat den bisherigen Überlegungen durch seine Entscheidung »Videozweitauswertung III« noch eine Variante hinzugefügt: Was wäre, wenn ein pfiffiger Produzent bereits vor 1990 die multimediale Nutzung von Material in die Verträge aufgenommen hätte. Nimmt man die Überlegungen des *BGH*, so wäre dies ein Risikogeschäft im Vorfeld einer sich abzeichnenden Entwicklung zu einer wirtschaftlich eigenständigen Verwertungsform. Bei dieser greift § 31 Abs. 4 UrhG nicht ein. Es reicht folglich aus, daß die multimediale Nutzung in die Verträge begrifflich aufgenommen worden ist, um § 31 Abs. 4 UrhG auszuhebeln. Allerdings verlangt der *BGH* ausdrücklich, daß »die neue wirtschaftlich noch bedeutungslose Nutzungsart konkret benannt, ausdrücklich vereinbart und von den Vertragsparteien auch erörtert und damit erkennbar zum Gegenstand von Leistung und Gegenleistung gemacht wird.«²¹ Diese Rigidität vermag ich nicht nachzuvollziehen. Mit dem Erfordernis der ausdrücklichen Erörterung macht es der *BGH* de facto unmöglich, Risikogeschäfte im Rahmen von Formularverträgen zu

schließen. Der Schutz des Rechteinhabers ist bereits dann gewährleistet, wenn die Nutzungsart konkret benannt ist; unterschreibt er einen Formularvertrag in Kenntnis dieser Regelung, bedarf er keines weiteren Schutzes durch § 31 Abs. 4 UrhG. Allerdings ist dann noch § 36 UrhG zu beachten, wonach der Urheber bei grobem Mißverhältnis zwischen vereinbarter Vergütung und den tatsächlichen Erträgen aus der Nutzung des Werkes eine Änderung des Vertrages verlangen kann.

V. Resümee

Die Frage, ob Multimedia eine neue Nutzungsart ist, bedarf einer differenzierten Betrachtung.²² Die multimediale Verbindung von Werken auf einer CD und die Verbreitung via online dürfte wohl eher als eigene Nutzungsart als Use-on-demand, digitaler Rundfunk oder die eindimensionale Speicher verstanden werden. Ob diese Differenzierung zutrifft, wird erst die weitere Entwicklung in der Praxis, insbesondere die künftige Rechtsprechung, zeigen.

21) *BGHCR* 1995, 725 (in diesem Heft).

22) Ähnlich bereits *Dreier*, Perspektiven einer Entwicklung des Urheberrechts, in: ders./Becker, Urheberrecht und digitale Technologie, 1994, 123, 145. Mit dieser differenzierten Betrachtung gebe ich meine frühere Rechtsposition auf, wonach »Multimedia« eine noch nicht bekannte Nutzungsart darstellt; vgl. *Hoeren*, Multimedia – Eine Herausforderung für das Urheber- und Wettbewerbsrecht, in: Heymann (Hrsg.), Informationsmarkt und Informationsschutz in Europa, 1994, S. 17, 34 f.