

Stefan Schmaus

Der E-Book-Verlagsvertrag



Nomos Verlagsgesellschaft
Baden-Baden 2002

Inhaltsverzeichnis

Einführung	11
A. E-Books und Verlagsrecht	11
B. Gegenstand der Untersuchung	13
C. Inhalt der Untersuchung	15
1. Kapitel: Die E-Book-Edition als neue Nutzungsart	17
A. Technische Grundlagen	17
I. Das E-Book als Datei	17
II. Die Ausgabegeräte für E-Book-Editionen	19
III. Der digitale Herstellungs- und Vertriebsprozess	21
B. Das Engagement der Verlage im E-Book-Bereich	23
C. Die Notwendigkeit und Wirksamkeit von ausdrücklichen Nutzungsrechtseinräumungen in Bezug auf die E-Book-Edition	24
I. Die E-Book-Edition als eigenständige und abgrenzbare Nutzungsart	25
1. Die Definition der Nutzungsart	25
2. Die Abgrenzung der E-Book-Edition von der Print- und der CD-ROM-Nutzung	27
a) Die Printnutzung	27
b) Die Offline-Nutzung	28
3. Die Abgrenzung von anderen Nutzungsarten im Online-Bereich	29
a) Das Internet als Plattform für unterschiedliche Nutzungsarten	29
b) Insbesondere die Abgrenzung von der Online-Nutzung im Rahmen von Content Syndication-Modellen	30
aa) Content Syndication als von der E-Book-Nutzung zu unterscheidende Nutzungsart	30
bb) Content Syndication als bereits bekannte Nutzungsart	31
cc) Ergebnis	32
4. Mögliche Nutzungsarten innerhalb des E-Book-Bereichs	33
5. Ergebnis	34
II. Die E-Book-Edition als bekannte Nutzungsart	34
1. Grundlegendes zur Bekanntheit einer Nutzungsart i. S. d. § 31 Abs. 4 UrhG	34
2. Die Bekanntheit der E-Book-Edition als Nutzungsart	36
a) Die technische und wirtschaftliche Entwicklung	36
b) Das Jahr 2000 als entscheidender Zeitraum	37
3. Ergebnis	38
D. Zusammenfassung	38

2. Kapitel: Der E-Book-Verlagsvertrag als Verlagsvertrag im Rechtssinne	40
A. Die unmittelbare Anwendbarkeit des VerlG bei E-Book-Editionen und bei Offline-Ausgaben	40
I. Die maßgebliche Bedeutung des verlagsgesetzlichen Vervielfältigungsbegriffs	41
II. Die Abgrenzung der im VerlG und im UrhG verwendeten Vervielfältigungsbegriffe	41
1. Der enge Vervielfältigungsbegriff des VerlG	42
2. Der weite Vervielfältigungsbegriff des UrhG	43
III. Der Meinungsstand zur Anwendbarkeit des verlagsgesetzlichen Vervielfältigungsbegriffs auf elektronische Publikationen	44
1. Die Auffassungen im Schrifttum in Bezug auf Offline-Ausgaben	44
2. Die Auffassungen im Schrifttum in Bezug auf E-Book-Editionen und andere Online-Publikationen	45
3. Stellungnahme	47
IV. Auslegung des verlagsgesetzlichen Vervielfältigungsbegriffs	47
1. Der Wortsinn	48
2. Der Bedeutungszusammenhang des Gesetzes	48
a) Das Zusammenspiel mit dem Verbreitungsbegriff	48
b) Die Bedeutung der sich ausschließlich auf die Herstellung einer bestimmten Anzahl an körperlichen Werkexemplaren beziehenden Vorschriften	50
c) Die unterschiedliche Rechtslage bei Offline-Ausgaben und E-Book-Editionen	50
3. Der Normzweck und die Regelungsabsicht des historischen Gesetzgebers	51
4. Definition des verlagsgesetzlichen Vervielfältigungsbegriffs und Ergebnis	52
V. Zusammenfassung	53
B. Der E-Book-Verlagsvertrag als außerhalb des VerlG bestehende Erscheinungsform des Typus Verlagsvertrag	54
I. Der Meinungsstand zur generellen verlagsrechtlichen Einordnung von Online-Publikationen im Schrifttum und die Rechtswirklichkeit	54
1. Die Auffassungen im Schrifttum	55
2. Stellungnahme	56
3. Die außergesetzliche Rechtsfortbildung im Verlagsrecht	57
a) Die außergesetzliche Rechtsfortbildung als „Normalzustand“ im Verlagsrecht	57
b) Die Vertragsnormen	59
c) Der Normvertrag	60
d) Die Vertragspraxis	61
4. Ergebnis	63
II. Vertragstypologische Untersuchung des E-Book-Verlagsvertrages	63

1. Grundlegendes zur Vertragstypologie	63
a) Typologisches Denken contra Denken in Rechtsbegriffen	64
b) Das Verhältnis von Vertragstypus und gesetzlicher Regelung	65
c) Typische und atypische Verträge	67
2. Die bereits bekannten Erscheinungsformen des Verlagsvertrages als Typus	67
a) Der Buchverlagsvertrag	67
aa) Die Hauptmerkmale	68
(1) Der Vertragsgegenstand	68
(2) Die Vertragsparteien	68
(3) Die wichtigsten charakteristischen Vertragspflichten	69
(α) Pflichten des Verfassers	69
(β) Pflichten des Verlegers	70
(4) Der objektive Vertragszweck und die objektive Interessenlage	71
bb) Das Gesamtbild	72
b) Weitere vom VerLG erfasste Erscheinungsformen des Verlagsvertrages	72
aa) Der Verlagsvertrag über eine Offline-Ausgabe	73
bb) Der Verlagsvertrag über einen Beitrag zu einem nichtperiodischen Sammelwerk	73
cc) Der Musikverlagsvertrag	74
c) Der Kunstverlagsvertrag als außergesetzliche Erscheinungsform des Verlagsvertrages	75
d) Zusammenfassung	76
3. Der Vertrag über eine E-Book-Edition als neue außergesetzliche Erscheinungsform des Verlagsvertrages	76
a) Die Hauptmerkmale	77
aa) Der Vertragsgegenstand und die Vertragsparteien	77
bb) Die wichtigsten charakteristischen Vertragspflichten	77
cc) Der objektive Vertragszweck und die objektive Interessenlage	78
b) Das Gesamtbild	79
4. Ergebnis	80
III. Die Konsequenzen der vertragstypologischen Klassifizierung des E-Book-Verlagsvertrages	80
1. Die möglichst weitgehende analoge Anwendung der Regelungen des VerLG bei Vertragslücken	80
2. Die Auswirkungen auf die zentralen verlagsrechtlichen Begriffe der Vervielfältigung und Verbreitung	81
a) Die Definition und das Nebeneinander eines engeren verlagsgesetzlichen und eines umfassenderen verlagsrechtlichen Vervielfältigungsbegriffs	82
b) Das Verhältnis des erweiterten verlagsrechtlichen zum urheberrechtlichen Vervielfältigungsbegriff	82

c) Die Anerkennung des Rechts der öffentlichen Zugänglichmachung im Verlagsrecht	83
3. Die Leitbildfunktion der Normverträge für die Vertragsgestaltung	84
4. Ergebnis	84
C. Zusammenfassung	85
3. Kapitel: Das subjektive Verlagsrecht im Zeitalter des Elektronischen Publizierens	87
A. Das subjektive Verlagsrecht als zum Verlagsvertrag akzessorisches gegenständliches Recht	87
B. Das subjektive Verlagsrecht als Ersatz für ein Leistungsschutzrecht des Verlegers	88
C. Das Online-Verlagsrecht beim E-Book-Verlagsvertrag	90
I. Die beiden Teilrechte des Online-Verlagsrechts	90
1. Das Vervielfältigungsrecht	90
2. Das Zugänglichmachungsrecht	91
II. Das Entstehen und das Erlöschen des Online-Verlagsrechts	91
III. Der positive Umfang des Online-Verlagsrechts	92
1. Die vertragliche Festlegung des positiven Benutzungsrechts	92
a) Der inhaltliche Umfang	93
aa) Haupt- und Nebenrechte beim E-Book- Verlagsvertrag	93
bb) Quantitative Beschränkungen des Online- Verlagsrechts	96
(1) Quantitative Beschränkungen bei körperlichen Werkausgaben	96
(2) Der Begriff der Version als Alternative zum Auflagenbegriff	96
(3) Quantitative Beschränkungen bei der E-Book- Edition	97
b) Der zeitliche Umfang	100
c) Der räumliche Umfang	101
2. Die gesetzlichen Beschränkungen des positiven Benutzungsrechts	102
D. Das Verbotsrecht des Verlegers	102
I. Der Umfang des Verbotsrechts im Allgemeinen	103
1. Die Auffassung des BGH in der Taschenbuchlizenz- Entscheidung	103
2. Die Auffassungen im Schrifttum	104
3. Eigene Auffassung	105
a) §§ 4, 9 Abs. 2 VerlG als gesetzlich geregelter Fall eines nicht positiv eingeräumte Nutzungsarten erfassenden Verbotsrechts	105
b) Der Rechtsgedanke der §§ 4, 9 Abs. 2 VerlG als nach wie vor gültiger Regelfall im Verlagsrecht	107

aa)	Das Verständnis vom Bestehen unterschiedlicher Nutzungsarten im Verlagsbereich vor einhundert Jahren und heute	107
bb)	Der vom VerlG intendierte Gleichlauf von Verbotsrecht und Enthaltungspflicht i. S. d. § 2 Abs. 1 VerlG	109
cc)	§ 31 Abs. 5 UrhG und das verlegerische Verbotsrecht	111
c)	Ergebnis	112
II.	Der Umfang des Verbotsrechts im Zeitalter des Elektronischen Publizierens	113
E.	Zusammenfassung	114
4. Kapitel:	Rechte und Pflichten der Vertragsparteien beim E-Book-Verlagsvertrag	115
A.	Pflichten des Verfassers	115
I.	Die Überlassungspflicht	115
1.	Die Gestattungspflicht	116
2.	Die Ablieferungspflicht	116
a)	Der Ablieferungszeitpunkt	116
b)	Die Beschaffenheit und der Umfang des Werkes	117
II.	Die Pflicht zur Verschaffung des Online-Verlagsrechts	119
III.	Die Enthaltungspflicht analog § 2 Abs. 1 VerlG	120
1.	Grundsätzliches zur Enthaltungspflicht i. S. d. § 2 Abs. 1 VerlG	120
2.	Die Enthaltungspflicht i. e. S. und das vertragliche Wettbewerbsverbot (Enthaltungspflicht i. w. S.)	122
3.	Die analoge Anwendung des § 2 VerlG auf E-Book-Editionen	123
a)	Der ablehnende Standpunkt im Schrifttum	123
b)	Eigene Auffassung	124
4.	Der Inhalt der Enthaltungspflicht i. e. S. im Zeitalter des Elektronischen Publizierens	125
IV.	Die Korrekturpflicht	126
B.	Pflichten des Verlegers	127
I.	Die Pflicht zur Vervielfältigung und öffentlichen Zugänglichmachung des Werkes	127
1.	Der Beginn der Vervielfältigung	127
2.	Die Beendigung der Vervielfältigung	129
3.	Der Beginn der öffentlichen Zugänglichmachung	129
4.	Die zweckentsprechende und übliche Vervielfältigung des Werkes	130
5.	Die zweckentsprechende und übliche öffentliche Zugänglichmachung des Werkes	130
a)	Die Art und Weise der Distribution	131
b)	Die Pflicht zur Ergreifung technischer Schutzmaßnahmen gegen Urheberrechtsverletzungen	132
II.	Die Pflicht zur Vergütung des Verfassers	133

1. Das „Ob“ der Vergütungspflicht	134
2. Das „Wie“ der Vergütungspflicht	135
a) Das Absatzhonorar als vorrangiges Vergütungsmodell	135
b) Die Parameter zur Berechnung des Absatzhonorars	136
aa) Der Nettoabrufpreis	136
(1) Der gebundene Abrufpreis und das Buchpreisbindungsprivileg nach § 15 Abs. 1 GWB	136
(2) Die Rechtslage nach dem neuen Buchpreisbindungsgesetz	137
(3) Ergebnis	138
bb) Der Nettoverlagsabgabepreis	138
3. Die Höhe der Vergütung	139
4. Die Fälligkeit der Vergütung	139
III. Die Pflicht zur Überlassung unentgeltlicher E-Books	140
IV. Keine Pflicht zur Überlassung von E-Books zum Vorzugspreis	142
V. Die Pflicht zur Beendigung der Vervielfältigung und öffentlichen Zugänglichmachung des Werkes bei Vertragsbeendigung	143
C. Rechte des Verfassers	145
I. Das Änderungsrecht	145
II. Der Anspruch auf Rechnungslegung und auf Einsicht in die Geschäftsbücher	145
D. Rechte des Verlegers	146
I. Das Recht zur Gestaltung und Ausstattung der E-Book-Edition	146
1. Der sich aus § 14 Satz 2 VerlG analog ergebende Spielraum zur Gestaltung und Ausstattung der E-Book-Edition	146
2. Der sich aus § 39 Abs. 2 UrhG ergebende Spielraum zur Gestaltung und Ausstattung der E-Book-Edition	148
3. Einzelfragen	149
a) Die Einarbeitung von textinternen Links	149
b) Die Einarbeitung von Links zu anderen Dokumenten	150
c) Die multimediale Aufbereitung	151
II. Das Änderungsrecht	152
III. Das Recht zur Bestimmung des Preises der E-Book-Edition	152
1. Die analoge Anwendung des § 21 Satz 1 VerlG	152
2. Die analoge Anwendung des § 21 Satz 2 VerlG	154
3. Keine analoge Anwendung des § 21 Satz 3 VerlG	155
IV. Das Recht zur Publikation einer neuen Version	155
V. Kein Recht zur Beendigung der öffentlichen Zugänglichmachung des Werkes bei Absatzschwierigkeiten	158
Schlussbemerkung	160
Anhang: Muster für einen E-Book-Verlagsvertrag	162
Literaturverzeichnis	177