

Das Wissenschaftsurheberrecht in der Urheberrechtsreform

von

Timo Ehmann





Open-Access-Tage, Göttingen 2010

- I. Interessenlage auf dem Informationsmarkt
- II. Der „Dritte Korb“ im Überblick
- III. Leistungsschutzrecht
- IV. Kabelweitersendung, Kneipenrecht etc.
- V. Annex zu § 52b, verwaiste Werke
- VI. Zwingendes Zweitverwertungsrecht
- VII. Anbietungspflicht?
- VIII. Was ist zu tun?



Open-Access-Tage, Göttingen 2010

I. Interessenlage auf dem Informationsmarkt

- Autor
- Verleger
- Allgemeinheit/Nutzer



Open-Access-Tage, Göttingen 2010

II. Der „Dritte Korb“ im Überblick

- Leistungsschutzrecht
- Kabelweitersendung, Kneipenrecht, kollektive Rechtewahrnehmung
- Annexvervielfältigung nach § 52b UrhG, verwaiste Werke
- Zweitverwertung, Anbietungspflicht



Open-Access-Tage, Göttingen 2010

III. Leistungsschutzrecht

- „lousy pennies“
- GEZ für Verlage
- Venire contra factum proprium



Open-Access-Tage, Göttingen 2010

IV. Kabelweitersendung, Kneipenrecht, kollektive Rechtewahrnehmung

- Kabelweitersendung: „technologieneutrale Ausgestaltung“ → Schutzausweitung
- Kneipenrecht: „Menschen rotten sich zusammen und schauen gemeinsam Tatort“ → Schutzausweitung
- Kollektive Rechtewahrnehmung: „mehr Transparenz“





Open-Access-Tage, Göttingen 2010

V. Annexkompetenz zu § 52b UrhG, Verwaiste Werke

- USB-Stick an elektronischen Leseplätzen?
- Wann ist ein Werk „verwaist“ - was sind die Folgen?
- Anhörung erst am 13.10.2010



Open-Access-Tage, Göttingen 2010

VI. Zwingendes Zweitverwertungsrecht

- was öffentlich bezahlt ist, muss allgemein zugänglich sein
- Chancen stehen gut
- viele Rechte liegen jetzt schon bei den Autoren



Open-Access-Tage, Göttingen 2010

VII. Anbietungspflicht?

- Schöpferprinzip vs. Recht am Arbeitsergebnis
- Anbietungspflicht für Erst- oder Zweitverwertungsrechte
- Autoren müssen ohnehin mit ins Boot



Open-Access-Tage, Göttingen 2010

VIII. Was ist zu tun?

- Autoren informieren, welche Rechte bei Ihnen liegen
- Autoren informieren, was sie mit Ihren Rechten machen sollen

Vielen Dank für Ihre Aufmerksamkeit!

