



Farid Mahmood  
Medienanwalt  
fjm legal & business affairs

Ingo Fischer  
Supervisor Clearance & Licensing  
Fischer Media-Management

### THEMEN

Das Sound-Alike - Neuschöpfung oder Plagiat?  
Das neue Urheberrecht 2003 - Urheberrechtsreform

Guten Tag,

*der passende Titel ist gefunden, die Präsentation des Spots zusammen mit der Musik ist gut gelaufen. Hat sich der Kunde erst einmal auf einen Titel »eingeschossen«, so liegt es meist an der Agentur, den kreativen Anspruch mit den Budgetvorgaben in Einklang zu bringen. Was aber, wenn die seitens der Lizenzgeber aufgerufenen Kosten nicht zum vorgegebene Budget passen? Man geht den finanziell günstigsten Weg des vermeintlich geringsten Widerstandes und gibt ein sogenanntes »Sound-Alike« in Auftrag.*

### Das Sound-Alike Neuschöpfung oder Plagiat?

Schon der Begriff »Sound-Alike« (engl.: sounds like – klingt wie) sagt im Prinzip aus, worum es geht: Ein Musikstück wird mit der Maßgabe in Auftrag gegeben, einer musikalischen Vorlage so nahe wie möglich zu kommen, sodass sich der Hörer zwangsläufig an das Original erinnert fühlt. Bei der »Neuschöpfung« müssen freilich eigene Wesenszüge erkennbar sein, die sich weit genug vom Original unterscheiden. Doch genau hier liegt des »Pudels (Wesens-)Kern«: Die Tatsache, ob ein Musikstück einen eigenen so genannten Wesenskern aufweist oder nicht, entscheidet im Ernstfall - vor Gericht - darüber ob es sich um eine eigenständige Komposition oder ein Plagiat handelt.

### Plagiatsvorwurf

Ein Sound-Alike wird juristisch behandelt wie eine (Auftrags-)Komposition, d.h. als geistiges Eigentum des (Auftrags-)Komponisten. Ein zu Recht erhobener Plagiatsvorwurf kann hingegen sowohl für den Komponisten des Musikstückes als auch für die auftraggebende Agentur ernste Konsequenzen mit sich bringen. Schadensersatzklagen seitens der Lizenzgeber sind ebenso die Regel, wie der sofortige Stopp der Kampagne oder das Sendeverbot durch eine einstweilige Verfügung des Gerichts.

### Gutachten

Über einen Plagiatsvorwurf wird regelmäßig vor Gericht entschieden. Dieses stützt sein Urteil auf die Aussagekraft von musikwissenschaftlichen Gutachten. Diese rund 20 Seiten starke Gutachten setzen sich im Detail mit den zu vergleichenden Werken auseinander. Dabei werden musikanalytische Aspekte ebenso berücksichtigt wie subjektive Eindrücke. Nachdem das Werk buchstäblich in seine Einzelteile zerlegt wurde, kommt der Gutachter schließlich zu seiner musikwissenschaftlichen Einschätzung, die darüber entscheidet, ob ein Musikstück kunstvolle Komposition oder schlichtes Plagiat ist. Ein Beispiel für solch ein musikwissenschaftliches Gutachten lässt sich unter '[www.fischer-media-man.de](http://www.fischer-media-man.de)' abrufen.

### Entscheidungshilfe

Oft ist es sinnvoll, ein solches Gutach-

ten, bei »heiklen« Sound-Alikes erstellen zu lassen, um wenigstens einen Anhaltspunkt zu haben, ob man sich auf der sicheren Seite bewegt. Es dient als Entscheidungshilfe, ob es lohnenswert ist, sich auf einen Rechtsstreit einzulassen oder doch lieber gleich eine Einigung mit den Originalautoren anzustreben - etwa durch eine Nachlizenzierung des Originals.

### Fazit

Grundsätzlich ist die Beauftragung eines Komponisten mit der Erstellung eines »Sound-Alikes« sicher ein legitimes Mittel zur Umgehung von überhöhten Lizenzkosten. Da sich die Beurteilung von Musik aber oft innerhalb subjektiver Kriterien bewegt, ist das Ergebnis von Auseinandersetzungen schwer einzuschätzen.

Deshalb sollten Komponist und Agentur tunlichst der Versuchung widerstehen, die Nachkomposition auf die Spitze zu treiben!

Ingo Fischer  
Fischer Media-Management

### Das neue Urheberrecht Die Urheberrechtsreform 2003

Das Urheberrecht befindet sich derzeit im Wandel. Innerhalb eines Jahres sind gleich zwei wesentliche Reformen in Kraft getreten, die nächste größere

Reform steht bereits vor der Tür.

Aus diesem Anlass werden die wesentlichen Änderungen stichpunktartig dargestellt:

### Privatkopie

Im Bereich der Analogkopien ist nahezu alles beim Alten geblieben, d.h. analoge Kopien von VHS-Kassetten, DVDs und CDs sind nach wie vor zulässig. Natürlich gelten auch weiterhin die üblichen Grenzen von bis zu sieben Kopien im privaten Umfeld.

Rechtswidrig nach der neuen Gesetzeslage ist der Download von Musik und Filmen aus so genannten Online-Tauschbörsen, wie Kazaa, Gnutella, Edonkey etc., da zukünftig davon auszugehen ist, dass die Kopiervorlage aus »offensichtlich rechtswidrigen Quellen« (§ 53 Abs. 1 UrhG) stammt - bei Dateien aus dem Internet ist dies wohl regelmäßig so.

Auch das digitale Umgehen von Kopierschutzmaßnahmen ist nach dem 13. September 2003 nicht länger erlaubt (§ 95a UrhG): Wer trotz Kopierschutz eine digitale Kopie anfertigt, macht sich schadensersatzpflichtig. Im gewerblichen Umfeld ist die Kopierhandlung sogar mit Strafe bedroht. Dabei ist es unerheblich, wie wirksam der Kopierschutz tatsächlich ist, entscheidend ist allein, dass ein Kopierschutz vorhanden ist. Das anders lautende, von der S.A.D. GmbH (ein Hersteller von Software, die u.a. auch Kopierschutzmaßnahmen umgehen kann) in Auftrag gegebene Rechtsgutachten hatte vor Gericht keinen Bestand.

Folgerichtig sind natürlich auch Herstellung, Einfuhr, Verbreitung, Verkauf, Vermietung und das Bewerben von Vorrichtungen oder Software zur Umgehung von Kopierschutzmechanismen rechtswidrig.

Damit ist das Recht auf Privatkopie im digitalen Bereich so gut wie ausgeschlossen, da nahezu alle neu erscheinenden CDs, DVDs etc. mit einem Kopierschutz versehen wurden. Letztendlich bleibt nur der eher umständliche Weg, wie früher analog zu kopieren.

### Schutz des ausübenden Künstlers

Weiter gefestigt wurde der Schutz des ausübenden Künstlers (wer ein Werk darbietet oder an der Darbietung künstlerisch mitwirkt). Nunmehr haben auch ausübende Künstler ein Recht auf Namensnennung, etwa im Abspann eines Spielfilmes (§ 74 UrhG). Außerdem ist es ausübenden Künstlern nun ebenso wie den Urhebern selbst möglich, einfache Nutzungsrechte zu vergeben, da die Leistungsschutzrechte als so genannte ausschließliche Verwertungsrechte neu gefasst wurden (§§ 77 – 80 UrhG).

### Angemessene Vergütung

Einer der Grundpfeiler des verbesserten Schutzes für Urheber- und Leistungsschutzberechtigte soll das Recht auf angemessene Vergütung bringen. Dies wurde im Wesentlichen durch eine Kontrolle von Allgemeinen Geschäftsbedingungen und des neuen Umfangs der Rechteeräumung erreicht (§ 11 S. 2 UrhG). So steht z.B. dem Urheber, der nicht angemessen vergütet wird, ein gesetzlicher Korrekturantrag zur Verfügung, womit bestehende Verträge entsprechend angepasst werden können (§ 32 Abs. 1 S. 3 UrhG). Ähnliches sieht der »Bestseller-Paragraf« vor, wonach im Falle eines »auffälligen Missverhältnisses« zwischen Vergütung und Werkerlös dem Urheber eine zusätzliche angemessene Beteiligung zusteht.

### Recht der öffentlichen Zugänglichmachung

Auch die digitale Bereitstellung eines Werkes etwa online über Video- und Audio-Streaming oder terrestrisch per SMS, MMS etc. steht nunmehr allein dem Urheber- oder Leistungsschutzberechtigten zu (§ 19a UrhG). Dies war bislang in der Vergangenheit umstritten.

### Fazit

Die gesetzliche Neuregelung bemüht sich, den geänderten Marktbedingungen, die sich insbesondere durch die weite Verbreitung des Internets ergeben, gerecht zu werden. Leider nur

teilweise mit gutem Erfolg: So zeigen vor allem die neuen Regelungen in Bezug auf die Privatkopie, dass hier nicht der Weisheit letzter Schluss gefunden wurde – Dänemark etwa lässt eine Privatkopie trotz Kopierschutz zu, verbietet aber die Weitergabe an Dritte komplett. Mit Sicherheit kein schlechter Weg, um den widerstrebenden Interessen von Industrie und Verbraucher Rechnung zu tragen.

Farid Mahmood  
f|m legal & business affairs

### AKTUELL

Kultsong der 90er für neue T-Online Kampagne der Agentur Citigate SEA:

Mit dem Slogan »Ich leb' online mit T-Online« treten die Prominenten Cosma Shiva Hagen, Marie Bäumer, Michael Steinbrecher und Klaus J. Behrendt auf. SNAP lieferten dafür den Titel »The Power«.

Unsere Leistungen für Citigate SEA:

- Clearance
- Kostenverhandlung
- Vertragsgestaltung und -prüfung
- juristische Beratung

fischer media-management  
ingo fischer | [www.fischer-media-man.de](http://www.fischer-media-man.de)

f|m legal & business affairs  
farid mahmood | [www.ra-mahmood.de](http://www.ra-mahmood.de)