

Michael Arrington zum Urheberpersönlichkeitsrecht

2007-12-31 19:06:12

[Techcrunch](#) veröffentlichte am 15. Dezember einen Artikel über ein hübsches Video auf YouTube, das mittlerweile von den meisten Videoplattformen verschwunden ist. Das liegt daran, dass die Musiker, die dieses Video zusammenschnitten, nicht die Rechte der Fotografin einholten, die eines der Portraitfotos im Video geschossen hatte.

Michael Arrington, Blogger und laut Forbes einer der 25 einflussreichsten Menschen des Internet, sieht darin ein weiteres Beispiel dafür, wie Copyright missbraucht wird und Schaden anrichten kann, indem etwa dieses hübsche Musikstück aus der Öffentlichkeit gedrängt wird. Weiter sagt er:

„The real issue here is that Hartwell’s feelings were hurt. She wanted attribution in the video, and the creators ignored her. Attribution and people’s feelings are not things copyright law considers; rather, it sets forth the rules under which copyrighted works may be or may not be used by others. In this case, a court would likely side with Richter Scales. But to avoid the risk, they decided to simply take down the video.“

Societal ideals around what constitutes ownership over art are changing. People who try to protect and silo off their work are simply being ignored. Those that embrace the community, and give back to it not only allowing but asking for their work to be mashed up, re-used and otherwise embraced are being rewarded with attention.“

Aus kontinentaleuropäischer Sicht ist diese Auffassung natürlich ganz und gar falsch. Selbstverständlich würde ein deutscher Jurist mit dem Satz, das Urheberrecht sei nicht dafür da, der Urheberin Anerkennung für ihr Werk zu verschaffen große Probleme haben, denn das Urheberpersönlichkeitsrecht ist integraler Bestandteil des Urheberrechts – und regelt eben diese Frage sehr deutlich: *Der Urheber hat das Recht auf Anerkennung seiner Urheberschaft am Werk. Er kann bestimmen, ob das Werk mit einer Urheberbezeichnung zu versehen und welche Bezeichnung zu verwenden ist*, Art. 13 UrhG.

Aber auch in den USA ist das Konzept des Urheberpersönlichkeitsrechts nicht unbekannt, spätestens nach Unterzeichnung der Berner Übereinkunft nähert man sich diesen Gedanken auch dort, wie sich etwa an der Schaffung des Visual Artists Rights Act von 1990 ersehen lässt. Arrington sollte also vorsichtig sein, so grundsätzlich zu argumentieren, wie er es tut.

Davon abgesehen weist m.E. auch der zweite hier zitierte Absatz eine erhebliche Verkennung der Wichtigkeit und Funktion des Urheberpersönlichkeitsrechts auf. Auf das Recht auf Namensnennung -attribution – zu bestehen läuft dem hier postulierten Community-Gedanken kaum zuwider.

Auch die Frage, ob es sich vorliegend tatsächlich um einen fair use im Rahmen einer Parodie handelt, wie Arrington behauptet, dürfte so klar nicht sein, da ja nicht das Foto parodiert wird, sondern das gesungene Lied. Das Foto hingegen wird in seiner ursprünglichen Funktion, dem Abbilden einer bestimmten Person, genutzt.

IP|Notiz

Michael Arrington zum Urheberpersönlichkeitsrecht

Als Fazit bleibt wohl festzustellen, dass die kontinentaleuropäischen und amerikanischen Positionen zum Stellenwert des Urheberpersönlichkeitsrechts noch meilenweit auseinander liegen. Und dass dies von den Redakteuren von [Spiegel Online offensichtlich nicht beachtet wird](#)

.

(cen)