

ESV

Recht der Computer- und Videospiele

The Law of Video and Computer Games

Herausgegeben von

Dr. Alexander Duisberg

Rechtsanwalt

und

Dr. Henriette Picot

Rechtsanwältin

mit Beiträgen von

Catrin Agerhäll

Dr. Stephan Appt

Farid Bouguettaya

Julien Debussche

Berend van der Eijk

Dr. Achim Förster, LL.M.

Verena Grentzenberg

Dr. Florian Kolb, LL.M.

Kari-Matti Lehti

Lorraine Maisnier-Boché

Teresa Mercadal

Dr. Henriette Picot

Dr. Tobias Reker

Manon Rieger-Jansen

Howard Rubin

Per Svanteson

Daniele De Angelis

Benoit Van Asbroeck

Vojtech Chloupek

Dr. Alexander Duisberg

Dr. Friedrich Emmerling

José Ángel García-Zapata

Thijs van den Heuvel

Dr. Markus Körner

Stéphane Leriche

Paul McMahon

Claas Oehler

Fidel Porcuna

Anika von Ribbeck

Gian Marco Rinaldi

Jim Runsten

ERICH SCHMIDT VERLAG

Bibliografische Information der Deutschen Nationalbibliothek

Die Deutsche Nationalbibliothek verzeichnet diese Publikation in der Deutschen Nationalbibliografie; detaillierte bibliografische Daten sind im Internet über <http://dnb.d-nb.de> abrufbar.

Weitere Informationen zu diesem Titel finden Sie im Internet unter

[ESV.info/978 3 503 15403 6](http://ESV.info/978%203%20503%2015403%206)

Gedrucktes Werk: ISBN 978 3 503 15403 6

eBook: ISBN 978 3 503 15404 3

Alle Rechte vorbehalten

© Erich Schmidt Verlag GmbH & Co. KG, Berlin 2013

www.ESV.info

Dieses Papier erfüllt die Frankfurter Forderungen der Deutschen Nationalbibliothek und der Gesellschaft für das Buch bezüglich der Alterungsbeständigkeit und entspricht sowohl den strengen Bestimmungen der US Norm Ansi/Niso Z 39.48-1992 als auch der ISO-Norm 9706.

Satz: Peter Wust, Berlin

Druck und Bindung: Hubert & Co, Göttingen

Vorwort

*Der Mensch spielt nur,
wo er in voller Bedeutung des Worts Mensch ist,
und er ist nur da ganz Mensch, wo er spielt.*

*Friedrich von Schiller,
Über die ästhetische Erziehung des Menschen*

Die Entwicklung der Spielebranche in Deutschland und Europa ist eine eindrucksvolle Erfolgsgeschichte. Die Verbindung aus Kreativität und Innovationskraft, vorzüglicher Infrastruktur, qualifizierten Fachkräften, moderaten Kosten und einer hohen Binnennachfrage sind die Treiber für eine der bemerkenswertesten Industrieentwicklungen im Technologie- und Mediensektor. Neben den hergebrachten Konsolenspielen hat sich wegen der Verbreitung von Smart Phones, Tablets, Sozialen Netzwerken und anderen offenen Plattformen der Online-Spiele-Markt dynamisch entwickelt und einige sogar im Weltmarkt führende Unternehmen aus Deutschland und Europa hervorgebracht.

Die für Computer- und Videospiele maßgeblichen rechtlichen Rahmenbedingungen ergeben sich aus einer Vielzahl von Rechtsgebieten, insbesondere aus dem Recht des Geistigen Eigentums, dem Medienrecht, dem Vertriebsrecht, dem Wettbewerbsrecht sowie dem Datenschutzrecht. Entsprechend der Dynamik des Technologiesektors und der Verbreitungsgeschwindigkeit gerade im Online-Bereich sind zahlreiche für die Geschäftsmodelle der Spielebranche unmittelbar relevante Rechtsfragen noch nicht im Einzelnen geklärt.

Das vorliegende erste Handbuch zum Recht der Computer- und Videospiele für den deutschen und europäischen Markt möchte ein breites Spektrum einschlägiger Rechtsfragen ansprechen und praxisnahe Lösungsansätze aufzeigen. Es adressiert schwerpunktmäßig den deutschen Markt. Darüber hinaus bietet das Handbuch durch fokussierte, englischsprachige Kapitel zur Rechtslage in neun weiteren europäischen Ländern eine wichtige Orientierung zum internationalen Stand der Diskussion.

Das Handbuch beleuchtet die wichtigsten rechtlichen Rahmenbedingungen sowie Fragen der Vertragsgestaltung bei der Entwicklung, Gestaltung und Verwertung eines Spiels, einschließlich des urheberrechtlichen Schutzes von Computer- und Videospiele und ihrer Bestandteile, Fragen der Patentierbarkeit der Betriebsplattform (*Game Engine*) sowie praxisnaher markenrechtlicher Fragen.

Neben allgemeinen Rechtsfragen des Vertriebs und der Lizenzierung ist gerade im Online-Bereich der rechtliche Rahmen für den Verkauf virtueller Güter (*Item Selling*) sowie für innovative Werbeformen wie In-Game-Advertising oder personalisierte Werbung nach den Maßstäben des Wettbewerbs- und Markenrechts, des Verbraucherschutzes und Datenschutzes noch nicht abschließend geklärt. Hinzu kommen für national und international tätige Spielehersteller die im deutschen Markt besonders ausgeprägten strafrechtlichen, medienrechtlichen und jugendschutzrechtlichen Anforderungen an die Zulässigkeit von Inhalten.

Ein eigenes Kapitel ist dem Datenschutzrecht gewidmet. Transparenz gegenüber dem Nutzer, Compliance in den zugrundeliegenden Datenverarbeitungen

sowie der Umgang mit Sicherheitspannen und entsprechende rechtliche Vorkehrungen gehören angesichts des Verbreitungsgrades und der hohen Risikolatenz zu den Regelungsmaterien, die die Praxis vor erhebliche Herausforderungen stellen.

Als Herausgeber danken wir den Autoren sehr herzlich für die Mitwirkung, den hohen Einsatz und den angeregten fachlichen Austausch zu den mannigfaltigen Fragen dieser faszinierenden Materie. Großer Dank gebührt zudem Frau Marlene Kast für die unermüdliche und sorgfältige Betreuung des Manuskripts, sowie Frau Rechtsanwältin Nadine Lederer für die Unterstützung bei der Recherche und Fahnenkorrektur.

Anregungen und Kritik der Leser dieses Handbuchs sind uns natürlich sehr willkommen. Wir bitten darum, diese über den Verlag an uns zu adressieren.

München, im Mai 2013

Alexander Duisberg, Henriette Picot

Preface

The only legitimate use of a computer is to play games.

Eugene Jarvis

The development of the gaming industry in Germany and Europe is an impressive success story, which has been driven predominantly by a combination of creativity and innovation, excellent infrastructure, skilled professionals, moderate costs and high domestic demand. Next to the established console games, the online-gaming business has grown dynamically together with the proliferation of smart phones, tablets, social networks and other open platforms, enabling a number of German and European players to achieve even leading positions on the world market.

The legal frameworks for video and computer games stem from numerous fields of law, in particular intellectual property law, media law, distribution law, competition law as well as data protection law. Given the dynamics within the technology sector and the speed of innovation particularly in the online sector, numerous legal issues are yet to be resolved.

This first handbook for the German and European markets addresses a broad range of legal questions as relevant to the gaming industry and offers pragmatic solutions. In addition to an in-depth analysis regarding Germany, the handbook provides in its English language chapters an important orientation on the international state of discussion, covering select issues from the legal landscape of nine other European countries.

The handbook discusses the most relevant topics in the lifecycle of a game, such as the development and commercial exploitation of a game, including copyright protection of video and computer games and its components; the patentability of the operating platform (game engine) and trademark issues; questions on the legality of content and the protection of minors; as well as data protection compliance including the appropriate handling of security breaches.

The editors would like to thank the authors for their invaluable contributions and would like to extend a special word of thanks to Marlene Kast for her enduring patience and care in bringing all the chapters together, to make this a unique handbook. The editors would like to encourage and kindly invite you, our readers, to share with us your views, comments and suggestions – either via our publishers or with us directly – to allow us to further develop this handbook for you.

Munich, May 2013

Alexander Duisberg, Henriette Picot

Inhaltsverzeichnis / Table of Contents

| | |
|--|-----------|
| Vorwort | 5 |
| Preface | 7 |
| Inhaltsverzeichnis / Table of Contents | 9 |
| Kapitel 1: Die Entstehung des Spiels – Entwicklungsverträge | 21 |
| 1. Interessenlage, beteiligte Personen und Vertragstypen | 23 |
| 1.1 Auftragsproduktion für den Publisher | 23 |
| 1.2 Einlizenzierung von Drittrechten | 24 |
| 1.3 „Unechte“ Auftragsproduktion | 25 |
| 2. Gestaltung des Entwicklungsvertrags | 25 |
| 2.1 Vertraulichkeitsvereinbarungen und Letter of Intent | 26 |
| 2.1.1 Vertraulichkeitsvereinbarungen | 26 |
| 2.1.2 Letter of Intent und andere „vorläufige Vereinbarungen“ | 26 |
| 2.2 Vertragsrechtliche Typisierung des Entwicklungsvertrags | 28 |
| 2.2.1 Entwicklung des Spiels | 28 |
| 2.2.2 Leistungen nach Abnahme | 30 |
| 2.3 Leistungspflichten des Entwicklers im Entstehungsprozess | 30 |
| 2.3.1 Leistungsbeschreibung und Projektplan | 31 |
| 2.3.1.1 Bedeutung der Leistungsbeschreibung | 31 |
| 2.3.1.2 Inhalt der Leistungsbeschreibung | 32 |
| 2.3.1.3 Projektplan und Meilensteine | 33 |
| 2.3.2 Verbindliche Termine und Verzögerungen im Projekt | 33 |
| 2.3.3 Änderungsverlangen des Publishers | 34 |
| 2.4 Mitwirkungspflichten und Mitspracherechte des Publishers | 36 |
| 2.4.1 Mitwirkungspflichten und Obliegenheiten | 36 |
| 2.4.2 Mitspracherechte | 37 |
| 2.5 Abnahmeregelungen | 37 |
| 2.6 Nutzungsrechte und geistiges Eigentum am Spiel | 39 |
| 2.6.1 Vereinbarung des Nutzungsrechtsumfangs | 39 |
| 2.6.2 Deckungsgleiche Einlizenzierung von Drittrechten | 43 |
| 2.6.2.1 Urheberpersönlichkeitsrechte | 44 |
| 2.6.2.2 Einlizenzierung von Musikwerken | 44 |
| 2.6.2.3 Standardmäßig verwendete vorbestehende Werke | 45 |
| 2.6.2.3.1 Open Source Software | 46 |
| 2.6.2.3.2 Standard-Graphiken, Standard-Sounds | 46 |
| 2.6.2.3.3 Game Engine und andere grundlegende Standard-Technologien | 46 |
| 2.6.2.3.4 „Know-how“-Vorbehalt | 47 |
| 2.6.3 Rechtsgarantien | 47 |
| 2.7 Vergütung | 47 |
| 2.8 Kündigungsregelungen | 48 |
| 2.9 Mängelhaftung des Entwicklers (Gewährleistung) | 49 |
| 2.10 Weitere Regelungen | 49 |
| 2.10.1 Haftungsbeschränkung | 49 |
| 2.10.2 Sicherung der Investition des Publishers | 50 |
| 2.10.3 Regelungen zu Vertrieb und Vermarktung | 51 |

| | |
|---|---------------|
| Kapitel 2: Urheberrechte an Computerspielen und deren Bestandteilen | 53 |
| 1. Einführung: Urheberrechtliche Doppelnatur von Computerspielen und ihre Auswirkungen auf die anwendbaren Rechtsvorschriften | 55 |
| 2. Schutz der Programmierleistung | 56 |
| 3. Schutz der audiovisuellen Spielinhalte | 58 |
| 3.1 Schutz als Filmwerk/Laufbild | 58 |
| 3.2 Spielmusik | 60 |
| 3.3 Spielfiguren | 61 |
| 3.4 Spielgenre, Spielkonzept und Spielhandlung | 62 |
| 4. Rechtsinhaberschaft | 64 |
| 4.1 Kreis der Urheberrechtsinhaber | 64 |
| 4.2 Rechtseinräumung zu Gunsten des Spieleherstellers | 66 |
| 5. Sonderfragen | 67 |
| 5.1 Sicherungs- (§ 69 d UrhG) oder Privatkopie (§ 53 UrhG)? | 68 |
| 5.2 Anwendbarkeit der §§ 95 a ff. UrhG | 69 |
| 6. Zusammenfassung | 70 |
| Kapitel 3: Marken und weitere nicht-technische Schutzrechte | 73 |
| 1. Voraussetzungen der Markeneintragung in das deutsche Markenregister | 76 |
| 1.1 Absolute Schutzhindernisse | 77 |
| 1.2 Relative Schutzhindernisse | 79 |
| 2. Markenmeldung | 79 |
| 2.1 Geographische Ausdehnung und internationale Erstreckung . . | 80 |
| 2.2 Inhaltlicher Schutzzumfang und Klassen | 81 |
| 2.3 Markenformen | 82 |
| 2.4 Sprache | 83 |
| 2.5 Kosten | 84 |
| 2.6 Rechtsmittel | 84 |
| 2.7 Widerspruch gegen die Marke | 85 |
| 2.8 Löschung der Marke | 86 |
| 3. Vorab-Recherche | 87 |
| 4. Zivilrechtliche Unterlassungsansprüche gegen Hersteller bzw. Anbieter von Computerspielen | 87 |
| 4.1 Verschiedene Ansprüche nach § 14 Markengesetz | 87 |
| 4.2 Prozessuales | 92 |
| 5. Werktitelschutz | 92 |
| 6. Geschmacksmusterschutz | 94 |
| 7. Domains | 94 |
| 8. Berücksichtigung von Persönlichkeitsrechten Dritter, insbesondere des Rechts am Bild und des Namensrechts | 96 |
| 8.1 Rechtliche Konsequenzen der Verwertung von Namen und Bildnissen, in die nicht beziehungsweise nicht vollumfänglich eingewilligt wurde | 97 |
| 8.2 Darstellung von Filmfiguren beziehungsweise Filmszenen in Computerspielen | 101 |

| | |
|---|-----|
| Kapitel 4: Vertrieb und Lizenzierung | 103 |
| 1. Einleitung | 105 |
| 2. Vertragsverhältnis zum Vertriebspartner | 107 |
| 2.1 Einräumung des Vertriebsrechts | 107 |
| 2.1.1 Nutzungsrechtsumfang | 107 |
| 2.1.2 Konzept der Rechtsverschaffung an den Endkunden | 109 |
| 2.1.2.1 Einbeziehung der Lizenzbedingungen gemäß §§ 305 ff. BGB | 110 |
| 2.1.2.2 Rechtsfolgen bei mangelnder Einbeziehung der Lizenzbedingungen | 111 |
| 2.1.2.2.1 Nutzungsrechtserwerb im „bestimmungsgemäßen“ Umfang | 111 |
| 2.1.2.2.2 Rechtsunsicherheit bei User Generated Content | 112 |
| 2.2 Kartellrechtliche Grenzen der Nutzungsrechtseinräumung | 112 |
| 2.3 Vergütung | 115 |
| 2.4 Werbe- und Marketingmaßnahmen | 115 |
| 2.5 Kennzeichnungspflichten und andere jugendschutzrechtliche Vertriebsanforderungen | 116 |
| 2.6 Auftragsdatenverarbeitung und Kooperation bei Datensicherheitspannen | 117 |
| 2.6.1 Auftragsdatenverarbeitung | 117 |
| 2.6.2 Regelung zum Umgang mit Datensicherheitspannen | 118 |
| 2.7 Beendigung des Vertriebsvertrags | 119 |
| 2.7.1 Ausgleichsansprüche des Handelsvertreters oder Vertragshändlers | 119 |
| 2.7.2 Nachvertragliche Wettbewerbsverbote | 120 |
| 3. Vertragsverhältnis zum Endkunden | 120 |
| 3.1 Lizenzbedingungen (EULA) | 120 |
| 3.1.1 Nutzungsrechtsumfang und -dauer | 121 |
| 3.1.2 Übertragungs- und Weitergabeverbote | 121 |
| 3.1.2.1 Der urheberrechtliche Erschöpfungsgrundsatz | 121 |
| 3.1.2.2 Der Erschöpfungsgrundsatz und elektronischer Vertrieb per Download | 122 |
| 3.1.2.3 Übertragung von Nutzerkonten | 123 |
| 3.1.3 Relevante AGB-rechtliche Themenkreise | 124 |
| 4. Spezifische Fragen bestimmter Plattfortmtypen und Vertriebswege | 127 |
| 4.1 Spezifische Fragen beim Vertrieb von Spielkonsolen und Konsolenspielen | 128 |
| 4.1.1 Konsolenbindung und Umgehung technischer Schutzmaßnahmen | 128 |
| 4.1.2 Fernabsatz | 129 |
| 4.2 Spezifische Fragen beim Vertrieb von Online Games | 129 |
| Kapitel 5: In-Game-Advertising | 131 |
| 1. Definition und Abgrenzung des In-Game-Advertising | 133 |
| 1.1 Erscheinungsformen des In-Game-Advertising | 134 |
| 1.1.1 Statisches In-Game-Advertising (SIGA) | 135 |
| 1.1.2 Dynamisches In-Game-Advertising (DIGA) | 135 |
| 1.1.3 Ad-Games (Advergames) | 135 |
| 1.1.4 Weitere Werbeformen | 136 |

| | | |
|--|--|------------|
| 1.2 | Rechtliche Rahmenbedingungen | 136 |
| 2. | Wettbewerbsrechtliche Grenzen | 137 |
| 2.1 | Verschleierung des Werbecharakters (§ 4 Nr. 3 UWG) | 137 |
| 2.1.1 | Ersichtlicher Einsatz der Werbung zum Zwecke der Realitätssteigerung | 140 |
| 2.1.2 | Praktische Möglichkeiten, der Verschleierung von Werbung entgegenzuwirken | 140 |
| 2.2 | Unzumutbare Belästigung (§ 7 UWG) | 141 |
| 2.3 | Ausnutzung besonderer Umstände (§ 4 Nr. 2 UWG) | 143 |
| 2.4 | Rechtsfolgen bei Wettbewerbsrechtsverstößen | 144 |
| 2.5 | Exkurs: Störerhaftung | 144 |
| 3. | Medienrechtliche Grenzen oder Privilegierung? | 146 |
| 4. | Datenschutzrechtliche Grenzen | 149 |
| 5. | Allgemeine zivilrechtliche Grenzen – Kann In-Game-Advertising ein Sachmangel sein? | 150 |
| 6. | Urheber- und markenrechtliche Grenzen | 152 |
| Kapitel 6: Online-Spiele: Communities, Online- und Browser Spiele | | 153 |
| 1. | Einführung | 155 |
| 1.1 | Einordnung der Spielverträge – Vertragsart, Vertriebsweg, Gegenstand | 155 |
| 1.2 | Kauf des Clientspiels | 155 |
| 1.2.1 | Konsequenzen | 156 |
| 1.2.2 | Rechtliche Basis | 157 |
| 1.3 | Onlinekomponente des Clientspiels und Online-Spiele | 158 |
| 2. | Virtuelle Gegenstände | 161 |
| 2.1 | Lebenssachverhalt | 161 |
| 2.2 | Einordnung von virtuellen Gegenständen | 163 |
| 2.2.1 | Absolute Rechte | 164 |
| 2.2.1.1 | Keine Sache | 165 |
| 2.2.1.2 | Keine Sache als Teil der Software (als Sache) | 165 |
| 2.2.1.3 | Kein sonstiges absolutes Recht | 165 |
| 2.2.2 | Immaterialgüterrechtlicher Sonderschutz (Urheber-, Marken-, Geschmacksmusterrecht) | 166 |
| 2.2.2.1 | Urheberrecht | 167 |
| 2.2.2.2 | Markenrechtlicher Schutz | 167 |
| 2.2.2.3 | Geschmacksmusterschutz | 168 |
| 2.2.3 | Relative Rechte | 168 |
| 2.3 | Vertragsbeziehungen bei der Einräumung und Übertragung virtueller Gegenstände | 169 |
| 2.3.1 | Vertragsbeziehung zwischen Spielbetreiber und Spieler | 169 |
| 2.3.1.1 | Eigene Auffassung | 169 |
| 2.3.1.2 | Online-Spiele als Mietvertrag | 170 |
| 2.3.1.3 | Integritätsschutz und Wirkung gegenüber anderen Spielern | 171 |
| 2.3.2 | Vertragsbeziehung zwischen veräußerndem Spieler und erwerbendem Spieler | 172 |
| 2.4 | Bankaufsichtsrecht | 172 |
| 2.5 | Fernabsatzrecht | 173 |
| 2.5.1 | Informationspflichten | 174 |

| | | |
|---|---|------------|
| 2.5.2 | Widerrufsrecht | 176 |
| 2.5.3 | Sogenannte Buttonlösung | 180 |
| 2.5.3.1 | Anwendbarkeit auf In-Game-Transaktionen | 180 |
| 2.5.3.2 | Anforderungen an den Bestellprozess | 182 |
| 3. | Überblick: Haftung des Spielbetreibers für nutzergenerierte Inhalte | 184 |
| 3.1 | Lebenssachverhalt | 184 |
| 3.2 | Unterlassungsansprüche | 185 |
| 3.2.1 | Voraussetzungen | 185 |
| 3.2.2 | Umfang eines Unterlassungsanspruchs gegen den Betreiber | 188 |
| 3.3 | Schadensersatzansprüche | 189 |
| Kapitel 7: Unerlaubtes Glücksspiel/Geschicklichkeitsspiele | | 193 |
| 1. | Einleitung | 195 |
| 2. | Das Regelungssystem des Glücksspielrechts | 196 |
| 2.1 | Vorbemerkung | 196 |
| 2.2 | Zulässigkeit von Glücksspielen, § 284 StGB, § 4 Abs. 1 GlüStV | 197 |
| 2.2.1 | Anwendbarkeit auf Internetangebote aus dem Ausland | 198 |
| 2.2.2 | Glücksspielbegriff | 199 |
| 2.2.2.1 | Zufall oder Geschicklichkeit | 199 |
| 2.2.2.2 | Einsatz eines (erheblichen) Vermögenswertes | 201 |
| 2.2.2.2.1 | Erheblichkeitsgrenze | 201 |
| 2.2.2.2.2 | Gewinnspiele in Rundfunk und Telemedien | 202 |
| 2.2.2.2.3 | Exkurs: § 8a RStV und entgeltliche Geschicklichkeitsspiele | 205 |
| 2.2.3 | Erlaubnisfähigkeit von Glücksspielen | 205 |
| 2.2.3.1 | Erlaubnisfähigkeit nach dem GlüStV für Lotterien | 206 |
| 2.2.3.2 | Experimentierklausel für Sportwetten | 206 |
| 2.2.3.3 | Ausländische Erlaubnisse | 207 |
| 2.3 | Das gewerbliche Spielrecht – anwendbar auf Geschicklichkeitsspiele? | 207 |
| 2.4 | Werbung für Glücksspiele | 210 |
| Kapitel 8: Strafbare Inhalte und Jugendschutz | | 211 |
| 1. | Strafbare Inhalte in Computer- und Videospielen | 213 |
| 1.1 | Gegen die öffentliche Ordnung verstößende Inhalte | 213 |
| 1.1.1 | Gewaltverherrlichung | 213 |
| 1.1.2 | Volksverhetzung und Kennzeichen verfassungswidriger Organisationen | 215 |
| 1.2 | Straftaten gegen die sexuelle Selbstbestimmung | 217 |
| 1.2.1 | Pornographie | 218 |
| 1.2.2 | Kinderpornographie | 219 |
| 1.3 | Beleidigung und Verleumdung | 219 |
| 2. | Jugendschutz | 220 |
| 2.1 | Jugendschutzgesetz | 222 |
| 2.1.1 | Alterseinstufung und Alterskennzeichnung | 222 |
| 2.1.2 | Jugendfreigabe und Vertrieb | 225 |
| 2.1.3 | Indizierung | 226 |
| 2.1.4 | Versandhandel | 228 |

| | | |
|--|--|------------|
| 2.2 | Jugendmedienschutz-Staatsvertrag | 228 |
| 2.2.1 | Geltungsbereich | 228 |
| 2.2.2 | Regulierte Selbstregulierung | 229 |
| 2.2.3 | Überblick über Anforderungen des JMStV an Online-Spiele ... | 230 |
| 2.2.4 | Kriterien für Jugendschutz für Online-Spiele | 231 |
| 2.2.5 | Absolut unzulässige Inhalte (§ 4 Abs. 1 JMStV) | 232 |
| 2.2.6 | Relativ unzulässige Inhalte (§ 4 Abs. 2 JMStV) | 233 |
| 2.2.7 | Entwicklungsbeeinträchtigende Angebote (§ 5 JMStV) | 233 |
| 2.3 | Abgrenzungsproblem: Hybride Computerspiele, Add-Ons, etc. | 235 |
| 2.3.1 | Client-Software gestützte (hybride) Online-Spiele | 235 |
| 2.3.2 | Add-Ons, Patches und Mods | 236 |
| 2.3.3 | Einwicklungsbeeinträchtigende Wirkung | 237 |
| 2.4 | Verpflichtung zur Implementierung von Schutzmaßnahmen ... | 238 |
| 2.4.1 | Geschlossene Benutzergruppen durch Altersverifikation | 238 |
| 2.4.2 | Zeitenregelung, Jugendschutzprogramme, technische oder sonstige Mittel | 239 |
| 3. | Anwendbares Recht | 240 |
| 3.1 | Anwendbarkeit des StGB auf Auslandssachverhalte | 240 |
| 3.1.1 | Weltrechtsprinzip und Ubiquitätsprinzip | 240 |
| 3.1.2 | Die Rechtsprechung des BGH im Holocaust-Leugner Fall | 241 |
| 4. | Verantwortung der Beteiligten | 242 |
| 4.1 | Verantwortung der Beteiligten für strafbare Spielinhalte | 243 |
| 4.2 | Verantwortung der Spieler – User-generierte Inhalte und interaktive Spielgestaltung | 244 |
| 4.3 | Providerhaftung nach TMG | 245 |
| 4.4 | Strafbarkeit nach JMStV und JuSchG | 246 |
| Kapitel 9: Datenschutz und Datensicherheitspannen | | 249 |
| 1. | Datenschutz – Grundsätze | 251 |
| 1.1 | EU-Rechtsrahmen | 251 |
| 1.2 | Auslandssachverhalte und internationales Datenschutzrecht ... | 252 |
| 1.3 | Bundesdatenschutzgesetz und spezialgesetzlicher Datenschutz | 253 |
| 1.4 | Grundbegriffe | 253 |
| 1.5 | Verbot mit Erlaubnisvorbehalt, gesetzliche Rechtfertigung und Einwilligung | 255 |
| 1.6 | Datenschutzziele | 256 |
| 1.6.1 | Datenvermeidung und Datensparsamkeit | 256 |
| 1.6.2 | Transparenzgebot | 257 |
| 1.6.3 | Zweckbindung | 258 |
| 1.7 | Auftragsdatenverarbeitung vs. Übermittlung | 258 |
| 1.8 | Rechte des Betroffenen | 260 |
| 1.8.1 | Auskunftsrecht | 260 |
| 1.8.2 | Berichtigung, Löschung und Sperrung von Daten | 261 |
| 1.9 | Datenschutzkontrolle | 262 |
| 1.9.1 | Interne Datenschutzkontrolle | 262 |
| 1.9.2 | Aufsichtsbehörden | 264 |
| 1.10 | Sanktionen | 265 |
| 1.11 | Zivilrechtlicher Schutz | 266 |

| | | |
|---|---|------------|
| 1.12 | Wettbewerbsrecht | 266 |
| 1.13 | Innovativer Datenschutz | 266 |
| 2. | Spezialfragen bei Computerspielen | 268 |
| 2.1 | Datenschutzerklärung bei Online-Spielen | 268 |
| 2.2 | Minderjährige Spieler | 268 |
| 2.3 | IP-Adressen | 269 |
| 2.4 | Cookies | 271 |
| 2.5 | Standortdaten | 272 |
| 2.6 | Social Plug-Ins | 273 |
| 2.7 | Social Games | 274 |
| 2.8 | In-Game-Advertising | 274 |
| 2.9 | Sonderfall: Online-Spiele ohne Anbieter-Nutzer-Verhältnis ... | 275 |
| 3. | Datensicherheitspannen | 275 |
| 3.1 | Anforderungen an Datensicherheit | 276 |
| 3.1.1 | Inhaltliche Anforderungen | 276 |
| 3.1.2 | Rechtsfolgen eines Verstoßes | 277 |
| 3.1.3 | Haftung von Vorständen und Geschäftsführern | 277 |
| 3.2 | Benachrichtigungspflichten nach deutschem Recht | 278 |
| 3.2.1 | Pflichten nach § 42a BDSG | 279 |
| 3.2.1.1 | Voraussetzungen | 279 |
| 3.2.1.2 | Umfang und Inhalt | 280 |
| 3.2.1.3 | Rechtsfolgen eines Verstoßes | 282 |
| 3.2.1.4 | Berücksichtigung in ADV-Verträgen | 282 |
| 3.2.2 | Pflichten nach § 15a TMG | 283 |
| 3.2.3 | Pflichten nach § 109a TKG | 283 |
| 3.3 | EU-weite Benachrichtigungspflichten | 284 |
| 3.4 | „Security Breach“-Pflichten nach US-Recht | 285 |
| 3.4.1 | „Long arm-jurisdiction“ | 285 |
| 3.4.2 | Einzelstaatliche Anforderungen | 286 |
| 3.4.3 | „Breach notifications“ in der Praxis | 287 |
| Kapitel 10: Exkurs – Patentability of Computer Games | | 289 |
| 1. | Introduction | 291 |
| 2. | Legal basis | 293 |
| 3. | Historical development | 294 |
| 4. | The EPO's interpretation of the patentability requirements ... | 295 |
| 5. | Pertinent case law of the German Federal Court of Justice ... | 299 |
| 6. | Practical advice | 301 |
| Chapter 11: The Law of Video and Computer Games in Belgium | | 303 |
| 1. | Copyright in connection with video and computer games and its components | 305 |
| 1.1 | Copyright protection | 305 |
| 1.2 | Software | 306 |
| 1.3 | Database | 307 |
| 1.4 | Audiovisual work and first fixations of films | 308 |
| 1.5 | Multimedia work | 309 |
| 1.6 | Technical measures of protection for video games | 309 |
| 2. | Originating the game | 310 |

| | | |
|-----|--|-----|
| 2.1 | Development agreements | 310 |
| 2.2 | Ownership and assignment of rights | 311 |
| 3. | Game design: trademarks, personal rights and other protection rights | 313 |
| 3.1 | Protection of a video or computer game title or logo by trademarks | 313 |
| 3.2 | Protection of a video or computer game title under copyright | 314 |
| 3.3 | Protection granted by unfair competition and parasitism rules | 314 |
| 3.4 | Personal portrayal rights | 314 |
| 3.5 | Patentability of video and computer games | 315 |
| 4. | In-game advertising and other forms of innovative promotion | 316 |
| 4.1 | Advertising law and video or computer games | 316 |
| 4.2 | General rules applying to advertising | 316 |
| 4.3 | Provisions applicable to online advertising/online games | 317 |
| 4.4 | User profiling and data protection | 317 |
| 5. | Lotteries, contests and games of chance | 318 |
| 5.1 | Lotteries and tombolas | 319 |
| 5.2 | Contests | 319 |
| 5.3 | Games of chance | 319 |
| 6. | Content and ownership | 320 |
| 6.1 | Overview of the types of games and content | 320 |
| 6.2 | Economic trades and virtual games | 321 |
| 6.3 | Theft of virtual goods | 322 |
| 6.4 | Intellectual property rights | 322 |

Chapter 12:

The Law of Video and Computer Games in the Czech Republic 325

| | | |
|-------|--|-----|
| 1. | Copyright protection of video and computer games | 327 |
| 1.1 | Copyright protection | 327 |
| 1.1.1 | Computer programs | 328 |
| 1.1.2 | Audiovisual works | 329 |
| 1.1.3 | Databases | 330 |
| 1.1.4 | Copyright ownership | 330 |
| 2. | Game design: trademarks, personal rights and other protection rights | 332 |
| 2.1 | Protection of a game title by trademarks | 332 |
| 2.2 | Protection of a game title by copyright | 333 |
| 2.3 | Other protection – unfair competition | 333 |
| 2.4 | Use of other parties' trade marks | 334 |
| 2.5 | Personal rights | 334 |
| 3. | Development agreements, licensing and distribution | 334 |
| 3.1 | Development agreements | 334 |
| 3.2 | Licensing and distribution of games | 335 |
| 4. | Content | 337 |
| 5. | Advertising regulation | 338 |
| 5.1 | Definition of advertising | 339 |
| 5.2 | General rules applying to advertising | 339 |
| 5.2.1 | Product placement | 340 |
| 5.2.2 | User profiling and data protection | 340 |

| | | |
|---|---|------------|
| 5.2.3 | Ban on misleading advertisement | 341 |
| 5.2.4 | Spam and other forms of illegal commercial harassment | 341 |
| 6. | Online gambling and games of chance | 342 |
| 6.1 | Lotteries and other games of chance | 342 |
| 6.2 | Consumer competitions | 343 |
| 6.3 | Current legislative developments | 343 |
| Chapter 13: The Law of Video and Computer Games in Finland | | 345 |
| 1. | Development, distribution and licensing agreements | 347 |
| 2. | Legal protection of computer games and its components | 348 |
| 2.1 | Copyright protection | 348 |
| 2.2 | Patentability of computer programs in Finland | 349 |
| 3. | Legal protection of the content of a computer game and its components | 349 |
| 3.1 | Trademark protection | 349 |
| 3.2 | Copyright protection | 350 |
| 3.3 | Protection under Finnish Unfair Business Practices Act | 350 |
| 3.4 | Theft of virtual goods | 350 |
| 4. | Marketing and advertising computer programs | 351 |
| 4.1 | Consumer protection | 351 |
| 4.2 | Direct marketing by electronic means | 352 |
| 4.3 | Gambling | 353 |
| 4.4 | Minors | 354 |
| 4.5 | Data protection | 356 |
| Chapter 14: The Law of Video and Computer Games in France | | 357 |
| 1. | Copyright in connection with computer games | 359 |
| 1.1 | Copyright protection | 359 |
| 1.2 | Database | 359 |
| 1.3 | Audiovisual work | 359 |
| 1.4 | Software | 360 |
| 1.5 | Recognition of a video game as a multimedia work | 360 |
| 1.6 | Technical measures of protection for the video games | 361 |
| 1.7 | No patentability of the game engine | 362 |
| 2. | Originating the game: development agreements | 363 |
| 2.1 | Development agreements: warranties | 363 |
| 2.2 | The appropriate choice of classification | 363 |
| 3. | Game design: trademarks, personal rights and other protection rights | 365 |
| 3.1 | Protection of a video game title or logo by trademarks | 365 |
| 3.2 | Protection of a video game title under copyright | 366 |
| 3.3 | Protection by unfair competition and parasitism rules | 366 |
| 3.4 | Public image and privacy rights | 366 |
| 3.5 | Use of third party works in a video game | 367 |
| 4. | Licensing and distribution | 367 |
| 4.1 | Distribution channels | 367 |
| 4.2 | Decompilation | 368 |
| 4.3 | Payment systems and micro-payment | 369 |
| 5. | In-game advertising and other forms of innovative promotion | 370 |

| | | |
|---|---|------------|
| 5.1 | Advertising law and video games | 370 |
| 5.2 | General rules applying to advertising | 370 |
| 5.3 | Provisions applicable to online advertising/online games | 371 |
| 5.4 | Product placement | 371 |
| 5.5 | User profiling and data protection | 371 |
| 5.6 | Direct commercial canvassing | 373 |
| 6. | Community formation in connection with games – web 2.0 – commercialization of communities | 373 |
| 6.1 | Host providers' liability | 373 |
| 6.2 | Data protection | 374 |
| 7. | Unauthorized gambling | 374 |
| 8. | Content | 375 |
| 8.1 | Overview of illicit types of contents | 375 |
| 8.2 | Content from the players | 376 |
| 8.3 | Protection of minors and age verification systems | 376 |
| Chapter 15: The Law of Video and Computer Games in Italy | | 377 |
| 1. | Copyrights in connection with computer games and its components | 379 |
| 1.1 | Protection under the Italian Copyright Law | 379 |
| 1.2 | Protection of components of video games | 381 |
| 1.3 | Copy protection measures | 382 |
| 2. | Originating the game: Development agreements | 383 |
| 2.1 | Ownership of the video game | 383 |
| 2.2 | Warranties and liabilities: the provisions applicable to development agreements | 384 |
| 2.3 | Testing and acceptance of the computer program | 384 |
| 2.4 | Assistance and maintenance agreements | 385 |
| 3. | Excursion: Patentability of the game engine | 385 |
| 4. | Game Design: Trademarks, personal rights and other protection rights | 386 |
| 4.1 | Trademark protection | 386 |
| 4.2 | Third party trademark rights against publishers of computer games | 387 |
| 4.3 | Use of film themes and clips | 388 |
| 4.4 | Works title protection | 388 |
| 4.5 | Image protection | 389 |
| 5. | Aspects related to "video game" and "in-game" advertising in Italy | 390 |
| 6. | Community formation in connection with games – web 2.0 – commercialization of communities | 393 |
| 7. | Authorized and unauthorized gambling in Italy | 395 |
| 7.1 | The Independent Administration of State Monopolies and its role as supervisor | 395 |
| 7.2 | The legalization of skill games in Italy | 396 |
| 7.3 | Rules governing skill games and games of chance | 396 |
| 7.4 | Criminal sanctions | 397 |
| 8. | Content | 398 |

| | | |
|--|---|-----|
| Chapter 16: | | |
| The Law of Video and Computer Games in the Netherlands | | 401 |
| 1. | Copyrights in connection with computer games and its components | 403 |
| 2. | Trademarks and portrait rights | 407 |
| 2.1 | Trademarks | 407 |
| 2.2 | Portrait rights | 408 |
| 3. | Trading with virtual objects | 409 |
| 3.1 | From a criminal law perspective | 409 |
| 3.2 | From a civil law perspective | 410 |
| 3.3 | From an intellectual property perspective | 411 |
| 3.4 | Conclusion | 412 |
| 4. | Online gambling and games of chance | 412 |
| 4.1 | General betting and gambling | 412 |
| 4.2 | Online gambling | 413 |
| 4.3 | Promotional games of chance | 414 |
| 4.4 | Conclusion and recent developments | 415 |
| Chapter 17: The Law of Video and Computer Games in Spain | | 417 |
| 1. | Copyrights in connection with computer games and its components | 419 |
| 2. | Trademark, personal rights and other protection rights | 421 |
| 3. | Patentability of the Game Engine | 423 |
| 4. | In-game advertising and other forms of innovative promotion | 424 |
| 5. | User profiling and data protection. Spam and other forms of illegal commercial harassment | 426 |
| 6. | Community formation in connection with games – web 2.0 – commercialization of communities | 426 |
| 7. | Trading with virtual objects | 428 |
| 8. | Special reference to online gambling in Spain | 429 |
| Chapter 18: The Law of Video and Computer Games in Sweden | | 431 |
| 1. | Copyright in connection with computer games and its components | 433 |
| 1.1 | Categorization of video and computer games under Swedish law | 433 |
| 1.2 | The Supreme Court Case NJA 2000 s. 580 (Super Mario World) | 434 |
| 1.3 | The Market Court Case 2011:29 (The Sony Case) | 435 |
| 1.4 | Conclusions and comments | 436 |
| 2. | Unauthorized gambling | 437 |
| 2.1 | Summary of the Swedish gambling monopoly and recent case law | 437 |
| 2.2 | The Gaming Board's strict definition of "lottery" | 438 |
| 2.2.1 | Games that constitute a lottery | 438 |
| 2.2.2 | Games that do not constitute a lottery | 439 |
| 2.3 | The need for authorization for network gaming at gaming centres | 440 |
| 3. | In-game advertising | 441 |

| | | |
|--|--|------------|
| 3.1 | Summary of the relevant data protection provisions | 441 |
| 3.2 | The Swedish Consumer Agency's view on "hidden" advertisement | 443 |
| 3.3 | Relevant guidelines regarding spam | 444 |
| 3.4 | The unclear status of viral marketing | 445 |
| Chapter 19: The Law of Video and Computer Games in the UK | | 447 |
| 1. | Introduction | 449 |
| 2. | Development agreements | 449 |
| 2.1 | Representations, conditions and warranties | 450 |
| 2.1.1 | Representations | 450 |
| 2.1.2 | Conditions and warranties | 451 |
| 2.2 | Entire agreement/non-reliance | 452 |
| 2.3 | Indemnities | 454 |
| 2.4 | Limitation of liability | 456 |
| 2.5 | Third party rights | 456 |
| 3 | Publishing agreements | 457 |
| 4. | Intellectual property rights | 458 |
| 5. | Copyright in computer games | 459 |
| 5.1 | 'Look and feel' | 459 |
| 5.2 | 'Dramatic narrative' | 460 |
| 6. | Trademark issues – parallel imports | 461 |
| 6.1 | Imports from the EEA | 461 |
| 6.2 | Imports from outside the EEA | 463 |
| 7. | Modchips | 465 |
| 8. | Gambling and virtual property | 468 |
| 9. | The age classification regime in the UK | 469 |
| Literaturverzeichnis | | 471 |
| Bibliography | | 473 |
| Stichwortverzeichnis/Index | | 475 |