

16. RECHTLICHE ASPEKTE

16.1. Geistiges Eigentum und Urheberrecht

Für virtuelle Museen stellt sich in besonderem Maße die Frage, ob es für die virtuelle Ausstellung der Exponate einer urheberrechtlichen Lizenz bedarf. Das Urheberrecht verleiht dem:der Inhaber:in das ausschließliche Recht, das Werk zu nutzen. Dieses Recht entsteht automatisch mit der Schöpfung eines urheberrechtlichen Werkes und erlischt erst 70 Jahre nach dem Tod des:der Schöpfer:in. Grundsätzlich bedarf daher jede Nutzung der Einholung der Erlaubnis des:der Urheberrechtsinhaber:in in Form einer Lizenz. Das Urheberrechtsgesetz sieht von diesem Grundsatz Ausnahmen insbesondere für Wissenschaft und Institutionen wie zum Beispiel Museen vor. Dabei unterscheidet das Gesetz zwischen solchen Museen, die keine unmittelbaren oder mittelbaren kommerziellen Zwecke verfolgen und öffentlich zugänglichen Museen, die kommerzielle Zwecke verfolgen. Letzteren ist die Vervielfältigung ohne Lizenz nur zum Zweck der Erhaltung eines Werkes erlaubt. Bei nicht kommerziellen Museen erlaubt das Gesetz darüber hinaus, ein Werk aus dem Bestand oder der Ausstellung des Museums für Zwecke der Zugänglichmachung, Indexierung, Katalogisierung, Erhaltung und Restaurierung zu vervielfältigen oder vervielfältigen zu lassen, auch mehrfach und mit technisch bedingten Änderungen. Eine weitere gesetzliche Ausnahme gilt für sogenannte verwaiste Werke. Diese dürfen sowohl vervielfältigt als auch öffentlich zugänglich gemacht werden. Verwaiste Werke sind dabei Werke aus Sammlungen von öffentlich zugänglichen Museen, wenn diese Bestandsinhalte bereits veröffentlicht worden sind und der:die Rechtsinhaber:in auch durch eine sorgfältige Recherche nicht festgestellt oder ausfindig gemacht werden konnte. Während die zuletzt genannte Vorschrift für verwaiste Werke ausdrücklich auch die öffentliche Zugänglichmachung, also das Hochladen von Inhalten im Internet beinhaltet, gilt dies für die zuvor beschriebene Katalogbildfreiheit gerade nicht. Diese erlaubt lediglich das Vervielfältigen, also das Herstellen einer Kopie, nicht jedoch die öffentliche Zugänglichmachung. Zusammenfassend gilt daher, dass ein virtuelles Museum verwaiste Werke ohne Einholung einer Lizenz digital ausstellen darf, nicht jedoch sonstige urheberrechtlich geschützte Werke aus dem eigenen Bestand oder der eigenen Ausstellung. Insofern bedarf es für die Nutzung im Internet einer Lizenz.

Virtuelle Museen dürfen, ohne vorab eine Lizenz einzuholen, alle Exponate ausstellen, bei denen das Urheberrecht durch Zeitablauf erloschen ist. Erlaubt ist darüber hinaus die Ausstellung von Exponaten, die zwar vom Kunstmarkt als ausstellungswürdig bewertet werden, denen aber die für den Urheberrechtsschutz erforderliche Schöpfungshöhe fehlt. Ein Beispiel sind die *objet trouvé*. Soweit es sich bei den virtuellen Museen nicht um Kunstmuseen handelt, spielt das Urheberrecht eine untergeordnete Rolle. Die Schöpfungshöhe

kann im Designbereich erreicht werden. Auch Architekturskizzen sind urheberrechtlich geschützt. Sonstige Exponate, etwa aus dem Bereich Naturkunde oder Heimatkunde, unterliegen in der Regel nicht dem Urheberrecht. Bei Zweifeln, ob die Schöpfungshöhe erreicht ist, sollte ein Fachanwalt oder eine Fachanwältin konsultiert werden.

Zu prüfen ist, ob für das Exponat ein Geschmacksmuster oder ein Designrecht eingetragen ist. Ferner sind etwaige Markenrechte zu prüfen. Das Markenrecht unterscheidet sich von den übrigen Rechten des geistigen Eigentums dadurch, dass der Markenschutz zeitlich unbegrenzt besteht. So ist etwa die Marke „Meissen“ seit über 500 Jahren kontinuierlich markenrechtlich geschützt. Wenn Markenschutz besteht, heißt das nicht automatisch, dass die Ausstellung nur mit Erlaubnis des:der Rechteinhaber:in möglich ist. Grundsätzlich tritt mit dem Verkauf eines Produktes so genannte Erschöpfung ein. Das bedeutet, der:die Markeninhaber:in kann die Ausstellung seiner:ihrer Produkte in einem Museum grundsätzlich nicht verbieten. Anders kann das im Falle der virtuellen Ausstellung sein, wenn etwa durch die Ausstellung ein Imagemtransfer des Markenproduktes erfolgt. Wenn Markenprodukte oder Produkte, deren Design geschützt ist, virtuell ausgestellt werden sollen, empfiehlt sich die vorherige Prüfung durch eine Fachanwältin/einen Fachanwalt für gewerblichen Rechtsschutz. Die Einholung von Rechtsrat kann immer unterbleiben, wenn man die ausdrückliche Genehmigung des:der Rechteinhaber:in in Textform hat. Die Textform soll dabei sicherstellen, dass man die eingeholte Genehmigung belegen kann. Dies ist gar nicht nur im Streitfall relevant, sondern schon dann, wenn sich die jeweils handelnden natürlichen Personen ändern.

16.2. Bildrechte

Von großer praktischer Relevanz für jedes virtuelle Museum sind Bildrechte. Unabhängig davon, ob das virtuell ausgestellte Exponat selbst Urheberrechtsschutz genießt, stehen demjenigen, der das Exponat fotografiert oder gefilmt hat, Bildrechte zu. Ferner besteht grundsätzlich ein Anspruch des:der Fotograf:in auf Namensnennung. Das gilt entsprechend auch für denjenigen, der das Video oder das Reel aufgenommen hat. Hier sollte das virtuelle Museum für jedes einzelne Exponat sicherstellen, dass die entsprechenden Bildrechte eingeholt wurden, idealerweise einschließlich des Rechtes zur Bearbeitung und Unterlizenzierung. Das Recht zur Unterlizenzierung erleichtert etwaige Leihgaben. Die Einholung der Bildrechte wird in der Praxis häufig übersehen, wenn die Bilder vermeintlich selbst erstellt wurden. Da das Museum in den seltensten Fällen in Form einer Personengesellschaft oder durch eine natürliche Person als Träger geführt wird, dürfte es sich insofern um Personen handeln, die Bilder in Erfüllung ihrer Verpflichtung aus einem Arbeits- oder Dienstverhältnis geschaffen haben. Gerade dann gilt grundsätzlich unverändert, dass die Bildrechte ausdrücklich eingeholt werden müssen; es sei denn, es ergibt sich aus dem Arbeits- oder Dienstverhältnis etwas anderes. Hier ist zu empfehlen, eine ausdrückliche Regelung zu treffen, wonach die Rechte an den Bildern oder Videos der Exponate beim Museum liegen. Eine entsprechende Regelung ist insbesondere auch erforderlich, wenn die Aufnahmen von einem ehrenamtlichen Mitarbeitenden aufgenommen wurden.

Die Bildrechte müssen immer geklärt werden, unabhängig von dem Sujet der Abbildung und der Art der Sammlung, also insbesondere auch bei einem Technikmuseum oder einem sonstigen Museum außerhalb des Kunstbereiches.

Liegen die Bildrechte, wie oben empfohlen, bei dem Museum, kann es diese auch an Dritte weitergeben, zum Beispiel im Kontext von Leihgaben. Ferner können Lizenznehmer mit dem Vertrieb von Postern oder Postkarten von Museumsexponaten beauftragt werden. Zu NFT siehe unten 16.3. Dabei ist stets zu beachten, dass sowohl die Rechte der Fotograf:innen als auch jene der Künstler:innen eingeholt werden müssen. Je nach Rechtsform der Trägergesellschaft des Museums ist zu beachten, dass dabei die steuerlichen Höchstbeträge für einen wirtschaftlichen Betrieb nicht überschritten werden.

16.3. KI-Kunst

Bei der rechtlichen Beurteilung künstlicher Intelligenz (KI) ist zwischen den unterschiedlichen Phasen des Einsatzes der KI zu unterscheiden.

Am Anfang steht das Training der KI durch die Eingabe von teils urheberrechtlich geschützten Inhalten. Dies erfolgt häufig automatisiert durch sogenanntes *scraping*. Während es in den USA bereits Verfahren von Künstler:innen gegen die Nutzung ihrer Inhalte als Trainingsdaten für KI gibt, ist die Rechtslage in Deutschland durch § 44b UrhG geregelt: Die automatisierte Analyse und Vervielfältigung von rechtmäßig zugänglichen Werken für Text und Data-Mining ist grundsätzlich rechtmäßig, wenn kein *opt-out* erfolgt ist. Für das Text- und Data-Mining muss keine Erlaubnis bei den Urheberrechtsinhabern eingeholt werden und diese Art der Nutzung löst auch keine Lizenzpflicht aus. Die Vervielfältigungen müssen jedoch gelöscht werden, wenn sie für das Text- und Data-Mining nicht mehr erforderlich sind. Urheberrechtsinhaber haben jedoch die Möglichkeit, in Form eines *opt-outs* diese Nutzung ihrer urheberrechtlich geschützten Werke zu verbieten. Der Vorbehalt gilt für rechtmäßig online zugängliche Werke jedoch nur dann, wenn er maschinenlesbar ist und entfaltet keine Rückwirkung. Die Löschpflicht hat für Nutzer:innen des Text- und Data-Mining gerade im wissenschaftlichen Bereich den Nachteil, dass gewonnene wissenschaftliche Erkenntnisse nicht überprüfbar sind, weil die Ausgangsdaten gelöscht werden müssen. Dem trägt § 60d UrhG Rechnung, der Vervielfältigungen für die wissenschaftliche Forschung erlaubt, wenn weder eigene kommerzielle Zwecke verfolgt werden, noch eine Kooperation mit einem privaten Unternehmen besteht, welches einen bestimmenden Einfluss auf die Forschungsorganisation und einen bevorzugten Zugang zu deren wissenschaftlichen Ergebnissen hat.

Diese Privilegierung gilt ausdrücklich auch für öffentlich zugängliche Museen, wenn diese keine kommerziellen Zwecke verfolgen.

In einem zweiten Schritt stellt sich die Frage nach der rechtlichen Bewertung der Nutzung von KI, um ein Ergebnis zu erzeugen. Hier stellt sich insbesondere die Frage nach dem urheberrechtlichen Schutz von *prompts*, also den kurzen Eingabetexten, mit denen die KI zur Generierung entsprechender Inhalte veranlasst wird. Solche *prompts* erreichen in der Regel nicht die erforderliche Schöpfungshöhe. Ebenso wenig, wie der Auftraggeber eines

Portraits Miturheber wird, weil er dem Künstler genaue Vorgaben wie Format, Haltung, Farbigkeit oder Abweichungen zugunsten eines optisch ansprechenderen Ergebnisses macht, ist derjenige, der die KI mittels eines *prompts* auslöst, Urheber des von der KI generierten Ergebnisses.

Das virtuelle Museum darf grundsätzlich KI ausstellen. So ist das KI-Bild „Edmond de Belamy“, welches 2018 bei dem Auktionshaus Christie´s für 432.500,00 US-Dollar zugeschlagen wurde, trotz dieses Erfolges auf dem Markt gemeinfrei, da es als Werk eines Computeralgorithmus oder künstlicher Intelligenz keinem menschlichen Schöpfer:in zuzuordnen ist. Mangels Urheberrechts besteht weder das Recht auf Namensnennung noch müssen Dritte eine Lizenz einholen, wenn sie das Werk kopieren, veröffentlichen oder auf sonstige Weise kommerziell nutzen wollen. Hier ist jedoch Vorsicht geboten. Auch wenn grundsätzlich keine Urheberrechte an den von KI generierten Inhalten existieren, ist nicht alles, was mit Hilfe eines Computers entsteht, frei nutzbar.

Zudem ist im Umkehrschluss nicht automatisch alles, was KI generiert, legal. Der Output kann insbesondere Persönlichkeitsrechte Dritter verletzen. Dies ist dem Museum zuzurechnen, das den entsprechenden Output ohne rechtliche Prüfung nutzt. Ein Beispiel dafür ist der vermeintliche neue Hit der beiden Rapper Drake und The Weekend, der ohne deren Beteiligung oder Einwilligung von KI generiert worden war.

Ein weiteres Beispiel bietet die Thematik NFT (non fungible token). Entscheidend ist, dass das NFT selbst lediglich eine digitale Zeichenfolge ist und nicht das Asset, welches es repräsentiert. Bei dem NFT handelt es sich also eher um ein Crypto-Wertpapier. Das NFT selbst ist ein digitales Zertifikat für etwas außerhalb der Blockchain, wobei der durch das NFT abgesicherte Wert auch dann nicht vollständig in der Blockchain hinterlegt ist, wenn es sich um ein digitales Asset handelt. Ein NFT ist stets zweigeteilt; der Token und dasjenige, was der Token absichert. Insofern ist die Berichterstattung stark vereinfacht und irreführend, wenn vermeintliche Abbildungen von NFT, wie etwa die Beeple Collage „Everydays – the first 5000 days“ (2021) gezeigt werden und dazu der Kaufpreis von 69 Millionen US-Dollar genannt wird. Die Bilddatei ist nur mittels eines IPFS Hashwertes mit dem NFT verknüpft. Nutzungsrechte an den verlinkten digitalen Kunstwerken gehen auch nicht automatisch auf den Erwerber eines NFT über, sondern müssen separat vertraglich eingeräumt werden.

Wenn man sich die Zweiteilung zwischen Token und Asset verdeutlicht, wird klar, dass NFT nichts völlig Neues in den (Kunst-)Markt bringen. Der Verkauf von Konzeptkunst ist bereits Jahrzehnte, bevor das erste NFT geprägt wurde, ein Nischenbereich des Kunstmarktes gewesen, indem der:die Erwerber:in statt eines physischen Werkes bestenfalls ein Zertifikat erhält, wie etwa bei Yves Kleins „Zones of Immaterial Pictorial Sensibility“. Yves Klein stellte dabei Quittungen für seine unsichtbaren Werke aus, die er sich in purem Gold bezahlen ließ. Davon wurden in Anwesenheit des:der Erwerber:in die Hälfte des Goldes in die Seine geworfen und parallel die Quittung verbrannt.

Was bedeutet dies für die Nutzarmachung urheberrechtlich geschützter Inhalte durch ein virtuelles Museum in Form von NFT? Die Frage ist noch nicht abschließend geklärt. Zwar spricht einiges dafür, dass mit der Prägung eines NFT Urheberrechte nicht verletzt werden. Zur Vermeidung von zeit- und kostenintensiven Rechtsstreitigkeiten empfiehlt sich jedoch,

lediglich solche Werke als NFT zu prägen und auszustellen, bei denen die Einwilligung der potentiellen Rechteinhaber:innen eingeholt wurde oder keine Rechte Dritter tangiert werden.

NFT beschränken sich nicht auf digitale Inhalte, sondern können auch physische Werke repräsentieren. Ein Beispiel für Letzteres ist der Trend einiger Museen, beliebte Publikumsmagneten aus ihren Sammlungen zu prägen, so etwa das Belvedere in Wien. Jedermann kann ein digitales Stück von Gustav Klimts Kuss als NFT erwerben. Durch die Fraktionalisierung werden dabei die beiden Aspekte NFT und *fractional ownership* miteinander verknüpft. Insoweit bietet das eigene Prägen von NFT eine potentielle Einnahmequelle für virtuelle Museen.

Die rechtlichen Rahmenbedingungen im Hinblick auf KI sind nicht statisch. So hat das EU Parlament am 13. März 2024 eine Verordnung verabschiedet, den so genannten AI-Act. Im Hinblick auf generative KI wie z.B. Chat GPT, DALLE und Midjourney ist folgendes geplant:

- Transparenz durch einen verpflichtenden Hinweis „KI-generiert“ und
- Eine Verpflichtung zur öffentlichen Zugänglichmachung einer detaillierten Zusammenfassung der dem Urheberrecht unterliegenden Daten, die zum Training der jeweiligen KI verwendet wurden.

Insbesondere die zweite Transparenzpflicht widerspricht dem oben skizzierten, derzeit geltenden Recht zum Text- und Datamining.

16.4. Wettbewerbsrecht

Das Wettbewerbsrecht ist in zweierlei Hinsicht relevant für den Betrieb eines virtuellen Museums. Wenn und soweit das virtuelle Museum einen Museumsshop anbietet, sind sämtliche Vorschriften zum Kauf und Verkauf im Internet zu beachten. Hierzu gehört die Pflicht zur Vorhaltung von AGB ebenso wie die Belehrung über das Widerrufsrecht. Für den Fall, dass ein Newsletter vorgehalten wird, muss das virtuelle Museum sich an die double opt in Regel halten, da der Versand des Newsletters andernfalls rechtlich als wettbewerbswidriger Spam gewertet werden würde.

Zwingend ist ferner eine Datenschutzerklärung sowie ein ordnungsgemäßes Impressum und der Hinweis auf die Onlinestreitschlichtungsplattform. Weitere Informationspflichten ergeben sich aus den Fernabsatzregeln des Bürgerlichen Gesetzbuches (BGB) sowie aus den ebenfalls im BGB geregelten Pflichten im elektronischen Geschäftsverkehr.

Das virtuelle Museum muss zudem irreführende geschäftliche Handlungen unterlassen. Ein Beispiel wäre eine unzutreffende Alleinstellungswerbung, zum Beispiel das Anpreisen eines von mehreren virtuellen Theatermuseen als das vermeintlich einzige virtuelle Theatermuseum. Ein anderes Beispiel wären irreführende Angaben über eine vermeintliche Autorisierung durch eine renommierte Institution oder Person.

16.5. Medien und Presserecht

Neben den zuvor bereits genannten Aspekten ist darauf zu achten, dass sowohl bei redaktionellen Beiträgen des virtuellen Museums als auch bei den sonstigen Gestaltungen die medien- und presserechtlichen Vorschriften gewahrt werden. Herauszustellen ist, dass man zwar zur Berichterstattung Dritter verlinken darf. Es ist jedoch nicht erlaubt, einen Screenshot oder eine PDF-Datei eines fremden Artikels auf der eigenen Seite hochzuladen, um über die Berichterstattung über das virtuelle Museum oder eine Ausstellung oder Veranstaltung des Museums zu berichten. Auch hier ist zunächst die Erlaubnis einzuholen. Häufig wird diese nur kostenpflichtig erteilt werden, insbesondere von Verlagen. Im Impressum des virtuellen Museums ist nach § 18 MSTV immer dann, wenn journalistisch-redaktionell gestaltete Angebote vorhanden sind, auch ein:e presserechtlich Verantwortliche:r anzugeben und zwar in Form einer natürlichen Person mit mindestens einem ausgeschriebenen Vornamen und dem Nachnamen sowie der Anschrift.

16.6. Anwendbarkeit deutschen Rechts

Rechtsgebietübergreifend gilt, dass alle vorgenannten Aspekte sich auf das deutsche Recht beziehen. Innerhalb der Europäischen Union ist das Recht in weiten Teilen harmonisiert, sodass viele Regelungen ähnlich sein können. Trotzdem verbleiben Unterschiede, insbesondere auch im Urheberrecht. Bei der Prüfung, welches Recht bei einem digitalen Angebot im Internet Anwendung findet, wird in der Regel darauf abgestellt, wen der:die Anbieter:in bestimmungsgemäß anspricht. Entscheidend hierfür ist unter anderem die Sprachfassung des Angebotes sowie der Umstand, wo Werbung betrieben wird, welche Toplevel-Domain verwendet wird und wohin im Falle eines Onlineshops geliefert wird.

16.7. Rechtsform der Betreibergesellschaft

Die Wahl der Rechtsform für ein virtuelles Museum hängt maßgeblich von dessen Träger ab. Wenn der Staat durch Bund, Länder oder Kommunen beteiligt ist, kommt eine Private Public Partnership in Betracht. Für rein private Träger kommt es darauf an, ob das Museum auch Gewinne erzielen soll. Dann bietet sich die Gründung einer GmbH oder einer UG (haftungsbeschränkt) an. Steht die Gewinnerzielung nicht im Fokus, so sind die Rechtsformen der Stiftung, gemeinnützigen GmbH (gGmbH) oder auch die Gründung eines eingetragenen Vereines in Erwägung zu ziehen. Welche Rechtsform konkret Sinn macht, hängt unter anderem von der Zusammensetzung des Trägers und von den vorhandenen finanziellen Mitteln ab. Insofern empfiehlt es sich in jedem Fall, vorab ein:e:n Steuerberater:in hinzuzuziehen.