

Richtungsweisendes Urteil zu neuen Online-Vertriebsstrategien der Spieleindustrie*



Bundesgerichtshof billigt Bindung eines auf DVD vertriebenen Computerspiels an persönlichen Nutzeraccount.

Die Spieleindustrie sucht verstärkt nach Wegen, wie sie den Vertrieb von Spielen auf CDs/DVDs mit digitalen Distributionskanälen verknüpfen kann. Dies ist strategisch interessant, da der Hersteller so am Handel mit Gebrauchtspielen partizipieren kann. Die Verknüpfung von Spielen auf klassischen Datenträgern mit Online-Accounts kann zudem ein effektives Mittel zur Bekämpfung von Produktpiraterie sein. So startete Electronic Arts vor wenigen Monaten das „Project Ten Dollar“, bei dem der Erstkäufer eines Spiels auf CD/DVD kostenlosen Zugriff auf bestimmte online angebotene Zusatzinhalte bekommt. Wer das Spiel gebraucht erwirbt, kann diesen Zusatz-Content auch bekommen -muss jedoch hierfür bezahlen. Demgegenüber fokussierte Ubisoft mehr auf neue Kopierschutzmaßnahmen, als das Unternehmen ankündigte, bei neuen Titeln wie „Assassin's Creed 2“ oder „Die Siedler 7“ ein Online-Kontrollverfahren einzusetzen, das bei allen Spielesessions das Vorhandensein eines rechtmäßig erworbenen Spieleexemplars überprüfen soll. Voraussetzung wäre hierfür eine ständige Internet-Verbindung.

Der Bundesgerichtshof setzte sich nun in einem aktuellen Urteil mit der beim Valve-Klassiker „Half-Life 2“ angewandten Strategie der Bindung eines auf DVD vertriebenen Spiels an einen Steam-User Account auseinander und erklärte dieses Modell für rechtmäßig. Das Gericht entschied, dass eine Vertragsklausel, nach der der Erwerber eines Computerspiels dieses nach dem Kauf online mit einem persönlichen User Account registrieren muss, den er auch bei Weitergabe des Spiels nicht übertragen darf, rechtmäßig sei.

Das Half-Life 2 Vertriebsmodell:

Wer das Spiel „Half-Life 2“ auf DVD erwirbt, wird bereits auf der Verpackung darauf hingewiesen, dass er das Spiel zunächst mithilfe eines Steam-Accounts im Internet aktivieren muss. Diese Aktivierung ist auch bei Bezug des Spiels über das Internet nötig und kann pro Spiel nur ein einziges Mal durchgeführt werden. Da der Käufer bei der Aktivierung außerdem dem von Steam bereit gestellten Nutzungsvertrag, dem sog. Steam Subscriber Agreement, zustimmen muss, stimmt er einer Klausel zu, die es ihm untersagt ist, seinen User Account zu verkaufen, für dessen Nutzung Geld zu verlangen oder es anderweitig weiterzugeben.

Damit kann der Nutzer das einmal erworbene Spiel faktisch nicht weiterverkaufen, da ein etwaiger Käufer das Spiel ohne Steam User Account nicht nutzen könnte.

Der Rechtsstreit:

Die Verbraucherzentrale Bundesverband e.V. (vzvb) hielt dieses Praxis für unvereinbar mit Grundsätzen deutschen Urheberrechts. So ist im Urheberrecht geregelt, dass es dem Käufer eines Vervielfältigungsstückes eines Computerprogramms (das auch Teil eines Computerspiels sein kann) möglich sein muss, dieses Vervielfältigungsstück, etwa eine CD oder DVD, weiterzugeben, ohne die Rechte des Herstellers des Programms zu verletzen. Das Urheberrecht will also einen ungehinderten Weitervertrieb von Datenträgern mit Software sicherstellen.

Die Verbraucherzentrale klagte und argumentierte, dass das im Steam Subscriber Agreement enthaltene Verbot der Weitergabe des User Accounts eine Abweichung von den wesentlichen Grundgedanken dieser urheberrechtlichen Grundsätze darstelle und damit unwirksam sei. Der Entwickler und zugleich Online-Anbieter des Spiels sollte die Verwendung dieser Klausel zukünftig unterlassen. Demgegenüber argumentierte der Entwickler, dass in der DVD lediglich eine „Eintrittskarte“ zu ihren Dienstleistungen, etwa dem Betrieb von Servern, zu sehen sei und dass auf diese Dienstleistungen die beschriebenen urheberrechtlichen Grundsätze nicht anwendbar seien.

Das Urteil:

Das Gericht erklärte, dass zwischen dem eigentlichen Weitervertrieb des Datenträgers und der Online-Bindung zu differenzieren ist. Der beschriebene Grundsatz, dass Datenträger weiter vertreibbar sein müssen, sei hier nicht verletzt, da der Käufer der Spiele-DVD weder rechtlich noch tatsächlich daran gehindert sei, die DVD an einen Dritten weiterzuveräußern. Dass er wegen des Verbots, den dazugehörige Steam Account mitzukaufen, womöglich keinen Käufer finde, sei urheberrechtlich irrelevant.

Der BGH macht mit seiner Entscheidung deutlich, dass er

Richtungsweisendes Urteil zu neuen Online-Vertriebsstrategien der Spieleindustrie*



selbst Maßnahmen, die die Möglichkeit der Weiterveräußerung faktisch auf Null reduzieren, aber für sich betrachtet nicht als solche verhindern, für urheberrechtlich unbedenklich hält. Dies wird den Boom neuer Online-Vertriebsstrategien weiter befeuern.

Der Autor



Konstantin Ewald
Rechtsanwalt, Partner
Innere Kanalstr. 15, D – 50823 Köln
T: +49 (0)221 5108 4160
E: konstantin.ewald@osborneclarke.de

*Dieser Beitrag erschien ursprünglich in der Zeitschrift Gamesmarkt 16/2010 vom 18.08.2010.