

Medienintermediär TikTok: UGC-Clips als Herausforderungen für das Urheberrecht

Hans-Christian Gräfe*, Jonas Kunze**

1 Einleitung

Dem Internet wohnen der Zauber und das Versprechen inne, dass Nutzer*innen eigene Webseiten erstellen, befüllen und die ganze Welt erreichen können. Schon vor den großen *Medienintermediären*¹ gab es die Möglichkeit, sich kreativ auszuleben und die Ergebnisse unabhängig von klassischen Medienanbietern zu veröffentlichen. Insbesondere die *Remix-Kultur* ist seit langem im Internet verankert.² Nutzergenerierte Inhalte – sogenannter *User Generated Content (UGC)* – sind also keine neue Erscheinung.

Medienintermediäre ermöglichen es den Nutzer*innen, eigene Inhalte nahezu barrierefrei zu veröffentlichen. Sie bieten die Werkzeuge und die Plattform, um mit Videos, Fotos, Animationen, Augmented Reality und

* Hans-Christian Gräfe ist Wissenschaftlicher Mitarbeiter am Weizenbaum-Institut, Redakteur bei Telemedicus und Lehrbeauftragter an der Technischen Universität Berlin. Sein Forschungsinteresse liegt vorrangig im Medien- und Social Media-Recht. An der Humboldt-Universität zu Berlin absolviert er das LL.M.-Programm im Immaterialgüter- und Medienrecht.

** Jonas Kunze studiert Rechtswissenschaft an der Freien Universität Berlin und arbeitet beim juristischen Internetportal Telemedicus. Er befasst sich unter anderem mit dem Recht der Informationsgesellschaft.

1 Begriffsklärung: Für Plattformen im Bereich der sozialen Medien hat sich die Bezeichnung „Intermediäre“ durchgesetzt, die daneben auch für algorithmisch gesteuerte Suchmaschinen verwendet wird. Der Begriff Intermediär besitzt eine gewisse Unschärfe: Intermediäre sind Dienstetypen, die durch Aggregation, Selektion und Präsentation Aufmerksamkeit für von Dritten erstellte und gegebenenfalls eigene Inhalte erzeugen. Das sind u.a. Suchmaschinen, Soziale Netzwerke, UGC-Plattformen, (Micro-)Blogging- Plattformen und News-Aggregatoren, vgl. *Lobigs/Neuberger*, Meinungsmacht im Internet und die Digitalstrategien von Medienunternehmen, Gutachten für die Kommission zur Ermittlung der Konzentration im Medienbereich (KEK), 2018, 68 ff.

2 Vgl. *Maier*, Remix auf Hosting-Plattformen, 1; *Fischer*, Von Jägern und Samplern. Eine kurze Geschichte des Remix in der Musik, <https://irights.info/artikel/von-jaeger-und-samplern-eine-kurze-geschichte-des-remix-in-der-musik/23325> (zuletzt abgerufen am 01.05.2020); *Klass*, ZUM 2016, 801, 801.

Musik kreativ zu sein. Populäre Medienintermediäre vereinfachen und fördern die Herstellung von UGC. Sie werden dabei mit einem ungehinderten Zugang zu Informationen assoziiert – ohne die klassischen Medien als sogenannte *Gatekeeper* dazwischen.³ Außerdem können Nutzer*innen gezielt angesprochen werden: Unternehmen kommunizieren mit ihren Kund*innen, die Bundeskanzlerin kommuniziert über selbstproduzierte Podcasts und Blogger*innen nutzen als sogenannte *Influencer* die Reichweite der Netzwerke, um Botschaften direkt an ihre Zielgruppen zu richten. So tritt eine Vielzahl von Menschen gleichzeitig als Kreative und Nutzer*innen, als sogenannte *Producer*innen*,⁴ auf. Etabliert haben sich z.B. *YouTube*, *Instagram*, *Snapchat* oder *Soundcloud*.

1.1 Forschungsgang

TikTok bietet sich als Betrachtungsobjekt für UGC als sogenannte *transformative Werknutzung*⁵ aber besonders an. Der Kern des Angebotes liegt im UGC. Sein Erfolg fußt insbesondere auf der Möglichkeit, nutzergenerierte Clips mit (aktueller) Musik zu unterlegen. Um die Herausforderungen für das Urheberrecht skizzieren zu können, ist es deshalb nötig, sich erst einmal genauer mit *TikTok* und seinen Besonderheiten auseinanderzusetzen (s. folgendes Kapitel 2). Bei der urheberrechtlichen Analyse (s. Kapitel 3 u. 4) bilden sogenannte *Tipping Points*⁶ zwischen Freiheit und Restriktion den Hintergrund. Besonders deutlich wird dieses Spannungsverhältnis bei

-
- 3 Der Gatekeeping Ansatz ist umstritten, aber einer der bekanntesten Ansätze der Nachrichtenauswahl. Ursprünglich wurden Journalist*innen und klassische Medien darunter verstanden, weil sie Informationen für die öffentliche Verbreitung auswählten. Online kommen zunehmend Intermediäre hinzu, die anhand von User*inneninteraktion und technischer Selektionshilfe agieren, so relevante Informationen herausfiltern und sich damit als Gatekeeper betätigen. Statt vieler vgl. *Engelmann*, Gatekeeping, 11 ff.
 - 4 Aus kommunikationswissenschaftlicher Sicht lösen sich im digitalen Raum die Konzepte von Konsumierenden und Produzierenden von Nachrichteninhalten zu sogenannten Producers (aus dem Engl. von produce und use) auf, vgl. *Bruns*, From Prosumer to Producer.
 - 5 Transformativität kann bedeuten, dass sich das neue Werk in Ausdruck und Inhalt unterscheidet (transforming content) oder einen anderen Zweck als das Ausgangsmaterial verfolgt (transforming message/meaning/purpose), s. *Maier*, Remix auf Hosting-Plattformen, 68.
 - 6 Dieser Beitrag entstand im Rahmen der Konferenz *Tipping Points – Zum Verhältnis von Freiheit und Restriktion im Urheberrecht*. Ein *Tipping Point* kann den Punkt deutlich machen, an dem ein Verhältnis so kippt, dass es anders bewertet werden muss.

UGC-Clips, die auf vorhandenen Inhalten aufbauen. Auch im Verhältnis der Nutzenden untereinander und zur Plattform lassen sich *Tipping Points* analysieren, etwa mit Blick auf Haftungsfragen. Davon ausgehend soll der Beitrag verdeutlichen, ob die durch das TikTok-Modell aufgeworfenen Rechtsfragen den Reformdruck auf das Urheberrecht erhöhen. Schließlich ist neben den rechtlichen Implikationen auch die Auswirkung auf die Musikproduktion aufzuzeigen.

1.2 Forschungsfragen bei UGC-Nutzung in TikTok

Im Mittelpunkt der Betrachtung steht die transformative Werknutzung durch UGC-Clips.⁷ Dabei wird das Original durch neue Begriffe, Bedeutungen oder Botschaften abgewandelt. Das von den Produzent*innen verwendete Ausgangsmaterial kann auf verschiedenen Ebenen geschützt sein. Die Rekombination geschützter Werkteile in Remixen und ihr Upload auf eine Hosting-Plattform berühren daher eine Reihe von Verwertungsrechten. Doch auch die neuen Clips können wieder eigene Werke sein und Verwertung finden.

Die TikTok Community-Richtlinien zu Geistigem Eigentum sind knapp gehalten, bieten aber doch einen Einstieg in die Problematik und erste interessante Ansatzpunkte:

*„Wir fordern alle Nutzer*innen auf, ihre eigenen originellen Inhalte zu erstellen und auszutauschen. Wir gestatten Nutzer*innen nicht, Inhalte zu veröffentlichen oder zu verbreiten, die die Rechte anderer an geistigem Eigentum verletzen. Nicht erlaubt sind: Inhalte, die Urheberrechte, Markenrechte oder Rechte an geistigem Eigentum anderer verletzen oder beeinträchtigen.“⁸*

In der folgenden Betrachtung spielen insbesondere *Tipping Points* eine Rolle, die *neue WerkGattungen und neue Formen der Urheberschaft, das Verwischen der Grenzen zwischen Urheber*innen und Nutzer*innen, den Reformdruck im Urheberrecht durch technologische Entwicklung und die urheberrechtlichen Grenzen der Gemeinfreiheit* verdeutlichen.

7 Der Begriff des *transformativen Gebrauchs* stammt aus dem US-amerikanischen Copyright und wurde vom US Supreme Court erstmals in *Campbell v. Acuff-Rose Music*, 510 U.S. 569 (1994) aufgegriffen; Maier, Remix auf Hosting-Plattformen, 67 f.

8 S. <https://www.tiktok.com/community-guidelines?lang=de> (zuletzt abgerufen am 01.05.2020).

Da die Plattform es nicht zulassen will, dass Urheberrechte anderer verletzt werden, müsste im Umkehrschluss jegliche für die Erstellung der Videos zur Verfügung gestellte Musik lizenziert werden. Da TikTok außerdem dazu auffordert *originelle Inhalte* zu erstellen, müssen die Urheber*innen, die ihre Musik und sonstigen Werke zur Verwendung auf TikTok hochgeladen haben, sich darüber bewusst sein, dass wahrscheinlich Bearbeitungen ihrer Inhalte entstehen werden. Im Sinne der Community-Richtlinien bauen die Inhalte ständig aufeinander auf und werden von allen Produzent*innen weiterentwickelt. Dies ist insgesamt kein neues Phänomen, kaum ein Werk entsteht ohne Bezugnahme auf vergangene Schöpfungen.⁹ Die in der Breite verfügbaren technischen Mittel sowie das TikTok-Konzept intensivieren diesen Vorgang jedoch.

Ausgangspunkt einer urheberrechtlichen Betrachtung muss die *Werkqualität* der Clips selbst sein. Die Clips sind wie dargestellt regelmäßig Remixe. Betrachtenswert ist dies vor dem Hintergrund der aktuellen Rechtsprechung zu § 24 UrhG. Dieser Bereich des Urheberrechts ist stark umstritten, was an dem nunmehr zwanzig Jahre andauernden Sampling-Rechtsstreit *Metall-auf-Metall* deutlich wird.¹⁰ Weiterhin gibt TikTok an, dass die in der Bibliothek bereitgestellten Musikstücke lizenziert seien.¹¹ Für die von Nutzer*innen hochgeladenen Musikstücke sollen diese jedoch selbst verantwortlich sein.¹² TikTok geht dabei davon aus, von der derzeitigen Haftungsfreistellung gemäß § 10 Telemediengesetz (TMG) zu profitieren. Die Nutzer*innen können sich nicht auf dieses Privileg berufen. Für sie ist eine Nutzung innerhalb der Urheberrechtsschranken relevant. Schließlich drängt sich die Frage auf, ob und welche urheberrechtliche Bedeutung sich aus dem *Extrahieren* einzelner Videos aus der Plattform ergibt.

9 Vgl. *Klaas*, ZUM 2016, 801.

10 Zuletzt BGH, Urt. v. 30.04.2020 – I ZR 115/16 – Metall auf Metall IV; EuGH, Urt. v. 29.07.2019 – C-476/17 – Pelham u.a./Metall auf Metall.

11 Siehe Nr. 5 e der TikTok Endnutzer-Lizenzvereinbarung <https://www.tiktok.com/legal/terms-of-use?lang=de> (zuletzt abgerufen am 01.05.2020).

12 Siehe Nr. 5 b, d der TikTok Endnutzer-Lizenzvereinbarung <https://www.tiktok.com/legal/terms-of-use?lang=de> (zuletzt abgerufen am 01.05.2020).

2 Medienintermediär TikTok

TikTok wird von dem chinesischen Medienunternehmen *ByteDance* veröffentlicht. Das Angebot wurde zunächst viel im asiatischen Raum genutzt. Mit der Übernahme und Integration der ebenfalls chinesischen *Lip-Sync*-Plattform *Musica.ly* im August 2018 sind vermehrt Nutzer*innen aus dem nicht-asiatischen Raum, insbesondere auch aus Deutschland hinzugekommen.¹³ Das Angebot unterfällt mittlerweile dem Netzwerkdurchsetzungsgesetz (NetzDG), hat also die erforderliche Schwelle von zwei Millionen registrierten Benutzer*innen gemäß § 1 Abs. 2 NetzDG überschritten.¹⁴ TikTok ist damit eine der ersten Online-Plattformen mit globaler Nutzerbasis, die nicht aus den USA stammt.¹⁵ Die App wurde bereits über eine Milliarde Mal heruntergeladen.¹⁶ Im *Apple* App-Store war sie 2019 die am meisten heruntergeladene App.¹⁷

Zentrale Nutzungsmöglichkeit ist das Erstellen und Veröffentlichen von kurzen Clips. Neben Fotofiltern, *Augmented-Reality*-Anwendungen und dem Einbau allerlei spielerischer Elemente liegt das Angebot darin, populäre (Chart-)Musik für die Cliperstellung bereitzustellen, u.a. für sogenannte *Lip-Sync*-Videos.¹⁸ Die Sounds für die Clips stammen aus einer umfangreichen Bibliothek innerhalb von TikTok und sind oftmals Audiofragmente von bekannten, aktuellen Musikstücken. Es können aber auch die Audiospuren aller hochgeladenen Nutzervideos übernommen werden. Wird ein Sound bzw. Audiofragment so populär, dass viele Nutzer*innen

13 Rixecker, TikTok hat weltweit 800 Millionen Nutzer, <https://t3n.de/news/tiktok-ha-t-weltweit-800-millionen-1206404/> (zuletzt abgerufen am 01.05.2020).

14 Hoppenstedt, TikTok: Soziales Netzwerk plant NetzDG-Funktion, [15 Online-Dienste unterliegen in China einer staatlichen Kontrolle. Chinesische Dienste bieten Angebote, die in den Funktionen mit westlichen Plattformen vergleichbar sind, *Zhong*, How China Walled Off the Internet, <https://www.nytimes.com/interactive/2018/11/18/world/asia/china-internet.html> \(zuletzt abgerufen am 01.05.2020\).](https://backgro-und.tagesspiegel.de/digitalisierung/tiktok-soziales-netzwerk-plant-netzdg-funktion; Lauffer/Köver, TikTok löscht und sperrt am häufigsten politische Inhalte, https://netzpolitik.org/2020/tiktok-loescht-und-sperrt-am-haeufigsten-politische-inhalte; vgl. https://www.tiktok.com/legal/impressum?lang=de (alle zuletzt abgerufen am 01.05.2020).</p></div><div data-bbox=)

16 Nicolaou, How to become TikTok famous, <https://www.ft.com/content/dd7234e8-fcb9-11e9-98fd-4d6c20050229> (zuletzt abgerufen am 01.05.2020).

17 Briskman, The Top Mobile Apps, Games, and Publishers of 2019, <https://sensortower.com/blog/top-apps-games-publishers-2019> (zuletzt abgerufen am 01.05.2020).

18 Dabei wird synchron zum Text einer vorhandenen Tonspur ein Video aufgenommen. Die Tonspur wird also neu bebildert.

es als Grundlage für ihr eigenes Video nehmen, entsteht ein sogenannter *Trend*. Die Trend-Kultur ist eine Besonderheit von TikTok. Trends zeigen den Nutzenden immer wieder neue, einfache Möglichkeiten auf, um kreativ zu werden. Populär werden Clips gerade dann, wenn sie ein Audiostück originell mit einem Video zusammenfügen. Ausgangspunkt eines Trends ist oft eine sogenannte *Challenge*, also eine Herausforderung an die Nutzer*innen. Dabei soll ein bestimmtes Clipkonzept individuell umgesetzt werden. Eine Challenge kann zum Beispiel ein (gemeinsamer) Tanz, das Beantworten persönlicher Fragen oder die Herausforderung sein, eine (peinliche) Handlung in der Öffentlichkeit vorzunehmen. Diese Verbindung eines bestehenden graphischen oder auditiven Elements mit den neuen Aufnahmen der Nutzenden schafft so jede Menge *Remixe*.

Zentraler Ausspielweg dafür ist der personalisierte Video-Feed der Nutzenden. Dieser *ForYou-Stream* genannte Feed zeigt den Nutzer*innen algorithmus-basiert eine unendliche Folge von Clips. Populär und Grundlage für einen Trend wird ein Clip dann, wenn er vom Algorithmus an viele Nutzer*innen ausgespielt wird. Am *ForYou-Stream* zeigt sich der Unterschied zu anderen Plattformen wie *YouTube*. Nutzende brauchen auf TikTok nicht gezielt nach Clips suchen, sondern bekommen sie – nach kurzer Zeit dem Nutzungsverhalten angepasst – vorgespielt.

Innovativ ist also, dass die kreativen Tools nun für alle nutzbar sind, weil der Zugang zu ihnen viel einfacher ist. Leistungsfähige *Smart Devices* ermöglichen digitales Schaffen auch ohne Desktop-PC oder Profi-Software. Die Ergebnisse treffen dann auf ein junges Millionenpublikum. Die Nutzer*innen können die kurzen, meist nicht mehr als 15 Sekunden langen, Clips ansehen, kommentieren und positiv bewerten. Zusammen mit der Möglichkeit andere Nutzer*innen direkt zu kontaktieren, ergibt sich so die *soziale* Komponente des Netzwerks. Zum Betrachten der Clips ist kein Nutzungskonto nötig. Möchten Nutzer*innen eigene Inhalte veröffentlichen, ist eine Registrierung erforderlich.

Die Nutzung des Intermediärs ist kostenfrei.¹⁹ Werbung wird, im Gegensatz zu *Twitter* oder *Instagram*, subtiler platziert. Bezahlte Einblendungen zwischen einzelnen Clips gibt es derzeit vergleichsweise selten. Unternehmen haben aber die Möglichkeit, einen bestimmten Suchbegriff zu be-

19 Siehe Nr. 4 a der TikTok Endnutzer-Lizenzbedingungen: „(...) gewährt Ihnen die Gesellschaft hiermit eine widerrufliche, nicht exklusive, nicht übertragbare, nicht unterlizenzierbare, kostenfreie und weltweite Lizenz zum Zugriff und zur Nutzung des Diensts ausschließlich für Ihren persönlichen, nicht kommerziellen Gebrauch (...)“, <https://www.tiktok.com/legal/terms-of-use?lang=de> (zuletzt abgerufen am 01.05.2020).

werben. Damit einher geht oftmals ein bestimmter Tanz oder Musikclip.²⁰ So werden die Nutzer*innen selbst freiwillig Teil der Werbekampagne. Darüber hinaus werden einzelne Nutzer*innen oder Accounts im Rahmen von Influencer-Marketing für Werbung in ihren Videos bezahlt.²¹ Populäre Videos finden dann regelmäßig auch eine Verbreitung auf anderen Intermediären außerhalb von TikTok.

TikTok steht vielfältig in der Kritik. Sie betrifft die Ausübung der Meinungsfreiheit und umfasst massive Probleme mit dem Jugend- und Datenschutzrecht.²² Die chinesischen Betreiber sollen etwa aus ihrer Sicht unerwünschte Inhalte filtern oder verstecken.²³ Der Intermediär möchte kein Ort für politische Debatten sein.²⁴ Trotz der Popularität bei Minderjährigen bot die App lange Zeit ein kaum geschütztes Umfeld für diese Nutzer*innengruppe.²⁵ Das führte etwa in den USA zu Strafzahlungen.²⁶ Bedenken in Bezug auf die Datenverarbeitung in China führten dazu, dass

-
- 20 Sogenannte *Hashtag-Challenge*, TikTok partners with Burberry to launch #TB-Challenge, <https://newsroom.tiktok.com/en-gb/burberry-launches-account-on-tiktok-with-tbchallenge/> (zuletzt abgerufen am 01.05.2020).
 - 21 Influencer werden auf TikTok *Creator* genannt. Zur Creator-Vermittlung an Unternehmen steht eine eigene Plattform bereit, s. <https://creatormarketplace.tiktok.com/>, (zuletzt abgerufen am 01.05.2020).
 - 22 Diese zu Recht äußerst kritisch beäugten Aspekte der Plattform bilden in dieser Betrachtung aber nicht den Fokus, vgl. aber *Heldt*, TikTok, a kaleidoscope of visuals, data and legal questions, <https://www.hiig.de/en/tiktok-a-kaleidoscope-of-visuals-data-and-legal-questions/> (zuletzt abgerufen am 01.05.2020).
 - 23 *Reuter/Köver*, TikTok – Gute Laune und Zensur, <https://netzpolitik.org/2019/gute-laune-und-zensur/>; TikTok räumt diskriminierende Moderationsregeln ein, <https://www.sueddeutsche.de/service/internet-tiktok-raeuft-diskriminierende-moderationsregeln-ein-dpa.urn-newsml-dpa-com-20090101-191205-99-14794>; *Meineck*, TikTok: Wir haben Videos von Polizeigewalt hochgeladen, dann wurden sie gelöscht, <https://www.vice.com/de/article/9395we/tiktok-wir-haben-videos-von-polizeigewalt-hochgeladen-dann-wurden-sie-geloescht> (alle zuletzt abgerufen am 01.05.2020).
 - 24 *Wiebe*, TikTok: Tausende Videos zu Magersucht-Challenge, <https://www.tagesschau.de/investigativ/funk/tiktok-115.html>; *Böhm/Klusmann/Rainer*, TikTok-Chef Alex Zhu über Greta Thunberg: "Wer?" <https://www.spiegel.de/netzwelt/netzpolitik/tiktok-chef-alex-zhu-ueber-greta-thunberg-wer-a-00000000-0002-0001-0000-000169006296> (alle zuletzt abgerufen am 01.05.2020).
 - 25 Kinder und Jugendliche in Apps erheblichen Risiken ausgesetzt: Mobbing, Hass und Belästigung an der Tagesordnung. Betreiber müssen Schutzkonzepte verbessern, <http://www.jugendschutz.net/pressemitteilungen/pressemeldung-2019-08-30/s/tiktok/> (zuletzt abgerufen am 01.05.2020).
 - 26 *Sokolov*, Kein Datenschutz für Kinder: Millionenstrafe für Musical.ly, <https://www.heise.de/newsticker/meldung/Kein-Datenschutz-fuer-Kinder-Millionenstrafe-fuer-Musical-ly-4322211.html> (zuletzt abgerufen am 01.05.2020).

die App auf Geräten der US-Streitkräfte nicht mehr installiert werden darf.²⁷

3 Der Clip als Werk

Clips auf TikTok können schnell erstellt werden. Dies ändert nichts daran, dass sie durchaus urheberrechtlich geschützt sein können. Fraglich ist, ob sie sich in eine Werkgattung einordnen lassen. Es ist jedenfalls im Einzelfall zu prüfen, wo ein Clip in dem Spannungsfeld zwischen ursprünglichen und fortführenden Urheber*innen verortet ist.

3.1 Werkqualität

Die Digitalisierung schafft zwar neue Technologien und das Internet der Intermediäre neue Verbreitungswege. Ob ein Clip aber ein urheberrechtlich geschütztes Werk ist, bemisst sich unabhängig von Technologie und Verbreitungsmethode danach, ob ihm *Werkqualität* i.S.d. § 2 Abs. 2 UrhG zukommt. Das gilt gemäß § 3 UrhG auch für Remixe. Die nicht abschließende Aufzählung in § 2 Abs. 1 UrhG lässt einen Videoclip grundsätzlich als Werk zu. Die kurzen Sequenzen könnten eventuell sogar nach § 2 Abs. 1 Nr. 6 UrhG als Filmwerk eingeordnet werden. Entscheidend ist aber nicht die Nennung in § 2 Abs. 1 UrhG, sondern dass der Clip den Anforderungen des § 2 Abs. 2 UrhG entspricht.

Danach besteht für *persönliche geistige Schöpfungen* urheberrechtlicher Schutz. Dafür setzt der europarechtlich geprägte Werkbegriff voraus, dass die Urheber*innen *ihre schöpferischen Fähigkeiten in eigenständiger Weise zum Ausdruck bringen, indem sie freie und kreative Entscheidungen treffen* und dem Werk ihre *persönliche Note* verleihen.²⁸ Allerdings gilt auch im Film- und Musikbereich die sogenannte *kleine Münze*.²⁹ Daher sind an den urheberrechtlichen Schutz keine allzu hohen Anforderungen zu stellen.³⁰ Ob ein Clip als persönliche geistige Schöpfung angesehen werden kann, ist an-

27 Pell/Wang, U.S. Navy bans TikTok from government-issued mobile devices, <https://reut.rs/2RZjGWT> (zuletzt abgerufen am 01.05.2020).

28 Metzger, ZEuP 2017, 836, 848 mit Verweis auf EuGH, Urt v. 16.07.2009 – C-5/08 – Infopaq International.

29 Vgl. Loewenbeim, GRUR 1987, 761 und Schulze, GRUR 1987, 769.

30 Schulze in: Dreier/Schulze, § 3 UrhG Rn. 45.

hand dieser Kriterien nur individuell und – trotz des Schutzes der *kleinen Münze* – nicht generell feststellbar.³¹

Entscheidend für die Schutzfähigkeit der Clips ist, wie individuell sie trotz der Filter, Werkzeuge und Designs sind und dass sie aufgrund ihrer Individualität aus der Masse herausragen. Eine bloße Nachahmung wird dort regelmäßig nicht weiter auffallen. Handelt es sich hingegen um einen richtigen Remix bzw. transformative Werknutzung, kann Schöpfungshöhe und damit Werkqualität schnell vorliegen.³² Grundsätzlich gilt: Je banaler und alltäglicher ein Beitrag im Angesicht der Gestaltungsmöglichkeiten auf TikTok ist, umso eher ist davon auszugehen, dass er nicht schutzfähig ist. Je größer die persönliche geistige Schöpfung, also die Individualität des Beitrags ist, umso eher genießt er urheberrechtlichen Schutz.³³ Um die Beliebtheit von TikTok zu verstehen und sich einen Eindruck von Trends und Remix-Clips zu verschaffen, lohnt ein Blick auf die *Top 10 Viral Videos 2019*.³⁴ Einige davon sind mit Sicherheit urheberrechtlich schutzfähig, bei anderen mag es trotz der Millionen Views bezweifelt werden.

Bei Bewertung der Schöpfungshöhe spielen die *Challenges* eine gewisse Rolle, bei der ein Motiv ja gerade von vielen Produzent*innen wiederverwendet werden soll. Soll dabei zum Beispiel ein Tanz oder eine andere bestimmte Bewegungsfolge nachgeahmt werden, spricht im Grunde wenig für Werkqualität der neuen Videos. Hierbei wird es sich meist eher um Aufführungen bzw. Ausübungen selbständig schutzfähiger Bewegungen und Tänze handeln.³⁵

3.2 *Werkart*

Die kurzen Clips könnten als *Filmwerk* oder als einem Filmwerk ähnliches Werk gemäß § 2 Abs. 1 Nr. 6 UrhG eingeordnet werden. Film ist die optische Wiedergabe mittels technischer Einrichtungen unmittelbar aufgenommener Gegenstände und Ereignisse aus Natur und Gesellschaft durch Aneinanderreihung von Bildern in kurzer Zeitfolge mit oder ohne Ton,

31 Schulze in: Dreier/Schulze, § 2 UrhG Rn. 211.

32 Zur Vielfalt dessen, was unter Film-Remixen zu verstehen ist und wie sie kategorisiert werden können, vgl. Maier, Remix auf Hosting-Plattformen, 4–15.

33 Reinemann/Remmert, ZUM 2012, 216, 217.

34 S. <https://newsroom.tiktok.com/de-de/tiktok-top-100-2019> (zuletzt abgerufen am 01.05.2020).

35 Zur Schutzfähigkeit von Tänzen vgl. Obergfell, ZUM 2005, 621.

die einen realistischen Bewegungsablauf erzeugen.³⁶ Für die Definition kommt es weder auf das Speichermedium noch auf die zur Wahrnehmung vermittelte oder zur Aufnahme verwendete Technik an und die Anforderungen für einen urheberrechtlichen Schutz sind eher gering, da die filmrechtlichen Vorschriften zum Teil entsprechend auf Laufbilder Anwendung finden.³⁷ Falls keine Film-Werkqualität erreicht wird, kommt noch der Laufbildschutz gemäß § 95 UrhG in Betracht.

Die Besonderheit bei Filmwerken besteht jedoch darin, dass sie oftmals das Ergebnis einer Zusammenstellung von unterschiedlichen, urheberrechtlich einzeln schutzfähigen Werken und eben den Beiträgen vieler Personen sind. Fraglich ist dann, ob am Filmwerk eine Miturheberschaft gemäß § 8 Abs. 1 UrhG entsteht oder ob die Alleinurheberschaft der Regie zusteht, da hier das Gesamtkunstwerk zu einer einheitlichen Komposition zusammengeführt wird.³⁸ Diese Unterscheidung, die dahinterstehende Frage an sich und die filmurheberrechtlichen Vorschriften scheinen auf die Clips nicht ganz zu passen. Es handelt sich um meist sehr kurze Sequenzen, die von wenigen bzw. einzelnen Produzer*innen und nicht großen Filmteams geschaffen werden.³⁹

Es könnte sich um eine neue eigenständige Werkart – den *Social-Media-Clip* – handeln. Beim Einsatz neuer Technologien innerhalb geistiger Produktion entstehen notwendigerweise neue Werkarten. Die in § 2 UrhG aufgeführten Werkarten beziehen sich z.T. typisiert auf den Einsatz bestimmter Technologien. Für die kurzen Clips erscheint ein Rückgriff auf das Filmwerk gemäß § 2 Abs. 1 Nr. 5 UrhG als etwas zu hochgestochen. Greifbarer erscheint es, von einem Multimediawerk⁴⁰ oder besser noch dem *Social-Media-Clip* als neuer Werkart zu sprechen.

TikTok schafft mit seinen Remix-Clips zwar keine gänzlich neue TikTok-eigene Werkart. Die Art der Verbindung von Choreografie, Musik und Bildeffekten in einem Clip ist nicht von TikTok eingeführt worden. Möglicherweise werden die Clips aber erstmals derart massenhaft über Social Media verbreitet. Remix-Clips gibt es auch auf den anderen Medienintermediären, nirgends ist das Geschäftsmodell aber dermaßen auf Remixe ausgelegt. Die ehemalige Plattform *Vine* hatte ein ähnliches Geschäftsmodell, war aber nicht so erfolgreich. Vom *Social-Media-Clip* als neuer Werk-

36 Ahlberg, in: Ahlberg, UrhG § 2 Rn. 37.

37 Reinemann/Remmert, ZUM 2012, 216, 220.

38 Wandtke, Urheberrecht, 2. Kap. Rn. 18.

39 Zur Beurteilung bietet sich ein Vergleich mit Werbespots an, die auch sehr kurz, aber in der Entstehung wohl sehr unterschiedlich sind.

40 Wandtke, Urheberrecht, 2. Kap. Rn. 20.

art zu sprechen, vereint daher wohl das Bedürfnis sich von anderen Werkarten abzugrenzen und Gemeinsamkeiten in der Erstellung und Verbreitung zu unterstreichen.

3.3 Werknutzung ohne Rechteklärung

Wer sein Video auf TikTok öffentlich teilt, willigt in die Veröffentlichung unter den Nutzungsbedingungen ein.⁴¹ Das umfasst insbesondere Nachahmungen und Interaktionen mit bekannten Videos durch andere Produzent*innen.⁴² Es stammen aber nicht alle weitergenutzten Werkteile originär von Uploader*innen. Das gilt insbesondere für die genutzten Audiochnipsel. Neben bereitgestellten Audiodateien, die von TikTok lizenziert wurden, stammt ein großer Teil der verfügbaren Bibliothek aus Uploads fremder Werke von Nutzer*innen. Diese Uploads werden in den seltensten Fällen unter Lizenz der Urheber*innen erfolgen. Es gilt darzulegen, wie dennoch, also ohne Rechteklärung, eine rechtmäßige Nutzung in neuen Clips gelingen kann.

Um eine eigenständige Verwertung annehmen zu können, sind bei den Clips §§ 23, 24 UrhG zu beachten. Wer vorhandene Werke nutzt, muss nach § 23 UrhG die ursprünglichen Urheber*innen um Einwilligung bitten. Im Anwendungsbereich von § 23 S. 2 UrhG ist bereits das Erstellen des Clips ein Urheberrechtsverstoß. Über die freie Benutzung gemäß § 24 Abs. 1 UrhG kann aber auch ohne Zustimmung der Urheber*innen ein Remix-Clip veröffentlicht werden.

Nach dem *Bundesgerichtshof* (BGH) können fremde Werkteile nur genutzt werden, wenn sie geändert werden und im neuen Werk nicht mehr erkennbar sind.⁴³ Dem bisherigen Abgrenzungskriterium des *inneren Abstandes* würden viele Clips wohl nicht genügen. Sie adaptieren z.B. in *Challenges* vorhandene Werke ganz bewusst und gerade ohne Distanzierung,

41 Diese umfasst dabei auch eine Lizenz für die Stimme des Nutzers, siehe Nr. 5 c der TikTok Endnutzer-Lizenzvereinbarung, <https://www.tiktok.com/legal/terms-of-use?lang=de> (zuletzt abgerufen am 01.05.2020).

42 Siehe Nr. 2 a der TikTok Endnutzer-Lizenzvereinbarung, <https://www.tiktok.com/legal/terms-of-use?lang=de> (zuletzt abgerufen am 01.05.2020).

43 Sog. *Verblässenstheorie*, vgl. BGH, Urt. v. 28.07.2016 – I ZR 9/15 – auf fett getrimmt; m.V.a. BGH, Urt. v. 11.03.1993 – I ZR 263/91 – Alcolix; BGH, Urt. v. 29.04.1999 – I ZR 65/96 – Laras Tochter; BGH, Urt. 20.03.2003 – I ZR 117/00 – Gies-Adler; BGH, Urt. v. 01.12.2010 – I ZR 12/08 – Perlentaucher; BGH, Urt. v. 17.07.2013 – I ZR 52/12 – Pippi Langstrumpf Kostüm I.

Das *Bundesverfassungsgericht* (BVerfG) erweiterte dieses enge Kriterium jedoch. Es gab eine *kunstspezifische Auslegung* vor, die eine unkritische Übernahme fremder Werke ermöglichen kann.⁴⁴ Voraussetzung sei eine Abwägung der Grundrechtspositionen zwischen Urheber*innen und Künstler*innen.

Es ist daher zu überlegen, wie § 24 UrhG als Schranke auszulegen ist. Spätestens mit der jüngsten Rechtsprechung des *Europäischen Gerichtshofes* (EuGH) zum Musiksampling wurde deutlich, dass § 24 UrhG europarechtlich überformt ist.⁴⁵ Seitdem die urheberrechtlichen Schrankenregelungen als vollständig europarechtlich determiniert betrachtet werden, muss § 24 UrhG richtlinienkonform angewandt werden. Die europarechtlich vorgesehenen Schranken für eine Nutzung ohne Rechteklärung werden in Art. 5 Abs. 3 lit. k) der Richtlinie zur Harmonisierung bestimmter Aspekte des Urheberrechts in der Informationsgesellschaft (InfoSoc-RL) aufgezählt. Möglich ist die Nutzung für Karikaturen, Parodien oder Pastiche. § 24 UrhG könnte diese drei Kategorien umfassen, lässt vom Wortlaut her aber noch weiteren Anwendungsraum zu. Einer derartigen gesetzlichen Ausgestaltung erteilte der EuGH eine Absage. Die Ausnahmen und Beschränkungen seien in der InfoSoc-RL erschöpfend geregelt und es würde die angestrebte Harmonisierung gefährden, wenn die Mitgliedstaaten darüber hinaus weitere Schranken vorsähen. § 24 UrhG muss demnach einschränkend ausgelegt,⁴⁶ wenn nicht nach einigen Autor*innen gar gestrichen werden.⁴⁷ Der BGH entschied daraufhin, dass § 24 UrhG nur für Karikaturen und Parodien anwendbar sei.⁴⁸ Die Schranke für Pastiche aus der InfoSoc-RL sei nicht einschlägig, weil der deutsche Gesetzgeber von

44 BVerfG, Urt. v. 31.5.2016 – 1 BvR 1585/13 – Metall auf Metall; vgl. dazu *Peifer*, ZUM 2016, 805, 811: „Im Rahmen des § 24 UrhG müssen drei Voraussetzungen erfüllt sein: (1) Die Nachschöpfung muss selbst eine künstlerische Leistung darstellen, dazu kann es genügen, dass sie eine eigene Kunstrichtung ist. (2) Sie darf im konkreten Fall den Markt des Originals nicht stören und sie muss (3) das Ergebnis einer künstlerischen Auseinandersetzung mit dem Original darstellen. Auch die Einbindung in ein Werk kann künstlerische Auseinandersetzung sein. Sinnvoll wäre überdies (4), dass der Tatbestand der Nachschöpfung offengelegt, das Original genannt und seine Quelle offenbart wird. Die Gerichte verlangen dies aber derzeit nur im Rahmen der Zitatschranke.“

45 EuGH, 29.07.2019 – C-476/17 – Pelham u.a./Metall auf Metall.

46 *Schulze*, GRUR 2020, 128 f.

47 *Leistner*, GRUR 2019, 1008, 1011, 1014 f.; v. *Ungern-Sternberg*, GRUR 2015, 533, 539; *ders.*, GRUR 2020, 113, 119 f., *Schonhofen*, GRUR-Prax 2019, 432, 433; einschränkend wohl auch *Apel*, MMR 2019, 601, 603.

48 BGH, Urt. v. 30.04.2020 – I ZR 115/16 – Metall auf Metall IV.

der Möglichkeit, eine eigenständige Schrankenregelung für Pastiche vorzusehen, keinen Gebrauch gemacht habe.⁴⁹ Um den ganzen Problembe- reich am verständlichsten zu regeln, wäre die logische Konsequenz aus EuGH- und BGH-Rechtsprechung eine saubere Neuregelung des ganzen Komplexes um Schranken aus der Richtlinie und § 24 UrhG als Schutzbe- reichsregelung. Sollte § 24 UrhG unverändert bestehen bleiben, scheint eine *kunstspezifische Auslegung* trotz der Einschränkungen des EuGH aber weiter möglich, um Remixe zu legitimieren. Dafür müssten die vom Bun- desverfassungsgericht entwickelten Grundsätze auch auf die Auslegung der InfoSoc-RL anwendbar sein. Das Bundesverfassungsgericht hat festgestellt, dass eine künstlerische Auseinandersetzung mit einem bestehenden Werk möglich sein muss, soweit eine *Verwertung desselben dadurch nicht einge- schränkt* wird.⁵⁰ Dieser Gedanke ist aufgrund ähnlich gelagerten Grund- rechtsschutzes durch die Charta der Grundrechte der Europäischen Union (EU-GRCh) auf die Richtlinienauslegung übertragbar.⁵¹ Trotz eines weiten Kunstbegriffes bleibt aber auch dann fraglich, wie viele TikTok-Clips schon eine künstlerische Auseinandersetzung mit einem bestehenden Werk darstellen.⁵²

Eine umgesetzte Pastiche-Schranke könnte, unter Beachtung der ge- nannten BVerfG-Rechtsprechung,⁵³ die Spezifika eines TikTok-Clips am besten berücksichtigen.⁵⁴ Der Pastiche-Begriff ist dem deutschen Urheber- recht fremd. Eine Definition muss sich daher aus der Wortbedeutung erge- ben. Nach aktuellem Verständnis fällt ein Remix – wie ein TikTok-Clip – unter den Pastiche-Begriff.⁵⁵ Diese Schranke könnte insoweit bei einer No- vellierung des § 24 UrhG ausdrücklich normiert werden.⁵⁶ Der EuGH stellt zusätzlich fest, dass das neu zusammengefügte Stück keinen Werk- charakter mehr aufweisen muss.⁵⁷ Diese Auslegung ermöglicht die Anwen-

49 BGH, Urt. v. 30.04.2020 – I ZR 115/16 – Metall auf Metall IV, Rn. 65.

50 BVerfG, Urt. v. 31.5.2016 – 1 BvR 1585/13 – Metall auf Metall.

51 EuGH, Urt. v. 29.07.2019 – C-476/17 – Pelham u.a./Metall auf Metall.

52 Vgl. zur Problematik dieser Einordnung *Peifer*, ZUM 2016, 805, 809 f.

53 *Pötzlberger*, GRUR 2018, 675, 676.

54 *Peukert*, GRUR-Beil. 2014, 77, 89; *Stieper*, AfP 2015, 301, 305.

55 *Pötzlberger*, GRUR 2018, 675, 681; *Peukert*, GRUR-Beilage 2014, 77, 89: „Doch auch eine Hommage als Form der unionsrechtlich ausdrücklich zulässigen *Pastiche* setzt zwingend voraus, dass das Werk, dem Tribut gezollt werden soll, erkenn- bar ist. Und genau diese positiv-konnotierte Form der künstlerischen Nachah- mung zeichnet die typischen Fälle der Fanfiction, der Mashups und Remixe aus.“

56 *Peukert*, GRUR-Beilage 2014, 77, 89.

57 *Schulze*, GRUR 2020, 128, 132 mit Verweis auf EuGH, Urt. v. 03.09.2014 – C-201/13, Rn. 21 – Vrijheidsfonds/Vandersteen.

dung auf UGC allgemein und TikTok-Clips speziell.⁵⁸ Eine ausdrückliche Pastiche-Schranke würde somit eine vielversprechende Absicherung für UGC auf TikTok bieten.⁵⁹

Der neue Clip könnte eventuell auch über das Zitatrecht gemäß § 51 UrhG verwertet werden. Für das Musiksampling stellt der EuGH klar, dass ein Zitat dann vorliegen kann, wenn durch die Nutzung des alten Werks im neuen Werk mit dem alten Werk interagiert wird.⁶⁰ Das ist auf TikTok-Clips übertragbar, weil hier nicht nur musikalisch, sondern mit visuellen Elementen interagiert werden kann. Denn die Anforderungen an die Interaktion sind nach dem BVerfG ebenfalls *kunstspezifisch* zu betrachten.⁶¹ Ergibt sich über den eingefügten fremden Teil hinaus eine eigenständige künstlerische Aussage, z.B. durch *verfremdende Verknüpfung von verschiedenen Stilmitteln*, dann sei die Nutzung möglich.⁶² Parallel zur *kunstspezifischen Auslegung* bei § 24 UrhG erscheint es nicht für alle TikTok-Clips möglich, sie unterschiedlich zu interpretieren und kunstspezifisch zu diskutieren.⁶³

Im Rahmen einer Schranke zu Gunsten von UGC-Nutzungen, sollte eine Verpflichtung eingeführt werden, sein Bezugswerk zu benennen.⁶⁴ Innerhalb von TikTok ist diese Offenlegung bereits angelegt und Teil des Geschäftsmodells. Die im Clip genutzte Audiodatei wird angezeigt und Nutzer*innen gelangen so zu weiteren Clips, die die Audiodatei nutzen.

58 Vgl. Peifer, ZUM 2016, 805, 809 f.

59 In Kanada besteht eine UGC-Schranke in: Sec. 29. 21 Copyright Modernization Act, R. S.C., c. C-42, 29. 06. 2012, abrufbar unter <http://www.parl.gc.ca> (zuletzt abgerufen am 01.05.2020).

60 *Dobusch*, Entscheidung nach über 20 Jahren: EuGH erlaubt Sampling, aber keine Alleingänge bei Uploadfiltern, <https://netzpolitik.org/2019/entscheidung-nach-ueber-20-jahren-eugh-erlaubt-sampling-aber-keine-alleingaenge-bei-uploadfiltern/> (zuletzt abgerufen am 01.05.2020) mit Verweis auf EuGH, 29.07.2019 – C-476/17 – Pelham u.a./Metall auf Metall.

61 BVerfG, Urt. v. 29.06.2000 – 1 BvR 825/98 – Germania 3.

62 Vgl. Maier, Remix auf Hosting-Plattformen, 25 f.

63 Vgl. aber BVerfG, Urt. v. 17.07.1984 – 1 BvR 816/82 – Anachronistischer Zug zum sog. offenen Kunstbegriff.

64 Schulze, GRUR 2020, 128, 133; Peifer, ZUM 2016, 805, 808; Peukert, GRUR-Beilage 2014, 77, 89.

4 Lizenzen und Werknutzung

Soweit UGC auf fremden Werken aufbaut bzw. selbst als Werk anzuerkennen ist, wirft dies Lizenzierungsfragen auf. Neben der generellen Möglichkeit überhaupt fremde Werke nutzen zu können, spielt die Vergütung für die Urheber*innen der *genutzten* und *der neuen Werke* eine entscheidende Rolle. Gibt es weder Schranke noch Lizenz stellt sich außerdem die Frage nach der Haftung von TikTok für unrechtmäßig genutzte Inhalte. Darüber hinaus hat die Verwendung auf TikTok Auswirkungen auf die Musikproduktion.

4.1 Lizenzierung auf TikTok

4.1.1 Rechtmäßige Nutzung von Musik als Clipbestandteil

Die selbst erstellten Audiospuren der Nutzer*innen lässt sich TikTok über sein Endnutzervereinbarung lizenzieren.⁶⁵ Die drei großen Plattenlabels *Universal Music*, *Sony* und *Warner* hatten zunächst Lizenzvereinbarungen mit *ByteDance*, die aber im Frühjahr 2019 ausgelaufen sind.⁶⁶ Laufende Gerichtsverfahren lassen erkennen, dass der Anbieter sich bemüht, Lizenzvereinbarungen mit den internationalen Rechteinhabern anzuschließen.⁶⁷ Neben der offiziellen Musikdatenbank und Aufnahmen der Nutzer*innen ohne Fremdinhalte bleiben dann noch Uploads fremder Werke übrig.⁶⁸

65 Siehe Nr. 5 c) und e) der TikTok Endnutzer-Lizenzvereinbarung, <https://www.tiktok.com/legal/terms-of-use?lang=de> (zuletzt abgerufen am 01.05.2020).

66 *Fischer/Theile*, Vereinbarung mit Merlin: Tiktok einigt sich mit Indie-Musikern, <https://www.faz.net/aktuell/wirtschaft/unternehmen/vereinbarung-mit-merlin-tiktok-einigt-sich-mit-indie-musikern-16599164.html> (zuletzt abgerufen am 01.05.2020).

67 UK Copyright Tribunal Ref. 132/19, *TikTok Inc. v. ICE/PRS etc.; Shaw*, Record Labels Demand More Money for Songs on TikTok App, <https://bloom.bg/2SoOwaq>; *Lunden*, TikTok inks licensing deal with Merlin, <https://tcn.ch/2ucPJKa>; Auch vor dem Hintergrund, einen eigenen Musikstreamingdienst anzubieten, *Huang/Shaw*, TikTok Owner Is Testing Music App, <https://bloom.bg/2tvomdM> (alle zuletzt abgerufen am 01.05.2020).

68 *Cooper*, How TikTok Gets Rich While Paying Artists Pennies, <https://pitchfork.com/features/article/the-great-music-meme-scam-how-tiktok-gets-rich-while-paying-artists-pennies/> (zuletzt abgerufen am 01.05.2020).

Denn jede in einem Video verwendete Tonspur geht automatisch in die Audiodatenbank über und steht dann zur Nutzung zur Verfügung.⁶⁹

Besteht dafür weder eine gesetzliche noch rechtsgeschäftliche Erlaubnis, beruft sich TikTok als Medienintermediär auf die Haftungsprivilegierung gemäß § 10 Telemediengesetz (TMG). Danach wird der Anbieter für Rechtsverstöße der Uploader*innen nur haftbar, wenn eine Datei nach Hinweis auf einen (Urheber)Rechtsverstoß nicht entfernt wird.⁷⁰ Allerdings macht TikTok sich im Grunde hochgeladene Tonspuren über die Datenbank zu Eigen. Die Haftung könnte sich also aus dieser *aktiven Rolle* ergeben.⁷¹ Hier bleibt derzeit eine Entscheidung des EuGH zu ähnlich gelagerten Fällen auf *YouTube* abzuwarten.⁷² Hinzu kommt die Umsetzung der Richtlinie des Urheberrechts im digitalen Binnenmarkt (DSM-RL), die die Plattform und ihre Nutzer*innen betrifft. Die Richtlinie verpflichtet *Diensteanbieter für das Teilen von Online-Inhalten* unter Haftungsandrohung, nur lizenzierte Inhalte bereitzustellen.⁷³

4.1.2 *Rechtmäßige Nutzung von Bewegungsmotiven als Clipbestandteil*

Betrachtet man die Bewegungen oder Tänze in den Clips, kommt vor allem ihrer Herkunft Bedeutung zu. Wenn sie originär aus einem TikTok-Clip stammen, ergeben sich für die Nachahmungen aufgrund der dargestellten Lizenzeinräumung keine großen Probleme. Hat eine Choreographie jedoch ihren Ursprung außerhalb der Plattform, weil sie etwa aus einem Bühnenstück oder Musikvideo stammt, kommt durchaus eine Verletzung von Aufführungsrechten der Urheber*innen in Betracht.⁷⁴ Die Webseite <https://knowyourmeme.com> kann zur Recherche als Ausgangsbasis dienen. So wurde z.B. der *Quiet Storm Dance* auf TikTok 2019 populär. Der Tanz geht wohl zurück auf *Lil Kims* Performance im 1999er Musikvideo zu *Mobb Deeps* Song *Quiet Storm*.⁷⁵ Die dahinterstehenden Cho-

69 Lip-Sync-Plattform TikTok aufgrund seiner Lizenzierungspraktik in der Kritik, <https://www.backstagepro.de/thema/lip-sync-plattform-tiktok-aufgrund-seiner-lizenzierungspraktik-in-der-kritik-2019-02-28-bwTxnK1gkp> (zuletzt abgerufen am 01.05.2020).

70 Sog. Notice-and-Take-Down-Verfahren.

71 *Wagner*, GRUR 2020, 447, 449.

72 EuGH, Vorabentscheidungsersuchen v. 06.11.2018 – C-682/18.

73 Haftung gem. Art. 17 Abs. 1, 2 DSM-RL; *Wagner*, GRUR 2020, 447, 450.

74 Vgl. BGH, Urt. v. 18.03.1960 – I ZR 75/58 und I ZR 121/58 – *Eisrevue I* und II.

75 S. <https://knowyourmeme.com/memes/quiet-storm-dance> (zuletzt abgerufen am 01.05.2020).

reograph*innen müssten sich also herausfinden lassen. Die Aufführung des Tanzes in den Clips kann als tänzerische Umsetzung des choreographischen Werks natürlich ein Leistungsschutzrecht ausübender Künstler*innen nach §§ 73 ff. UrhG begründen.

4.1.3 Nutzung neu entstandener Social-Media-Clips

Wird ein Upload als unrechtmäßig entfernt, führt dies dazu, dass darauf beruhender UGC nach einiger Zeit nicht mehr verfügbar ist, wenn z.B. die zu Grunde liegende Tonspur nicht mehr verfügbar ist. Ist ein UGC als Werk (siehe Kapitel 3) einzuordnen, so untergräbt dies jedoch sowohl die Nutzung der Tonspur innerhalb der Schranken als auch die Verwertungsrechte der Clipurheber*innen. Die Urheber*innen müssten gegenüber TikTok darlegen, dass ihr Inhalt urheberrechtlich zulässig sei. Es steht daher im Raum, dass die Plattform Werkersteller*innen strukturell benachteiligt. TikTok ermöglicht nämlich die Erstellung eines neuen Werkes – ohne in jedem Fall die daran entstehenden Rechte zu respektieren.

Die Einwilligung der Clip-Urheber*innen für Nachahmungen und Bearbeitungen gilt außerdem nicht für eine Verwendung außerhalb der Funktionalitäten der Plattform (z.B. Reposting in externe Apps) oder außerhalb des ursprünglichen Kontextes.⁷⁶ Für die Verwendung eines Clips mit Werkqualität außerhalb von TikTok gelten die urheberrechtlichen Schranken. Außerhalb dieser ist das ausschließliche Verwertungsrecht der Urheber*innen gemäß §§ 15 ff. UrhG maßgeblich. TikTok lässt sich aber beispielweise die werbliche Nutzung in den Nutzungsbedingungen explizit einräumen.⁷⁷

*4.1.4 Neue Nutzungsart für Musikurheber*innen*

Zusätzlich zu der eben geschilderten Unsicherheit für UGC-Produzierer*innen ergibt sich eine Zwickmühle für die Urheber*innen, deren Musik lizenziert für die UGC-Clips genutzt wird. Insofern ist in der Verwendung in *Social-Media-Clips* eine neue *Nutzungsart* für originale Musiklizenzgeber*innen anzusehen. Typischerweise wird eine neue Nutzungsart bei der

⁷⁶ So auch *Gerecke* (für andere Social Media), GRUR 2019, 1120, 1125.

⁷⁷ Siehe Nr. 5 g der TikTok Endnutzer-Lizenzvereinbarung, <https://www.tiktok.com/legal/terms-of-use?lang=de> (zuletzt abgerufen am 01.05.2020).

(Nach-)Vergütung bestehender Lizenzvereinbarungen relevant. Den Musikurheber*innen steht demzufolge ein eigenes Verwertungsrecht zu. Gibt eine Urheberin für Musik eine Lizenz an bspw. TikTok, so muss angenommen werden, dass die Musiktitel nur für eine Verwendung innerhalb des Angebots von TikTok freigegeben werden. Dies ergibt sich aus der Zweckübertragungslehre zu § 30 Abs. 5 UrhG. Wenn nun aber ein neues Werk (*Social-Media-Clip*) durch *Einarbeitung* der Musik entstanden ist, kann die neue Urheberin das Werk beliebig verwerten. Es kann auch auf jeder anderen Plattform oder Webseite hochgeladen bzw. öffentlich wiedergegeben werden. Wenn dort (z.B. auf *Instagram*) das eingearbeitete Musikstück nicht lizenziert wurde, führt das *praktisch* zu einem Verlust der Verwertungsmöglichkeit für die ursprünglichen Musikurheber*innen und zum ewigen Unsicherheits-Kreislauf, der im vorherigen Absatz beschrieben wurde. Im Grunde sind die Musikurheber*innen also gezwungen, mit allen (Remix-Upload-)Plattformen Lizenzvereinbarungen einzugehen, um Vergütung zu erhalten. Alternativ könnten sie sich gegen eine Verwendung generell sperren, würden keine Vergütung erhalten und müssten sich aufgrund § 10 TMG mit den Medienintermediären auseinandersetzen.

4.2 *Rechtssicherheit durch Extended Collective Licenses neben der Pastiche-Schranke*

Es ist nicht immer ohne weiteres erkennbar, ob UGC in zulässiger Weise fremde Werke nutzt. Das führt derzeit zu den gezeigten Problemen, die in einem Unsicherheits-Lösch-Kreislauf resultieren. Es ist unsicher, ob Werke im Rahmen einer Schranke genutzt werden oder eine Lizenz besteht. Also werden sie gelöscht – statt stehengelassen und vergütet. So werden darauf aufbauende Neuschöpfungen verhindert oder selbst wieder entfernt – aus Unsicherheit über ihre Rechtmäßigkeit. Dies führt zu einem Unverständnis für das Urheberrecht im digitalen Raum bei Nutzer*innen und Urheber*innen, weil eine die Interessen beider Gruppen gleichfalls berücksichtigende Lösung fehlt. Dieser Unsicherheits-Lösch-Kreislauf prägte ebenfalls die Debatte über den neuen Rechtsrahmen nach der DSM-RL. Zielsetzung ist – ausweislich des Art. 17 Abs. 1, 2 DSM-RL – die Lizenzierung aller verfügbaren Plattforminhalte. Nicht-lizenzierte Inhalte sollen im technisch möglichen Rahmen gemäß Art 17 Abs. 4 DSM-RL nicht bereitgestellt wer-

den (sogenanntes *Uploadfilterproblem*).⁷⁸ Eine praxisfreundliche Lösung müsste Rechtssicherheit und Vergütungsinteresse vereinen. Dafür könnte sich neben der Einführung einer ausdrücklichen *Pastiche-Schranke* die kollektive Lizenzvergabe mit erweiterter Wirkung bzw. *Extended Collective Licenses (ECL)* entsprechend Art. 12 DSM-RL anbieten.⁷⁹ Im Rahmen von ECL wird eine Verwertungsgesellschaft ermächtigt, Werklicenzen abzuschließen, auch wenn Urheber*innen nicht von ihr vertreten werden.⁸⁰ Produser*innen hätten so die Möglichkeit, nicht ausdrücklich lizenzierte Audiostücke für ihre neuen Werke zu nutzen. In der Folge wäre eine Nutzung auf der Plattform rechtssicher möglich, da *erweitert kollektiv* lizenziert. ECL sind dem deutschen Urheberrecht aber bisher fremd. Vorrangig für die Werknutzung – ohne Auseinandersetzung mit den Urheber*innen – ist die Nutzung innerhalb der Schranken.

Soweit diese für UGC-Nutzungen auf TikTok nicht einschlägig sind, könnte für das Erfordernis der Lizenzierung auf ein ECL-Modell zurückgegriffen werden. Dies könnte den Produser*innen einen akzeptablen Rahmen bieten. Erfolgreich dürfte dieses Modell auch für die Intermediäre sein, wenn es technisch einfach implementiert werden kann. TikTok könnte es z.B. mit einem werbe- und/oder abonnementfinanzierten Modell umsetzen. Außerdem ermöglichen ECL insb. für (weitere) neue Nutzungsarten eine flexible Lizenzierungspraxis.

Eine Lizenzierung über die nationalen Grenzen der Verwertungsgesellschaften hinaus (Weltmarkt), wird auch durch ECL für Online-Nutzungen nicht ermöglicht. Daran ändert auch der gemeinsame europäische Rahmen durch die DSM-RL nichts, da den Mitgliedsstaaten ein Umsetzungsspielraum, so auch für ECL, bleibt. Um Online-Nutzungen europaweit an einer Stelle zu bündeln (sogenannter *One-Stop-Shop*) haben sich einige nationale Verwertungsgesellschaften in der International Copyright Enterprise (ICE) zusammengeschlossen. Mit der ICE verhandelt auch TikTok über Nutzungsrechte.⁸¹

78 Die Richtlinie fordert in Art. 17 Abs. 4 lit. c DSM-RL nicht ausdrücklich Uploadfilter. Diese sind aber nach weit verbreiteter Meinung technisch naheliegend, vgl. *Spindler CR* 2019, 277, 285 f.; *Stieper ZUM* 2019, 211, 216 f.

79 Vgl. *Rack/Gräfe*, Uploadfilter als letztes Mittel: Stufenkonzept gegen Overblocking, <https://www.telemedicus.info/article/3490-Uploadfilter-als-letztes-Mittel-Stufenkonzept-gegen-Overblocking.html> (zuletzt abgerufen am 01.05.2020).

80 Vgl. Art. 12 Abs. 3 lit. d DSM-RL, der dementsprechende Informationspflichten als Voraussetzungen für die Zulässigkeit eines Systems der kollektiven Lizenzvergabe mit erweiterter Wirkung normiert; vgl. EuGH, Urt. v. 16.11.2016 – C-301/15 – Soulier.

81 UK Copyright Tribunal Ref. 132/19, TikTok Inc. v. ICE/PRS etc.

Ohne eine umfassende Lösung, wie z.B. eine rechtssichere Schrankenlösung (vgl. vorheriges Kapitel 3.3) und die Einführung einer fairen Vergütungsregel – wie z.B. über ECL – bleibt es beim Unsicherheits-Lösch-Kreislauf aus Verhinderung von Neuschöpfungen, fehlender Vergütung und einem Unverständnis für das Urheberrecht im digitalen Raum bei allen Beteiligten.

4.3 Auswirkung auf Musikproduktion

Die Musiknutzung auf TikTok hat Auswirkungen auf die Musikproduktion. TikTok wirkt für erfolgreiche Musikstücke wie ein *Accelerator*, der eine enorme globale Reichweite auslöst. Ausgangspunkt ist die Startseite, der *ForYou-Stream*. Schaffen es Musikproduzent*innen eine Sequenz zu erstellen, die im algorithmisch kuratierten *ForYou-Stream* abgespielt oder Teil eines Trends wird, so kann der Clip exponentiell viele Abrufe für sich verbuchen.

Für TikTok sind dabei Ausschnitte von Titeln relevant, zumeist nur 15–30 Sekunden. Beliebte Audioteile lassen sich gut mitsingen, sind tanzbar oder eignen sich dramaturgisch als Konzeptvorlage für ein Video. Insbesondere Musikstücke deren Text sich visuell darstellen lässt oder die mit Lebenssituationen der Nutzer*innen interagieren, werden weiterverbreitet. Bereits eine gelungene Textzeile oder eine gelungene Dramaturgie⁸² können somit zur Verbreitung und Bewerbung eines Musikausschnittes ausreichen. Diese Bekanntheit bei TikTok-Nutzer*innen führt zu Abrufen des gesamten Titels auf weiteren Musikplattformen. Dort werden die Titel dann noch weiteren Nutzer*innen bekannt.⁸³ Erste Titel wurden auf diesem Weg zu weltweiten Hits.⁸⁴ Für Künstler*innen führt dies überhaupt erst zu Einnahmen, denn TikTok vergütet auch lizenzierte Musik kaum.⁸⁵

82 Für einen gängigen 15-Sekunden-Clip kann dies etwa durch ein 11-sekündiges Intro mit anschließendem 4-sekündigen Höhepunkt erreicht werden.

83 Auf diese Promotion beruft sich auch TikTok; *Dregde*, TikTok issues statement on its UK Copyright Tribunal music-licensing referral, <https://musically.com/2019/07/24/tiktok-uk-copyright-tribunal-music-licensing/> (zuletzt abgerufen am 01.05.2020).

84 *Stauffacher/Plaga*, Vom Meme zum Nummer-1-Hit: Wie Tiktok die Pop-Kultur verändert, <https://www.nzz.ch/panorama/old-town-road-der-erste-tiktok-welthit-der-musikgeschichte-ld.1500889?reduced=true> (zuletzt abgerufen am 01.05.2020).

85 *Cooper*, How TikTok Gets Rich While Paying Artists Pennies, <https://pitchfork.com/features/article/the-great-music-meme-scam-how-tiktok-gets-rich-while-paying-artists-pennies/> (zuletzt abgerufen am 01.05.2020).

Dabei stehen ihnen nach dem Leitbild der §§ 32 ff. UrhG angemessene Vergütungsansprüche zu.⁸⁶ Die erzielbare Reichweite schafft dennoch einen Anreiz für TikTok-spezifische Musikproduktion.

Für Urheber*innen stellt diese digitale Plattformökonomie insgesamt ein schwieriges Umfeld dar. Für Newcomer*innen bietet TikTok einen einfachen Zugang zu vielen Nutzer*innen. Dafür müssen sie ihre Musik aber kostenfrei und zur Weiterbearbeitung zur Verfügung stellen. Eine Vergütung muss – jedenfalls bislang – anschließend über andere Kanäle realisiert werden.

5 Fazit

Mit TikTok kommt ein *Medienintermediär* im Gewand einer App daher, die auf junges, kreatives Publikum zugeschnitten ist. Das Angebot trifft den Zeitgeist der jungen Zielgruppe. Die nötige Aufmerksamkeitsspanne für die Clips wird auf ein Minimum reduziert. Clips, die es schaffen, ihren Inhalt hochkomprimiert in etwa 15 Sekunden zu präsentieren, erreichen über den algorithmisch erstellten *ForYou-Stream* eine enorme Reichweite. TikTok verdeutlicht, in einer Umgebung *ubiquitärer Computerisierung* mit leistungsfähigen Smart Devices, auch den Weg in ein Zeitalter, in dem alle zugleich als Rezipienten und Urheber*innen agieren. Für bekannte Fragen der *Werkqualität* liefern *Lip-Syncs* oder Tänze auf TikTok aktuelle Beispiele. In *Trends* und *Challenges* liegt der Kern des Dienstes. Für derartigen UGC wirft das zum einen die Frage auf, ob es sich hierbei um eine eigenständige Werkart (*Social-Media-Clip*) handelt. Zum anderen stellt sich für bestehende Lizenzinhaber*innen die Frage, ob es sich bei der Verwendung auf TikTok um eine *neue Nutzungsart* handelt.

Beruhet UGC nicht auf Lizenzen, dann spiegeln sich in der urheberrechtlichen Betrachtung von TikTok als Gesamtangebot aktuelle *Urteile* und *Reformen* des europäischen Urheberrechts zu *Schrankenregelungen*, *Intermediärhaftung* und weitergehende *Lizenzierungsfragen*. Ein übernommener Werkteil kann durch eine *kunstspezifische Betrachtung* gerechtfertigt verwertet werden. Die bisherige Anwendung von *24 UrhG*, dem rechtlichen Grundbaustein für UGC, ist durch den EuGH ins Wanken gebracht worden. Bisher zieht sich der Dienst auf seine angebliche Haftungsprivile-

86 Grünberger, ZUM 2017, 265, 268.

gierung zurück.⁸⁷ Das wird gerade auf Anfrage aus Deutschland und Österreich durch den EuGH überprüft.⁸⁸ Mit Blick auf die DSM-RL wird außerdem das Providerprivileg modifiziert. Uploads müssen dann im technisch Machbaren auf ihre Urheberrechtskonformität überprüft werden.

Insgesamt ist eine klare Rechtslage für alle Beteiligten wünschenswert. UGC soll vielfältig möglich sein. Urheber*innen der Clips und der darin verwerteten Werke sollen eine Vergütung erhalten. Notwendig erscheint deshalb einerseits zur Klarstellung die Einführung einer ausdrücklichen *Pastiche-Schranke*, die Platz für die Anwendung der vom BVerfG entwickelten Grundsätze der kunstspezifischen Betrachtung lässt. Andererseits erscheint im Rahmen der Umsetzung des Art. 17 DSM-RL (in zusätzlicher Erwartung der Entscheidung des EuGH zu YouTube sowie der Novellierung der E-Commerce-Richtlinie durch den Digital Services Act) der Versuch, eine *an ECL angelehnte Lizenz- und Vergütungsregelung* einzuführen, erfolgversprechend. Dies könnte dazu führen, dass Angebotsmodelle wie TikTok nur derart möglich sind, indem sie die Urheber*innen vergüten – ungeachtet dessen, ob die Einnahmen aus Werbung, Abonnement oder sonstigen Finanzierungsquellen stammen.

Trotzdem bietet der Intermediär einen für Urheber*innen interessanten Produktionsmarkt. Die erzielbare Reichweite macht den Dienst attraktiv. Das Trendpotential auf TikTok ist noch schwerer vorherzusagen als im bisherigen Musikmarkt. Deshalb stellen Urheber*innen aktuell kostenfreie Lizenzen zur Verfügung oder gehen nicht gegen eine unlicenzierte Nutzung vor.⁸⁹ Für die Urheber*innen ist es gegenüber TikTok schwierig, über den Werbeeffect für andere vergütete Streamingdienste hinaus, eine Vergütung zu erhalten. Dabei wäre es angemessen, wenn neben den Nutzen und TikTok auch die Urheber*innen aus der Popularität des Dienstes einen direkten Profit hätten.

Die derzeitige Rechtslage sowie die Ungewissheit über wesentliche kommende Entscheidungen über das Urheberrecht im digitalen Raum schaden der Popularität TikToks nicht. Aber sie trennen den digitalen Raum vom auf Interessenausgleich ausgerichteten Urheberrechtssystem quasi ab. Dies führt keinesfalls zu einem breiten Verständnis oder zur An-

87 Siehe Nr. 5 b der TikTok Endnutzer-Lizenzvereinbarung, <https://www.tiktok.com/legal/terms-of-use?lang=de> (zuletzt abgerufen am 01.05.2020).

88 EuGH, Vorabentscheidungsersuchen v. 06.11.2018 – C-682/18; EuGH, Vorabentscheidungsersuchen v. 01.07.2019 – C-500/19.

89 Cooper, How TikTok Gets Rich While Paying Artists Pennies, <https://pitchfork.com/features/article/the-great-music-meme-scam-how-tiktok-gets-rich-while-paying-artists-pennies/> (zuletzt abgerufen am 01.05.2020).

erkenntnis der Rechtslage, sondern erhöht den Reformdruck auf das Urheberrecht.

Literatur

Ahlberg, Hartwig/Götting, Horst-Peter, BeckOK Urheberrecht, 27. Edition, München 2020.

Apel, Simon, Anmerkung zu EuGH, Urteil vom 29.7.2019 – C-476/17 – Pelham u.a., MMR 9 (2019), 596.

Böhm, Markus / Klusmann, Steffen / Rainer, Anton, Wäre Greta Thunberg bei Ihnen willkommen? – "Wer?", spiegel.de, 17.01.2020, <https://www.spiegel.de/netzwelt/netzpolitik/tiktok-chef-alex-zhu-ueber-greta-thunberg-wer-a-00000000-0002-0001-0000-000169006296> (zuletzt abgerufen am 13.05.2020).

Briskman, Jonathan, The Top Mobile Apps, Games, and Publishers of 2019, Sensor Tower, 13.01.2020, <https://sensortower.com/blog/top-apps-games-publishers-2019> (zuletzt abgerufen am 13.05.2020).

Bruns, Axel, From Prosumer to Producer: Understanding User-Led Content Creation, in: Transforming Audiences 2009, London, <http://eprints.qut.edu.au/27370/> (zuletzt abgerufen am 13.05.2020).

Cooper, Duncan, How TikTok Gets Rich While Paying Artists Pennies, pitchfork.com, 12.02.2019, <https://pitchfork.com/features/article/the-great-music-me-me-scam-how-tiktok-gets-rich-while-paying-artists-pennies/> (zuletzt abgerufen am 13.05.2020).

Dobusch, Leonhard, Entscheidung nach über 20 Jahren: EuGH erlaubt Sampling, aber keine Alleingänge bei Uploadfiltern, netzpolitik.org, 29.07.2019, <https://netzpolitik.org/2019/entscheidung-nach-ueber-20-jahren-eugh-erlaubt-sampling-aber-keine-alleingaenge-bei-uploadfiltern/> (zuletzt abgerufen am 01.05.2020).

Dregde, Stuart, TikTok issues statement on its UK Copyright Tribunal music licensing referral, musically.com, 24.07.2019, <https://musically.com/2019/07/24/tiktok-uk-copyright-tribunal-music-licensing/> (zuletzt abgerufen am 01.05.2020).

Dreier, Thomas / Schulze, Gernot, Urheberrechtsgesetz, 6. Auflage, München 2018.

Engelmann, Ines, Gatekeeping, 1. Auflage, Baden-Baden 2016.

Fischer, Benjamin / Theile, Gustav, Vereinbarung mit Merlin: Tiktok einigt sich mit Indie-Musikern, faz.net, 25.01.2020, <https://www.faz.net/aktuell/wirtschaft/unternehmen/vereinbarung-mit-merlin-tiktok-einigt-sich-mit-indie-musikern-16599164.html> (zuletzt abgerufen am 13.05.2020).

Fischer, Georg, Von Jägern und Samplern. Eine kurze Geschichte des Remix in der Musik, iRights.info, 23.05.2014, <https://irights.info/artikel/von-jaegern-und-samplern-eine-kurze-geschichte-des-remix-in-der-musik/23325> (zuletzt abgerufen am 13.05.2020).

Gerecke, Martin, Teilen, Retweeten und Reposten, GRUR 11 (2019), 1120.

- Grünberger, Michael, Gesetzliche Vergütungsansprüche für Kreative, ZUM 4 (2017), 265.
- Heldt, Amélie, TikTok, a kaleidoscope of visuals, data and legal questions, Digital Society Blog, 17.12.2019, <https://www.hiig.de/en/tiktok-a-kaleidoscope-of-visuals-data-and-legal-questions/> (zuletzt abgerufen am 13.05.2020).
- Hoppenstedt, Max, TikTok: Soziales Netzwerk plant NetzDG-Funktion, Tagesspiegel Background Digitalisierung und KI, 19.11.2019, <https://background.tagesspiegel.de/digitalisierung/tiktok-soziales-netzwerk-plant-netzdg-funktion> (zuletzt abgerufen am 13.05.2020).
- Huang, Zheping / Shaw, Lucas, TikTok Owner Is Testing Music App, Bloomberg, 11.12.2019, <https://bloom.bg/2tvomdM> (zuletzt abgerufen am 13.05.2020).
- Klass, Nadine, RE-USE: Kompilation, Parodie, Doku-Fiction – Rechtliche Rahmenbedingungen abhängigen Werkschaffens im Film, ZUM 10 (2016), 801.
- Laufer, Daniel / Köver, Chris, TikTok löscht und sperrt am häufigsten politische Inhalte, netzpolitik.org, 31.01.2020, <https://netzpolitik.org/2020/tiktok-loescht-und-d-sperrt-am-haeufigsten-politische-inhalte/#spendenleiste> (zuletzt abgerufen am 13.05.2020).
- Leistner, Matthias, „Ende gut, alles gut“ ... oder „Vorhang zu und alle Fragen offen“, GRUR 10 (2019), 1008.
- Lobigs, Frank / Neuberger, Christoph, Meinungsmacht im Internet und die Digitalstrategien von Medienunternehmen, Gutachten für die Kommission zur Ermittlung der Konzentration im Medienbereich (KEK), Band 51, Leipzig 2018.
- Loewenheim, Ulrich, Der Schutz der kleinen Münze im Urheberrecht, GRUR 11 (1987), 761.
- Lunden, Ingrid, TikTok inks licensing deal with Merlin, TechCrunch, 23.01.2020, <https://tcrn.ch/2ucPJKa> (zuletzt abgerufen am 13.05.2020).
- Maiер, Henrike, Remixe auf Hosting-Plattformen: eine urheberrechtliche Untersuchung filmischer Remixe zwischen grundrechtsrelevanten Schranken und Inhaltfiltern, Tübingen 2018.
- Meineck, Sebastian, TikTok: Wir haben Videos von Polizeigewalt hochgeladen, dann wurden sie gelöscht, Vice, 18.12.2019, <https://www.vice.com/de/article/9395we/tiktok-wir-haben-videos-von-polizeigewalt-hochgeladen-dann-wurden-sie-geloescht> (zuletzt abgerufen am 13.05.2020).
- Nicolaou, Anna, How to become TikTok famous, Financial Times, 09.11.2019, <https://www.ft.com/content/dd7234e8-fcb9-11e9-98fd-4d6c20050229> (zuletzt abgerufen am 13.05.2020).
- Obergfell, Eva Inés, Tanz als Gegenwartskunstform im 21. Jahrhundert, ZUM 8–9 (2005), 621.
- Peifer, Karl-Nikolaus, Parodie, Mashup, Medienkritik: Das urheberrechtlich geschützte Werk als Gegenstand und Beiwerk der filmischen Auseinandersetzung – Möglichkeiten und Grenzen im Lichte des aktuellen Urheberrechtsgesetz, ZUM 10 (2016), 805.

- Pell, M.B. / Wang, Echo*, U.S. Navy bans TikTok from government-issued mobile devices, Reuters, 21.12.2019, <https://reut.rs/2RZjGWT> (zuletzt abgerufen am 13.05.2020).
- Peukert, Alexander*, Das Urheberrecht und die zwei Kulturen der Online-Kommunikation, GRUR-Beil. 1 (2014), 77.
- Pötzlberger, Florian*, Pastiche 2.0: Remixing im Lichte des Unionsrechts, GRUR 7 (2018), 675.
- Rack, Fabian / Gräfe, Hans-Christian*, Uploadfilter als letztes Mittel: Stufenkonzept gegen Overblocking, telemedicus.info, 27.03.2020, <https://www.telemedicus.info/article/3490-Uploadfilter-als-letztes-Mittel-Stufenkonzept-gegen-Overblocking.html> (zuletzt abgerufen am 01.05.2020).
- Reinemann, Susanne/Remmert, Frank*, Urheberrechte an User-generated Content, ZUM 3 (2012), 216.
- Reuter, Markus / Köver, Chris*, Gute Laune und Zensur, netzpolitik.org, 23.11.2019, <https://netzpolitik.org/2019/gute-laune-und-zensur/> (zuletzt abgerufen am 13.05.2020).
- Rixecker, Kim*, Tiktok hat weltweit 800 Millionen Nutzer, t3n Magazin, 13.10.2019, <https://t3n.de/news/tiktok-hat-weltweit-800-millionen-1206404/> (zuletzt abgerufen am 13.05.2020).
- Schonhofen, Sven*, Die unendliche Geschichte um „Metall auf Metall“: Urheberrechtliche Zulässigkeit von Sampling vor dem EuGH, GRUR-Prax 19 (2019), 432.
- Schulze, Gernot*, Der Schutz der kleinen Münze im Urheberrecht, GRUR 11 (1987), 769.
- Schulze, Gernot*, Die freie Benutzung im Lichte des EuGH-Urteils „Pelham“, GRUR 2 (2020), 128.
- Shaw, Lucas*, Record Labels Demand More Money for Songs on TikTok App, Bloomberg, 06.04.2019, <https://bloom.bg/2SoOwaq> (zuletzt abgerufen am 13.05.2020).
- Sokolov, Daniel*, Kein Datenschutz für Kinder: Millionenstrafe für Musical.ly, heise.de, 28.02.2019, <https://www.heise.de/newsticker/meldung/Kein-Datenschutz-fuer-Kinder-Millionenstrafe-fuer-Musical-ly-4322211.html> (zuletzt abgerufen am 13.05.2020).
- Spindler, Gerald*, Die neue Urheberrechts-Richtlinie der EU, insbesondere „Upload-Filter“ – Bittersweet?, CR 5 (2019), 277.
- Stauffacher, Reto/Plaga, Corinne*, Vom Meme zum Nummer-1-Hit: Wie Tiktok die Pop-Kultur verändert, NZZ, 13.08.2019, <https://www.nzz.ch/panorama/old-town-road-der-erste-tiktok-welthit-der-musikgeschichte-ld.1500889> (zuletzt abgerufen am 01.05.2020).
- Stieper, Malte*, Die Richtlinie über das Urheberrecht im digitalen Binnenmarkt Keynote auf der Konferenz »Perspektiven des Urheberrechts im Informationszeitalter«, ZUM 3 (2019), 211.
- Stieper, Malte*, Fan Fiction als moderne Form der Pastiche, AfP 4 (2015), 301.

- v. Ungern-Sternberg, *Joachim*, Die Rechtsprechung des EuGH und des BGH zum Urheberrecht und zu den verwandten Schutzrechten im Jahr 2019, GRUR 2 (2020), 113.
- v. Ungern-Sternberg, *Joachim*, Verwendungen des Werkes in veränderter Gestalt im Lichte des Unionsrechts, GRUR 6 (2015), 533.
- Wagner, *Gerhard*, Haftung von Plattformen für Rechtsverletzungen (Teil 2), GRUR 5 (2020), 447.
- Wandtke, *Artur-Axel*, Urheberrecht, 7. Auflage, 2019, doi: 10.1515:9783110631852.
- Wiebe, *Jan-Henrik*, TikTok: Tausende Videos zu Magersucht-Challenge, tagesschau.de, 12.12.2019, <https://www.tagesschau.de/investigativ/funk/tiktok-115.html> (zuletzt abgerufen am 13.05.2020).
- Zhong, *Raymond*, How China Walled Off the Internet, New York Times, 18.11.2018, <https://www.nytimes.com/interactive/2018/11/18/world/asia/china-internet.html> (zuletzt abgerufen am 13.05.2020).