



Schluss mit der Kostenloskultur im Internet –
Leistungsschutzrecht für Verlage

Schluss mit der Kostenloskultur im Internet – Leistungsschutzrecht für Verlage

Von Burkhard Schaffeld

Seit einigen Monaten wird immer vernehmlicher darüber diskutiert, ob ein Leistungsschutzrecht für die Verlage geschaffen werden soll. Diese Diskussion beschäftigt nicht nur die Fachöffentlichkeit, sondern ist inzwischen auch in der Politik angekommen. So hat Bundesjustizministerin Brigitte Zypries wiederholt erklärt, dass sie sich dafür ausspricht, ein solches Leistungsschutzrecht zu prüfen. Sie könne gut verstehen, dass Presseverlage ein Leistungsschutzrecht forderten. Die Digitalisierung treffe nämlich im zunehmenden Maß auch den Zeitungsmarkt.¹ Eingang gefunden hat der Gedanke darüber hinaus in die Regierungsprogramme der Parteien. So heißt es im Programm der CDU/CSU: „Es ist eine gemeinsame Aufgabe von Politik und Verlagen, verstärkt das Bewusstsein für den Wert und die Relevanz von Zeitungen und Zeitschriften in der Gesellschaft als Kulturgut zu verankern. Im Online-Bereich dürfen die Verlage nicht schlechter gestellt werden als andere so genannte Werkmittler. Falls erforderlich, werden wir ein eigenes Leistungsschutzrecht für Verlage zum Schutz der Presseprodukte im Internet schaffen.“

Positionen der Parteien

Die Aussagen im Programm der SPD sind allerdings zurückhaltender, wenn zu lesen ist: „Gerechte Vergütung kreativer Arbeit. Wir wollen im Rahmen des sozialdemokratischen Kreativpaktes erreichen, dass Kultur- und Medienschaffende, Künstlerinnen und Künstler und Kreative von ihrer Arbeit leben können. Es kommt darauf an, das geistige Eigentum zu schützen und angemessen zu vergüten. Das Urheberrecht und das Urhebervertragsrecht sollen in der digitalen Welt ein angemessenes Einkommen aus der Verwertung geistigen Eigentums ermöglichen. Die Zukunft der Digitalisierung stellt uns vor neue Herausforderungen beim Schutz immaterieller Produkte und Güter. Wir brauchen einen vernünftigen Ausgleich zwischen Nutzerfreundlichkeit und den Rechten der Kreativen. Dabei werden wir im Rahmen des Kreativpaktes die Netzbetreiber und Internet-Service-Provider in den Dialog mit Rechteinhabern und Verwertungsgesellschaften einbeziehen. Wir setzen uns für die Prüfung einer Kultur-Flatrate ein.“ Die FDP formuliert: „Urheberrecht: hohes Schutz-

niveau und wirksame Durchsetzung. Das Urheberrecht hat in der digitalen Welt eine Schlüsselfunktion. Die FDP fordert deshalb die konsequente Weiterentwicklung des Urheberrechts zur weiteren Verbesserung des urheberrechtlichen Schutzes. Die Einführung einer ‚Kultur-Flatrate‘ lehnt die FDP ab. Eine besondere Herausforderung bleibt die Bekämpfung von Urheberrechtsverletzungen vor allem im Internet, denn die ‚Internetpiraterie‘ ist eine existenzielle Bedrohung für die Kultur- und Kreativwirtschaft. Das Internet darf kein urheberrechtsfreier Raum sein. Die FDP setzt sich deshalb für Lösungen ein, die unter Wahrung des Datenschutzes eine effektive und konsequente Rechtsdurchsetzung gewährleisten. Die FDP bekennt sich zur kollektiven Wahrnehmung von Urheber- und Leistungsschutzrechten durch Verwertungsgesellschaften mit effizienten und transparenten Strukturen. Vor allem in Bezug auf Online-Nutzungen muss die grenzüberschreitende Lizenzierung durch Verwertungsgesellschaften erleichtert und eine Fragmentierung der Repertoires verhindert werden. Die FDP setzt sich für die Schaffung eines europäischen Wahrnehmungsrechts als Grundlage für die Förderung des Wettbewerbs unter den europäischen Verwertungsgesellschaften unter einheitlichen Rahmenbedingungen ein.“

Funktion der Presse und deren Finanzierung

Nach der Rechtsprechung des Bundesverfassungsgerichts ist eine freie Presse ein Wesenselement des freiheitlichen Staates.² Für die Demokratie ist sie schlechthin konstituierend.³ Der

ihr deswegen über Artikel (Art.) 5 Absatz (Abs.) 1 Grundgesetz (GG) eingeräumte Verfassungsschutz gibt ihr nicht nur ein Abwehrrecht gegen staatliche Eingriffe, darüber hinaus hat der Staat den Bestand eines freien Pressewesens zu garantieren.⁴

In allen Landespressegesetzen (LPG) heißt es, dass die Presse eine öffentliche Aufgabe erfüllt, wenn sie in Angelegenheiten von öffentlichem Interesse Nachrichten beschafft und verbreitet, Stellung nimmt, Kritik übt oder auf andere Weise an der Meinungsbildung mitwirkt.⁵

Die Presseverlage kommen in unterschiedlicher Form ihrer in der genannten gesetzlichen Bestimmung beschriebenen Funktion nach. Neben die gedruckten Zeitungs- und Zeitschriftenexemplare ist die digitale Verbreitung der Nachrichten und Berichte getreten. Der rasante Fortschritt der Kopier- und Computertechnologie hat dazu geführt, dass Presseinhalte in zunehmendem Maß digital angeboten werden müssen. Denn das Internet hat die Nutzungsgewohnheiten verändert. Feststellbar ist die Tendenz, dass insbesondere die jüngeren Leser sich nicht mehr dafür entscheiden, das Originalwerk in gedruckter Form zu kaufen, sondern sich über das Internet informieren, da sie dort die Informationen kostenfrei erhalten. In manchen Kreisen scheint die Vorstellung zu bestehen, Informationsfreiheit bedeute, sich kostenlos im Internet bedienen zu können.

Dass das auf die Dauer nicht hinnehmbar ist, sollte eigentlich jedermann einleuchten. Die Informationsbeschaffung und -aufbereitung ist kostspielig. Zwar fallen im elektronischen Medium nicht mehr im gleichen Maß wie bei den

gedruckten Exemplaren technische Herstellungskosten an – Druck und Vertrieb der Zeitungs- und Zeitschriftenexemplare an den Endkunden oder den Zwischenhandel entfallen. Das ist aber nur ein Teil der Kosten für die Herstellung der Zeitungen und Zeitschriften. Die inhaltliche Gestaltung des redaktionellen Teils der Publikationen obliegt weitgehend den Redakteuren und freiberuflichen Journalisten, deren Leistungen bezahlt werden müssen. Des Weiteren sind für die Informationsbeschaffung Auslagen wie Reisekosten oder Telefonkosten aufzubringen. Der verlagskaufmännische Sektor in den Verlagen muss ebenfalls finanziert werden.

Diese Ausgaben ausschließlich aus Werbeerlösen zu bezahlen, ist keine Alternative. Seit Jahren haben die Vertriebs Erlöse eine immer größere Bedeutung für die Finanzierung der Publikationen gewonnen. Die Rechnung, dass zwei Drittel der Umsätze aus dem Anzeigengeschäft und nur ein Drittel aus dem Vertriebsgeschäft erwirtschaftet werden, stimmt schon lange nicht mehr. Denn auch der Anzeigenmarkt, der ohnehin konjunkuranfällig ist, hat sich darüber hinaus strukturell stark zu Lasten der Zeitungen und Zeitschriften verändert. So hält sich in der aktuellen Finanz- und Wirtschaftskrise nicht nur die Werbewirtschaft mit der Schaltung von Anzeigen zurück, auch die Rubrikenmärkte in den Zeitungen wie etwa Auto- und Immobilienanzeigen spielen im gedruckten Produkt nur noch eine untergeordnete Rolle. Diese Inserate sind praktisch vollständig in das Internet abgewandert. Dass sie jemals zu den gedruckten Zeitungen zurückkehren, steht nicht zu erwarten.

Daraus ergibt sich, dass die wirtschaftliche Basis der Verlage gefährdet ist. Damit besteht aber

die Gefahr, dass die Presse ihre Funktion, zur Meinungsbildung maßgebend beizutragen, nicht mehr erfüllen kann.

Derzeitige Rechtslage

Nach der derzeitigen Rechtslage sind die Verlage, die das wirtschaftliche Risiko zu tragen haben, nur unzureichend geschützt. Sie finanzieren zwar die redaktionelle Arbeit und die technische Herstellung des Produkts und dessen Verbreitung, ohne dass dem jedoch adäquate Einnahmen im digitalen Sektor gegenüberstehen. Der Rechtsschutz über § 4 Urhebergesetz (UrhG) spielt in diesem Zusammenhang keine Rolle. Danach erstreckt sich der Schutz nämlich nur auf das Sammelwerk beziehungsweise auf die Datenbank als Ganzes. Schutzbereich ist nur die in der Auswahl und/oder Anordnung liegende Leistung, nicht aber deren Inhalt.⁶ Die Forderung der Verlage, ihre Rechtsposition angemessen zu schützen, ist daher nur zu berechtigt. Entsprechende gesetzliche Regelungen sind überfällig. Ansatzpunkt dafür ist eine Ergänzung des Urheberrechts, indem den Presseverlagen ein eigenes Leistungsschutzrecht zuerkannt wird.

Bereits heute geschützter Personenkreis

Leistungsschutzrechte schützen Personen, die zwar selbst nicht Urheber sind, die aber bei der Vermittlung urheberrechtlich geschützter Werke eine erhebliche Rolle spielen. Dazu gehören Unternehmen, die für die Verbreitung urheberrechtlich geschützter Werke unabdingbar sind. Der Ergänzung des Urhebergesetzes um ein Leis-

tungsschutzrecht für Presseverlage kann auch nicht entgegengehalten werden, dass Leistungsschutzrechte ein Fremdkörper im Urhebergesetz darstellten, weil dieses, wie es in § 11 UrhG heißt, den Urheber schützen soll. Denn schon frühzeitig setzte sich die Erkenntnis durch, dass nicht nur der Urheber, sondern auch der Vermittler des Schutzes bedarf. Bereits in der Vorläuferkodifikation des Urhebergesetzes, dem „Gesetz betreffend das Urheberrecht an Werken der Literatur und der Tonkunst“ (LUG), erfolgte erstmals mit dem § 2 Abs. 2 eine Anerkennung eines mit dem Urheberrecht verwandten Schutzrechts, also eines Leistungsschutzrechts.

Der technische Fortschritt hat dazu geführt, dass das Publikum nicht mehr an Originalschauplätzen anwesend sein muss, um eine Darbietung miterleben zu können. Ein Konzert oder eine Theateraufführung beispielsweise werden vielfach im Fernsehen übertragen, darüber hinaus können solche Veranstaltungen zu jedem beliebigen Zeitpunkt auf CD, DVD oder über das Internet gehört oder angeschaut werden. Als dies erkennbar wurde, wurde der Kreis der Leistungsschutzberechtigten erweitert: 1965 trat in Deutschland das Urhebergesetz in Kraft; in seinem Teil 2 wurde mit den Paragraphen 70 bis 87 Regelungen zu den verwandten Schutzrechten aufgenommen. Seitdem genießen

- Herausgeber wissenschaftlicher Werke (§ 70 UrhG),
- Herausgeber nachgelassener Werke (§ 71 UrhG),
- Veranstalter der Darbietung ausübender Künstler (§ 81 UrhG),
- Tonträgerhersteller (§ 85 UrhG),
- Sendeunternehmen (§ 87 UrhG) sowie

- Filmhersteller (§ 94 UrhG) ein Leistungsschutzrecht.

In der Urhebergesetznovelle aus dem Jahr 1985 wurde der gesetzliche Schutz auf Computerprogramme erweitert. Die besonderen Bestimmungen für diese Programme finden sich in den §§ 69 a - g UrhG.

Seit dem 1. Januar 1998 wird den Datenbankherstellern mit den §§ 87 a - d UrhG ein eigenes, im Urhebergesetz begründetes Schutzrecht zuerkannt. Die Erweiterung der Schutzgegenstände und damit die Ausdehnung der Schutzrechte wird mit dem Investitionsschutz von Datenbanken begründet.⁷

Umfang der Schutzrechte

Welche Schutzrechte der Leistungsschutzberechtigte hat, steht in den genannten Bestimmungen. So heißt es in § 87 Abs. 1 UrhG: „Das Sendeunternehmen hat das ausschließliche Recht,

- seine Funksendung weiterzusenden und öffentlich zugänglich zu machen;
- seine Funksendung auf Bild- oder Tonträger aufzunehmen, Lichtbilder von seiner Funksendung herzustellen sowie die Bild- oder Tonträger oder Lichtbilder zu vervielfältigen und zu verbreiten, ausgenommen das Vermietrecht;
- an Stellen, die der Öffentlichkeit nur gegen Zahlung eines Eintrittsgeldes zugänglich sind, seine Funksendung öffentlich wahrnehmbar zu machen.“

Es ist allgemein anerkannt, dass diese Entwicklung zur Ausdehnung der Schutzgegenstände noch nicht abgeschlossen ist und weitergehen

muss. So heißt es in dem Kommentar des Rechtswissenschaftlers Gerhard Schricker zum Urheberrecht: „Weniger bedenklich sind die Bestrebungen, das System durch Schaffung weiterer verwandter Schutzrechte, insbesondere für unternehmerische und organisatorische Leistungen zu ergänzen, die bislang noch keinen Sonderschutz genießen.“⁸ Noch deutlicher wird Artur-Axel Wandtke in seinem Praxiskommentar zum selben Thema, in dem er unter Angabe von Literaturstellen schreibt: „Soweit ähnliche Leistungen vorliegen, die Sendeunternehmen und Filmhersteller zu erfüllen in der Lage sind, spricht nichts dagegen, auch den Verlegern ein Leistungsschutzrecht zuzubilligen.“⁹

Argumente für die Erweiterung

Tatsächlich ist kein Grund ersichtlich, warum die Presseverleger anders, nämlich schlechter behandelt werden sollen als die übrigen Werkmittler, die bereits heute durch ein Leistungsschutzrecht geschützt sind. Wie bereits einleitend ausgeführt wurde, sind auch die Verleger auf den Schutz ihrer organisatorischen und wirtschaftlichen Leistungen angewiesen. Mit ihren Investitionen schaffen sie die Grundvoraussetzung für die Verbreitung hochwertiger Inhalte. Sie erbringen damit eine nicht hinwegzudenkende wirtschaftliche Vorleistung in der Werberkette. Das früher vorgebrachte Argument, die Verleger seien gegenüber Tonträgerherstellern nicht so sehr schutzbedürftig, weil sie sich lediglich der Gefahr der Vervielfältigung durch mühselig herzustellende Kopien mittels Fotokopierer ausgesetzt sähen, während Tonträgerhersteller die elektronische Vervielfältigung zu

befürchten hätten, ist heute nicht mehr stichhaltig. Die Digitalisierung hat nämlich dazu geführt, dass mit immer weniger Zeit- und Kostenaufwand urheberrechtlich geschützte Werke vervielfältigt und anderweitig genutzt werden können. Auf die Gefahr für die Meinungsbildung, wenn der Presse die wirtschaftliche Basis entzogen wird, wurde ebenfalls bereits hingewiesen.

Erlösquellen

Dabei denken die Verlage an drei Erlösquellen aus dem Leistungsschutzrecht: Zum einen sollen effektiver als heute unbefugte Nutzungen verfolgt werden können, zum zweiten ist an die Lizenzierung gewerblicher Nutzungen (die private Nutzung soll weiterhin kostenfrei bleiben) gedacht und zum dritten an die Lizenzierung von Aggregatoren, die Medieninhalte sammeln und aufbereiten und für eine Zielgruppe neu zusammenstellen.

- 1) Vgl. u. a. „pro media“, Heft 8, 2009.
- 2) BVerfGE 20, 174; 36, 340; 52, 296; 66, 133.
- 3) BVerfGE 10, 121; 82, 272.
- 4) Stammer AfP 1987, 660.
- 5) so z. B. § 3 LPG/Baden-Württemberg.
- 6) Vgl. nur LG Köln MMR 2006, 52, 54.
- 7) Vgl. dazu EuGH GRUR 2005, 245 – BHB – Pferdewetten; EuGH GRUR 2005, 252 – Fixtures-Fußballspielpläne I; EuGH GRUR 2005, 254 – Fixtures-Fußballspielpläne II.
- 8) Schricker, Gerhard: „Urheberrecht“, 3. Aufl. 2006, Einleitung Rdz. 30.
- 9) In: Wandtke, Artur-Axel/Bullinger, Winfried: „Urheberrecht“, 3. Aufl. 2009, Einleitung Rdz. 11.