

Ein Leistungsschutzrecht für Presseverlage?

© ktsdesign - Fotolia

Am 26. Juni 2009 unterzeichneten namhafte deutsche Verlage die „Hamburger Erklärung zum Schutz geistigen Eigentums“, mit der die Schaffung einer gesetzlichen Grundlage für ein Leistungsschutzrecht der Verlage gefordert wird. Kurz nach Veröffentlichung hatten sich bereits 166 europäische Verlage dieser Erklärung angeschlossen. Am 9. Juli wurde das als wegweisend bezeichnete Dokument vom Europäischen Verlegerrat (European Publishers Council, EPC) der EU-Kommission überreicht. Die Erklärung zeigte Wirkung – im Koalitionsvertrag der neuen Bundesregierung steht geschrieben: „Verlage sollen im Online-Bereich nicht

schlechter gestellt sein als andere Werkvermittler. Wir streben deshalb die Schaffung eines Leistungsschutzrechts für Presseverlage zur Verbesserung des Schutzes von Presseerzeugnissen im Internet an.“ So einleuchtend und logisch die Forderung erscheinen mag, hat sie doch zu einer heftigen Gegenbewegung und Polarisierung geführt. Der Tenor diesbezüglicher Äußerungen gipfelt in dem Vorwurf, die Verlage versuchten sich den Mangel an Fantasie bei der digitalen Vermarktung ihrer Inhalte vom Gesetzgeber kompensieren zu lassen.

Mit Kreativität Publikum im Internet gewinnen



Christoph Keese

Konzerngeschäftsführer Public Affairs
Axel Springer AG

✉ christoph.keese@axelspringer.de

Das Internet verändert die Medien wie keine andere Erfindung der vergangenen fünfzig Jahre. Es bietet Journalisten und Verlagen Möglichkeiten, die früher wie Science Fiction klangen. Man kann ein Millionenpublikum fast ohne Vertriebskosten und Werbung erreichen, rund um die Uhr, immer aktuell, auf der ganzen Welt. Aktive Teilhabe steht jedem offen; der Unterschied zwischen Sender und Empfänger entfällt. Medien senden nicht mehr nur von einer Zentrale an ein schweigendes Publikum, sie entwickeln sich zu Bör-

sen für Information, Unterhaltung und Meinung. Diesen Wandel zu verstehen und in erfolgreiche Angebote umzusetzen, ist keine leichte Aufgabe, aber die Medienbranche hat sie gut bewältigt.

In den anderthalb Jahrzehnten seit Erfindung des World Wide Web sind die Internetseiten professioneller Medien immer populärer geworden. Heute übertrifft ihre Reichweite oft die Reichweiten der Zeitungen und Zeitschriften, aus denen sie hervorgegangen sind. Nicht begründet war die Annahme, im Netz würde sich das Publikum ausschließlich selbst mit Nachrichten versorgen wollen. Bürgerjournalismus ist ein verdienstvoller Nebenzweig der Internet-Entwicklung geblieben, während Journalisten gezeigt haben, dass professionelle Standards wie Ausgewogenheit, Neutralität, Faktentreue und Unabhängigkeit auch und gerade im Netz unverzichtbare Qualitätsmerkmale sind, die das Publikum nachfragt.

Visits und Unique Users steigen bei Zeitung- und Zeitschriften-Webseiten immer weiter an, ihr Anteil an der Aufmerksamkeit des Publikums nimmt zu. Angesichts dieser Erfolge kann man schwerlich behaupten, Journalisten und Verlage würden das Internet nicht verstehen oder nicht mit ihm umzugehen wissen. Das Gegenteil ist der Fall.

Dennoch steht die Branche vor großen Herausforderungen: Die Aufmerksamkeit des Publikums ist zwar errungen, jedoch kennt noch niemand die Grundlage für eine eigene wirtschaftliche Existenz der Presse im Netz. Dadurch ist die Vielfalt der Presse in Gefahr, zum Schaden von Gesellschaft und Demokratie, die zum Gedeih nicht nur einige wenige

Qualitätstitel benötigen, sondern ein breites Spektrum höchst unterschiedlicher publizistischer Farben. Was wir heute von den Kiosken kennen – ein vielscheckiges Angebot von Zeitschriften und Zeitungen, das weltweit seines Gleichen sucht – kann im Netz nur weiter bestehen, wenn es gelingt, neben Anzeigen auch Inhalte zu verkaufen. Nur so kann die Unabhängigkeit auf Dauer gesichert werden. Auf diese Tatsache hinzuweisen, ist kein Alarmismus. Es besteht auch kein Anlass zur Sorge, die Presse würde vollständig verschwinden. Das behauptet niemand.

Gewahrt werden aber muss von dem langsamen Austrocknen eines heute sehr lebendigen Biotops. Wenn Journalismus im Netz auf Dauer ein Zuschussgeschäft bliebe, sanken unweigerlich die Titelvielfalt und die Berichterstattungstiefe. Es würde immer weniger Webseiten nach professionellen journalistischen Standards geben, und die wichtigste Figur wäre nicht mehr der von seiner Idee beseelte Journalist oder Verleger, finanziert durch die Käufe einer lustvoll lesenden Kundschaft, sondern der Mäzen, ohne dessen Geld die Verluste nicht zu verkraften wären. In diesem Szenario wäre Journalismus im Netz ohne einen Sponsor nicht möglich und wer keinen Krösus findet, dessen Stimme würde verstummen.

Leider ist davon auszugehen, dass die selbstlosen, rein altruistisch motivierten Mäzene in der Minderzahl sind. Mehrheitlich greifen, wenn die Chance sich bietet, immer Leute nach Meinungsmacht, die ihre eigenen Interessen damit befördern wollen. Dies ist eine reale Gefahr, die schon heute nicht nur in osteuropäischen Ländern zu besichtigen ist am Beispiel von Zeitungen, Zeitschriften, Fernseh- und Radiostationen oder Webseiten, die das Lied ihres Oligarchen singen.

Hamburger Erklärung zum Schutz geistigen Eigentums

„Das Internet ist für den Journalismus eine große Chance. Aber nur, wenn die wirtschaftliche Basis auch in den digitalen Vertriebskanälen gesichert bleibt. Das ist derzeit nicht der Fall. Zahlreiche Anbieter verwenden die Arbeit von Autoren, Verlagen und Sendern, ohne dafür zu bezahlen. Das bedroht auf die Dauer die Erstellung von Qualitäts-Inhalten und von unabhängigem Journalismus. Wir treten deswegen entschieden dafür ein, den Schutz geistigen Eigentums im Internet weiter zu verbessern. Freier Zugang zu Webseiten bedeutet nicht zwingend kostenlosen Zugang. Wir widersprechen all jenen, die behaupten, dass Informationsfreiheit erst hergestellt sei, wenn alles kostenlos zu haben ist. Der freie Zugang zu unseren Angeboten soll erhalten bleiben, zum Verschonen unseres Eigentums ohne vorherige Zustimmung möchten wir jedoch nicht gezwungen werden. Wir begrüßen deshalb die wachsende Entschlossenheit von Bundesregierung,

Landesregierungen und den im Bundestag vertretenen Parteien, die Rechte von Urhebern und Werkmittlern weiter an die Bedingungen des Internets anzupassen. Im Internet darf es keine rechtsfreien Zonen geben. Gesetzgeber und Regierung auf nationaler wie internationaler Ebene sollten die geistige Wertschöpfung von Urhebern und Werkmittlern besser schützen. Ungenehmigte Nutzung fremden geistigen Eigentums muss verboten bleiben. Am Ende muss auch im World Wide Web gelten: Keine Demokratie gedeiht ohne unabhängigen Journalismus.“

Berlin, 26. Juni 2009

Unterzeichner: Axel Springer AG, Bauer Media Group, Ganske Verlagsgruppen GmbH, Gruner + Jahr AG & Co KG, Spiegel Verlag Rudolf Augstein GmbH & Co KG, Zeitungsverlag Gerd Bucerius GmbH & Co. KG

Pressefreiheit verträgt kein Betteln um Ressourcen. Das größte Maß an Freiheit ist erreicht, wenn Journalisten, Verleger und Leser eine verschworene Gemeinschaft unter Ausschluss von Staat und Interessengruppen bilden, wenn also der Journalist nur der Beauftragte seines Lesers ist und der Verleger den finanziellen und organisatorischen Rahmen aufstellt.

Was tun gegen die Gefahr des Vielfalts- und Freiheitsverlusts der Presse? Die Antwort ist so einfach wie anspruchsvoll: Es geht darum, neben Werbung an die Wirtschaft auch Beiträge an das Publikum zu verkaufen. Journalisten und Verlage können dabei sehr erfolgreich sein. Erste Erfolge gibt es bereits. So verkaufen sich die ersten Bezahl-Apps auf dem iPhone überraschend gut. Viele neue Marktplätze für journalistische Angebote werden entstehen, Apples AppStore ist nur einer davon. So wie wir heute ganz selbstverständlich einen Spielfilm im Netz kaufen oder einen Song herunterladen, werden schon bald exklusive journalistische Artikel, Videos oder ganze Zeitschriften gekauft werden. Wie bei Film oder Musik werden legale und illegale Märkte nebeneinander bestehen. Für den Vorteil des legalen und bequemen Ladens zahlen Millionen Menschen gerne Geld. Die Marktforscher von Gartner schätzen den Weltmarkt für legale Inhalte allein im Mobilfunk auf 30 Milliarden Dollar bis 2013. Mit guten Ideen und geschickter Umsetzung werden die Medien an diesem Markt teilhaben.

Ein Unteraspekt des Verkaufs von Inhalten ist die Lizenzierung an gewerbliche Nutzer. Mitarbeiter in Firmen zahlen erfahrungsgemäß nicht privat für Produkte, die sie zur Ausübung ihres Berufs benötigen. Deswegen bieten sich Lizenzmodelle an, wie es sie heute schon als Rahmenverträge für die Nutzung von Nachrichtenagenturen, Datenbanken oder

Pressespiegeln gibt. Es bietet sich an, dieses Modell auf die gewerbliche Nutzung journalistischer Webseiten zu erweitern, vielleicht über eine Verwertungsgesellschaft. Um die Autorenrechte der Journalisten von den Interessen der Verleger besser abzugrenzen, wäre zudem die Einführung eines Leistungsschutzrechts sinnvoll. Das vereinfacht die Rechtsverwaltung und -wahrnehmung.

Auch für Journalisten kann diese Trennschärfe sinnvoll und hilfreich sein, zumal die Verlage in den Gesprächen über das Leistungsschutzrecht angeboten haben, die Autoren an künftigen Erlösen aus Lizenzmodellen für die gewerbliche Nutzung von Webseiten zu beteiligen. Ausgestaltet werden kann ein solches Leistungsschutzrecht weitgehend analog zu den heute schon bestehenden gesetzlichen Leistungsschutzrechten anderer Branchen wie Musik, Film, Datenbankherstellern oder Konzertveranstaltern. Zu schließen ist lediglich eine Regelungslücke. Dafür besteht Anlass durch die geänderten Marktbedingungen, die das Internet mit sich bringt. Auch die Rechtswahrnehmung durch eine Verwertungsgesellschaft würde dem Vorbild anderer Branchen folgen und sich einreihen in die Modelle, die heute geübte Praxis sind.

Die Finanzierung des unabhängigen Journalismus im Internet ist nicht Sache des Staats. Eine staatliche Subvention der Presse wie in Frankreich oder Österreich kann nicht die Lösung des Problems sein. Journalisten und Verlage sollten das Publikum mit ihren Produkten begeistern und ihre Leistung selbstbewusst zum Kauf anbieten. Es liegt in der Verantwortung der Kreativen und ihrer Verleger, sich dieser Herausforderung zu stellen, und sie tun dies mit Bravour. Lizenzmodelle für gewerbliche Nutzer, idealerweise unterstützt durch ein Leistungsschutzrecht, sind ein Teil dieser Strategie.

Leistungsschutzrecht für Verlage: Mehr Schaden als Nutzen



Dr. Till Kreutzer

Rechtsanwalt/Assoziierter Mitarbeiter
des Hans-Bredow-Instituts/
Redakteur iRights.info

✉ t.kreutzer@ie-online.de

Wozu brauchen Verlage ein Leistungsschutzrecht?

Presseverlage stehen vor dem Problem, dass die Leser immer weniger Zeitungen kaufen und stattdessen online lesen wollen. Bisher weiß man nicht, wie man hiermit Geld verdienen kann. Von dem anfänglichen Versuch, das klassische Geschäftsmodell aufs Internet zu übertragen und sich die Online-Nutzung von Presseartikeln bezahlen zu lassen, hat

man Abstand genommen. Um zu Einnahmen zu kommen, fordert man von der Politik ein eigenes Leistungsschutzrecht.

Leistungsschutzrechte sind dem Urheberrecht in mancher Hinsicht ähnliche Rechte (weshalb sie auch „verwandte Schutzrechte“ genannt werden). Anders als das Urheberrecht, das ein grundsätzlich personenbezogenes Recht ist, haben die meisten Leistungsschutzrechte jedoch einen unternehmensbezogenen, wettbewerbs- und vor allem investitionschutzrechtlichen Charakter. Das gilt vor allem für die Rechte von Film-, Tonträger- und Datenbankherstellern sowie der Sendeunternehmen. Sie schützen nicht die kreativen oder künstlerischen Leistungen von Personen, sondern die Investitionen desjenigen, der darin investiert, dass geistige Schöpfungen in Umlauf gelangen und damit von der Allgemeinheit wahrgenommen werden können. Das machen zum Beispiel die Produzenten von Filmen, Hersteller von Tonträgern oder Datenbanken, die deshalb auch „Werkmittler“ genannt werden. Ihr Schutzrecht soll sie davor bewahren, dass ihre Leistungen von Konkurrenten oder Trittbrettfahrern ausgenutzt werden. Der Hintergedanke erschließt sich unmittelbar: Eine Filmproduktion ist teuer. Den Film, nachdem er aufgenommen, geschnitten und auf einem Bildträger gespeichert wurde, zu kopieren, kostet fast nichts. Wenn der Hersteller nicht zumindest eine gewisse Zeit hiervor – zum Beispiel durch ein monopolartiges Leistungsschutzrecht – geschützt wird, wird er im Zweifel seine Aufwendungen nicht amortisieren können bzw. sie von vornherein gar nicht tätigen.

Versucht man, die Position der Verleger zu interpretieren, deutet allerhand darauf hin, dass man das Heil des wirtschaftlichen Erfolgs zukünftig weniger in der Bezahlung durch den Leser suchen will, sondern in der Bezahlung durch Intermediäre, also insbesondere durch Google und andere, die sich – so die Diktion vieler Interessensbekundungen – auf Kosten der Verlage eine goldene Nase verdienen, obwohl sie nicht einmal Inhalte produzieren, sondern nur (!) schnöde Auswertungs-, Aggregations- und Suchtechnologien entwickeln und bereitstellen. Diesem Schmarotzertum solle Einhalt geboten werden, indem sie durch ein neues Schutzrecht gezwungen werden, an die Verlage Vergütungen zu bezahlen.

Zudem sei es ungerecht, dass andere Werkmittler über ein Leistungsschutzrecht verfügen, die Verleger jedoch nicht. Der Umstand, dass andere Werkmittler, wie z. B. die Filmhersteller, Leistungsschutzrechte haben und Verleger nicht, ist freilich für sich genommen kein Argument, das es rechtfertigen könnte, ein solches Recht einzuführen. Weder haben derartige Monopolrechte einen Selbstzweck, noch gibt es einen wie auch immer gearteten allgemeinen Anspruch hierauf. Im Gegenteil: Ob Urheber- oder Leistungsschutzrechte gewährt und wie sie ausgestaltet werden, ist stets Ausdruck einer verfassungsrechtlich gebotenen Wertungsentscheidung des Gesetzgebers. Er hat hierbei die Aufgabe, die Belange der Urheber, der Werkmittler und der Allgemeinheit

in einen angemessenen Ausgleich zu bringen. Bei der Frage, ob es ein Leistungsschutzrecht für Verleger geben sollte, sind also keineswegs allein die Partikularinteressen der designierten Inhaber dieses Rechts ausschlaggebend. Vielmehr sind sie mit den gesamtgesellschaftlichen Belangen wie der Presse-, Kunst- und Meinungsfreiheit oder der möglichst ungehinderten Nutzung von Informationen abzuwägen. Auch ist zu fragen, ob durch ein Leistungsschutzrecht der Verlage die Interessen der Autoren gefördert (was im Zweifel nicht der Fall wäre) oder gar beeinträchtigt würden.

Weitgehende Nutzungsrechte

Keineswegs trifft es jedenfalls zu, dass die Presseverleger ohne ein eigenes Leistungsschutzrecht rechtlos und „nackt“ dastünden. Vielmehr profitieren sie annähernd uneingeschränkt von den sehr weitgehenden Nutzungsrechten, die sie sich von den Urhebern, also den Journalisten und Fotografen, einräumen lassen. Im Verkehr mit den Nutzungsrechten an Artikeln und Fotos diktieren die Presseverlage die Konditionen. Das führt in der Praxis dazu, dass die Urheber üblicherweise all ihre Rechte durch „Total-buy-out-Verträge“ gegen geringe Pauschalvergütungen an die Verlage abtreten müssen. Die so erlangten urheberrechtlichen Nutzungsrechte verschaffen den Verlegern eine umfassende Schutzposition. Es bleibt ihnen unbenommen, ihre Inhalte nur gegen Entgelt anzubieten. Tun sie es – wie derzeit im Online-Bereich üblich – nicht, ist das ihre eigene Entscheidung.

Es geht also nicht um Rechte, sondern um mehr Rechte. Ein Leistungsschutzrecht würde den Verlagen nur einen Mehrwert bringen, wenn es über das – ohnehin schon sehr weitgehende – Urheberrecht an den Beiträgen hinausginge. In der Tat legen die Ausführungen von Hubert Burda, Hegemann und anderen die Annahme nahe, dass man sich vom Leistungsschutzrecht Befugnisse erhofft, die eine gegenüber dem Urheberrecht erheblich ausgeweitete Rechtsposition bedeuten würden. So schreibt zum Beispiel Anwalt Hegemann in der FAZ: „Das bloß abgeleitete Recht, das die Presseverleger nach geltendem Urheberrecht an ihren Inhalten haben, erweist sich aber zur Durchsetzung einer angemessenen wirtschaftlichen Beteiligung an der Internet-Nutzung als unzureichend. So hängt der Schutz gegen Presse-Aggregatoren maßgeblich davon ab, ob die dort wiedergegebenen ‚Snippets‘ – also die mit großem redaktionellen Aufwand erstellten Kurzzusammenfassungen der Artikel – für sich genommen urheberrechtsschutzfähig sind.“

Die Schöpfungshöhe

Kurzum: Das Leistungsschutzrecht soll ermöglichen, von Aggregatoren wie Google Geld verlangen zu können. Das Urheberrecht hilft hier in der Tat nicht weiter. Die Nutzung von

Snippets kann hiernach nicht untersagt werden, weil das Urheberrecht derart kleine Textschnipsel mangels „Schöpfungshöhe“ nicht schützt. Buchverlage sind dementsprechend schon frühzeitig mit dem Vorhaben gescheitert, Google gerichtlich daran zu hindern, solche Ausschnitte anzuzeigen (bzw. hierfür Geld zu bekommen). Ähnlich erging es FAZ und SZ, die vergeblich versucht haben, dem Online-Magazin „Perlentaucher“ zu verbieten, Abstracts von Feuilletonartikeln zu veröffentlichen bzw. an Dritte weiterzulizenzieren. Denn das Urheberrecht verbietet es auch nicht, fremde Inhalte mit eigenen Worten in Kurzform wiederzugeben und diese eigenen Texte zu veröffentlichen. Umso weniger verbietet es, Informationen, die anderswo veröffentlicht wurden, beliebig weiterzutragen.

Allein diese Umstände sind jedoch mitnichten Anlass oder Rechtfertigung genug, neue Rechte zu erschaffen, die diese – aus Sicht mancher Verlage – Schutzlücken schließen. Die urheberrechtlichen Beschränkungen und Grenzen sind kein Versehen, sondern Ausdruck der verfassungsrechtlich gebotenen Wertungsentscheidung des Gesetzgebers über den angemessenen Umfang des Rechts. Dass ein denkbar allumfassender Monopolrechtsschutz an Inhalten oder gar Informationen Lücken aufweist, ist gewollt und unbedingt geboten.

Mögliche Auswirkungen

Nun stellt sich die Frage, ob es eventuell besondere Umstände in der Presseverlagswirtschaft rechtfertigen können, die Grenzen bestehender Rechte auszuweiten und in diesem Zuge die Freiheiten aller anderen einzuschränken. Dies kann nur beantwortet werden, wenn man sich die möglichen Auswirkungen eines Leistungsschutzrechts, das sich etwa auf die Nutzung von Snippets bezieht, betrachtet.

Da bei Leistungsschutzrechten die urheberrechtliche Schöpfungshöhe keine Rolle spielt, könnte man hierüber im Prinzip einem Verlag Rechte an sehr kleinen Ausschnitten aus Texten ausschließlich zuordnen. Je nachdem, wie weit man das treibt, könnte man zum Beispiel bestimmen, dass der Satz: „Merkel will mehr Polizisten und Videoüberwachung“ dem Spiegel-Verlag „gehört“, weil er ihn am 19. September 2009 als Überschrift für eine Online-Nachricht verwendet hat. Lässt Google in der News-Suche diese Überschrift anzeigen oder weist ein Blogger auf den Artikel unter Verwendung des Satzes hin, müssten sie den Spiegel-Verlag um Erlaubnis fragen oder (wenn das Leistungsschutzrecht nur einen Vergütungsanspruch gewähren würde) zumindest eine Lizenzgebühr zahlen.

Um dem Treiben von Google-News beizukommen, würde es freilich auch ausreichen, nur Ausschnitte wie: „Verleger fordern Leistungsschutzrecht im Internet – Die deutschen Zeitungsverleger haben erneut ein gesetzliches Leistungs-

schutzrecht gegen die Gratis-Angebote im Internet verlangt...“ (so sieht ein typischer Google-Snippet aus) dem Leistungsschutzrecht zu unterwerfen. Offen bleibt dann noch die Frage, ob unter dessen Ägide die Worte: „Hamburger Bankrott Erklärung – Die deutschen Verleger haben einen überraschenden Durchbruch im Kampf ums Überleben erzielt“ fortan dem Berliner Medienjournalisten Stefan Niggemeier „gehören“, der sie in einem seiner Blog-Artikel gebraucht hat. Wäre auch er ein Verleger, der auf seine veröffentlichten Worte ein Monopol erhalten würde?

Erkleckliche Summen

Die wirtschaftlichen Probleme der Verlagswirtschaft könnten so ohne weiteres behoben werden. Wenn von allen Blogs, Nachrichtenseiten, Enzyklopädien oder Foren und sonstigen Angeboten, in denen auf fremde Inhalte hingewiesen oder über die gleichen Ereignisse berichtet wird, Geld eingesammelt wird, könnten sicherlich erkleckliche Summen eingetrieben werden. Es sei denn, es wird dann weniger gebloggt, diskutiert, veröffentlicht. Es sei denn, dass der bürokratische Aufwand für Abrechnung und Protokollierung nicht zu leisten ist oder dass die erforderliche flächendeckende Überwachung aller Online-Publikationen nicht funktioniert. Es sei denn, dass das Bundesverfassungsgericht das Gesetz als unverhältnismäßigen Eingriff in die Freiheitsgrundrechte ansieht.

Abgesehen von diesen – immerhin gravierenden – Bedenken gegenüber einer derartigen Ausweitung der Rechte an Pressezeugnissen gehört auch die stetige Behauptung, dass News-Aggregatoren und andere, die kleine Teile aus Verlagspublikationen verwenden (wie zum Beispiel Blogger), reine Schmarotzer sind, „Content-Klauer“, die hierfür gefälligst zu zahlen haben, auf den Prüfstand.

Natürlich kann von Content-Klau angesichts des Umstands, dass es hier um Handlungen geht, die nach geltendem Recht völlig legal sind, überhaupt keine Rede sein. Ohnehin könnte man das durchaus auch grundsätzlich anders sehen. Man könnte argumentieren, dass es im Netz mehr als genug Inhalte gibt, die von ihren Schöpfern, Produzenten und Erfindern freiwillig und zur kostenlosen Nutzung veröffentlicht werden. Und im Übrigen ist es Tatsache, dass Google jederzeit bereitwillig Publikationen von der Newssuche ausschließt, wenn dies vom Anbieter gewünscht wird. Die Verleger machen hiervon aber keinen Gebrauch.

Bestimmungsgemäße Benutzung

Eine andere Begründung für das Leistungsschutzrecht für Verlage könnte an § 44a UrhG anknüpfen. Diese Regelung sieht vor, dass flüchtige, rein technisch bedingte Vervielfältigungsvorgänge (wie sie zum Beispiel bei Übertragungen im

Netz auf Proxy-Servern oder bei der Nutzung digitaler Werke auf Computern im Browser-Cache entstehen), vom Urheberrecht ausgenommen sind. Das bedarf einer Erläuterung: Aus Sicht des Urheberrechts handelt es sich hierbei grundsätzlich um „Vervielfältigungen“, die im Prinzip unter das ausschließliche Vervielfältigungsrecht des Urhebers fallen. Nur wegen § 44a UrhG können sie weder verboten werden, noch kann man für flüchtige Kopien (die verschwinden, wenn der Browser geschlossen oder der Rechner neu gestartet wird) vom Leser, Zuschauer oder Hörer Geld verlangen. Gäbe es die Regel nicht, könnte man nicht nur vom Endnutzer Geld verlangen, sondern auch an die Netzinfrastruktur-, die Access- und Hostprovider, im Zweifel sogar die Leitungsbetreiber (wie die Telekom) herantreten und Vergütungen fordern. Derartiges wäre nach Keese auch gerechtfertigt, da die Proxy-Server „Vervielfältigungsmaschinen“ seien und gewerbliche Nutzer sich an den online gestellten Informationen der Verlage „bereichern“ würden.

Allerdings ist auch § 44a UrhG nicht versehentlich eingeführt worden. Die Ausnahmeregelung basiert vielmehr auf der konsequenten Fortschreibung eines ehernen Prinzips des Urheber- und auch der Leistungsschutzrechte: Die „bestimmungsgemäße Benutzung“ und hierfür erforderliche Handlungen fallen aus dem Schutzbereich heraus. Das heißt: Wer im Park eine Zeitung findet und liest, muss keine Urheberrechtsvergütung bezahlen. Wer sich einen Film im Fernsehen ansieht, braucht hierfür keine Erlaubnis des Filmherstellers und wer einem Konzert von draußen lauscht, ohne in den Club hineinzugehen und Eintritt zu bezahlen, kann nicht verklagt werden. Urheber- und Leistungsschutzrechte setzen erst ein, wenn kopiert oder verbreitet, wenn veröffentlicht oder online gestellt wird.

§ 44a UrhG soll dafür sorgen, dass das auch so ist, wenn Werke digital mittels Informationstechnologien genutzt werden. Hier entstehen bei jeder – auch nur flüchtigen – Nutzung stets und zwingend Vervielfältigungen, es bedarf also einer Ausnahme vom Vervielfältigungsrecht. Jedenfalls – und so hat sich der Gesetzgeber entschieden – wenn man nicht den reinen Werkgenuss dem Urheberrecht unterstellen will und jedes Mal, wenn ein Text am Bildschirm gelesen oder auf dem Computer eine Musik abgespielt wird, erfasst, protokolliert, kontrolliert und abgerechnet werden soll.

Europarechtliche Vorgabe

Will man dies allen Ernstes – und sei es nur in Bezug auf die gewerbliche Benutzung – ändern, muss man § 44a UrhG loswerden oder ein Leistungsschutzrecht schaffen, für das diese Regelung nicht gilt. Ersteres dürfte schwierig werden, basiert diese Regelung doch auf einer zwingenden europarechtlichen Vorgabe (was deren Bedeutung unterstreicht).

Es ist durchaus verständlich und legitim, dass die Presseverlage nach neuen Modellen suchen, ihre Geschäftsmodelle zu finanzieren und vor allem auch mit ihren aufwendigen Online-Angeboten Geld zu verdienen. Nicht nur, dass es ihnen zu gönnen ist, auch besteht am Fortbestand einer ausgewogenen Presselandschaft ein allgemeines Interesse. Die Idee allerdings, sich Geschäftsmodelle über ein Leistungsschutzrecht durch den Gesetzgeber schaffen oder absichern zu lassen, ist schon im Grundsatz abwegig. Sie begegnet – auch abseits konkreter Ausgestaltungsvorschläge für ein solches Recht – prinzipiellen Bedenken. Nicht nur, dass damit ein bürokratisches Monster geschaffen würde, das im Zweifel nur zum Erfolg führt, wenn Nutzungshandlungen flächendeckend kontrolliert und abgerechnet werden (können).

Autoren würden nicht profitieren

Man sollte sich auch darüber bewusst sein, dass es eine rückwärtsgerichtete Entscheidung wäre. Denn selbst wenn man erreichen könnte, dass über das Leistungsschutzrecht die Geschäftsmodelle der traditionellen Verlagsbranche abgesichert werden könnten, würde man im gleichen Zuge der gerade aufkeimenden neuen „Informationslandschaft“ Freiheiten entziehen, die sie dringend benötigt. Selbst wenn das Recht auch Bloggern oder etwa der Wikipedia zugute käme (was spräche hiergegen?) würde es sie eher behindern als ihnen nützen. Umso mehr gilt dies für diejenigen Dienste, die das Web als Informationsquelle und Ort des Meinungsaustauschs erst nutzbar machen. Und schließlich würden auch die Autoren hiervon nicht profitieren.

Die Politik sollte sich also gut überlegen, was ein Leistungsschutzrecht leisten kann und welche negativen Folgen es hätte. Klar sollte in jedem Fall sein: Ein neues Recht zu schaffen, kann niemals als Experiment verstanden werden. Denn wird es einmal gewährt, kann es kaum wieder aus der Welt geschafft werden, auch wenn sich herausstellt, dass es mehr schadet als nützt.