

Leistungsschutzrecht für Presseverleger: Schriftliche Zusammenfassung der Stellungnahmen von VDZ und BDZV bei der Anhörung des Bundesjustizministeriums am 28. Juni 2010 in Berlin

Notwendigkeit eines Leistungsschutzrechts für Presseverleger

Die Zeitungs- und Zeitschriftenverlage streben ein Leistungsschutzrecht für Presseverleger an, um ihre Leistungen in einer zunehmend digitalen Welt besser schützen zu können.

Die **Schutzwürdigkeit** der Leistung der Verleger periodischer Presse steht außer Zweifel. Das gilt auch im Vergleich zu anderen Werkmittlern, die Filme, Tonträger oder Rundfunksendungen produzieren und seit langem Inhaber eigener Leistungsschutzrechte sind. Die Presseverleger erbringen außergewöhnliche Leistungen organisatorischer, geistiger und finanzieller Natur, um eine der vielfältigsten Presselandschaften mit mehreren tausend Zeitungs- und Zeitschriftentiteln auf Papier und allen digitalen Verbreitungswegen zu erhalten. Diese Investitionen materieller und immaterieller Art, zu denen die inhaltliche Ausrichtung der Titel gehört, vermitteln nicht nur einzelne Artikel zum Publikum, sondern schaffen redaktionell geformte Priesstitel, die als publizistische Marken selbst Träger der öffentlichen Meinungsbildung sind.

Wenn diese geistige, organisatorische und wirtschaftlich-finanzielle Leistung der Presseverleger dennoch bislang keinen gesetzlichen Schutz im Urheberrechtsgesetz gefunden hat, liegt das allein daran, dass in einer rein analogen Welt kein zwingendes **Schutzbedürfnis** bestand. In dem regelmäßigen Vermarktungszeitraum selbst der Wochen- oder Monatspresse konnte kein Dritter die Leistung des Verlegers in relevanter Weise für sich beanspruchen und ausnutzen. In Zeiten des Internet kann jedoch insbesondere auch die Online-Presse in Sekunden von Dritten ausschnittsweise oder komplett übernommen und in unterschiedlichster Weise verwertet und vermarktet werden. Damit ist das Schutzbedürfnis für den Produzenten der Presse nun wenigstens so groß, wie es schon seit längerem für die Hersteller und Vermittler von Tonträgern, Filmen, Sendungen etc. angenommen wird. Dieses veränderte Schutzbedürfnis allein macht es dringend erforderlich, die Lücke eines fehlenden Leistungsschutzrechtes für Presseverleger zu schließen. Ein weitergehender Nachweis, in welchem Ausmaß der Schutz tatsächlich Geschäftsmodelle der Presse im Internet befördern wird, ist unnötig. Hingegen entscheidet die konkrete Ausgestaltung des Leistungsschutzrechts darüber, inwieweit die Gesetzesänderung zu dem notwendigen Schutz der Presse tatsächlich wird beitragen können.

Leistungsschutzrecht am Presseerzeugnis und Urheberrecht am Artikeltext

Natürlicher Anknüpfungspunkt für das Leistungsschutzrecht der Presseverleger ist das Presseerzeugnis. Ein Presseerzeugnis ist die Festlegung journalistischer Beiträge und anderer Inhalte (Beispiel: Kreuzworträtsel oder Sudoku) im Rahmen

einer redaktionell gestalteten Sammlung, die unter einem Titel nicht nur einmal, sondern fortlaufend (periodisch) erscheint.

Die Festlegung geschieht in der Offline-Welt in einer Druckvorlage. In der Online-Welt erfolgt die Festlegung in Dateien.

Das Verhältnis zwischen dem Leistungsschutzrecht am Presseerzeugnis und dem Urheberrecht der Journalisten an ihren Beiträgen lässt sich wie folgt skizzieren: Gegenstand des Urheberrechts ist die geistige Schöpfung, der Artikeltext. Das hat zur Folge, dass jede Vervielfältigung des Textes durch Dritte das Recht berührt. Demgegenüber gilt das Leistungsschutzrecht nicht dem Text als solchem, sondern nur beschränkt in seiner Eigenschaft als Element des Presseerzeugnisses. Das hat zur Folge, dass eine Vervielfältigung durch Dritte das Recht des Verlegers nur berührt, wo sein Presseerzeugnis als Vorlage der Kopie erkennbar ist, beispielsweise durch das Layout oder durch anderweitige Kenntlichmachung wie etwa die Beibehaltung des Verweises auf die Quelldatei in der digitalen Kopie. Dass im Fall der Kopie vom Presseerzeugnis sowohl das Urheberrecht als auch das Verlegerrecht berührt wird, versteht sich von selbst. Gleichzeitig wird klar, dass das Leistungsschutzrecht des Verlegers die Mehrfachverwertung von Artikeln durch die Autoren nicht beeinträchtigt: Die Zweitverwertung etc. erfolgt in einem anderen Presseerzeugnis mit eigenem Leistungsschutzrecht. Ihre Rechtmäßigkeit entscheidet sich allein urheberrechtlich, sie ist zulässig, wo dem Erstverleger kein ausschließliches Recht eingeräumt wurde.

Schutzumfang: Presseerzeugnis, kein Text oder Inhalt als solcher

Presseverleger sollten das ausschließliche Recht erhalten, ihre Presseerzeugnisse und Teile daraus zu vervielfältigen, zu verbreiten und in unkörperlicher Form öffentlich wiederzugeben. Dies sind die gemeinhin üblichen Verwertungsrechte, die grundsätzlich auch den Inhabern von Leistungsschutzrechten zustehen.

Da das Leistungsschutzrecht seiner Natur nach Inhalte (Texte, Textausschnitte etc.) nur in ihrer Eigenschaft als Element des Presseerzeugnisses schützt, ist jede Befürchtung haltlos, es könne Sprache, ja einzelne Worte oder gar Informationen monopolisieren. Weil Inhalte als solche nicht geschützt sind, greift die Weiterverwendung von Texten oder Textteilen ohne erkennbaren Bezug zu dem Presseerzeugnis nicht in das Leistungsschutzrecht ein. Das gilt selbst dann, wenn die Weiterverwendung in einem weiteren Text das Urheberrecht des Autors verletzt, etwa weil die Grenzen des Zitats überschritten sind oder das Zitat nicht als solches gekennzeichnet ist.

Werden hingegen kleine oder größere Teile eines Presseerzeugnisses vervielfältigt, ist – falls keine Schranken greifen – dafür die Erlaubnis des Presseverlegers erforderlich. Die Kopie aus der Zeitung oder Zeitschrift ebenso wie diejenige aus der Online-Presse bedarf der Zustimmung des Presseverlegers. In das Leistungsschutzrecht greift ein, wer aus Ausschnitten klassischer Publikationen eine neue Printpublikation zusammenfotokopiert, aber auch derjenige, der mit Ausschnitten der Online-Presse Nachrichtenübersichten anbietet, immer

vorausgesetzt, die Verbindung zum Presserzeugnis bleibt erhalten. Dabei erscheint es im digitalen Umfeld unverzichtbar, dass in der Frage des Schutzes von Ausschnitten des Presserzeugnisses nicht nur ein Gleichlauf mit dem Urheberrecht hergestellt wird, was bedeutet, dass jedenfalls all diejenigen Teile des Presserzeugnisses geschützt sind, die aus der Sicht des Schutzes des Urhebers Schöpfungshöhe erreichen. Vielmehr ist es dringend angezeigt, relevante Teile des Presserzeugnisses auch unabhängig vom Streit um die Schöpfungshöhe zu schützen. Wiederum bleibt der Text ohne Titelverbindung vom Leistungsschutzrecht unberührt und frei.

Schranken

Das Leistungsschutzrecht der Presseverleger sollte die Schrankensystematik des Urheberrechtsgesetzes übernehmen. So werden beispielsweise die von § 53 Abs. 1 UrhG erlaubte private Vervielfältigung ebenso wie der Pressespiegel in redaktionellen Medien (§ 49 UrhG) und das Zitatrecht (§ 51 UrhG) nicht angetastet. Zitate sind also wie nach geltendem Recht insbesondere dadurch begrenzt, dass sie im Rahmen eines eigenständigen Werkes und mit Belegfunktion erfolgen müssen.

Nicht nur Zitate, auch Links auf die Online-Presse bleiben vom Leistungsschutzrecht unberührt und sind weiter frei. Der Hyperlink ist ein komfortabler Verweis auf ein Presserzeugnis, selbst aber nicht dessen Vervielfältigung. Die Presseverleger haben nie etwas anderes vorgeschlagen oder erwogen.

Die Anwendung der urheberrechtlichen Schranken auf das Leistungsschutzrecht sollte grundsätzlich auch für den durch § 53 Abs. 2 UrhG privilegierten „sonstigen“, das heißt nicht-privaten Gebrauch gelten, sofern die darin vorgesehenen Voraussetzungen erfüllt sind. § 53 Abs. 2 Nr. 4 a) UrhG erlaubt – unter bestimmten Bedingungen – dabei auch die Vervielfältigung einzelner Beiträge, die in Zeitungen und Zeitschriften erschienen sind, selbst wenn diese zu gewerblichen Zwecken erfolgt. Aus Sicht der Presseverleger ist diese Schranke indessen bereits nach bestehendem Recht auf Online veröffentlichte Werke nicht anwendbar. Dies hätte auch für die durch ein Leistungsschutzrecht geschützten Presserzeugnisse zu gelten. Um Missverständnisse oder andere Auslegungsvarianten zu vermeiden, wäre aus Sicht der Presseverleger insoweit allerdings eine gesetzliche Klarstellung wünschenswert.

Schutzdauer

Die Schutzdauer der bestehenden Leistungsschutzrechte variiert zwischen 15 und 50 Jahren. Für das Leistungsschutzrecht der Presseverleger erscheint eine Schutzdauer von 25 Jahren angemessen.

Auswertung des Leistungsschutzrechts

Die Presseverleger sprechen sich für eine Wahrnehmung bestimmter Aspekte des Leistungsschutzrechtes durch eine Verwertungsgesellschaft aus. Welche Verwertungsgesellschaft das sein sollte, ist noch offen.

Verwertungsgesellschaften garantieren eine gebündelte Wahrnehmung aller Rechte zu angemessenen Bedingungen. Davon profitieren auch die Nutzer. Sie müssen die benötigten Rechte nicht von einer Vielzahl von Rechteinhabern zusammentragen, und die Angemessenheit aller Tarife wird von der Aufsichtsbehörde sowie den Gerichten kontrolliert und gewährleistet.

Eine Rechtswahrnehmung durch eine Verwertungsgesellschaft ist in denjenigen Bereichen sinnvoll, in denen digitale Presseerzeugnisse massenhaft gewerblich genutzt werden. Das betrifft insbesondere die gewerbliche Vervielfältigung Online veröffentlichter Presseerzeugnisse durch Unternehmen, die dadurch unmittelbar von den Leistungen der Presseverleger kommerziell profitieren, ohne dafür zu zahlen. Die Presseverleger wollen diese Nutzungsformen künftig in ein Geschäftsmodell überführen, indem gewerblichen Nutzern Lizenzangebote durch eine Verwertungsgesellschaft unterbreitet werden.

Bestehende Geschäftsmodelle sollten durch die Rechtswahrnehmung der Verwertungsgesellschaft unangetastet bleiben. Das gilt insbesondere für die Tätigkeit der PMG Presse Monitor oder Bezahlmodelle einzelner Verlage. Eine kollektive Rechtswahrnehmung wäre insoweit nicht angezeigt. Eine gesetzliche Regelung sollte den Presseverlagen daher die Möglichkeit belassen, die genannten Angebote auch weiterhin individuell zu vermarkten oder vermarkten zu lassen.

Alle Einnahmen der Verwertungsgesellschaft werden nach Abzug der Kosten aufgrund eines Verteilungsplans ausgeschüttet, der unter Beachtung der gesetzlichen Anforderungen von denjenigen aufgestellt wird, die Rechte in die Verwertungsgesellschaft einbringen.

Die Autoren werden an den Erlösen der Verwertungsgesellschaft beteiligt. Sie erhalten einen Prozentsatz der Erlöse, den Verlegerverbände und Journalistenorganisationen aushandeln. Es wird per Verbändevereinbarung sichergestellt, dass Autoren nicht mehr in das System einbezahlen als sie heraus bekommen. So wird gewährleistet, dass kein Autor weniger Geld verdient als heute, sondern dass im Gegenteil viele mehr verdienen werden als heute.

Praktisch kann diese Auswertung in etwa wie folgt ablaufen: Auf Basis eines rechtsgültigen Tarifs bietet die Verwertungsgesellschaft jedem potentiellen gewerblichen Nutzer eine Dienstleistung in Form einer Lizenzvereinbarung an. Wer die Leistung nutzen möchte, nimmt das Vertragsangebot an und leistet dem Tarif entsprechende Zahlungen an die Verwertungsgesellschaft. Wer die Leistung nicht nutzen möchte, lehnt das Angebot ab und nutzt nicht. Die Verleger gehen dabei von der Rechtstreue der gewerblichen Nutzer aus. Um dennoch etwaigem Missbrauch begegnen zu können, sollte eine Beweisregelung geschaffen werden, die eine sachgerechte Rechtsdurchsetzung ermöglicht.

Wirtschaftliche Perspektive der Presse und Leistungsschutzrecht

Das Leistungsschutzrecht soll die Leistung der Verleger schützen. Wie eingangs erläutert, ist seine Einführung im Zuge der Digitalisierung notwendig geworden, weil die Verlegerleistung nun ebenso dringend eines solchen Schutzes bedarf wie die Leistung anderer Werkmittler. Weder kann noch soll es einen Schutzwall um bestehende oder unter Druck geratene Geschäftsmodelle errichten. Wie andere Schutzrechte sichert es aber die Freiheit des Inhabers bei der Wahl des Geschäftsmodells zur Refinanzierung seiner Investitionen, hier in Presseerzeugnisse. Auch geht es nicht darum, Sprache zu monopolisieren oder die Rechte der Urheber zu beschneiden.

Das Gegenteil ist der Fall. Die deutschen Verlage wenden sich der Zukunft zu und entwickeln neue Geschäftsmodelle für das Internet. Dabei ist festzuhalten, dass die Presse in Deutschland im Internet publizistisch erfolgreich ist und so – trotz immenser Herausforderungen und schmerzhafter Einschnitte – ihre Aufgabe der öffentlichen Meinungsbildung durch professionellen, redaktionell organisierten Journalismus über alle Verbreitungswege hinweg erfüllt. Zeitschriften und Zeitungen erreichen mit ihren Papier- und Onlineausgaben insgesamt nicht weniger, sondern eher mehr Leser denn je. Allein die Finanzierung dieser technologieneutralen Presse gerät mit der allmählichen Verschiebung eines größer werdenden Teils der Leser von den Print- zu den Online-Ausgaben unter zunehmenden Druck:

Die 15 Jahre seit Erscheinen des ersten Webbrowsers haben gezeigt, dass sich die Presse im Internet nicht ausschließlich durch Werbung finanzieren lässt. Noch werden die zumeist defizitären journalistischen Online-Angebote der Verlage durch Erlöse der Print-Reichweite getragen. Das wird mit der fortschreitenden Verschiebung der Leseranteile von Print zu Online immer fraglicher. Denn die zu erhoffenden Steigerungen der Online-Werbeeinnahmen werden die zu befürchtenden Umsatzrückgänge im Print-Bereich nicht einmal ansatzweise ausgleichen können.

Die zunehmende Gefahr für die freie Presse, die ohne teure Redaktionen und Journalisten ihre Aufgabe nicht erfüllen kann, ist mehr als greifbar. Im Jahr 2009 mussten Tageszeitungen und Publikumszeitschriften deutliche Umsatzrückgänge hinnehmen. Und die Verlagerung der Leserschaft von Print zu online schreitet voran. Die verkaufte Auflage der Tageszeitungen belief sich im ersten Quartal 2010 auf durchschnittlich 19,45 Mio. Exemplare pro Erscheinungstag, vor zehn Jahren waren es 23,94 Mio. Exemplare. Die entsprechende Gesamtauflage der Publikumszeitschriften und Wochenzeitungen belief sich im ersten Quartal 2010 auf durchschnittlich rund 116 Mio., im Durchschnitt des Jahres 2000 auf ca. 130 Mio. Exemplare (Quelle jeweils IVW).

Die Verlage setzen alles daran, die skizzierte Gefahr nicht Wirklichkeit werden zu lassen. Dabei lehnen sie staatliche Subventionen, die Presse von Politik abhängig machen könnten, strikt ab. Stattdessen setzen sie weiter darauf, die freie Presse im gesellschaftlichen Raum nach privatwirtschaftlichen Grundsätzen im Rahmen marktwirtschaftlicher Lösungen zu finanzieren. Sie müssen und wollen sich im wirtschaftlichen Wettbewerb durchsetzen und bewähren. Dabei erfolgreich zu sein,

liegt in ihrer eigenen Verantwortung. Der Gesetzgeber ist jedoch gehalten, die von ihm verantworteten Rahmenbedingungen für die Möglichkeiten staatsunabhängiger Finanzierung der Presse zu erhalten und, wo nötig, an die veränderten Realitäten anzupassen. Die Schaffung eines relevanten Leistungsschutzrechtes für Presseverleger ist dabei ein wichtiger Baustein.

Das Beispiel USA, in dem die Presse in hohem Tempo Auflage, Umsätze und – als Folge davon – Journalisten verliert, zeigt, wie dramatisch der Transformationsprozess verlaufen kann, wenn nicht rechtzeitig gegengesteuert wird.

Die deutschen Verlage sind entschlossen, solche Entwicklungen hierzulande zu verhindern. Im Zuge dieser Strategie versuchen die meisten Verlage dort, wo es möglich ist, nicht mehr alle Inhalte kostenlos im Internet abzugeben. Sie setzen zuversichtlich darauf, künftig Einiges oder sogar Vieles von dem verkaufen zu können, was heute noch nur umsonst angeboten wird. Langfristiges Ziel ist es, dass die Erlöse der Online-Reichweite der Presse nicht mehr nur einen ungenügenden Deckungsbeitrag zur Pressefinanzierung leisten, sondern Dimensionen erreichen, die in einer künftigen weitgehend papierfreien Pressewelt die Presse insgesamt finanzieren können. Dabei wird es unvermeidbar sein, dass Marktpartner für die Online-Presse mehr an Verlage und Journalisten zahlen als heute. Hierzu bekennen sich die Verlage ausdrücklich. Allerdings ist es nicht Absicht der Pressehäuser, den Marktpartnern Kosten aufzuzwingen, die sich nicht tragen möchten. Im Gegenteil beabsichtigen die Verlage, professionelle und wertvolle redaktionell-journalistische Inhalte anzubieten, die angenommen oder abgelehnt werden können. Das Online-Geschäft der Zukunft basiert nach den Vorstellungen der Verlage auf Freiwilligkeit wie das Printgeschäft der Gegenwart.

Vor diesem Hintergrund stellt sich allerdings die Frage, ob die Verlage den Verkauf von Inhalten nur auf abgeleiteten Rechten der Autoren aufbauen sollten oder auf einem eigenen Recht, wie ein Leistungsschutzrecht es sein könnte. Die einhellige Ansicht der Presseverlage ist, dass es auf Grund der Besonderheiten des Internets zu erheblichen Verwerfungen führen würde, wenn Online-Geschäftsmodelle auf Dauer nur auf abgeleiteten Rechten basieren würden. Das würde auch den Autoren schaden. Deshalb ist das ohnehin erforderliche Leistungsschutzrecht für Presseverlage auch ein wichtiger Baustein, um die Verlage bei dem Ausbau der Bemühungen zum Verkauf digitaler Presse zu unterstützen.