

Ökonomische Folgen eines Leistungsschutzrechts für Presseverlage

Berlin, 26. Juni 2012

Prof. Dr. Justus Haucap
Düsseldorfer Institut für Wettbewerbsökonomie (DICE)
Heinrich-Heine Universität Düsseldorf

Worum es mir heute geht

1. Hintergrund: Struktur und Wandel von Pressemärkten
2. Geschäftsmodelle im Internet
3. Funktion geistiger Eigentumsrechte
4. Leistungsschutzrecht
5. Fazit

Struktur und Wandel von Pressemärkten

- Informationen und Meinungen sind heute im Internet verfügbar.
- Das Mediennutzungsverhalten der Verbraucher ändert sich.
- Folge: Der Verkauf gebündeltem Inhalten wird schwieriger, da es einfacher wird, Informationen aus unterschiedlichen Quellen zusammenzutragen.
- Anders ausgedrückt: Der Mehrwert der Bündelung und der Vorauswahl von Inhalten nimmt ab.
- Verbraucher stellen sich ihre Inhalte selbst aus verschiedenen Quellen zusammen: Politik vom Spiegel/FAZ, Sport von kicker.de, Wirtschaft vom Handelsblatt, Musikkritiken vom Amazon.
- Folge: Der Mehrwert der „Komposition“ nimmt ab, Entbündelung der Inhalte.

Struktur und Wandel von Pressemärkten

- Anders ausgedrückt: Die „Kompositionen“ sind in einem viel intensiveren Wettbewerb, vor allem, wenn sie sehr ähnlich sind,
- Das Alleinstellungsmerkmal für viele Zeitungen sind vor allem die regionalen Inhalte.
- Früher Kauf von NOZ, RP etc. wegen regionaler Inhalte, der Rest kam gleich mit.
- Für viele Presseerzeugnisse wird das Geschäft auf dem Lesermarkt daher zunehmend schwieriger (Auflagen seit 10 Jahren rückläufig),
- Dasselbe gilt für den Anzeigenmarkt: Viele Anzeigen sind ins Internet abgewandert.
- Und: öffentlich-rechtliche Telemedienangebote.

Geschäftsmodelle

- Allgemein: Bezahlinhalte (für Geld) oder „Gratisinhalte“ (für Aufmerksamkeit).
- Informationsprodukte sind „grenzkostenlos“ mehrnutzbar – je weniger differenziert/einzigartig ein Inhalt ist, desto eher geht der Preis gegen null.
- Bezahlmodelle durchsetzbar für Presse mit einzigartigen Inhalten, aber nicht zwangsläufig das profitabelste Modell.
- Viele Inhalte sind aus Sicht der Leser „austauschbar“. (S. 13)
- Rezipienten zahlen jedoch mit ihrer Aufmerksamkeit (Werbung) – je mehr Besucher, desto besser.

Funktion geistiger Eigentumsrechte

- Urheberrecht: Anreize zur Erstellung geistiger Werke – Dritte dürfen von der Nutzung ausgeschlossen werden.
- Verwertungsgesellschaften: Wenn Urheberrechtsverletzungen nur schwer kontrollierbar sind, so können Verwertungsgesellschaften in Transaktionskosten sparender Weise für eine „indirekte“ Durchsetzung sorgen mittels Heuristiken (auch für Online-Inhalte und elektronische Pressespiegel).
- Leistungsschutzrecht: Kann sinnvoll sein, wenn kostenintensive Interpretation, Neugestaltung bzw. Komposition einzelner Leistung erst das Werk ausmacht (Beispiel: Film, Musik, anders: Presse). Leistung besteht in der Schaffung des Werkes in seiner Gesamtheit.
- Und: Verlage können sich umfangreiche Urheberrechte zur Verwertung einräumen lassen.

Leistungsschutzrecht

- Zahlt Google an die Verlage oder die Verlage an Google?
- Modell à la Google AdWords?
- Ohne/mit Verwertungsgesellschaft?
- Suchmaschinenmarketing / Suchmaschinenoptimierung.
- Anreize, in Qualitätsjournalismus zu investieren: Bei Verwertungsgesellschaft ganz schlecht (Produktion vieler Inhalte, nicht guter), bei individuellen Vereinbarungen besser.
- Notwendigkeit, tragfähige Modelle für die Vermarktung von Bezahlinhalten (Kioske) zu entwickeln, werden geschwächt.
- Bürokratiekosten (was ist gewerbliche Nutzung? – scheint hinreichend unklar)

Verwertungsgesellschaften

- Kartellbildung – Vor- und Nachteile
- Vorteil: One-Stop-Shopping, Nachteil: Monopolistische Praktiken, fehlende Wahlmöglichkeit.
- Freiwillige Verwertungsgesellschaften oder auch Clearing-Stellen: Werden alle teilnehmen oder einzelne bewusst auf Abmahnmodell setzen? Folge Rechtsunsicherheit, Folge: Innovationshemmend.
- Verpflichtende Verwertungsgesellschaften:
 - Anreize zur Produktion vieler Beiträge, statt guter,
 - Monopolistisches Verhalten,
 - Konzentrationstendenzen? Hängt vom Ausschüttungsmodus ab.
- Nota bene: Schutzrechtsverletzungen im Internet einfacher zu erkennen.

Fazit

- Pressemärkte befinden sich in einem Strukturwandel,
- die Wettbewerbsintensität hat durch das Internet zugenommen,
- Strukturwandel und zunehmender Wettbewerb sind sicher keine Begründung für ein LSR,
- Entscheidung zur entgeltfreien Bereitstellung ist eine freiwillige individuelle Entscheidung,
- Verwertungsgesellschaften sind Kartelle – es muss dargelegt werden, dass ihre Vorteile die offensichtlichen Nachteile mehr als kompensieren,
- Umverteilung ist wenig wahrscheinlich, Qualitätsjournalismus zu befördern,
- Umverteilung kann konzentrationssteigernd wirken,
- Unklarheiten über Begriff der „gewerblichen Nutzung“ – Rechtsunsicherheit,
- das LSR birgt mehr Probleme, als es löst.

Vielen Dank für Ihre Aufmerksamkeit!

Professor Dr. Justus Haucap
Heinrich-Heine-Universität Düsseldorf
Institut für Wettbewerbsökonomie (DICE)
Universitätsstr. 1
D-40225 Düsseldorf

Fax: 0211 81-15499
email: haucap@dice.hhu.de

<http://www.dice.hhu.de>

Ein Mensch malt, von Begeisterung wild,
Drei Jahre lang an einem Bild.
Dann legt er stolz den Pinsel hin
Und sagt: "Da steckt viel Arbeit drin."
Doch damit war's auch leider aus:
Die Arbeit kam nicht mehr heraus.