

Das Leistungsschutzrecht für Presseverleger

Hintergründe und wesentliche Fragen

von Dr. Till Kreuzer

IGEL
INITIATIVE GEGEN EIN
LEISTUNGSSCHUTZRECHT

IGEL - Initiative gegen ein Leistungsschutzrecht für ...
leistungsschutzrecht.info/ •

IGEL stellt eine zentrale Informationsquelle zum Thema „Leistungsschutzrecht für Presseverleger“ dar.

Leistungsschutzrecht - Institut für Urheber
www.urheberrecht.org • Themen •

Das Leistungsschutzrecht für Presseverleger wurde am 1.3.2013 im Deutschen Bundestag beschlossen. Das Gesetz wurde am 14.5.2013 im Bundesgesetzblatt ...

FAQ zum Leistungsschutzrecht für Presseverleger (für ...
rechtsanwalt-schwenke.de/faq-zum-presse-leistungsschutzrecht/ •
11.03.2013 - Das Leistungsschutzrecht für Presseverleger (ich nenne es nachfolgend kurz "Leistungsschutzrecht") ist ein handwerklich schlechtes und ...

BDZV: Leistungsschutzrecht

www.bdzv.de/medienpolitik/leistungsschutzrecht-fakten/ •

Diese Rechtliche soll das Leistungsschutzrecht für Presseverleger schließen. Informationen zum Leistungsschutzrecht finden Sie in den Fragen und Antworten ...

Leistungsschutzrecht: Presseverleger haben zu hoch ...
www.zdf.de • Start • Digital

04.03.2013 - Leistungsschutzrecht: Presseverleger haben zu hoch gesteuert. Das Patentamt hat entschieden: Google und andere Suchmaschinen müssen ...

Leistungsschutzrecht für Presseverleger - Deutscher ...
https://www.bundestag.de/presse/ha2013_03-04/0313 •

04.03.2013 - Berlin (dpa/afp) Das in der vergangenen Legislaturperiode in der Urheberrechts eingetragte Leistungsschutzrecht für ...



Das Leistungsschutzrecht für Presseverleger

Hintergründe und wesentliche Fragen

von Dr. Till Kreuzer



Überblick

Unter dem Vorwand, man bräuchte zum Schutz gegen „Piraterie“ ein eigenes Leistungsschutzrecht (LSR), verlangten deutsche Presseverleger im Jahr 2009 Hilfe von der Politik. Eigentlich ging es ihnen darum, sich durch ein Gesetz etwas erzeugen zu lassen, was die Verlage über 25 Jahre nach Entstehung des WWW selber nicht hervorgebracht hatten: ein Geschäftsmodell für Online-Presseerzeugnisse.

Natürlich kann ein Gesetz kein Geschäftsmodell erzeugen. Es kann aber – so das Kalkül – durch ein geschicktes Konstrukt Einnahmen generieren. Das Gesetz (LSR) sollte dafür sorgen, dass Presseverleger Geld dafür bekommen, dass sie in Suchmaschinen und News-Aggregatoren verlinkt und gelistet werden. Mit anderen Worten sollte ihnen das Gesetz eine gesicherte Einnahmequelle dadurch verschaffen, dass Handlungen, die zuvor überall auf der Welt legal und vollkommen selbstverständlich nicht kostenpflichtig waren, untersagt bzw. nur noch gegen Vergütung gestattet sein sollten. Der Hintergedanke ist allzu leicht durchschaubar:

Die deutschen Presseverlage, allen voran Großverlage wie Axel Springer oder Burda, wollten an den Einnahmen von Google und gern auch einiger anderer großer Internet-Unternehmen, wie der Deutschen Telekom oder United Internet, beteiligt werden.

Nun, wer würde das nicht wollen?

Erstaunlich ist weniger, dass Verlage gern so eine Einnahmequelle hätten als vielmehr, dass der deutsche Gesetzgeber dem tatsächlich gefolgt ist. Ungeachtet der Tatsache, dass sich während der Debatte um das LSR annähernd jeder unabhängige Beobachter, Experte und eine breite Front unterschiedlicher Verbände dagegen ausgesprochen hatte, trat es 2013 in Kraft.

In der Folge passierte exakt, was die Kritiker prognostiziert hatten: Außer Spesen nichts gewesen. Das LSR verschlingt zwar Unsummen an Anwalts- und Prozesskosten. Ver-

Suchmaschinen werden absehbar nicht dafür bezahlen, dass man auf die Verlagswebseiten verlinkt und den Verlagen mit dieser kostenlosen Dienstleistung Millionen von Lesern zuführt.

dienen lässt sich mit dem LSR unter dem Strich nichts. Suchmaschinen werden absehbar nicht dafür bezahlen, dass man auf die Verlagswebseiten verlinkt und den Verlagen mit dieser kostenlosen Dienstleistung Millionen von Lesern zuführt. Über die zahlreichen Rechtsstreitigkeiten, die mittlerweile in Gang gesetzt wurden und die noch Jahre dauern werden, freuen sich allenfalls Rechtsanwälte. Die Suchbranche hingegen ist hochgradig verunsichert. Neue Entwicklungen auf diesem Gebiet werden bis auf Weiteres jedenfalls nicht aus Deutschland kommen. Die Rechtsunsicherheit erstickt jegliche Innovation.

Nun sollte man meinen, dass man sich angesichts dieser katastrophalen Folgen daran macht, das LSR schnellstmöglich wieder abzuschaffen. Doch genau das Gegenteil ist der Fall: Mittlerweile haben die mächtigen Verlegerverbände

Die deutschen Presseverlage, allen voran Großverlage wie Axel Springer oder Burda, wollten an den Einnahmen von Google und gern auch einiger anderer großer Internet-Unternehmen, wie der Deutschen Telekom oder United Internet, beteiligt werden. Nun, wer würde das nicht wollen?

ihre Forderung nach Brüssel getragen. Dort müsste man natürlich abwinken und erwidern: Wir wissen doch mittlerweile aus den Erfahrungen in Deutschland und Spanien (auch dort hatte man erfolglos ein LSR versucht), dass ein LSR nicht funktioniert und nur Schaden anrichtet. Indes: Nichts dergleichen passiert. Stattdessen hört man von dem zuständigen EU-Kommissar Günther Oettinger zunehmend Argumente, die denen der Verlagslobby entsprechen. Offenbar hält er das LSR derzeit für einen vielversprechenden Ansatz und er hat angekündigt, diesbezügliche Optionen zu prüfen.

Alle, denen innovativer Online-Journalismus, die Funktionsfähigkeit des Netzes, die (europäische) Internetwirtschaft oder technische Innovationen an sich am Herzen liegen, sollten sich hiergegen auflehnen. Ebenso diejenigen, die es schlicht nicht akzeptieren wollen, dass die Macht der Presseverleger

Gesetzgeber dazu bringt, leicht durchschaubare und nachweislich schädliche Klientelpolitik zu betreiben. Sich uns, der Initiative gegen ein Leistungsschutzrecht (IGEL), anzuschließen, ist hierfür eine von vielen möglichen Optionen.

Alle, denen innovativer Online-Journalismus, die Funktionsfähigkeit des Netzes, die (europäische) Internetwirtschaft oder technische Innovationen an sich am Herzen liegen, sollten sich auflehnen.

Diese Informationsbroschüre dient dazu, über das im Detail komplexe Thema „Leistungsschutzrecht für Presseverleger“ aufzuklären. Nachdem einige Hintergründe erklärt wurden, räumen wir in Form einer Frage-Antwort-Liste mit den Mythen auf, die sich um das LSR ranken.



Inhalt

Teil 1: Hintergrund	7
Teil 2: Fragen und Antworten zum Leistungsschutzrecht für Presseverleger	13
1 Was ist ein Leistungsschutzrecht?	13
2 Was ist ein Leistungsschutzrecht für Presseverleger?	14
3 In welchen Ländern gibt es schon ein LSR?	15
4 Warum verlangen Presseverlage ein LSR?	15
5 Dient das LSR dazu, „Qualitätsjournalismus“, die Presse oder Medienvielfalt im Netz zu erhalten oder zu fördern oder ist es hierfür sogar erforderlich?	16
6 Haben die Presseverlage einen Anspruch darauf, mit anderen Werkmittlern gleichgestellt zu werden?	17
7 Müssen die Interessen der Presseverlage in der digitalen Welt durch ein LSR vor Piraterie geschützt werden, gibt es eine Schutzlücke bei (Online-)Presseerzeugnissen?	20
8 Bedürfen Presseverlage eines LSR für effizientere Rechtsverfolgung?	21
9 Müssen Presseverlage vor Suchmaschinen und Aggregatoren geschützt werden?	21
10 Ist ein Schutz gegen Suchanbieter ansonsten gerechtfertigt?	23
11 Was spricht gegen das LSR aus Sicht der Internet-Nutzer?	23
12 Profitieren Journalisten vom LSR?	24
13 Wie wirkt sich das LSR auf die Innovation und Innovationsstandorte aus?	25
14 Wie wirkt sich das LSR auf den Wettbewerb im Verlags- und Suchtechnologie-Sektor aus?	26
15 Ist das LSR überhaupt durchsetzbar?	27
16 Ist ein funktionierendes LSR vorstellbar? Wie könnte das aussehen?	28
17 Kann man das LSR als Experiment verstehen und es gegebenenfalls wieder abschaffen, wenn es sich nicht bewährt?	28
Über uns	29
Impressum	30

1

Hintergrund

Seit 2009 wird auf politischer Ebene darüber diskutiert, ob ein „Leistungsschutzrecht für Presseverleger“ (LSR) eingeführt werden soll. Die Idee wurde von einer kleinen Gruppe großer deutscher Presseverlage, allen voran von Axel Springer und dem Burda Verlag, entwickelt.

Nachdem die deutsche Politik dem massiven Lobbying der Großverlage und ihrer Verbände im Jahr 2013 nachgegeben ist und ein LSR im deutschen Urheberrechtsgesetz (UrhG) eingeführt hat, versuchen die mächtigen Verlegerverbände nunmehr, sich hiermit auch auf europäischer Ebene durchzusetzen. Unter anderem wird zur Begründung der Forderung behauptet, dass das LSR nötig sei, um den „Qualitätsjournalismus“ in der digitalen Welt zu bewahren. Das LSR sei für Journalisten und Presseverlage gleichermaßen erforderlich,

Große deutsche
Presseverlage wollen
ein Gesetz, durch
das sie Anspruch auf
Teile der Einnahmen
von Google erheben
können.

damit die traditionelle Presseverlagsbranche gegenüber „Konkurrenten“ aus dem Online-Sektor bestehen kann. Hiermit gemeint sind vor allem Anbieter von Suchmaschinen und Nachrichtenaggregatoren, sozialen Netzwerken und anderen Informations-Mehrwertdiensten.

All diese Begründungen basieren auf vorgeschobenen Behauptungen und dienen lediglich der Irreführung. Tatsächlich geht es hierbei weder um das öffentliche Interesse an einem funktionierenden „Qualitätsjournalismus“ noch um die Interessen der (also aller) Presseverlage oder gar der Journalisten. Vielmehr geht es vorrangig darum, ein Gesetz zu erzwingen, das darauf abzielt, von Internet-Unternehmen erzielte Einnahmen

an die Verlagsbranche umzuverteilen. Zugespitzt könnte man sagen: Große deutsche Presseverlage wollen ein Gesetz, durch das sie Anspruch auf Teile der Einnahmen von Google erheben können. Um diese marktwirtschaftlich nicht zu rechtfertigende Forderung durchzusetzen, scheinen alle Mittel recht zu sein. Unter anderem wurde der publizistische Einfluss großer Tageszeitungen und Zeitschriften missbraucht. Wenn hier überhaupt über die „Causa LSR“ berichtet wurde, dann annähernd ausschließlich in Form interessengeleiteter befürwortender Beiträge. Kritiker kamen fast ausnahmslos nicht zu Wort, obgleich sich im Laufe der Zeit eine Opposition aus Wirtschaft, Wissenschaft und Zivilgesellschaft gegen das LSR formiert hatte, die in ihrer Breite vermutlich ohne Vorbild ist.

Schwierigkeiten der Presseverlage im Online-Umfeld

Es steht außer Frage, dass der Journalismus in der digitalen Welt fundamentalen Veränderungen entgegen sieht. Diese treffen auch und vor allem die Verlagsbranche. Der Absatz von Zeitungen und Zeitschriften sinkt ebenso kontinuierlich wie die Werbeeinnahmen, die mit solchen Publikationen erzielt werden können. Es ist eindeutig, dass die Zukunft des Journalismus im Netz liegt. Indes: Ob und wie die Einnahmeverluste im Print-Sektor durch Online-Presseerzeugnisse kompensiert werden können, ist selbst 25 Jahre nach Entstehung des WWW weitgehend unklar. Qualitativ hochwertige Online-Presseerzeugnisse zu finanzieren oder hiermit gar Gewinne zu erwirtschaften, ist nach wie vor schwierig. Einnahmequellen abseits der herkömmlichen Online-Werbung werden

zwar seit einigen Jahren verstärkt erprobt, einheitliche Modelle mit Erfolgsgarantie haben sich jedoch bis heute nicht etabliert. Das war vorhersehbar. Über zwanzig Jahre wurden die Leser daran gewöhnt, dass Online-Presseerzeugnisse kostenlos zur Verfügung stehen. Diese Praxis umzukehren und die Kunden nach so langer Zeit wieder daran zu gewöhnen, dass die Nutzung journalistischer Inhalte Geld kostet, ist naturgemäß schwierig und braucht Zeit.

„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.“

Neue Akteure

Auch die Hoheit über Meinungen, Debatten und Informationen verschiebt sich in der digitalen Welt grundlegend. Das Netz hat Wissen, Information und Kommunikation demokratisiert. Statt wie zuvor auf wenige Quellen angewiesen zu sein, können sich die Menschen heute über eine schier unbegrenzte Zahl von Publikationen und Diensten informieren. Neue Akteure sind entstanden, die den traditionellen Medienformaten Presse und Rundfunk die Hoheit über Informationen und Meinungen streitig machen. Hierzu gehören vor allem soziale Netzwerke, Blogs, Suchmaschinen, Nachrichten-Aggregatoren, Video-Plattformen oder Kurznachrichtendienste. Zwar liegt der Schwerpunkt dieser Angebote zumeist nicht darin, eigene Informationen zu verbreiten, sondern vielmehr darin, auf Quellen zu verweisen und die Möglichkeit zu eröffnen, populäre Inhalte zu teilen. Dennoch haben sie erheblichen Einfluss auf die Selektion und Priorisierung von Nachrichten und Informationen und damit auf die Meinungsbildung. Diese sogenannte Gatekeeper-Funktion war vormals weitgehend Massenmedien vorbehalten, die von Verlagen und Rundfunksendern publiziert werden.

Idee der Verlage: Querfinanzierung durch andere Akteure oder schlicht „gesetzlicher Paid Content“

Im Lichte dieser elementaren Veränderungen der „Presselandschaft“ und des Journalismus an sich mag sich erklären, warum die Forderung nach einem „Leistungsschutzrecht für Presseverleger“ (LSR) vor ca. sechs Jahren erstmals in die rechtspolitische Diskussion eingebracht wurde. Es begann in Deutschland im Vorfeld der im Jahr 2009 beginnenden Legislaturperiode. Ohne jegliche öffentliche Diskussion im Vorfeld fand sich im Koalitionsvertrag der frisch gewählten schwarz-gelben Koalition überraschend ein diesbezüglicher Passus, in dem es hieß:

„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.“

Zunächst war äußerst unklar, was die Akteure, allen voran der Axel Springer Verlag sowie die Zeitungs- und Zeitschriftenverbände BDZV und VDZ hiermit

bezweckten. Licht ins Dunkel brachte ein erster „Gesetzesentwurf“, der von Verleger- und Journalistenverbänden inoffiziell verhandelt worden war und der im Internet geleakt wurde. Offenbar strebten die Presseverlage eine „Quersub-

Offenbar strebten die
Presseverlage eine „Quer-
subventionierung“ ihrer Online-
Presseerzeugnisse an, die
durch Suchmaschinenanbieter
und die deutsche Wirtschaft
getragen werden sollte.

ventionierung“ ihrer Online-Presseerzeugnisse an, die durch Suchmaschinenanbieter und die deutsche Wirtschaft getragen werden sollte. Diese sollte

durch zweierlei Abgaben realisiert werden:

Zum einen sollten Suchmaschinen und Nachrichten-Aggregatoren für die Verlinkung auf Verlagszeugnisse bezahlen.

Zum anderen sollte jeder „kommerzielle Nutzer“ dafür bezahlen, wenn er sich, etwa zu beruflichen Zwecken, auf den kostenlosen und frei zugänglichen Verlags-Webseiten informiert und dort Texte

liest. Offensichtlich sollte hiermit der Mangel

an Ideen seitens der Presseverlage für neue Geschäftsmodelle und neue Ansätze durch gesetzlich

auferlegte Zwangszahlungen kompensiert werden – nach dem Motto: „Wir trauen uns nicht, unsere Online-Inhalte nach all den Jahren kostenpflichtig zu machen und Ideen für andere Geschäftsmodelle haben wir auch nicht. Sollen die Leser doch per Gesetz zu Zahlungen verpflichtet werden“. Der Verleger Hubert Burda, einer der Protagonisten der Forderung nach dem LSR, machte dies deutlich, indem er erklärte, dass das LSR ein Modell sei, um „einfach gesetzlich ein Paid Content einzuführen“.

Die Einführung des Leistungsschutzrechts für Presseverlage – letztlich eine „Google-Steuer“?

Das „Lese-Recht“ gegen kommerzielle Nutzer hat es schließlich – natürlich – nicht ins Gesetz geschafft. Die vermeintliche Zwangsabgabe für Suchmaschinen und Nachrichten-Aggregatoren hingegen schon, obgleich sich eine breite Front an unabhängigen Experten und Interessengruppen hiergegen ausgesprochen hatte. Nach den neuen Paragrafen 87g-87h UrhG sollen Suchmaschinenanbieter und Anbieter von Diensten, die ähnlich wie Suchmaschinen im Netz Informationen

auffindbar machen und verlinken, für die in den Suchergebnissen angezeigten Textschnipsel („Snippets“) und Vorschaubilder Lizenzen einholen, gegebenenfalls gegen Vergütung. Auf andere Nutzer dieser Inhalte bezieht sich das LSR nicht, es kann also z. B. nicht gegen Raubkopien von Artikeln geltend gemacht werden, die auf illegalen Webseiten verfügbar gemacht werden. Das LSR ist also kein Schutzrecht gegen die viel beschworene „Piraterie“ im Netz, sondern ein Mechanismus, der eine „Quersubvention“ von Presseverlags-Webseiten durch Internet-Unternehmen ermöglichen soll. Vorrangig im Fokus liegt hierbei natürlich Google als das mit Abstand finanz- und marktstärkste Unternehmen im Suchsektor.

Die Folgen des Leistungsschutzrechtes: Rechtsunsicherheit und Kollateralschäden

Die Folgen dieser Entscheidung des Gesetzgebers waren uneingeschränkt negativ. Bis heute sind keine Gewinne mit dem LSR erzielt worden und damit ist auch nicht zu rechnen. Stattdessen laufen umfangreiche Rechtsstreitigkeiten zwischen den Verlagen und einer Reihe von Suchanbietern, die erst in Jahren abgeschlossen sein werden. Die Rechtsunsicherheit über die Frage, was das LSR ist, wen dessen Folgen treffen und welche Folgen das sein können, sind enorm. Nur Google ist es bislang gelungen, eine Gratislizenz für die Anzeige von Snippets und Vorschaubildern zu bekommen. Für die anderen Suchanbieter ist dagegen bislang völlig unabsehbar, ob und welche finanziellen Konsequenzen das LSR für sie haben wird. Dabei haben die Verlage mit der

Einräumung der Gratislizenz zugegeben, dass es für sie wesentlich einträglicher und wichtiger ist, dass ihre Inhalte bei Google gelistet werden als auf Zahlungen aus dem LSR zu bestehen. Viele andere Verlage hatten das unmittelbar erkannt und von vornherein auf die Geltendmachung des LSR verzichtet. Google hat wiederum klargestellt, dass man für Snippets und Vorschaubilder nicht bezahlen wird. Dass das Unternehmen hierzu nicht gezwungen werden kann, haben das Bundeskartellamt und das Landgericht Berlin

Die Folgen dieser Entscheidung des Gesetzgebers waren uneingeschränkt negativ. Bis heute sind keine Gewinne mit dem LSR erzielt worden und damit ist auch nicht zu rechnen.

eindeutig festgestellt. Durch die Vorzugsbehandlung bei der Lizenzierung wird letztlich die Marktmacht des US-Konzerns gestärkt und die Position kleinerer Unternehmen oder neuer Marktteilnehmer erheblich erschwert.

Trotz dieser ausnahmslos negativen Erfahrung hat das deutsche Beispiel bereits Schule gemacht. In Spanien wurde 2014 ebenfalls eine Form des LSR eingeführt.

Trotz dieser ausnahmslos negativen Erfahrung hat das deutsche Beispiel bereits Schule gemacht. In Spanien wurde 2014 ebenfalls eine Form des LSR eingeführt. Die dortigen Regelungen sehen vor, dass News-Aggregatoren für Verlinkungen auf Presseerzeugnisse Vergütungen zahlen müssen. Anders als in Deutschland ist die Zahlungspflicht obligatorisch, sodass die Verlage hierauf nicht verzichten können. Auch ist es für die Anbieter von Aggregatoren nicht möglich – etwa, indem keine Snippets mehr angezeigt werden –, die Zwangsabgabe zu vermeiden.

Die Folgen waren gravierend: Google nahm seinen Aggregator Google News in Spanien kurzerhand vom Netz. Daraufhin brach der Traffic auf Nachrichtenseiten um durchschnittlich 6 % ein. Im Anschluss wandte sich der Verlegerverband AEDE (auf dessen Lobbying das LSR zurückgeht) an die spanische Regierung und die EU um Hilfe. Man solle Google dazu bringen, den Dienst wieder zu aktivieren. Dies ist natürlich nicht passiert. Wie sollen Regierungen ein Unternehmen dazu zwingen, einen Dienst zu reaktivieren, der aufgrund einer innovationsfeindlichen Neuregelung (die man selbst durch massives Lobbying durchgesetzt hat) unrentabel geworden ist?

Alles in allem ist die bisherige Geschichte des LSR ein einziges Debakel. Hiervor hatten viele unabhängige Experten im Vorfeld gewarnt. Dass sich diese negative Zwischenbilanz ins Gegenteil umkehrt, ist nicht absehbar. Im Gegenteil: Verschiedenen Verlautbarungen zufolge denkt der EU-Kommissar für Digitalwirtschaft, Günther Oettinger, laut darüber nach, ein LSR auf europäischer Ebene einzuführen. Damit würden die katastrophalen Folgen auf die ganze Europäische Union ausgeweitet.

Alles in allem ist die bisherige Geschichte des LSR ein einziges Debakel. Hiervor hatten viele unabhängige Experten im Vorfeld gewarnt.

2

Fragen und Antworten zum Leistungsschutzrecht für Presseverleger

In der Debatte um das LSR wurden eine Vielzahl Argumente ausgetauscht, Behauptungen aufgestellt und angebliche Wahrheiten verkündet. Nachstehend werden die wesentlichen Aspekte rund um das LSR kurz erläutert. Dies soll einerseits Licht ins Dunkel dieser komplexen Problematik bringen und andererseits dazu dienen, mit einer Reihe von verbreiteten Mythen aufzuräumen.

1

Was ist ein Leistungsschutzrecht?

Ein Leistungsschutzrecht ist eine Art Urheberrecht, daher wird es auch „verwandtes Schutzrecht“ genannt. Anders als das Urheberrecht schützt es jedoch keine kreativen Gestaltungen, sondern in der Regel Leistungen und Investitionen, die in der Vermittlung oder Produktion solcher Gestaltungen durch Unternehmen liegen.

Leistungsschutzrechte haben zum Beispiel Film- oder Musikproduzenten oder auch Rundfunksender. Diese Rechte dienen v. a. dem Investitionsschutz. Wie das Urheberrecht sind Leistungsschutzrechte ausschließliche Rechte. Wer eine geschützte Leistung nutzen will, muss hierfür eine Erlaubnis, eine Lizenz einholen. Diese wird zumeist nur gegen Entgelt gewährt, sodass hierfür Lizenzgebühren gezahlt werden müssen. Wer keine Rechte einholt, riskiert Schadens- und Unterlassungsansprüche und macht sich u. U. sogar strafbar.

Was ist ein Leistungsschutzrecht für Presseverleger?

Was genau das Leistungsschutzrecht für Presseverleger schützt, ist bis heute unklar.

Alle bisherigen Leistungsschutzrechte beziehen sich auf einen klar definierten Schutzgegenstand. Das ist ganz entscheidend, weil ansonsten nicht eindeutig ist, welche „Leistung“ unter das Recht fällt und wer für welche Handlungen

Rechte klären muss. Anders als bei Tonträgern, Filmproduktionen oder Datenbanken ist es beim Leistungsschutzrecht für Presseverleger völlig unklar, auf welche „Leistung“ es sich genau bezieht.

Wie das Urheberrecht sind eistungsschutzrechte ausschließliche Rechte.

Wer eine geschützte Leistung nutzen will, muss hierfür eine Erlaubnis, eine Lizenz einholen.

Natürlich erbringen Verlage, wie jeder andere Webseiten-Betreiber auch, Leistungen. Sie veröffentlichen Artikel und Fotos. Sie selektieren Nachrichten und andere Beiträge, lektorieren, strukturieren und priorisieren sie, programmieren Webseiten und stellen die Inhalte dort ein. All diese Leistungen sind jedoch nicht Gegenstand des LSR.

Im deutschen Gesetzestext ist die Rede davon, dass Presseverleger ausschließliche Rechte an ihren „Presseerzeugnissen“ haben. Was hiermit gemeint ist, wird jedoch nicht definiert. Das LSR schützt nicht die Artikel und Abbildungen auf Verlags-Webseiten, diese fallen bereits unter das Urheberrecht oder Lichtbildrechte. Es bezieht sich auch nicht auf die Zusammenstellung von Inhalten auf einer Webseite, hierfür könnten Datenbankschutzrechte bestehen. Ebenso wenig gilt das LSR für den Quellcode der Webseite, der allenfalls als Computerprogramm urheberrechtlich geschützt sein könnte.

Auch bei genauer Analyse des Gesetzes kann man die Frage, was das LSR schützt, nicht exakt beantworten. Was das LSR ist, kann man nur aus einer anderen Perspektive einschätzen, nämlich über die Frage, welche Nutzungshandlungen hierunter fallen. Auch wenn diesbezüglich viele Fragen offenbleiben, lässt sich dies immerhin vage beantworten: In das (deutsche) LSR können – auch dies unterscheidet das Leistungsschutzrecht für Presseverlage von allen anderen Leistungsschutzrechten – nur die Betreiber von Suchmaschinen und Online-

Aggregatoren eingreifen. Sie müssen Rechte klären und Lizenzgebühren bezahlen, wenn sie in den Suchergebnissen kleine Ausschnitte aus den Texten anzeigen, auf die verlinkt wird. Diese Snippets fallen jedoch nur ab einer – unbestimmten – Länge unter das LSR. Handelt es sich nur „um einzelne Wörter oder kleinste Textauschnitte“, die der knappen Beschreibung des verlinkten Inhaltes dienen, greift das LSR nicht und es müssen keine Rechte geklärt oder Zahlungen geleistet werden. Ob die Anzeige von Vorschau-Bildern unter das LSR fällt, ist gänzlich ungeklärt.

Anders als bei Tonträgern, Filmproduktionen oder Datenbanken ist es beim Leistungsschutzrecht für Presseverleger völlig unklar, auf welche „Leistung“ es sich genau bezieht.

3

In welchen Ländern gibt es schon ein LSR?

Das deutsche LSR war weltweit das erste Recht dieser Art. Nach Deutschland hat bislang nur Spanien ein ähnliches Recht eingeführt.

4

Warum verlangen Presseverlage ein LSR?

Hierüber kann viel spekuliert werden. Vordergründig scheint es den Verlagen um Geld (insbesondere um Geld von Google) zu gehen. Das hartnäckige Festhalten einiger Verlage an der Idee des Leistungsschutzrechts um jeden Preis deutet aber darauf hin, dass es ihnen darüber hinaus um etwas anderes geht: um Macht bzw. eine Demonstration ihrer eigenen Macht.

Von der wirtschaftlichen Zielrichtung abgesehen, scheint es um eine Machtdemonstration einiger mächtiger Presseverlage, allen voran Axel Springer, zu gehen.

Es kann jedoch keine Rede davon sein, dass sich die Presseverlage für ein LSR einsetzen. Genau genommen sprechen sich nur sehr wenige Großverlage und die von ihnen dominierten Verbände aktiv für das LSR aus. Viele deutsche

Verlage lehnen das LSR dagegen ab und nehmen es nicht in Anspruch. Hierzu zählen so bedeutende Häuser wie „Die Zeit“, „Süddeutsche Zeitung“, „FAZ“ oder „Der Spiegel“. Auch haben sich spanische, polnische, französische und italienische Verbände unabhängiger Verlage gegenüber der EU-Kommission gegen ein europäisches LSR und nationale Ansätze in diese Richtung ausgesprochen.

5

Dient das LSR dazu, „Qualitätsjournalismus“, die Presse oder Medienvielfalt im Netz zu erhalten oder zu fördern oder ist es hierfür sogar erforderlich?

Nein. Ein LSR schafft keinen Markt, keine Nachfrage, noch macht es ein erfolgloses Geschäftsmodell erfolgreich. Ironischer Weise haben gerade diejenigen Verlage, die das LSR am vehementesten fordern (allen voran der Axel Springer Verlag) ihr Geschäftsmodell längst geändert und sind mit neuen Digitalstrategien äußerst erfolgreich. Und das, obwohl die LSR in Deutschland und Spanien bis heute nur Kosten verursacht haben.

Diese Entwicklung zeigt, dass die Zukunft des Online-Journalismus in neuen Produkten und Vermarktungsmethoden liegt. Ihr Erfolg hängt weder von der Existenz eines LSR ab, noch werden sie durch ein LSR gefördert. Auch benötigt man es nicht, um sich vor Rechtsverletzungen im Internet zu schützen. Wie gesagt, wird dieser Schutz bereits vollumfänglich durch das Urheberrecht gewährleistet.

Ein LSR schafft keinen Markt, keine Nachfrage, noch macht es ein erfolgloses Geschäftsmodell erfolgreich.

Außerdem schützt das LSR – anders als andere Leistungsschutzrechte – gar nicht gegen Handlungen, die die Interessen der Verlage beeinträchtigen. Das LSR schützt weder gegen „Piraterie“ noch gegen „Raubkopierer“, sondern lediglich gegen Nutzungen durch Suchtechnologien. Diese Nutzungen dienen aber gerade den Interessen der Verlage und sie waren bislang völlig selbstverständlich und ohne Weiteres legal. Vor diesem Hintergrund scheint der Ansatz darin zu bestehen, bislang legale Handlungen von Suchmaschinen

und Aggregatoren für illegal zu erklären, um gegen diese „Piraterie“ dann mit dem LSR vorgehen zu können.

Das LSR ist nicht innovationsfördernd, sondern innovationsfeindlich. Es basiert auf protektionistischen Ansätzen, die für die Geschäfts- und Verwertungsmodelle der „analogen“ Zeit entwickelt wurden. Es versucht, herkömmliche, zunehmend weniger erfolgreiche Geschäftsmodelle zu zementieren. Dass genau dies bezweckt wird, verdeutlicht die anfangs zitierte Aussage von Hubert Burda. Als gesetzliche „Quasi-Subvention“ für herkömmliche Publikationsstrategien wirkt das LSR der Innovation im journalistischen Sektor entgegen, statt sie zu fördern. Es ist eine Binsenweisheit, dass sich der publizistische Erfolg journalistischer Inhalte über den Verbreitungsgrad und die Reichweite definiert – in der digitalen Welt also darüber, wie oft ein Beitrag geteilt, geliked, geklickt wird. Das LSR wirkt dem entgegen, indem es solche Verbreitungsmethoden behindert.

Das LSR schützt weder gegen „Piraterie“ noch gegen „Raubkopierer“, sondern lediglich gegen Nutzungen durch Suchtechnologien.

Nicht nur, dass bislang kein Verlag oder Journalist von den LSR in Deutschland und Spanien profitiert hat. Es hat sich sogar erwiesen, dass gerade der spanische Ansatz zu erheblichen Reichweitenverlusten und Einbußen des Traffics geführt hat. Nachdem Google News dort nach Einführung der neuen LSR-Zwangsabgabe („Google Tax“) eingestellt wurde, brach der Traffic von Nachrichtenquellen um durchschnittlich 6% ein. Bemerkenswert ist dabei, dass kleinere Verlage besonders massiv betroffen waren. Ihre Zugangsraten gingen gar um durchschnittlich 14% zurück. Hiermit ist belegt, dass das LSR der Medienpluralität schadet und kleinere Verlage und weniger bekannte Publikationen besonders benachteiligt.

6

Haben die Presseverlage einen Anspruch darauf, mit anderen Werkmittlern gleichgestellt zu werden?

Nein. Zum einen gibt es keinen allgemeinen Anspruch auf Leistungsschutzrechte. Ob und unter welchen Umständen sie gewährt werden, liegt in der freien Entscheidung des Gesetzgebers.

Davon abgesehen geht es den Verlagen gar nicht um eine Gleichstellung mit anderen Leistungsschutzberechtigten, sondern darum, ein Recht zu bekommen, das wesentlich weiter geht als andere Leistungsschutzrechte.

Viele Unternehmen erbringen bei der Vermittlung von kulturellen Inhalten „Leistungen“, an denen ebenfalls keine Leistungsschutzrechte bestehen. Das sind im Online-Bereich zum Beispiel die Suchmaschinenbetreiber, News-Aggregatoren oder sonstige Mehrwertdienstleister sowie Online-Stores (wie iTunes) und Streaming-Dienste. Obwohl auch sie viel Geld in Infrastruktur und die Vermittlung von Werken und Inhalten investieren und diese Investitionen ganz wesentlich zur Vermarktung von geistigen Schöpfungen beitragen, stehen ihnen keine Leistungsschutzrechte zu.

Bei den Presseerzeugnissen der Verlage gilt: Ein Text ist ein Text. Dadurch, dass er auf eine Webseite gestellt wird, entsteht nichts Neues, das einem Recht zugeordnet werden könnte, das neben dem Urheberrecht an diesem Text besteht.

Viele Unternehmen erbringen bei der Vermittlung von kulturellen Inhalten „Leistungen“, an denen ebenfalls keine Leistungsschutzrechte bestehen.

Zum anderen sind die Leistungsschutzrechte anderer Werkmittler mit dem LSR nicht vergleichbar. Anders als Presseverlage erbringen die Tonträger-, Film- oder Datenbankhersteller Leistungen, die sich von den zugrundeliegenden oder „vermittelten“ Werken (die bereits durch das Urheberrecht geschützt werden) ohne Weiteres unterscheiden lassen. Der Tonträgerhersteller hat Rechte an der Tonaufnahme. Eine Tonaufnahme ist etwas anderes als der aufgenommene Gesang, die Musik oder die Komposition, die der Aufnahme zugrunde liegt.

Gleiches gilt für die Produktion eines Films im Verhältnis zu den Darbietungen von Schauspielern oder der Regisseursleistung.

Kurzum: Alle anderen Inhaber eines Leistungsschutzrechts schaffen etwas, das nicht mit den zugrundeliegenden Inhalten oder deren Summe identisch ist, sondern als solches isoliert betrachtet und geschützt werden kann. Durch ihre

Leistung entsteht ein eigenständiger Schutzgegenstand. Die Urheberrechte an den hierin enthaltenen Inhalten (Werken) werden durch diese Leistungsschutzrechte nicht berührt. Daher kommt es hier auch nicht zu Abgrenzungsschwierigkeiten oder Überschneidungen mit dem Urheberrecht.

Bei den Presseerzeugnissen der Verlage ist das anders. Ein Text ist ein Text. Dadurch, dass er auf eine Webseite gestellt wird, entsteht nichts Neues, das einem Recht zugeordnet werden könnte, das neben dem Urheberrecht an diesem Text besteht.

Einzig die Aufbereitung der Texte durch den Verlag in einem Gesamterzeugnis könnte (ähnlich einem Tonträger) von den Einzelleistungen der Urheber unterschieden und einem eigenen Schutzrecht unterstellt werden. Ein solcher „Layoutschutz“ bzw. ein Schutz gegen die Verwendung der Gesamtausgabe ist jedoch nicht das, was die Verlage verlangen. Sie verlangen vielmehr ein Recht, das sich auch auf die einzelnen Inhalte erstreckt, indem es Schutz gegen die Übernahme der urheberrechtlich geschützten Texte, Bilder und anderen Werke verleiht, aus denen Zeitungen und Verlagswebseiten bestehen. Damit nicht genug: Der Schutz soll sich auch auf kleine Teile dieser Inhalte erstrecken, wie z. B. einzelne Sätze aus ihren Texten. Ein solches Leistungsschutzrecht überlagert die Urheberrechte an den Bestandteilen zwangsläufig. Es geht weit über das hinaus, was anderen Inhabern von Leistungsschutzrechten zusteht.

Ein solches Leistungsschutzrecht überlagert die Urheberrechte an den Bestandteilen zwangsläufig. Es geht weit über das hinaus, was anderen Inhabern von Leistungsschutzrechten zusteht.

Etwas Derartiges gibt es bislang nicht. Weder erstreckt sich das Recht der Tonträgerhersteller auf die Komposition oder die Darbietungen der ausübenden Künstler, noch betrifft das Recht des Datenbankherstellers die in der Datenbank enthaltenen Inhalte und Daten.

Ein Leistungsschutzrecht, wie es die Verleger verlangen, ist daher gerade nicht vergleichbar mit den bestehenden Leistungsschutzrechten. Insofern können solche Rechte auch nicht herangezogen werden, um die Forderung der Presseverlage zu rechtfertigen.

7

Müssen die Interessen der Presseverlage in der digitalen Welt durch ein LSR vor Piraterie geschützt werden, gibt es eine Schutzlücke bei (Online-)Presseerzeugnissen?

Nein. Alle Bestandteile von Online-Presseerzeugnissen sind bereits umfänglich urheberrechtlich geschützt. Lediglich kleinste Ausschnitte aus Texten – wie sie für die in Suchmaschinen angezeigten Snippets benötigt werden – werden durch das Urheberrecht – bewusst und gewollt – nicht geschützt. Sie erreichen die so genannte Schöpfungshöhe nicht.

Presseverlage lassen sich an den Werken umfassende Rechte von den Journalisten einräumen (durch Autoren- oder Arbeitsverträge, allgemeine Geschäftsbedingungen wie Autoren- und Publikationsbedingungen, Tarifverträge etc.). Sie verfügen damit über sehr weitreichende Rechte an den

Inhalten ihrer Webseiten und Print-Erzeugnissen und können gegen deren rechtswidrige Verwendung uneingeschränkt vorgehen.

Tatsächlich geht es den Verlagen gar nicht darum, eine Schutzlücke zu schließen, sondern einen Schutz zu erhalten, der über die bisher existierenden Rechte weit hinausgeht. Dies betrifft vor allem kurze Ausschnitte aus Texten (Snippets) wie Überschriften oder einzelne Sätze, wie sie in den Suchmaschinen angezeigt werden.

Tatsächlich geht es den Verlagen gar nicht darum, eine Schutzlücke zu schließen, sondern einen Schutz zu erhalten, der über die bisher existierenden Rechte weit hinausgeht. Dies betrifft vor allem kurze Ausschnitte aus Texten (Snippets) wie Überschriften oder einzelne Sätze, wie sie in den Suchmaschinen angezeigt werden. Dass solche nicht geschützt sind, ist keine unbeabsichtigte „Schutzlücke“, sondern eine bewusste Entscheidung, die auf einer grundrechtlichen Abwägung

basiert. Die Ausdrucksmittel (hier also: die Sprache) müssen hiernach frei bleiben, das (Urheber-)recht schützt deshalb Formulierungen erst ab einem gewissen Maß an schöpferischer Qualität (Texte von gewisser Länge und Komplexität).

8

Bedürfen Presseverlage eines LSR für effizientere Rechtsverfolgung?

Nein. Um Rechtsverfolgung zu erleichtern, bedarf es lediglich einfacher Regelungen über die Prozessführungsbefugnis. Diesem angeblichen Problem mit einem LSR zu begegnen, würde heißen, „mit Kanonen auf Spatzen zu schießen“.

Die Verlags-Lobby behauptet, das LSR sei erforderlich, weil es die Rechtsverfolgung erleichtere. Da man so viele Vertragspartner (Journalisten) habe, sei das Rechtemanagement sehr schwierig und damit auch die Durchsetzung von Rechten vor Gericht. Angeblich soll das Vertragsmanagement so kompliziert sein, dass man enorme Schwierigkeiten habe, vor Gericht zu beweisen, im Besitz der für eine Rechtsverfolgung notwendigen Rechte zu sein. Es sei dahingestellt, ob diese Behauptung zutrifft. Jedenfalls sind zur Lösung dieser Problematik keine Leistungsschutzrechte erforderlich, sondern lediglich simple gesetzliche Regelungen über die Prozessführungsbefugnis von Verlagen. Zudem zeigt die Fokussierung des LSR alleine auf Suchmaschinen und Newsaggregatoren (mithin also gerade nicht auf die Piraten), dass das Argument der erleichterten Prozessführung ein vorgeschobenes ist. Denn es geht beim LSR gerade nicht um Pirateriebekämpfung, sondern darum, Geld von Suchanbietern zu bekommen.

9

Müssen Presseverlage vor Suchmaschinen und Aggregatoren geschützt werden?

Nein. Verlage profitieren vielmehr erheblich von Suchdiensten.

Das LSR ist nur zu rechtfertigen, wenn ein Schutz gegen die hiervon betroffenen Nutzer, Suchmaschinen und Aggregatoren benötigt wird. Leistungsschutzrechte greifen in verschiedene Grundrechte ein (z. B. in diesem Fall die unternehmerische Freiheit von Suchanbietern). Sie bedürfen daher einer praktischen Notwendigkeit, um gerechtfertigt sein zu können. Leistungsschutzrechte dienen in der Regel dazu, ein Marktversagen auszugleichen.

In der vorliegenden Konstellation gibt es jedoch keine Umstände, die ein LSR erfordern würden. Anbieter von Suchdiensten beuten die Leistungen von

Verlagen nicht aus und sind für sie keine Konkurrenz. Tatsache ist, dass sich Suchtechnologie-Dienste und Verlage ergänzen und aufeinander angewiesen sind. Suchmaschinenanbieter und Aggregatoren profitieren davon, dass sie auf Inhalte im Netz verweisen und in diesem Zuge Werbeeinnahmen generieren können. Verlage profitieren von dieser Symbiose, da ihnen Suchmaschinen und Aggregatoren Millionen von

Anbieter von Suchdiensten beuten die Leistungen von Verlagen nicht aus und sind für sie keine Konkurrenz. Tatsache ist, dass sich Suchtechnologie-Dienste und Verlage ergänzen und aufeinander angewiesen sind.

Lesern verschaffen. Leser bedeuten Klicks, Klicks bedeuten Reichweite und Werbeeinnahmen.

Der Umstand, dass Suchmaschinen und Aggregatoren für Presseverlage äußerst wichtig sind, wird dadurch dokumentiert, dass sich alle Verlage bewusst dafür entscheiden, hierin gelistet zu werden. Verlage, die nicht wollen, dass über Suchtechnologien auf sie verwiesen wird, können dies ohne Weiteres vermeiden. Hierfür genügt es, eine simple technische Funktion (robots.txt) entsprechend zu konfigurieren, schon finden

keine Verweise mehr statt. Hiervon macht – natürlich – kein Verlag Gebrauch. Im Gegenteil, gerade große Verlage betreiben massiv Suchmaschinenoptimierung (SEO), um über Suchmaschinen und Aggregatoren besonders häufig gefunden zu werden. Dafür gibt es gute Gründe: Wenn sie nicht mehr gefunden werden oder die Suchergebnisse nur noch verkürzt dargestellt werden (z. B. durch Kürzung der Snippets oder Entfernen von Vorschaubildern), bricht der Traffic ein und damit die Werbeeinnahmen. Von einem Marktversagen kann daher keinerlei Rede sein.

Verlage, die nicht wollen, dass über Suchtechnologien auf sie verwiesen wird, können dies ohne Weiteres vermeiden.

Dies belegt ein Experiment des Springer Verlags, im Zuge dessen die Suchergebnisse in der Google-Suche und bei Google News für bekannte Webseiten wie Welt.de oder Sportbild.de für einen kurzen Zeitraum nur noch verkürzt – ohne Snippet und Vorschaubild – angezeigt wurden. Springer vermeldete im Anschluss, dass der – über diese Suchdienste entstehende – Traffic um 40 % (Suche) bzw. 80 % (News) eingebro-

chen sei. Pro Webseite würde hierdurch – sofern man das Experiment weiter führen würde – ein jährlicher Schaden in siebenstelliger Höhe erwartet. Auch ohne LSR wäre nicht zu befürchten, dass Suchanbieter den Verlagen Konkurrenz machen. Dies könnte etwa passieren, wenn die üblichen Snippets derart verlängert werden, dass sie die Lektüre und Nutzung des Textes ersetzen, auf den verlinkt wird. Allerdings gibt es weder Anhaltspunkte, dass Suchanbieter solches vorhaben noch wäre eine solche Ausdehnung der Vorschautexte – auch ohne LSR – nach dem geltenden Urheberrecht zulässig. Der Europäische Gerichtshof (EuGH) hat in der „Infopaq-Entscheidung“ festgestellt, dass bereits Textauschnitte von elf Worten Urheberrechtsschutz genießen können.

10

Ist ein Schutz gegen Suchanbieter ansonsten gerechtfertigt?

Nein. Verlage profitieren von Suchanbietern in hohem Maße. Diese erbringen für sie eine kostenlose und wertvolle Dienstleistung.

Es liegt in der Natur der Sache, dass im Markt Unternehmen voneinander profitieren. Selbst wenn dies – was vorliegend nicht der Fall ist – zuungunsten einer Seite ausfällt, ist das in einer sozialen/freien Marktwirtschaft nicht unerwünscht und schon gar nicht verboten. Die Argumentation für ein Leistungsschutzrecht für Presseverleger könnte man mit gleich guten (oder schlechten) Gründen umdrehen und fordern, dass Suchanbietern ein Leistungsschutzrecht gegenüber Presseverlagen eingeräumt wird. So offensichtlich unsinnig diese Forderung ist, sie ist nicht absurder als ein Leistungsschutzrecht, das Verlegern Ansprüche gegen Suchmaschinenanbieter gewährt.

11

Was spricht gegen das LSR aus Sicht der Internet-Nutzer?

Indem es der Medienpluralität und dem Journalismus schadet, schadet das LSR gesamtgesellschaftlichen Interessen. Hinzu kommt, dass hierdurch die Internet-Nutzung beeinträchtigt wird.

Wenn wichtige Inhalte nicht mehr über Suchmaschinen und Aggregatoren gefunden oder nur noch in einer Weise verlinkt werden, dass sich kein Aufschluss über die Relevanz der verlinkten Information ergibt, wird es schwieriger und ineffizienter,

sich über das Netz zu informieren. Verschwinden wichtige Suchdienste wegen des LSR gänzlich – wie es in Spanien mit Google News geschehen ist –, entfallen wichtige Schlüsseltechnologien, die für die Nutzer von großer Bedeutung sind.

Wenn wichtige Inhalte nicht mehr über Suchmaschinen und Aggregatoren gefunden oder nur so verlinkt werden, dass sich kein Aufschluss über die Relevanz der verlinkten Information ergibt, wird es schwieriger und ineffizienter, sich über das Netz zu informieren.

In seinem Beschluss im Kartellverfahren zwischen den deutschen Presseverlagen, der VG Media und Google hat das Bundeskartellamt trefend ausgeführt:

„An dem Geschäftsmodell Suchmaschine besteht auch ein Interesse der Allgemeinheit. Angesichts der Milliarden an vorhandenen Webseiten ist eine Möglichkeit zum Auffinden einzelner Seiten von hoher Bedeutung dafür,

dass jeder Nutzer sich die vorhandenen Informationen erschließen und das in der Geschichte bisher einmalige Wissenspotential des Internet für sich nutzen kann. Eine bessere Methodik als eine Suchmaschine zur breiten Erschließung dieses Wissenspotentials hat die Entwicklung nach Kenntnis der Beschlussabteilung bisher nicht hervorgebracht. Würde das Konzept der universalen Verlinkbarkeit, zu dem notwendig auch die Möglichkeit zur Beschreibung des Links gehört, auch automatisiert – beeinträchtigt, weil Suchmaschinenanbieter zwingend in Geschäftsverhandlungen mit bestimmten Webseitenbetreibern oder deren Repräsentanten eintreten müssten, so wären auch die Nutzer die Leidtragenden.“

12

Profitieren Journalisten vom LSR?

Nein, im Gegenteil. Das LSR ist kein Recht für die Urheber (Journalisten), sondern für Verlage. Die Journalisten werden hieraus keine Einnahmen erzielen, sondern durch das LSR behindert und gegenüber ausländischen Kollegen benachteiligt.

Obwohl im deutschen Recht geregelt ist, dass die Journalisten an den Einnahmen aus dem LSR beteiligt werden sollen, werden sie hiervon nicht profitieren. Zum einen wird es erwartungsgemäß keine Einnahmen geben, die geteilt werden können. Zum anderen sind gerade freie Journalisten elementar auf Publizität angewiesen. Wenn ihre Artikel auf Verlagswebseiten nicht mehr verlinkt oder nur noch so verlinkt werden, dass sie nicht angeklickt und gelesen werden, verlieren sie Publizität und Reichweite.

Zudem sind Journalisten auch Nutzer. Gerade sie sind besonders darauf angewiesen, dass Suchtechnologien möglichst effizient funktionieren. Das LSR schadet diesem Sektor und damit den Journalisten.

Viele Journalistenverbände gehören zu den ausgesprochenen Gegnern des LSR. Nach einer Reihe von kleineren Journalistenvereinigungen und dem Verband der Pressesprecher (BdP) hat sich mittlerweile auch der Deutsche Journalistenverband (DJV), die wichtigste europäische Vereinigung von Journalisten mit fast 40.000 Mitgliedern, für eine sofortige Abschaffung des LSR ausgesprochen:

„Ein Gesetz, das niemandem nützt, brauchen wir nicht“, erklärte DJV-Bundesvorsitzender Michael Konken. Der DJV hatte bereits im Gesetzgebungsverfahren das Leistungsschutzrecht für überflüssig erklärt. Konken aktuell: „Der Gesetzgeber sollte einen Schlusstrich unter dieses Kapitel ziehen.“

13

Wie wirkt sich das LSR auf die Innovation und Innovationsstandorte aus?

Das LSR ist eine Innovationsbremse. Digitale Innovationen sind schnelllebig und hochdynamisch. Gesetze, die wie das LSR hohe Markteintrittshürden schaffen, schaden dem Wettbewerb und dabei v. a. kleineren und mittleren Unternehmen und neuen Marktteilnehmern wie Start-Ups.

Es ist z. B. leicht vorstellbar, welche Frage ein Investor stellt, der in ein deutsches Start-up auf dem Suchsektor investieren soll: „Wie steht Ihr Geschäftsmodell im Verhältnis zum LSR, welche rechtlichen Risiken und Kostenfolgen können sich hieraus

Für Wirtschaftsstandorte, an denen solche Regelungen gelten, entstehen Wettbewerbsnachteile. Innovatoren wandern aus oder gründen von vornherein woanders.

ergeben?“ Die Antwort würde lauten: „Das kann auf absehbare Zeit niemand wirklich einschätzen, im schlimmsten Fall müssen wir über zehn Prozent unserer Umsätze an die Verlage abgeben, die Prozessrisiken und -kosten sind immens und nicht abschätzbar.“

Für Wirtschaftsstandorte, an denen solche Regelungen gelten, entstehen erhebliche Wettbewerbsnachteile. Innovatoren wandern aus oder gründen ihre Unternehmen von vornherein an anderen Standorten. Solche Auswirkungen haben sich Studien zufolge in Deutschland und Spanien bereits gezeigt. Eine Vielzahl vor allem kleinerer Suchanbieter haben hier ihre Dienste in Reaktion auf die Einführung der neuen LSR eingestellt oder massiv eingeschränkt.

14

Wie wirkt sich das LSR auf den Wettbewerb im Verlags- und Suchtechnologie-Sektor aus?

Das LSR führt zu massiver Rechtsunsicherheit, zu unkalkulierbaren Gefahren und Kostenrisiken für Suchanbieter.

Große Anbieter wie Google oder Microsoft mögen diese tragen können. Für kleinere Marktteilnehmer wie Start-ups oder gar nicht kommerzielle Initiativen sind sie existenzgefährdend. Damit stärkt das LSR – wenn es überhaupt jemandem zugute kommt – ironischer Weise die Marktmacht der großen Suchanbieter. Dies zeigen die im vorstehenden Punkt bereits erwähnten und nachgewiesenen Auswirkungen der LSR auf die Suchbranche in Deutschland und Spanien.

Ähnliche Auswirkungen hat das LSR auch auf die Presseverlagsbranche. Wenn es Verlage gibt, die sich die mit dem LSR einhergehenden Unsicherheiten, Reichweitenverluste und Kostenrisiken leisten können, sind es große Medienkonglomerate. Kleine Verlage und Publizisten sind – noch mehr als große – auf eine fruchtbare

Das LSR stärkt –
wenn es überhaupt
jemandem zugute kommt
– ironischer Weise die
Marktmacht der großen
Suchanbieter.

Kooperation mit Suchtechnologieanbietern angewiesen. Ihre Publikationen sind weniger bekannt und werden seltener direkt aufgerufen als herausragend bekannte Marken wie z. B. Bild.de. Ihre Nutzerzahlen, und damit ihr auf Werbung basierendes Geschäftsmodell, hängen beson-

ders von einer guten Auffindbarkeit in Suchdiensten ab. Die o. g. Studie über die Auswirkungen des LSR auf die spanischen Medien belegt diesen Effekt.

15

Ist das LSR überhaupt durchsetzbar?

Das deutsche LSR ist nicht durchsetzbar, ganz gleich, wie die mannigfaltigen Gerichtsverfahren ausgehen.

Die Suchanbieter werden sich nicht zwingen lassen, für die kostenlose Dienstleistung, die sie für Verlage erbringen, zu bezahlen. Sollte sich herausstellen, dass Links/Snippets mit der bislang üblichen Länge unter das LSR fallen und damit lizenz- und vergütungspflichtig sind, werden die Suchanbieter sie kürzen – zum Schaden aller Beteiligten, vor allem der Verlage und Nutzer.

Sollte das Gesetz geändert und jeder Snippet unter das LSR gestellt werden, werden sie sie bei den Verlagen, die sich hierauf berufen, gänzlich weglassen. Und würde man gar, wie es in Österreich offenbar geplant war (aber verworfen wurde), jede Verlinkung aus einer Suchmaschine oder einem Aggregator einer obligatorischen Zahlungspflicht zu unterwerfen, werden die Suchanbieter diese Verlage gänzlich auslisten.

Die Suchanbieter dazu zu zwingen, kostenpflichtige Leistungen in Anspruch zu nehmen, die sie nicht nutzen wollen, ist nicht möglich. Dies würde jedem Prinzip freier Märkte widersprechen. Es gibt kein Gesetz, das eine solche Pflicht vorsehen würde, auch nicht das Kartellrecht. Nicht einmal Google, so haben das deutsche Bundeskartellamt und das Landgericht Berlin entschieden, ist trotz seiner marktbeherrschenden Stellung dazu verpflichtet, auf Webseiten so hinzuweisen, dass hierdurch Zahlungspflichten aus dem LSR ausgelöst werden. Mit dem Kartellrecht kann daher niemand gezwungen werden, Nutzungshandlungen vorzunehmen, die unter das LSR fallen.

Die Suchanbieter dazu zu zwingen, kostenpflichtige Leistungen in Anspruch zu nehmen, die sie nicht nutzen wollen, ist nicht möglich. Dies würde jedem Prinzip freier Märkte widersprechen.

16

Ist ein funktionierendes LSR vorstellbar? Wie könnte das aussehen?

Zum einen gibt es kein „gutes LSR“, weil das LSR schon im Ansatz verfehlt und ungerechtfertigt ist. Zum anderen ist die Idee paradox: Das LSR schafft ein Verbot gegen Handlungen, die für alle Beteiligten günstig sind und niemandem schaden.

Sollte sich erweisen, dass es generell notwendig ist, die Presse als wichtige Institution demokratischer Gesellschaften wirtschaftlich zu unterstützen, gäbe es hierfür eine Vielzahl an Möglichkeiten, wie Subventionen, Steuervergünstigungen, Förderungen durch Stiftungen, Kooperationen oder Branchenvereinbarungen.

Versuche, Immaterialgüterrechte wie das LSR als eine Art getarnte Subvention für eine Umverteilung von unternehmerisch erwirtschafteten Umsätzen hierfür zu missbrauchen, müssen unweigerlich scheitern und werden stets massive Kollateralschäden nach sich ziehen.

17

Kann man das LSR als Experiment verstehen und es gegebenenfalls wieder abschaffen, wenn es sich nicht bewährt?

Eine solche Haltung ist gefährlich und verkennt die tatsächlichen Umstände.

Es hat sich bereits erwiesen, dass das LSR ein Irrweg ist. Dennoch wurde ein Antrag der Opposition, das LSR in Deutschland wieder abzuschaffen, mit großer Mehrheit der Koalition abgelehnt. Ganz generell hat sich in der Vergangenheit gezeigt, dass auch als schädlich sich erweisende Immaterialgüterrechte nicht wieder abgeschafft werden. Das hat einerseits rechtliche Gründe, weil solche Rechte nicht ohne Weiteres wieder beseitigt werden können. Andererseits kann man sich gerade am konkreten Beispiel vorstellen, wie schwierig es politisch durchsetzbar sein wird, den mächtigsten Medienunternehmen in Deutschland oder Spanien das LSR wieder zu entziehen.

Im Übrigen sind gesetzgeberische Maßnahmen wie Gesetzeskorrekturen oder eine etwaige Abschaffung langwierige Prozesse. Der Wettbewerb im Netz ist schnelllebig und die Innovationslandschaft extrem dynamisch. Regelungen, die jahrelange Rechtsunsicherheit nach sich ziehen, sind Gift für Dynamik, Innovation und Wettbewerb.



Über uns

Die Initiative gegen ein Leistungsschutzrecht (IGEL) ist eine private Initiative, die im Jahr 2010 von Dr. iur Till Kreutzer und Philipp Otto gegründet wurde. Derzeit vereinigt sie über 130 Unterstützer unterschiedlichster Art, darunter Blogs, Journalistenverbände, Verlage, Internet-Unternehmen wie Suchmaschinen und Aggregatoren, NGOs und Stiftungen. IGEL wendet sich gegen das Leistungsschutzrecht für Presseverleger, weil es Innovationen behindert und die Informationsfreiheit einschränkt. IGEL informiert die Öffentlichkeit über die – häufig unter Ausschluss der Öffentlichkeit stattfindenden – politischen Prozesse in Bezug auf das Leistungsschutzrecht für Presseverleger und spricht sich als zivilgesellschaftliche Initiative im politischen Diskurs gegen dessen Einführung aus.

Unsere Kernargumente und Forderungen finden Sie hier:

<http://leistungsschutzrecht.info/hintergrund>

Impressum

Herausgeber und inhaltlich verantwortlich:

Dr. Till Kreutzer, Oderberger Straße 44, 10435 Berlin,
Telefon: +49 30 756 387 89, E-Mail: redaktion@leistungsschutzrecht.net
URL: www.leistungsschutzrecht.info, englisch: www.ancillarycopyright.eu
Gestaltung: Tiger Stangl / beworx.de, Titelfoto: CC0
(<https://creativecommons.org/publicdomain/zero/1.0/>)

Der Text in dieser Broschüre ist lizenziert unter der Creative-Commons-Lizenz
Attribution-ShareAlike 4.0 International (CC BY-SA 4.0,
siehe <https://creativecommons.org/licenses/by-sa/4.0/>)



Verweise und Quellen

IGEL: www.leistungsschutzrecht.info

Dossier über das LSR bei iRights:

<http://irights.info/schlagwort/leistungsschutzrecht-fur-presseverlage>

Artikel zum Leistungsschutzrecht bei Stefan Niggemeier:

<http://www.stefan-niggemeier.de/blog/tag/leistungsschutzrecht/>

Der Presseschauer (Blog mit Schwerpunkt auf dem LSR):

<http://www.presseschauer.de>

„Nera-Studie“ über die Auswirkungen des LSR in Spanien:

<http://www.nera.com/publications/archive/2015/impact-of-the-new-article-322-of-the-spanish-intellectual-proper.html>

BITKOM-Studie:

Leistungsschutzrecht für Presseverleger – eine Bestandsaufnahme

<https://www.bitkom.org/Bitkom/Publikationen/Leistungsschutzrecht-fuer-Presseverleger-eine-Bestandsaufnahme.html>



IGEL
INITIATIVE GEGEN EIN
LEISTUNGSSCHUTZRECHT

„Ich habe den Eindruck, hinter dem Leistungsschutzrecht stehen zweierlei Motivationen. Für die Mehrheit der kleinen Verlage ist es eine eher ideologische Trotzgeste, noch einmal zeigen, wer Herr im Haus ist, auch wenn sie nichts davon haben. Die ganz wenigen großen und international aktiven Verlagsgruppen hingegen, deren Tochterunternehmen in allerlei Geschäftsbeziehungen mit Google stehen, nutzen das Leistungsschutzrecht als Machtgeste gegenüber Google. Sie beweisen damit, dass sie in Europa trotz ihres schwindenden publizistischen Einflusses immer noch Parlamente für sich instrumentalisieren und Wettbewerbern das Leben ein bisschen schwerer machen können. Diesen wenigen großen Unternehmen ging es meiner Meinung nach nie ums Leistungsschutzrecht, sondern um ihre zukünftige Verhandlungsposition gegenüber den amerikanischen Plattformbetreibern in anderen Angelegenheiten. Ich frage mich oft, wie viele Parlamentarier überhaupt verstanden haben, wie sie da instrumentalisiert wurden, und ob die diversen Parteien diese Spielchen auch mitspielen würden, wenn Google ein europäisches Unternehmen wäre. Persönlich ist mir Google egal, das Internet aber nicht.“

Wolfgang Blau, ehemaliger
Zeit Online-Chefredakteur
und jetziger Digitalstrategie des
britischen „Guardian“.

aus „Der Standard“: <http://mobil.derstandard.at/2000017844563/Guardian-Digital-Direktor-Blau-Wir-haben-Facebook-nicht-geheiratet>

IGEL
INITIATIVE GEGEN EIN
LEISTUNGSSCHUTZRECHT

