

Schutzlos ausgeliefert

Immer mehr Menschen verzichten auf eine Zeitung, Anzeigen wandern in das Internet ab. Gleichzeitig kanalisiert der Internet-Gigant Google mit seinem Hauptangebot und nun auch mit seiner Nachrichtenseite „Google News“ den Zugriff auf die Online-Angebote der Zeitungen, verwertet entgeltfrei deren Inhalte und schöpft die Werbebudgets ab. Das kann nicht lange gutgehen.

Alle Versuche, den Zugriff auf Zeitungs- und Zeitschrifteninhalte im Netz unmittelbar zu monetarisieren – etwa über Abonentensysteme –, sind erfolglos geblieben. Journalistische Websites können nach der Mechanik des Internets offenbar fast nur gratis erfolgreich verbreitet werden. Wie aber können Verlage und Journalisten ihr geistiges Eigentum im Netz schützen und an seiner wirtschaftlichen Verwertung angemessen beteiligt werden? Eine Analyse des geltenden Zivil- und Urheberrechts führt zu der Erkenntnis, dass es an einem durchsetzbaren originären Investitionsschutz für den Presseverleger fehlt. Ein Schutz der Leistungen des Presseverlegers in der digitalisierten Welt muss aber vom Gesetzgeber garantiert werden, da eine Demokratie ohne Presse und Pressevielfalt nicht lebensfähig ist. Dazu bedarf es eines Leistungsschutzrechts der Presseverlage.

Der Urheberrechtsschutz eines Presseprodukts bezieht sich heute in erster Linie auf den einzelnen Artikel und entsteht in der Person des Journalisten. Der Presseverleger kann Rechte gegen Dritte nur dann durchsetzen, wenn er in jedem Einzelfall den Erwerb ausschließlicher Nutzungsrechte vom Journalisten nachweist. Ein eigenes originäres Schutzrecht hat der Presseverleger dagegen nicht. Anders als Filmproduzenten, Tonträgerhersteller, Sendeunternehmen oder Konzertveranstalter, denen das Gesetz ein dem Urheberrecht weitgehend gleichstehendes Leistungsschutzrecht gewährt, steht

Die Zeitungen verlieren Leser an das Internet. Doch die Verlage haben keine Möglichkeit, gegen die Verletzung geistigen Eigentums vorzugehen. Das muss sich ändern.

Von Jan Hegemann

der Presseverleger nackt da. Dabei ist seine Leistung nicht weniger schutzwürdig: Der Presseverleger schafft die Voraussetzung dafür, dass der journalistische Beitrag überhaupt Leser findet und Wirkung entfalten kann. Er organisiert und finanziert das Entstehen des Artikels, ermöglicht durch Druck und Vertrieb die Verbreitung. Schließlich adelt er den einzelnen Beitrag allein dadurch, dass dieser unter der Marke einer bestimmten Zeitung oder Zeitschrift mit der daran geknüpften Qualitätserwartung erscheint. Alle diese Leistungen kann der Presseverleger nur erbringen, wenn er dafür bezahlt wird: durch den Kaufpreis für das Zeitungs- oder Zeitschriftenexemplar oder durch Werbung. Wo aber für die Nutzung weder ein Kaufpreis noch eine Einnahme für Werbung erzielt werden kann und stattdessen die Gratisnutzung im Internet die Einnahmen aus dem Printvertrieb karnalisiert, muss der Verleger im-Ergebnis wirtschaftlich scheitern.

Eingescannte und elektronisch gespeicherte Printmedien lassen sich auf digitalem Wege beliebig vervielfältigen und unter Einsatz des Internets in Sekundenschnelle an eine große Anzahl von Empfängern in der ganzen Welt übermitteln.

Für Inhalte, die von den Verlagen im Internet veröffentlicht werden, ist ein Einscannen noch nicht einmal erforderlich.

Internet-Anbieter übernehmen kurzerhand ganze Artikel aus Presseerzeugnissen und stellen diese den Lesern in Form sogenannter „Rip-Offs“ zur Verfügung, ohne dass auch nur eine Quellenangabe erfolgt. Unmittelbar auf der Leistung der Presseverleger bauen auch die zahlreichen Kopienversand-, Recherche- und Informationsdienste sowie Pressespiegelhersteller auf, die ebenfalls unter Einsatz digitaler Erfassungs- und Übermittlungstechnologien Inhalte aus Presseprodukten sammeln und gewerblich an Endkunden übermitteln. All das ist rechtswidrig.

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. Auch der Sammelwerk- und Datenbankschutz hilft meist nicht weiter, da keines dieser Rechte gegen die Übernahme nur einzelner Artikel oder Artikelteile Schutz gewährt.

Selbst wenn – etwa wie im Falle von „Rip-Offs“ ganzer Artikel – eine Urheberrechtsverletzung vorliegt, ist die Rechtsverfolgung schwierig. Der Verleger muss im Prozess gegen einen Verletzer das Bestehen ausschließlicher Nutzungsrechte an dem übernommenen Beitrag beweisen. Das ist aufwendig und scheitert spätestens dann, wenn der Journalist dem Verleger, was jedenfalls im Bereich der Tageszeitungen den gesetzlichen Normalfall darstellt, lediglich einfache Nutzungsrechte eingeräumt hat. Dann ist der Verleger auf die prozessuale Mitwirkung des Jour-

nalisten angewiesen. Das führt zu häufig unüberwindbaren Problemen und nicht selten dazu, auf die Geltendmachung von Rechten ganz verzichten zu müssen, weil Aufwand und Nutzen einer Rechtsverfolgung außer Verhältnis stehen.

Das geltende Recht hilft auch nicht weiter, wenn sich Verleger gegen die Aufnahme ihrer Presseerzeugnisse in digitale Archive wehren wollen. Bei älteren Ausgaben von Tageszeitungen oder Zeitschriften sind die Verfasser häufig nicht mehr auffindbar oder sogar nicht identifizierbar. Der Verleger muss der nicht genehmigten Digitalisierung und Zugänglichmachung seiner Presseerzeugnisse in diesem Fall tatenlos zusehen, ohne dass ihm eine urheberrechtliche Handhabe gegen die Verwertung der Leistungen zusteht, die er in das Entstehen und die Verbreitung des Presseproduktes investiert hat.

Ogleich die Verleger zu den geradezu klassischen Werkmittlern gehören, fehlt ihnen ein eigenes originäres Leistungsschutzrecht. In der juristischen Kommentarliteratur spricht sich zwar seit langem eine Mehrheit für ein Leistungsschutzrecht der Verleger aus. Die Diskussion darüber hat sich in der Vergangenheit aber weitgehend auf die Buchverleger beschränkt. Die Presseverleger haben sich in dieser Debatte bisher zurückgehalten.

In anderen Ländern gibt es vergleichbare Rechte der Verleger längst. In Großbritannien existiert seit 1956 das sogenannte Publisher's Right, mit dem die typographische Gestaltung veröffentlichter Texte geschützt wird. Der Einfluss des britischen Rechts veranlasste auch Irland, Australien, Bangladesch, Indien, Neuseeland, Pakistan und Singapur, ein eigenständiges Verlegerrecht einzuführen. Auch das finnische Parlament berät über einen Gesetzentwurf über die Einführung eines Leistungsschutzrechts für Verleger. In Griechenland und Portugal existiert ein – bislang auf Printmedien begrenztes – Leistungsschutzrecht für Verle-

ger, über dessen Ausweitung auf Online-Medien Gespräche zwischen den Verlegerverbänden und den Regierungen geführt werden.

Verleger schaffen mit ihrer wirtschaftlichen Leistung eine Grundvoraussetzung für die erfolgreiche Vermarktung geistigen Guts. Sie erbringen eine enorme wirtschaftliche Vorleistung in der Verwertungskette von Kulturgütern. Ebenso wie die anderen Werkmittler, die bereits durch die bestehenden Leistungsschutzrechte geschützt sind – Tonträgerhersteller, Sendeunternehmen, Filmproduzenten und Veranstalter –, sind auch die Verleger auf den originären Schutz ihrer organisatorischen und wirtschaftlichen Leistung angewiesen.

Ein Leistungsschutzrecht für Presseverlage wird nicht alle Probleme lösen. Es stärkt aber die Position der Verleger gegenüber unzulässigen Nutzungen im Netz. Der Verleger kann aus eigenem Recht Verbotsansprüche durchsetzen oder umgekehrt die Erlaubnis zur gewerblichen Nutzung seiner Inhalte von Zahlungen abhängig machen und entweder direkt oder über Wahrnehmungsgesellschaften wirtschaftlich auswerten. Der durch Google betriebenen Monopolisierung des Weltwissens kann der Verleger für seine Presseprodukte auch dort, wo die Urheberrechte herrenlos geworden sind, einen eigenen Anspruch entgegensetzen.

Presse und Pressevielfalt wird es nur so lange geben, wie Presseverleger für ihre wirtschaftliche und organisatorische Leistung einen kaufmännischen Mehrwert erzielen können. Sie müssen rechtlich in den Stand versetzt werden, das auch in der digitalen Gegenwart und Zukunft noch zu können. Dazu bedarf es der Anerkennung der verlegerischen Leistung durch ein eigenes und originäres Schutzrecht.

Professor Dr. Jan Hegemann ist Rechtsanwalt in Berlin. Er lehrt als Honorarprofessor Urheber- und Medienrecht an der Freien Universität.