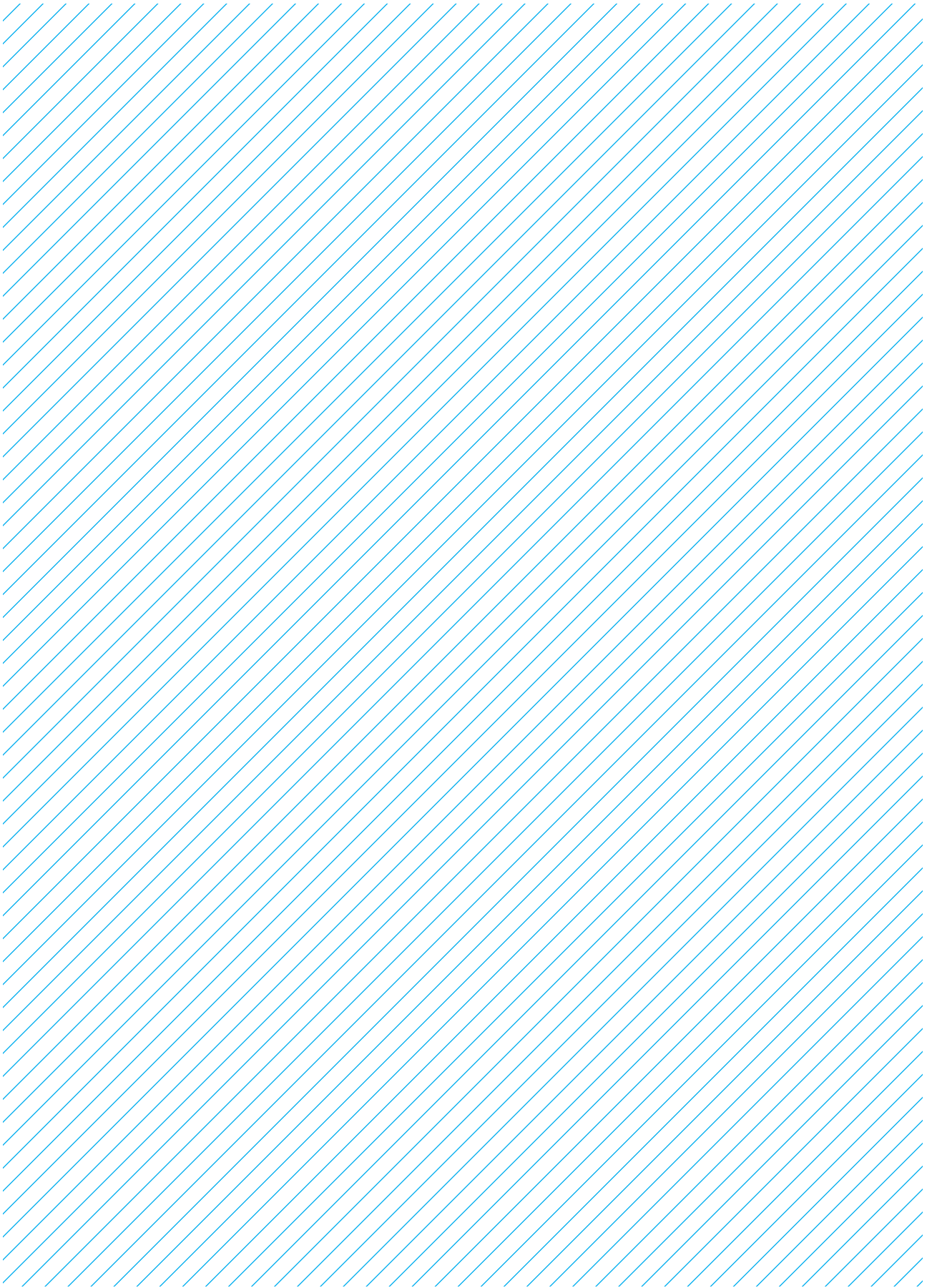


Das Leistungsschutzrecht für Presseverleger in Deutschland

Hintergründe und Antworten
auf zentrale Fragen



Debatte um das Presseleistungsschutz- recht mit sachlichen Argumenten führen

Die Europäische Kommission hat Ende März 2016 eine Konsultation über die Rolle der Verleger in der urheberrechtlichen Wertschöpfungskette gestartet.

Vor dem Hintergrund dieser Konsultation haben die Presseverleger in der VG Media auf www.LSR-Aktuell.de und in dieser Broschüre die wichtigsten Argumente, Fakten und Hintergründe zusammengestellt. Damit wollen die Presseverleger in der VG Media zu einer sachlichen Debatte um verlegerische Schutzrechte auf nationaler und europäischer Ebene beitragen.

02 Hintergründe zum Presseleistungsschutzrecht

10 Antworten auf zentrale Fragen

Leistungsschutzrecht für Presseverleger in Deutschland

- 11 An wen richtet sich das Presseleistungsschutzrecht?
- 11 Warum benötigen die Presseverleger ein eigenes Leistungsschutzrecht?
- 12 Verlage profitieren doch von der Verwertung ihrer Erzeugnisse in Suchmaschinen. Warum sollen Suchmaschinen dafür bezahlen?
- 12 Trifft das Presse-LSR nicht die Falschen, zum Beispiel Suchmaschinenbetreiber oder Start-ups?
- 13 Behindert das Presse-LSR den Strukturwandel in der Presselandschaft?
- 13 Warum hilft das Presse-LSR bei der Etablierung von Paid Content-Modellen?
- 14 Warum setzen sich einige Verlage nicht für das Presse-LSR ein bzw. lassen sich nicht durch die VG Media vertreten?
- 14 Gibt es einen Nachweis dafür, dass Suchmaschinen durch Presseerzeugnisse Umsätze generieren?
- 14 Nützt das Presse-LSR auch den Urhebern?
- 14 Schafft das Presse-LSR nicht unnötige neue bürokratische Strukturen?
- 15 Hat die Schiedsstelle Klarheit über den Ausnahmetatbestand „einzelne Wörter“ bzw. „kleinste Textausschnitte“ geschaffen?
- 15 Ist das Presse-LSR EU-rechtskonform, obwohl keine Notifizierung gemäß der Richtlinie 98/34/EG durchgeführt wurde?
- 16 Warum veranschlagt die VG Media eine pauschale Vergütung?
- 16 Wie ist die Digital News Initiative (DNI) von Google zu bewerten?

18 Antworten auf zentrale Fragen

Zur Debatte um ein europäisches Verlegerrecht

- 19 Was ist ein europäisches Verlegerrecht?
- 19 Wie kann ein europäisches Verlegerrecht zum Erhalt einer freien und unabhängigen Medienlandschaft in Europa beitragen?
- 19 Würde durch die Einführung eines europäischen Verlegerrechts die Freiheit des Internets beschnitten?
- 20 Würden mit der Einführung eines europäischen Verlegerrechts Hyperlinks kostenpflichtig?
- 20 Würde mit einem europäischen Verlegerrecht eine Steuer für Suchmaschinen und News-Aggregatoren eingeführt werden?

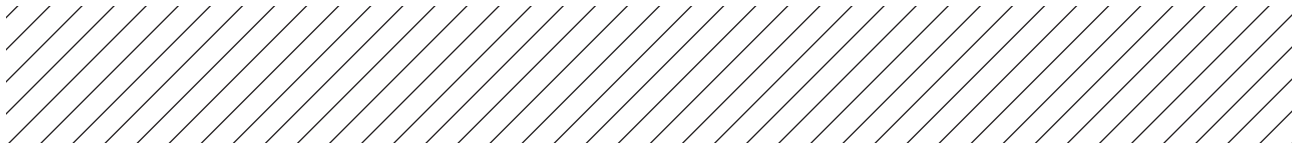
22 Impressum

Verantwortung auf digitalen Medien- märkten wahrnehmen

Eine unabhängige und vielfältige
Presselandschaft ist im demokratischen
Rechtsstaat für die Einordnung von
Informationen und die freie Meinungs-
bildung unverzichtbar. Ein starker
Ordnungsrahmen muss sie schützen und
für einen fairen Interessenausgleich
auch auf digitalen Medienmärkten
sorgen.

Medien tragen Verantwortung. Sie sind konstitutiv für unsere Demokratie, da sie die freie Meinungsbildung ermöglichen. Auch aus diesem Grund ist die Unabhängigkeit der Presse ein hohes Gut. In unserem demokratischen System kommt der Presse eine wichtige Kontrollfunktion gegenüber Staat und Wirtschaft zu: Häufig sind es die Medien, die Missstände aufdecken und das Handeln von Politikern oder Wirtschaftslenkern aufzeigen und kritisieren. Sachverhalte werden eingehend recherchiert, unterschiedliche Standpunkte gegenübergestellt, ein Diskurs um Positionen und Meinungen wird geführt. Medien müssen redaktionell vielfältig und unabhängig sein und werden nur so ihrer wichtigen Aufgabe gerecht. Durch ihre Berichterstattung trägt die Presse dazu bei, breiten Bevölkerungskreisen die gesellschaftliche und politische Teilhabe zu ermöglichen. Nicht nur die überregionale, sondern gerade auch die lokale und regionale Presse vermittelt gesellschaftlich relevante Ereignisse und trägt so auch dazu bei, regionale und lokale Identität zu erhalten.

Hintergründe zum Presseleistungsschutzrecht



Freiheit, Meinungs- und Anbieter Vielfalt sind auf einen starken Rechtsrahmen angewiesen, der sich auch tatsächlich durchsetzen lässt.

KAUM EINEN BEREICH HAT DIE DIGITALISIERUNG SO VERÄNDERT WIE DIE MEDIEN

Informationsmöglichkeiten und -gewohnheiten sind im Wandel. Das Internet kennt keine Grenzen, die technische Verarbeitung von Informationen geschieht in Sekundenschnelle und automatisiert. Suchmaschinen und News-Aggregatoren übernehmen die Aufgabe, im Internet Informationen zu sortieren, zu kanalisieren und auffindbar zu machen. Das gehört zu ihren wichtigsten Aufgaben. Sie sind „Gatekeeper“ zu den verschiedensten Angeboten, die im Internet verfügbar sind.

Gleichzeitig sind Suchmaschinen und News-Aggregatoren auf die Inhalte der Presseverlage angewiesen, weil gerade diese Inhalte ihre Suchangebote für die Nutzer erst interessant machen und mit wachsenden

Nutzerzahlen auch ihre Werbeeinnahmen steigern. Zudem ermöglichen es gerade diese Inhalte, Rückschlüsse auf die Interessen der Nutzer zu ziehen und damit Werbung besonders zielgerichtet und ertragreich einzusetzen. An diesen Einnahmen sollen die Verlage durch das Leistungsschutzrecht beteiligt werden. Dies gewährleistet einen fairen Interessenausgleich zwischen beiden Seiten und trägt zur Sicherstellung von Qualität, Vielfalt und Unabhängigkeit der Presselandschaft bei. ■

Klare Spielregeln für einen fairen Interessenausgleich

Die Urheber- und Leistungsschutzrechte sind Eigentumsrechte, die unverrückbar zu den grundrechtlich garantierten Freiheitsrechten gehören. So haben sich diese auch als Teil der Ordnung für die Presse- und Medienvielfalt bewährt. Mit dem Presse-LSR wird dieser Ordnungsrahmen an die Erfordernisse digitaler Medienmärkte angepasst.

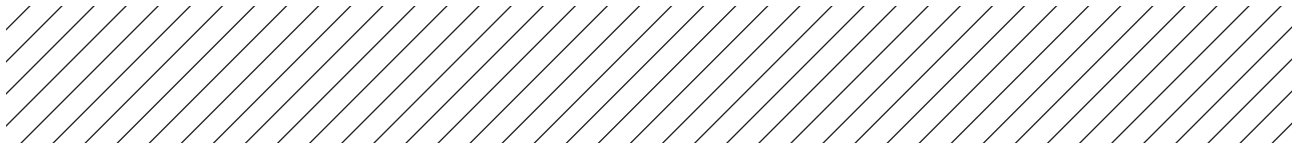
Die deutsche Wirtschaftsordnung folgt den Prinzipien der sozialen Marktwirtschaft. Der Staat gibt den Ordnungsrahmen für fairen Wettbewerb, Innovationen und Freiheit vor.

BEWÄHRTEN RECHTSRAHMEN WEITERENTWICKELN

Es gibt einen klaren verfassungsrechtlichen Rechtsrahmen für den Umgang mit Eigentum, unabhängig davon, ob materielle oder immaterielle Güter betroffen sind. Im Bereich des geistigen Eigentums gilt an dieser Stelle das Urheberrechtsgesetz (UrhG) seit 1965. Seit 50 Jahren hat sich das UrhG also bewährt: So gibt es seit Jahrzehnten Leistungsschutzrechte – die die Leistungen von Medienunternehmen schützen – für die Hersteller von Tonträgern, Rundfunkunternehmen, Filmproduktionsunternehmen und viele andere.

Das Presse-LSR füllt lediglich eine Lücke im UrhG, die entstanden ist, weil die digitale Technik vieles zuvor Undenkbare möglich gemacht hat. Die Digitalisierung

Hintergründe zum Presseleistungsschutzrecht



der Medienmärkte hat also Lücken im bestehenden UrhG sichtbar gemacht. Suchmaschinen und News-Aggregatoren sammeln und kategorisieren verlegerische Inhalte und nutzen diese zur Aufwertung ihrer Angebote. Während sie von der Nutzung und Verwertung der Presseerzeugnisse profitieren und dadurch beispielsweise ihre Werbeeinnahmen steigern, werden Verlage daran nicht beteiligt. Dabei sind es gerade die Verlage, die die unzähligen Journalisten, Redakteure und freien Mitarbeiter beschäftigen und Investitionen in Medieninhalte und -innovationen tätigen.

Der Gesetzgeber hat diese Lücke gesehen und mit der Verabschiedung des Presse-LSR im Jahr 2013 seinen Beitrag zu einem fairen Ausgleich zwischen Rechteinhabern und -verwertern geleistet. Das Presse-LSR räumt den Presseverlegern das ausschließliche Recht ein, über die Verwendung ihrer Erzeugnisse oder auch Teilen davon durch gewerbliche Anbieter wie Betreiber von Suchmaschinen oder News-Aggregatoren zu entscheiden. Es ist der ausdrückliche Wille des Ge-

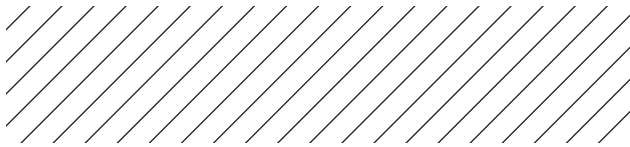
setzgebers, es damit den Verlagen zu ermöglichen, für jede Nutzung eine angemessene Vergütung zu verlangen. Es stellt auf diese Weise sicher, dass es zu einem angemessenen Interessenausgleich zwischen den Herstellern und den Verwertern von Presseerzeugnissen auf den digitalen Medienmärkten kommt. Damit werden die Grundsätze des Urheberrechts zum Ausgleich zwischen Rechteinhabern und Verwertern, die sich seit Jahrzehnten bewährt haben, in geeigneter Weise auf die digitale Medienwelt übertragen. ■

Presse-LSR für faire Vergütung und Ver- teilungsgerechtigkeit

[Das Presse-LSR ist nach intensiver
Debatte im Deutschen Bundestag am
1. August 2013 in Kraft getreten und
am 11. Juni 2015 vom Parlament erneut
bestätigt worden. Was steht im
Gesetzestext? Und was wird eigentlich
geregelt?](#)

Der Deutsche Bundestag hat das Presse-LSR mit den drei neuen Paragraphen 87f bis 87h in das Urheberrechtsgesetz (UrhG) aufgenommen. Damit ist den Herstellern von Presseerzeugnissen, den Presseverlegern, das ausschließliche Recht zugesprochen worden, das Presseergebnis oder Teile hiervon zu gewerblichen Zwecken öffentlich zugänglich zu machen. Dies gilt insbesondere gegenüber Betreibern von Suchmaschinen und News-Aggregatoren. Sollten Presseerzeugnisse von diesen Diensten gewerblich verwendet werden, muss der Nutzer also seit dem 1. August 2013 eine Genehmigung von den Presseverlagen einholen. In der Begründung zu dem Gesetz ist festgehalten, dass dieses sogenannte Verbotrecht explizit ermöglichen soll, dass Verlage die Genehmigung zur Verwertung durch Suchmaschinen und News-Aggregatoren ihrerseits von der Zahlung einer angemessenen Vergütung abhängig machen können sollen. Damit ist das deutsche Presse-LSR mit Bedacht so ausgestaltet worden, dass es beiden Seiten

Hintergründe zum Presseleistungsschutzrecht



Spielraum für die Gestaltung überlässt. In Spanien beispielsweise ist der Gesetzgeber einen anderen Weg gegangen und hat eine zwingende, feste Vergütung für jede Nutzung in den sogenannten News-Diensten, nicht aber bei Verwertungen im Rahmen von Suchmaschinen, vorgesehen.

DAS GESETZ IM DETAIL

§ 87f UrhG definiert das Presseerzeugnis als redaktionell-technische Festlegung journalistischer Beiträge, die periodisch unter einem Titel erscheinen und die überwiegend verlagstypisch sind. Nach dieser Definition sind insbesondere Artikel und Abbildungen, die der Informationsvermittlung, Meinungsbildung oder Unterhaltung dienen, in der Regel als Teil eines Presseerzeugnisses geschützt. Einzelne Wörter oder kleinste Textausschnitte dürfen auch ohne Einwilligung der Presseverleger öffentlich zugänglich gemacht werden. Damit soll sichergestellt werden, dass eine kurze, knappe Benennung des verlinkten

Inhalts auch in Suchmaschinen und bei News-Aggregatoren möglich ist, ohne eine Erlaubnis einholen zu müssen. Die als Spezialinstanz zuständige Schiedsstelle beim Deutschen Patent- und Markenamt hat am 24. September 2015 vorgeschlagen, die Grenze der Ausnahmeregelung bei einer Darstellung von bis zu sieben Wörtern (zzgl. Suchbegriff/e) zu ziehen. Längere Textausschnitte lassen demgegenüber bereits eine inhaltliche Erschließung des verlinkten Inhalts zu. Diese gehört dann aber bereits zum erlaubnispflichtigen Bereich des Presseleistungsschutzrechts.

DER BETEILIGUNGSANSPRUCH

Eine Besonderheit des Presseleistungsschutzrechts ist der Beteiligungsanspruch der Urheber. In § 87h Urheberrechtsgesetz heißt es: „Der Urheber ist an einer Vergütung angemessen zu beteiligen“. Das Presse-LSR honoriert damit nicht nur die Leistung der Verlage, sondern sorgt zusätzlich für eine angemessene Beteiligung der Urheber, Journalisten und freien Redakteure an der Vergütung für die Nutzung von Presseerzeugnissen im Internet. ■

Die juristische Durchsetzung des Presse-LSR

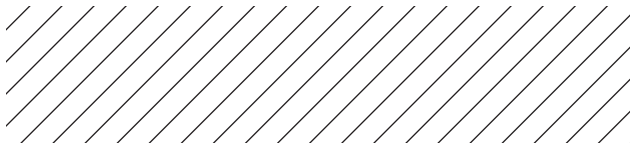
[Die VG Media vertritt das Presse-LSR von derzeit über 230 digitalen verlegerischen Angeboten gegenüber Betreibern von Suchmaschinen und News-Aggregatoren, die diese Verlagsangebote nutzen.](#)

Nach der Aufstellung und Bekanntmachung des Tarifs im Bundesanzeiger hat die VG Media den Anbietern von Suchmaschinen und News-Aggregatoren Verhandlungen über die Erteilung von vergütungspflichtigen Lizenzen angeboten. Einige große Betreiber von Suchmaschinen, u. a. der Marktführer Google, erkennen aus verschiedenen Gründen jedoch weder die Anwendbarkeit des Gesetzes noch die Angemessenheit des Tarifs für ihre Nutzung an.

OFFENE FRAGEN VOR DER SCHIEDSSTELLE KLÄREN

Zuständig für die Klärung von Streitigkeiten dieser Art ist in erster Instanz die Schiedsstelle beim Deutschen Patent- und Markenamt (DPMA) in München. Dort werden die Fragen zur Anwendbarkeit und Angemessenheit des von der VG Media aufgestellten Tarifs überprüft. Die Schiedsstelle hat den Parteien am 24. September 2015 einen Einigungsvorschlag unterbereitet. Darin hat die Schiedsstelle unter anderem die

Hintergründe zum Presseleistungsschutzrecht



Anwendbarkeit des Tarifs Presseverleger bestätigt, die Höhe des Tarifs hält die Schiedsstelle aber für korrekturbedürftig. Zur Höhe der im konkreten Fall geschuldeten Vergütung hat die Schiedsstelle die Parteien zu Verhandlungen aufgefordert. Beide Parteien haben gegen die Entscheidung der Schiedsstelle Widerspruch eingelegt. Die Durchsetzung des Presseleistungsschutzrechts findet auf dem vorgeschriebenen Zivilrechtsweg statt.

MARKTMACHT DARF DURCHSETZUNG DES RECHTS NICHT VERHINDERN

Google nutzt seinen überragenden Marktanteil von über 94 % auf dem Markt für Suchmaschinen dazu aus, das Presse-LSR zu unterlaufen. Wegen der marktbeherrschenden Stellung konnte Google von den Presseverlagen in der VG Media Gratiseinwilligungen zur unentgeltlichen Verwendung von Textauschnitten in den eigenen Diensten erzwingen. Den Verlagen, die auf die Durchsetzung ihres vom deut-

schen Gesetzgeber gewährten Leistungsschutzrechtes bestehen, droht Google mit einer eingeschränkten Darstellung in den verschiedenen Google-Diensten.

Da Google aufgrund seines Marktanteils über die Auffindbarkeit der Verlagserzeugnisse im Internet entscheidet, entstehen schwerwiegende Wettbewerbsnachteile für diejenigen Verlage, die auf der Durchsetzung ihres Leistungsschutzrechts bestehen, gegenüber den Verlagen, die eingeschüchtert durch Googles Drohungen darauf verzichten.

Das Bundeskartellamt ist bei der Anwendung und Durchsetzung des deutschen Kartellrechts gegenüber international agierenden Internetunternehmen bisher sehr zurückhaltend. Eine von den Verlagen und der VG Media angestrebte Prüfung des Marktverhaltens von Google im Zusammenhang mit der Einführung des Presse-LSR vor dem Bundeskartellamt blieb daher zunächst ergebnislos.

Zahlreiche der in der VG Media organisierten Verlage haben daher vor dem Landgericht Berlin geklagt. Mit der Klage haben sich die Verlage gegen die aus ihrer Sicht unter Ausnutzung der erheblichen Marktmacht Googles zu Stande gekommenen Gratiseinwilligungen in die Verwertung ihrer digitalen Verlagserzeugnisse zur Wehr gesetzt.

Das Landgericht Berlin hat die Klage abgewiesen. Die Gründe für dieses Urteil liegen noch nicht vor. Die Verlage haben sich gleichwohl vorbehalten, diesen Sachverhalt durch das Kammergericht Berlin prüfen zu lassen. ■

Antworten auf zentrale Fragen

S-10

Leistungsschutzrecht für Presseverleger in Deutschland

Antworten auf zentrale Fragen

An wen richtet sich das Presseleistungsschutzrecht?

Adressaten des Presseleistungsschutzrechts sind gemäß § 87g Abs. 4 Urheberrechtsgesetz ausschließlich „gewerbliche Anbieter von Suchmaschinen oder gewerbliche Anbieter von Diensten, die Inhalte entsprechend aufbereiten“. Letzteres sind sogenannte News-Aggregatoren. Alle sonstigen Nutzungen eines Presseerzeugnisses, z. B. durch Unternehmen der sonstigen gewerblichen Wirtschaft, Verbände, Rechtsanwaltskanzleien, Blogger oder private Nutzer, sind von dem Anwendungsbereich des Presse-LSR damit ausdrücklich ausgenommen.

Warum benötigen die Presseverleger ein eigenes Leistungsschutzrecht?

Die Verlage schaffen durch ihre Arbeit die organisatorischen, technischen und unternehmerischen Voraussetzungen für den Erhalt einer vielfältigen Presselandschaft. Um zu gewährleisten, dass die Verlage diese wichtige Funktion auch in Zeiten der Digitalisierung wahrnehmen können, wurde das Presse-LSR zum 1. August 2013 eingeführt. Das bestehende Recht hat den Verlagen für die Nutzung ihrer Presseerzeugnisse im Internet bislang keinen ausreichenden Schutz geboten. Presseerzeugnisse oder Teile hiervon konnten beliebig genutzt und vervielfältigt werden, ohne den Erbringer der verlegerischen Leistung um vorherige Erlaubnis zu fragen. Es ist der ausdrückliche Wille des Gesetzgebers, dass Verlage ihre Leistungen durch das Presse-LSR nun schützen können und zudem eine Grundlage für die Refinanzierung ihrer Investitionen erhalten. Das sichert sowohl die Vielfalt der Angebote als auch den Wettbewerb zwischen den Verlagen.

Antworten auf zentrale Fragen

Verlage profitieren doch von der Verwertung ihrer Erzeugnisse in Suchmaschinen.

Warum sollen Suchmaschinen dafür bezahlen?

Dass die Rechteinhaber an den mit Hilfe ihrer Leistungen erzielten Einnahmen der Nutzer zu beteiligen sind, stellt einen Grundsatz des Urheberrechts dar. Dass dabei auch die Rechteinhaber von den Verwertungen durch die Nutzer profitieren, ist nichts Ungewöhnliches, sondern die Regel. Zum Beispiel profitieren auch Musik-Labels davon, wenn die Musik der bei ihnen unter Vertrag stehenden Musikurheber im Radio gespielt wird. Das entbindet die Radiosender aber nicht von der Verpflichtung, für die Nutzung der Musik selbst zu bezahlen. Dasselbe gilt für die Nutzung von Presseerzeugnissen durch Suchmaschinen oder News-Aggregatoren, die – ganz ähnlich wie die Radiosender – selbst in erheblichem Maße von der Attraktivität der Inhalte profitieren, die durch Presseerzeugnisse generiert werden. Zudem lesen viele Nutzer häufig nur noch die Ergebnisseite der Suchmaschine, wenn sie sich über ein bestimmtes Thema informieren wollen, und klicken gar nicht mehr auf das digitale Verlagsangebot. Den Verlagen gehen damit immense Reichweiten und Werbeeinnahmen verloren.

Trifft das Presse-LSR nicht die Falschen, zum Beispiel kleine Suchmaschinenbetreiber oder Start-ups?

Die Vergütung des Presse-LSR berücksichtigt sowohl nach dem von der VG Media veröffentlichten Tarif als auch nach anderen denkbaren Berechnungsmethoden, wie sie die Schiedsstelle vorgeschlagen hat, den Umsatz des Plattformbetreibers, den dieser mit der Nutzung der Inhalte erzielt. Daher sorgt das Presse-LSR für Gerechtigkeit und einen fairen Wettbewerb: Kleine Suchmaschinen mit geringeren Umsätzen zahlen automatisch weniger als große Suchmaschinen. Anbieter, die keine Umsätze erzielen, sollen nach dem Vorschlag der Schiedsstelle nur eine Mindestvergütung zahlen müssen.

Antworten auf zentrale Fragen

Behindert das Presse-LSR den Strukturwandel in der Presse-landschaft?

Das Presse-LSR hilft den Verlagen in dem komplexen Transformationsprozess. Die Verlage verfolgen sehr unterschiedliche Geschäftsmodelle. Seit der Einführung des Presse-LSR bieten zum Beispiel bereits über 100 Verlage Bezahlinhalte im Netz an und stoßen damit auf positive Resonanz bei ihren Lesern. Das Presse-LSR stellt sicher, dass diese Bezahlschranken durch News-Aggregatoren nicht unterlaufen werden. Presseverlage sind dadurch auch weniger vom konjunkturanfälligen Werbemarkt abhängig.

Warum hilft das Presse-LSR bei der Etablierung von Paid Content-Modellen?

Für die Einführung von Paid Content-Modellen und die damit verbundenen Investitionen braucht es Rechtssicherheit. Ohne ein eigenes Schutzrecht könnten sich die Verlage gegen das Unterlaufen der Bezahlschranke und die missbräuchliche Nutzung der lediglich technisch geschützten Inhalte nicht effektiv zur Wehr setzen. Dies haben bereits einige Gerichtsverfahren gezeigt. Gerade bei freien Autoren müssten sich die Verlage ein ausschließliches Nutzungsrecht einräumen lassen, das Zweitveröffentlichungen durch den Urheber ausschließen würde und damit nicht den Interessen von Verlegern und Journalisten entspräche. Das Presse-LSR bietet insofern den passenden Rechtsrahmen für Paid Content-Modelle und ermöglicht den Presseverlagen neue Geschäftsmodelle.

Antworten auf zentrale Fragen

Warum setzen sich einige Verlage nicht für das Presse-LSR ein bzw. lassen sich nicht durch die VG Media vertreten?

Die VG Media vertritt schon heute einen großen Teil der deutschen Verlage. Diese stehen in exemplarischer Weise für einen Großteil der Medien- und Meinungsvielfalt in Deutschland – von der beliebten Lokalzeitung, der überregionalen Tagespresse, dem Special-Interest-Magazin bis hin zum digitalen News-Angebot bekannter Fernseh- und Radiosender. Allerdings sind mit der Durchsetzung eines neuen Rechts zunächst Kosten und Risiken verbunden, die einige Presseverlage im derzeitigen Transformationsprozess unter Umständen scheuen.

Gibt es einen Nachweis dafür, dass Suchmaschinen durch Presseerzeugnisse Umsätze generieren?

Es gibt mehrere Studien, die die Bedeutung von Presseerzeugnissen für Suchmaschinen belegen. Danach setzen User bei ihrer Suche auf qualitative Inhalte und erwarten insbesondere bei der Nutzung von Suchmaschinen, Presseerzeugnisse aufzufinden.

Nützt das Presse-LSR auch den Urhebern?

Ja, das Presse-LSR nützt auch den Urhebern! Zwar sichert es in erster Linie die Verfügungsgewalt der Verlage über die Verwendung ihrer digitalen Verlagserzeugnisse im Internet, jedoch honoriert es auch die Leistung der Urheber durch den in § 87h Urheberrechtsgesetz formulierten Beteiligungsanspruch. Danach sind die Urheber in jedem Fall an der Vergütung durch das Leistungsschutzrecht angemessen zu beteiligen. Wie hoch der Beteiligungsanspruch ausfällt, wird zwischen den Presseverlegern und den von ihnen beauftragten Journalisten und Redakteuren zu verhandeln sein.

Schafft das Presse-LSR nicht unnötige neue bürokratische Strukturen?

Durch die Möglichkeit der Bündelung der Rechtswahrnehmung in der VG Media wird der Bürokratieaufwand für Rechteinhaber wie Nutzer gerade so gering wie möglich gehalten. Die Durchsetzung des Presse-LSR bedeutet dabei keinen größeren büro-

Antworten auf zentrale Fragen

Hat die Schiedsstelle Klarheit über den Ausnahmetatbestand „einzelne Wörter“ bzw. „kleinste Textausschnitte“ geschaffen?

kratischen Aufwand als bei den Leistungsschutzrechten anderer Werkvermittler. Im Übrigen ist das Entstehen eines gewissen Aufwands auch sonst kein Argument gegen die Durchsetzung legitimer Rechtsansprüche.

„Einzelne Wörter“ und „kleinste Textausschnitte“ sind vom Presse-LSR ausgenommen. Solche unbestimmten Rechtsbegriffe sind in unserer Rechtsordnung üblich und finden sich nicht nur im Urheberrecht. Durch diese bewährte Gesetzestechnik können die Gerichte eine Norm einzelfallgerecht auslegen und konkretisieren. Die hier in Frage stehenden unbestimmten Rechtsbegriffe „einzelnen Wörter“ und „kleinsten Textausschnitte“ hat die Schiedsstelle in ihrer Entscheidung vom 24. September 2015 dahingehend konkretisiert, dass eine Darstellung von bis zu sieben Worten (zzgl. Suchbegriff/e) nicht vom Presse-LSR erfasst ist.

Ist das Presse-LSR EU-rechtskonform, obwohl keine Notifizierung gemäß der Richtlinie 98/34/EG durchgeführt wurde?

Die Bundesregierung sieht keine Notifizierungspflicht für das Presseleistungsschutzrecht. Das Leistungsschutzrecht für Presseverleger zielt nicht speziell auf Dienste der Informationsgesellschaft im Sinne der Richtlinie 98/34/EG ab. Das Ziel des Presse-LSR ist es, ein Ausschließlichkeitsrecht für Presseverleger zu begründen, um zu gewährleisten, dass Presseverlage im Online-Bereich nicht schlechter gestellt sind als andere Werkmittler. Die Begründung eines Ausschließlichkeitsrechts als absolutem Recht wirkt gegenüber jedermann und ist damit keine spezielle Regelung im Sinne der Richtlinie. Dieses Verständnis hat die als Spezialinstanz zuständige Schiedsstelle beim Deutschen Patent- und Markenamt im Rahmen ihrer Einigungsvorschläge vom 24. September 2015 nunmehr ausdrücklich bestätigt.

Antworten auf zentrale Fragen

Warum veranschlagt die VG Media eine pauschale Vergütung?

Bei der massenhaften Verwertung urheberrechtlich geschützter Presseerzeugnisse im Internet ist eine individuelle, nutzungsbezogene Erfassung oftmals unmöglich oder nur mit unverhältnismäßigem Aufwand zu realisieren. Verwertungsgesellschaften sind in diesen Fällen gezwungen und auch durch die Rechtsprechung dazu angehalten, Schätzungen, Pauschalierungen und Vereinfachungen vorzunehmen. Diese Vorgehensweise spart Aufwand und Kosten sowohl auf Seiten der Presseverleger als auch auf Seiten der Nutzer. Es ist für Verwertungsgesellschaften daher üblich, eine pauschale Vergütung durch sogenannte Regeltarife festzulegen.

Wie ist die Digital News Initiative (DNI) von Google zu bewerten?

Die Digital News Initiative (DNI) macht deutlich, dass Google Presseinhalten einen großen Wert für das eigene Geschäft beimisst und bereit ist, dafür auch zu zahlen. Leistungen für ausgewählte Einzelne können allerdings nicht ein Recht für alle ersetzen. Nur die Bedingungslosigkeit des Rechts sichert die Unabhängigkeit der Presse von Verwertern im Internet und schafft damit die Grundlage für ein „level playing field“, auf dem sich die Marktteilnehmer auf Augenhöhe treffen.



Antworten auf zentrale Fragen

S-18

Zur Debatte um ein europäisches Verlegerrecht

Antworten auf zentrale Fragen

Was ist ein europäisches Verlegerrecht?

Verlegerische Rechte sind Eigentumsrechte. Sie schützen das geistige Eigentum und die Leistung von Verlagen.

Es gibt seit Jahrzehnten in allen Mitgliedsstaaten der Europäischen Union Schutzrechte, die die Leistungen von Medienunternehmen schützen z. B. für die Hersteller von Tonträgern, Rundfunkunternehmen, Filmproduktionsunternehmen und viele andere. Verlegerische Rechte sind heutzutage erforderlich, weil die Digitalisierung bestehende Schranken aufgelöst hat. Suchmaschinen und News-Aggregatoren sammeln und kategorisieren verlegerische Inhalte und nutzen diese zur Aufwertung ihrer Angebote. Verlegerische Rechte sichern die Beteiligung der Verleger an den Erlösen aus dieser Tätigkeit. Es sind die Verlage, die die Journalisten, Redakteure und freien Mitarbeiter beschäftigen und Investitionen in Medieninhalte und -innovationen tätigen.

Wie kann ein europäisches Verlegerrecht zum Erhalt einer freien und unabhängigen Medienlandschaft in Europa beitragen?

Eine unabhängige und vielfältige Presselandschaft ist in demokratischen Staaten für die Einordnung von Informationen und die freie Meinungsbildung unverzichtbar. Dazu wird ein Rechtsrahmen benötigt, der das geistige Eigentum der Presseverleger schützt und es ihnen ermöglicht, von Verwertern wie Suchmaschinen und News-Aggregatoren eine Vergütung zu erhalten. Nur ein eigenes Recht schützt Verlage davor, dass die von ihnen geschaffenen Werte ohne Vergütung genutzt werden können und die daraus erzielten Gewinne allein bei den Verwertern verbleiben.

Würde durch die Einführung eines europäischen Verlegerrechts die Freiheit des Internets beschnitten?

Nein. Ziel von Verlegerrechten ist die Absicherung von Teilhabe und Partizipation der Verleger an den von ihnen geschaffenen Werten und Inhalten. Die Freiheit des Internets hängt damit nicht zusammen und wird durch verlegerische Rechte in keiner Weise eingeschränkt.

Antworten auf zentrale Fragen

Würden mit der Einführung eines europäischen Verlegerrechts Hyperlinks kostenpflichtig?

Nein. In ihrem Statement vom 9. Dezember 2015 macht die EU Kommission unmissverständlich deutlich: “The Commission has no plan to tax hyperlinks. We have no intention to ask people to pay for copyright when they simply share a hyperlink to content protected by copyright. Europeans share and post hyperlinks every day and they should remain free to do so.”

Würde mit einem europäischen Verlegerrecht eine Steuer für Suchmaschinen und News-Aggregatoren eingeführt werden?

Nein. Verlegerische Rechte schützen Eigentum und Investitionen und eigene Inhalte und geschaffene Werte. Sie ermöglichen einen wirtschaftlichen Ausgleich zwischen denjenigen, die geistiges Eigentum erschaffen und denjenigen, die es verbreiten. Das Ziel von verlegerischen Rechten ist die Ermöglichung eines fairen Wettbewerbs zu klaren Konditionen – auf Seiten der Verleger wie auf Seiten der Verwerter.



Impressum / Kontakt

Die VG Media vertritt in den Verfahren zur Durchsetzung des Presseleistungsschutzrechts rund 230 digitale verlegerische Angebote (Domains), ihre sogenannten Wahrnehmungsberechtigten. Sie repräsentiert damit einen Großteil der deutschen Presseverlage sowie digitale Angebote von Fernseh- und Radiosendern.

Die Presseverleger in der VG Media informieren auf www.LSR-aktuell.de und in dieser Publikation über das Presseleistungsschutzrecht und die Verfahren zur Durchsetzung des Gesetzes.

VG Media
Gesellschaft zur Verwertung der Urheber- und
Leistungsschutzrechte von Medienunternehmen mbH

Lennéstraße 5
10785 Berlin

E-Mail: info@vgmedia.de
Telefon: +49 30 – 20 62 00-0
Telefax: +49 30 – 20 62 00-33

