

Digitale Mentalität II

Das Leistungsschutzrecht

Inhaltsverzeichnis

Vorwort	3
1 Einführung	6
2 Aktueller Stand und Genese des Regierungsentwurfs	7
3 Positionen der Stakeholder zum Leistungsschutzrecht	11
3.1 Google als Verwerter von Presseerzeugnissen	
3.2 Journalisten und ihre Verbände	
3.3 Zeitungs- und Zeitschriftenverleger	
4 Die Problematik eines Leistungsschutzrechts für Presseverleger	16
4.1 Urheber- und Nutzungsrechte im Verhältnis von Journalisten und Verlagen	
4.2 Das Leistungsschutzrecht als „verwandtes Schutzrecht“	
4.3 Verwertung von Schutzrechten auf journalistische Erzeugnisse in Deutschland	
4.4 „Snippets“ haben keine ausreichende Schöpfungshöhe	
4.5 Ein Leistungsschutzrecht würde „Snippets“ von Presseerzeugnissen unter Schutz stellen	
4.6 Ein Leistungsschutzrecht macht Urheber- und Verlegerleistung untrennbar	
5 Leistungsschutzrecht – und was dann?	21
5.1 Ein Leistungsschutzrecht erfordert komplexes Rechtemanagement	
5.2 Ein Leistungsschutzrecht schafft fragwürdige Anreize für den Umgang mit Informationen in der Gesellschaft	
5.3 Notwendigkeit und Stabilitätsproblem einer Verwertungsgesellschaft	
5.4 Fragwürdige Anreizstrukturen einer Verwertungsgesellschaft	
6 Meinungen in der Öffentlichkeit: Befragungsergebnisse	28
6.1 Gegner des Leistungsschutzrechts überwiegen unter den Internetnutzern	
6.2 Gegner des Leistungsschutzrecht sind jünger und computeraffin	
6.3 Aggregierte Einschätzungen von Argumenten zum Leistungsschutzrecht	
6.4 Argumente der Befürworter und Gegner	
6.5 Kritische Webaktive	
7 Abschließende Betrachtung: Auf dem Rücken der Internetnutzer . . .	45
7.1 Einstellungen der Internetnutzer	
7.2 Das Argument des „Qualitätsjournalismus“ und die Suche nach neuen Geschäftsmodellen	
7.3 Suchmaschinen und Verlage - Wer profitiert von wem?	
7.4 Unerwünschte Folgen eines Leistungsschutzrechts für Internetnutzer	
7.5 Unklarer Nutzen für Journalisten	
7.6 Eine Indizierungspflicht für Suchmaschinen?	
7.7 Optimierungspotenzial für Einnahmen aus Onlinewerbung	
7.8 Leistungsschutzrecht als Grundlage für den Einstieg in mobile Angebote?	
Quellenverzeichnis	53
Kontakt	60



Vorwort

Ein Großteil der Internetnutzer in Deutschland im Alter zwischen 14 und 69 Jahren spricht sich gegen das geplante Leistungsschutzrecht aus. Darunter sind vor allem junge und computeraffine Nutzer. Die Gruppe also, die von den Auswirkungen des Gesetzes besonders betroffen wäre und auf die alle diejenigen angewiesen sind, die Produkte welcher Art auch immer im Internet anbieten und verwerten.

Das geplante Leistungsschutzrecht genießt bisher nur eine sehr begrenzte Öffentlichkeit. Dabei betrifft die Thematik uns alle: Für viele Menschen ist privat und oft auch beruflich ein Internet ohne journalistische Inhalte so wenig vorstellbar wie ein Internet ohne Möglichkeiten zur gezielten Suche nach ihnen. Sowohl Befürworter wie Gegner des Leistungsschutzrechts sind der Ansicht, dass die Verlage die von ihnen beklagte Situation mitverantwortet haben. Die Ergebnisse dieser Studie stellen in Frage, ob das geplante Leistungsschutzrecht für Presseverleger die richtige Antwort auf die Herausforderungen ist, denen die Verlage im Augenblick gegenüberstehen.

In der Diskussion zum Leistungsschutzrecht werden zwei wichtige Anliegen berührt: Die Zukunft des Journalismus auf der einen und der freie Zugang zu Informationen im Internet auf der anderen Seite. Der Gesetzentwurf vermengt diese beiden und suggeriert, dem ersten dienlich zu sein ohne letzterem zu schaden. Dies darf in Zweifel gezogen werden.

(Bildquelle: IFSE - by Pola Sieverding)

Die Bundesregierung hat sich auf einen unglücklichen Pfad begeben, indem sie versucht, in einem aus dem marktwirtschaftlichen Wettbewerb resultierenden Konflikt Partei zu ergreifen, und dabei Gefahr läuft, die Klärung wichtiger gesellschaftlicher Fragen auf Kosten der Internetnutzer in die Zukunft zu verlagern. Beim Leistungsschutzrecht geht es nur vordergründig um Verlage und Suchmaschinen, um Springer und Google. Es geht um die Verfügbarkeit des wichtigsten Gutes in der Informationsgesellschaft. Wenn die Politik das versteht, dann sollte sie den Mut aufbringen, den bisherigen Entwurf zum Leistungsschutzrecht fallen zu lassen.

Die Bedeutung des Schutzes der Arbeit von Kreativen im Internet steht bei weiten Teilen der Internetnutzer außerhalb jeglicher Diskussion. Das Leistungsschutzrecht bietet aber keinen zusätzlichen Schutz für die Journalisten, im besten Fall generiert es ihren Arbeitgebern kurzfristig zusätzliche Einnahmen. Auf lange Sicht wird das Gesetz den Verlagen jedoch nicht helfen, in der digitalen Welt des 21. Jahrhunderts zu überleben.

Für die Arbeit an der Studie danke ich dem Team im IFSE, namentlich Teresa Lindenmayer, Friederike Landau und Jannes Danlowski. Ein besonderer Dank geht an Tobias Wolfanger für seine überragende Arbeit an diesem Thema in den letzten Monaten neben den anderen laufenden Projekten. Bei dem LINK Institut für Markt- und Sozialforschung bedanken wir uns für die Durchführung der repräsentativen Umfrage. Nicht zuletzt geht ein Dank an alle, von denen wir in den letzten Monaten wertvolle Analysen, Informationen und Einschätzungen zum Leistungsschutzrecht erhalten haben.

Wir hoffen, dass diese Studie ein kleiner Beitrag ist, um eine breite Debatte über das Leistungsschutzrecht und über die damit verbundenen Fragestellungen und Herausforderungen zu ermöglichen.

Wir wünschen Ihnen viel Spaß beim Lesen und freuen uns über Feedback!

Ihr



Hergen Wöbken
Geschäftsführer Institut für Strategieentwicklung (IFSE)

1 Einführung

Ein Leistungsschutzrecht für Presseverleger (LSR) soll Presseverlegern ein exklusives Verwertungsrecht an Texten und Textauszügen sichern, die auf den Onlineangeboten der Verlage veröffentlicht werden. Die Idee findet sich bereits im Koalitionsvertrag der Bundesregierung aus dem Jahr 2009. Mit der Verabschiedung des Gesetzentwurfs durch die Bundesregierung und die anstehende Debatte im Bundestag tritt das Vorhaben nun in eine entscheidende Phase. Befürworter und Kritiker versuchen seit Jahren, ihre Ansicht über Sinn und Unsinn des Leistungsschutzrechts in die Diskussion einzubringen. Äußerungen in dieser Angelegenheit gibt es von vielen Seiten: Neben den Verbänden der Verleger auch von Journalistenverbänden, Lobbyisten, Bloggern und Politikern. Nur die Einstellungen derer, die ein mögliches neues Gesetz am meisten betreffen würde, sind bisher nicht bekannt: Die Einstellungen der Internetnutzer. Im Rahmen der Studie Digitale Mentalität II hat das Institut für Strategieentwicklung (IFSE) die Einstellungen zum Leistungsschutzrecht in einer repräsentativen Befragung deutscher Internetnutzer im Alter von 14 bis 69 Jahren erhoben. In einer parallel durchgeführten Onlineumfrage wurden zudem die Einstellungen besonders aktiver Internetnutzer abgefragt. Die vorliegende Studie bündelt die erhobenen Meinungen in die Auseinandersetzung mit dem geplanten Leistungsschutzrecht für Presseverlage ein.

Damit wollen wir nicht den Eindruck erwecken, ein Leistungsschutzrecht für Presseverleger ließe sich unter Verweis auf ein Argumentum ad populum entscheiden. Eine Kenntnis und Berücksichtigung der Interessen der Internetnutzer bietet den relevanten Akteuren eine verbesserte Grundlage für Einschätzungen und Entscheidungen. Schließlich ermöglicht die Einführung eines Leistungsschutzrechts, dass sich individuell und gesellschaftlich etablierte Praktiken des Informationsverhaltens im Internet grundsätzlich ändern.

Den Autoren ist die Komplexität der Auseinandersetzung um das Leistungsschutzrecht und die ausdifferenzierte Gemengelage der Interessen bewusst. In der Diskussion gibt es unterschiedliche Ebenen, darunter zumindest eine juristische, ökonomische, politische und eine gesellschaftliche.

Nach einem kurzen Abriss der bisherigen Geschichte des Gesetzentwurfs in Kapitel 2 werden in Kapitel 3 die Positionen wichtiger Akteure in der Debatte – von einem Leistungsschutzrecht potenziell betroffene Verwerter von Presseerzeugnissen, Journalisten sowie Presseverleger – skizziert. Darauf folgt in Kapitel 4 eine Beschreibung der besonderen Problematik eines Leistungsschutzrechts für Presseverleger in Abgrenzung zu anderen bekannten verwandten Schutzrechten. Das Kapitel 5 setzt sich mit den potenziellen Konsequenzen auseinander. Die Ergebnisse der durch das IFSE durchgeführten Befragungen werden in Kapitel 6 vorgestellt und wesentliche Erkenntnisse zu den Ansichten der Internetnutzer zusammengefasst. Im abschließenden Kapitel 7 beziehen wir die Ansichten der Internetnutzer als maßgeblich Betroffene in die Auseinandersetzung mit dem Leistungsschutzrecht ein.

2 Aktueller Stand und Genese des Regierungsentwurfs

Im Wesentlichen beinhaltet der Regierungsentwurf¹ des Leistungsschutzrechts für Presseverlage das exklusive Recht für Verlage, von ihnen im Internet publizierte journalistische Erzeugnisse und alle ihre Teile wirtschaftlich zu verwerten. Für Suchmaschinenbetreiber und vergleichbare Anbieter wie News-Aggregatoren soll damit eine Einigung mit den Rechteinhabern an journalistischen Inhalten notwendige Voraussetzung zur – auch auszugsweisen – Verwendung dieser Inhalte für eigene kommerzielle Zwecke sein. Erster Adressat dieser Regelung ist die Internetsuchmaschine Google, die nach Ansicht der Verleger mit den Verlagsleistungen Geld

Der Regierungsentwurf des Leistungsschutzrechts für Presseverlage sieht das exklusive Recht für Verlage vor, von ihnen im Internet publizierte journalistische Erzeugnisse und alle ihre Teile ökonomisch zu verwerten.

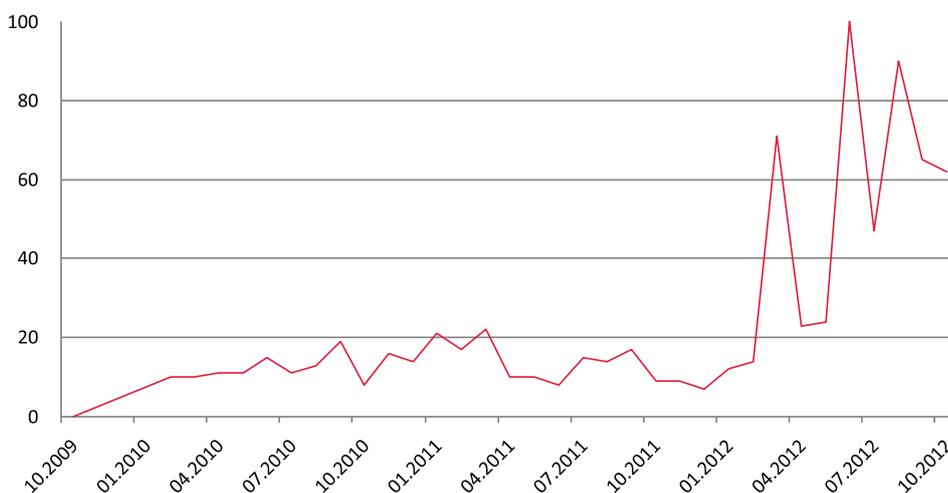
¹ Vgl. Bundesregierung 30.08.2012

verdient, ohne für die Verwendung dieser Leistungen zu zahlen. Die Einführung einer zentralen und alle Verlage umfassenden Verwertungsgesellschaft ist nicht geplant.

Leistungsschutzrecht
im schwarz-gelben
Koalitionsvertrag

Das Vorhaben zur Einführung eines Leistungsschutzrechts für Presseverleger ist im Koalitionsvertrag der Bundesregierung aus CDU, CSU und FDP festgehalten. Dort heißt es: „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.“² Nach der Festschreibung im Koalitionsvertrag war es lange ruhig um das Thema, bis der am 4. März dieses Jahres getroffene Regierungsbeschluss, das Vorhaben in die Tat umzusetzen, die öffentliche Debatte entfachte.³

Google Trends-Diagramm für den Suchbegriff
„Leistungsschutzrecht“ im Verlauf der Legislaturperiode⁴



(Abbildung 1)

² VGLKoalitionsvertrag 2009, S.104

³ Vgl. Handelsblatt 05.03.2012

⁴ Google Trends; Eingrenzung: Deutschland im Zeitraum zwischen Oktober 2009 und Oktober 2012. Die Zahl 100 steht für höchste Suchvolumen

Der erste, am 16. Juni 2012 bekannt gewordene Gesetzentwurf⁵ zum Leistungsschutzrecht sorgte nicht zuletzt aufgrund seiner unpräzisen Formulierungen für einige Verunsicherung und Bestürzung unter politisch interessierten Internetnutzern. Vor allem die Unsicherheit darüber, nach welchen Kriterien sich ein „kommerzieller Zweck“ definiert, wurde in der Internet- und Bloggerszene als Bedrohung wahrgenommen, da etwa die Schaltung von Werbung oder eines flattr-Buttons⁶ auf einem Blog schon als Erfüllung der Definitionskriterien eingeschätzt wurde.⁷ Ebenso stellten sich der Bundesverband der Deutschen Industrie (BDI) und knapp 20 weitere Wirtschaftsverbände gegen den Entwurf. Sie befürchteten negative Auswirkungen für den Wirtschaftsstandort Deutschland durch Mehrausgaben und Rechtsunsicherheit bezüglich der Lizenzierungspflicht,⁸ die durch das Leistungsschutzrecht zu erwarten sei.

Die erste Version des Gesetzentwurfs sorgt für Verunsicherung.

Nach der Veröffentlichung eines überarbeiteten Gesetzentwurfs⁹ am 27. Juli 2012 konnten die schlimmsten Befürchtungen dieser Art zunächst ausgeräumt werden. Die neue Fassung sah eine Konzentration des Leistungsschutzrechts auf Suchmaschinenbetreiber vor: „Zulässig ist die öffentliche Zugänglichmachung von Presseerzeugnissen, soweit sie nicht durch die Anbieter von Suchmaschinen erfolgt.“¹⁰ Damit wären News-Aggregatoren, Blogger und andere Unternehmen, die Presseerzeugnisse zu diversen Zwecken verwenden, zu diesem Zeitpunkt nicht mehr betroffen gewesen.

Die zweite Fassung des Entwurfs stellt Suchmaschinen in den Fokus.

5 Vgl. Bundesministerium der Justiz 13.06.2012

6 Dient der Überweisung eines Geldbetrages durch den Besucher einer Webseite und wird insbesondere in der Bloggerszene als Möglichkeit verwendet, im Internet zur Verfügung gestellte Texte durch eine freiwillige Abgabe des Lesers zu entlohnen.

7 Vgl. exemplarisch iRights.info/Kreutzer 14.06.2012

8 Vgl. Spiegel Online/Lischka 21.06.2012

9 Vgl. Bundesministerium der Justiz 27.07.2012

10 Bundesministerium der Justiz 27.07.2012

Auf Druck der Verlage wird die Eingrenzung auf Suchmaschinen zurückgenommen.

Die Verlagsseite mit ihren Verbänden Bundesverband Deutscher Zeitungsverleger (BDVZ) und Verband Deutscher Zeitschriftenverleger (VDZ), meist öffentlich vertreten durch Christoph Keese, Geschäftsführer Public Affairs des Axel Springer Konzerns und Co-Sprecher des Arbeitskreises Leistungsschutzrecht beider Verbände, äußerte sich negativ zum eingeschränkten Anwendungsbereich des LSR auf Suchmaschinenbetreiber, der insbesondere News-Aggregatoren, die sich die Verlagsleistungen ebenfalls kommerziell zu Nutzen machten, außen vor lasse.¹¹ Mit dem vom Bundeskabinett am 30. August 2012 verabschiedeten Entwurf wurde durch die Hinzunahme eines Verweises auf „gewerbliche Anbieter von Diensten [...], die Inhalte entsprechend aufbereiten“¹² nach allgemeiner Ansicht eine Korrektur insofern vorgenommen, als dass News-Aggregatoren nun einbezogen sind.

Bundesrat lehnt die alternative Stärkung des Urheberrechts in einer ersten Stellungnahme ab

Am 12. Oktober erfolgte die Stellungnahme des Bundesrats zu dem Regierungsentwurf.¹³ Entgegen der Empfehlungen der Bundesratsausschüsse für Kultur, Recht und Wirtschaft wurde der Entwurf im Plenum jedoch kaum kritisiert. Die Ausschüsse hatten empfohlen, alternativ zur Einführung des Leistungsschutzrechts eine Vermutungsregel in das Urheberrechtsgesetz zu schreiben, um den Verlagen auf dieser Grundlage das juristische Vorgehen gegen Urheberrechtsverletzungen zu erleichtern, ohne im Einzelfall den Besitz der Nutzungsrechte an den journalistischen Inhalten nachweisen zu müssen. Lediglich die Prüfung zur Einführung einer Verwertungsgesellschaft wurde in der Stellungnahme des Bundesrats angeregt. Der nächste Schritt ist die erste Lesung des Gesetzentwurfs im Bundestag am 29. November 2012.¹⁴

11 Vgl. Meedia.de 30.07.2012

12 Bundesregierung 30.08.2012

13 Vgl. heise online 12.10.2012

14 Vgl. Deutscher Bundestag. Dokumentations- und Informationssystem

3 Positionen der Stakeholder zum Leistungsschutzrecht

3.1 Google als Verwerter von Presseerzeugnissen

Die nach aktuellem Stand hauptsächlich Betroffenen des Leistungsschutzrechts sind Suchmaschinenbetreiber und News-Aggregatoren, die in ihren Ergebnissen auf Presseerzeugnisse verlinken. Besonders betroffen ist Google, das mit einem Marktanteil von mehr als 95 Prozent der bedeutendste Suchmaschinenbetreiber in Deutschland ist.¹⁵ Die Entgegnung des Unternehmens auf die Forderungen der Presseverlage lässt sich auf drei wesentliche Argumente verkürzen:

Google wäre als Marktführer unter den Suchmaschinen in Deutschland am stärksten betroffen.

Herausgestellt wird erstens, dass Google und andere Suchmaschinenbetreiber keineswegs einseitige Nutznießer der Verlinkung von Presseartikeln in den Suchergebnissen seien. Vielmehr würden auch die Verlage durch den über Suchmaschinen generierten Traffic auf den eigenen Onlineangeboten profitieren, der sich über die dort geschaltete Werbung monetarisieren. Nach Aussage von Google werden jede Minute weltweit 100.000 Klicks auf Verlagsseiten über die Suchmaschine erzeugt.¹⁶ Auch der positive Effekt auf den Traffic, welcher durch News-Aggregatoren wie die App Flipboard generiert wird, wurde bisher von den Verlagen durchaus positiv aufgenommen.¹⁷

Wechselseitiger Nutzen von Suchmaschinen und Verlagen

Zum Zweiten wird von Google auf die weiterhin bestehende Freiwilligkeit verwiesen, mit der Presseerzeugnisse über Suchmaschinen auffindbar sind. So gibt es die einfache Möglichkeit, über die Integration weniger Zeilen Codes – in einer sogenannten „robots.txt“ – die Indizierung einer Seite durch Suchmaschinen zu unterbinden.¹⁸

Die Indizierung von Online-Nachrichtenanangeboten erfolgt auf freiwilliger Basis.

¹⁵ Vgl. Focus Online/Schmidt 12.03.2012

¹⁶ Vgl. Welt Online 21.08.2012

¹⁷ Vgl. Focus Online 22.07.2010

¹⁸ Vgl. Oberbeck 21.08.2012

Potenzielle Einschränkung der Informationsfreiheit

Drittens verweist das Unternehmen auf die mögliche Einschränkung der Informationsfreiheit, die aus der Einführung des Leistungsschutzrechts resultieren könnte, indem das Suchen und Finden relevanter Informationen deutlich erschwert werde.¹⁹

3.2 Journalisten und ihre Verbände

Eine klare Positionierung für oder gegen das Leistungsschutzrecht durch die Journalisten und ihre Verbände, immerhin die Urheber der Texte, deren auszugsweise Verwendung mit dem LSR reglementiert werden soll, gibt es nicht. Verschiedene Autoren beziehen auf den Onlineangeboten der Zeitungsverlage in beide Richtungen Position.²⁰

Die Einstellung von Journalisten zum Leistungsschutzrecht ist von einer Vielzahl von Faktoren abhängig.

Ursächlich dafür dürften vor allem die unterschiedlichen individuellen Anreiz- und Motivationsstrukturen und ihre jeweilige Gewichtung sein, die der Ausformulierung einer Position zu Grunde liegen. In Teilen gibt es für Journalisten ein mit den Verlegern gemeinsames Interesse, geschaffene journalistische Inhalte unter möglichst optimalen Bedingungen ökonomisch zu verwerten. Daneben kann aber ein weiteres Interesse des Journalisten darin bestehen, von einem möglichst breiten Publikum wahrgenommen zu werden und die auf diesem Wege aufgebaute und gepflegte Reputation zu einem späteren Zeitpunkt zu amortisieren.²¹ Hinzu kommen persönliche Ansichten und Wertvorstellungen und unterschiedlich ausgeprägte ökonomische Beziehungen zu den Verlagen.

Berufsverband freier Journalisten lehnt LSR ab

Die unterschiedlichen Gewichtungen der Interessen legen bereits nahe, dass journalistische Berufsverbände das Leistungsschutzrecht für Presseverleger unterschiedlich bewerten. Kritisch äußert sich der Berufsverband freier

¹⁹ Vgl. Welt Online 21.08.2012, Vgl. Bremer 29.08.2012

²⁰ Vgl. exemplarisch Zeit Online/Biermann 14.06.2012 und FAZ/Müller 29.08.2012

²¹ Vgl. Ehmann/Szylagi 2009, S.2

Journalistinnen und Journalisten Freischreiber, der das Leistungsschutzrecht grundsätzlich ablehnt. Die Ablehnung speist sich zu einem Teil aus der Ansicht, das LSR mache eine Zweitverwertung eigener Artikel für freie Journalisten nahezu unmöglich, zum anderen aus der Unzufriedenheit mit den als ungerecht empfundenen Buyout-Verträgen für bestehende Urheberrechtsansprüche freier Autoren, die aus Sicht der Freischreiber nichts Gutes hinsichtlich der vorgesehenen Vergütungsansprüche aus dem Leistungsschutzrecht erwarten lässt.²²

Der Deutsche Journalistenverband (DJV) äußerte sich einem LSR gegenüber nicht grundsätzlich abgeneigt, fordert jedoch eine verbindliche hälftige Beteiligung der Journalisten an den Mehreinnahmen.²³ Im Fokus des Verbands steht vielmehr die Frage nach der fairen Beteiligung der Urheber an den durch ihre Arbeit generierten Erlösen und die Kritik an als ungerecht empfundene Klauseln zur Übertragung von Nutzungsrechten in Autorenverträgen. Ein in der Onlineausgabe der Mitgliederzeitschrift Journalist veröffentlichter Artikel stellt die Praxis in Frage, nach der Verlage mit Verweis auf das bisherige Fehlen eines Leistungsschutzrechts den Abschluss von Buyout-Verträgen rechtfertigten, um die eigene multimediale Wettbewerbsfähigkeit zu sichern.²⁴ Kritik am Leistungsschutzrecht per se gibt es nur vom Landesverband DJV-Berlin-Brandenburg, der das Leistungsschutzrecht kategorisch ablehnt.²⁵

DJV und DJU fordern eine Festschreibung der Beteiligung von Autoren, lehnen das LSR aber nicht grundsätzlich ab.

Die Deutsche Journalisten Union von Ver.di (DJU) kritisiert entschieden, dass bisher keine Verwertungsgesellschaft vorgesehen ist. Vor dem Hintergrund der negativen Erfahrungen der mit Zeitungsverlegerverbänden vereinbarten Vergütungsregeln für freie Journalisten, die seitens der Verleger nur selten eingehalten würden, sei

22 Vgl. Freischreiber.de 19.06.2012

23 Vgl. DJV 18.06.2012

24 Vgl. Rieg/Journalist.de 09.07.2010

25 Vgl. Minhardt/DJV Berlin-Brandenburg 17.07.2012

die Einführung einer zentralen Verwertungsgesellschaft essentiell, da auf diesem Wege sich wiederholende, individuelle Verhandlungen zwischen Verlegern und Autoren über den Grad der Beteiligung an Lizenzeinnahmen ausgeschlossen würden. Wie der DJV knüpft die DJU eine Befürwortung des LSR an eine fest definierte Beteiligung der Autoren und Journalisten.²⁶

Verständlicherweise orientieren sich die Positionen der Journalistenverbände also maßgeblich an den antizipierten ökonomischen Konsequenzen für die von ihnen vertretenen Mitglieder. Eine Auseinandersetzung mit darüber hinaus wichtigen Implikationen eines Leistungsschutzrechts, etwa im Sinne der Veränderung des Informationsverhaltens im Internet, spielt dagegen kaum eine Rolle.

3.3 Zeitungs- und Zeitschriftenverleger

Verlage wollen LSR
und Auffindbarkeit über
Suchmaschinen

Die Tatsache, dass Verlage sich freiwillig dafür entscheiden, in den Ergebnissen von Suchmaschinen und News-Aggregatoren auffindbar zu sein, lässt zusammen mit der Forderung nach einem Leistungsschutzrecht den Schluss zu, dass die gegenwärtig forcierte Strategie darauf abzielt, von der Indizierung journalistischer Erzeugnisse bei Suchmaschinen und anderen in zweifacher Hinsicht zu profitieren: In Form des auf diesem Wege generierten Traffics ebenso wie durch die Einforderung von Lizenzgebühren für die Verwendung durch kommerzielle Verwerter.

Die Verwendung von
„Snippets“ ist der Stein
des Anstoßes

Nach Angaben von Christoph Keese ist der zentrale Stein des Anstoßes für die Verlegerseite die Verwendung von sogenannten „Snippets“, also kleiner Auszüge des Presstextes, die von Suchmaschinenbetreibern und News-Aggregatoren bei der Indizierung verwendet werden. Ausdrücklich nicht betroffen seien Links, bibliografische Angaben und Zitate. Letztere kennzeichneten sich dadurch,

²⁶ Vgl. DJU 17.06.2012

dass sie lediglich in den vom Zitierenden selbst verfassten Inhalt eingebunden seien. Snippets seien jedoch keine Zitate, da sie nicht in dieser Weise von eigenständigen Leistungen der Verwerter eingerahmt seien.²⁷

Dass mit der robots.txt bereits ein Instrument besteht, das ausreichende Wahlmöglichkeiten für die Indizierung von Webseiten bietet, ist zumindest dem prominentesten öffentlichen Fürsprecher des Leistungsschutzrechts bekannt. Enthalten ist auch die Option „no Snippets“, die Website-Betreibern erlaubt, die Verwendung von Textausschnitten in den Suchergebnissen zu unterbinden.²⁸ Verlage könnten also bereits heute die von ihnen kritisierte Verwendung von Textausschnitten verhindern. Sie scheinen es aber nicht zu wollen.

robots.txt ist bekannt, wird aber als unzureichend empfunden.

Aus Sicht der Verleger kommt die Lösung über robots.txt einem Lichtschalter gleich, der nur eine Reihe einfacher An/Aus-, also Entweder-Oder-Entscheidungen ermögliche. Sie fordern stattdessen die Anerkennung des von Verlagen auf internationaler Ebene erarbeiteten Automated Content Access Protocol (ACAP), das ein umfassendes Rechte-Management mit differenzierbaren Nutzungsbedingungen gewährleisten soll. Darin sollen auch differenzierte Angaben wie Bestimmungen zur Weiternutzung durch Dritte oder Preise der Nutzung enthalten sein. Von Google werde dieses aber abgelehnt, so Keese.²⁹

Die vorgetragene Argumentation der Verleger läuft folglich darauf hinaus, dass eine Indizierung von Presseerzeugnissen weiterhin erfolgen soll, allerdings unter den Bedingungen der Verlage, die von Suchmaschinen und News-Aggregatoren hinzunehmen sind.

Beim Vortrag der Argumente für ein Leistungsschutzrecht

27 Vgl. Gulli.com 21.08.2012

28 Vgl. Keese 06.07.2012

29 Vgl. Keese 06.07.2012

Irreführende Begründungen der Notwendigkeit eines Leistungsschutzrechts durch Verlage

wird von den Verlagen vor allem auf die aus ihrer Perspektive ungerechtfertigte Nutzung von Verlagsinhalten durch Dritte verwiesen. Die für die Notwendigkeit eines Leistungsschutzrechts angeführten Begründungen deuten aber hin und wieder Zusammenhänge an, die einer kritischen Überprüfung nur mit Einschränkungen standhalten. So wird in einem Positionspapier von VDZ und BDVZ beispielsweise auf die Notwendigkeit eines LSR zur Bekämpfung des Kopierens ganzer Texte und Textauszüge zu gewerblichen Zwecken verwiesen, wie dies Aggregatoren – das Papier nennt hier Google News, Zite, Flipboard,³⁰ Pocket oder Pulse – praktizierten. Darüber hinaus würden über Downloadplattformen gescannte Zeitungen und Zeitschriften vollständig zum Herunterladen angeboten. Gewerbeunternehmen nutzten Presseerzeugnisse zur Information ihrer Mitarbeiter und Kunden.³¹ Die aufgezählten Beispiele suggerieren, den Verlagen mit dem Leistungsschutzrecht endlich die nötigen Mittel an die Hand zu liefern, sich zur Wehr zu setzen. Dass ganze Texte seit jeher dem Schutz des Urheberrechts unterliegen und ihre Verwendung nicht ohne die Einräumung entsprechender Nutzungsrechte durch deren Inhaber gestattet ist, wird nicht explizit herausgestellt. Auch der Umstand, dass Google News in Deutschland keinerlei Werbung einblendet, findet keine Erwähnung.

4 Die Problematik eines Leistungsschutzrechts für Presseverleger

4.1 Urheber- und Nutzungsrechte im Verhältnis von Journalisten und Verlagen

Journalisten räumen den Verlagen in der täglichen Praxis Nutzungsrechte ein.

Im Verhältnis zwischen Journalisten und Verlegern ist vertraglich festgelegt, wie umfänglich die Rechte sind, welcher der Autor als Urheber an den Verlag abtritt. § 31 (1) des Urheberrechtsgesetzes bildet hierfür den Rechtsrahmen und lässt sowohl die Einräumung

³⁰ Vgl. Frankfurter Allgemeine Blogs 21.07.2012

³¹ Vgl. VDZ/BDVZ

einfacher als auch ausschließlicher Nutzungsrechte zu.³² Für festangestellte Redakteure ist die Rechteübertragung tarifvertraglich festgelegt.³³ Freie Journalisten und die Abnehmer ihrer Beiträge regeln die Übertragung von Nutzungsrechten innerhalb von Autorenverträgen. Wie umfangreich die eingeräumten Rechte sind, kann dabei von Thema, Umfang, gefühlter Bindung eines freien Journalisten an eine Redaktion und der gewünschten Exklusivität eines Beitrages abhängen. Ein einfaches Nutzungsrecht erlaubt den Verlagen, das journalistische Erzeugnis zu publizieren, ohne dabei allerdings einen exklusiven Anspruch auf die Weiterverwendung zu besitzen. Für den Autor bedeutet dies die Möglichkeit, das eigene Werk auch an andere zu verkaufen. Aus Perspektive der Verlage besteht daher ein großes Interesse daran, umfassende Nutzungsrechte für journalistische Erzeugnisse zu besitzen, die auch die Grundlage für Urheberrechtsauseinandersetzungen bilden.³⁴

4.2 Das Leistungsschutzrecht als „verwandtes Schutzrecht“

Vom Urheberrecht des Schöpfers und den daraus abgeleiteten Nutzungsrechten getrennt zu betrachten sind sogenannte Leistungsschutzrechte. Bei diesen handelt es sich um „verwandte Schutzrechte“. Während das Urheberrecht dem Schutz der Interessen des kreativen Schöpfers eines künstlerischen oder kulturellen Werks im Sinne eines immateriellen Gutes dient, sollen Leistungsschutzrechte die Interessen der nicht kreativ oder schöpferisch am Erstellungsprozess Beteiligten wahren. Hier zu nennen sind beispielsweise Produzenten von Filmen und Tonträgern, die zur Realisierung des Werkes vor allem in finanzieller Hinsicht beitragen bzw. diese erst ermöglichen.

Leistungsschutzrechte
schützen die Interessen
der nicht kreativ am
Erstellungsprozess
Beteiligten

32 §31 UrhG (1)

33 Vgl. Manteltarifvertrag für Redakteurinnen und Redakteure an Tageszeitungen: §18

34 Vgl. Heidrich 2010

Urheberrechte und verwandte Schutzrechte sind im Originalwerk nicht mehr trennbar.

Urheberrechte und verwandte Schutzrechte finden bei Film- und Musikproduktionen gemeinsam Eingang in das Ergebnis des Herstellungsprozesses und sind in dem vollendeten Produkt in Form des Originalwerkes oft nicht mehr trennbar. Durch Verträge lassen sich die Ansprüche aller Rechteinhaber für die kommerzielle Verwertung definieren, indem etwa Nutzungsrechte aus dem Urheberrecht von den Künstlern abgetreten oder eine Beteiligung vereinbart wird. Auch Produkte, die keinerlei Urheberrechtsschutz mehr unterliegen, können mit Leistungsschutzrechten belegt sein. So unterliegt z.B. die Aufführung eines Werkes von Beethoven durch ein Orchester einem Leistungsschutzrecht, auch wenn Noten und Text mittlerweile gemeinfrei sind, also keinem Urheberrechtsschutz mehr unterliegen.

4.3 Verwertung von Schutzrechten auf journalistische Erzeugnisse in Deutschland

Geistige Eigentumsrechte an journalistischen Erzeugnissen gibt es in Deutschland nur aufgrund des Urheberrechts.

Für journalistische Erzeugnisse gibt es in Deutschland bisher keinerlei verwandte Schutzrechte, alle rechtlichen Ansprüche der Verlage leiten sich aus der Einräumung von Nutzungsrechten durch die Autoren ab. Für gedruckte Presseerzeugnisse besteht die Möglichkeit der Vervielfältigung, mit Ausnahme einer Abschrift, lediglich in der Herstellung einer Fotokopie.

Urheber- und Nutzungsrechte werden Offline durch die Geräte- und Betreibervergütung verwertet.

Um die Möglichkeiten der Vervielfältigung zu berücksichtigen, gibt es für den Bereich der Zeitungs- und Zeitschriftenverlage, analog zu ähnlichen Regelungen für andere Branchen, die Geräte- und Betreibervergütung, auf deren Grundlage Hersteller und Anbieter von Vervielfältigungskapazitäten wie Universitätsbibliotheken und Copyshops zur Kasse gebeten werden. Die Verteilung der Einnahmen an die Rechteinhaber erfolgt über die Verwertungsgesellschaft Wort (VG Wort).³⁵ Vergleichbare Vergütungsmechanismen für im Internet vervielfältigte journalistische Erzeugnisse auf Grundlage des

³⁵ Vgl. VG Wort

Urheberrechts bestehen in Deutschland nicht.

Selbiges gilt für einen gesonderten Schutz der Leistungen von Verlagen, und auch international gibt es nur wenige Beispiele. Im Publisher's Right des Vereinigten Königreichs wird ein Schutz des Beitrags der Verlage in Bezug auf das Layout und die typografische Gestaltung von Printerzeugnissen definiert, welcher sich jedoch nicht auf die journalistischen Inhalte selbst bezieht.³⁶

Das britische Publisher's Right schützt ausschließlich Layout und typographische Gestaltung von Printerzeugnissen.

4.4 „Snippets“ haben keine ausreichende Schöpfungshöhe

Anders als bei gedruckten Medien besteht im Internet die Möglichkeit, die journalistischen Inhalte getrennt von Layout und Typographie zu verwenden, wie etwa in den kurzen Textauszügen in den Ergebnissen von Suchmaschinen. Juristisch maßgebliches Schutzrecht wären ausschließlich das Urheberrecht und daraus abgeleitete Nutzungsrechte der Verlage. Im sogenannten Paperboy-Urteil von 2003 stellte der Bundesgerichtshof jedoch bereits fest, dass kurze Textauszüge von Presstexten die für einen Urheberrechtsschutz nötige Schöpfungshöhe nicht aufweisen.³⁷ Das Urteil sagt darüber hinaus aus, dass Verlinkungen auf öffentlich zugänglich gemachte Werke keinen Verstoß gegen das Urheberrecht darstellen können.

Im Paperboy-Urteil stellt der BGH die für einen urheberrechtlichen Schutz unzureichende Schöpfungshöhe kurzer Textauszüge fest.

4.5 Ein Leistungsschutzrecht würde „Snippets“ von Presseerzeugnissen unter Schutz stellen

Eine Einnahmemöglichkeit der Verlage an den kostenlos im Internet zugänglich gemachten Presseerzeugnissen über das Urheberrecht besteht nur, wenn Schadensersatz aufgrund der Verletzung urheberrechtlich geschützter Werke geltend gemacht werden kann, etwa in Fällen, in

³⁶ Vgl. Nolte 2010, S.192

³⁷ Vgl Bundesgerichtshof 17.07.2003

denen ganze Texte ohne Genehmigung zu kommerziellen Zwecken kopiert werden.

Das Leistungsschutzrecht soll auch auf „Snippets“, also kurze Textauszüge, anwendbar sein.

Das geplante Leistungsschutzrecht für Presseverleger soll im Gegensatz dazu bereits auf Teile von Presseerzeugnissen im Umfang der „Snippets“ angewendet werden. In der Gesetzesbegründung wird explizit auf das „Metall auf Metall“-Urteil des Bundesgerichtshofs Bezug genommen, das Tonträgerherstellern ein Leistungsschutzrecht auch auf kleinste Auszüge eines musikalischen Werkes zugesteht, da diese unabhängig von ihrer Größe ein Produkt unternehmerischer Leistung und damit schützenswert seien.³⁸

Der Schutz von „Snippets“ soll den Verlagen Sicherheit vor der kommerziellen Verwertung durch Dritte geben.

Der fehlende Schutz von „Snippets“ durch das Urheberrecht ist Ansatzpunkt der Verlage. Diese sehen in der Verwendung von Ausschnitten durch kommerzielle Verwerter im Internet eine ungerechtfertigte Nutzung der von ihnen selbst beigetragenen Leistung an der Herstellung von Presseerzeugnissen. Christoph Fiedler, Geschäftsführer Medienpolitik im VDZ, bringt die Verlagsargumentation auf den Punkt: „Das Schutzbedürfnis der Verlegerleistung ist heute unabweisbar: In der Welt der reinen Papierpresse konnte kein Dritter die Verlegerleistung in relevanter Weise für sich ausnutzen. Im Internet hingegen wird vor allem die Online-Presse in Sekunden von Dritten übernommen und vermarktet.“³⁹

4.6 Ein Leistungsschutzrecht macht Urheber- und Verlegerleistung untrennbar

Der organisatorische Beitrag von Verlagen wird durch ein LSR im Presseerzeugnis selbst verortet.

Der Regierungsentwurf trennt nicht zwischen Autoren oder Verlegern zuzuordnenden Beiträgen zum Presseerzeugnis, etwa journalistischer Inhalt und äußere Form. Indem er die redaktionell-technische Festlegung als Kriterium für die Definition eines Presseerzeugnisses

³⁸ Vgl. Bundesregierung 30.08.2012, S.8 mit Bezug auf Bundesgerichtshof 20.11.2008

³⁹ Fiedler 2010

heranzieht, verortet er auch organisatorische Leistungen der Verlage im Inhalt des Presstextes selbst.⁴⁰ Die Bereitstellung des journalistischen Arbeitsumfeldes kann eine solche sein. Ein Presseergebnis ist in dieser Argumentation der untrennbare Ausfluss des Beitrages zweier Parteien, des Autors als Urheber und des Verlegers.

Die zusätzliche Belegung von journalistischen Inhalten mit einem Leistungsschutzrecht würde die Möglichkeit ihrer, auch auszugsweisen, weiteren Nutzung von der Zustimmung der Verlage als zweiter Instanz nach dem Inhaber der Nutzungsrechte abhängig machen, selbst wenn keine Schutzmöglichkeit durch das Urheberrecht besteht. Gewerbliche Nutzer von „Snippets“ wären gezwungen, eine Genehmigung der Verleger einzuholen, auch wenn deren Beitrag im journalistischen Inhalt nicht identifizierbar ist. Die durch ein Leistungsschutzrecht untrennbar miteinander verbundenen Leistungen von Autoren und Verlegern in einem Presseergebnis würden diese nur im Paket verwertbar machen, mit Konsequenzen für Dritte im Internet.

Die Belegung von Presseergebnissen mit doppelten Schutzrechten macht die Weiternutzbarkeit von zusätzlicher Zustimmung abhängig.

5 Leistungsschutzrecht – und was dann?

5.1 Ein Leistungsschutzrecht erfordert komplexes Rechtemanagement

Ob das Eintreten des von den Verlegern angestrebten Zustands überhaupt realistisch ist, bleibt vor allem hinsichtlich der zu erwartenden Reaktionen der Suchmaschinenbetreiber fraglich. Da eine zentrale Verwertungsgesellschaft für Leistungsschutzrechte nach dem Regierungsentwurf bisher nicht vorgesehen ist, würde nach gegenwärtigem Stand die Notwendigkeit für jeden Verwerter der fraglichen Textauszüge bestehen,

Ein Leistungsschutzrecht ohne Verwertungsgesellschaft erfordert ein komplexes Rechtemanagement.

⁴⁰ In der Gesetzesbegründung heißt es „wirtschaftliche, organisatorische und technische Leistung des Presseverlegers“; Bundesregierung 30.08.2012 S.8

einen Vertrag mit allen Inhabern der Leistungsschutzrechte der von ihm indizierten Erzeugnisse zu schließen. Zum Selbstschutz vor Lizenzverstößen wäre also ein prophylaktisches Austragen aller Verlagsseiten ein naheliegendes Mittel, alternativ bestünde die Möglichkeit der ausschließlichen Anzeige „nackter“ Links, also ohne Textvorschau.⁴¹

Die Austragung von Presstexten aus den Google-Suchergebnissen ist nicht unwahrscheinlich.

Googles Reaktion auf einen in Belgien in allen Instanzen verlorenen Rechtsstreit, bei dem es um eben jene Verwendung kurzer Textausschnitte und Bilder bei der Verlinkung ging, kann als Hinweis auf mögliche Konsequenzen dienen. Nach dem verlorenen Rechtsstreit nahm Google alle Webseiten der vor Gericht erfolgreichen Rechteverwertungsgesellschaft Copiepresse aus der Indizierung. Unabhängig, ob dies aus Selbstschutz – wie Google behauptet – oder aus absichtlicher Überinterpretation des Urteils erfolgte, zeigt das mittlerweile wieder rückgängig gemachte Ergebnis der Auseinandersetzung, welche enormen Folgen ein derartiger Konflikt in Deutschland haben könnte.⁴² Auch die Sperrung von YouTube-Inhalten infolge des Gema-Streits zeigt, dass eine solche Reaktion im Bereich des Möglichen liegt.⁴³

Ein LSR könnte sich negativ auf die Auffindbarkeit von Informationen im Internet auswirken.

Leidtragende der Auseinandersetzung um das Leistungsschutzrecht könnten vor allem die Nutzer der digitalen Verlagsangebote im Internet sein. De-Indizierung und/oder Anzeige „nackter“ Links erschweren die Informationssuche im Internet, wenn „Snippets“ nicht mehr zur Selektion der Suchergebnisse zur Verfügung stehen.

Ein umfassendes Rechtemanagement von wechselseitig zu gewährenden Erlaubnissen zur Verwendung von Content könnte darüber hinaus für verschie-

41 Vgl. Schultz 15.06.2012

42 Vgl. heise online 19.07.2011

43 Vgl. Welt Online; Winckler 31.03.2009

dene Aggregatoren von Verlagserzeugnissen eine unterschiedlich große Herausforderung darstellen, tendenziell ressourcenstarke Verleger begünstigen und Innovationen im Nachrichtenmarkt erschweren. Ob diese Möglichkeit bis in das Bewusstsein kleiner Verleger gedrungen ist, bleibt aber fraglich. Als Reaktion auf einen Brief der Initiative gegen ein Leistungsschutzrecht (IGEL) an deutsche Verlage, welcher die Gefahren der Einführung eines Leistungsschutzrechts aufgrund der zu erwartenden Reaktion von Google umreißt,⁴⁴ bekannten sich auch die Lokalzeitungen in einem Schreiben an die Bundesministerin der Justiz zum Leistungsschutzrecht.⁴⁵ Wo diese allerdings den eigenen Vorteil im Falle des Eintritts der von Google erwarteten Reaktion sehen, wird nicht thematisiert.

Rechtemanagement ohne Verwertungsgesellschaft könnte große Verlage und Aggregatoren begünstigen.

5.2 Ein Leistungsschutzrecht schafft fragwürdige Anreize für den Umgang mit Informationen in der Gesellschaft

Aber auch im Falle des Ausbleibens einer drastischen Reaktion durch Google und anderer News-Aggregatoren könnte ein Leistungsschutzrecht gesamtgesellschaftlich wohl kaum erwünschte Konsequenzen nach sich ziehen. So argumentiert etwa Torben Stühmeier in einer vor dem ersten Gesetzentwurf veröffentlichten ordnungspolitisch-ökonomischen Auseinandersetzung mit dem Thema, dass die doppelte Belegung journalistischer Inhalte sowohl mit dem Urheberrecht als auch mit dem Leistungsschutzrecht für freie Autoren die Anreize zur Schaffung von Inhalten eher verringere, da der Verkauf eines bereits bei einem Verlag erschienenen Artikels an einen anderen Abnehmer von der zusätzlichen Zustimmung des Erstverlegers abhängig wäre.⁴⁶ Diese Befürchtung scheint mit der gegenwärtigen Fassung des Entwurfs nicht akut zu sein, da §87g (3) klarstellt, dass ein Leistungsschutzrecht nicht

Weiterverwertungsmöglichkeiten für Urheber dürften nach aktuellem Stand nicht negativ durch das LSR beschränkt werden.

44 Vgl. Keese 25.06.2012

45 Vgl. VDL – Verband Deutscher Lokalzeitungen 28.06.2012

46 Vgl. Stühmeier 2011, S.14

zum Nachteil des Urhebers geltend gemacht werden kann.⁴⁷

<p>Negative Effekte doppelter Rechtebelegung auf die Verbreitung von Wissen in der Gesellschaft</p>	<p>Ein tendenziell negativer Effekt eines doppelten Schutzrechts kann allerdings auf die Verbreitung von Wissen in der Gesellschaft angenommen werden. Wenn die Streuung von Informationen abhängig von der Erfüllung einer zusätzlichen Bedingung ist, kann dies ceteris paribus nur verlangsamend auf die Verbreitungsgeschwindigkeit wirken.⁴⁸ Die Stärke dieses Effekts wäre davon abhängig, inwieweit sich der Markt für Suchmaschinen und News-Aggregatoren im Zuge der Einführung des Leistungsschutzrechts für Presseverleger verändern würde. Der Versuch, eventuelle, aus der doppelten Rechtebelegung resultierende soziale Ineffizienzen zu vermeiden, ist in den Empfehlungen der Bundesratsausschüsse zum Leistungsschutzrecht zu erkennen, die in der SPD-Medienkommission erarbeitet wurden. Sie wollten den Verlegern mit der Vermutungsregel eine gesetzliche Handhabe für die verbesserte Durchsetzung von Urheberrechtsansprüchen an die Hand geben, anstatt ein neues Schutzrecht zu erschaffen.⁴⁹</p>
---	---

5.3. Notwendigkeit und Stabilitätsproblem einer Verwertungsgesellschaft

<p>Die Einrichtung einer Verwertungsgesellschaft könnte in der Zukunft aus pragmatischen Gründen sinnvoll werden.</p>	<p>Weitere fragwürdige Konsequenzen aus der Implementierung eines Leistungsschutzrechts würden sich unter Einbeziehung einer Verwertungsgesellschaft ergeben. Entgegen der Erwartung vieler Beobachter ließ der Regierungsentwurf für das Leistungsschutzrecht keinerlei Intention erkennen, eine solche überhaupt einzurichten. Es ist aber fraglich, ob sie aus pragmatischen Gründen nicht doch früher oder später eingeführt werden wird oder die entsprechenden Aufgaben an eine bereits bestehende Organisation übertragen werden.</p>
---	--

47 Vgl. Bundesregierung 30.08.2012

48 Vgl. Stühmeier 2011, S.15

49 Vgl. heise online 12.10.2012

Eine Verwertungsgesellschaft könnte die Nutzungsbedingungen für die Verwendung von journalistischen Inhalten zwischen Verlegern und Dritten einheitlich reglementieren, anfallende Zahlungen von Lizenzgebühren zentral abwickeln und überdies eine standardisierte Prozedur zur Beteiligung der Urheber an den Einnahmen etablieren. Aus ökonomischer Perspektive bestehen jedoch Zweifel, ob eine Verwertungsgesellschaft, die alle Verlage einbezieht, überhaupt Bestand haben könnte, ohne eine kartellartige Struktur zum Nachteil der Internetnutzer zu bilden.

Der Online-Nachrichtenmarkt ist durch eine hohe Wettbewerbsintensität gekennzeichnet. Große, zwischen den Zeitungen bestehende Schnittmengen in den abgedeckten Themenfeldern sowie ein von den Presseagenturen bereitgestellter, allen Redaktionen zugänglicher Grundstock an Informationen machen es äußerst schwierig, eine Leistung zu erstellen, welche für den Internetnutzer nicht durch die Berichterstattung eines anderen Anbieters im Nachrichtenmarkt substituierbar ist. Ein mittels einer Verwertungsgesellschaft herbeigeführtes, uniformes Verhalten der Verlage schafft starke Anreize für einzelne Verlage, auf potenzielle Einnahmen aus einem Leistungsschutzrecht zu verzichten und stattdessen durch ein verbessertes Ranking oder häufigeres Vorkommen bei Suchmaschinenanbietern und News-Aggregatoren mehr Traffic auf den verlagseigenen Seiten und damit einhergehend höhere Werbeeinnahmen zu erzielen. Für Suchmaschinen und News-Aggregatoren wäre ein verstärkter Zugriff auf Nachrichteninhalte, die ohne die Entrichtung von Lizenzgebühren verwendet werden können, ökonomisch rational.

Die Wettbewerbsintensität des Nachrichtenmarkts schafft Anreizstrukturen für einen Trade-Off zwischen LSR-Einnahmen und Traffic.

Die Ausgangssituation der Verlage entspricht also der eines auf die Wettbewerbsökonomie übertragenen Gefangenendilemmas, eines Kartelldilemmas.⁵⁰ Die Anreize zum Ausstieg aus einer Verwertungsgesellschaft

50 Für Grundlegendes zum Kartelldilemma vgl. Knieps 2008, S.122-123

hängen wesentlich vom erwarteten Verhalten der anderen Verlage ab.

Unsicherheit über die zu erwartende Stabilität einer Verwertungsgesellschaft der Verlage

Für jeden Verlag bestünde die Notwendigkeit, eine unternehmerische Entscheidung aufgrund einer Abwägung zu treffen. Auf der einen Seite stehen die kurzfristig erhöhten Werbeeinnahmen, auf der anderen die zu erwartenden Mehreinnahmen durch die von Dritten wie z.B. Google zu entrichtenden und über die Verwertungsgesellschaft verteilten Lizenzeinnahmen.

Beide Seiten der Kalkulation sind wesentlich davon abhängig, wie sich die anderen Verlage verhalten, die ebenfalls in der Verwertungsgesellschaft organisiert sind. Der Ausstieg eines Verlages könnte ein Abspringen für die anderen Verlage tendenziell unattraktiver machen. Gleichzeitig würde aber auch die Position der Verwertungsgesellschaft gegenüber Google und anderen Verwertern durch Ausstiege geschwächt werden. Für das Kalkül dürfte eine Vielzahl weiterer Faktoren eine Rolle spielen, darunter etwa die Wahrscheinlichkeit, dass weitere Verlage auf die eine oder andere Weise handeln. Die Komplexität des strategischen Kalküls macht es schwierig, eine seriöse Einschätzung über die längerfristige Stabilität einer Verwertungsgesellschaft abzugeben.

Fraglich ist aber auch, ob die Verlage überhaupt in der entsprechenden Form zusammenfinden würden. So erklärte Spiegel Online bereits im Sommer 2012, die bisherige Praxis der Verlinkung von Artikeln auf der Verlagsseite auch weiterhin erlauben zu wollen. Eine Verwertungsgesellschaft an der ein oder mehrere Hauptakteure des Onlinejournalismus nicht partizipieren, wäre von vornherein kaum vorzustellen.⁵¹

Ein positiver Faktor für die Aufrechterhaltung einer gemeinsamen Verwertungslineie wäre in jedem Fall

51 Vgl. Spiegel Online/Horchert/Lischka/Reißmann 15.06.2012

eine enge Kontrolle und im für die beteiligten Verlage günstigsten Fall eine wechselseitige Absprache und Absicherung, keinesfalls von der gemeinsamen kollektiven Rechtswahrnehmung über eine Verwertungsgesellschaft abzurücken. Eine auf derartigen Absprachen basierende Verwertungsgesellschaft würde allerdings in einem kartellrechtlich bedenklichen Bereich agieren.

Eine auf Absprachen beruhende kollektive Rechtswahrnehmung wäre kartellrechtlich bedenklich.

5.4 Fragwürdige Anreizstrukturen einer Verwertungsgesellschaft

Nimmt man die juristische Zulässigkeit sowie die ökonomische Stabilität einer Verwertungsgesellschaft als gegeben an, so bleibt dennoch fraglich, ob durch diese nicht Anreizstrukturen geschaffen würden, welche dem Interesse eines Großteils der Internetnutzer zuwider laufen würden. Eine Verwertungsgesellschaft wäre darauf angewiesen, leistungsschutzrechtbezogene Lizenzgebühren anhand bestimmter Kriterien an ihre Mitglieder auszuschütten.⁵² Aus pragmatischen Gründen ist kaum ein Verteilungsschlüssel vorstellbar, der nicht auf einer quantitativen Bemessungsgrundlage basiert, etwa die Anzahl durch einen Verlag publizierter Artikel, Zeilen oder Wörter oder die Summe der generierten Klicks.⁵³ Alle diese haben gemein, dass sie Anreize erzeugen, möglichst viele Inhalte zu produzieren anstatt einen Fokus auf die inhaltliche Qualität zu legen. Letzere einzubeziehen würde die herausragende Schwierigkeit implizieren, einheitliche Definitionskriterien für journalistische Qualität festzulegen, sowie Möglichkeiten und organisationale Kapazitäten, diese zu identifizieren. Insofern ist kaum davon auszugehen, dass im Falle der Einführung einer Verwertungsgesellschaft für die Einnahmen aus einem Leistungsschutzrecht ein positiver Einfluss in

Eine Verwertungsgesellschaft müsste einen Verteilungsschlüssel auf quantitativen Kriterien ausrichten und damit fragwürdige Anreize setzen.

⁵² Vgl. zu den Anreizstrukturen von Verwertungsgesellschaften Haucap 26.06.2012, S.8

⁵³ Bei der Anzahl generierter Klicks hat die einem Medium von potenziellen Lesern zugeschriebene Qualität sicherlich einen positiven Einfluss, sie steht aber neben quantitativen Kriterien, welche in die gleiche Richtung wirken.

Richtung des von vielen Verlegern hochgehaltenen Arguments zu erwarten ist, eine Abgabe für Verwerter von „Snippets“ leiste einen positiven Beitrag für den Qualitätsjournalismus in Deutschland. Eine vornehmlich an quantitativen Kriterien ausgerichtete Beteiligung an den Einnahmen würde überdies einen substanziellen Vorteil für personell ressourcenstarke Verlage implizieren und damit wahrscheinlich zusätzliche Anreize für die Beschäftigung vieler, nicht notwendigerweise adäquat entlohnter Journalisten schaffen. Ein Nutzen für den Verbraucher, der sich in der Verfügbarkeit qualitativ hochwertiger Information widerspiegeln würde, wäre in diesem Fall kaum zu entdecken.

Die gleiche Argumentation würde im Übrigen auch gelten, wenn eine klickweise Abrechnung ohne Zwischenschaltung einer Verwertungsgesellschaft zwischen einzelnen Verlagen und Suchmaschinenbetreibern oder News-Aggregatoren vereinbart würde.

6 Meinungen in der Öffentlichkeit: Befragungsergebnisse

Ein LSR könnte sich auf das Internetnutzungsverhalten vieler auswirken.

Die bisherige öffentliche Aufmerksamkeit für die Debatte um das Leistungsschutzrecht kann jenseits der interessierten Fachöffentlichkeit allenfalls als moderat bezeichnet werden. Dafür ist wohl nicht zuletzt der Mangel an verlässlichen Informationen über die geplante Ausgestaltung des Gesetzes verantwortlich, der lange Zeit herrschte. Dabei könnte eine entsprechende Regelung durchaus erheblichen Einfluss auf die täglichen Gewohnheiten vieler Internetnutzer haben, etwa in Bezug auf ihr Informationsverhalten.

Das IFSE hat eine repräsentative Umfrage unter Internetnutzern zum Thema Leistungsschutzrecht durchgeführt.

Das Institut für Strategieentwicklung (IFSE) hat sich dem Thema in einer repräsentativen Umfrage für die deutschen Internetnutzer bereits im März und April dieses Jahres gewidmet. Im Rahmen der Studie Digitale Mentalität II wurde eine für die deutschen Internetnutzer im Alter von 14 bis 69 Jahren repräsentative Stichprobe von

1.000 Teilnehmern erhoben, die zu ihrer Meinung zum Leistungsschutzrecht sowie zu weiteren Themen befragt wurden.⁵⁴ Ebenso befragt wurden mehr als 1.000 über das Internet rekrutierte Nutzer mit hoher Webaffinität.⁵⁵

Zum Zeitpunkt der Umfrage schwelte die Diskussion zwar bereits, doch fehlte zu diesem Zeitpunkt noch der Gesetzentwurf, es gab also wenige präzise Aussagen über die zu erwartende genaue Ausgestaltung des Gesetzes. Aus diesem Grund wurde nicht ausschließlich nach der Meinung zum Leistungsschutzrecht gefragt, sondern auch

Neben der Meinung zum Leistungsschutzrecht wurden Argumente abgefragt.

54 Die repräsentative Befragung deutscher Internetnutzer zwischen 14 und 69 Jahren wurde im Auftrag des IFSE durch das LINK-Institut unter den Teilnehmern seines Internet-Panels durchgeführt. Als Internetnutzer wird angesehen, wer mindestens einmal wöchentlich zu privaten Zwecken das Internet nutzt. Die Inklusion in das Panel erfolgt ausschließlich über telefonische Rekrutierung. Für die Befragung zur Studie Digitale Mentalität II wurde eine Quotierung der Panelteilnehmer nach Alter und Geschlecht vorgenommen, um die soziodemographische Verteilung der Internetnutzer repräsentativ abzubilden. Durch die überproportionale Einladung von Internetnutzern mit geringerer Nutzungsfrequenz wurde deren geringere Teilnahmewahrscheinlichkeit ausgeglichen. Mit beiden Maßnahmen soll ein möglichst exaktes verkleinertes Abbild der Internetnutzer in Deutschland in der Befragung erreicht werden. Der Befragungszeitraum erstreckte sich vom 23. März bis zum 04. April 2012, der realisierte Stichprobenumfang beläuft sich auf N = 1.000.

55 Die Umfrage unter den „Webaktiven“ fand über das Online-Umfragetool SurveyMonkey zwischen dem 23. April und dem 17. Mai 2012 statt. Der Hinweis auf die Umfrage und die Aufforderung zur Teilnahme erfolgten durch die Streuung über verschiedene Kanäle im Internet. Neben der Ankündigung auf der Webseite des IFSE und eines YouTube-Trailers zu Umfrage waren dies u.a. die Foren Gulli.com und iRights.info. Die Zusammensetzung der Umfrageteilnehmer unterliegt daher einer vollständigen Selbstselektion, eine Grundgesamtheit, über welche die Befragungsergebnisse Auskunft geben sollen, kann nicht klar benannt werden. Es kann angenommen werden, dass durch die Auswahl der Kanäle zu großen Teilen Personen erreicht wurden, die eine hohe Internetaffinität aufweisen. In die Auswertung wurden die Antworten von N = 1074 Befragten aufgenommen. Die Fragen zum Leistungsschutzrecht wurden aufgrund ihrer Position in der Umfrage von denjenigen nicht beantwortet, welche zu einem früheren Zeitpunkt aus der Beantwortung des Fragebogens ausstiegen. Außerdem konnten Fragen übersprungen werden.

nach der Zustimmung bzw. Ablehnung von Aussagen, welche die wesentlichen Argumentationspunkte der bisherigen Debatte zu diesem Zeitpunkt wiedergaben.

6.1 Gegner des Leistungsschutzrechts überwiegen unter den Internetnutzern

Als Einleitung der Frage zum Leistungsschutzrecht wurde eine kurze Schilderung vorangestellt, die den zu diesem Zeitpunkt aktuellen Stand der Diskussion möglichst objektiv formulieren sollte:

„Zurzeit wird das sogenannte Leistungsschutzgesetz diskutiert. Demnach müssen nach Plänen der Bundesregierung gewerbliche Anbieter, wie Suchmaschinenbetreiber, News-Aggregatoren (z.B. Google News) und eventuell auch Freiberufler, möglicherweise bald für die Verbreitung kleiner Ausschnitte von Presseerzeugnissen (Presstexte, Bilder usw.) im Internet ein Entgelt an die Verlage zahlen.“

Wie ist Ihre prinzipielle Meinung zu diesem Leistungsschutzrecht?“

Die Gegner des Leistungsschutzrechts sind in der Mehrheit.

Ein bemerkenswertes Ergebnis der Befragung war der hohe Anteil der Befragten, der sich noch keine Meinung zum Leistungsschutzrecht gebildet hatte. Immerhin 39% der Internetnutzer gaben an, keine Meinung zu diesem Thema zu besitzen. Nur eine Minderheit von 17% sprach sich für das Leistungsschutzrecht aus, während 44% der Internetnutzerangaben, gegen das Leistungsschutzrecht zu sein.

Meinungen zum Leistungsschutzrecht unter Internetnutzern

(In Prozent; Repräsentativ für Internetnutzer im Alter zwischen 14 und 69 Jahren) N = 955



(Abbildung 2)

6.2 Gegner des Leistungsschutzrechts sind jünger und computeraffin

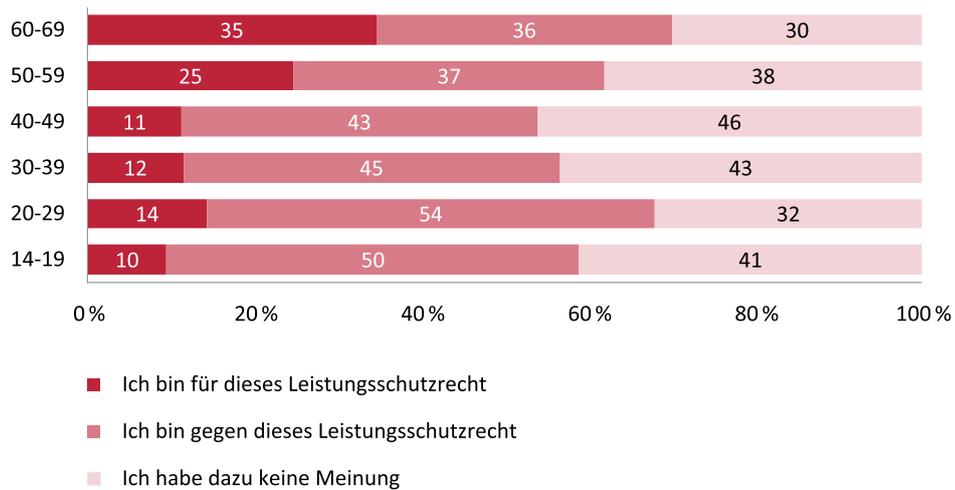
Es liegt nahe zu vermuten, dass sich Befürworter und Gegner des Leistungsschutzrechts nicht ausschließlich in Bezug auf ihre Einstellung zum Thema LSR unterscheiden, sondern dass die vorgetragenen Meinungen in Zusammenhang mit vorhandenen Werten, Alltagsgewohnheiten und soziodemographischen Merkmalen stehen.

So zeigt eine nach Altersgruppendifferenzierte Betrachtung von Befürwortern und Gegnern des Leistungsschutzrechts, dass die Ablehnung des Leistungsschutzrechts in den unteren Altersklassen am stärksten ist. In der Altersklasse der 60- bis 69-Jährigen halten sich Befürworter und Gegner die Waage. Dies kann in Zusammenhang mit dem typischen Mediennutzungsverhalten von Befürwortern und Gegnern gesehen werden.

Die Ablehnung gegen das LSR ist in den jüngeren Altersklassen am stärksten.

Meinung zum Leistungsschutzrecht in den Altersklassen

(In Prozent der Befragten nach Altersklassen) N = 95-230



(Abbildung 3)

Gegner des LSR
nutzen stärker
digitale Medien.

So lesen die Befürworter des Leistungsschutzrechts im Durchschnitt täglich rund zwölf Minuten länger in Tages- und Wochenzeitungen (36 Minuten zu 24 Minuten). Die Gegner verbringen hingegen ca. acht Minuten mehr auf Online-Nachrichtenseiten (31 Minuten zu 24 Minuten). Auch die tägliche private Computernutzung ist bei den Gegnern des Leistungsschutzrechts mit 107 Minuten ca. 26 Minuten höher als die der Befürworter.

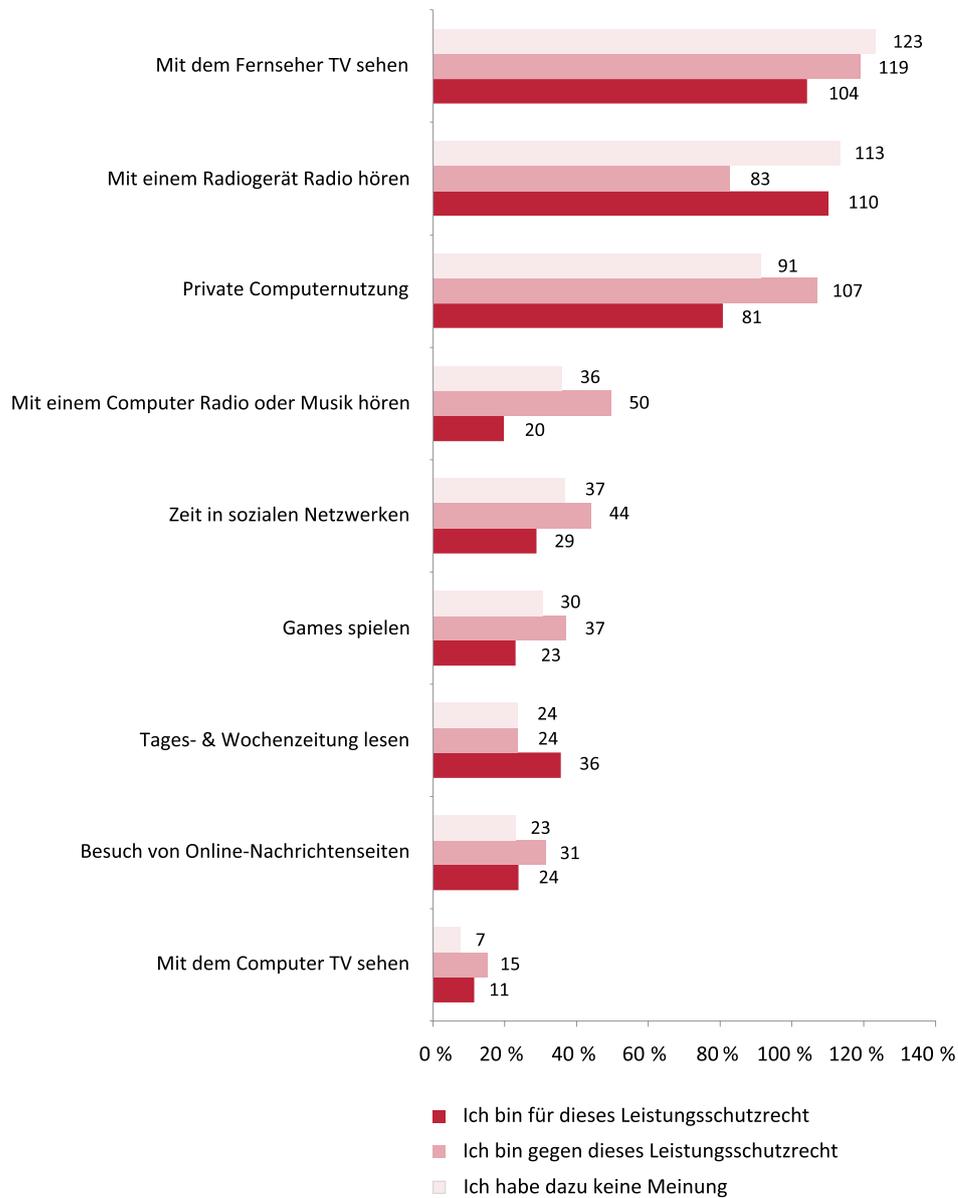
Mediennutzungsverhalten von Befürwortern und Gegnern des Leistungsschutzrechts

(In durchschnittlich täglich aufgewendeten Minuten)

N: Befürworter = 151-158;

Gegner = 339-415;

Keine Meinung = 337-363



(Abbildung 4)

Je größer die Internetaktivität eines Nutzers, desto wahrscheinlicher lehnt dieser das LSR ab.

Die Unterschiede zwischen Befürwortern und Gegnern des Leistungsschutzrechts in Bezug auf ihr Medien-nutzungsverhalten spiegeln sich auch wider, wenn eine Unterscheidung nach deren Aktivität im Internet vorgenommen wird. Je intensiver ein Nutzer im Internet aktiv ist, desto eher lehnt er das Leistungsschutzrecht für Presseverleger ab. Dies mag mit einer anderen Abschätzung der Folgen der geplanten Gesetzesänderung sowie persönlicher Betroffenheit zusammenhängen und/oder der Art und Weise des Diskurses zum Thema im Netz.

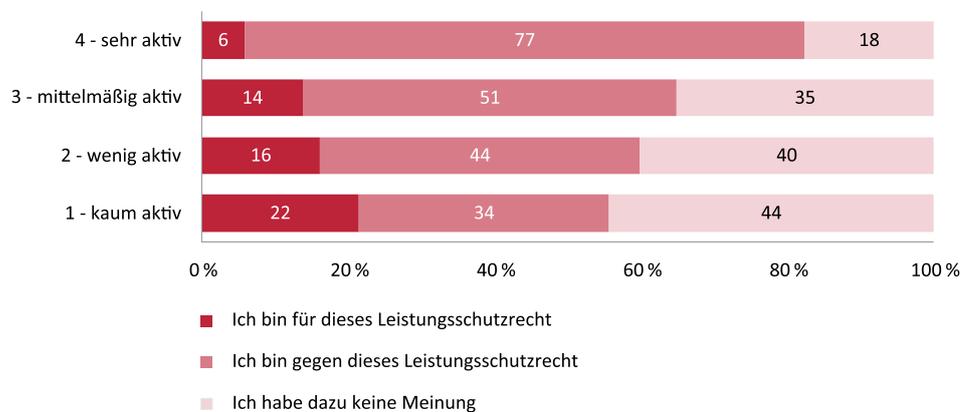
Außerdem offenbart die Abbildung einen klaren Hinweis darauf, dass umfangreichere Aktivität im Internet auch damit einhergeht, sich einfacher eine Meinung über das Leistungsschutzrecht zu bilden. Dies ist angesichts der bislang vorrangig im Netz ausgetragenen Debatte kaum verwunderlich.

Internetaktivität von Befürwortern und Gegnern des Leistungsschutzrechts

(In Prozent der Befragten nach Internetaktivität)

N: 1 - kaum aktiv = 228; 2 - wenig aktiv = 499;

3 - mittelmäßig aktiv = 193; 4 - sehr aktiv = 34



(Abbildung 5)⁵⁶

Es lässt sich resümieren: Diejenigen, die am stärksten von der Einführung eines Leistungsschutzrechts tangiert würden, lehnen dieses am vehementesten ab, während unter den Internetnutzern mit geringerem Aktivitätsniveau die Gleichgültigkeit gegenüber dem Thema deutlich größer ist.

⁵⁶ Die Internetaktivität wurde in Form eines Indexes gemessen. Internetnutzer sollten die Häufigkeit von insgesamt acht von ihnen im Internet betriebenen Aktivitäten auf einer Skala mit den Ausprägungen „nie“, „selten“, „regelmäßig“ und „sehr oft“ einordnen. Abgefragt wurden folgende Aktivitäten: Eigener Blog, Twitter, Eigene Webseite, Bewertungen/Testberichte, Facebook, Verfassen von Beiträgen in Diskussionsforen, Google + (Soziales Netzwerk) und Emails lesen. Zur Berechnung des Aktivitätsindexes wurde für alle acht abgefragten Tätigkeiten Punkte vergeben: Für seltene Aktivität einer, für regelmäßige zwei und für sehr häufige drei. Anschließend wurden die erhaltenen Punkte addiert und die Befragten in Gruppen eingeteilt. Als kaum aktiv wurden Befragte mit bis zu vier Punkten eingestuft, als wenig aktiv solche mit fünf bis acht Punkten, mittelmäßig solche mit neun bis zwölf Punkten und alle darüber erhielten das Attribut sehr aktiv.

6.3. Aggregierte Einschätzungen von Argumenten zum Leistungsschutzrecht

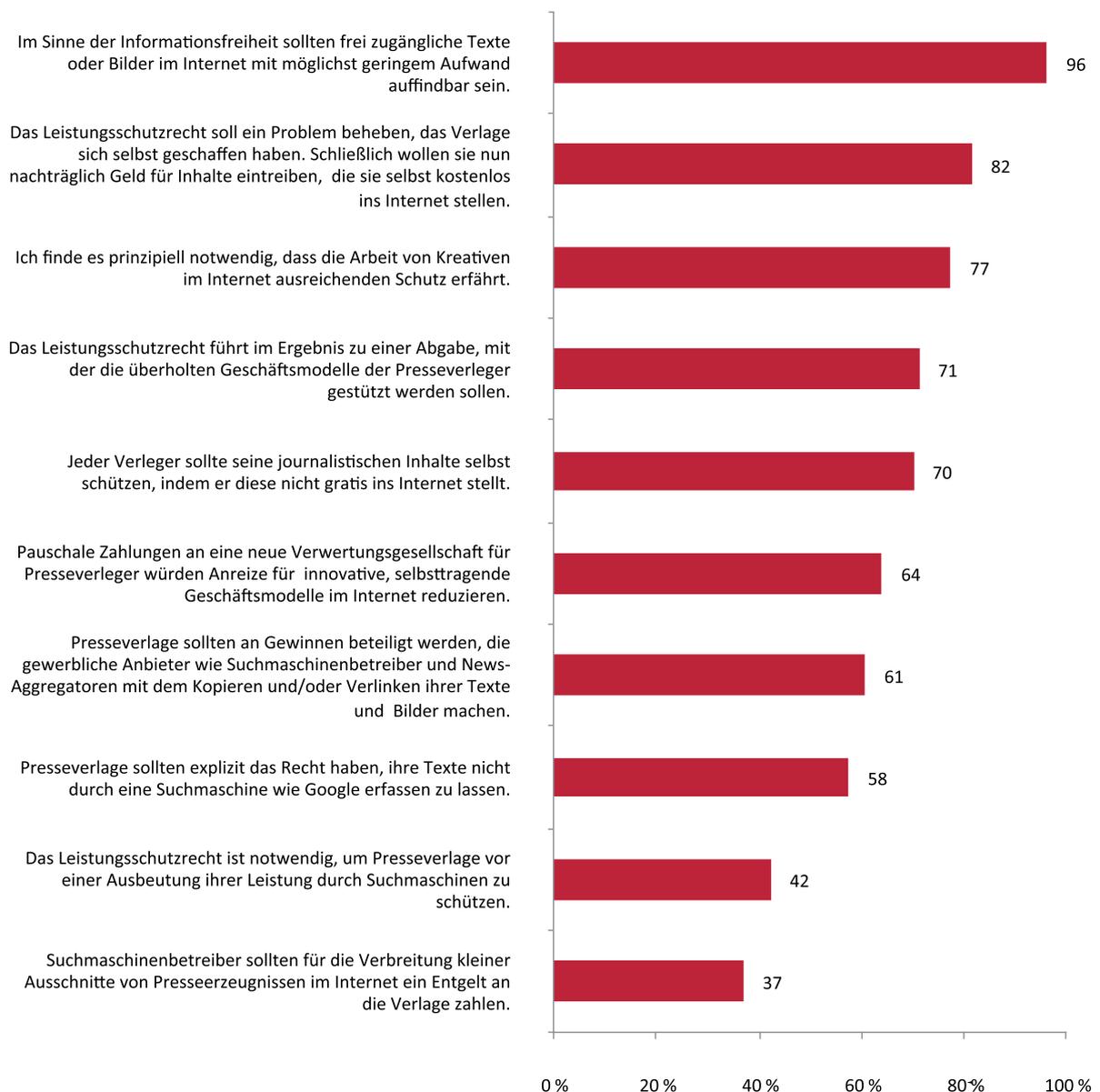
Um zu ermitteln, welche Einstellungen und Argumente den Positionen zum Leistungsschutzrecht zugrunde liegen, wurde zusätzlich zu der einfachen Befürwortung und Ablehnung des Leistungsschutzgesetzes auch erfragt, inwiefern die Internetnutzer mit unterschiedlichen Aussagen übereinstimmen. Diese sollten ihre Einstellung auf einer vierstufigen Skala mit den Ausprägungen „trifft genau zu“, „trifft etwas zu“, „trifft weniger zu“ und „trifft gar nicht zu“ einordnen. Nachfolgende Abbildung gibt zunächst die Zustimmungswerte der einzelnen Aussagen wieder, ohne zwischen Befürworter und Gegner des Leistungsschutzrechts zu differenzieren.

Die einfache Auffindbarkeit von Inhalten und der Schutz kreativer Leistungen werden von den meisten Befragten als wichtig erachtet.

Die drei höchsten Zustimmungswerte in absteigender Reihenfolge erhalten die Einschätzungen, dass frei zugängliche Texte und Bilder im Internet mit möglichst geringem Aufwand auffindbar sein sollten (96%), das Leistungsschutzrecht ein von den Verlagen selbst geschaffenes Problem lösen soll (82%), sowie die Auffassung, dass es eine prinzipielle Notwendigkeit des Schutzes kreativer Arbeit im Internet gibt (77%).

Einstellungen rund um das Leistungsschutzrecht unter den repräsentativ befragten Internetnutzern

(In Prozent der Befragten, welche die jeweiligen Aussage genau oder etwas zutreffend fanden) N = 436-553



(Abbildung 6)

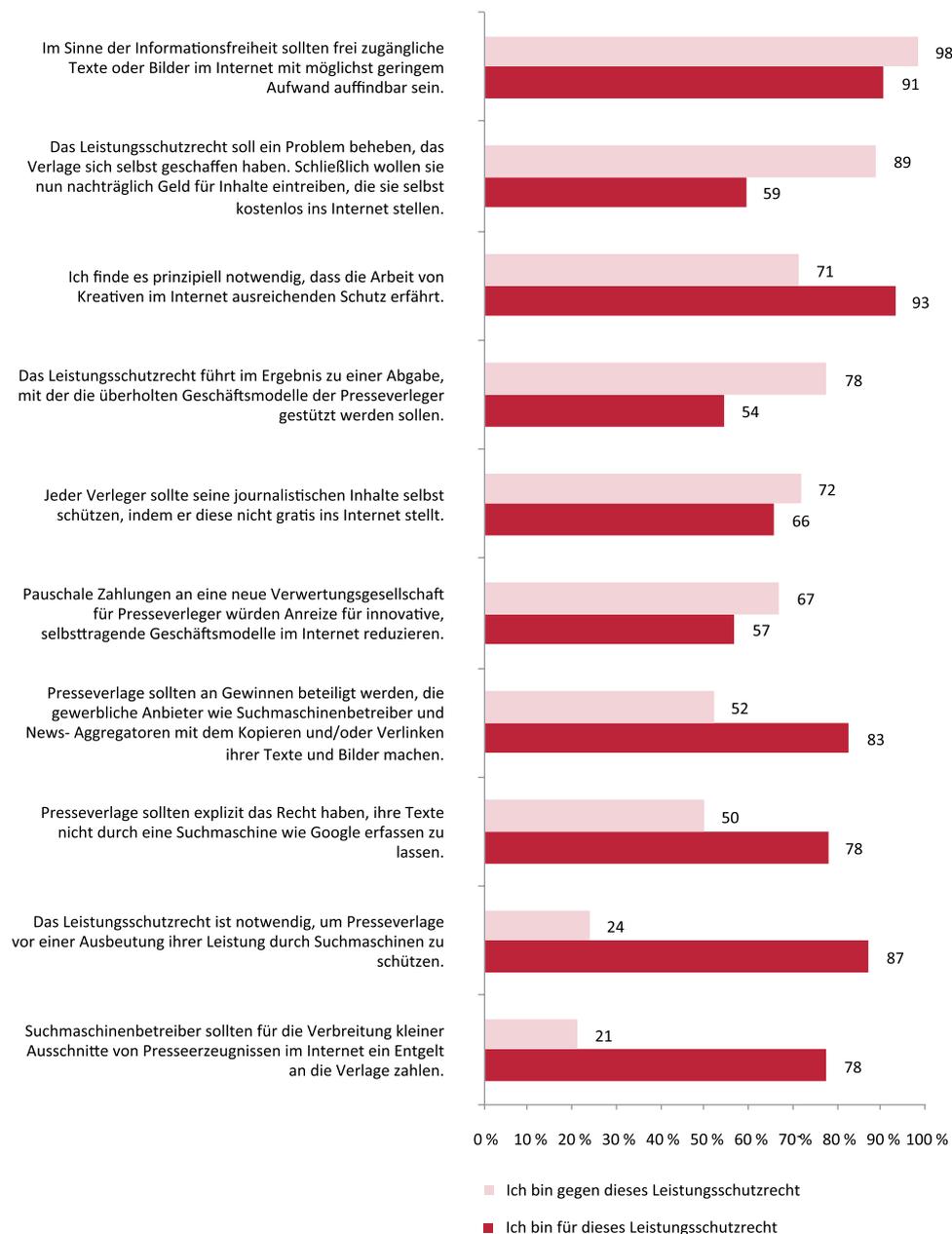
6.4 Argumente der Befürworter und Gegner

Von größerem Interesse als das allgemeine Ranking der Argumente unter den Befragten ist die Frage, welche Einstellungen mit welcher grundsätzlichen Haltung zum Leistungsschutzrecht einhergehen. Die nachfolgende Übersicht zeigt die Unterschiede in der Zustimmung zu den jeweiligen Aussagen zwischen Befürwortern und Gegnern.

Einstellungen von Befürwortern und Gegnern rund um das Leistungsschutzrecht

(In Prozent der Befragten, welche die jeweilige
Aussage genau oder etwas zutreffend fanden)

N: Gegner = 311-403; Befürworter = 120-156



(Abbildung 7)

Befürworter des Leistungsschutzrechts erachten dies als notwendigen Schutz der Verlage vor Ausbeutung durch Dritte.

Wie zu erwarten, finden sich besonders große Diskrepanzen in Bezug auf das Kernargument der Befürworter des Leistungsschutzrechts. Von diesen stimmen 87% der Aussage zu, das Leistungsschutzrecht sei notwendig, um Verlage vor der Ausbeutung ihrer Leistung durch Suchmaschinen zu schützen. Bei den Gegnern sehen dies mit 24% erwartungsgemäß nur wenige ähnlich. Allerdings deutet der Umstand, dass immerhin ein knappes Viertel der Gegner dem Kernargument der Befürworter zustimmt, darauf hin, dass die Argumentation nicht in allen Fällen konsistent ist. Ein ganz ähnliches Bild zeigt sich bei der Aussage, dass Suchmaschinenbetreiber ein Entgelt für die Verwendung von Ausschnitten von Presseerzeugnissen an die Verlage entrichten sollen. Hier stimmen 78% der Befürworter und 21% der Gegner zu.

Überraschend ist, dass eine knappe Mehrheit (52%) der Gegner des Leistungsschutzrechts gar der Meinung ist, Presseverlage sollten an den aus dem Verlinken und Kopieren von Texten entstehenden Gewinnen beteiligt werden. Wie lässt sich dieses Ergebnis erklären? Ein Ansatzpunkt für eine Erklärung ist das grundsätzliche Bewusstsein für die Schwierigkeit der Verlage, ihre Online-Auftritte und auf diesen Seiten veröffentlichten journalistische Erzeugnisse zu monetarisieren und demnach ein Finanzierungsbedarf besteht. Die Differenz zu den vorhergehenden Aussagen unter den Gegnern des Leistungsschutzrechts entstammt also möglicherweise dem Bewusstsein dieses Problems bei gleichzeitiger Ablehnung des Gesetzes. Das überraschende Ergebnis kann aber auch dem Umstand geschuldet sein, dass sowohl das Verlinken als auch das Kopieren von (ganzen) Texten mit einer Aussage abgefragt, eine entsprechende Differenzierungsmöglichkeit also nicht angeboten wurde.

Die Forderung nach dem Schutz der Arbeit von Kreativen im Internet wird von beiden Lagern weitestgehend geteilt.

Größere Zustimmung unter den Befürwortern des Leistungsschutzrechts gabte es auch bei der Zusicherung des Rechts für Presseverlage, ihre Texte nicht durch eine Suchmaschine indizieren zu lassen. Mit 78% Zustimmung

bei Befürwortern gegenüber 50 % Zustimmung bei den Gegnern besteht eine deutliche Differenz. Ähnlich sieht es bei der prinzipiellen Forderung nach ausreichendem Schutz für die Arbeit von Kreativen im Internet aus: Diese wird von 93% der Befürworter geteilt, bei den Gegnern sind dies immer noch 71%. In beiden Lagern werden in dieser Hinsicht also hohe Zustimmungswerte erreicht.

Die größten Unterschiede mit umgekehrtem Vorzeichen in den Ansichten und Einstellungen finden sich mit Bezug auf die wirtschaftliche Eigenverantwortung der Verlage für die von ihnen vorgetragene Problemkonstellation. So sind 78% der LSR-Gegner der Meinung, das Leistungsschutzrecht führe zu einer Abgabe, die zur Stützung der überholten Geschäftsmodelle der Presseverleger dienen soll. Gar 89% stimmen der Aussage zu, dass das Leistungsschutzrecht eine Lösung für das hausgemachte Problem der kostenlos online zugänglich gemachten Inhalte sein soll. Beide Ansichten werden auch jeweils von einer knappen Mehrheit (54% bzw. 59%) der Befürworter des Leistungsschutzrechts vertreten.

Gegner des LSR sehen das Gesetzesvorhaben als Kompensation hausgemachter Probleme der Verlage.

Weitestgehende Übereinstimmung besteht bezüglich der Eigenverantwortlichkeit der Verleger in Bezug auf den Schutz ihrer journalistischen Inhalte. 66% der Befürworter und 72% der Gegner des Leistungsschutzrechts sind der Ansicht, dass die Verlage selbst verantwortlich für den Schutz ihrer Inhalte sind.

Befürworter und Gegner sehen mehrheitlich die Verlage in der Verantwortung für den Schutz ihrer Inhalte im Netz.

Eine umfassende Zustimmung von Anhängern beider Positionen erhält die Aussage zur Informationsfreiheit. Die möglichst hinderungsfreie Auffindbarkeit von frei zugänglichen Texten und Bildern heißen 98% der Gegner und 91% der Befürworter gut.

Der möglichst einfache Zugang zu Informationen im Internet wird von allen Befragten als wichtig angesehen.

6.5 Kritische Webaktive

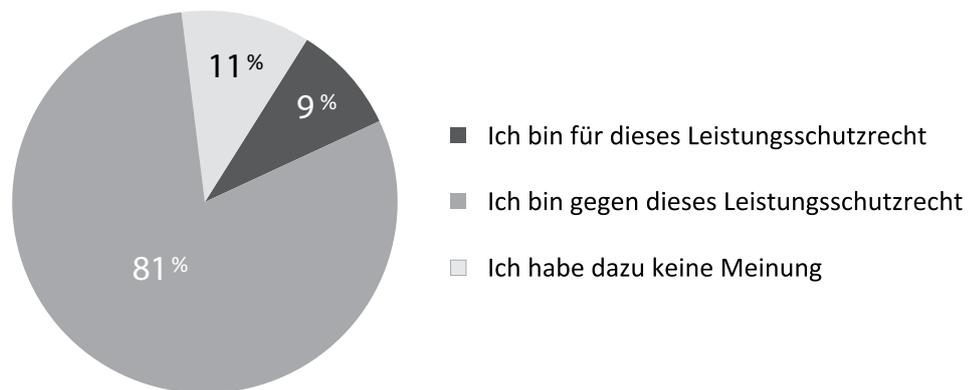
Neben der repräsentativen Befragung der deutschen Internetbevölkerung wurde parallel eine offene

Die Befragungsergebnisse der Webaktiven enthalten keinen Anspruch auf Repräsentativität

Onlineumfrage durchgeführt, die über entsprechende Verteilungskanäle insbesondere sehr internet-affine Internetnutzer erreichte. Der Link zur Umfrage wurde via Social-Media und über entsprechende Portale und Foren gestreut. Aufgrund der Durchführung als offene Onlineumfrage besteht naturgemäß keine Kontrolle über die Rekrutierung der Stichprobe, so dass keine Repräsentativität unterstellt werden kann. Anhand der genutzten Verteilerkanäle sowie der Befragungsergebnisse lässt sich jedoch die Annahme begründen, dass die Ergebnisse die Einstellungen und Meinungen der Speerspitze der Internetszene in Deutschland abbilden. Im Folgenden werden deren Vertreter mit dem Begriff „Webaktive“ bezeichnet. Nachdem zuvor die Ergebnisse einer repräsentativen Befragung deutscher Internetnutzer vorgestellt wurden, werden diese in diesem Abschnitt mit den Ansichten der Webaktiven verglichen.

Meinung zum Leistungsschutzrecht unter den Webaktiven

(Befragung der Webaktiven, in Prozent der Befragten) N = 906



(Abbildung 8)

Unter den online befragten und mutmaßlich netzpolitisch besonders Interessierten stößt das Leistungsschutzrecht für Presseverlage auf eine viel deutlichere Ablehnung

(81%), auch der Informationsstand scheint im Vergleich zu den repräsentativ befragten Internetnutzern deutlich höher zu sein. Lediglich 11% gaben an, zu diesem Thema keine Meinung zu besitzen.

Webaktive lehnen das LSR besonders stark ab

Aus dem unterschiedlichen Anteil der Zustimmenden bei repräsentativ Befragten und Webaktiven ergeben sich auch Unterschiede bezüglich der ergänzend abgefragten Einstellungen. In diesem Fall wurde auf eine Differenzierung nach Befürwortern und Gegnern innerhalb der zwei Befragtengruppen verzichtet. Die Ergebnisse der Umfrage unter Webaktiven sind erwartungsgemäß durch den überproportional hohen Anteil der Gegner des Leistungsschutzrechts geprägt, welche bei Argumenten, die in der Formulierung für das Leistungsschutzrecht sprechen, entsprechend weniger Zustimmung äußern, während gegen das Leistungsschutzrecht sprechende Argumente eine deutlichere Zustimmung erfahren. Die Ergebnisse einiger Items lassen sich jedoch gesondert herausstellen.

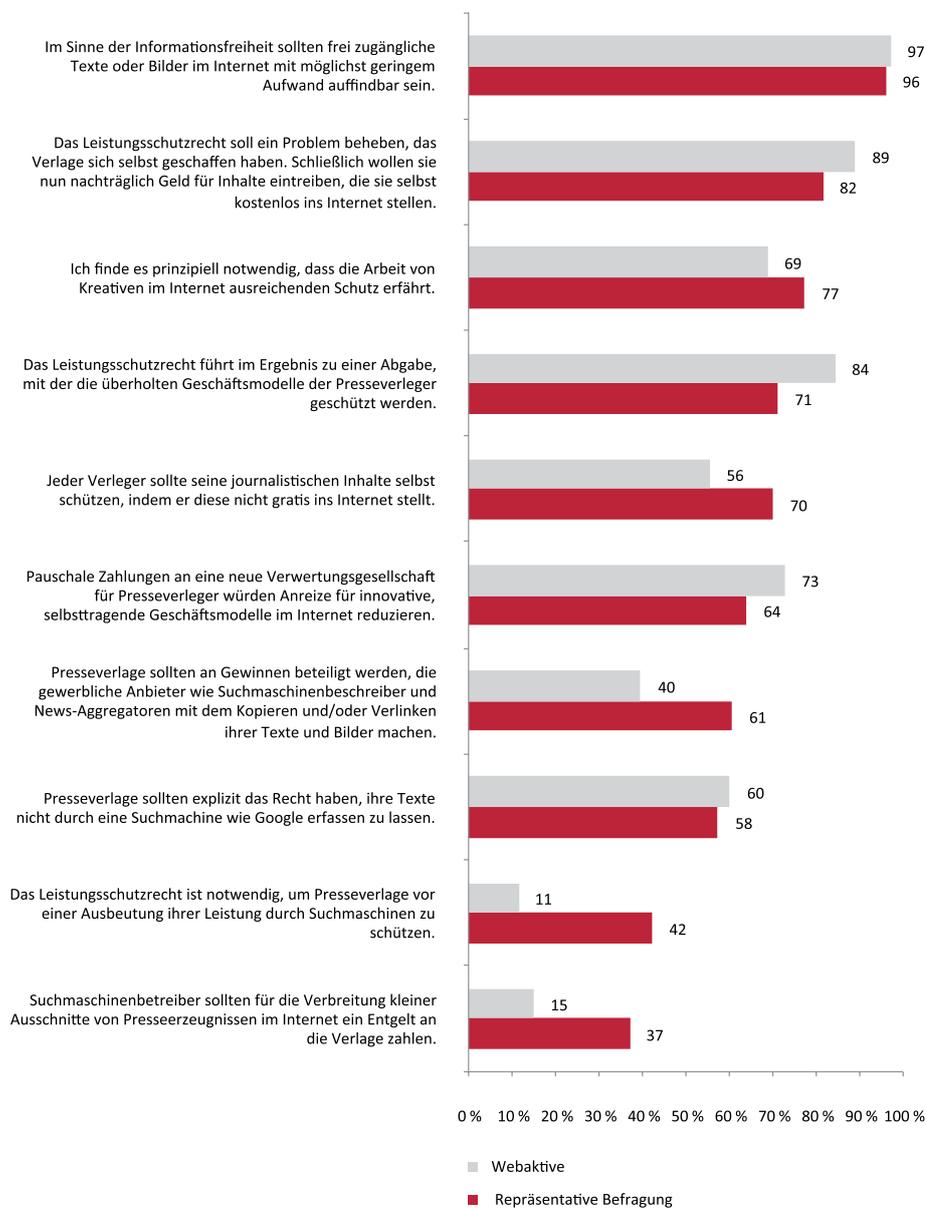
Die überproportionale Vertretung von Gegnern des LSR unter den Webaktiven zeigt sich auch in der Abfrage der Einstellungen rund um das LSR.

Eine nahezu identisch hohe Zustimmung erfährt die Aussage, im Sinne der Informationsfreiheit sollten frei zugängliche Texte im Internet mit möglichst geringem Aufwand auffindbar sein. Sie erfährt Zustimmung von 97% der Webaktiven und 96% der repräsentativ Befragten. Ähnlich gering, aber auf deutlich geringerem Niveau der Zustimmung, fällt die Differenz in Bezug auf die Befürwortung des exklusiven Rechts für Presseverlage aus, ihre Erzeugnisse nicht durch Suchmaschinen indizieren zu lassen. Bemerkenswert hingegen ist die immerhin acht Prozentpunkte betragende Diskrepanz bezüglich der Forderung nach dem prinzipiellen Schutz der Arbeit von Kreativen im Internet. Zwar stimmen hier mit 69% mehr als zwei Drittel der Webaktiven zu, dennoch liegt der Wert deutlich unter dem aus der repräsentativen Befragung.

Einstellungen rund um das Leistungs- schutzrecht bei Webaktiven und repräsentativ befragten Internetnutzern

(In Prozent der Befragten, welche die jeweilige Aussage genau
oder etwas zutreffend fanden)

N: Webaktive = 680-767; Internetnutzer = 436-553



(Abbildung 9)

7 Abschließende Betrachtung: Auf dem Rücken der Internetnutzer

7.1 Einstellungen der Internetnutzer

Die Befragungsergebnisse geben eine Idee der Meinungen der Internetnutzer zum Leistungsschutzrecht. Zum Zeitpunkt der Befragung wurde es von einer Mehrheit der Internetnutzer abgelehnt. Jüngere und mit den neuen Medien vertrautere Menschen neigen eher zur Ablehnung des Leistungsschutzrechts, während die Befürworter stärkere Nutzer der „klassischen“ Medien sind. Besondere Ablehnung erfährt das Leistungsschutzrecht bei den Webaktiven, die insbesondere die zukünftige Entwicklung des Internets bedroht sehen. Die Abhängigkeit der Meinung zum Leistungsschutzrecht von der Internetaktivität der Nutzer kann auch für Entscheidungsträger in der Politik Anlass zur Reflektion darüber sein, an wessen Ratschlag man sich bei der Gestaltung der Zukunft des Internets in Deutschland orientieren sollte.

Die Befragungsergebnisse geben einen Einblick in die Einstellungen der Internetnutzer im erweiterten Kontext des LSR.

Die von den Gegnern vorgetragene Argumentation legt einen Schwerpunkt auf die Betonung der Einschätzung, das Leistungsschutzrecht sei der Versuch der Verlage, über den legislativen Weg die Versäumnisse in Bezug auf die Weiterentwicklung eines tragfähigen Online-Geschäftsmodells zu kompensieren. Auch Befürworter des Leistungsschutzrechts folgen dieser Ansicht mit knapper Mehrheit. Durch die kostenlose Bereitstellung von Inhalten im Internet seien die Verlage selbst verantwortlich für ihre gegenwärtige Lage.⁵⁷

⁵⁷ Es lässt sich in der Ökonomie mit der Theorie zweiseitiger Märkte herleiten, dass die kostenlose Bereitstellung von Inhalten durch Verlage im Internet betriebswirtschaftlich gewollt ist, um durch den Trade-Off einer Nullsetzung des Zugangspreises für Leser und der durch höhere Leserzahlen steigenden Attraktivität für Werbekunden Gewinnmaximierung zu betreiben. Vgl. Stühmeier 2011, S.6-8

Die grundsätzliche Einschätzung der Ausgangssituation unterscheidet sich also nicht allzu sehr zwischen den Lagern, die aus den geäußerten Einschätzungen abgeleiteten Konsequenzen hingegen sehr wohl. Befürworter des Leistungsschutzrechts unter den Internetnutzern sehen vor allem Schutzbedarf der Verlage gegenüber den Suchmaschinen, welche die Verlagsleistungen für eigene kommerzielle Zwecke ausnutzten, ohne eine entsprechende Gegenleistung, etwa ein Entgelt für die Nutzung von Verlagsinhalten, zu erbringen.

7.2 Das Argument des „Qualitätsjournalismus“ und die Suche nach neuen Geschäftsmodellen

Gleichsetzung von Verlagserzeugnissen mit „Qualitätsjournalismus“ und Stilisierung eines Partikularinteresses zum Gemeinwohl

Wie Christopher Buschow herausarbeitet, wird dabei vor allem die Strategie verfolgt, öffentliche Rechtfertigung und Legitimation für das eigene Anliegen über die behauptete Bedeutung des Leistungsschutzrechts für die Zukunftssicherung des Qualitätsjournalismus in Deutschland zu erzeugen.⁵⁸ Dessen Einführung wird als das geeignete Instrument zur Realisierung eines Ziels dargestellt, über dessen Berechtigung sich in einer demokratischen Gesellschaft kaum streiten lässt: „In toto wurde damit das pekuniäre Partikularinteresse ‚Schutzbegehren‘ unter dem Titel ‚Qualitätsjournalismus‘ zum Gemeinwohl stilisiert.“⁵⁹ Kritiker werfen den Verlegern vor, eine unzulässige Gleichsetzung von Journalismus und Presseverlagen vorzunehmen, indem argumentiert wird, das Leistungsschutzrecht diene dem Ziel, „eine für Demokratie und Wissensgesellschaft unverzichtbare Pressevielfalt und -qualität zu erhalten“.⁶⁰

Der Fortschritt der Verlage bei der Entwicklung digitaler Geschäftsmodelle ist undurchsichtig.

Der Verlauf der Debatte und die vom IFSE präsentierten Befragungsergebnisse geben den deutlichen Hinweis darauf, dass der Streit um das Leistungsschutzrecht

58 Vgl. Buschow 2012

59 Buschow 2012, S.90

60 Vgl. Fiedler 2010

auch ein Ausdruck der komplizierten Situation der Presseverlage in Deutschland ist, die auch den meisten Internetnutzern nicht verborgen geblieben ist. Angesichts des Bedeutungszuwachses der neuen Medien lässt sich mit den klassischen Verlagsformaten immer weniger Geld verdienen.⁶¹ Über den Stand der Entwicklung tragfähiger digitaler Geschäftsmodelle besteht, zumindest aus externer Perspektive, eine unübersichtliche Faktenlage. Nach stolz verkündeten Eigenangaben „erwirtschafteten führende deutsche Verlagshäuser schon bis zu einem Drittel des Umsatzes im Digitalen Bereich [...]“⁶² Der Springer-Konzern erzielte in den ersten neun Monaten des Jahres 2012 mehr Einnahmen aus Online- als aus Printwerbung, plant jedoch gleichzeitig die Erprobung neuer Bezahlmodelle für Welt Online und Bild.de.⁶³

7.3 Suchmaschinen und Verlage – Wer profitiert von wem?

Diese Situation bildet den Hintergrund für die Debatte um ein Instrument, dessen Wirksamkeit hinsichtlich des proklamierten Ziels zumindest in Zweifel gezogen werden darf. Nicht unwahrscheinlich ist es, dass Google und andere Suchmaschinenbetreiber zum Zeitpunkt der Einführung des Leistungsschutzrechts entsprechende Vorsichts- und Gegenmaßnahmen ergreifen und im Zweifelsfall auf die Anzeige von Verlagsseiten in den Suchergebnissen verzichten werden. Wie eine Untersuchung der Online-Marketing-Beratung TRG zeigt, machen Verlagsseiten nur einen Bruchteil der bei Google angezeigten Suchergebnisse aus und würden die Einnahmen des Internet-Riesens nur in beschränktem Ausmaß belasten. Demnach wird nur 1,1% der Google-Adwords auf Suchergebnislisten angezeigt, die mindestens hälftig mit Links zu Verlagsseiten besetzt sind.⁶⁴

Die Verlage könnten stärker auf Google angewiesen sein als andersherum.

61 Vgl. Heidrich 2010

62 VDZ 12.03.2012

63 Vgl. Handelsblatt 07.11.2012

64 Vgl. TRG 08.2012

Ohne Indizierung bei Suchmaschinen könnten insbesondere kleine Verlage viele Seitenbesucher verlieren.

Es ist schwer annehmbar, dass der Ausfall des über Suchmaschinen generierten Traffics den Verlagen Schwierigkeiten in ebenso geringem Ausmaß bereiten würde. Deren Geschäftsmodell im Internet stützt sich – mit den wenigen Ausnahmen, die auf bezahlpflichtige Inhalte zurückgreifen – fast ausschließlich auf die Einnahmen aus der Schaltung von Werbung. Besonders negativ Betroffene eines derartigen Schrittes von Google und Co. könnten kleine Verlage sein. Eine Austragung aus den Google-Suchergebnissen könnte für sie enorme Traffic-Verluste und damit Einbußen bei den Werbeeinnahmen zur Folge haben. Während es durch schnelle und relevante Berichterstattung recht einfach ist, in den Suchergebnissen zu aktuellen Themen zu erscheinen, würde im diskutierten Szenario vermutlich ein Großteil des Nachrichten-Traffics auf die Onlineangebote etablierter, überregionaler Zeitungen und Zeitschriften entfallen. Denkt man die möglichen Folgen der Einführung eines Leistungsschutzrechts bis zu diesem Punkt, müssten sich BDZV und VDZ die Frage stellen lassen, ob sie mit ihrem Begehren wirklich ein von allen Verlagen getragenes Interesse vertreten.

7.4. Unerwünschte Folgen eines Leistungsschutzrechts für Internetnutzer

Die von Befürwortern und Gegnern geteilten Ansichten könnten als Basis für alternative Überlegungen dienen.

Auch wenn unter den Internetnutzern Einstellungen gegen das Leistungsschutzrecht dominieren, gibt es gute Gründe, die von Befürwortern und Gegnern geteilten Ansichten in die Erwägungen um das Leistungsschutzrecht einzubeziehen. Herauszustellen ist der gemeinsame Wunsch, dass im Internet frei verfügbare Informationen mit geringstmöglichem Aufwand gefunden werden sollen. Eine Austragung von Verlagsseiten aus den Ergebnissen von Suchmaschinen als Resultat der Auseinandersetzung um das Leistungsschutzrecht würde zu einem von der überwältigenden Mehrheit der Internetnutzer unerwünschten Zustand führen. Weitestgehend konsensfähig bei Gegnern und

Befürwortern ist zudem der Wunsch nach einem ausreichenden Schutz von Kreativen im Internet. Zusammen mit der ebenfalls mehrheitlich unter den Internetnutzern bestehenden Auffassung, die den Verlagen eine Eigenverantwortung für den Schutz ihrer journalistischen Inhalte im Internet zuschreibt, lässt sich anzweifeln, ob ein Leistungsschutzrecht tatsächlich ein geeignetes Instrument zur Lösung der Verlagsprobleme ist.

Wenn Google und Co., wie von Beobachtern antizipiert, auf eine derartige Änderung des Urheberrechtsgesetz reagieren, würden sich die Einnahmesituation der Verlage kaum ändern, während dies für die Nutzer eine erhebliche Veränderung des Informationsverhaltens bedeuten würde.

Eine Austragung von Verlagsinhalten wäre zum Nachteil der Internetnutzer.

7.5 Unklarer Nutzen für Journalisten

Auch käme den Journalisten als Urhebern von Presstexten wohl kaum zusätzlicher Nutzen zu. Auf die Festschreibung eines an die Urheber auszuzahlenden Anteils der zu erwartenden Einnahmen aus der im Leistungsschutzrecht implizierten Lizenzierungspflicht wurde im Regierungsentwurf des Gesetzes zugunsten einer Formulierung, nach welcher der Urheber „an einer Vergütung angemessen zu beteiligen“⁶⁵ ist, verzichtet. Bereits dem ersten Referentenentwurf wurde vom DJV aus diesem Grunde Nachbesserungsbedarf attestiert.⁶⁶ Man muss der Formulierung zugute halten, dass eine angemessene Vergütung zwar ein vager Ausdruck des Umfangs der Beteiligung von Journalisten, jedoch nicht notwendigerweise mit Willkür gleichzusetzen ist. Das Urheberrechtsgesetz definiert an anderer Stelle (§32 (3) S.2) die Kriterien, nach denen sich eine Angemessenheit bestimmen kann. Eine Rolle spielen dabei Üblichkeit und Redlichkeit einer Vergütungsregelung.⁶⁷ Viel wichtiger

Wird das LSR verabschiedet, so könnte eine Verwertungsgesellschaft die Vergütungsansprüche der Journalisten vermutlich pragmatischer und zuverlässiger abrechnen.

65 Bundesregierung 2012

66 Vgl. DJV 18.06.2012

67 Vgl. Fuchs 02.01.2005

scheint die Frage zu sein, ob der Gesetzentwurf in seiner gegenwärtigen Fassung die Journalisten in die Lage versetzt, ihre Beteiligung an den möglichen Einnahmen des Leistungsschutzrechts gegenüber den Verlagen einzufordern. Das Fehlen der Einbeziehung einer Verwertungsgesellschaft in den Entwurf zur zentralen Abwicklung bedeutet, dass sich jeder Urheber mit seinen Forderungen den Verlagen allein gegenüber sieht. Negative Erfahrungen der Journalisten mit sogenannten Buyout-Verträgen, die den Gang des Rechtswegs zur Durchsetzung der eigenen Interessen erforderten, lassen eine gewisse Skepsis bezüglich der praktischen Umsetzung des Vergütungsanspruchs zu.⁶⁸

7.6 Eine Indizierungspflicht für Suchmaschinen?

Jegliche Argumentation zur Auseinandersetzung mit der Verteilung der Einnahmen des Leistungsschutzrechts muss unter dem Vorbehalt erfolgen, dass solche überhaupt generiert werden. Abhängig ist das letztendlich vom Verhalten der bisherigen Nutzer der Verlagsinhalte wie Google und anderen.

Eine Indizierungspflicht für Verlagsinhalte bei Suchmaschinen ist schwer vorstellbar.

Eine Möglichkeit, die der Verlegerseite bei Einführung des Leistungsschutzrechts neue Einkommensquellen garantieren könnte, wäre die Schaffung einer gesetzlich verankerten Pflicht für Suchmaschinenbetreiber, auch lizenzpflichtige Verlagsinhalte weiterhin zu indizieren. Möglicherweise spekulieren die Verlegerverbände auf ein kartellrechtliches Vorgehen mit Verweis auf die marktbeherrschende Stellung von Google.⁶⁹ Wie eine Argumentation verlaufen könnte, die ein Unternehmen zwingt, für etwas zu zahlen, was es im Zweifelsfall gar nicht will, ist aber offen.

68 Vgl. Söfjer 02.11.2011

69 Vgl. Interviewaussagen von Christoph Keese bei Golem.de/Sawall 01.07.2012

7.7 Optimierungspotenzial für Einnahmen aus Onlinewerbung

Sollte ein derartiges Vorgehen von Erfolg gekrönt sein, hätten die Presseverlage sich eine neue Einkommensquelle geschaffen, welche die Suche nach einem eigenen tragfähigen Geschäftsmodell für ihre Onlineangebote auf der Prioritätenliste nach hinten rutschen ließe. Dabei besteht zumindest noch einiges Potenzial in dieser Hinsicht. Die hauptsächlich über die Einblendung von Werbung monetarisierten Internetseiten der Verlage leiden wie viele andere Angebote im Web unter dem Anstieg der Verwendung von Werbeblockern. In der repräsentativen Befragung des IFSE im Rahmen der Studie Digitale Mentalität II⁷⁰ wurde ermittelt, dass 33 % der Internetnutzer bereits Werbeblocker einsetzen, um sich vor Werbung zu schützen, auf weitere 17 % trifft dies nach eigenen Angaben teilweise zu.⁷¹

Eine Strategie zum Umgang mit Werbeblockern könnte die Einnahmesituation der Verlage bei der Onlinewerbung zumindest etwas verbessern.

Dabei sind sich auch die Hersteller von Werbeblockern der Bedeutung von Werbung für viele Geschäftsmodelle im Internet bewusst und lehnen Werbung nicht kategorisch ab.⁷² Für Verleger besteht die Möglichkeit, durch gezielte Ansprache die Nutzer ihrer Onlineangebote auf die ökonomische Bedeutung von Werbung für die Bereitstellung von journalistischen Erzeugnissen aufmerksam zu machen.⁷³ Die entsprechende publizistische Reichweite dürfte vorhanden sein.

70 Veröffentlichung Ende 2012

71 Fragetext: Im Folgenden finden Sie Aussagen zum Thema Akzeptanz von Werbung. Bitte geben Sie an, inwiefern die jeweilige Aussage für Sie persönlich zutreffend ist: Um mich vor Werbung im Internet zu schützen, benutze ich einen Werbeblocker. Ergebnis: trifft genau zu: 33,1%; trifft etwas zu: 16,7%; trifft weniger zu: 14,5%; trifft nicht zu: 35,7%; N=944

72 Vgl. Zeit Online/Kleinz, Torsten 30.09.2011

73 Z.B. auf www.t3n.de, der Hinweis erscheint allerdings nur bei eingeschaltetem Werbeblocker.

7.8 Leistungsschutzrecht als Grundlage für den Einstieg in mobile Angebote?

Das Leistungsschutzrecht als Fuß der Verlage in der Tür des mobilen Internets?

Es lässt sich allerdings ein spekulatives Szenario konstruieren, das die Vorgehensweise der Verlegerseite auch unter Beachtung der antizipierten Reaktionen von Google plausibel erscheinen lässt, wenn man den Blick auf die im Begriff befindliche Entwicklung zum mobilen Internet richtet. Tablets und Smartphones werden von immer mehr Menschen zum Zugriff auf Onlinenachrichten genutzt, viele Nutzer verwenden dazu Apps wie Flipboard oder andere. Für diese würden die gleichen aus einem Leistungsschutzrecht resultierenden Lizenzierungspflichten gelten, wie für Anbieter im stationären Internet. Es ist denkbar, dass die Verlage bei der Konzeption des Leistungsschutzrechts bereits ein Auge auf den Mobilbereich geworfen haben. Ohne die Anzeige von „Snippets“ würde momentan bestehenden Anbietern in diesem Segment ein Großteil ihrer Usability abhanden kommen. Die Verleger könnten sich durch eigene, durch das Leistungsschutzrecht privilegierte Angebote in einem Markt etablieren, in welchem sich noch kein News-Aggregator mit vergleichbarer Marktmacht wie Google im stationären Internet herausgebildet hat. Mit einem derartigen Szenario lässt sich die ablehnende Reaktion der Verlage auf den zweiten Referentenentwurf erklären, der durch die Herausnahme von News-Agregatoren ein derartiges Vorhaben unmöglich gemacht hätte. Auch die immer wiederkehrende Argumentation, das Leistungsschutzrecht ziele nicht vordergründig auf Google ab, könnte in diesem Kontext mehr Wahrheit enthalten als angenommen.

Quellenverzeichnis

Bremer, Ralph (29.08.2012): Leistungsschutzrecht als Bremsklotz. Zurück in die Online-Steinzeit. Ein Gastkommentar von Ralf Bremer, Sprecher Google Berlin.

<http://www.n-tv.de/technik/Zurueck-in-die-Online-Steinzeit-article7089041.html>

Bundesgerichtshof (17.07.2003): Paperboy.

<http://juris.bundesgerichtshof.de/cgi-bin/rechtsprechung/document.py?Gericht=bgh&Art=en&sid=352055598694d5a7046733de296a36ac&nr=27035&pos=23&anz=24>

Bundesgerichtshof (20.11.2008): Metall auf Metall.

<http://juris.bundesgerichtshof.de/cgi-bin/rechtsprechung/document.py?Gericht=bgh&Art=en&Datum=Aktuell&Sort=12288&nr=46823&pos=3&anz=626>

Bundesregierung (30.08.2012): Entwurf eines Siebenten Gesetzes zur Änderung des Urheberrechtsgesetzes.

http://www.bmj.de/SharedDocs/Downloads/DE/pdfs/RegE_LSR.pdf;jsessionid=283D642A70080E527FAADA7621D6AC50.1_cid102?__blob=publicationFile

Bundesministerium der Justiz (13.06.2012): Entwurf eines Siebenten Gesetzes zur Änderung des Urheberrechtsgesetzes. Bearbeitungsstand vom 13.06.2012.

<http://www.irights.info/userfiles/RefE%20LSR.pdf>

Bundesministerium der Justiz (27.07.2012): Entwurf eines Siebenten Gesetzes zur Änderung des Urheberrechtsgesetzes. Bearbeitungsstand vom 27.07.2012.

https://dl.dropbox.com/u/9449816/RefE_LSR_12-07-27.pdf;

Buschow, Christopher (2012): Strategische Institutionalisierung durch Medienorganisationen. Der Fall des Leistungsschutzrechtes. Herbert von Halem. Köln.

Deutscher Bundestag. Dokumentations- und Informationssystem: Siebentes Gesetz zur Änderung des Urheberrechtsgesetzes.

<http://dipbt.bundestag.de/extrakt/ba/WP17/470/47093.html>

DJU – Deutsche Journalistinnen und Journalisten-Union (17.06.2012): Pressemitteilung: Leistungsschutzrecht. Leistungsschutzrecht ohne bessere Berücksichtigung der Urheberinnen und Urheber nicht akzeptabel.

<http://dju.verdi.de/pressemitteilungen/showNews?id=8fa41516-b855-11e1-41d6-001ec9b03e44>

DJV (18.06.2012): Pressemitteilung: Leistungsschutzrecht. Entwurf völlig unzureichend.

<http://www.djv.de/startseite/profil/der-djv/pressebereich-info-download/pressemitteilungen/detail/article/456.html>

Ehmann, Timo; Szilagyi, Emese (2009): Erforderlichkeit eines Leistungsschutzrechts für Presseverleger. In: Kommunikation und Recht. Vol. 15 (2009). Heft 12. S.1-12.

<http://www.kommunikationundrecht.de/detail/-/specific/3ca86539043df053106f6295b1205ea5>

FAZ; Müller, Reinhard (29.08.2012): Leistungsschutzrecht. Guter Tag für die Freiheit.

<http://www.faz.net/aktuell/politik/inland/leistungsschutzrecht-guter-tag-fuer-die-freiheit-11872495.html>

Fiedler, Christoph (2010): Pro Leistungsschutzrecht. In: c't-Magazin 17/2010.

<http://www.heise.de/ct/artikel/Kulturkampf-1049862.html>

Focus Online; Schmidt, Holger (12.03.2012): Googles Marktanteil steigt auf 96 Prozent in Deutschland.

http://www.focus.de/digital/internet/netzoeconomie-blog/suchmaschinen-googles-marktanteil-steigt-auf-96-prozent-in-deutschland_aid_723240.html

Focus Online (22.07.2010): Flipboard. Verleger fragen bei Flipboard nach Urheberrecht.

http://www.focus.de/digital/computer/apple/flipboard-verleger-fragen-bei-flipboard-nach-urheberrecht_aid_533350.html

Frankfurter Allgemeine Blogs (21.07.2010): Flipboard: Das Social-Media-Magazin der nächsten Generation.

<http://faz-community.faz.net/blogs/netzwirtschaft-blog/archive/2010/07/21/flipboard-das-social-media-magazin.aspx>

Freischreiber.de (19.06.2012): Gesetzentwurf für ein Leistungsschutzrecht für Verlage: Rechtsunsicherheit für freie Journalisten.

<http://www.freischreiber.de/home/gesetzentwurf-f%C3%BCr-ein-leistungsschutzrecht-f%C3%BCr-verlage-rechtsunsicherheit-f%C3%BCr-freie-journaliste>

Fuchs, Thomas (02.01.2005): Die angemessene Vergütung des Urhebers.

<http://dejure.org/gesetze/UrhG/32.html>

Google Trends: „Leistungsschutzrecht“.

<http://www.google.de/trends/explore#q=Leistungsschutzrecht&geo=DE&date=10%2F2009%2037m&cmpt=q;>

Gulli.com (21.08.2012): Interview mit Christoph Keese über das Leistungsschutzrecht.

<http://www.gulli.com/news/19533-interview-mit-christoph-keese-ueber-das-leistungsschutzrecht-2012-08-21>

Handelsblatt (05.03.2012): Leistungsschutzrecht. „Lex Google“ entfacht Proteststurm im Netz.

<http://www.handelsblatt.com/technologie/it-tk/it-internet/leistungsschutzrecht-lex-google-entfacht-proteststurm-im-netz/6288264.html>

Handelsblatt (07.11.2012): Print-Krise drückt Gewinn von Axel-Springer.

<http://www.handelsblatt.com/unternehmen/it-medien/medienkonzern-print-krise-drueckt-gewinn-von-axel-springer/7356278.html>

Haucap, Justus (26.06.2012): Ökonomische Folgen eines Leistungsschutzrechts für Presseverlage. Präsentation.

leistungsschutzrecht.info/download/file/fid/154

heise online (19.07.2011): Google nimmt belgische Zeitungen wieder in seinen Suchindex.

<http://www.heise.de/newsticker/meldung/Google-nimmt-belgische-Zeitungen-wieder-in-seinen-Suchindex-1281611.html>

heise online (12.10.2012): Leistungsschutzrecht: Bundesrat stellt sich hinter Regierungsentwurf.

<http://www.heise.de/newsticker/meldung/Leistungsschutzrecht-Bundesrat-stellt-sich-hinter-Regierungsentwurf-1728734.html>

Heidrich, Joerg (2010): Kulturkampf. Streit um das Leistungsschutzrecht für Presseverlage. In: c't-Magazin 17/2010.

<http://www.heise.de/ct/artikel/Kulturkampf-1049862.html>

iRights.info; Kreutzer, Till (14.06.2012): Referentenentwurf zum Leistungsschutzrecht: Eine rechtspolitische Analyse.

<http://irights.info/?q=content/referentenentwurf-zum-leistungsschutzrecht-eine-erste-ausfuhrliche-analyse>

Keese, Christoph (06.07.2012): Keine Lügen für das Leistungsschutzrecht.

<http://www.presseschauer.de/keine-lugen-fur-das-leistungsschutzrecht/>

Keese, Christoph (25.06.2012): Die fünfte Kolonne des Weltkonzerns Google.

<http://www.presseschauer.de/die-funfte-kolonne-des-weltkonzerns-google/>

Knieps, Günter (2008): Wettbewerbsökonomie. Regulierungstheorie, Industrieökonomie, Wettbewerbspolitik. 3. Auflage. Springer. Berlin und Heidelberg.

Koalitionsvertrag (2009): Wachstum, Bildung, Zusammenhalt. Koalitionsvertrag von CDU, CSU und FDP.

<http://www.cdu.de/doc/pdf/091026-koalitionsvertrag-cdu-csu-fdp.pdf>

Manteltarifvertrag für Redakteurinnen und Redakteure an Tageszeitungen. Gültig ab 1. Januar 2011.

http://dju.verdi.de/tarif/tarifvertraege/data/TV_Zeitung_RedMTV_2011_WEB.pdf

Meedia.de (30.07.2012): Verleger machen Front gegen neuen LSR-Entwurf. „Damit wird der Journalismus ausgezerrt“.

<http://meedia.de/internet/damit-wird-der-journalismus-ausgezerrt/2012/07/30.html>

Minhardt, Klaus; DJV-Brandenburg (17.07.2012): Wie VDZ und BDZV beim Leistungsschutzrecht die Fakten verdrehen. Das Leistungsschutzrecht für Presseerzeugnisse ist überflüssig und schließt keine Schutzlücken.
http://www.djv-brandenburg.de/cms/nachrichten/2012-07-17-Die_Fehler_des_VDZ.php

Nolte, Georg (2010): Zur Forderung der Presseverleger nach Einführung eines speziellen Leistungsschutzrechts. In: Zeitschrift für Geistiges Eigentum. Band 2/2010. S. 165-195.

Oberbeck, Kay (21.08.2012): Gastkommentar bei der dapd.
<https://plus.google.com/112160401912410742862/posts>

Rieg, Timo; Journalist.de (09.07.2010): Leistungsschutzrecht. Google an den Geldbeutel gehen.
<http://www.journalist.de/aktuelles/meldungen/leistungsschutzrecht.html>

Achim Sawall, Golem.de; (01.07.2012): Leistungsschutzrecht. Axel-Springer-Konzern warnt Google. Interview mit Christoph Keese.
<http://www.golem.de/news/leistungsschutzrecht-axel-springer-konzern-gibt-entwarnung-fuer-wikipedia-1207-92880-2.html>

Schultz, Daniel (15.06.2012): Leistungsschutzrecht – Hurra der Entwurf ist da!
<http://www.presseschauer.de/?p=1799>

Spiegel Online; Lischka, Konrad (21.06.2012): Leistungsschutzrecht. Industrie wettet gegen Gesetzentwurf.
<http://www.spiegel.de/netzwelt/netzpolitik/leistungsschutzrecht-bdi-kritisiert-gesetzentwurf-a-840203.html>

Spiegel Online; Horchert, Judith; Lischka, Konrad; Reißmann, Ole (15.06.2012): Diesen Text bitte zitieren und verlinken.
<http://www.spiegel.de/netzwelt/netzpolitik/leistungsschutzrecht-was-das-gesetz-bedeutet-a-839094.html>

Söfjer, Jan (02.11.2011): Autorenverträge. Das Kleingedruckte. In: journalist 11/2011.

<http://www.journalist.de/aktuelles/meldungen/autorenvertraege-das-kleingedruckte.html>

Stühmeier, Torben (06.2011): Das Leistungsschutzrecht für Presseverleger: Eine ordnungspolitische Analyse. Düsseldorfer Institut für Wettbewerbsökonomie. Ordnungspolitische Perspektiven Nr.12.

http://www.dice.hhu.de/fileadmin/redaktion/Fakultaeten/Wirtschaftswissenschaftliche_Fakultaet/DICE/Ordnungspolitische_Perspektiven/012_OP_Stuhmeier.pdf

TRG – The Reach Group (08.2012): Presseverleger und Google – Zahlen zum Leistungsschutzrecht.

http://www.trg.de/fileadmin/user_upload/Presse/Veroeffentlichungen/TRG_Presseverleger_und_Google_Zahlen_zum_Leistungsschutzrecht_201208.pdf

VDL – Verband Deutscher Lokalzeitungen (28.06.2012): VDL: Leistungsschutzrecht muss kommen.

<http://www.lokalpresse.de/content/2,27/detail/250/>

VDZ; BDVZ: Presseservice. Das Leistungsschutzrecht für Presseverlage.

http://www.vdz.de/uploads/media/LSR_Infopapier.PDF

VDZ (12.03.2012): Verlagshäuser werden immer digitaler und internationaler.

<http://www.vdz.de/digital-singlenews/hash/714a8392bc165526e5fa028519d14ce9/news/xuid2440-verlagshaeuser-werden-immer-digitaler-und-internationaler/>

VG Wort:

<http://www.vgwort.de/einnahmen-tarife/vervielfaeltigen.html>

Welt Online (21.08.2012): Google warnt Regierung vor Milliarden Schäden.

<http://www.welt.de/wirtschaft/webwelt/article108706781/Google-warnt-Regierung-vor-Milliardenschaeden.html>

Welt Online; Winckler, Lars (31.03.2009): YouTube sperrt alle Musikvideos in Deutschland.

<http://www.welt.de/wirtschaft/webwelt/article3479343/YouTube-sperrt-alle-Musikvideos-in-Deutschland.html>

Zeit Online; Kleinz, Torsten (30.09.2011): „Wir haben gar nichts gegen (gute) Werbung“.

<http://www.zeit.de/digital/internet/2011-09/adblocker-werbung-filter>

Zeit Online; Biermann, Kai (14.06.2012): Von Presstexten sollten künftig besser alle die Finger lassen.

<http://www.zeit.de/digital/internet/2012-06/leistungsschutzrecht>

Kontakt

Institut für Strategieentwicklung (IFSE)
Heinrich-Roller-Straße 16
10405 Berlin

Autoren der Studie: Hergen Wöbken, Tobias Wolfanger
Mitarbeit im Projekt: Jannes Danlowski,
Teresa Lindenmayer, Friederike Landau

Verantwortlich für den Inhalt
Hergen Wöbken
Tel. +49 30 40 57 48 33
hergen.woebken@ifse.de
https://twitter.com/Hergen_Woebken

www.ifse.de

www.facebook.com/Institut.fuer.Strategieentwicklung

Newsletter des IFSE
www.ifse.de/kontakt/wie-sie-uns-finden.html