

ALLES BUCH

Studien der
Erlanger Buchwissenschaft

XLIII
2011

Sandra Rühr (Hrsg.)

Unter Mitarbeit von Lisa Sauerbrey

**Alles, was Recht ist – Rahmenbedingungen der
Buchbranche.**

ALLES BUCH

STUDIEN DER ERLANGER BUCHWISSENSCHAFT

XLIII

Herausgegeben von
Ursula Rautenberg und Volker Titel



ISBN 978-3-940338-24-2

2011

Buchwissenschaft / Universität Erlangen-Nürnberg

Alles Buch
Studien der Erlanger Buchwissenschaft XLIII

Herausgegeben von Ursula Rautenberg und Volker Titel

© Buchwissenschaft / Universität Erlangen-Nürnberg
ISBN 978-3-940338-24-2
ISSN 1611-4620

Das Werk einschließlich aller seiner Teile ist urheberrechtlich geschützt. Jede Verwertung außerhalb des Urheberrechtsgesetzes ist ohne Zustimmung der Erlanger Buchwissenschaft unzulässig und strafbar. Dies gilt insbesondere für Vervielfältigungen jeder Art, Übersetzungen und die Einspeicherung in elektronische Systeme.

Inhalt

<i>Sandra Rühr</i> Vorwort.....	5
<i>Lena Augustin</i> Alles (Buch <small>[vierzehn]</small>) was Recht ist – Rahmenbedingungen der Buchbranche	7
<i>Michalis Pantelouris</i> Was sind Wörter heute noch wert? Das Geschäftsmodell Schreiben in Zeiten der Digitalisierung.....	9
<i>Michael Roesler-Graichen</i> E-Books im Schneckengang: Warum das Geschäft in Deutschland nur schleppend vorankommt.....	12
<i>Peter Lutz</i> Wem gehört dein Bild?	18
<i>Lisa Marie Sauerbrey</i> Wird die Zukunft mit oder ohne Urheberrecht schöner? Zusammenfassung des Vortrags von Matthias Ulmer.....	28
<i>Matthias Ulmer</i> Auswege aus der Zeitschriftenkrise	34
<i>Josephine Febrenz</i> Inhalt ohne DRM. Das Interesse des Lesers und das Geschäft des Verlegers Zusammenfassung des Vortrags von Klaus Wrede	42
<i>Stephanie Häger</i> Von Künstlern und Piraten. Die Rechtssituation am Hörbuchmarkt	46
<i>Lisa Marie Sauerbrey</i> Fazit zur Vortragsreihe Alles Buch <small>[vierzehn]</small>	50

Vorwort

Mit der Vortragsreihe „Alles Buch“ trat ich in große Fußstapfen: Sie wurde im Wintersemester 1997/98 von Prof. Dr. Ursula Rautenberg initiiert, damit Studierende über den Theorie-Tellerrand hinaus in die Welt der Buchbranche blicken können, derjenigen Branche, die als potentieller Arbeitsplatz von Absolventen der Buchwissenschaft gilt. Frau Rautenberg wollte aber außerdem das Interesse für neue Fragestellungen und Problembereiche wecken, was sich daran zeigt, dass sie ihre frühe Begeisterung für digitales Publizieren mit den Studierenden teilte.

Als ich im Wintersemester 2008/09 die Vortragsreihe übernahm, wollte ich diese ursprünglichen Ziele weitertragen. Außerdem ging es mir darum, Methoden für anschauliche Lehrinhalte umzusetzen. Die Studierenden sollten diese nicht nur aufsaugen wie ein Schwamm und zur Prüfung wieder austräufeln, sondern stärker verinnerlichen.

Aus diesem Grund gab es zur Vortragsreihe ein ergänzendes Begleitseminar. Darin wurden nicht nur die Inhalte der Vorträge wiederholt und diskutiert, sondern die Studierenden erhielten konkrete Aufgaben und Fragestellungen, um das Gehörte kritisch zu hinterdenken. Dies wurde auf variable Weise realisiert (und war zugegebenermaßen von unterschiedlich starkem Erfolg gekrönt): Die Studierenden wurden dazu angehalten, mehrere Kleingruppen zu bilden. Eine dieser Gruppen sollte sich im Vorfeld über die ReferentInnen informieren und Fragen zu deren Vorträgen vorbereiten. Eine weitere Gruppe fungierte als Moderatorenteam, um die sich an die Vorträge anschließenden Diskussionen zu lenken. Ein drittes Team verfasste Blogbeiträge, die auf pointierte Art und Weise Stellung zu den einzelnen Vorträgen bezogen. Ein weiteres, von mir gestecktes Ziel konnte erst im Wintersemester 2010/11 realisiert werden: Einen Tagungsband zur Vortragsreihe zu publizieren. War hierfür im Vorjahr noch kein Interesse vorhanden, schnellten dazu bei der Aufgabenverteilung im vergangenen Semester die meisten Finger in die Höhe.

Innerhalb der Gruppe wurden die Aufgaben übertragen: Es gab eine Koordinatorin und Co-Autorinnen. Nun galt es, die ReferentInnen jeweils nach ihren Vorträgen anzufragen, ob sie Interesse an der Veröffentlichung ihres Beitrags in der buchwissenschaftlichen Onlinereihe „Alles Buch“ hätten. Die Freude des Teams war groß – wollten doch fast alle Teilnehmenden etwas in schriftlicher Form abgeben. Nach den Zusagen erhielten die TeilnehmerInnen ein Stylesheet und eine Terminfestsetzung zur Abgabe des Manuskripts. Hier wurden die Gruppenmitglieder wohl erstmals mit der „harten“ Realität konfrontiert: Sie lernten wie es ist, wenn man den Verfasser eines Beitrags mehrmals zur Abgabe ermahnen muss. Als alle zugesagten Beiträge eingetroffen waren, ging es an die Redaktion. Auch hierbei konnte die Gruppe Erfahrungen sammeln: Wie geht man damit um, wenn ein Autor auf Korrekturvorschläge gar nicht oder nicht in angemessener Weise reagiert? Als auch hierfür eine Lösung gefunden worden war, mussten alle Beiträge gesamt gelesen und vereinheitlicht sowie fehlende Vorträge selbst zusammengefasst werden. Dann galt es, typogra-

fisch Unschönes auszumerzen und die Einzeldokumente als Gesamtdokument zu konzipieren. Hier gab es wiederum Einiges zu Lernen: Wo kommen nur all die Fehler her, die doch eigentlich getilgt schienen? Warum hat sich hier ein Hurenkind eingeschlichen? Weshalb haben sich die Abbildungen verschoben?

Nun ist alles geschafft und der Band ist Teil der Onlinereihe. Ohne die Mithilfe und das Engagement der Studierenden wäre dies jedoch nicht realisierbar gewesen, weshalb ich mich bei Katharina Buchholz, Josephine Fehrenz, Lisa Frank, Nora Manz und Anne Wendt für die Mitarbeit bedanken möchte. Ein besonders herzliches Dankeschön geht an die beiden Koordinatoren der Vortragsreihe, Lena Augustin und Dennis Schmolk, die für deren reibungslosen Ablauf gesorgt haben, und Lisa Marie Sauerbrey, die neben zahlreichen anderen Verpflichtungen die redaktionelle Betreuung übernommen hat und damit der Dreh- und Angelpunkt dieses Projekts war.

Lena Augustin

Alles (Buch ^[vierzehn]) was Recht ist – Rahmenbedingungen der Buchbranche

Die Vortragsreihe der Erlanger Buchwissenschaft wurde, damals noch nicht unter dem Namen „Alles Buch“, im Wintersemester 1997/98 von Prof. Dr. Ursula Rautenberg ins Leben gerufen. Sie widmete sich schon damals einem hochaktuellen Thema. Der Titel lautete „Gutenbergs Erben im digitalen Zeitalter. Elektronisches Publizieren und Buchindustrie“. Das Konzept war ebenso einfach wie überzeugend. Im ersten Jahr wurden drei Experten der Buchbranche nach Erlangen eingeladen, die jeweils zu einem Aspekt des Reihenthemas berichteten. Im Folgenden fand „Alles Buch“ jedes Jahr im Wintersemester statt und etablierte sich schnell als fester Bestandteil der Erlanger Buchwissenschaft. Die Anzahl der geladenen Referenten erhöhte sich dabei sukzessive auf sechs bis sieben.

Im Wintersemester 2002/03 übernahm Dr. Volker Titel die Planung. Ein Jahr darauf rief er die Übung „Projektmanagement“ für Studierende ins Leben und integrierte darin die Organisation von „Alles Buch“. Somit hatten die Studierenden erstmals die Möglichkeit, die Reihe nach ihren eigenen Vorstellungen zu gestalten. Dies sollte sich in den folgenden Jahren zur Tradition entwickeln. Aus der Übung von Dr. Titel gründete sich die studentische Initiative „ProBuch“. Ihre Aufgaben sind seitdem die Organisation der Vortragsreihe sowie von Exkursionen zu verschiedenen Institutionen der Buchwelt und zeitweise auch des Messeauftritts der Erlanger Buchwissenschaft in Frankfurt und Leipzig.

Im Wintersemester 2009/10 übernahmen Dennis Schmolck und ich die Aufgabe, die nächste Vortragsreihe zu gestalten, ohne das vielfältige Aufgabenspektrum im Detail zu kennen. Doch der Sprung ins kalte Wasser glückte.

Im ersten Schritt der Themenfindung wiesen uns aktuelle Meldungen aus der Branchenpresse schnell in eine Richtung: Google und dessen Digitalisierungspläne, Helene Hegemann und die Plagiatsaffäre rund um *Axolotl Roadkill*, Streit um § 52b, die Kontroversen zum Digital Rights Management und die gesetzlichen Widersprüche im E-Book-Markt. Auf Grund dieses weitreichenden Diskussionsbedarfs entschieden wir uns bereits in einem frühen Stadium dafür, die rechtlichen Rahmenbedingungen der Buchbranche zum Thema zu machen. So entstand der Titel „Alles was Recht ist – Rahmenbedingungen der Buchbranche“. Als nächstes ging es daran, geeignete Referenten zu suchen.

Zum Einstieg wünschten wir uns einen recht allgemeinen Vortrag zum Thema Digitalisierung, der aktuelle Problemfelder aufzeigen und kritisch hinterfragen sollte. In Michalis Pantelouris fanden wir einen Journalisten und Blogger, der uns mit seinem Vortragstitel einen interessanten Einblick in die Zeitschriftenbranche versprach: „Was sind Wörter heute noch wert? Das Geschäftsmodell Schreiben in Zeiten der Digitalisierung“.

Für Fragen rund um den Bereich des E-Books bot sich der Experte und Börsenblattfachredakteur Dr. Michael Roesler-Graichen an. In seinem Vortrag „E-Books im Schneckengang. Warum das Geschäft in Deutschland nur schleppend voran-

kommt“ sollte er eine Analyse des E-Book-Markts in Deutschland vornehmen und einen Zusammenhang zur aktuellen rechtlichen Situation bezüglich Preisbindung und Mehrwertsteuer herstellen.

Bei einer Vortragsreihe zum Thema Recht durfte darüber hinaus Prof. Dr. Peter Lutz, Honorarprofessor der Erlanger Buchwissenschaft, nicht fehlen. Herr Lutz wählte als Vortragsthema die Bildrechte und lockte die Studenten mit dem Titel „Wem gehört Dein Bild?“, der in Zeiten sozialer Netzwerke eine besondere Relevanz erfährt, in seinen Vortrag.

Stephanie Häger aus der Abteilung Rechte und Lizenzen des Hörverlags in München stellte uns die Welt des Hörbuchs vor. Sie gestaltete ihren Vortrag „Von Künstlern und Piraten. Die Rechtssituation im Hörbuchmarkt“ rund um das Thema der Lizenzarbeit und des Kampfs gegen Raubkopien.

Der Schwerpunkt von „Alles was Recht ist“ sollte jedoch auf dem Urheberrecht liegen. Daher luden wir uns gleich drei Experten zu diesem Thema ein. Dr. Eberhard Ortland vom Institut für Philosophie der Universität Hildesheim sollte mit seinem Vortrag „Genese und Geltung des Urheberrechts“ zunächst zu dem Thema hinführen, indem er Entstehung und Entwicklung skizzierte. Von Matthias Ulmer und Klaus Wrede sollten anschließend unterschiedliche Aspekte argumentativ beleuchtet werden.

Der geschäftsführende Verlagsleiter des Ulmer Verlages, Matthias Ulmer, stellte provokativ die Frage „Wird die Zukunft mit oder ohne Urheberrecht schöner?“ und beantwortete sie aus verschiedenen Perspektiven.

Herr Wrede, Geschäftsführer der Symposion Publishing GmbH, dagegen sollte mit „Inhalt ohne DRM. Das Interesse des Lesers und das Geschäft des Verlegers“ näher auf das Thema Digital Rights Management eingehen und dieses von allen Seiten darstellen.

Nachdem die Einladungen verschickt und die Antworten eingeholt waren, gab es noch genug andere Aufgaben für die Organisatoren. Flyer und Plakate mussten pünktlich zur Frankfurter Buchmesse gestaltet und gedruckt sein, Anreise und Übernachtung der Referenten geplant sowie die Presse informiert und die Studierenden eingeladen werden.

Am 8. November starteten wir schließlich mit dem ersten Vortrag. Leider merken wir bald, dass „Alles Buch ^[vierzehn]“ unter keinem guten Stern zu stehen schien. Gleich mehrere unserer Referenten mussten aus gesundheitlichen Gründen kurzfristig ihren Termin bei uns absagen. Äußerst glückliche Umstände sorgten jedoch dafür, dass trotz voller Kalender alle Vorträge nachgeholt werden konnten. Am 31. Januar fand mit Dr. Eberhardt Ortland der letzte Vortrag statt.

Trotz kleinerer Pannen war die Vortragsreihe „Alles Buch ^[vierzehn]“ ein Erfolg. An dieser Stelle möchte ich, auch im Namen von Dennis Schmolck, den Referenten für ihren Besuch sowie für ihre spannenden und lehrreichen Vorträge danken. Ein weiterer besonderer Dank geht an Dr. Sandra Rühr, die Dozentin hinter dem studentischen Organisationsteam, die uns stets mit Rat und Tat zur Seite stand.

Was sind Wörter heute noch wert?

Das Geschäftsmodell Schreiben in Zeiten der Digitalisierung

Ich muss gestehen, ich bin mir nicht ganz sicher, was Buchwissenschaftler eigentlich machen, aber ich schätze, die Chancen sind hoch, dass Sie in ihrer beruflichen Laufbahn viel mit dem geschriebenen Wort zu tun haben werden und mit den Menschen, die davon leben, Wörter aufzuschreiben – falls Sie nicht selbst zu ihnen gehören werden. Und wenn man dem glauben würde, was man überall da hört, wo Menschen mit dem Geschäft rund um das geschriebene Wort zu tun haben, dann steht es darum in unseren Tagen der Transformation, die wir erleben, sehr schlecht. Der Journalismus, wo ich zuhause bin, ist ein siechender Patient. Und gelesen wird angeblich sowieso immer weniger. Es kann einem Angst machen. Es lohnt sich meiner Meinung nach aber auch, den Zustand des geschriebenen Worts in der Welt ein bisschen differenzierter anzusehen.

Eine beliebte Frage bei Bewerbungsgesprächen ist die nach der Position, in der sich der Bewerber in fünf oder zehn Jahren sieht. Vielleicht ist das auch nur ein Klischee, denn mir ist die Frage nie gestellt worden, aber ich erinnere mich trotzdem sehr genau, was ich zu Anfang meiner eigenen beruflichen Laufbahn vor etwa 13 Jahren darauf geantwortet hätte: In zehn Jahren würde ich an einer Stelle sein wollen, an der ich die Geschichten schreiben könnte, die mich wirklich bewegen, und sie so veröffentlichen, wie ich es für richtig halte. Und dieser Wunsch hat sich für mich voll erfüllt. Ich bin heute in dieser Position. Allerdings ist das keine besondere Leistung von mir: Praktisch jeder in den entwickelten Teilen der Welt ist in der Lage, nahezu kostenlos alles, was er will, zu veröffentlichen – und das sogar weltweit, eine Möglichkeit, die ich mir in meinen kühnsten Träumen nicht ausgemalt hätte. Jeder mit Zugang zu einem Computer mit Internetanschluss kann sich einen kostenlosen Blog oder eine andere Plattform für seine Geschichten aussuchen und ist theoretisch für Milliarden Menschen auf der ganzen Welt sichtbar. Und die allermeisten Menschen, die diese Möglichkeit nutzen, tun das durch das geschriebene Wort.

Überhaupt bedeutet „ins Internet gehen“ im ganz überwiegenden Teil der Fälle vor allem Lesen. Selbst wenn man davon ausgehen wollte – was ich nicht will –, dass der Teil der Zeitungen und Zeitschriften, die heute weniger gekauft oder anderswie unters Volk gebracht werden als früher, auch tatsächlich gelesen wurden, hat das geschriebene Wort an Bedeutung nur gewonnen. Wenn Wörter eine Facebook-Seite hätten, dann müsste es dort allein schon für Deutschland heißen: „Wörter – 82 Millionen Menschen gefällt das“. Die Digitalisierung hat funktioniert, und sie hat das geschriebene Wort stärker gemacht als je zuvor.

Was bisher nicht funktioniert hat, ist die Kapitalisierung bestimmter Bereiche von geschriebenen Texten. Tatsächlich ist es heute für viele Journalisten schwieriger als früher, vom Schreiben zu leben. Ein freier Journalist, und die sind für einen großen Teil der geschriebenen Wörter in Deutschland verantwortlich, verdient heute im

Durchschnitt knapp 2.500 Euro im Monat – und fast 30 Prozent von ihnen verdienen monatlich weniger als 1.000 Euro. Jeder zweite freie Journalist hat neben seiner journalistischen Tätigkeit noch einen zweiten Job – in einem großen Teil der Fälle schreibt er nebenbei PR- und Werbetexte. Ein gutes Geschäft ist das Schreiben in den meisten Fällen nicht mehr.

Während also das geschriebene Wort eine Hochzeit erlebt, wird der Beruf des Schreibers immer schwieriger. Es gibt, wenn man es einmal unternehmerisch betrachten will, ein Überangebot an Wörtern.

Das ist im Prinzip keine schlechte Situation. Im Regelfall bedeutet ein Überangebot für den Kunden, in unserem Fall den Leser, viel Gutes. Rund um mein Büro im Hamburger Schanzenviertel gibt es ein Überangebot an Restaurants und für meine Mittagspause bedeutet das, ich habe nicht nur eine große Auswahl an Möglichkeiten, etwas zu Essen zu bekommen, die Konkurrenz sorgt auch dafür, dass ich es zu einem guten Preis und in einer ordentlichen Qualität erhalte. Konkurrenz sollte ein Geschäft eigentlich beleben. Ich muss billiger oder besser als die Konkurrenz sein, oder beides gleichzeitig, um in einem schwierigen Markt zu bestehen. Allerdings hat dieses Prinzip in dem Markt, in dem sich freie Schreiber, vor allem die Journalisten, tummeln, im Zuge der Digitalisierung nicht wirklich durchgegriffen.

In der ersten Phase der Digitalisierung, in Zeiten des Internet, haben Verlage sich recht schnell auf ein einziges Geschäftsmodell festgelegt. Webseiten sind in der Regel kostenlos, und es wird von Lesern längst erwartet, dass sie es sind: Wer heute Bezahlmodelle für seine Seite einführt, verliert damit schnell seine Leser. „Kostenlos“ ist nun allerdings ein Preis, der nicht zu unterbieten ist.

Gleichzeitig bedeutete der Verzicht auf das eine Geschäftsmodell, in dem der Leser mit Geld für die Nutzung einer Seite bezahlt, gleichzeitig die Entscheidung für das einzige andere, mit dem die Verlage Erfahrung hatten: Finanzierung durch Werbung. Sie verkaufen die Aufmerksamkeit der Leser an Firmen, die Aufmerksamkeit für ihre Produkte brauchen. Und bauten den zweiten Fehler in ihr Geschäftsmodell ein: das Klickzählen.

Eine Seite galt als umso erfolgreicher, je mehr auf sie und auf ihr geklickt wurde. Mehr Klicks rechtfertigten analog zur bisherigen Währung, der Auflage von Papiermedien, höhere Anzeigenpreise. Im Nachhinein ist es schwer erklärbar, wie eine solche Dummheit sich je durchsetzen konnte, denn ein Klick ist in Wahrheit das Gegenteil von Aufmerksamkeit: Ein Klick bedeutet im Netz, ich möchte von einem Ort zum anderen, von etwas weg, zu etwas Neuem. Es entspricht eher dem Zappen beim Fernsehen als dem Fernsehen selbst. Und für die Betreiber von journalistischen Webseiten bedeutet es das Gegenteil von dem, was eigentlich die Aufgabe wäre: Die Information, die der Leser will, muss möglichst viele Klicks weit von ihm versteckt werden, und wenn er sie endlich gefunden hat, darf sie nicht so interessant sein wie die Information, die als nächstes angepriesen wird, um ihn zum Weiterklicken zu verleiten. Qualität lässt sich auf diesem Weg nicht herstellen – jedenfalls nicht, wenn man Qualität für den Leser definiert. Denn anders als im Konkurrenzkampf der Restaurants geht es gerade nicht darum, dass er, der Kunde, bekommt, was er sich wünscht. Es geht darum, dass er möglichst viele Schritte braucht, um es zu finden. Das ist ziemlich genau das Gegenteil von Servicequalität. Es ist genau genommen sogar unverschämt.

Die Erlöse dieses Systems haben nie die erhofften Größenordnungen erreicht, insofern sind die Redaktionen und Schreiber im digitalen Ökosystem nie so gut bezahlt worden wie diejenigen, die für Papiermedien schreiben. Und ohne darüber streiten zu wollen, wer hier die Henne und wer das Ei war: Die digitalen Angebote zum Beispiel der Zeitungs- und Magazinverlage waren regelmäßig schlechter als das, was unter derselben Marke auf Papier gedruckt wurde.

Das ist also, nüchtern betrachtet, der heutige Zustand: Während das geschriebene Wort immer mehr Leser findet, haben Organisationen, die vom Verkauf von geschriebenen Wörtern leben, konsequent die Produkte und den Service verschlechtert. Und den Preis können sie nicht mehr senken, weil er bei Null steht. Also sind viele zu dem Schluss gekommen, „dass Journalismus online nicht funktioniert“.

Dabei ist das Gegenteil richtig: Tausende Kollegen auf der ganzen Welt beweisen jeden Tag, dass sie in der Lage sind, durch Qualität Aufmerksamkeit zu erregen und Leser zu gewinnen. Nicht wenigen Journalisten ist es gelungen, zum Beispiel durch ihre Blogs zu echten Marken mit eigenen Anhängern zu werden. Den allermeisten Kollegen gelingt es dabei noch nicht, direkt von den Erlösen ihrer Blogs zu leben, aber sie generieren zumindest indirekt auch Aufträge durch die Aufmerksamkeit, die sie mit ihren Blogs erzeugen (und es sei daran erinnert, dass auch jede Zeitung eine Mischkalkulation ist. Wahrscheinlich könnte auch der Theaterkritiker einer Qualitätszeitung nicht von dem Geld leben, das rund um seine Theaterkritik verdient wird. Aber die Kritik trägt nicht unwesentlich zur Qualität der Zeitung bei). Das Geschäftsmodell Schreiben in der digitalen Welt verlangt viel mehr vom Einzelnen, weil die großen Organisationen, die Verlage und Redaktionen, viel weniger zu leisten im Stande sind.

Ihnen, die Sie vorhaben, Ihr berufliches Leben mit geschriebenen Wörtern zu verbringen, soll das sagen: Was auch immer Sie im Moment an Signalen und Aussagen hören, es gibt keinen Hinweis, dass Qualität sich nicht lohnt, weil sie nicht refinanzierbar ist. Eindeutig belegt ist nur, dass es sich nicht lohnt, für Mist auch noch Geld zu verlangen.

E-Books im Schneckenangang: Warum das Geschäft in Deutschland nur schleppend vorankommt

Seit fast zwei Jahren wartet die deutsche Buchbranche darauf, dass der Knoten bei E-Books im Publikumsmarkt platzt, dass endlich ein nennenswertes Geschäft mit Endkunden in Gang kommt, und sich nicht nur die Prognosen erfüllen, sondern auch die Investitionen in die Produktion elektronischer Bücher wieder eingespielt werden. Immer neue Wetten wurden über den für 2010 zu erwartenden Marktanteil abgeschlossen. 0,5 Prozent Marktanteil bei Publikumstiteln könnten es in diesem Jahr noch werden, hieß es im Sommer. Nach der Buchmesse war nur noch von 0,2 bis 0,3 Prozent die Rede. Etwas höher, bei ca. 1,8 Prozent, liegt der Marktanteil, wenn man das Geschäft der Fachverlage mit den Bibliotheken hinzurechnet. Zum Vergleich: In den USA hat der Marktanteil von E-Books im Publikumsmarkt bereits etwa 9 Prozent erreicht.

Wie auch immer, der Return on Invest (ROI) lässt bei den deutschen Publikumsverlagen auf sich warten. Dafür gibt es zahlreiche gute Gründe – und es besteht deshalb kein Grund, in Panik zu verfallen. Der deutsche E-Book-Publikumsmarkt, der meist in Relation zum US-Markt gesehen wird, weicht bei zahlreichen Parametern vom US-Markt ab. Schon die Märkte selbst sind grundverschieden: Der US-Markt kennt bestimmte regulative Instrumente wie die Preisbindung nicht, Copyright-Kontrolle und Wettbewerbsaufsicht existieren, unterliegen aber teilweise anderen Bedingungen. Im Vergleich zwischen Deutschland und den USA stehen sich also ein weitgehend regulierter und ein partiell deregulierter Markt gegenüber.

Der deutsche Publikumsmarkt für E-Books steht zudem unter dem Eindruck großer Onlinehändler und Aggregatoren in den USA, die mit ihrem wenig kompromissbereiten Geschäftsgebaren deutschen Marktteilnehmern ihre Regeln aufzwingen wollen. Gleichzeitig hat die deutsche Buchbranche Strukturen und Plattformen geschaffen, die ein Gegengewicht zu Apple, Amazon und Google bilden sollen. Nationale, brancheneigene Lösungen konkurrieren also mit Global Playern, die mit ihrer Marktmacht das Geschäft in Deutschland dominieren könnten. Dies ist auch ein Grund für den Verzug in manchen Vertragsverhandlungen, zumal einige Verlagsgruppen wie Random House und Holtzbrinck in beiden Märkten agieren.

Für die schleppende Verbreitung von Lesegeräten und den immer noch verhaltenen Verkauf von E-Books werden viele Gründe angeführt. So ist gelegentlich von Mentalitätsunterschieden die Rede – auch wenn es kaum gesicherte Erkenntnisse darüber gibt, ob deutsche Konsumenten generell mehr an gedruckten Büchern interessiert sind und elektronische Bücher und Lesegeräte eher ablehnen als amerikanische Verbraucher. Ob es sich dabei tatsächlich um einen Mentalitätsunterschied oder nur um ein verändertes Mediennutzungsverhalten handelt, ist fraglich. Ebensoviele spricht dafür, dass die Amerikaner bei der Nutzung mobiler Endgeräte und Bildschirmtechnologien schon weiter fortgeschritten sind als die Deutschen. Die Frage nach der Mentalität würde dann durch die Frage des Zeitpunkts ersetzt werden, zu dem eine neue Medientechnologie genutzt wird. Mobile Endgeräte gehören in den

USA in größerem Maße zum Alltag als bei uns. Beispielsweise verfügt bereits rund ein Viertel der US-Bevölkerung nicht mehr über einen festen Telefonanschluss.

Die Verbreitung und Nutzung mobiler Endgeräte mit Lesefunktion (Smartphones) trägt auch dazu bei, dass vermehrt kürzere Texte gelesen werden. Für die Zielgruppe der Häppchenleser, die mit zunehmender Marktdiffusion der Geräte wachsen könnte, hat Amazon daher seine „Amazon Singles“ gestartet – kurze Geschichten, die sich besonders für mobiles Lesen eignen. Die veränderte Mediennutzung bringt auch neue Lesertypen hervor. Vor allem jüngere, eher buchferne Menschen, die Handys, Smartphones oder Konsolen nutzen, könnten sich vorstellen, E-Books zu lesen. Eine Studie des US-Verlags Scholastic, bei der Eltern und ihre 6 bis 17-jährigen Kinder befragt wurden, ergab, dass 33 Prozent mehr Bücher lesen würden, wenn sie einen besseren Zugang zu E-Books hätten. Insgesamt gaben 57 Prozent an, sich für elektronische Bücher zu interessieren; 25 Prozent sagten, bereits ein Buch auf einem digitalen Gerät gelesen zu haben – wobei der Anteil derjenigen, die auf einem speziellen E-Reader gelesen haben, nur bei 7 Prozent liegt. 8 Prozent nannten als Leseplattform ein Handheld (Handy, iPod Touch oder Konsole), 3 Prozent ein iPad. 6 Prozent der befragten Eltern besaßen bereits ein Lesegerät, das sie auch ihren Kindern zur Verfügung stellen würden. 16 Prozent der Eltern erklärten, sich demnächst einen Reader kaufen zu wollen.

Die Befunde lassen allerdings nicht den Schluss zu, dass gedruckte Bücher bei Kindern und Jugendlichen in den USA keine Rolle mehr spielen – im Gegenteil: 66 Prozent der Befragten gaben an, neben E-Books weiterhin gedruckte Bücher lesen zu wollen. Die Ergebnisse der Scholastic-Studie korrespondieren mit einer weiteren Studie, die der Marktforscher OnCampus Research unter College-Studenten durchführte. Sie zeigte, dass bisher nur 8 Prozent ein spezielles Lesegerät besitzen und nur 41 Prozent über den Kauf eines Geräts nachdenken. 74 Prozent der Befragten sagten, sie würden lieber gedruckte Bücher lesen. Nur 13 Prozent haben sich überhaupt in den vergangenen drei Monaten ein E-Book gekauft. 77 Prozent der Studenten, die ein E-Book gekauft haben, erklärten, sie würden dieses anschließend lieber auf einem Notebook als auf einem Reader oder einem Smartphone lesen. Doch für die Beantwortung der Frage, weshalb das E-Book-Geschäft in Deutschland noch nicht so richtig in Schwung gekommen ist, sind „Mentalität“ und „Mediennutzung“ zu weiche Kriterien.

Ein weiterer Grund, weshalb die E-Book-Verkäufe in Deutschland noch relativ verhalten sind, dürfte auch der Buchhandel sein. Obwohl in Deutschland die Zahl kleiner, allgemeiner Sortimente zurückgeht, haben wir hierzulande eine hohe Buchhandelsdichte mit einem breiten Titelangbot, die es so in den USA nicht mehr gibt. In Großstädten wie Los Angeles muss man die wenigen Buchhandlungen suchen. Meist gehören sie einer der großen Ketten wie Borders oder Barnes & Noble, die sich außerdem selbst stark im E-Book-Geschäft engagieren. Es ist also nicht verwunderlich, dass Buchkäufer ihre Bücher lieber online bestellen oder – um die Wartezeit auf das Buch zu verkürzen – gleich ganz auf E-Books umsteigen. Ein Effekt, den man in Deutschland beobachten konnte, als Thilo Sarrazins Buch *Deutschland schafft sich ab* zeitweise nicht lieferbar war: Binnen Kurzem war das Buch Top-Bestseller im E-Book-Store von Apple.

Für das deutsche E-Book-Geschäft ist aber auch von Bedeutung, wie das Wettbewerbsumfeld beschaffen ist. Als Amazon Ende 2007 in den US-Markt einstieg, hatte das Unternehmen einen klaren Wettbewerbsvorteil: Der Online-Händler konnte mit einer eingeführten, überall bekannten Marke werben, hatte ein WiFi-taugliches Lesegerät mit zahlreichen nützlichen Funktionen, die unmittelbare Anbindung an seinen Webshop für Bücher und andere Medien, und er hatte vor allem eine große Zahl an Titeln – darunter die meisten New York Times-Bestseller – im Angebot. Heute können Amazon-Kunden in den USA zwischen 760.000 verschiedenen E-Book-Titeln wählen. Von dieser Angebotsgröße sind die deutschen E-Book-Anbieter noch weit entfernt. Mit dem Whisprnet hatte Amazon zudem ein Mobilfunknetz, über das die Kunden die gewünschten E-Books direkt auf ihren Kindle herunterladen konnten.

Keines der seither in Deutschland gestarteten Geschäftsmodelle kann sich bislang mit Amazon – trotz aller Schwächen im Einzelnen und der zunächst insularen Vertriebslösung für den Kindle – messen. Entweder fehlt ein WiFi-fähiges Lesegerät wie etwa in der Kooperation von Thalia und anderen europäischen Buchhandelsketten (Oyo), das umfassende, in die Tiefe gehende deutschsprachige Titelangebot (bei Libri, Apple, textunes oder txtr) oder die für den Traffic und die Umsätze notwendige Markenbekanntheit. Deshalb forciert beispielsweise die von der Buchbranche initiierte Plattform libreka! nicht mehr das Endkundengeschäft, sondern die Content-Distribution.

Für die deutschen Verlage ist die Situation zudem schwer einzuschätzen, weil von den Big Three – Amazon, Apple und Google – Amazon und Google noch nicht in den deutschen Markt eingestiegen sind. Random House hat zum 21. April 2011 den Launch des Kindle Stores in Deutschland über die Bühne gebracht. Unklar ist noch, wie viele deutsche Verlage einen Vertrag mit Amazon oder Google unterschreiben. Wann Google Editions mit seinen Cloud-E-Books – den digitalen Büchern in der Datenwolke – in Deutschland startet, ist ebenfalls noch offen. In den USA war es Anfang Dezember so weit, in Deutschland rechnete man mit dem ersten Quartal 2011, was sich jedoch nicht bewahrheitet hat. Die Lage wird dadurch kompliziert, dass noch weitere, zum Teil branchenfremde Unternehmen auf den E-Book-Markt drängen: Für 2011 ist die E-Book-Plattform Premium von Random House und den Holtzbrinck-Verlagen geplant, die vermutlich auch allen anderen Verlagen offenstehen wird. Zugleich bietet das Marktforschungsunternehmen Mediacontrol eine neutrale, treuhänderische Plattform für den E-Book-Download an: Ceebo. Lockmittel in diesem Falle dürften E-Book-Downloadzahlen sein, die Mediacontrol bereits teilweise erhebt, die aber nach Auskunft des Marktforschers noch nicht repräsentativ sind.

Außerdem war schon auf der Frankfurter Messe zu hören, dass auch Mediamarkt mit einer eigenen E-Book-Downloadplattform in den Wettbewerb eintreten will. Lesegeräte werden schon seit geraumer Zeit dort angeboten – unter anderem der Sony Touch Edition. Auch andere Händler wie Schlecker bieten bereits E-Books an. Es wird erwartet, dass Aldi im Verbund mit seinem Computer-Spezialisten Medion elektronische Bücher anbieten wird. Bei Tchibo könnte dies ebenfalls in Kürze geschehen; im Tchibo-Shop ist derzeit das von Libri angebotene Lesegerät Acer Lumi-Read zu haben. Aldi und Tchibo verfügen über die Infrastruktur für mobiles Inter-

net, Aldi mit seinem Mobilfunk-Angebot Aldi Talk und Tchibo mit Tchibo mobil (in Kooperation mit O2). Der Verkauf von E-Readern mit integriertem Download-Shop wäre also kein Problem. Das Libri-Tochterunternehmen Libri.de nutzt bereits das Mobilfunknetz von Tchibo für den E-Book-Download auf die UMTS-Variante des Lesegeräts Acer LumiRead (229 Euro). Die Muttergesellschaft Libri wiederum ist seit 1993 mehrheitlich im Besitz der Tchibo-Gesellschafter Michael und Wolfgang Herz, ist aber nicht in die Tchibo Holding, die seit einigen Jahren maxingvest heißt, eingliedert.

Nach alledem ist es nicht verwunderlich, dass wir es in Deutschland mit einer anderen Marktdynamik und einer anderen Marktstruktur zu tun haben. Unter dem Eindruck der internationalen Onlinehandels- und Internet-Konzerne und in Erwartung eines ernsthaften Geschäfts sind in Deutschland eine große Zahl an E-Book-Plattformen entstanden. Diese sind teilweise untereinander verflochten, haben eine Vertriebsstruktur aufgebaut – zum Teil wieder mit denselben Partnern – und haben zugleich von vornherein versucht, den stationären Buchhandel in den Verkauf von E-Books einzubinden. Das hat von Anfang an Kompromisse erfordert, wie sie etwa in der Diskussion um libreaka! sichtbar wurden. Wenn Amazon und Google nun in den deutschen Markt hineingehen, werden sie eine wesentlich komplexere Situation vorfinden und mit einer erheblich stärkeren Regulierung konfrontiert werden, als wir sie derzeit in den USA beobachten können.

Die Komplexität hat nicht nur mit der Vielzahl sehr heterogener Anbieter (zum Beispiel: Auf der einen Seite der Zwischenhändler Ciando, der viele Plattformen wie Weltbild.de oder den e-buchkatalog von KNV beliefert; auf der anderen die auf akademische Inhalte spezialisierte Plattform e-cademic) zu tun; auch die Geschäftsmodelle unterscheiden sich deutlich: Apple hat mit dem iPad und seinem E-Book-Store das Agency-Modell mitgebracht, demzufolge der Verlag seine Endverkaufspreise festlegt und am Erlös mit 70 Prozent beteiligt wird. 30 Prozent behält Apple als Provision für sich.

Damit haben Verlage einerseits die Möglichkeit, im Gegensatz zum Retail-Modell, bei dem der Händler eine Vertriebslizenz für das E-Book erwirbt, ihre Preishoheit im E-Book-Markt zu wahren. Denn zumindest im liberalen US-Markt konnte der Händler, der eine Lizenz zum Verkauf von E-Books erworben hatte, den Endverkaufspreis selbst festsetzen – mit dem Ergebnis, dass (vor allem durch Amazon) ein ruinöser Preiswettkampf einsetzte, der zur Folge hatte, dass Bücher weit unter dem Großhandelspreis verkauft wurden und die niedrigen E-Book-Preise das Geschäft mit gedruckten Titeln beeinträchtigte. Andererseits macht das Agency-Modell den Verlag selbst zum Verkäufer – mit allen rechtlichen und steuerlichen Folgen. Er muss die für E-Books in Deutschland geltende Mehrwertsteuer von 19 Prozent selbst abführen, die Preisinformation für alle Verkaufskanäle ohne Ausnahme und zeitgleich managen und alle rechtlichen Konditionen (AGBs, Widerrufsrecht etc.) selbst regeln.

Ein weiterer Faktor, der die Marktsituation in Deutschland komplexer gestaltet, ist die Unübersichtlichkeit und zum Teil unvorhersehbare Entwicklung bei den Lesegeräten. Mit dem iPad kam Ende Mai 2010 die neue Geräteklasse der Tablets in den E-Book-Handel, die sich auch, aber nicht nur als E-Book-Lesegerät anbietet. Daneben setzen sich nach einer vorübergehenden Flaute neue E-Book-Reader durch und

schließlich kündigen sowohl E-Ink als auch andere Anbieter (wie Barnes & Noble mit dem NookColor) die ersten Geräte mit Farbdisplay an.

Die Unterschiede bei den Geräten und Geräteklassen stellen aber auch an die Produktion der Verlage unterschiedliche Anforderungen. Wenn heute ein E-Book verlegt wird, muss sich der Verleger zwischen der klassischen 1:1-Variante, einem enhanced E-Book und einer App entscheiden. Enhanced E-Books und Apps funktionieren derzeit nur auf dem iPad oder verwandten Geräten mit Farbdisplay und multimediafähigem Prozessor. Aber nicht nur die Frage des Formats und des Geräts spielt eine Rolle, sondern auch die Frage der Investition und der Preisfindung. Enhanced E-Books, das zeigen erste Auswertungen von textunes und von Verlagen im iBook-Store von Apple, werden häufiger gekauft als klassische Versionen. Die Verbraucher sind bereit, den höheren Preis zu bezahlen, der in der Regel die Mehrkosten bei Herstellung und Rechtebeschaffung nicht abdeckt.

Vergleicht man also die Ausgangssituation, die Amazon und nur wenig später Barnes & Noble im US-Massenmarkt vorfanden, mit der Situation in Deutschland, so erkennt man auf der Stufe der derzeitigen Marktentwicklung eine viel höhere Komplexität der Produktions-, Vertriebs- und Handelsstrukturen.

Das unternehmerische Risiko ist ungleich größer, zumal die Nachfrage nach E-Books schwerer kalkulierbar zu sein scheint. Gleichzeitig ist es notwendig, auf den wichtigen Verkaufsplattformen präsent zu sein. Für den Vertrieb der elektronischen Bücher müssen also zahlreiche Schnittstellen eingerichtet werden, über die Buch- und Metadaten nach unterschiedlichen Standards (zum Beispiel ONIX) übertragen werden können. Eine Standardisierung der logistischen Prozesse ist nicht in Sicht, auf die Buchbranche im digitalen Zeitalter warten also in den nächsten Jahren große Aufgaben.

Ein weiterer Punkt, der den Verkauf von E-Books hemmen könnte, sind die Preise. Vielen deutschen Verbrauchern erscheinen Preise, die 80 oder 100 Prozent der günstigsten gedruckten Ausgabe entsprechen, als zu hoch. In den USA hingegen werden Bestseller, die in gedruckter Form als Hardcover vorliegen, zu Preisen zwischen 6,99 Dollar und 9,99 Dollar angeboten – das entspricht 5 bis 7 Euro. Abschläge von bis zu 70 Prozent, wie sie Amazon in den USA vornimmt, wären in Deutschland schon aus preisbindungsrechtlichen Gründen nicht möglich. Die Preisakzeptanz dürfte aber in Deutschland in den nächsten Monaten und Jahren verbessert werden, wenn in größerer Zahl günstige Ausgaben wie die kommentierten, angereicherten Klassiker der Weltliteratur von S. Fischer auf den Markt kommen.

Ein Hemmschuh für die Entwicklung ist auch das noch immer als unzureichend empfundene deutschsprachige E-Book-Angebot: Selbst wenn Thalia, wie angekündigt, seit Jahresende 2010 rund 50.000 verschiedene Titel anbietet, selbst wenn andere Plattformen wie Ciando, libreka! oder Libri sich dieser Größenordnung nähern, es bleiben empfindliche Lücken. Entweder erscheinen bestimmte Neuerscheinungen gar nicht als E-Book (nach Angaben des AKEP erscheint nur jede dritte Novität als E-Book), weil es Verlag oder Autor nicht wollen, oder das von deutschen Verlagen oder Agenten ausgehandelte Rechtepakete umfasst nicht die E-Book-Rechte. Der Einkauf der digitalen Rechte scheitert häufig an den Honorarforderungen der Autoren: Statt 20 oder 25 Prozent verlangen sie bis zu 50 Prozent des Nettoverkaufserlöses; dies würde die Kalkulation der deutschen Verlage sprengen. Die Folge hiervon

ist, dass Neuerscheinungen wie Jonathan Franzens *Freiheit* auf Deutsch nicht als E-Book herauskommen.

Problematisch ist zudem die häufig ungeklärte Rechtslage bei älteren Titeln, die als E-Book herausgebracht werden sollen. Hier droht Verlagen, die keine Klausel über künftige, unbekannte Nutzungsarten in ihren Verträgen haben, die Selbstvermarktung durch die Rechteinhaber oder deren Agenten. Der Fall des US-Agenten Andrew Wylie, der E-Books von Random House-Autoren direkt über Amazon vermarkten wollte, ist noch gut in Erinnerung.

Nicht immer positiv wirken sich die rechtlichen Rahmenbedingungen auf das E-Book-Geschäft aus: Die Preisbindung sei zu unflexibel, um den jungen E-Book-Markt zu stimulieren, sagen einige E-Book-Verkäufer. Laut Preisbindungsgesetz machen elektronische Bücher aber keine Ausnahme von der Preisbindung. Nur bei E-Books oder Apps mit Multimedia-Anreicherung, deren Textanteil sekundär ist, sind Ausnahmen von der Preisbindung möglich.

Erschwerend wirkt sich auch die steuerliche Ungleichbehandlung von E-Books aus: Für sie gilt der volle Mehrwertsteuersatz von 19 Prozent – während für gedruckte Bücher nach wie vor nur 7 Prozent gelten. Bis die Widersinnigkeit dieser Unterscheidung bei den Finanzpolitikern verstanden worden ist, wird noch viel Zeit ins Land gehen. Bis dahin heißt es für Verleger: Kalkulation unter erschwerten Bedingungen.

Abschließend zeigt sich ein sehr buntscheckiges Bild des deutschen E-Book-Markts: Mit zahlreichen bremsenden Faktoren, die in der Kumulation zu einer Verlangsamung der Marktentwicklung führen und die Zahl der E-Book-Verkäufe im Promille-Bereich verharren lässt. Die Bereitschaft von Verlagen, ihr E-Book-Angebot auszubauen und auch die Backlist zu digitalisieren, könnte so gehemmt werden. Dennoch ist dieser Befund kein Grund zur Beunruhigung: Die Ausgangsbedingungen für das E-Book-Publikumsgeschäft sind in Deutschland vollkommen anders als in den USA, und der Markt entwickelt sich mit einer niedrigeren Geschwindigkeit. Langfristig werden sich aber auch hierzulande E-Books als neues Segment etablieren – ob in einer ähnlichen Größenordnung wie in den USA, wird sich zeigen.

Wem gehört Dein Bild?

1	Das Recht am eigenen Bild.....	18
2	Die gesetzliche Regelung.....	19
3	Zu den einzelnen Prüfungsschritten.....	19
3.1	Liegt das Bildnis einer Person vor?	19
3.2	Lebt die Person?.....	21
3.3	Hat die abgebildete Person eine Vergütung erhalten?.....	21
3.4	Person nur als Beiwerk.....	25
3.5	Bilder von Versammlungen und Aufzügen.....	25
3.6	Im höheren Interesse der Kunst.....	26
3.7	Entgegenstehende berechnigte Interessen	27

1 Das Recht am eigenen Bild

Das Recht am eigenen Bild ist das ausschließliche Recht des Menschen, über die Verbreitung und öffentliche Zurschaustellung seines Bildnisses zu entscheiden.¹ Das Recht am eigenen Bild ist wie das Namensrecht gemäß § 12 BGB ein spezieller Bestandteil des allgemeinen Persönlichkeitsrechts. Das allgemeine Persönlichkeitsrecht ist ein durch Art. 1 GG, Menschenwürde, und Art. 2 GG, allgemeine Handlungsfreiheit, verfassungsmäßig garantiertes Grundrecht. Es ist zivilrechtlich als sonstiges Recht gemäß § 823 Abs. 1 BGB geschützt.² Das Recht am eigenen Bild findet eine positive gesetzliche Regelung in §§ 22 ff. Kunsturhebergesetz (KUG) vom 09.01.1907. Dort finden sich Regelungen, die ausschließlich die Verbreitung und öffentliche Zurschaustellung von Bildnissen regeln, jedoch nicht Regelungen, die sich mit der unerlaubten Anfertigung von Bildnissen befassen.³

Der Schutzzweck des allgemeinen Persönlichkeitsrechts ist zum einen ideeller und zum anderen auch kommerzieller Natur. Das Recht soll sowohl Wert und Achtungsanspruch einer Persönlichkeit als auch als vermögenswertes Ausschließlichkeitsrecht vor der unerlaubten Verwertung von Bildnissen zu Werbezwecken schützen.⁴

Wie das allgemeine Persönlichkeitsrecht dient also auch das Recht am eigenen Bild dem Schutz eines selbst gesetzten Erscheinungsbilds einer Person in der Öffentlichkeit. Es soll sicherstellen, dass jeder durch sein eigenes Wirken und

¹ Ulmer, Urheber- und Verlagsrecht, 3. Aufl., S. 31 ff.

² BGHZ 13, 334, 338 – Leserbrief.

³ BGHZ 24, 200, 208 – Spätheimkehrer.

⁴ BGHZ 143, 214, 218 – Marlene Dietrich.

Darstellen über Art und Umfang der Berichterstattung über seine Person in der Öffentlichkeit entscheidet.

2 Die gesetzliche Regelung

Die Kernregelungen des Rechts am eigenen Bild finden sich in §§ 22 und 23 KUG:

§ 22

Bildnisse dürfen nur mit Einwilligung des Abgebildeten verbreitet oder öffentlich zur Schau gestellt werden. Die Einwilligung gilt im Zweifel als erteilt, wenn der Abgebildete dafür, dass er sich abbilden ließ, eine Entlohnung erhielt. Nach dem Tode des Abgebildeten bedarf es bis zum Ablauf von 10 Jahren der Einwilligung der Angehörigen des Abgebildeten. Angehörige im Sinne dieses Gesetzes sind der überlebende Ehegatte oder Lebenspartner und die Kinder des Abgebildeten und, wenn weder ein Ehegatte oder Lebenspartner noch Kinder vorhanden sind, die Eltern des Abgebildeten.

(1) Ohne die nach § 22 erforderliche Einwilligung dürfen verbreitet und zur Schau gestellt werden:

1. Bildnisse aus dem Bereich der Zeitgeschichte;
2. Bilder, auf denen die Person nur als Beiwerk neben einer Landschaft oder sonstigen Örtlichkeit erscheint;
3. Bilder von Versammlungen, Aufzügen und ähnlichen Vorgängen, an denen die dargestellten Personen teilgenommen haben;
4. Bildnisse, die nicht auf Bestellung angefertigt sind, sofern die Verbreitung oder Schaustellung einem höheren Interesse der Kunst dient.

(2) Die Befugnis erstreckt sich jedoch nicht auf eine Verbreitung und Schaustellung, durch die ein berechtigtes Interesse des Abgebildeten oder, falls dieser verstorben ist, seiner Angehörigen verletzt wird.

Aus dieser gesetzlichen Regelung ergeben sich einzelne Prüfungsschritte, durch deren Abarbeiten man einfach und schnell zum Ergebnis gelangt, ob die Verbreitung oder öffentliche Zurschaustellung einer Abbildung zulässig ist oder nicht.

3 Zu den einzelnen Prüfungsschritten

3.1 Liegt das Bildnis einer Person vor?

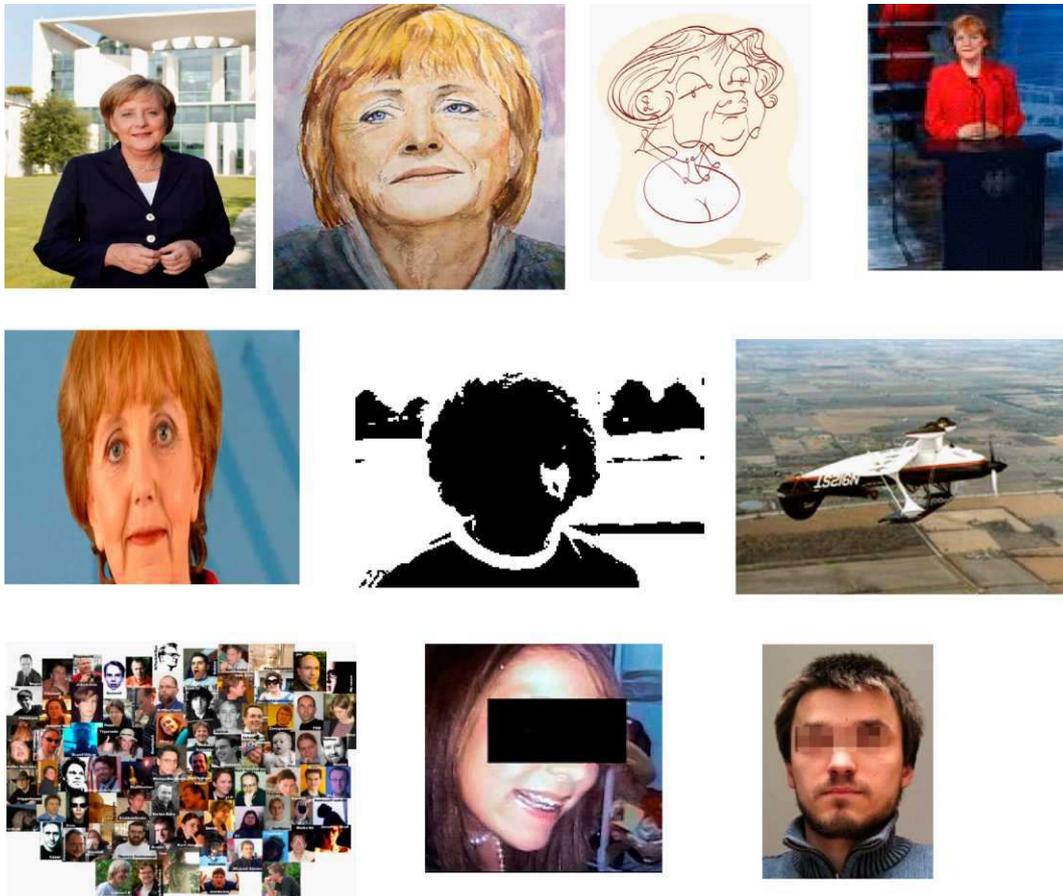
Zunächst ist das Bildnis dahingehend zu untersuchen, ob es sich um die Darstellung einer oder mehrerer Personen, die die äußere Erscheinung des Abgebildeten in einer für Dritte erkennbaren Weise wiedergibt, handelt.⁵

Es muss sich also um ein Personenbildnis handeln. Es kommt nicht darauf an, ob es sich um ein Porträt im engeren Sinne handelt, ob es sich um eine Karikatur, eine Fotografie, eine Fotomontage, eine Zeichnung, ein Gemälde, eine dreidimensionale Darstellung, wie eine Bronzestatue oder eine Wachsfigur, um eine Plastik oder Puppe, die die Gesichtszüge einer realen Person trägt, handelt. Auch die Darstellung

⁵ Schricker/Götting, Urheberrecht, 3. Aufl., § 60/§ 22 KUG Rn. 14.

oder Abbildung eines Doppelgängers bzw. Schauspielers in der Rolle einer prominenten Person verkörpert das Bildnis dieser Person.⁶ Der Bildnisbegriff macht also keinen Unterschied, mit welchen Mitteln die Person dargestellt ist. Entscheidend kommt es auf die Erkennbarkeit der Person an.⁷ Die Erkennbarkeit kann sich aus den Gesichtszügen des Abgebildeten ergeben, aufgrund der typischen Figur, Bekleidung, Frisur oder Gestik.⁸ Der Erkennbarkeit entsprechen auch Identifizierungshilfen, so können beispielsweise charakteristische Merkmale eines Flugzeugs zur Erkennbarkeit eines Piloten führen.⁹ Auch die dazugehörige Textveröffentlichung ist zu berücksichtigen. Die Erkennbarkeit kann aufgehoben werden, wenn Augenbalken oder die Verpixelung des Gesichts erfolgt. Diese Maßnahmen sind jedoch nicht ausreichend, wenn die Erkennbarkeit aus anderen Umständen fortbesteht. Für die Erkennbarkeit genügt, dass die jeweilige Person durch einen mehr oder weniger großen Bekanntenkreis erkannt wird.¹⁰

Beispiele zur Form der Abbildung und Erkennbarkeit:



⁶ BGH, NJW 2000, 2201 – Der blaue Engel.

⁷ Schricker/Götting, a.a.O., Rn. 16.

⁸ BGH, GRUR 1979, 732.

⁹ OLG Nürnberg, GRUR 1973, 40, 41.

¹⁰ Schricker/Götting, a.a.O., Rn. 17.

3.2 Lebt die Person?

Der zweite Prüfungsschritt ist die Überprüfung, ob die abgebildete Person noch lebt oder nicht länger als 10 Jahre tot ist.

Grundsätzlich erlischt 10 Jahre nach dem Tod das Recht am eigenen Bild. Zu beachten ist allerdings, dass sich aus dem allgemeinen Persönlichkeitsrecht ein längerer postmortaler Persönlichkeitsschutz, der auch für Bildnisse eines Verstorbenen gilt, ergeben kann. Insbesondere bei der Verwertung von Bildnissen berühmter Persönlichkeiten zu Werbezwecken¹¹ oder bei sonstigen grob ehrverletzenden Beeinträchtigungen.¹²

Nach dieser Rechtsprechung sind Verwertungen so lange unzulässig, solange die Erinnerung an die abgebildete Person und das damit verbundene Image fortwirkt. Hinsichtlich der vermögenswerten Rechte hat allerdings die Rechtsprechung die Ansprüche auf 10 Jahre begrenzt.¹³

Beispiele für das Fortwirken der Erinnerung:



3.3 Hat die abgebildete Person eine Vergütung erhalten?

Das Gesetz unterstellt, dass der Abgebildete in die Verwertung der Abbildung einwilligt, wenn er für die Abbildung eine Entlohnung erhielt (§ 22 Satz 2 KUG).

Die Einwilligung wird allerdings nur soweit fingiert, als der Zweck zu erkennen war, anlässlich der Zahlung der Vergütung. Ein Fotomodell, das zur Anfertigung von Aufnahmen für ein Zeitschriftencover Modell steht und hierfür eine Vergütung erhält, ist mit Verwertung der Aufnahme als Zeitschriftencover für diese Zeitschrift einverstanden, nicht aber mit der Verwertung für andere Aufnahmen. Ein Modell, das für Modell sitzen und stehen im Rahmen einer Kunstakademie eine Vergütung erhalten hat, ist damit einverstanden, dass die danach hergestellten Kunstwerke öffentlich ausgestellt und auch vom Künstler genutzt und verwertet, also vervielfältigt und verbreitet werden.

¹¹ BGHZ 143, 114 – Marlene Dietrich.

¹² BGHZ 107, 384, 391 – Emil Nolde.

¹³ BGH, NJW 2007, 684 ff. kinski-klaus.de.

Beispiel Zeitschriftencover und Modell:



Hat die abgebildete Person in die Verwertung der Abbildung eingewilligt? Die Einwilligung ist zunächst eine rechtsgeschäftliche Willenserklärung. Sie kann mithin grundsätzlich nur von den voll geschäftsfähigen Personen erteilt werden. Sollen Abbildungen von nicht geschäftsfähigen oder nur beschränkt geschäftsfähigen Personen verwertet werden, bedarf es der Einwilligung der gesetzlichen Vertreter. Es ist aber umstritten, ob diese Einwilligung dann ausreichend ist, wenn die abgebildete Person bereits eine ausreichende Einsichtsfähigkeit hat. Deren Einwilligung ist nämlich erforderlich, wenn man die Einwilligung als einen Realakt, also nicht als rechtsgeschäftliche Willenserklärung, betrachten würde. In der Praxis wird darauf Wert gelegt, dass stets die Einwilligung der einsichtsfähigen, beschränkt geschäftsfähigen Personen einerseits, aber auch jene der gesetzlichen Vertreter andererseits vorliegt, dadurch wird der dogmatische Streit über die Rechtsqualität der Einwilligung pragmatisch umgangen.

Die Einwilligung kann örtlich, räumlich und sachlich beschränkt und unbeschränkt erteilt werden. Erfolgt keine ausdrückliche Erklärung über den Umfang der Einwilligung, so beschränkt sich diese auf den konkret vereinbarten vertraglichen Zweck und sofern dieser nicht ausgewiesen ist, auf den insofern erkennbaren Zweck.¹⁴ So ist beispielsweise die Einwilligung zur Verbreitung im Rahmen einer redaktionellen Berichterstattung nicht so weitgehend, dass das Foto auch zu Werbezwecken genutzt werden kann.¹⁵ Die Einwilligung zur Verwendung von Nacktfotos in einem Biologie-Schulbuch umfasst nicht die spätere Ausstrahlung dieses Bilds im Fernsehen.¹⁶ Die Einwilligung ist jederzeit aus wichtigem Grund widerrufbar. So kann die Einwilligung zur Veröffentlichung von Fotos im „eindeutigen Sachzusammenhang“ rückgängig gemacht werden, wenn sich die betreffende Person vollständig aus dem Milieu zurückgezogen hat. Gegebenenfalls kann die Wirksamkeit des Widerrufs jedoch von der Zahlung einer Entschädigung zum Ersatz des Vertrauensschadens abhängig sein.

Keine Einwilligung ist erforderlich bei Bildnissen aus dem Bereich der Zeitgeschichte.

Die Auslegung dieser Ausnahmvorschrift ist jahrzehntelang erfolgt anhand der Unterscheidung der „absoluten Person der Zeitgeschichte“ und der „relativen Person

¹⁴ OLG Hamburg, ZUM 1995, 637.

¹⁵ BGHZ 20, 346 – Paul Dahlke.

¹⁶ BGH, GRUR 1985, 398, 399 – Nacktfotos.

der Zeitgeschichte“. War eine Abbildung einer dieser beiden Kategorien zuzuordnen und bestand ein berechtigtes Informationsinteresse, so konnte die Abbildung ohne Einwilligung verbreitet werden.

Als absolute Personen der Zeitgeschichte gelten Politiker, Schauspieler, Sportler, Angehörige von Fürstenthümern, Showstars, Wissenschaftler, Künstler usw., die mit ihrem gesamten persönlichen Wirken im Lichte der Öffentlichkeit standen.

Relative Personen der Zeitgeschichte wären solche Personen, die durch ein bestimmtes Ereignis plötzlich in das Blickfeld der Öffentlichkeit geraten sind. Voraussetzung für die Bildberichterstattung war ein berechtigtes Informationsinteresse der Öffentlichkeit. Dieses Informationsinteresse wurde stets dann bejaht, wenn die Personen in ihrer zeitgeschichtlichen Funktion wiedergegeben wurden, z. B. ein Politiker anlässlich einer politischen Rede oder einer Auslandsreise, ein Sportler anlässlich eines Sportereignisses, Personen, die von besonderen Unglücksfällen oder im Rahmen von Gerichtsprozessen betroffen waren. Zu relativen Personen der Zeitgeschichte gehörten die Begleiter von absoluten Personen der Zeitgeschichte, wenn sie mit diesen gemeinsam in der Öffentlichkeit auftraten.¹⁷ Solche Prominente brauchten es jedoch nicht zu dulden, dass sie im privaten Alltag, im Urlaub, beim Spaziergang oder beim Einkaufen abgebildet oder ihre Fotos zu Werbezwecken verwendet wurden.

Diese Rechtsprechung ist durch die Grundsatzentscheidung des Europäischen Gerichtshofes für Menschenrechte vom 24.06.2004¹⁸ aufgehoben worden. Aufgrund dieser Rechtsprechung ist nunmehr zu ermitteln, ob ein Bildnis aus dem Bereich der Zeitgeschichte stammt.

Der Begriff des Zeitgeschehens darf dabei nicht zu eng verstanden werden. Im Hinblick auf den Informationsbedarf der Öffentlichkeit umfasst er nicht nur Vorgänge von historisch-politischer Bedeutung, sondern ganz allgemein das Zeitgeschehen, also alle Fragen von allgemeinem gesellschaftlichem Interesse. Er wird mithin vom Interesse der Öffentlichkeit bestimmt. Auch durch unterhaltende Beiträge kann Meinungsbildung stattfinden; solche Beiträge können die Meinungsbildung unter Umständen sogar nachhaltiger anregen und beeinflussen als sachbezogene Informationen.¹⁹

Das Informationsinteresse kann jedoch nicht schrankenlos die Publikation rechtfertigen, vielmehr wird der Einbruch in die persönliche Sphäre des Abgebildeten durch den Grundsatz der Verhältnismäßigkeit begrenzt, so dass eine Berichterstattung keineswegs immer zulässig ist. Die Grenze für das berechtigste Interesse der Öffentlichkeit ist unter Berücksichtigung der Umstände des Einzelfalls zu ermitteln. Die pure Sensationslust rechtfertigt die Verbreitung von Abbildungen jedenfalls nicht.

Dabei ist zum einen der Kern der Presse- und Meinungsfreiheit (Art. 5 GG) zu berücksichtigen. So hat das Bundesverfassungsgericht die Presse- und Meinungsfreiheit als das konstituierende Element der parlamentarischen Demokratie bezeichnet. Der Presse ist also ein ausreichender Spielraum einzuräumen, innerhalb dessen sie nach ihren publizistischen Kriterien entscheiden kann, was sie des öffentlichen

¹⁷ OLG Hamburg, NJW 1975, 649 – Aus nichtigem Anlass.

¹⁸ EGMR, AfP 2004, 348.

¹⁹ BGH, GRUR 2007, 902, 903 – Gestuftes Schutzkonzept II.

Interesses für wert hält und dass sich im Meinungsbildungsprozess herausstellt, was eine Angelegenheit von öffentlichem Interesse ist.²⁰ Dieses Informationsrecht der Öffentlichkeit ist abzuwägen mit dem Schutz der Privatsphäre andererseits. Dabei ist der Informationswert von besonderer Bedeutung.²¹ Je größer der Informationswert für die Öffentlichkeit ist, desto mehr muss das Schutzinteresse desjenigen, über den informiert wird, hinter den Informationsbelangen der Öffentlichkeit zurücktreten. Umgekehrt wiegt aber auch der Schutz der Persönlichkeit des Betroffenen desto schwerer, je geringer der Informationswert für die Allgemeinheit ist. Das Interesse der Leser an bloßer Unterhaltung hat gegenüber dem Schutz der Privatsphäre regelmäßig ein geringeres Gewicht und ist nicht schützenswert.²² Es ist also zu prüfen, ob die Abbildung der Person zur Debatte mit einem Sachgehalt beiträgt oder nur der Befriedigung bloßer Neugier dient. In jedem Fall ist für den Begriff des interessierenden Zeitgeschehens eine weite Auslegung geboten.²³ Allein die erkennbare räumliche Abgeschiedenheit beschränkt das Informationsinteresse nicht. Bei der Beurteilung und der Abwägung ist darüber hinaus die Wortberichterstattung zu berücksichtigen.²⁴ Nach dieser Rechtsprechung ergibt sich eine diffizile Abwägung der beteiligten Interessen, deren Untersuchung erforderlich ist, um die Zulässigkeit der einwilligungsfreien Veröffentlichung zu ermöglichen. Es bleibt jedoch als Faustregel stehen, dass dann, wenn eine Abbildung einer im Rampenlicht der Öffentlichkeit stehenden Person veröffentlicht und verbreitet werden soll, dies zulässig ist, wenn es sich um eine Abbildung aus der zeitgeschichtlichen Funktion der jeweiligen Person handelt. Die zeitgeschichtliche Funktion ist so zu bestimmen, wie die abgebildete Person dies selbst bestimmt und in der Öffentlichkeit vertreten hat. Beispiele für Personen der Zeitgeschichte:



²⁰ BVerfGE 101, 361, 392 – Caroline von Monaco.

²¹ BGHZ 151, 26, 13 – Marlene Dietrich.

²² BGH, GRUR 2007, 902, 903 – Abgestuftes Schutzkonzept.

²³ EGMR, GRUR 2004, 151, 154 – Von Hannover/Deutschland.

²⁴ EGMR, GRUR 2004, 151, 153 – Von Hannover/Deutschland.

3.4 Person nur als Beiwerk

Ebenso wenig bedarf es der Einwilligung einer abgebildeten Person, wenn diese nur als Beiwerk neben einer Landschaft oder sonstigen Örtlichkeit erscheint. In diesen Fällen ist die Unterordnung der Abbildung der Person oder die Gesamtdarstellung so stark, dass die Abbildung der Person auch entfallen könnte, ohne dass sich der Gegenstand oder Charakter der Abbildung verändern würde. Dies ist beispielsweise der Fall, wenn eine Person auf einem Landschaftsbild zu sehen ist und sich der Eindruck auch dann nicht verändern würde, wenn die Person dort nicht säße. Anderes hat dann zu gelten, wenn die Person gerade blickfangartig in der Mitte des Bilds positioniert ist und möglicherweise durch die Farblichkeit ihrer Kleidung einen besonderen Anziehungspunkt für das Auge darstellt.

Beispiel Person als Beiwerk:



kein Beiwerk:



3.5 Bilder von Versammlungen und Aufzügen

Bei Bildern von Versammlungen und Aufzügen oder ähnlichen Vorgängen, an denen die dargestellten Personen teilgenommen haben, bedarf es ebenso wenig deren Einwilligung. Diese Abbildungen können einwilligungsfrei verwertet werden, weil das allgemeine Informationsrecht im Rahmen einer Interessensabwägung den Vorrang vor den persönlichkeitsrechtlichen Belangen der abgebildeten Personen hat.

Voraussetzung ist, dass die Abbildung einen Eindruck und eine Information über die jeweils wiedergegebene Veranstaltung vermittelt.²⁵ Obwohl ein Teil der Rechtsprechung die Anzahl der abgebildeten Personen auf nicht weniger als 12 Personen festlegt²⁶, kommt es darauf nicht an. Dann, wenn ersichtlich nicht alle Personen einzeln um ihre Einwilligung gebeten werden können, dürften die Voraussetzungen gegeben sein. Wird jedoch aus einer solchen Veranstaltung eine einzelne Porträtaufnahme herausgefiltert, so ist deren Veröffentlichung durch die Ausnahmenvorschrift nicht gedeckt.²⁷ Unter den Begriff solcher Veranstaltungen fallen Demonstrationen, Karnevalsumzüge, Sport- und Parteiveranstaltungen, Trauerzüge und Beerdigungen. Voraussetzung ist jeweils, dass die abgebildeten Personen einen kollektiven Willen haben, etwas Gemeinsames zu tun.²⁸ Die Voraussetzung ist nicht gegeben, wenn sie

²⁵ LG Stuttgart, AfP 1989, 765.

²⁶ LG Hamburg, AfP 2008, 100, 102.

²⁷ LG Hamburg, AfP 2008, 100, 102; OLG Stuttgart, AfP 1980, 64.

²⁸ OLG München, NJW 1988, 915.

sich rein zufällig gemeinsam in einem öffentlichen Park zum Baden aufhalten. Wichtiger wäre das Abgrenzungskriterium, wenn es sich um keine mehrheitlich organisierte Veranstaltung handelt.

Beispiele für Versammlungen und Aufzüge:



3.6 Im höheren Interesse der Kunst

Schließlich dürfen Abbildungen, die nicht auf Bestellung angefertigt sind, sondern die zur Verbreitung oder Schaustellung einem höheren Interesse der Kunst dienen, ohne Einwilligung der abgebildeten Person nicht wiedergegeben und verbreitet werden.

Auf dieser Grundlage sollen insbesondere Künstler die von ihnen geschaffenen Kunstwerke ungehindert verbreiten können. Unter diese Ausnahmebestimmung fällt beispielsweise die Darstellung des Lebensbilds im Film, auf der Bühne oder in der Literatur einer Person, freilich soweit dies nur den Tatsachen entspricht und nicht Dinge aus der Intimsphäre verbreitet werden. Regelmäßig gehört dazu die Form eines Bildnisses (Malen, Bildhauen, Dichten), auch wenn sie die Voraussetzungen des Werkbegriffes des Urheberrechts (§ 2 Abs. 2 UrhG) nicht erfüllt.

Beispiele für höheres Interesse der Kunst:



3.7 Entgegenstehende berechnigte Interessen

Schließlich ist letzte Voraussetzung, dass keine entgegenstehenden berechtigten Interessen des Abgebildeten vorhanden sind.

Wichtige Interessen des Abgebildeten werden insbesondere dann verwendet, wenn die Nutzung zu Werbezwecken erfolgen soll. Da das allgemeine Persönlichkeitsrecht auch die Verwertungsmöglichkeit der eigenen Abbildung schützen soll, ist die Verwertung zu Werbezwecken ohne die Einwilligung der abgebildeten Person eine solche Interessensverletzung. Aus diesem Grunde können auch berühmte Persönlichkeiten, also Personen der Zeitgeschichte, für die Verwertung ihrer Abbildungen im Rahmen der Werbung eine Vergütung fordern. Zu solchen Interessen gehören Abbildungen aus dem Bereich der Privatsphäre, aber auch der Intim- oder Geheimnissphäre, Abbildungen, die mit einer Schmähhkritik verbunden sind oder die Wahrheit verletzen.

Gegenstand der Überprüfung der berechtigten Interessen ist nicht nur die Abbildung selbst, sondern die gesamte Berichterstattung, also die Abbildung zusammen mit der wiedergegebenen Wortberichterstattung. Liegt auch eine solche Interessensverletzung nicht vor, kann die Abbildung ohne Einwilligung der abgebildeten Person veröffentlicht und verwertet werden.

Wird die Zukunft mit oder ohne Urheberrecht schöner?
Zusammenfassung des Vortrags von Matthias Ulmer

1	Worum geht es im Urheberrecht?.....	28
2	Die Zukunft des Autors – wird sie mit oder ohne diese Rechte schöner?	29
3	Exkurs: Schranken des Urheberrechts	30
4	Die Zukunft des Lesers – wird sie mit oder ohne diese Rechte schöner?	30
5	Die Zukunft in der Medienbranche.....	31
6	Die Zukunft in der Wissenschaft als Autor	31
7	Die Zukunft in der Wissenschaft als Leser	32

Gleich zu Beginn beantwortete Matthias Ulmer die seinen Vortrag überschreibende Frage selbst: Natürlich würde die Zukunft *mit* Urheberrecht schöner. Die eigentliche Institution, die gelegentlich kritisch zu hinterfragen sei, sei die Preisbindung, deren Existenz zwar in der Regel „aus dem Bauch heraus“ für richtig empfunden, aber von den Wenigsten hinreichend begründet werden könne. Daher sollten gewisse Fragen immer wieder gestellt werden, nicht, um von Grund auf neue Ergebnisse zu erzielen, sondern um Selbstverständlichkeiten in diesem Diskurs aufzubrechen.

Diese „klassischen Fragen“ rund um das kommende Gesetz zur Regelung des Urheberrechts in der Informationsgesellschaft, häufig kurz „Dritter Korb“ genannt, wollte Matthias Ulmer in seinem Vortrag aufwerfen, um sie im Hinblick auf mögliche Notwendigkeiten der Abänderung für die Zukunft aus mehreren Perspektiven heraus zu diskutieren.

Im Anschluss daran sollte die praktische Anwendung des Vorgestellten auf die Zeitschriftenkrise bzw. auf mögliche Auswege aus dieser folgen.

1 Worum geht es im Urheberrecht?

Das Urheberrecht untergliedert sich in die Urheberpersönlichkeitsrechte und die Verwertungsrechte.

Das Urheberpersönlichkeitsrecht sichert dem Autor die Rechte zu, sein Werk unverfälscht weitergeben zu können, sein Werk nicht weitergeben zu müssen sowie als Autor seines Werks genannt zu werden.

Das Verwertungsrecht sichert dem Autor Eigentum und Einkommen zu, räumt ihm die Möglichkeit ein, sein Eigentum vererben zu können und sichert die Vervielfältigung und Verbreitung seines Werks.

Diese Rechte wurden im Laufe des Vortrags aus der Perspektive aller vom Urheberrecht betroffenen Parteien heraus auf deren Sinnhaftigkeit und Nutzen hin beleuchtet.

Worauf Matthias Ulmer im Voraus noch ganz grundsätzlich zur Bedeutung des Urheberrechts verwies, war, dass diese Rechte häufig missverstanden würden als ein Ausgleich zwischen Lesern und Autoren bzw. Gesellschaft und Urheberrechtlern. Das Urheberrecht sei jedoch ausschließlich dazu angetan, das grundgesetzlich zugesicherte Eigentum auch auf den geistigen Bereich auszudehnen und somit dem Autor sein Eigentum zu sichern. Der Leser finde erst in einem nächsten Schritt, bei der Frage der Sozialbindung des Eigentums, das sich in den Schranken des Urheberrechts manifestiert, Berücksichtigung.

2 Die Zukunft des Autors – wird sie mit oder ohne diese Rechte schöner?

Die Urheberpersönlichkeitsrechte sichern dem Autor zu, dass sein Werk in der *Form* veröffentlicht wird, in der er es verfasst und zur Veröffentlichung vorgesehen hat, eventuell auch gegen den Willen von Lektoren oder Verlegern. Dieses Recht ist für den Autor ein fundamentales, da es seine Integrität bewahrt.

Stimmt die Überzeugung eines Autors nicht mehr mit der in einem früheren Werk geäußerten überein, hat er, z.B. im Bereich der Wissenschaften, falsche Tatsachen dargelegt oder handelt es sich um die Frühform eines Werks, muss der Autor die Möglichkeit haben, den Verkauf dieses Werks zu stoppen, um nicht seiner Persönlichkeit und seinem Ansehen Schaden zuzufügen. Es besteht also kein *Zwang* zur Veröffentlichung.

Der Autor muss das Recht auf Anerkennung der *Autorschaft* haben, das heißt, dass sein Werk nur unter seinem Namen veröffentlicht wird, bzw. er im Umkehrschluss auch die Entscheidung treffen kann, einen Text ohne seinen Namen anonym zu veröffentlichen. Zu diesem Komplex zählt auch, dass nichts unter seinem Namen veröffentlicht wird, was nicht von ihm selbst stammt bzw. dass niemand sich „mit fremden Federn schmücken“ darf. Niemand soll sich des Eigentums des Autors bemächtigen dürfen.

Die Verwertungsrechte sichern dem Autor seine Werke als *Eigentum* zu und geben ihm die Möglichkeit, daraus *Einkommen* zu beziehen, wenn er das möchte. Weiterhin kann er das im Laufe seines Lebens erarbeitete „Vermögen“ an Rechten *vererben*. Das Recht, über die *Vervielfältigung* und *Verbreitung* des Werks bestimmen zu können, ergibt sich zwangsläufig aus der Zusprechung des Werks als Eigentum.

Keines dieser Rechte kann als echte Belastung empfunden werden. Einziger strittiger Punkt kann laut Matthias Ulmer im Rahmen der Vererbbarkeit die Dauer des Urheberrechts sein, die sich momentan auf 70 Jahre nach Tod des Autors beläuft.

Eine Verbesserung des Urheberrechts aus Sicht des Autors wäre, so einfach es klingen mag, die Gewährleistung des Schutzes seiner Rechte. Eine Verbesserung des Honorars, das in § 32 als „angemessene Vergütung“ geregelt wird, würde begrüßt, ebenso die Neuformulierung des § 52b, der die Nutzung von digitalisierten Texten aus dem Bestand von Bibliotheken an speziellen Leseplätzen einräumt.

Im Großen und Ganzen jedoch, fasste Matthias Ulmer zusammen, herrscht unter den Autoren über die Form des Urheberrechts Zufriedenheit.

3 Exkurs: Schranken des Urheberrechts

Jede Form von Eigentum unterliegt nach Art. 14 GG der Sozialgebundenheit, denn „Eigentum verpflichtet“ gegenüber der Allgemeinheit. Im Urheberrecht findet die Sozialgebundenheit ihren Ausdruck in den sogenannten „Schrankenregelungen.“ Das Urheberrecht ist deshalb u.a. in folgenden Fällen beschränkt:

- Pragmatismus (Zwischenspeicherung von Dateien im Arbeitsspeicher)
- Verwaltungseffizienz (Erstellen von Gerichtsakten)
- Antidiskriminierung (Ausgaben in Blinden-/Großschrift)
- Bildung und Erziehung (Nutzung von Materialien in Schulen)
- Öffentliche Unterrichtung (Weiterberichterung über Fernsehen, Hörfunk...)
- Auseinandersetzung/Wiedergabe (öffentliches Zitieren von Werken zur Meinungsbildung/Diskussion)
- Forschung und Lehre (Erleichterung des Arbeitens mit wissenschaftlichen Werken an Bildungseinrichtungen)
- Privatkopie

Laut Gesetzgeber hat der Autor nicht die Möglichkeit, gegen die Nutzung seines Werks innerhalb dieser Schranken vorzugehen, jedoch kommt ihm über die Verwertungsgesellschaften eine angemessene Vergütung dafür zu.

Als Besonderheit wurden die Bestimmungen zur Privatkopie vorgestellt. Man führte sie ein, nachdem ab 1965 die Möglichkeit zur Erstellung von Kopien durch Reprographicapparate bestand. Da die Kontrolle der Einhaltung des Urheberrechts und der Schutz des Eigentums von Autoren nicht möglich waren, führte man die Verwertungsgesellschaften einerseits und die Schrankenregelung zur Privatkopie andererseits ein. Heutzutage sehen wir uns nach Matthias Ulmer jedoch vor eine neue Situation gestellt: durch DRM u.ä. ist die Direktabrechnung technisch möglich und die Schranke damit eigentlich überflüssig.

4 Die Zukunft des Lesers – wird sie mit oder ohne diese Rechte schöner?

Unter „Leser“ ist in diesem Fall der Leser belletristischer Literatur zu verstehen.

Der Schutz eines Werks vor Verfälschung garantiert dem Leser, dass er tatsächlich das Werk in Händen hält, von dem er ausgeht, und dass es auch vom erwarteten Autor stammt. Dass es keinen Zwang zur Verbreitung eines Werks gibt, gewährt dem Leser die Sicherheit, dass der Autor hinter dem Werk steht und dieses in genau dieser Form unter die Leserschaft bringen wollte. Dieser Punkt bietet somit Schutz vor Fehlern. Die Autorschaft ist für den Leser insofern von Belang, als sie ihm ermöglicht, das Werk einzuordnen. Die Orientierung innerhalb der bestehenden Literatur und das Reden über einen Autor wird erst durch die Garantie der Autorschaft ermöglicht.

Der Bestand der Persönlichkeitsrechte tangiert den Leser von Belletristik nicht, oder stellt statt einer Belastung sogar eine Hilfe dar. Etwas anders steht es hingegen mit den Verwertungsrechten.

Der Leser ist Konsument und daran interessiert, Bücher möglichst kostengünstig zu beziehen. Vererbung ist allgemein ein strittiger gesellschaftlicher Punkt und auch die Kürzung von Schutzfristen würde unter den Lesern vermutlich nicht auf Widerstand stoßen. Dass der Autor zur Vervielfältigung und Verbreitung ein Exklusivrecht innehat, wird sogar als störend empfunden.

Insgesamt muss der Leser die Verwertungsrechte des Autors als gegeben hinnehmen, ohne dagegen vorgehen zu können.

Verbesserungen aus Sicht des Lesers brächten geringere Kosten, vor allem aber eine Anlehnung der Handhabung digitaler Medien an herkömmliche, etwa die Möglichkeit des Verleihens und Verschenkens von E-Books oder Musik, und insgesamt eine komfortablere Nutzung dieser Medien.

5 Die Zukunft in der Medienbranche

Der Schutz vor Verfälschung ist für den Verleger sowohl Hindernis, da er nicht frei über die Inhalte seiner Autoren verfügen kann, als auch Sicherung der Glaubwürdigkeit eines Werks für die Abnehmer seiner Erzeugnisse. Dass für den Autor kein Zwang zur Verbreitung besteht, ist jedoch eindeutig negativ, da nicht nach freiem Wunsch Texte veröffentlicht werden können. Die Anerkennung der Autorschaft kann im Verlegeralltag zu Unannehmlichkeiten führen, etwa wenn ein Werk unter dem Ruf des Autors zu leiden hat, verhindert aber auch die „wilde“ Nutzung eines guten Namens durch andere Verleger. Insgesamt jedoch empfinden Verleger die Urheberpersönlichkeitsrechte eher als zu restriktiv.

Die Verwertungsrechte hingegen sind grundlegend für diesen Teil der Branche: Die Grundlage für die Existenz einer Medienwirtschaft ist die Existenz eines Eigentumsrechts an geistigen Inhalten und dessen Handelbarkeit.

Die Interessen des Verlegers am Urheberrecht stehen in Teilen den Interessen des Lesers entgegen.

Grundsätzlich wünscht sich der Verleger laut Matthias Ulmer die Einhaltung der gesetzlichen Regelungen, Erleichterungen bei der Retrodigitalisierung verwaister Werke, die Zahlung der angemessenen Vergütung durch die Universitäten für die Bereitstellung digitalisierter Werke auf Hochschulservern sowie im gleichen Zusammenhang die Präzisierung der in §§ 52a und 52b getroffenen Regelungen.

6 Die Zukunft in der Wissenschaft als Autor

Die Urheberpersönlichkeitsrechte sind für Autoren wissenschaftlicher Publikationen sogar noch wichtiger als für Belletristikauforen.

Werden wissenschaftliche Forschungen verfälscht und unter dem Namen eines Autors veröffentlicht, kann dies katastrophale Folgen für die Reputation des Autors nach sich ziehen. Er wird geschützt vor der willkürlichen Veröffentlichung von z. B. unfertigen Vorstudien und hat die Versicherung, dass seine Forschungsergebnisse

ihm zugeschrieben werden und auch in der wissenschaftlichen Diskussion mit seinem Namen verbunden bleiben.

Bei der Publikation von Aufsätzen in Zeitschriften nehmen die Eigentumsrechte aus Sicht des Autors keine tragende Rolle ein, da er hieraus in der Regel kein Einkommen erzielt. Wichtig wird die Honorarfrage erst bei der Publikation in Büchern, da hier hohe Summen verlangt werden können. Die Vererbung der Rechte spielt eher keine Rolle, vor allem, wenn von den Nachfahren nicht dieselbe wissenschaftliche Linie verfolgt wird. Was die Vervielfältigung und Verbreitung angeht, widerspricht Matthias Ulmer der häufig vertretenen Aussage, Autoren wollten in erster Linie verbreitet und gelesen werden. Ganz im Gegenteil sagt er, dass wissenschaftliche Autoren vor allem publiziert werden wollen und ihre Beiträge durch den Namen einer bestimmten Zeitschrift „adeln“ lassen. Das Renommee ergebe sich nicht durch die Häufigkeit des Gelesen-Werdens, sondern durch die Frage, von wem und auf welcher Plattform.

Welche Verbesserungen sich wissenschaftliche Autoren im Rahmen des dritten Korbs der Urheberrechtsreform wünschen, geht nur aus sehr wenigen Äußerungen hervor und lässt sich nur schwer von den Vorstellungen der Leser trennen. Aber grundlegend wird weiterhin Wert gelegt auf die Sicherstellung der Persönlichkeitsrechte. Das Zweitveröffentlichungsrecht spielt in der Verlagspraxis laut Matthias Ulmer nicht die Rolle, die es in der Diskussion einnehmen würde, wäre aber von einigen Autoren wohl als erstrebenswert eingestuft.

7 Die Zukunft in der Wissenschaft als Leser

Im Bereich der Wissenschaft nimmt der Diskussionspunkt um Open Access eine wichtige Rolle ein. Der Professor für Rechtswissenschaft, Cass R. Sunstein, entwickelt in *Infotopia* Regeln für ein offenes Wissensnetzwerk, das eine Art superexaktes Weltwissen hervorbringen könnte. Ein praktisches Beispiel für ein solches Netzwerk ist die Internetenzyklopädie Wikipedia, die nach dem Prinzip der Schwarmintelligenz funktioniert. Der Schutz vor Verfälschung spielt aber gerade auch im Internet für die Glaubwürdigkeit eine eminent wichtige Rolle. Matthias Ulmer ist der Meinung, dass eine anonyme Zusammenarbeit an Inhalten lediglich „eine schöne paradiesische Idee“ ist, die in der Realität jedoch nicht von Belang sein wird, da der Rezipient sich doch in der Regel wissenschaftlich gesicherten Inhalten von Experten zuwenden wird.

Unsicher ist Matthias Ulmer im Hinblick darauf, ob der Leser es als störend empfindet, dass kein Zwang zur Verbreitung besteht. Er persönlich sei sehr froh, dass er nur Texte zu lesen bekäme, hinter denen der Autor stünde, räumt aber einschränkend ein, dass es auch hier Grenzfälle geben könne.

Die Autorschaft allgemein stellt im Bereich der Wissenschaft noch mehr als in der Belletristik einen wichtigen Anhaltspunkt zur Orientierung innerhalb eines Diskurses dar.

Der wissenschaftliche Leser ist in der Regel kein Selbstzahler, und damit eher weniger an den Kosten für ein bestimmtes Werk interessiert. Da er jedoch gleichzeitig in einer Art „Budgetgemeinschaft“ ist, spricht er sich insgesamt für einen sinnvollen Umgang mit den Ressourcen, die der Wissenschaft zu Verfügung stehen,

aus, und ist somit doch wieder an einem möglichst kostengünstigen Angebot interessiert.

Der Punkt der Vererbbarkeit ist aus Sicht dieser Gruppe irrelevant und wäre zu streichen.

Im Hinblick auf die Verbreitung ist vor allem die Verfügbarkeit wichtig, sowohl für sich selbst als auch für andere. Das Recht, fremde Werke verbreiten zu dürfen, spielt keine Rolle.

Die Notwendigkeit von Veränderungen des momentanen Urheberrechtes wird besonders von den wissenschaftlichen Lesern proklamiert. Zusammenfassen könne man deren Forderungen nach Matthias Ulmer mit dem Satz „Alles, überall und umsonst.“ Der Zugang zu wichtigen Veröffentlichungen aus den Beständen einer Bibliothek soll dauerhaft, rund um die Uhr, von überall aus, in digitaler Form und kostenlos möglich sein, um ein komfortables wissenschaftliches Arbeiten zu gewährleisten. Die Inhalte sollen zudem ausgedruckt, kopiert und weiterverwendet werden können. Technisch ist das Einkufen von Lizenzen im Internet über E-Book-Bibliotheken von fast allen wissenschaftlichen Verlagen möglich, jedoch kostenpflichtig und schwierig zu finanzieren.

Weitere Punkte, die wissenschaftliche Leser nach Matthias Ulmer gerne geändert sähen, sind der Ausbau von Open Access, das Zweitveröffentlichungsrecht, die Ermöglichung von elektronischem Kopienversand und der Gebrauchmachung von verwaisten Werken sowie die Befristung der Bestandsbindung nach § 52b und die Entfristung von § 52a.

Insgesamt stehen die Interessen von Verlegern und Lesern den Interessen von Autoren gegenüber. Erstere sehen die Angelegenheiten Letzterer tendenziell als zu stark gemacht, Letztere wünschen sich eher noch einen Ausbau der Rechte. Dieses Empfinden ist nicht neu und entspringt der deutschen Auffassung vom Urheberrecht. Eine bedeutende Rolle spielen auch digitale Medien, deren bessere Nutzbarmachung die Branche zwingend in die Wege leiten muss. Die höchsten Ansprüche stellen hierbei die Rezipienten wissenschaftlicher Texte. Den Parteien gemein ist die Unzufriedenheit über Regelungen des „zweiten Korbs“, insbesondere über §§ 52a und 52b, die im „dritten Korb“ einer Änderung unterzogen werden müssen, was auch der Meinung von Matthias Ulmer entspricht.

Auswege aus der Zeitschriftenkrise

1	Genese der Zeitschriftenkrise.....	34
1.1	Welche Lösungen gibt es aus diesem Dilemma?.....	35
1.1.1	Steigende Bibliotheksetats	35
1.1.2	Abbremsen des Anstiegs wissenschaftlicher Publikationen.....	35
1.1.3	Reduzieren der Abhängigkeit von einzelnen Publikationen.....	35
1.2	Welche Lösungen werden stattdessen bisher vorgeschlagen?.....	35
1.2.1	Open Access-Publikationszwang	35
1.2.2	Vorgriffsrecht des Arbeitgebers bei Wissenschaftlern (Ergänzung § 43 UrhG).....	36
1.2.3	Schrankenregelung für öffentlich finanzierte Forschung (§ 52c)	37
1.2.4	Zweitveröffentlichungsrecht des Autors (§ 38)	38
1.2.5	Allgemeine Wissenschaftsschranke (§ 45b)	39
1.2.6	Zwangslizenz.....	39
1.2.7	Urheberrechtslose Wissenschaft.....	40
1.2.8	Schlussfolgerungen.....	40
2	Verbesserungspotential bei wissenschaftlicher Information.....	41

1 Genese der Zeitschriftenkrise

Die Wissenschaftsministerien haben die Finanzierung der Bibliotheken in den vergangenen Jahren kontinuierlich reduziert. Gleichzeitig sind die Bedeutung und damit vor allem das Volumen wissenschaftlicher Publikationen konstant gestiegen. Wegen dieses steigenden Publikationsvolumens, aber auch wegen der dadurch wachsenden Bedeutung der wissenschaftlichen Publikationen, haben die Verlage im gleichen Zeitraum die Preise überdurchschnittlich gesteigert.

Bei sinkender Finanzausstattung und steigenden Preisen blieb den Bibliotheken kein anderer Ausweg, als die Zahl der eingekauften Publikationen von Jahr zu Jahr zu reduzieren. Damit stieg aber laufend die Bedeutung der verbliebenen Publikationen. Die Wahlmöglichkeit der Wissenschaftler sank, sie mussten verstärkt in die verbliebenen Publikationen drängen, was deren Umfang und Kosten steigerte. Trotz dieses beschleunigten Kostenanstiegs wurden die Publikationen nicht abbestellt, da sie durch die gleiche Entwicklung immer unentbehrlicher wurden.

Die wissenschaftliche Literaturversorgung wurde währenddessen immer schlechter. Die sinkenden Bibliotheksetats und die Fokussierung des Restetats auf immer weniger immer teurere Publikationen führten dazu, dass immer weniger Fachbereiche in den Bibliotheken ausreichend abgedeckt werden konnten.

1.1 Welche Lösungen gibt es aus diesem Dilemma?

1.1.1 Steigende Bibliotheksetats

Die Finanzausstattung der Bibliotheken muss parallel zur steigenden Bedeutung wissenschaftlicher Informationen entwickelt werden.

1.1.2 Abbremsen des Anstiegs wissenschaftlicher Publikationen

Neben der Publikation echter wissenschaftlicher Ergebnisse werden heute zahlreiche Aufsätze aus anderen Gründen publiziert: Evaluation von Lehrstühlen, Renommee von Forschern, Berufungsverfahren mit bibliometrischem Hintergrund, Prüfungsleistungen. Bei allen diesen Punkten kann die Politik auf die Hochschulverwaltung einwirken, um die Entstehung sinnloser Publikationen zu bremsen.

1.1.3 Reduzieren der Abhängigkeit von einzelnen Publikationen

Wenn die Wettbewerbssituation in einzelnen Marktsegmenten gestört ist, gibt es differenzierte Instrumente zur Korrektur: Herstellen von Wettbewerb durch Fördern verbliebener Konkurrenten; Unterstützen der Neugründung von Wettbewerbern und Fördern alternativer Publikationswege wie Open Access; Einführen eines objektbezogenen Malus bei bibliometrischen Bewertungen; Aufbrechen von Markt-macht durch kartellrechtliche Verfahren; Erzeugen von Marktmacht auf der Nachfrageseite durch Bündelung des Einkaufs.

Leider ist bislang nicht erkennbar, dass die genannten Möglichkeiten durchgeführt, viele noch nicht einmal getestet wurden.

1.2 Welche Lösungen werden stattdessen bisher vorgeschlagen?

1.2.1 Open Access-Publikationszwang

Das Fördern von alternativen Publikationswegen, etwa Open Access (OA), bietet eine der vielen Lösungsmöglichkeiten zum Aufbrechen der Abhängigkeit von einzelnen Publikationen. Grundsätzlich ist eine kostenlose Publikation schon immer für Jedermann möglich, durch die Entwicklung im Internet ist es heute auch immer einfacher und effektiver. Es haben sich bereits tausende von OA-Verlagen, OA-Zeitschriften und OA-Servern gebildet, gegründet von Verlagen oder Organisationen des Wissenschaftsbereichs. Die Wirkung ist bisher jedoch enttäuschend, was auf drei Gründen basiert:

Zum Ersten wollen Autoren nicht auf die Publikation in den renommierten Zeitschriften verzichten. Je wichtiger ihre Publikation ist, desto dringender drängen sie in diese Publikationen und desto weniger ziehen sie den OA-Ansatz vor. OA bewirkt dadurch keine Veränderung bei der Marktmacht der Monopolzeitschriften. Der Einfluss von OA steigt dagegen mit abnehmender Bedeutung der Publikation. Je

unwichtiger ein Aufsatz, desto wahrscheinlicher die OA-Publikation. Damit beeinflusst OA gerade nicht die Geschäftsmodelle der Monopolzeitschriften, sondern nur die der kleinen Zeitschriften und Verlage mit geringer Bedeutung, deren Rentabilität und Marktmacht gegen Null tendiert. In diesem Bereich sind jedoch zahlenmäßig die meisten Publikationen anzusiedeln, schwerpunktmäßig aus den Geisteswissenschaften, die auf diese Verlage und Publikationsmöglichkeiten angewiesen sind.

Zum Zweiten erfordert die OA-Publikation in der Praxis die gleichen Kosten wie konventionelle Publikationen. Die Gründung von OA-Servern und OA-Publikationen an den Hochschulen hat jedoch dazu geführt, dass die Kosten für den Betrieb aus den Verlagen an die Hochschulen verlagert wurden. Dort werden Forschungsmittel und Personalkapazitäten in OA-Projekten gebunden. Die Finanzierung dieser OA-Projekte ist jedoch nur kurzfristig gesichert, eine langfristige Zugänglichkeit von Publikationsservern ist aufwändig sowie kostenintensiv und kann von den zahllosen Lehrstühlen, die sich mit OA-Angeboten befassen, nicht gewährleistet werden.

Zum Dritten führt die Publikation von Aufsätzen auf Hochschulservern bereits heute, am Anfang eines OA-Publikationswesens, zu vollkommen unüberschaubaren Angeboten. Es gibt keine angemessenen Verzeichnisse oder Suchmaschinen, die Einbindung der Angebote in Bibliothekskataloge ist problematisch, die Dauerhaftigkeit selten gewährleistet.

Insgesamt bewirken die OA-Angebote aktuell nicht das, was damit bezweckt werden soll. Dagegen führen sie zu einer Fehlallokation finanzieller und personeller Ressourcen im Bildungsbereich, beschädigen den Bereich geisteswissenschaftlicher Publikationen und führen zu einer Verschlechterung des Informationsangebots.

Reife und sinnvoll etablierte OA-Modelle können sicher die wissenschaftliche Informationsversorgung sinnvoll ergänzen. Das kann dauerhaft zu einer Entlastung beim Publikationsdruck führen. Als Mittel zur Reduktion der Marktmacht der Monopolzeitschriften sind sie aber ungeeignet.

Juristisch ist ein Publikationszwang ebenfalls problematisch. Er verstößt gegen das Grundgesetz und kann gesetzlich vermutlich nur durch eine Verfassungsänderung umgesetzt werden.

1.2.2 Vorgriffsrecht des Arbeitgebers bei Wissenschaftlern (Ergänzung § 43 UrhG)

Eine Änderung des § 43 soll bewirken, dass Wissenschaftler ihre Publikationen zuerst der Hochschule zur Publikation anbieten müssen und nur wenn diese die Option nicht wahrnehmen will, ist der Wissenschaftler frei, bei einem Verlag zu publizieren. Im Kern zielt dieser Vorschlag auf eine Beförderung des OA-Publizierens und auf eine Etablierung von Hochschulen als Verlage.

Wie bereits unter Punkt 1.2.1 gezeigt, führt OA vermutlich zwar zu massiven Veränderungen in der Angebotsstruktur von wissenschaftlichen Publikationen, jedoch nur bei Geisteswissenschaften und Nischenfächern, und dann auch noch tendenziell zu Verschlechterungen der Informationsversorgung, während OA auf die Marktsituation der großen Wissenschaftszeitschriften nahezu ohne Auswirkung bliebe.

Zusätzlich wäre ein solches Vorgriffsrecht für den betroffenen Wissenschaftler problematisch. Dabei muss man zwei Szenarien unterscheiden:

Im ersten haben die Hochschulen professionelle Verlage mit entsprechenden Publikationen selbst aufgebaut und sie publizieren die wissenschaftliche Arbeit – wenn sie die Option ziehen – in adäquater Form. Dieses Szenario sieht zwar gut aus, ist aber unrealistisch. Der Aufbau entsprechender Hochschulverlage würde enorme Investitionen erfordern, viele Jahre oder Jahrzehnte beanspruchen und hätte dennoch geringe Erfolgsaussichten. Juristisch ist er problematisch, weil der verlegerischen Tätigkeit der öffentlichen Hand bei Art und Umfang möglicher Publikationen sehr enge Grenzen gesetzt sind, die die Staatsfreiheit der Informationsgesellschaft gewährleisten. Aus verfassungs- und wettbewerbsrechtlicher Sicht ist der Aufbau von Hochschulverlagen zum Konkurrenzieren privatwirtschaftlicher Verlage unmöglich.

Im zweiten Szenario wird nicht von einem professionellen Hochschulverlagswesen ausgegangen. Stattdessen soll das Vorgriffsrecht dazu dienen, die OA-Server der Hochschulen zu füllen. Ein solches Vorgriffsrecht würde verhindern, dass eine Arbeit bei einer professionellen Zeitschrift eingereicht werden kann, bis eine Entscheidung der Hochschule vorliegt. Eine solche Entscheidung kann die Hochschule sinnvollerweise jedoch nicht ohne eigene Begutachtung fällen, weshalb eine Entscheidungsfrist von zwei Monaten zu keiner sinnvollen Entscheidung führen kann. Insbesondere renommierte Wissenschaftler würden Druck auf die Hochschule ausüben, von ihrem Recht keinen Gebrauch zu machen (oder sich das im Anstellungsvertrag zusichern lassen beziehungsweise entsprechende Hochschulen oder Länder meiden), um besonders wichtige Arbeiten mit hoher zeitlicher Brisanz sofort bei den Monopolzeitschriften einreichen zu können. Einer Lösung der oben beschriebenen Probleme kommt man damit nicht näher.

Weitere Schwierigkeiten ergeben sich, wenn man berücksichtigt, dass eine Änderung des § 43 ausschließlich für Angestellte öffentlicher Hochschulen Wirkung hätte. Insbesondere im naturwissenschaftlichen Bereich findet Forschung aber zunehmend im privatwirtschaftlichen Bereich bzw. in Teams aus beiden Welten statt. Die Autorschaft eines Artikels besteht in der Praxis häufig aus einem Wissenschaftler aus Deutschland, einem aus dem Ausland und einem aus der Privatwirtschaft. Ein Eingriff über einen § 43 würde also insbesondere in den Naturwissenschaften keine oder sogar negative Wirkungen haben.

1.2.3 Schrankenregelung für öffentlich finanzierte Forschung (§ 52c)

Es wird vorgeschlagen, für Zeitschriftenaufsätze, die aus öffentlich finanzierter Forschung und Lehre resultieren, nach einer sechsmonatigen Karenzzeit eine öffentliche nichtkommerzielle Zugänglichmachung über eine Schranke zuzulassen. Die Karenzzeit soll sich gegebenenfalls nach dem Aktualitätsdruck der Wissenschaftsdisziplinen richten und auf dem Verordnungsweg festgelegt werden.

Auch hier gilt, dass eine solche Schranke das eigentliche Problem, die Marktposition der Monopolzeitschriften, nicht lösen kann. Gleichwohl ist der Eingriff in

die Rechte des Urhebers erheblich und die mögliche Wirkung für das Publikationswesen kaum einschätzbar.

Weiter hat die Schranke ausschließlich Wirkung auf von der deutschen öffentlichen Hand finanzierte Forschung. Insbesondere die in Frage stehenden wissenschaftlichen Monopolzeitschriften enthalten nur zu verschwindend geringem Anteil Aufsätze, die ausschließlich von deutschen, öffentlich finanzierten Forschern stammen und die damit von einem § 52c erfasst wären. Je international relevanter ein Aufsatz ist, desto irrelevanter ist für ihn eine solche geplante Schranke. Ob ein Eingriff über einen § 52c also sachlich überhaupt gerechtfertigt wäre, kann man bezweifeln.

Die abschließend aufgezählten Schranken der europäischen Richtlinie lassen aktuell die Einführung einer Schranke § 52c nicht zu. Hier müsste zunächst die Richtlinie geändert werden.

Urheberrechtlich steht jedem dieser Ansätze immer der Drei-Stufen-Test entgegen. Die zweite Teststufe lautet: Wird durch den Eingriff die normale Auswertung des Werks beeinträchtigt? Da die normale Auswertung im Rahmen einer Monopolzeitschrift ja explizit beeinträchtigt werden soll, ist über eine Urheberrechtsschranke an sich keine Lösung des Problems zu erreichen. Es ist absurd, über eine Verlängerung der Karenzfrist je nach Forschungsbereich die Wirkung einer Regelung so zu reduzieren, dass das Ziel nicht mehr erreicht werden kann.

1.2.4 Zweitveröffentlichungsrecht des Autors (§ 38)

Um die Probleme der begrenzten Schrankenregelungen zu umgehen, wird vorgeschlagen, das unabdingbare Zweitveröffentlichungsrecht als urhebervertragsrechtliche Lösung zu verankern. Zeitschriftenaufsätze, die aus vorwiegend öffentlich finanzierter Forschung und Lehre entstammen, sollen danach auch bei Vergabe von ausschließlichen Nutzungsrechten an einen Verlag nach einer Karenzfrist von sechs Monaten von Jedermann nichtkommerziell zugänglich gemacht werden dürfen.

Auch diese Regelung enthält die unter Punkt 1.2.3 aufgeführten Schwachstellen bezüglich der Karenzzeit je Wissenschaftsdisziplin und bezüglich der eingeschränkten Wirkung gegenüber internationaler und privatwirtschaftlicher Forschung.

Die größte Schwäche der Regelung ist die Tatsache, dass sie dem Autor ein Zweitveröffentlichungsrecht einräumt, das diesen – wie die Praxis der vergangenen Jahre zeigt – nicht interessiert. Es ist anzunehmen, dass auch bei Umsetzung eines § 38 die Zahl der Zweitveröffentlichungen durch den Autor gering bliebe. Aus der Verlagspraxis ist bekannt, dass die Zahl der Anfragen nach Zweitveröffentlichungsrechten im Promillebereich liegt. Für die Autoren spielt das Thema in der Praxis keine Rolle. Ein Zweitveröffentlichungsrecht müsste insofern mit einer Veröffentlichungspflicht verknüpft werden, womit die Probleme aus den Punkten 1.2.1 und 1.2.2 zu den schon bestehenden einer solchen Regelung hinzukämen.

Gegenüber Forschern aus dem Ausland könnte die Regelung zu einer Benachteiligung der Inländer führen. Das erscheint aber gegenüber den anderen Bedenken eher als vernachlässigbar.

Die Regelung ist wirkungsvoll, wenn man zur Entmachtung der deutschen geisteswissenschaftlichen Verlage und Publikationen ein paralleles OA-Publikationssystem aufbauen will. Bezüglich der internationalen naturwissenschaftlichen Monopolzeitschriften und ihrer Preise ist die Regelung komplett sinnlos.

Juristisch betrachtet stellen sich die bekannten verfassungsrechtlichen Fragen (Wissenschaftsfreiheit).

1.2.5 Allgemeine Wissenschaftsschranke (§ 45b)

Zum Erreichen der oben genannten Ziele ist dieser Paragraph völlig untauglich. Die Schranke ermöglicht es Bibliotheken, Studenten und Dozenten sämtliche Publikationen in beliebiger Form zu vervielfältigen und zu verbreiten. Dahinter steht die Idee einer kostenlosen Informationsversorgung. Diese wird aus eher ideologischen Gründen verfolgt. Zur Durchsetzung werden die oben genannten Probleme instrumentalisiert.

Es muss bezweifelt werden, ob die Bedeutung der wenigen Monopolzeitschriften dadurch beeinflusst werden könnte. Als internationale Zeitschriften würden sie ihre Bedeutung behalten und die Wissenschaftler damit auch weiterhin dort publizieren. Die Möglichkeit, diese Zeitschriften kostenlos zu verbreiten, würde aber vermutlich zu Versorgungsproblemen in Deutschland führen und die Wissenschaft behindern. Bezogen auf die wirklich problematischen Publikationen wäre also nicht eine Verbesserung, sondern eine Verschlechterung der Literaturversorgung zu erwarten.

Gleichzeitig hätte die Schranke aber weitreichende Auswirkungen auf sämtliche anderen Publikationen, die im weitesten Umfeld für Bildung genutzt werden. Vor allem im Bereich der Schul- und Lehrbücher müsste mit gravierenden wirtschaftlichen Schäden und einem Zusammenbrechen der professionellen Literaturversorgung gerechnet werden. Hier müsste die öffentliche Hand dann reparierend eingreifen, was mit Sicherheit zu einer qualitativ und quantitativ schlechteren Literaturversorgung bei höheren Belastungen für die öffentlichen Haushalte führen würde.

Juristisch ist eine Schranke, wie sie vom Aktionsbündnis vorgeschlagen wird, riskant. Es muss damit gerechnet werden, dass sie gegen europäische Richtlinien, gegen die Berner Übereinkunft und auch gegen das Grundgesetz verstößt.

1.2.6 Zwangslizenz

Vorgeschlagen wird weiter eine gesetzliche Zwangslizenz, nach der Urheber, die öffentlich finanziert sind, nach einer Frist von sechs Monaten Jedermann ein einfaches Nutzungsrecht zur öffentlichen Zugänglichmachung einräumen müssen.

Der Vorschlag löst das genannte Problem der Monopolzeitschriften nicht. Die Frist von sechs Monaten ist bei der relevanten naturwissenschaftlichen Forschung schon zu lange, um ernsthafte Alternativen zur Anschaffung der Monopolzeitschrift selbst zu bieten. Dagegen ist sie für geisteswissenschaftliche Publikationen so kurz, dass ein weitgehender Substitutionseffekt eintreten würde und das wissenschaftliche Publikationswesen genau dort geschädigt würde, wo kein Handlungsbedarf besteht,

andernorts aber kein Effekt erfolgen würde. Auch europarechtlich sind einer solchen Lösung Grenzen gesetzt.

1.2.7 Urheberrechtslose Wissenschaft

Von anderer Seite wird vorgeschlagen, dass man öffentlich bezahlten Wissenschaftlern erst gar kein Urheberrecht an ihren Aufsätzen zugestehen soll. Damit wären die Inhalte frei und könnten beliebig publiziert oder vervielfältigt werden.

Ein solcher Vorschlag wäre nicht nur aus unter Punkt 1.2.2 besprochenen Gründen für die angesprochenen Probleme ohne Wirkung, er stünde zusätzlich im Gegensatz zur Berner Übereinkunft. Eine Umsetzung, die sich ebenfalls wieder nur auf den rein öffentlichen Teil der Forschung beziehen würde, ist ebenso unrealistisch wie unsinnig.

1.2.8 Schlussfolgerungen

Alle genannten Vorschläge erweisen sich als untauglich, die oben beschriebenen Probleme zu lösen. Vielmehr entsteht der Eindruck, dass die sogenannte Zeitschriftenkrise, die, bezogen auf eine sehr begrenzte Zahl naturwissenschaftlicher Publikationen, ein tatsächliches Ärgernis darstellt. Sie wird dazu benutzt, der Ideologie einer allgemeinen Informationsfreiheit der Wissenschaften zur Durchsetzung zu verhelfen, ohne dabei – wie so oft bei Ideologien – den Schaden zu berücksichtigen, den eine Umsetzung solcher Ideen tatsächlich hätte.

Wenn – und das erscheint mir sinnvoll und notwendig – ein Gegensteuern gegen die Abhängigkeit von wenigen Zeitschriften wirklich angestrebt wird, dann sind die Vorschläge 1.2.1 bis 1.2.7 allesamt untauglich und die oben genannten Lösungen 1.1.1 bis 1.1.3, insbesondere das Vorgehen auf kartellrechtlicher Basis, erscheinen sinnvoller.

Es gibt vor allem in der Wirtschaftsgeschichte der USA Beispiele, wie Teilsegmente eines Unternehmens herausgelöst und dem Wettbewerb unterworfen oder einer Stiftung übergeben werden können. Für die wichtigsten naturwissenschaftlichen Zeitschriften erscheint eine solche Lösung als wirkungsvoller.

2 Verbesserungspotential bei wissenschaftlicher Information

Es wäre gefährlich, würde man bei der Diskussion um eine Verbesserung der wissenschaftlichen Information bzw. Korrekturen an der Informationsgesellschaft beim Thema Zeitschriftenkrise stecken bleiben oder das Urheberrecht nur unter der Perspektive betrachten, dass eine Hand voll Zeitschriften unerträglich teuer geworden ist. Um der Informationsgesellschaft weiterzuhelfen, bedarf es nachhaltiger Ansätze. Die Gemeinsame Wissenschaftskonferenz (GWK) erarbeitet unter Führung der Leibniz Gesellschaft eine Reihe von Vorschlägen zur Verbesserung der Informationsinfrastruktur. Das Urheberrecht spielt darin auch eine gewisse Rolle, jedoch bei Weitem nicht in dem Ausmaß, wie es in der öffentlichen Diskussion den Anschein hat.

Es wird interessant sein, die Ergebnisse genau zu diskutieren, wenn sie von der GWK vorgelegt werden. In einem Workshop mit deutschen Verlegern wurden Gemeinsamkeiten herausgearbeitet, die in nächster Zukunft angegangen werden müssen.

Dazu gehört insbesondere das Thema der Informationskompetenz. Die Digitalisierung schafft Möglichkeiten, für die eine hohe Kompetenz im Umgang mit Information und Technologie notwendig ist. Diese Kompetenz liegt nicht vor. Es bestehen gravierende Defizite, die in den Hochschulen, sinnvollerweise durch die Bibliotheken, aufgearbeitet werden müssen. Das ist nur mit Hilfe von ausreichenden personellen und finanziellen Ressourcen möglich.

Damit wird aber nur notdürftig repariert, was viel früher vernachlässigt wurde. Eine Förderung der Informationskompetenz muss wesentlich früher, im Schul- und Vorschulalter, angegangen werden. Dazu gehört auch eine Stärkung der Stellung der öffentlichen Büchereien, die zu einer Pflichtaufgabe der Kommunen gemacht werden müssen.

Eine Abkehr der verhängnisvollen Bibliometrie mit dem Wahn, Wissenschaft und Bildung messbar und Bildungssysteme über Controller steuern zu können, ist leider auf Seiten der Wissenschaft noch kaum zu erkennen. Die Ökonomisierung des Bildungssystems von irreführenden PISA-Studien, Schulverkürzungen, Studiengeldern, Evaluierungen und Exzellenzprozessen geht weiter. Die Hochschulen sind ihren Feinden zum Opfer gefallen und wehren sich nicht. So wie die Ökonomisierung eine Modeerscheinung ist, die in den meisten gesellschaftlichen Bereichen schon wieder auf dem Rückzug ist, wird sie auch an den Hochschulen wieder an Bedeutung verlieren. Bis dahin wird die Fehlallokation von Mitteln fortgesetzt und werden aus reinem Geldüberfluss an Exzellenzstandorten Verlage gegründet mangels besserer Verwendung der Gelder. Demgegenüber fehlen im schulischen Umfeld die Gelder um Leseförderung zu betreiben und die beschämende Zahl an Kindern, die der Informationsgesellschaft mangels Unterstützung unwiederbringlich verloren gehen, zu senken.

Inhalt ohne DRM

Das Interesse des Lesers und das Geschäft des Verlegers

Zusammenfassung des Vortrags von Klaus Wrede

1	Die Digitalisierung bedeutet das Ende des Werks	42
2	Die Informationsflut zerstört den Wert der Information	43
3	Die Funktionalität erhöht den Wert von digitaler Information	43
4	Die Mobilität wird zum wichtigsten Funktionsmerkmal	44
5	Der Wertschöpfungsbeitrag des Verlags muss neu bestimmt werden.....	44
6	Fazit.....	45

Das Konzept des Digital Rights Management (DRM) galt als die innovativste Lösung für den Schutz von Inhalten vor allem für Fachverlage. Außerdem bot es eine einfache Möglichkeit für Verlage, auch mit Hilfe des WorldWideWebs ihre Produkte in einem digitalen Format zu vermarkten. Mittlerweile ist der Inhaltsbegriff, wie er vom DRM dargestellt wird, veraltet und bedarf einer dringenden Überholung. Denn das DRM stellt eine Behinderung sowohl für den Kunden als auch für den Verlag dar. Es schränkt den Informationsfluss und die Nutzung, die der Kunde braucht, um sich für ein Produkt zu interessieren und letztendlich dafür Geld auszugeben, zu stark ein. Diese Situation wiederum erschwert es den Verlagen, ihre Geschäfte gewinnbringend abzuschließen. Aus diesem Grund muss es neben dem Konzept des DRM noch weitere Möglichkeiten für den Verlag geben, um in Zeiten der Digitalisierung seine Produkte zu vermarkten.

Im Folgenden werden an dieser Stelle fünf Thesen erläutert, die alternativ zum DRM stehen und als Vorüberlegungen für die Entwicklung von neuen Produkten herangezogen werden können.

1 Die Digitalisierung bedeutet das Ende des Werks

Die traditionelle Bedeutung des Begriffes „Werk“ ist heute kaum noch gültig. Während es früher zu einem Thema nur relativ wenige schriftliche Arbeiten gab, was die Menge an Informationen einschränkte und das einzelne Werk hervorhob, werden in der heutigen Zeit in erhöhter Anzahl mehrere Publikationen zu einem einzigen Schwerpunkt oft zeitlich sehr nah beieinander veröffentlicht. Dieses Überangebot an Informationsmöglichkeiten macht die Werke miteinander vergleichbar. Die Folge ist der Wertverlust der einzelnen Arbeit, da sie als unvollständig oder zu speziell bewertet werden könnte.

Die Digitalisierung mit ihrem scheinbar unbegrenzten Angebot an Informationen wiederum ermöglicht es der suchenden Person, sich in einer riesigen Menge an

Wissen zu einem Themengebiet zu orientieren. Der Suchende ist meist nicht an einem einzelnen Werk zu einem Thema interessiert, sondern will eine fundierte, allumfassende Informationssammlung finden. Um dieses Ziel zu erreichen, reicht es nicht aus nur eine Meinung zu kennen, wie sie der Suchende wahrscheinlich in einem Werk finden würde. Stattdessen bemüht er digitale Quellen und erhält so eine große Auswahl von Wissensangeboten zu einem Thema, die sowohl rein informierend und basisbildend als auch konträr und interdisziplinär sein können. Hierbei ist DRM dysfunktional, weil es den Gewinn von Informationen behindert. Der Wert des angeeigneten Wissens ist subjektiv und somit für den Einzelnen vorteilhafter als die Darbringung in einem singulären, fremd arrangierten Werk. Als Folge ergibt sich daraus ein Bedeutungsverlust des einzelnen Werks im Ganzen durch die voranschreitende Digitalisierung.

2 Die Informationsflut zerstört den Wert der Information

Durch Internetseiten wie Google Books und Wikipedia erhöht sich die Menge an Informationen, die kostenlos für jeden Menschen mit einer Verbindung zum WorldWideWeb zugänglich sind, täglich. Aufgrund dieser Informationsflut sinkt der Wert der einzelnen Information rapide ab. Die Digitalisierung verursacht eine Inflation der Information.

Diese Situation führt zu einer Bildung von Kern- und Randzielgruppen innerhalb der Kunden, vor allem dann, wenn es sich um nichtfiktive Werke handelt. Während die Erstgenannten auch weiterhin bereit sein werden, für ihre Informationen zu zahlen, werden Letztere es sich immer häufiger überlegen, ob die kostenlosen Informationen im Netz für sie nicht ausreichen. Diese Randzielgruppen können durchaus bis zu 50 Prozent einer Auflage ausmachen. Der Brockhaus-Verlag hat diese Beeinflussung 2008 deutlich zu spüren bekommen. Während das Internetangebot des Lexikons großen Anklang bei den Nutzern fand, überlegte der Verlag fast zeitgleich die Printversion einzustellen, da sie sich nicht mehr rentierte.¹

Dank der kostenlosen Angebote, die mit der Informationsflut und der Informationsentwertung einhergehen, entwickelte sich der allgemeine Trend, dass jede Information im Netz dieser Anforderung entsprechen solle. Das Konzept des DRM widerspricht zum Ärger der Kunden dieser Entwicklung und animiert sie letztlich dazu, andere Wege der Informationsgewinnung abseits der Verlage zu beschreiten. Deswegen ist das Aufrechterhalten des DRM durch die Verlage im WorldWideWeb wie das Kämpfen gegen Windmühlenflügel.

3 Die Funktionalität erhöht den Wert von digitaler Information

Der Umgang mit digitalen Informationen erfolgt auf eine andere Weise als mit gedruckten Werken. Während die meisten gedruckten Werke linear aufgebaut sind und nur durch Inhaltsverzeichnisse, Überschriften und Ähnliches eine einigermaßen gezielte Suche erlauben, erleichtern zusätzliche Aktionen wie Suchfelder, Markier-

¹ <http://www.spiegel.de/netzwelt/web/0,1518,544722,00.html>; zuletzt aufgerufen am 8.3.2011.

und Notizfunktionen bei digitalen Geräten die Orientierung und das Finden von bestimmten Informationen erheblich. Dabei strebt der Nutzer nicht nach einem umfassenden Verständnis zu einem Thema, sondern möchte vielmehr eine Information überprüfen.

4 Die Mobilität wird zum wichtigsten Funktionsmerkmal

Smartphone, Laptop, I-Pad, E-Reader – all diese Geräte mit ihren speziellen Zusatzfunktionen sind Belege für einen Trend hin zur mobilen Nutzung von digitalen Informationen. In den letzten Jahren entstanden, nicht zuletzt auch hervorgerufen durch die voranschreitende Globalisierung, neue Situationen, die ein mobiles Endgerät zur Nutzung von digitalen Daten erfordern. Weitere noch unbekannte Szenarien werden folgen. Deswegen ist die Mobilität bereits heute ein wichtiges Funktionsmerkmal zur Entwicklung neuer Geräte. Entsprechend müssen die Informationen auf dem Speicherträger durch ihre Formate und didaktische Aufbereitung darauf abgestimmt sein. Eine Möglichkeit wären Querverbindungen zwischen einzelnen Informationen durch Verweise oder das Abrufen eines zusätzlichen Lexikons für fachspezifische Wörter. Daraus ergibt sich eine fortwährende Kombination von Informationen untereinander, die je nach Situation des Benutzers unterwegs entsteht und sich verändert. Das DRM unterbindet mit seinen festgelegten Vorgaben und Einschränkungen diese Flexibilität von Anfang an.

5 Der Wertschöpfungsbeitrag des Verlages muss neu bestimmt werden

Der Wert von Verlagsprodukten definiert sich in Zukunft mehr über die Funktionalität des Produkts. Der Inhalt ist lediglich ein Faktor unter mehreren. Um sich dieser Entwicklung anzupassen, müssen die Verlage bei der Gewichtung ihrer einzelnen Abteilungen umdenken. Diese Vorgehensweise ermöglicht es den Verlagen, eigene Lösungsstrategien für die Probleme der Digitalisierung am Markt anzubieten.

Das Lektorat tritt in den Hintergrund, während die Herstellung an Bedeutung zunimmt. Weiterhin wird die Nachfrage nach Programmierern, IT-Technikern und ähnlichen Berufen aus dem Bereich der Informatik steigen. Diese Umstellung ist der beste Weg für die Verlage, sich auf die neuen Arbeitsprozesse und -situationen der Kunden einzustellen und sie zu verstehen. Die Inhalte werden sowohl zielgerechter aufbereitet als auch mit zusätzlichen Funktionen ausgestattet, die das Arbeiten effizienter gestalten sollen.

Nur das Umdenken vom Inhalt hin zur Funktion bezüglich des Wertschöpfungsbeitrags ermöglicht es den Verlagen, gegen die großen Anbieter wie Amazon und Apple zu bestehen. Für alle anderen, die nicht in der Lage sind, sich das erforderliche technische Know-How anzueignen, besteht die Gefahr, ausschließlich ein Zulieferer echter Lösungsanbieter zu sein und den direkten Kundenzugang zu verlieren.

6 Fazit

Innovative Funktionen sind ein besserer Schutz der verlegerischen Leistung als das Konzept des Digital Rights Management. Das Kopieren, Verbreiten und Speichern eines digitalen Mehrwerts stellt sich meist als viel schwieriger und aufwendiger heraus als das eines reinen Inhalts. Deswegen bilden zusätzliche Funktionen, die den Inhalt umschließen, einen hervorragenden Schutz. Auf der anderen Seite ist der Benutzer trotzdem in der Lage, seine Information mit seinen Mitmenschen, ganz im Sinne der aufkeimenden, technikbasierten Wissensgesellschaft des 21. Jahrhunderts, zu teilen. Mit DRM wäre dieser Fortschritt nicht einmal denkbar, geschweige denn überhaupt möglich.

Niemand zahlt gerne für etwas, das er weder sehen noch verstehen kann. DRM fußt auf abstrakten Rechten, die die meisten Menschen versuchen mithilfe von kostenlosen Angeboten wie Wikipedia zu umgehen. Oft sind es nur Kunden aus der Kernzielgruppe, die hauptsächlich aus beruflichen Gründen für den reinen Inhalt bezahlen. Zum Leidwesen der Verlage können die Randzielgruppen bis zu 50 Prozent einer Auflage ausmachen. Um auch diese Personen zu erreichen und von einem digitalen Angebot zu überzeugen, ist es sinnvoll, Inhalte mit weiteren Funktionen auszustatten. Gerade diese konkreten Leistungsmerkmale könnten es sein, die den Kunden zum Kauf animieren und letztendlich zum Halten und Vergrößern der Kernzielgruppe beitragen. Funktionalität spielt deswegen auch als ein Teil des Geschäftsmodells eine wichtige Rolle bei der Vermarktung von Produkten.

Die wahrscheinlich größte Herausforderung für die Fachverlage stellt im Bezug auf die digitalen Produkte, neben der Vermarktung, die Entwicklung derselben dar. Erst spezifisch ausgebildetes Fachpersonal und die Auseinandersetzung mit neuen Technologien befähigt die Verlage dazu, eigene Lösungsstrategien für ihre Ware zu entwickeln. Nur auf diesem Weg können die Fachverlage in Zeiten der Digitalisierung konkurrenzfähig gegenüber den großen Anbietern wie Amazon und Apple sein.

Von Künstlern und Piraten. Die Rechtssituation am Hörbuchmarkt

1	Der Hörverlag.....	46
2	Die Basis: der Stoff, das Hörbuch, die Sprecher	46
3	Rund um die Hörbuchrechte: Rechteinhaber, Rechtssituationen und Rechtearten.....	47
4	Vertriebsbereich Download.....	48
5	Rechtsverletzungen: Tauschgeschäft oder Diebstahl?	48

1 Der Hörverlag

Der Hörverlag gilt seit seiner Gründung durch führende literarische Verlage wie Carl Hanser, Suhrkamp und Kiepenheuer & Witsch vor 18 Jahren als Pionier des „neuen“ Hörbuchmarkts. Das Angebot richtet sich vom Hör-Bilderbuch für die Kleinsten über Klassiker, Sachtitel oder Originalton-Editionen und zeitgenössische Belletristik an alle Altersgruppen.

Seit vielen Jahren zählt der Hörverlag zudem zu den 100 umsatzstärksten deutschen Verlagen. Klangvolle Autorennamen wie Thomas Mann, Frank Schätzing, Joanne K. Rowling, J.R.R. Tolkien, Umberto Eco, Henning Mankell und viele andere prägen das Programmprofil ebenso wie hochkarätige Schauspieler, die den Texten in Lesungen und Hörspielen ihre Stimmen geben, darunter Ulrich Matthes, Katharina Thalbach, Juliane Köhler, Rolf Boysen, Peter Matic, Corinna Harfouch u.v.m.

Der Hörverlag steht für aktuelle Bestseller wie *Harry Potter* oder *Der Schwarm*, versteht sich aber ebenso als Vermittler von Schlüsselwerken der Weltliteratur und als „Schatzsucher“ in den internationalen Klang-Archiven. So ist uns insbesondere die Veröffentlichung von älteren Hörspielen ein großes Anliegen.

2 Die Basis: der Stoff, das Hörbuch, die Sprecher

Am Anfang eines jeden Hörbuchs steht das Hörbuchlektorat vor folgenden Fragen:

- Der Stoff: Wählt man eine Buchvorlage oder ein originäres Hörstück?
- Das Hörbuch: Produziert man eine Lesung oder ein Hörspiel?
- Umfang: Kürzt man den Roman oder lässt man ihn komplett lesen?
- Der Sprecher: Sollte vielleicht der Autor/die Autorin selbst lesen?
- Engagiert man einen Filmstar oder lieber einen Bühnenkünstler?

Die ersten drei Punkte hängen von so verschiedenen Faktoren ab wie dem Umfang des Stoffs und seinem literarischen Anspruch, von Erzählweise und -perspektive, von der Opulenz eines Romans, vom Bekanntheitsgrad eines Autors,

aber auch schlicht von den zu erwartenden Verkaufszahlen und dem damit einhergehenden Budget. Bei der Wahl des Sprechers spielen zuerst Geschlecht und Alter eine Rolle (so würde man einen Roman von Philip Roth kaum von einer jungen Frau lesen lassen), etwaige Rollenfestlegung (Tatort-Kommissare für Krimi-Lesungen), aber auch das Image eines Schauspielers und natürlich seine Fähigkeit, einen Stoff zu tragen und ihm durch die Interpretation zu einem Mehrwert zu verhelfen.

Die Entscheidungen trifft i.d.R. das Hörbuchlektorat, oft im Plenum mit den anderen Abteilungen. Sobald die Wahl des Stoffs getroffen, das Genre entschieden, der Sprecher ausgesucht ist, ist es Aufgabe der Lizenzabteilung, die einzelnen Rechte zu klären, Honorare zu verhandeln und Verträge abzuschließen.

Aus der Vielfalt der Gestaltungsmöglichkeiten, der Anzahl der Mitwirkenden und den gewünschten Veröffentlichungsformen ergeben sich die verschiedensten Rechts-situationen.

3 Rund um die Hörbuchrechte: Rechteinhaber, Rechtssituationen und Rechtearten

Für die Produktion und Veröffentlichung eines Hörbuchs, sei es Hörspiel, Lesung oder Feature, sind Vertragsschlüsse mit verschiedensten Mitwirkenden nötig: mit Autoren, Übersetzern, Bearbeitern, Komponisten, Fotografen, Illustratoren bzw. deren Verlagen und Agenturen über ihre Urheberrechte (das Urheberrecht ist geschützt bis 70 Jahre nach Tod des Künstlers) sowie mit Sprechern, Regisseuren, Musikern, Produzenten und/oder Tonträgerfirmen (z.B. Plattenfirmen) über die Leistungsschutzrechte (diese sind bis 50 Jahre nach Entstehen der Leistung, z.B. der Aufnahme, geschützt).

Aus den beteiligten Rechteinhabern ergeben sich vielfältige Rechtssituationen: Auf der einen Seite steht hier die ungekürzte Lesung des Romans eines deutschen Autors (ein Vertrag mit dem Buchverlag über die Urheberrechte, ein Vertrag mit dem Sprecher), auf der anderen ein Hörspiel z.B. von Francis Durbridge aus dem Jahr 1965, für das die Autoren-, Übersetzungs- und Bearbeitungsrechte ebenso eingekauft werden müssen wie die Rechte des Regisseurs und der 40 Sprecher und Musiker.

Bei der Vertragsgestaltung muss beachtet werden, welche Rechtearten der Hörbuchverlag benötigt: in jedem Fall die Tonträgerrechte für eine gekürzte oder ungekürzte Lesung oder für ein Hörspiel, idealerweise auch die Rechte für den Downloadvertrieb, die Ausstrahlung im Rundfunk und die Aufführung in einem Hörspielkino, Vertriebsrechte für die üblichen Vertriebswege (Buchhandel, Kaufhaus, Versand- und Onlinebuchhändler), aber vielleicht auch für Industrie- und Sondergeschäfte. Und gelten die Rechte für den weltweiten Vertrieb oder nur im deutschsprachigen Raum? Und sollen die Rechte exklusiv vergeben werden? Zwar gibt es bei der Vertragsgestaltung branchenübliche Standards, dennoch sind die Kombinationsmöglichkeiten nahezu unendlich. Als entsprechend schwierig und langwierig, aber auch spannend und voller Möglichkeiten, kann sich daher die

Rechtklärung bis zum Vertragsabschluss erweisen. Und entsprechend vielfältig ist damit auch der gesamte Hörbuchmarkt.

4 Vertriebsbereich Download

Im kleinen Segment der Hörbücher ist der Vertrieb über Downloadportale ein noch kleineres Segment – aber eines mit großer Zukunft. Aktuell schwanken die Zahlen der Hörbuchverlage zwischen 4 Prozent und 10 Prozent vom Gesamtumsatz, die Tendenz ist jedoch steigend und Downloadkäufe ersetzen immer häufiger das haptische Produkt. Daher ist es wichtig, die Geschäftsmodelle in diesem noch jungen Markt für alle Marktteilnehmer auskömmlich zu gestalten. Das Downloadangebot sollte für die Endkunden eine attraktive Alternative zu den kostenlosen, aber illegalen Downloads in Tauschbörsen darstellen, Hörbuchverlage müssen damit aber auch ihre zum Teil sehr aufwändigen Produktionen kalkulieren und finanzieren können.

Ersteres ist durch die Abo-Angebote der verschiedenen Downloadportale gegeben, allen voran Audible.de mit ca. 80 Prozent Marktanteil. Letzteres wird aber genau durch diese Abo-Angebote erschwert. Dies erklärt sich durch die Preisstruktur im Downloadvertrieb:

Da der Download-Kunde mit seinem Kauf kein physisches Produkt mit Booklet, Verpackung, Bildern etc. erhält, sondern „nur“ eine Datei, erwartet er zu Recht einen Preisvorteil gegenüber der CD. Die Produktion eines Hörbuchs wird allerdings nicht wesentlich günstiger, wenn das Produkt im Download vertrieben wird, der Verlag spart sich lediglich die reinen Herstellungskosten (CD-Kopierung, Verpackungsmaterial) sowie Lagerkosten. Kosten für Vertrieb, Marketing, Personal und v.a. für die Produktion (Sprecher, Studio, Regisseur, evtl. Musiker) und die Rechte (Autor, Übersetzer, evtl. Bearbeiter, GEMA) fallen unverändert an. Aufgrund der geringeren Netto-Erlöse insbesondere durch Abo-Verkäufe sind die anteiligen Urheberhonorare sogar deutlich höher als bei CD-Verkäufen. Die höhere Lizenzbelastung gekoppelt mit der geringeren Ausschüttung durch Downloadportale führt zu schmerzhaft geringen Erlösen bei den Hörbuchverlagen. Das Problem wird deutlich: In einem reinen Downloadmarkt mit den heute gültigen Konditionen könnten nur noch Titel mit Bestsellerpotential produziert werden. Die Produktion aufwändiger literarischer Lesungen mit namhaften Sprechern und opulenter Hörspiele ließe sich nicht mehr kalkulieren.

5 Rechtsverletzungen: Tauschgeschäft oder Diebstahl?

Steckt ein Kunde in einer Buchhandlung ein *Harry Potter*-Hörbuch für 89,95 € in die Tasche, ohne es zu bezahlen, so ist das Diebstahl und für den Buchhändler ärgerlich bis schmerzhaft. Welche Erlöse den Verlagen, den Buchhändlern, aber auch dem Staat (durch fehlende Mehrwertsteuereinnahmen) durch Urheberrechtsverletzungen im Internet entgehen, wird weitgehend unterschätzt und ignoriert – dabei sind sie um ein Vielfaches höher.

Rechtsverletzungen im Internet (romantisierend auch Internet-Piraterie genannt) gibt es in vielen Erscheinungsformen: das kann der Verkauf einer Privatkopie auf

ebay.de sein, das Einstellen eines kompletten Hörbuchs auf youtube.de, der rapidshare-Link, der zu einem Hörbuchbestseller führt und im Netz nicht nur für Freunde öffentlich gemacht wird und last but not least die illegalen Angebote in Tauschbörsen. (Wohlgemerkt: Die Privatkopie für Freunde fällt nicht darunter, sie ist, sofern eine CD nicht kopiergeschützt ist, geduldet. Der Hörverlag hat von Anfang an auf Kopierschutz bei seinen CDs verzichtet, um seinen Kunden größtmögliche Freiheit zu lassen.)

Da nicht alle illegalen Aktivitäten erfasst werden können und natürlich nicht jeder Nutzer das von ihm illegal heruntergeladene E-Book oder Hörbuch im Handel kaufen würde, lässt sich der finanzielle Schaden, der der Buchbranche durch Internetpiraterie entsteht, nicht genau bemessen. Folgende *vorsichtige* Schätzung kann aber eine Ahnung des Ausmaßes geben:

Harry Potter und die Heiligtümer des Todes (Erscheinungstermin Jan. 08)	
Illegale Anbieter Feb. 08 bis Jan. 09	165.565
Verkaufswert der Angebote (Brutto-VK 89,95 €)	14.892.571,75 €
Verkaufswert inkl. MwSt. bei 5 Downloads pro Anbieter	74.462.858,75 €
Umsatzverlust inkl. MwSt., wenn 1 Prozent der „Downloader“ die CD gekauft hätten	744.628,59 €

Dieser vorsichtig geschätzte Umsatzverlust von 744.628,59 € bezieht sich nur auf *einen Titel* in einer Ausgabe (*Harry Potter und die Heiligtümer des Todes*, gelesen von Rufus Beck) und auf den Zeitraum von *einem Jahr* und macht damit deutlich, wie erschreckend immens die Verluste insgesamt sein müssen.

Oft ist das Argument zu hören, dass die Verlage bzw. Autoren mit ihren Bestsellern trotz Internetpiraterie „genug verdienen“. Dabei wird jedoch übersehen, dass Verlage gerade auf die Bestseller angewiesen sind, um auch weniger verkaufsträchtige Titel publizieren zu können (Stichwort „Mischkalkulation“). Im Hörverlag beispielsweise werden ca. 80 Prozent der Titel durch den Erfolg der restlichen 20 Prozent finanziert. Wenn durch Urheberrechtsverletzungen immer größere Einnahmen wegfallen, wird ein Projekt wie die *Lyrikstimmen* mit 420 Gedichten im Originalton nicht mehr zu realisieren sein.

Was also tun? Der Hörverlag hat sich vor einigen Jahren gemeinsam mit anderen Buch- und Hörbuchverlagen entschieden, rechtlich gegen „Verletzer“ vorzugehen. Dabei sehen wir die Abmahnung durch Rechtsanwälte als letzten Ausweg. Es ist uns ein Anliegen, von illegalen Downloads abzuschrecken und unsere Hörer nicht zu kriminalisieren. Offensichtlich ist das „Prinzip Abschreckung“ erfolgreich, denn in letzter Zeit konnte ein Rückgang illegaler Angebote unserer Titel in den einschlägigen Tauschbörsen verzeichnet werden. Darüber hinaus bleibt den Verlagen nur: Aufklärung, Aufklärung, Aufklärung!

Fazit zur Vortragsreihe Alles Buch ^[vierzehn]

Was verspricht man sich als Student der Buchwissenschaft von einer Vortragsreihe, die unter dem Titel „Alles was Recht ist“ angekündigt wird? Einige von uns hatten bereits das Seminar „Rechtliche Rahmenbedingungen der Buchbranche“ besucht und rechneten mit Vorträgen zu den Themen Urheberrecht, Preisbindung und Verlagsrecht. Tatsächlich waren die Themen sehr breit gestreut und abwechslungsreich.

Herr Michalis Pantelouris beichtete zu Beginn seines Vortrags, überhaupt nicht zu wissen, was Buchwissenschaftler eigentlich so machen. Er berichtete aus seinem Alltag als Journalist heraus über die Ursachen der misslungenen Ökonomisierung des Onlineangebots klassischer Tageszeitungen. Dabei vertrat er sehr klare und auch provokante Thesen: „Keine andere Branche der Welt hat es geschafft, ihre Kunden komplett zu ignorieren.“ Er zeigte sehr konkrete Lösungsvorschläge auf, die in ihrer Summe die Zukunft dieser Branche daran festmachten, dass man wieder näher an den Kunden, den Leser, rücken und in einen intensiven Dialog treten müsse. Der denkbar falscheste Weg sei es, Informationen so viele Klicks wie möglich vom Leser entfernt zu verstecken.

Herr Michael Roesler-Graichen lieferte in seinem Vortrag zunächst eine sehr exakte Analyse des amerikanischen und des deutschen E-Book-Markts, um im Anschluss erklären zu können, warum dieser sich in Deutschland im „Schnecken-gang“ entwickelt. Er wies hierbei das oft vernommene Argument des Mentalitätsunterschieds in Bezug auf Technik zurück und deutete an, dass eine befristete Aufhebung der Preisbindung dem jungen Markt bei der Entwicklung helfen könnte. Sein Argument allerdings, die deutschen Verlage seien mit den „knallharten Verhandlungen“ der Vertragsabschlüsse mit amerikanischen Agenten überfordert und nähmen von vornherein eine Abwehrhaltung ein, um sich gegen Fremdbestimmung zu schützen, ließ die Branche in diesem Hinblick nicht gerade als innovationsorientiert erscheinen. Dieser Eindruck konnte auch durch das Fazit des Vortrags, der Markt sei bereits sehr stark ausdifferenziert, die deutschen Verlage stünden sich aber noch selbst im Weg, nicht mehr ausgelöscht werden.

Herr Peter Lutz setzte uns in seinem Vortrag das Recht am eigenen Bild auseinander und kam damit dem gesetzten Thema am nächsten. In Erinnerung geblieben sind vor allem die vielen Fotos, die damit ihren Zweck, die zahlreichen daran demonstrierten rechtlichen Bestimmungen nicht sofort wieder zu vergessen, tatsächlich erfüllten. Auch die oft schon erzählte Anekdote vom dicken Metzger, Landwirt und Gastronom in Lederhosen auf dem Melkschemel, „den derkennt ma scho“, würden wir uns immer gerne noch einmal anhören.

Mit starker Theorielastigkeit wartete Herr Matthias Ulmer auf, der zum Thema Zukunft mit oder ohne Urheberrecht referierte. Wir erfuhren in der Hauptsache, dass die Zukunft selbstverständlich nur *mit* Urheberrecht schön werden wird und wer was zu diesem Thema zu sagen hat. Hierbei kamen keine wirklich überraschenden Ergebnisse zutage, aber eine sehr schöne Zusammenfassung der aktuellen Frontlage. Wir erfuhren nebenbei, dass Herr Ulmer gerne Bücher „sinnlos kopieren und selbst

verbreiten“ würde, Zeitungen und Schokolade gerne verbilligt sähe, und die Urheberpersönlichkeitsrechte als Verleger häufig „doof“ finde, versaeue doch der Name des Autoren beständig seine schönen Cover. Der Zusammenhang zum Thema fehlte etwas bei der sehr exakten Schilderung von Zustandekommen und möglichen Auswegen aus der Zeitschriftenkrise, ein Thema, an das Herr Ulmer regelmäßig mit echtem Herzblut herangeht.

Herr Klaus Wrede war wieder ein Referent, der mit sehr konkreten Lösungsvorschlägen aufwarten konnte. Er stellte in seinem Vortrag sechs Thesen über die Auswirkungen der Digitalisierung auf das Werk im Allgemeinen und die Aufgabe der Verlage im Besonderen vor. Nachdem er gleich zu Beginn das Ende des Werks im digitalen Zeitalter unterstrichen hatte, definierte er die Rolle des Verlags um vom Content-Lieferant zum Entwickler digitaler Mehrwerte. Wie er sich diese zusätzlichen Funktionalitäten zum reinen Inhalt vorstellt, erklärte er anhand einzelner Projekte des Symposion-Verlags. Die vorgetragenen Ideen erschienen schlüssig und innovativ, sind jedoch nur von Wissenschaftsverlagen zu realisieren. Auch entstand der Eindruck, Verlage müssten, um ihren Bestand in Zukunft zu sichern, einen Großteil der Ressourcen in die Entwicklung von technischen Spielereien für Handy und PC stecken.

Als einzige weibliche Referentin der Vortragsreihe durften wir Frau Stephanie Häger vom Hörverlag begrüßen. Sie gab eine kurze Einführung in den deutschen Hörbuchmarkt und erklärte dann die Komplexität der Rechtssituation in ihrem Verlag, bei einzelnen Projekten sind bis zu hundert Verträge notwendig. In einige Hörspiele ließ sie uns hineinhören, um die vielen zu treffenden Entscheidungen im Laufe der Produktion zu illustrieren. Zum Schluss stellte sie die Machtlosigkeit gegen Raubkopierer dar, die dem Verlag jedes Jahr vermutlich Millionenverluste einbringen. Dabei wehrt sie sich sehr entschieden gegen die Bezeichnung der „Piraterie“, da dieser Begriff eine Beschönigung darstelle, und fordert in diesem Diskurs die klare Benennung der „Urheberrechtsverletzung“.

Der letzte Referent, Herr Eberhard Ortland, ging das Thema von einer stark philosophisch geprägten Position aus an. Er erklärte die Geltung des aktuellen Urheberrechts aus seiner Genese heraus, gab uns also einen historischen Abriss der Entwicklung des Komplexes. Dabei betonte er besonders, dass das Urheberrecht bis ins 19. Jahrhundert hinein eigentlich ein „Verlegerrecht“, Investitionsschutz war. Die sukzessive Ausweitung der Rechte des Urhebers sieht er in einem Punkt kritisch: bei der Anhebung der Schutzfristen in Mexiko auf 100 Jahre nach Tod des Autors sei der Begriff Urheberrecht streng genommen nicht mehr angemessen.

Insgesamt hat sich die Wahl des Themas und der Referenten als eine runde Sache erwiesen: es kamen Theoretiker und Praktiker zu Wort, Vertreter aus dem wissenschaftlichen Verlag und dem literarischen Hörverlag, aus Universität und Journalistik. Gerne jedoch hätten wir noch einen Vertreter eines belletristischen Verlags referieren hören! Es wurden echte Lösungsansätze für den Online-Journalismus und wissenschaftliche Verlage vorgestellt, in der Belletristik und im Hinblick auf den E-Book-Markt scheint die Branche nach wie vor durch Ratlosigkeit erstarrt zu sein. In diesem Bereich fehlt es nach wie vor an neuen Ideen, der Diskurs dreht sich im Kreis, das hat die Vortragsreihe nochmals in aller Deutlichkeit gezeigt.

An dieser Stelle möchte ich meinen Kommilitonen Lena Augustin und Dennis Schmolk im Namen aller Studierenden für die professionelle Organisation der Vortragsreihe danken. Ein weiteres herzliches Dankeschön geht an all diejenigen, ohne deren Mitarbeit dieser Band nicht hätte entstehen können: Zum einen an meine Kommilitoninnen Katharina Buchholz, Josephine Fehrenz, Lisa Frank, Nora Manz und Anne Wendt für ihr Mitwirken. Weiterhin an Frau Dr. Sandra Rühr, deren Idee, die vorgetragenen Inhalte für Studenten und Interessenten dauerhaft online verfügbar zu halten, der Ursprung dieses Bandes ist. Und schließlich auch an alle Referierenden, die uns hierfür bereitwillig ihre Vorträge schriftlich aufbereitet oder eine Zusammenfassung gestattet haben.