

Zur Debatte um die Anpassung
des Urheberrechts
im digitalen Zeitalter

Vom Nischenprodukt zum Kassenschlager

Karl-Nikolaus Peifer

Wer sich vor Jahrzehnten mit dem Urheberrecht befasste, der stieß auf ein Nischenprodukt. Die vom Urheberrecht erfassten Werke gehörten der klassischen Literatur, der Musik und dem Theater an. Das Schutzkonzept war anspruchsvoll. Die Rechtsliteratur verlangte, dass ein Werk durch die Person seines Schöpfers geprägt sein musste, der Stempel des Kreativen gewissermaßen sichtbar auf der Leinwand erkennbar war. Verbreitet wurden Werke durch Druck, Veräußerung und öffentliche Aufführung. Musik- und Filmindustrie waren, begünstigt auch durch die technischen Entwicklungen im zwanzigsten Jahrhundert, die ersten Bereiche, in denen absehbar war, dass man mit kreativen Inhalten erhebliche Umsätze und Gewinne erzielen konnte. Auch bei Film und Musik ging es jedoch letztlich um Kulturproduktionen, die sich nicht wie körperliche Waren oder Industriegüter verkauften, sondern eigenen Regeln unterlagen. Die Besonderheiten bewirkten, dass das Urheberrecht als Rechtsgebiet eine Domäne für Spezialisten blieb. Auch die Wissenschaft befasste sich nur zögerlich mit dem Bereich.

Dieses Nischendasein endete vor allem durch zwei Ereignisse, die man den *Digital Turn* des zwanzigsten Jahrhunderts nennen kann. Seit den 1970er-Jahren wurde der PC, der Personal Computer, zu einem massentauglichen Produkt. Er funktionierte mit Software. Software basiert wiederum auf geistigen Leistungen des Programmierers, die zwar keine Kulturproduktion im oben genannten Sin-

ne darstellen, aber gleichwohl in den 1980er-Jahren durch das Urheberrecht erfasst wurden. In den 1980er-Jahren ersetzten digitale Produkte zunehmend die alten Medienträger wie Schallplatte, Filmrolle, Ton- und Videokassette. Die zu diesem Zeitpunkt vom Urheberrecht bereits erfasste Möglichkeit zur Kopie wurde ein bedeutsamer Markt aus Sicht der Nutzer, denn mit der Digitalisierung verschwand der qualitative Unterschied zwischen Original und Kopie. Die 1990er-Jahre brachten schließlich die Technologie, welche die unkörperliche, zeitgleiche und von jedem Ort aus mögliche Verbreitung, Wiedergabe und Speicherung dieser hochqualitativen Kopien in Sekundenbruchteilen erlaubte. Gleichzeitig wurde der Computer zum Zeichen-, Kompositions- und Filminstrument. Der Konsument wird damit teilweise zum Produzenten, also zum „Prosumenten“. Er hat durchaus noch ein Gefühl für geistige Urheberschaft, verlangt aber, dass das technisch Mögliche auch rechtlich zulässig werden muss.

Das Urheberrecht ist heute eines der attraktivsten Rechte für die Vermittlung geistiger Leistungen. Es hat seinen Schutzgegenstand ständig erweitert. Zu dem nur noch theoretisch auf persönlich geprägte Schöpfungen begrenzten Schutzgegenstand gehören heute Comic-Figuren und gezeichnete Speisekarten, Gebrauchsanweisungen für elektrische Geräte, Presseartikel mit der Wiedergabe von Nachrichten, wissenschaftliche Artikel, selbst dann, wenn sie nur Ergebnisse, also bloße Fakten

oder bloße Laborexperimente in Alltagssprache wiedergeben. Das Urheberrecht ist attraktiv, weil es (anders als technische Erfindungen) ohne Formalitäten, Registrierung oder Anmeldung entsteht, weil es gegen gewerbliche wie nicht gewerbliche Nutzungshandlungen Schutz gewährt und schließlich eine sehr lange Schutzdauer bereitstellt. Wenn man sich fragt, warum es ein solch weitreichendes Schutzrecht überhaupt gibt und warum es heute so umstritten ist, muss man einen Ausflug in die Geschichte der Publikationskulturen und ihrer Veränderung unternehmen.

Publikationskulturen im Wandel

Das Bedürfnis für das Urheberrecht moderner Prägung entstand mit Erfindung und Verbreitung des Buchdrucks. Der Prozess des Drucks musste organisiert werden. Wer dies tat, musste in die Drucktechnik investieren und damit dem Urheber selbst eine Last abnehmen. Ferner musste das Manuskript angekauft werden. Diese Investition war versunken, wenn das Buch erschien, denn wer nachdruckte, ersparte die Manuskriptanschaffung. Das Urheberrecht löste dieses Problem, indem es dem Erstverleger ein Ausschließlichkeitsrecht (Druckmonopol) an dem Werk gab und unautorisierte Nachdrucke zunächst strafrechtlich verbot, später auch durch private Unterlassungs- und Schadensersatzansprüche sanktionierte. Dieses Verfahren ermöglichte es, den Autor für sein Manuskript zu vergüten (Vergütungsfunktion), diese Anfangsinvestition zu schützen (Verteidigungsfunktion) und somit beiden Beteiligten einen Anreiz an der Produktion von Werken zu geben (Anreizfunktion). Das genannte Grundproblem tauchte immer wieder auf, wenn eine neue Vermittlungstechnik (Tonträgerproduktion, Filmproduktion, Rundfunksendung) neue Investitionen (zum Beispiel in die Vertonung oder Verfilmung) und daher Anreize erforderte.

Der historische Fortschritt lag darin, dass Schöpfer von erfolgreichen Werken, also Urheber, erstmals keine Mäzene mehr benötigten, um Erträge aus ihrer Arbeit zu gewinnen. Das Risiko der Vermarktung übernahmen Verwerter, die ihrerseits Investitionen durch gesetzliche Monopole, also eine Alleinstellung am Markt, absichern konnten. Auf diese Weise entstanden vom Urheberrecht abhängende Publikationskulturen nicht nur im Entertainmentbereich (Musik, Film, Radio, Literatur), sondern auch bei der wissenschaftlichen Publikation (Fachbücher und Fachaufsätze). Solange es um Nischenproduktionen mit sehr langen Auswertungsfristen (anspruchsvolle Belletristik, E-Musik, Kunstfilme) ging, war für den Verwerter eine lange Ausschlussfrist wichtig, um das Produkt auch noch Jahrzehnte nach seiner Erstveröffentlichung ohne Nachahmerkonkurrenz vermarkten zu können.

Mit dem Internet hat sich die Publikations- und Vermittlungskultur grundlegend verändert. Das betrifft neben der Musikindustrie sämtliche vom Urheber abhängenden Branchen und sogar die Wissenschaft. Publikationen könnten heute problemlos auf eigenen Homepages und Universitätsservern bereits als Entwurf („Preprint“) veröffentlicht werden. Den aufwendigen Prozess des Drucks, der Sichtung, Kontrolle und Aufbereitung von Forschungsergebnissen benötigt man heute in den Naturwissenschaften kaum noch, und selbst in den Geisteswissenschaften geht es oft eher um Schnelligkeit und Verfügbarkeit als um vollständige verlegerische Betreuung jeder Äußerung. Verlage spielen noch eine Rolle, wenn sie dafür Sorge tragen, Inhalte auf lange Zeit zu archivieren und eine Art Gütesiegel für die Qualität des Inhalts auszustellen. Auch dieser Prozess wurde in der Vergangenheit häufig aber bereits auf Wissenschaftler zurückverlagert (die sogenannte *Peer Review*), sodass Arbeit

und Kosten nicht immer von den Verwertern getragen wurden, die später das fertige Produkt exklusiv verwertet haben. Wer einwendet, dass die Urheber damit die Möglichkeit, eigene Vergütungen zu erzielen, verlieren, übersieht, dass solche Chancen für viele, vor allem junge Wissenschaftler, schon in der Vergangenheit eine bloße Hoffnung darstellten. Tatsächlich bezahlen Urheber oder die Institutionen, an denen sie tätig waren, oftmals über Druckkostenzuschüsse wesentliche Anteile an Produktion und Vertrieb, ohne jemals nennenswerte Erträge zurückzuerhalten. Erstmals in diesem Bereich zeigte sich also besonders auffällig, dass die Existenz eines Rechts allein noch keine Vergütung der Kreativen erzwingt, wohl aber den Verwertern Einkünfte und Rechte verschafft.

Entertainmentmärkte funktionieren ohnehin anders. Auch hier ist es inzwischen denkbar, dass etwa Musiker ihre Kompositionen selbst produzieren und selbst etwa auf Internetplattformen veröffentlichen. Die Organisation einer Konzerttournee oder die aufwendige Werbung für ein neues Medienprodukt geschieht dort gleichwohl überwiegend in erfahrenen Konzernen, die sich nicht nur um die Vermarktung des jeweiligen Inhaltes, sondern auch um Werbung, Merchandising und Eventmarketing kümmern. Das Gleiche gilt für das Filmgeschäft und den besonders wachstums-trächtigen Markt von Computer- und Onlinespielen.

Mit der Digitalisierung kommen ganz neue Geschäftsmodelle in alte Märkte hinein, die ein Grundproblem vernetzter Welten lösen, nämlich den interessierten Nutzer zum maßgeschneiderten Informations- oder Kommunikationsprodukt zu bringen: Das Stichwort „App“ („Applikation“ oder „Anwendung“) benennt dieses Phänomen. Wer eine Bild- und Textinformation passgenau an einem bestimmten Ort und zu einer bestimmten Zeit benötigt

(zum Beispiel Reisebericht samt Bildinformationen vor dem Urlaubsantritt), der benötigt keine Verkörperung auf einem Trägermedium mehr, sondern es genügt ein mobiles Empfangsgerät. Wer solche Informationen sammelt und für den Nutzer aufbereitet, der benötigt Zugang zu einer Fülle von Rechten an Einzeldaten (Bild, Text, Laufbild), um dem Nutzer das Produkt gebündelt anbieten zu können. Hier liegt eine der größten Herausforderungen des Rechtsgebiets, nämlich das Lizenzmanagement. Der Nutzer benötigt das Produkt, der Anbieter Zugang zu allen Einzelrechten. Wer diese Einzelrechte von unterschiedlichen Anbietern zusammensuchen und lizenzieren muss, der hat es derzeit schwer. Das Urheberrecht gerät in eine Krisensituation, für die es eindeutige Ursachen gibt.

Ursachen des digitalen Dilemmas

Das Urheberrecht moderner Prägung, das mit dem englischen „Statute of Anne“ im Jahre 1710 seine erste Kodifikation erlebte, ist stetig gewachsen. Zu den ersten Schutzgegenständen (Schriftwerke) sind weitere hinzugekommen (Musik, Foto, Film, Rundfunksendungen, wissenschaftliche Darstellungen, Datenbanken). Der Schutzzumfang des Rechtsgebiets erweiterte sich von der Vielfältigkeit des Gedruckten auf dessen Verbreitung, Ausstellung und öffentliche Wiedergabe, sei es durch Aufführung oder Vortrag, sei es durch Rundfunksendung per Terrestrik, Kabel oder Satellit. Mit kommerzieller „Entdeckung“ des Internets als Verbreitungsweg kommen jederzeitige und ortsunabhängige Zugänglichmachung und Abrufmöglichkeit als besondere Rechte hinzu. Auch die Schutzdauer hat sich stetig erweitert: Während das „Statute of Anne“ noch sieben Jahre ab Veröffentlichung eines Druckwerkes für sehr beschränkte Rechte vorsah, sehen die heutigen Urheberrechtsgesetze in Europa 70 Jahre, gerechnet ab dem Tod des Ur-

hebers, vor. Ein sehr junger Komponist, der mit 19 Jahren eine Filmmusik schreibt und im hohen Alter von 90 Jahren verstirbt, sorgt dafür, dass der Film, der seine Musik benutzt, nicht nur während seiner Lebenszeit, sondern noch 70 Jahre nach seinem Tod, also mehr als 140 Jahre, Schutz genießt. Wenn in diesem Filmwerk noch weitere geistige Leistungen benutzt werden, wird nicht nur das Rechtemanagement äußerst komplex, auch das Monopolrecht dauert länger als in jedem anderen gewerblichen Bereich. Die Erfindung der Antriebstechnik eines CD-Players etwa wäre maximal 20 Jahre ab Anmeldung beim Patentamt geschützt.

Besonders drückend ist der starke Schutz für nachkommende Kulturproduktionen. Ein Film, der 140 Jahre geschützt ist, dürfte während dieser Zeit weder bearbeitet noch übersetzt oder modernisiert werden, ohne dass der Rechteinhaber (oftmals der Erstverwerter) dies gestattet. Manche Kulturschätze bleiben der Öffentlichkeit auf diese Weise gänzlich verborgen. Die Google-Buchsuche, die vergriffene und verwaiste Werke einbeziehen wollte, scheiterte spektakulär, ohne dass es legalen Ersatz für sie gibt, denn der leichte Zugang zu den Rechten fehlt auch den Zahlungswilligen. Schätze schlummern damit für Nutzer und Kulturschaffende in den Kellern. Hinzu kommt, dass Netzinhalte dazu verleiten, kreative und kommunikative Anschlussnutzungen vorzunehmen. Das betrifft das Phänomen des sogenannten *Usergenerated Content* (nutzergenerierte Inhalte), der zum Teil spielerischen Charakter hat, zum Teil kommunikative Funktionen, etwa in sozialen Netzwerken, übernimmt, zum Teil aber auch die Bausteine für experimentelle neue Werke annimmt. Man spricht von *Mash-ups* für collagenähnliche Umgestaltungen von mehreren Vorlagen in neue Formen oder von *Fan-Art* für Weiterentwicklungen

von Werken durch enthusiastische Rezipienten. Alle diese Handlungen erfordern Lizenzen, die in der Offline-Welt nicht erforderlich waren. Wer in seinem Asterix-Comic ein wenig herummalen wollte oder wer Asterix-Figuren abzeichnen und verändern wollte, durfte dies tun, solange er die Ergebnisse nicht kommerziell verwertete. Wer dies heute im Netz vollzieht, macht die Bearbeitung gleichzeitig öffentlich zugänglich und greift damit in ein Recht ein, das seit 1996 konsequent als Ausschließlichkeitsrecht den Urhebern zugeordnet wurde und für das es keine Schranken zugunsten kreativer Folgeproduktionen im nicht gewerblichen Bereich gibt. Kritiker des Urheberrechts argwöhnen, dass hierdurch kreative Freiheiten zur Weiterentwicklung gehemmt werden. Als Ergebnis des digitalen Dilemmas stehen sich zwei Gruppen von Interessen scheinbar unversöhnlich gegenüber: Die Rechteinhaber sorgen sich um den Schutz ihrer Leistungen im Netz. Die kreativen „Fans“ und die Rezipienten befürchten, dass die technischen Segnungen durch rechtliche Fesseln erstickt werden. Keiner von beiden hat vollständig recht. Das zu erläutern erfordert allerdings komplexe Überlegungen und eine vertiefte Befassung mit ökonomischen, kulturellen und kommunikativen Zusammenhängen, die weder schlagzeilen- noch titelseitentauglich sind.

Gibt es auch Unstreitiges?

Unstreitig scheint derzeit dreierlei: Es gibt kaum Einwände gegen die Forderung, dass kreative Arbeit entlohnt werden muss, die Urheber von ihrem kreativen Schaffen auch finanzielle Vorteile haben sollen. Zwar geht man nicht so weit, eine Art kreatives Grundeinkommen für Schriftsteller, Künstler und Komponisten zu fordern. Es ist aber seltsam, dass ein Buch im Handel veräußert wird, während der Urheber selbst für dasjenige, das seinen Hauptwert ausmacht, nämlich

den Inhalt, nicht bezahlt wird. Gestritten wird darüber, wie hoch die Vergütung sein soll und ob es eine Art zwingende Beteiligung an sämtlichen Veräußerungserlösen geben muss.

Einigermaßen unstrittig ist *zweitens*, dass das Urheberrecht eine Balance zwischen Schutz und Schranke zu wahren hat. Das Urheberrecht hat komplexe Regeln hierfür konstruiert, die im analogen Zeitalter durchaus funktionierten. Die Balance von Inhalts- zu Schrankenbestimmungen ist im digitalen Zeitalter aber aus den Fugen geraten. Der Gesetzgeber hat etwas vorschnell digitale Rechte gewährt, ohne auch auf digitale Schranken zu achten. Der Nutzer, der im Analogzeitalter einwilligungsfrei Kopien fertigen durfte, wundert sich darüber, dass die digitalen Inhalte auf einer CD technisch gegen solche Kopien geschützt sind. Er wundert sich darüber, dass er Internetangebote vielfach gratis geboten bekommt, ihm gleichzeitig aber der Eindruck vermittelt wird, dass *Downloads* oder der Empfang von *Streamings* illegal sein sollen. Auch den Urhebern ist es peinlich, ihren Fans wertvolle Inhalte zu versprechen, die aber keineswegs auf allen Portalen (TV, Radio und Internet) zur Verfügung stehen. Die Zauberformel für den einfach, schnell und jederzeit verfügbaren Inhalt, der gleichzeitig auch ein umsatzstarkes, aber noch verträgliches Zahlungsmodell mit sich bringt, scheint nur von wenigen und gerade nicht von den etablierten Verwertern gefunden worden zu sein. Es drängt sich für alle Beteiligten der Eindruck auf, dass ein auf Kontrolle, Einzelvertrieb und Einzelzahlung ausgerichtetes *Copyright* in einer mobilen, offenen und vernetzten Medienwelt für niemanden mehr zeitgemäß ist.

Drittens zeigen Plagiatsvorfälle in Wissenschaft, aber auch Musik und Literatur, dass es auch im Internetzeitalter ein ausgeprägtes Gefühl für die Zuerkennung

und Verteidigung von persönlicher Urhebererschaft gibt. Auch wenn zum Teil der Eindruck entsteht, dass Individualität und Autorschaft gegenüber *Crowdsourcing* und kooperativem Werkschaffen auf dem Rückzug sind: Die vorsätzliche Aneignung fremden Geistesguts erzeugt noch immer (zu Recht) Empörung. Moralische Strukturen sind auch in diesem Bereich des Rechts durchaus noch intakt. Wert und Würde jedes Individuums zu betonen bleibt eine historische Errungenschaft, um die blutige Revolutionen und Kriege glücklicherweise nicht vergebens ausgefochten wurden.

Und was ist nun zu tun?

Auf der Agenda bleibt die Lösung des Vergütungsproblems. Kreative müssen durchsetzbare angemessene Vergütungsansprüche auch gegenüber den Verwertern haben. Dem Nutzer zu vermitteln, dass der Hauptbeteiligte des Dreiecks zwischen Urheber, Verwerter und Rezipient etwas von seiner geistigen Produktion hat, ist zentral für die Überzeugungskraft des Rechtsgebiets. Bedeutsam wird die Lösung des Zugangsproblems. In einer vernetzten Welt werden Portale wichtiger als Einzelangebote, Zugang zentraler als Blockade. Das Lizenzmanagement muss daher – auch mithilfe der Verwertungsgesellschaften – deutlich verbessert werden, sonst werden wertvolle Inhalte nicht gefunden und auch nicht legal rezipiert. Inhalte kosten. Das Medienbudget des Rezipienten wächst nicht in jede Richtung. Die Betriebswirtschaftslehre weiß aber seit Langem, dass Preisreduktionen den Umsatz erhöhen und somit den Gesamtgewinn stabilisieren können. Dazu muss es für den Nutzer leicht, bequem und verträglich sein, an die Inhalte zu gelangen. Flatrates sind daher nicht unbedingt ein Feind gelungener Geschäftsmodelle, wie die Telekommunikations- und Kabelbranche zu berichten wissen.