

YAHOO!

Stellungnahme von Yahoo EMEA Ltd. zu der in Österreich geplanten Einführung des Leistungsschutzrechts für „Hersteller von Zeitungen und Zeitschriften“

Die Bedeutung des Urheberrechts für Yahoo

Yahoo befindet sich in einer besonderen Ausgangslage: Wir sind sowohl Online-Verleger, der Inhalte anderer verbreitet, als auch Content-Anbieter, der urheberrechtlich geschützte Inhalte erstellt. Wir sehen uns daher einem fair vergüteten Qualitätsjournalismus ebenso verpflichtet wie der Förderung des Wettbewerbs im Suchmaschinenmarkt. Yahoo ist sich der Bedeutung der unterschiedlichen Aspekte des Urheberrechts bewusst: Anreize und Vergütungen für kreative intellektuelle Leistungen zu schaffen; kreative Inhalte für die Öffentlichkeit bereitzustellen; für fundamentale Werte wie Redefreiheit und den Austausch von Ideen und Informationen einzutreten.

Eingeschränkter Zugang zu Informationen als Folge

Nationale Leistungsschutzrechte sind allerdings der falsche Weg zum Schutz dieser Werte, da sie vor allem den Zugriff von Internetnutzern auf Informationen behindern. Wir leben in einer Zeit, in der die Suche nach Informationen überwiegend online stattfindet. Suchmaschinen sind für effizientes und zielgerichtetes Suchen von entscheidender Bedeutung. Vor dem Hintergrund des neuen Leistungsschutzgesetzes werden Yahoo und andere Suchmaschinenanbieter gezwungen sein, ihre Nachrichtensuchergebnisse in Österreich zu verändern. Um dem Gesetz zu entsprechen, werden wir die Anzeige von Ergebnissen österreichischer Verlage reduzieren müssen. Als Folge werden österreichische Nutzer es schwerer haben, die von ihnen gesuchten Inhalte online zu finden. In Deutschland und Spanien, wo bereits ein Leistungsschutzrecht eingeführt wurde, ist das leider der Fall.

Zudem werden Verleger dadurch schwieriger im Internet von neuen Zielgruppen entdeckt. Das gilt besonders für kleinere und weniger bekannte Verlage, auf deren Internetseiten nur selten direkt zugegriffen wird. Der österreichische Gesetzesentwurf würde darüber hinaus die Grundrechte von Suchmaschinenanbietern beeinträchtigen. Insbesondere verletzt er die Rechte im Rahmen der Pressefreiheit, den Gleichstellungsgrundsatz, die Berufsfreiheit und den Grundsatz von Klarheit und Unterscheidbarkeit. Aus diesen Gründen hat Yahoo die Verfassungsmäßigkeit des Leistungsschutzrechts in Deutschland angefochten – die Entscheidung der Gerichte steht noch aus.

Deutschland und Spanien als alarmierende Beispiele

Der österreichische Gesetzesentwurf nimmt explizit das deutsche Leistungsschutzrecht als Vorbild und kopiert es in großen Teilen. Dieses Modell funktioniert jedoch nicht; das Gesetz wird aller Voraussicht nach schon bald erheblich verändert werden.

Österreichische Zeitungs- und Zeitschriftenverleger hatten offensichtlich Wettbewerbsgleichheit mit Urhebern in anderen Branchen gefordert. Betrachtet man allerdings die Auswirkungen des deutschen Gesetzes seit seiner Einführung im September 2013, kann man den deutschen Fall nur als fehlgeschlagenen Versuch beschreiben, die Bestimmungen des Urheberrechts an die Heraus-

YAHOO!

forderungen der digitalen Welt anzupassen. Die angesehene deutsche Wochenzeitschrift „Die Zeit“ stellte im September 2014 fest, das Leistungsschutzrecht habe nur Verlierer hervorgebracht.¹

Als Reaktion auf das Gesetz hat Yahoo ebenso wie Google Vorschaubilder und kleinste Textausschnitte aus den Nachrichtensuchergebnissen von Mitgliedern der deutschen Verwertungsgesellschaft VG Media entfernt, in der sich zwölf Verlage zur Durchsetzung von Vergütungen zusammengeschlossen haben.² Die deutschen Anbieter Deutsche Telekom und 1&1 ergriffen noch weiter reichende Maßnahmen – mit der Löschung sämtlicher Nachrichtenergebnisse, die Mitgliedern der VG Media zuzuordnen sind. Das Gesetz hat im Einzelnen zu folgenden Konsequenzen geführt:

1. Rechtliche Unsicherheit für alle Betroffenen

- Die Entscheidung des Deutschen Patent- und Markenamtes zur Anwendbarkeit und Angemessenheit des von der VG Media vorgeschlagenen Tarifs steht noch aus – das wird allerdings erst der Anfang einer ganzen Reihe von gerichtlichen Verfahren sein, die voraussichtlich mehrere Jahre dauern werden.
- Das Ergebnis der Verfassungsbeschwerde von Yahoo gegen das Gesetz steht noch aus.

2. Den Verlegern gehen Traffic und damit Werbeeinnahmen verloren

- Als Google sämtliche Vorschaubilder und kleinste Textausschnitte von VG-Media-Mitgliedern entfernte, verbuchte Deutschlands größtes Verlagshaus Axel Springer ein Traffic-Minus von fast 40 Prozent. Auf der Google Oberfläche „Google News“ brach der Traffic um fast 80 Prozent ein.³ Als Konsequenz gewährte Axel Springer Google nach zwei Wochen Gratis-Lizenzen.
- In Deutschland sind die digitalen Vertriebserlöse von 2012 bis 2014 deutlich von 28 auf 120 Millionen Euro gestiegen – und zwar ohne Leistungsschutzrecht.⁴

3. Hindernis für Innovation auf dem Suchmaschinenmarkt

- Mehr als zehn kleine bis mittlere, innovative Suchmaschinenbetreiber in Deutschland mussten aufgrund der rechtlichen Unsicherheit schließen oder ihr Angebot erheblich einschränken.⁵
- Die marktbeherrschende Position von Google wird damit manifestiert, denn mit Ausnahme von Google hat kein anderer Suchmaschinenanbieter Gratis-Lizenzen von VG Media-Mitgliedern erhalten.

4. Benutzer verlieren Zugang zu wertvollen Informationen

- Ergebnissen einer Befragung von Bitkom Research und Aris zufolge finden 57 Prozent der Internetnutzer kleinste Textausschnitte nützlich, für 69 Prozent sind Textauszüge mit lediglich drei Wörtern nicht ausreichend.⁶

¹ <http://www.zeit.de/digital/internet/2014-09/leistungsschutzrecht-telekom-1und1-reagieren>.

² Google kehrte wieder zur normalen Anzeige zurück, nachdem die Mitglieder von VG Media kostenlose Lizenzen gewährt hatten.

³ http://www.axelspringer.de/presse/Axel-Springer-schliesst-Datendokumentation-ab-Gravierender-Schaden-durch-verschlechterte-Suchanzeigen-bei-Google_22070688.html.

⁴ PwC (2013), German Entertainment & Media Outlook 2013-2017, zitiert nach de.statista.com.

⁵ [http://www.bitkom.org/files/documents/BITKOM-Bestandsaufnahme_Leistungsschutzrecht_\(03-2015\).pdf](http://www.bitkom.org/files/documents/BITKOM-Bestandsaufnahme_Leistungsschutzrecht_(03-2015).pdf).

YAHOO!

Von Seiten der Wissenschaft und von Aufsichtsbehörden wurden die Konsequenzen antizipiert und die Notwendigkeit eines Leistungsschutzrechts ernsthaft in Frage gestellt. Im Jahr 2012 hat das Max-Planck-Institut für Immateriagüter und Wettbewerbsrecht im Rahmen einer umfassenden und unabhängigen Untersuchung schlüssige Belege vorgelegt, die **gegen die Notwendigkeit spezieller Eigentumsrechte für journalistische Inhalte** sprechen und vor den potenziell negativen Auswirkungen warnen.⁷ Wie schon das bestehende deutsche Urheberrecht gewährt bereits § 18a des österreichischen Urheberrechts den Urhebern geistiger Inhalte das ausschließliche Recht der Verbreitung. Ein spezielles Schutzrecht für „Hersteller von Zeitungen und Zeitschriften“ ist damit überflüssig.

Die spanische Wettbewerbsbehörde (Comisión Nacional de los Mercados y de la Competencia (CNMC)) kam übereinstimmend mit dem Max-Planck-Institut zu der Erkenntnis, dass es **keinerlei Beleg für ein Marktversagen** mit Blick auf das Kräftespiel zwischen den Produzenten von Inhalten und Suchmaschinenbetreibern gäbe, der die Einführung eines Leistungsschutzrechts rechtfertige. Suchmaschinen stellen keine Gefahr für Verleger dar, die ihre Inhalte im Internet veröffentlichen wollen, denn Suchmaschinen ersetzen solche Dienstleistungen nicht. Darüber hinaus verfügen Verlage bereits mithilfe des sogenannten „RobotsExclusionStandards“ (robots.txt) über die technische Möglichkeit, auf eine Listung innerhalb von Suchmaschinentreffern zu verzichten, falls sie dies wünschen.

Widerspruch zu europäischen und internationalen Vereinbarungen zu geistigen Eigentums- rechten

Angesichts des breiteren europäischen und internationalen Kontextes sorgt ein nationales Leistungsschutzrecht für eine Fragmentierung und Verwerfung der europäischen Urheberrechtslandschaft. Es behindert die Etablierung eines harmonisierten digitalen Binnenmarktes (DSM), wie ihn die EU-Kommission anstrebt. Dem österreichischen Gesetzentwurf gelingt es nicht, urheberrechtliche Interessen korrekt gegen das grundlegende Recht auf Information abzuwägen. Er missachtet Art. 7 TRIPS (Abkommen über handelsbezogene Aspekte der Rechte des geistigen Eigentums), welcher Staaten dazu verpflichtet, geistige Eigentumsrechte in einer Weise umzusetzen, die den „sozialen und wirtschaftlichen Wohlstand sowie die Ausgewogenheit von Rechten und Pflichten fördert“. Ganz ähnlich missachtet das geplante österreichische Gesetz den Verhältnis- mäßigkeitsgrundsatz, der durchgängig vom Gerichtshof der Europäischen Union (EuGH) zur Abwägung von Urheberrecht mit anderen grundlegenden Rechten und öffentlichen Interessen angewendet wird.

Spezifische Probleme des österreichischen Leistungsschutzrechts

Der österreichische Gesetzentwurf versucht, die Mängel des deutschen Gesetzes zu beheben, indem er eine noch weiter gehende Variante des Leistungsschutzrechts vorschlägt: Kleinste Textausschnitte („Snippets“) oder „einzelne Wörter“ werden nicht vom Gesetz ausgenommen. Dies könnte zur Folge haben, dass Suchmaschinen und Nachrichten-Aggregatoren nicht einmal mehr Titelzeilen von Nachrichtenartikeln anzeigen dürfen, sondern nur noch die Links dazu. Weiter verpflichtet es sämtliche Verleger, über eine Verwertungsgesellschaft Vergütungen durchzusetzen. Einzelne Verleger haben danach nicht die Möglichkeit, nach kooperativeren Wegen im Umgang mit den Herausforderungen des

⁶ [http://www.bitkom.org/files/documents/BITKOM-Bestandsaufnahme_Leistungsschutzrecht_\(03-2015\).pdf](http://www.bitkom.org/files/documents/BITKOM-Bestandsaufnahme_Leistungsschutzrecht_(03-2015).pdf).

⁷ http://www.ip.mpg.de/fileadmin/templates/pdf/Leistungsschutzrecht_fuer_Verleger_01.pdf.

YAHOO!

digitalen Journalismus zu suchen. So haben beispielsweise führende deutsche Anbieter von Qualitätsjournalismus wie „Der Spiegel“, „Die Zeit“ und die „Süddeutsche Zeitung“ sich dazu entschieden, statt auf die Durchsetzung von Vergütungen auf die Kooperation mit Suchmaschinenanbietern zu setzen.

Empfehlungen

Traffic auf die Internetseiten von Verlagen zu lenken, war stets ein Kernziel von Suchmaschinen und wird es immer bleiben. Online-Dienste erleichtern Lesern das Auffinden von Inhalten im Internet und ermöglichen es Verlagen, Inhalte zu verbreiten und neue Einnahmequellen zu erschließen. Webportale und Suchmaschinen bieten oft „Snippets“ an – kurze Textauszüge und Titelzeilen von Nachrichtenartikeln. Sie sind wichtige Triebfedern, um Traffic auf die Original-Webseiten von Verlagen zu lenken – damit unterstützen sie die Neuaufstellung traditioneller Printmedien. Angesichts überzeugender Erkenntnisse von Seiten der Wissenschaft und von Aufsichtsbehörden sowie warnender Beispiele aus Deutschland und Spanien empfiehlt Yahoo der österreichischen Regierung, ein Leistungsschutzrecht für Hersteller von Zeitungen und Zeitschriften nicht weiter zu verfolgen. Es hat sich als klares Hindernis sowohl für etablierte Suchmaschinenanbieter als auch für neue, innovative Unternehmen erwiesen, die ihren wichtigsten Partnern (den Verlagen) und letztlich den Endkunden (österreichischen Bürgerinnen und Bürgern, die Informationen aus dem Internet beziehen) neuartige und bessere Lösungen an die Hand geben wollen.