



FB Medien Vereinte
Dienstleistungs-
gewerkschaft

Bundesverwaltung

Valentin Döring
Bereich Medien /
Urheberrecht
valentin.doering@verdi.de

Berlin, 10. Februar 2015

**ver.di-Stellungnahme zum
Entwurf eines Berichts über die Umsetzung der Richtlinie 2001/29/EC,
(2014/2256 (Ini),
Rechtsausschuss des Europäischen Parlaments
Berichterstatte(r)in: Julia Reda**

Am Montag den 19. Januar 2015 hat die Europaparlamentsabgeordnete der deutschen Piratenpartei, Julia Reda, einen Berichtsentwurf über die Umsetzung der so genannten InfoSoc-Richtlinie veröffentlicht. Wir von der vereinten Dienstleistungsgewerkschaft (ver.di) halten die im Papier vorgenommene Zusammenfassung und die gezogenen Schlussfolgerungen für eine Gefahr in Bezug auf die wirtschaftliche Situation der professionellen Urheberinnen und Urheber sowie der ausübenden Künstlerinnen und Künstler in Europa.

Die Umsetzung dieses Entwurfes würde letztlich eine Abkehr vom Kerngedanken des an den Urheberinnen und Urhebern orientierten Rechts hin zu einem Rechtssystem bedeuten, das als zentralen Regelungsansatz die Interessen der Endverbraucherinnen und Endverbraucher gegenüber den Verwertern sieht. Die Folge wäre eine erhebliche Schwächung der Rechtsposition der professionellen europäischen Kultur- und Medienschaffenden.

Wir von ver.di fordern von den politischen Vertreterinnen und Vertretern im Europäischen Parlament:

- Ausgangspunkt für eine etwaige Weiterentwicklung des Urheberrechts sowie verwandter Schutzrechte haben stets die Interessen der professionellen Kultur- und Medienschaffenden zu sein.
- Den Urheberinnen und Urhebern ist ein Urheberpersönlichkeitsrecht zu gewähren, das ihnen eine Überprüfung und wirksame Verhinderung etwaiger Verunstaltungen und / oder missbräuchlicher Nutzungen ermöglicht.
- Die Urheberinnen und Urheber sind an allen unmittelbaren und mittelbaren wirtschaftlichen Verwertungen und Vorteilen zu beteiligen, die aus oder in Verbindung mit Ihren Werken gezogen werden. Eine Vergütungspflicht für jede einzelne Werknutzung als Regelfall ist ausdrücklich zu normieren.
- In der Diskussion über einen etwaigen Reformbedarf im Bereich des geistigen Eigentums muss berücksichtigt werden, dass sich in Brüssel mit dem angloamerikanischen Copyright-System und dem kontinentaleuropäischen Urheberrechtssystem zwei gegensätzliche Ansätze begegnen. Eine sachliche und nachvollziehbare Diskussion erfordert in allen Arbeitssprachen ein höchstes Maß an sprachlicher Genauigkeit. So muss auf Englisch, Französisch und Deutsch stets klar sein, wann von welchem systematischen Ansatz ausgegangen wird, einem Copyright als Recht zur Vervielfältigung oder einem Urheberrecht als Autorenrecht, author's right oder droit d'auteur.

Zum Entwurf von Julia Reda:

I. Copyright ist nicht gleich Urheberrecht

Bereits dadurch, dass Julia Reda ihren Entwurf zunächst allein in englischer Sprache veröffentlicht hat, hat sie einen ersten wesentlichen Pflock in der auf Ihren Entwurf folgenden Diskussion gesetzt.

So kann im englischen „Originalentwurf“ schlicht nicht unterschieden werden, wo von Copyright (im angloamerikanischen Sinne) und wo von Urheberrecht (im kontinentaleuropäischen Sinne) ausgegangen wird. Diese Unterscheidung ist wahrlich keine rein sprachliche sondern beeinflusst die Diskussion in erheblichem Maße.

In Brüssel begegnen sich zwei diametral gegensätzliche Urheberrechtstheorien: Das am Markt orientierte angloamerikanische Copyright System und das in Kontinentaleuropa vorherrschende Urheberrechtssystem, das sich korrekt mit „author’s rights“ übersetzen lässt. Im Gegensatz dazu orientiert sich das Copyright an der Nutzbarkeit / Verwertbarkeit und ist primär handelbares Investitionsschutzrecht für Verwerter. Ein derartiges System gab es als Reaktion auf die Erfindung des Buchdruckes in 1450 zunächst auch in Deutschland. Die rechtliche und gesellschaftliche Lehre (namentlich u.a. Kant, Pufendorf und Hegel) führte dann zu einer Entwicklung weg vom reinen Verlegerschutzrecht hin zum Bild des Künstlers als individuellem Urheber / individueller Urheberin, dem / der das Urheberrecht durch den Akt der Werkschöpfung automatisch als geistiges Eigentum entsteht. Dieses ist als solches nicht durch Rechtsgeschäft übertragbar, allein Nutzungsrechte am Werk können gehandelt werden.

Dadurch, dass im englischen „Originalentwurf“ einzig der Begriff des Copyrights verwendet wird, macht sich Julia Reda die internationale Unart der sprachlichen Ungenauigkeit in dieser Thematik zu eigen. Die Möglichkeit, sich zunächst der deutschen (oder auch der französischen „droits d’auteurs“) Sprache zu bedienen, um von Anfang an Klarheit in der Diskussion Ihres Papiers zu haben, hat Julia Reda vertan.

Und leider bleiben auch die inzwischen in deutscher und französischer Sprache veröffentlichten Fassungen des Entwurfs ungenau:

Im französischsprachigen Text wurde der „single European Copyright Title“ als „titre européen unique du droit d’auteur“ übersetzt. Auch im weiteren Text wird der Begriff des Copyrights stets undifferenziert mit „droit d’auteur“ übersetzt.

In der deutschen Sprachfassung hingegen werden differenzierend die Begriffe „Unionsurheberrecht“ sowie „Urheberrecht“ verwendet. Der deutschen Fassung nach ist das Ziel ein einheitliches „Unionsurheberrecht“ und somit womöglich viel mehr als „nur“ ein einheitlicher europäischer Titel geistigen Eigentums („single European Copyright Title“). Auch wenn im deutschen Text folglich der Urheber – als Wortteil des „Unionsurheberrechts“ – häufiger Erwähnung findet als in der englischen Fassung, so bietet auch die deutsche Sprachfassung keine differenzierte und präzise Betrachtung unter Berücksichtigung der systemischen Unterscheidung von Copyright und Urheberrecht.

Wir von ver.di erwarten, dass angesichts zweier konkurrierender Systeme in der EU eine klare Festlegung erfolgt, welches nun Grundlage für ein einheitliches „Unionsurheberrecht“ / einen einheitlichen Rechtstitel sein soll. Das Copyright erscheint uns ungeeignet. Eine klare Aussage hierzu vermissen im Berichtsentwurf, der in allen Sprachversionen ambivalent bleibt.

II. Urheberrecht als „Arbeitsrecht für Kreative“

Mit diesen sprachlichen Ungenauigkeiten ist der Weg bereitet zu einer starken Verkürzung und Vereinfachung der Argumentation. Demnach gibt es mächtige Medienkonzerne auf der einen und schützenswerte Verbraucherinnen und Verbraucher auf der anderen Seite. Als zentrale Punkte des europäischen Rechtsrahmens nennt Julia Reda unter „Kategorie A“ die „promotion of creativity and innovation“ / „Förderung von Kreativität und Innovation“ und den „access to knowledge and information“ / „Zugang zu Wissen und Information“. Erst als „D-Priorität“ führt sie den Schutz geistigen Eigentums an. Rein räumlich – wohl aber auch in der vorgenommenen Wertung – stellt sie die „promotion“ von Kreativität und Innovation somit über das geistige Eigentum. Dies ist ein weiterer klarer Fingerzeig in Richtung eines Copyrights nach angloamerikanischem Vorbild, zumal das US Copyright-System laut (US-)Verfassung der „promotion of science and the usefull arts“ zu dienen hat.

Das Urheberrecht nach kontinentaleuropäischem Verständnis (das ein reines Verlegerrecht abgelöst hat, s.o.) ist hingegen ein „Arbeitsrecht für Kreative“. Der Urheber / die Urheberin ist in seiner / ihrer Beziehung zum Werk über das Persönlichkeitsrecht geschützt und ist grundsätzlich für jede einzelne Nutzung zu vergüten, speziell ist sie / er an den Erlösen aus der Verwertung seiner / ihrer Rechte zu beteiligen. Deswegen handelt es sich beim Urheberrecht um verfassungsrechtlich geschütztes (geistiges) Eigentum.

Da Eigentum verpflichtet (Art. 14 Abs. 2 GG) kann es unter gewissen Voraussetzungen eingeschränkt werden. Um diese Voraussetzungen zu konkretisieren, gibt es im Urheberrecht so genannte Schranken. Die Rechte des Urhebers / der Urheberin dürfen dann beschränkt werden, wenn und insoweit andere Interessen überwiegen. Bibliotheken, Wissenschaft und andere Bereiche können hier als Beispiel dienen. Diese Rechtsgewährungsleistungen sind die Vertrauensbasis, auf der letztlich der freie Austausch – auch über Grenzen hinweg – erfolgen kann. Wird diese Basis zerstört, dann entfällt auch die Rechtssicherheit beim Austausch von Kultur- und Informationsgütern.

III. Zahlen zur Umfrage leiten in die Irre

Wie hoch in der angeschobenen Debatte das Interesse der Endnutzerinnen und Endnutzer zu bewerten sei, versucht Julia Reda mit Zahlen zu belegen. So wurde die dem Bericht vorgeschaltete Befragung mehr als 9.500-fach beantwortet. Unter den Rückmeldungen waren 58,7 % von „Endnutzern“. Zwar sind diese Zahlen wohl als solche nicht falsch, sie führen aber in die Irre, weil sie auf die Banalität rekurrieren, dass es eben mehr Leserinnen und Leser als Autorinnen und Autoren, mehr Musikfreundinnen und -freunde als Komponistinnen und Komponisten gibt.

Bei der durchaus beeindruckenden Zahl von 5.576 Eingängen (\cong 58,7%), deren Absender sich als Endnutzerin / Endnutzer bezeichnet haben, muss zudem berücksichtigt werden, dass findige Menschen die Möglichkeit eingerichtet hatten, mittels Internetseite vorgefertigte Antworten zu den einzelnen Fragen auszuwählen, was eine „endnutzerfreundliche Beantwortung“ aller Fragen in unter zehn Minuten ermöglichte.

Bezogen auf die Bewertung der Zahlen ist es aus unserer Sicht schwer nachvollziehbar, dass drei Stellungnahmen unterschiedlicher ver.di-Urheber-gruppen (Schriftsteller, Journalisten und Selbstständige), die zehntausende von Mitgliedern repräsentieren, jeweils nur einfach gezählt wurden

und ihnen so letztlich unter drei Neuntausendfünfhundertstel (3 / 9.500) an Bedeutung beigemesen wird.

Den Versuch, die Bedeutung von Endnutzerinteressen in Abwägung mit den Interessen der Urheberinnen und Urhebern durch diese Zahlen zu übersteigern, sehen wir versuchte Manipulation an. Das unterschlägt beispielsweise, dass die ver.di für über 60.000 hauptberufliche Urheberinnen und Urheber eintritt, sondern auch für mehr als zwei Millionen Verbraucherinnen und Verbraucher in ihrer Mitgliedschaft. Dass wir bei der Abwägung auch von deren Interessen dennoch entschieden für die Urheberinnen und Urheber sowie die ausübenden Künstlerinnen und Künstler streiten, hat den einfachen Grund, dass alle Gewerkschaftsmitglieder dafür eintreten, dass für gute Arbeit eine angemessene Vergütung bezahlt wird.

IV. Teilweise dramatische Einkommensverhältnisse bei Kreativen

Leider sind solche angemessene Vergütungen oder wenigstens auskömmliche Einnahmen für Kreativschaffende schon länger eher die Ausnahme. So liegen die durchschnittlichen jährlichen Bruttoeinnahmen bei Mitgliedern der Künstlersozialkasse (KSK), die für diesen Personenkreis eine Pflichtversicherung ist, aktuell bei knapp 15.000 Euro.

Der „total buy out“ (Einmalvergütung für die Abtretung sämtlicher Nutzungsrechte) ist trotz der urheberrechtlichen Reformen in Deutschland weiterhin die erpressbare Regel, Wiederholungs- und Folgevergütungen sind die Ausnahme.

V. Stärkere Rechte für Urheberinnen und Urheber sowie für ausübende Künstlerinnen und Künstler

Demokratie und Kultur benötigen ein Rechtssystem, das sicherstellt, dass Kultur- und Medienschaffende aus ihrer schöpferischen bzw. darstellerischen Tätigkeit ein angemessenes Einkommen erzielen können. Zwar schreibt Julia Reda in ihrem Papier es sei „notwendig einen rechtlichen Rahmen zu entwickeln der die Position der Urheber bei Vertragsverhandlungen verbessert“, dennoch bleiben die Urheberinnen und Urheber bei der Darstellung der Interessenlagen beinahe vollständig außen vor.

Das Urheberrecht ist als „Recht der Kreativen“ weiterzuentwickeln. Die Diskussion über die im Raum stehenden Interessen wird ehrlicher und fruchtbarer, wenn man am Ausgangspunkt der Überlegungen professionelle Kultur- und Medienschaffende stehen, die Ideen in Werke umsetzen, unterhalten, Emotionen wecken, informieren und kritisieren.

Dem trägt schon das heute bestehende Urheberrecht nur unzureichend Rechnung. Die Einzelne / der Einzelne ist auf Folgeaufträge angewiesen und ist damit in Sachen Vergütung latent erpressbar. Wer seine Rechte wie eine angemessene Vergütung oder gar eine zusätzliche Erfolgsbeteiligung einfordert oder gar gerichtlich geltend macht, riskiert damit oftmals die berufliche Existenz!

Urheberinnen und Urheber benötigen gerade im digitalen Zeitalter stärkere Rechte im Bezug auf ihre Werke und deren Nutzbarkeit. Denn in einer Zeit, in der es immer weniger Regelarbeitsverhältnisse, es einen grenzüberschreitenden Wettbewerb gibt, und in allen Branchen verstärkt eine werk-

bzw. ergebnisorientierte Entlohnung von Arbeit erfolgt, bedarf es klarer Regeln dafür, welche Rechte eine Werkschöpferin / ein Werkschöpfer hat und wie sie / er diese Rechte (auch international) effektiv durchsetzen kann.

VI. Freier Zugang heißt nicht kostenloser Zugang

Selbstverständlich spielen die Interessen der Endverbraucherinnen und Endverbraucher in der Gesamtabwägung eine wichtige Rolle. Sie haben unzweifelhaft ein Recht auf Zugang zu Informationen, dem ebenfalls eine existenzielle Bedeutung für unsere demokratische Gesellschaft beikommt.

Freier Zugang ist jedoch nicht mit kostenlosem Zugang gleichzusetzen!

Aus Urhebersicht war es ein fataler Fehler der Verleger Medienangebote zunächst kostenlos verfügbar ins Internet zu stellen. Die durch Gewohnheit massiv gesunkene Bereitschaft für Inhalte zu bezahlen, darf aber kein Grund für eine (Teil-)Enteignung der Urheberinnen und Urheber sein. Das Internet ist kein rechtsfreier Raum und es gibt aus rechtlicher Sicht keinen Grund, warum Onlinesachverhalte rechtlich anders behandelt werden sollten als Offlinesachverhalte. So ist es in Europa unstreitig für den Genuss von Offline-Medien- und Kulturangeboten zu bezahlen: Das gekaufte Printprodukt; die Platte, Kassette oder CD; das Ticket für ein Konzert, Kino oder Theater oder aber indirekt durch die Bezahlung von Produkten, in deren Preis die Werbekosten einfließen mit denen wiederum Medien Kultur finanziert werden. Auch jede Privatkopie wurde bisher bezahlt: durch eine Abgabe auf Leerkassetten, Vervielfältigungsgeräte und Speichermedien.

Wer das System der Vergütungspflicht für die Nutzung von Werken grundsätzlich in Frage stellt, gefährdet das (geistige) Eigentum und damit die Existenzgrundlage der Kultur- und Medienschaffenden. Der / die ist dann kein „Robin Hood“, der von den Medienunternehmen an die „Armen“ (Endverbraucherinnen und Endverbraucher und / oder Urheberinnen und Urheber) umverteilt, sondern „ein Pirat / eine Piratin der / die raubt und brandschatzt“.

VII. Schranken - und welche Rolle spielen die neuen Marktteilnehmer?

Viel spannender als die Frage, ob die Nutzung überhaupt zu bezahlen ist, wäre eine Diskussion über die Frage, wer jeweils wie viel zu bezahlen hat. Erst im Rahmen einer Klärung dieser Frage macht es Sinn, über Preisgestaltungen zu reden und zu verhandeln.

Wichtig ist hierbei, nicht falsche Interessengegensätze zu konstruieren: Kindergärten, Schulen, Universitäten und Bibliotheken sollen alle Werke nutzen dürfen, die dort eingesetzt werden können und sollen. Eine vernünftig ausgestaltete Beschränkung der Verfügungsmacht von Urheberinnen und Urhebern gegenüber Bildung und Wissenschaft: selbstverständlich und gerne! Nur: Warum sollte eine zeitgenössische Dichterin oder ein Komponist und Texter von Kinderliedern, deren / dessen Werk im Kindergarten oder in der Schule genutzt wird, hierfür keine angemessene Vergütung erhalten? Betreuungs-, Erziehungs- und Bildungseinrichtungen müssen finanziell so ausgestattet werden, dass sie die Nutzung geschützter Werke bezahlen können. Lehrmittelfreiheit herzustellen, ist eine gesellschaftliche Aufgabe, nicht aber eine Last, die man Urheberinnen und Urhebern einseitig auferlegen darf.

Finanziert werden könnte dies – auch – über Steuern, die man hoffentlich irgendwann von den Amazons, Apples, Googles, YouTubes & Co dafür erhebt, dass sie auf dem europäischen Markt Milliardenumsätze erzielen, ihre Gewinne in Europa aber nicht adäquat versteuern.

Hier ist die vielleicht größte Nachlässigkeit im Entwurf von Frau Reda, dass nicht aufgeführt wird, dass seit Inkrafttreten der InfoSoc-Richtlinie in 2001 neue Player auf den europäischen Medienmarkt getreten sind¹. So „googlete“ man 2001 noch nicht, man nutze eine Suchmaschine. facebook-Freunde kann man erst seit 2004 haben. YouTube wurde 2005 gegründet. Als „neue Intermediäre“ bzw. Plattformen erwirtschaften diese (und andere) Unternehmen enorme Umsätze und Gewinne. Ein wesentlicher Grund hierfür ist, dass dort Inhalte verfügbar gemacht werden, die viele Besucherinnen und Besucher auf die Seiten dieser Unternehmen locken. Zu einem erheblichen Anteil handelt es sich hierbei um urheberrechtlich geschützte Werke. Bisher bekommen die Urheberinnen und Urheber von den Umsätzen und Gewinnen dieser „Internetgiganten“ wenig bis gar nichts ab.

Nach dem Grundsatz, „das Geld ist nicht weg, es ist nur woanders“, entziehen diese „neuen Intermediäre“ dem Kultur- und Medienmarkt enorme Summen. Für die Urheberinnen und Urheber bedeutet das: Preiskampf, Arbeitsverdichtung – kurz immer mehr Leistung für immer weniger Geld. Bedenklich sind auch die gesamtgesellschaftlichen Folgen, wenn nebenbei die Finanzierung unabhängiger Medien und damit ein wesentlicher Pfeiler unserer Demokratie gefährdet wird.

VIII. Wer mittels Werken Geld verdient sollte die Kreativen daran beteiligen

Julia Reda sollte in Brüssel gemeinsam mit ihren Kolleginnen und Kollegen Regeln schaffen, die klarstellen, dass die Urheberinnen und Urheber sowie die ausübenden Künstlerinnen und Künstler an allem zu beteiligen sind, was an Früchten aus ihrer Arbeit gezogen wird. Verwerter, Intermediäre, Provider, Plattformen und alle anderen, die unmittelbar oder mittelbar finanzielle Vorteile aus der Nutzung, Darstellung oder Vermittlung von geschützten Inhalten ziehen, müssen die professionellen Kultur- und Medienschaffenden an diesen Vorteilen beteiligen!

Keine Urheberin / kein Urheber, keine ausübende Künstlerin / kein ausübender Künstler, der sein / ihr Schaffen der Öffentlichkeit zugänglich gemacht hat, will verhindern, dass Endnutzerinnen und Endnutzer das Werk genießen. Was die Urheberinnen und Urheber unfassbar wütend macht, ist jedoch die Tatsache, dass andere mit ihren Werken reich werden, während sie selbst nicht (mehr) von ihrer kreativen Arbeit leben können.

V.i.S.d.P.:

Valentin Döring, ver.di Bereich Medien

Paula-Thiede-Ufer 10

10179 Berlin

valentin.doering@verdi.de

Tel.: 030 6956-2319

Fax: 030 6956-3657

¹ In der zugehörigen Pressemitteilung werden diese Marktteilnehmer erwähnt. Im Papier selber spielen sie leider keine Rolle.