

Content kostet:

Der Stellenwert und die Finanzierung von Texten und Bildern

Eine Politik pro Autorschaft, für urheberrechtlich geschützte Texte und für Verlagspublikationen, mit 12 Thesen zur Bedeutung und Entwicklung des Urheberrechts – präsentiert aus Anlass des 50-jährigen Bestehens von ProLitteris, der Verwertungsgesellschaft für Texte und Bilder

Einordnung

Das Urheberrecht schützt kreative Äusserungen der Literatur und Kunst: Werke und Leistungen nach gesetzlicher Definition. Der rechtliche Schutz bedeutet, dass Urheberinnen und andere Rechteinhaber über die Nutzungen ihrer Inhalte bestimmen – sie geben die Erlaubnis und können dafür eine Gegenleistung verlangen. Es gibt gesetzliche Ausnahmen im Interesse der privaten Nutzung, der freien Kommunikation und der Vermeidung von Transaktionskosten. In einigen Fällen gilt eine gesetzliche Erlaubnis mit Vergütung: Verwertungsgesellschaften lizenzieren und stellen Rechnung anstelle der Inhaberinnen der Rechte. Das Urheberrechtsgesetz (URG) betrifft alle Werkkategorien: Text, Bild, Audio, Video, Bühne, Kunstformen und Entertainmentprodukte aller Art und sogar Computerprogramme.

Die Verwertungsgesellschaft ProLitteris verwaltet Urheberrechte an Texten und Bildern. Texte und Bilder sind zunächst die stillen Werkkategorien. Es gibt sie aber auch in Videos, auf der Bühne und in allen Formen des Publizierens und Kommunizierens im Internet. Wir wissen aus der Psychologie und der Hirnforschung, wie zentral Sprache und Bilder für das Bewusstsein und die Beziehungen der Menschen sind. Entsprechend sind sprachliche und visuelle Inhalte heute gegenwärtiger denn je. Erzeugnisse, die mit generativen KI-Systemen produziert werden, kommen zurzeit massenhaft hinzu.

Es ist kein Zufall, dass ausgerechnet grosse Sprachmodelle im Zentrum der öffentlichen Diskussion künstlicher Intelligenz stehen, mehr als andere, hintergründigere Anwendungen der KI-Technologie. Die Gattung Text prägte auch die Rechtsentwicklung, mehr noch als Musik oder Audiovision. Es waren die Buchkopien, die das Urheberrecht nach der Erfindung der Druckerpresse entstehen liessen.

Kein Werk, kein Teil davon entsteht ohne Kosten: Arbeit und Kreativität für die Schöpfung und Gestaltung, Organisation und Ressourcen für die Produktion und Distribution.

Wer finanziert die Inhalte? Wer investiert? Als Modelle stehen vor allem diese vier zur Verfügung: A. *Kundenmarkt*: Geld von Leserinnen, Besuchern, Verbreitern, gestützt auf Verträge und Rechte. B. *Werbemarkt*: Geld von Dritten, deren Äusserung vom Content-Anbieter mitverbreitet wird. C. *Interessenvertretung*: Geld eines Investors oder Sponsors, dem der Content dient oder passt. D. *Subventionen*: Geld via Staat, gestützt auf eine gesetzliche Grundlage und ein Fördermodell.

Im Internet erscheinen nur wenige Inhalte unabhängig. Einflussvolle und wechselnde Mächte begleiten das Bild und die Worte von der Entstehung bis zum Konsum. Die Kundenfinanzierung von Texten und Bildern war und ist stets ein Glücksfall. Mit der Werbefinanzierung der Presse rückte die kommerzielle Kommunikation in den Vordergrund. Jetzt umschliesst die Organisationskommunikation im Dienst wirtschaftlicher und politischer Kräfte praktisch alle Inhaltskategorien. Ein grosser Anteil professioneller Kommunikationsinhalte, jedenfalls ausserhalb des reinen Entertainments, ist interessengeleitet, vieles tritt unverbindlich und unverlässlich auf. Also sucht die Politik im Interesse der Meinungs- und sonstigen Bildung Zuflucht zur Medienförderung, zur Wissenschafts- und Bildungsförderung, zur Kulturförderung und zur Publikationsförderung. Content kostet.

Das Urheberrecht ist für die Finanzierung der Inhalte notwendig, aber nicht hinreichend. Es verleiht, erstens, den Werkschaffenden eigentumsähnliche Abwehrrechte («Mein Werk gehört mir, über die Nutzung bestimme ich»). Zweitens gibt das Gesetz den Nutzern bestimmte Freiheiten, z.B. die Zitierfreiheit, die Parodiefreiheit, die Berichterstattungsfreiheit, das Abbilden von Werken im öffentlichen Raum etc. («Diese Nutzung muss ich mir ungefragt gefallen lassen»). Drittens gewährt das Urheberrecht den Rechteinhabern monetäre Vergütungsansprüche via Verwertungsgesellschaften («Diese Nutzung kann ich nicht verhindern, aber ich werde dafür entschädigt»). In letzter Zeit sind

Mischformen hinzugekommen, wie die erweiterte Kollektivlizenz mit Widerspruchsmöglichkeit oder der reine Vergütungsanspruch als Geldfluss ohne Rechteeinräumung. Die Geschäftstätigkeit der Verwertungsgesellschaften und das Aufstellen von Tarifen sind durch bewährte Regeln und eine Aufsicht durch mehrere Behörden abgesichert.

Der Kern des Urheberrechts ist international standardisiert und mit weltweiten Staatsverträgen unterlegt. Die Rechte, Ausnahmen und Abläufe des Urheberrechts unterscheiden sich in den Rechtsräumen. Die Gesetze werden immer wieder angepasst, vor allem wegen der Entwicklung des Internets und dem veränderten Nutzungsverhalten. Internationale und technische Probleme der Rechtsdurchsetzung kommen hinzu.

Die *Theorie* des Urheberrechts folgt gerne den politischen Gegebenheiten, aber die *Praxis* des Urheberrechts richtet sich letztlich nach den ökonomischen Gegebenheiten. Die individuelle wie auch die kollektive Verwertung von Rechten vermögen nur zu gestalten, was wirtschaftlich möglich ist.

Wer seine Arbeit im Voraus finanziert erhält und in festen Strukturen betreiben kann, schafft oder nutzt Urheberrechte, schliesst Verträge ab und hat Aussicht auf einen Ertrag. Wer hingegen zuerst kreieren und produzieren muss, um dann der Refinanzierung dieses Schaffens nachzurennen, ist der Aufmerksamkeitsökonomie ausgesetzt.

Unsere Mobilgeräte sind zur dominanten Benutzerschnittstelle geworden, ein interaktiver Einheitskanal, der auf den Fundus aller Contents zugreifen kann, einige anzeigt und andere ausblendet, gewisse privilegiert und andere diskriminiert, immer gesteuert von Software und Technologieunternehmen, die genauso wie die Inhaltsanbietenden im hektischen Hyperwettbewerb stehen. Die nervösen Finger der User auf dem bunten Glas steuern ein bisschen mit. Alles, was dem Internet nicht entrinnt, kommt über das gleiche Gerät zu mir: den Bildschirm, den Ohrhörer, den Lautsprecher. Neben dem Gerät war der Internetzugang das entscheidende Element: always on. Der Internetzugang führte einst zum Brunnen, dann führte er zur Giesskanne und zum Sprinkler – und berieselt uns heute mit einem Dauerregen. Seite an Seite stehen Kunst und Kommerz, Audio und Video, Facts und Fiction, Klassiker und Kommentare.

Das ist ein Prozess, der alle und alles zulässt und langfristig auch alle und alles infrage stellt: Bücher und Bibliotheken, Journalismus und Wissenschaft, Konzerte und Kinos, Ausstellungen und Museen.

Zum Glück stehen mitten in unserer Gesellschaft resiliente Institutionen, Kulturformen und Kultur-

techniken. Man sieht Vielfalt und Leidenschaft auf allen Ebenen, digital Neues kombiniert sich mit analog Altem – die bewährten Dinge werden so einigermaßen zusammengehalten, und Neues entsteht.

Aber die Erosionserscheinungen sind unübersehbar. Alle Geschäftsmodelle und Vertriebsstrukturen buhlen um die gleichen Zeiteinheiten derselben Kundinnen und Kunden und um eine Reichweite, die von wenig loyalen Launen, Konsumtechniken und Computerprogrammen abhängt.

Die Reichweite – technisch unbegrenzt aber faktisch beschränkt – ist das Los und manchmal der Fluch der Urheberinnen, Produzierenden und Verwerter. Zahllose Inhalte bleiben im reichweiten- und finanzierungsschwachen Long Tail liegen, dem langen Schwanz der stiefmütterlich abgerufenen Creations. In dieser Umgebung steigt wahrscheinlich der Wert der gesamten Inhalte, doch der Wert des einzelnen Inhalts sinkt. Es gibt mehr Menschen (Zuschauer, Hörerinnen, Lesende), mehr Alphabetismus, mehr Internetzugänge. Aber es gibt auch ungleich mehr Text- und Bildproduzierende, welche die minimale Fertigkeit aufbringen, Fotos oder Texte zu publizieren und zu bearbeiten. Ein zunehmender Nachfragemarkt drückt auf die Preise. Der Flaschenhals sind und bleiben die Aufmerksamkeit und das begrenzte Interesse der Menschen, bei einem bestimmten Inhalt zu verweilen und dafür zu zahlen. Das Internet lohnt sich vor allem für glückliche kleine Nischenanbieterinnen und diversifizierte grosse Produzierende – und nicht zuletzt für die Plattformen und die Vermittler.

Der Wertzerfall der meisten Inhalte beschlägt früher oder später alle Finanzierungsmodelle. Konsumierende zahlen minimal, Werbetreibende drücken auf die Preise, Interessenvertreterinnen foutieren sich um das Gemeinwohl, und die Wohltat von Mäzenen, Sponsorinnen und Staat hängt von der Finanzlage und den Prioritäten ab.

Was leistet das Urheberrecht? Wie verteidigt eine Verwertungsgesellschaft den geschützten Text im ungeschützten Kontext?

Wir von ProLitteris glauben, dass die aktuelle Konfrontation des Copyrights mit generativen KI-Systemen dem Lizenzieren, also dem Erlauben und Vergüten, eine neue Bedeutung verleihen wird. Verwertungsgesellschaften als Chance.

Als Grundlage stellen wir Thesen vor, welche die Rolle des Urheberrechts in der Finanzierung von Texten und Bildern beleuchten. Die Thesen betreffen ökonomische und rechtlich-politische Aspekte. Daraus können Vorschläge zur Entwicklung des Urheberrechts und der Rahmenbedingungen des Text- und Kulturschaffens entstehen.

1 Gesuchte Qualitäten: Vielfalt und Zusammenhalt.

Entscheidend für eine offene und reichhaltige Kultur der öffentlichen Kommunikation sind eine möglichst in Unabhängigkeit entstehende Vielfalt der Äusserungen und ein Zusammenhalt der Menschen im Land, wo Inhalte geschätzt, kritisiert und verbreitet werden. Die Politik muss die öffentlichen Kommunikationsvorgänge als Netz von Freiheiten, Leistungen und Förderungen verstehen.

2 Geschützte Werke tragen Substanz bei, ohne etwas wegzunehmen.

Urheberrecht gibt. Der urheberrechtliche Schutz von Werken und Leistungen umfasst nur die individuelle Äusserung, nicht den geistigen Inhalt (Ideen, Informationen, Stilmittel). Publikationen tragen daher immer etwas bei, das sie nicht beherrschen können. Der Schutz des geistigen Eigentums von Urheberinnen und Verlagen ist verdient, genauso wie der Schutz persönlicher Daten.

3 Das Urheberrecht gibt die Hoheit in die besten Hände.

Creator und Publisher bestimmen über die Qualität Ihrer Werke. Sie sind die richtigen Personen, um über die Qualitäten der Nutzungskanäle zu bestimmen. Verbreiter und Vermittler übernehmen und referenzieren diese Produkte, sollten aber nicht anstelle der Kreativen und Unternehmerinnen bestimmen, ob und wie ein Werk konsumiert, als Rohstoff genutzt oder verändert wird.

4 Das Urheberrecht steht für die Verantwortung der Autorschaft.

Im Urheberrecht ist die Nennung der Quelle üblich und ihre Authentizität selbstverständlich. Das ist eine Tugend der öffentlichen Kommunikation. Bezug zu verantwortlichen Menschen, Bezug zur produzierenden und publizierenden Instanz: Das Prinzip der Autorschaft verbessert Inhalte und Kommunikationsprozesse. Das Urheberrecht gehört zur guten Governance von Kommunikationsprozessen.

5 Das Urheberrecht trägt zur Unabhängigkeit von Inhalten bei.

Jede staatliche Förderung (Medienförderung, Kunstförderung, Filmförderung, staatliche Kulturbetriebe) selektiert bestimmte Inhalte und diskriminiert andere. Ein faires Verfahren mit unabhängigen Instanzen tragen zur Qualität und Legitimität bei. Das Urheberrecht bietet diesen Vorteil an der Quelle, denn es liegt in den privaten Händen einer unbestimmten Menge von Rechteinhabern.

6 Text- und Bild-Profis brauchen eine Chance, ihre Arbeit zu finanzieren.

Das Urheberrecht ist privatrechtlich und inhaltsunabhängig. Es ist keine Umverteilung, keine Subventionierung, kein Service public. Ganz automatisch unterstützt das Urheberrecht dank dem Wettbewerb der Kreation und Publikation die öffentlichen Interessen unserer Gesellschaft. Der Berufsstand der Werkschaffenden und die Vielfalt der Produzierenden sind zu fördern, in allen Werkkategorien.

7 Aggregatoren, Kuratorinnen und KI-Systeme nutzen Rechte.

Das Internet hat die Erwartung «Content is King» enttäuscht, u.a. weil seine Technik (Software, Datensammlungen, Internetprotokoll) die grössten Fortschritte beim Publizieren und Vermitteln der Inhalte machte. Das darf nicht am Urheberrecht vorbei geschehen. Ob ein Dienst kommerziell tätig ist, spielt eine geringe Rolle. Entscheidend ist, dass Werke und Rechte als Ressource verwertet werden.

8 Internetplattformen müssen Rechteinhaber am Erfolg beteiligen.

Lizenzierungspflichten müssen durchsetzbar sein. Das setzt eine Plattformregulierung mit Compliance-Anforderungen und eine zugängliche Justiz voraus – auch international. Genau wie persönliche Daten sind auch geschützte Werke nicht einfach so nutzbar. Als Vergütungsmodell bieten sich die Beteiligung am Ertrag oder Aufwand an, oder es wird eine Pauschale nach Art und Menge gezahlt.

9 Angebote von Werkvermittlerinnen im öffentlichen Interesse.

Das kulturelle Erbe, das physisch in Sammlungen und Gedächtnisinstitutionen vorhanden ist, kann mit einer Lizenz für verwaiste Rechte zugänglich gemacht werden, was sich durch erweiterte Kollektivlizenzen ausdehnen lässt. Auch für weitere Bedürfnisse des harmlosen Nutzens im öffentlichen Interesse sind Lizenzen von Verwertungsgesellschaften möglich, auszuhandeln und einzuführen.

10 Vergütungsansprüche für Sharing und Remix.

Kleinteiliges Weiterleiten und Bearbeiten sind im Internet kaum zu beherrschen. Sowieso müssen sich alle Akteure Kritik, Parodie und Kunst unter Nutzung ihrer Kreationen gefallen lassen, wenn eine Auseinandersetzung damit stattfindet. Auch darüber hinaus soll das individuelle Teilen möglich sein, gegen eine moderate pauschale Vergütung, gezahlt von Plattformen anstelle der privaten User.

11 Einfachheit: Das Urheberrecht ist zu kompliziert und zu wenig verankert.

Das Urheberrechtsgesetz wurde ständig ausdifferenziert und ergänzt, sowohl im Interesse der Rechteinhaberinnen als auch der Nutzer. Vereinfachungen entstanden wenige (Ausnahme: erweiterte Kollektivlizenz). Das hat zu einem komplizierten Regelwerk geführt – im EU-Raum noch schlimmer als in der Schweiz. Eine Vereinfachung der Regeln und Prozeduren ist nötig.

12 Das Urheberrecht ist auch für Texte und Bilder zu stärken.

Das Urheberrecht wurde erfunden, um die Schrift, die zum Druck wurde, vor unautorisierten Vervielfältigungen zu schützen. Später stärkte das Urheberrecht vor allem die anderen Werkkategorien, die in Nöte kamen. Die Rechte an Texten und Bildern wurden relativiert und nur punktuell gestärkt (Fotos). Text und Bild dienen aber nur als Rohmaterial, wenn sie finanziert werden können.