

Stellungnahme von Bertelsmann SE & Co. KGaA zum Referentenentwurf eines Gesetzes zur verbesserten Durchsetzung des Anspruchs der Urheber und ausübenden Künstler auf angemessene Vergütung

Bertelsmann SE & Co. KGaA begrüßt die Möglichkeit einer Stellungnahme zum Referentenentwurf eines Gesetzes zur verbesserten Durchsetzung des Anspruchs der Urheber und ausübenden Künstler auf angemessene Vergütung des Bundesministeriums der Justiz und für Verbraucherschutz (BMJV). Das Gesetzesvorhaben ist für Bertelsmann von enormer Bedeutung und betrifft unsere Geschäfte mit Medieninhalten im Kern.

Bertelsmann ist in der besonderen Situation, nahezu alle Branchen von Verwertern unter einem Dach zu vereinen – vor diesem Hintergrund möchten wir die Gelegenheit nutzen, die für uns zentralen Reformvorschläge aus unserer Sicht zu kommentieren.

Bertelsmann ist ein internationales Medienunternehmen, das mit den Kerngeschäften Fernsehen, Film- und Fernsehproduktionen, Radio, Buch, Zeitschriften, Musikrechte-management, Musikproduktionen, Dienstleistungen und Bildung in rund 50 Ländern der Welt aktiv ist. Bertelsmann steht dabei für Innovation, Kreativität und Unternehmergeist und arbeitet international an neuen digitalen Geschäftsmodellen. Bertelsmann beschäftigt weltweit über 120 000 Mitarbeiter. In Deutschland gehören zu unseren Geschäften mit Medieninhalten die Mediengruppe RTL Deutschland, UFA-Gruppe, RTL Radio Deutschland, Verlagsgruppe Random House, Gruner + Jahr und BMG Rights Management – sie alle sind von den Reformvorschlägen des BMJV betroffen.

I. Grundsätzliche Anmerkungen

Der aktuelle Koalitionsvertrag spricht sich für die Förderung der Kultur- und Kreativwirtschaft insgesamt aus – was wir sehr begrüßen. Das vorliegende Reformvorhaben birgt mit seinem bisherigen Ansatz jedoch das Risiko, die Vielfalt der deutschen Kultur- und Kreativwirtschaft insgesamt nachhaltig zu schwächen. Dem Entwurf scheinen einige Annahmen im Bereich der Kultur- und Kreativwirtschaft zugrunde zu liegen, die wir kritisch sehen und die es daher zu hinterfragen gilt.

Der Entwurf will Kreative stärken und geht generell von einer gestörten Vertragsparität zwischen Kreativen und Verwertern aus, die teilweise zu unangemessen niedrigen Vergütungen bei den Kreativen führen würde. Dieser vermeintlich gestörten Vertragsparität könne durch eine Stärkung der Kreativen begegnet werden. Aus unserer Sicht sind diese Grundannahmen nicht zutreffend und wir möchten die Gelegenheit nutzen, die Rolle des VerwerTERS in der Wertschöpfungskette darzustellen und zu erläutern.

Erstens: Die Kreativ- und Kulturwirtschaft ist nicht homogen – ganz im Gegenteil. Zweitens: In der Wertschöpfungskette sind die Verwerter und die Kreativen zentrale Bestandteile, aber damit alleine ist die konvergente Medienwelt noch nicht umfassend abgebildet. Dies scheint der Entwurf nahezu auszublenden.

Im Einzelnen: Der Entwurf geht nur an wenigen Stellen auf die einzelnen Kreativbranchen mit ihren großen Unterschieden ein – sowohl aus Sicht der Verwerter als auch aus Sicht der Kreativen. Es existieren vielfältige Kreativbranchen an den Märkten, hinter deren Geschäftsmodellen ganz unterschiedliche tatsächliche und marktliche Gegebenheiten und Konstellationen stehen. Die Reformvorschläge verfolgen einen einheitlichen Regelungsansatz, der daher nicht für alle Branchen tragfähig und praktikabel ist – und am Ende auch vielen Kreativen keinen Mehrwert bringen wird und sogar schaden kann. Hinzu kommt, dass in einer konvergenten Medienwelt auch bei diesem Reformvorschlag andere große Player in die Gesamtbetrachtung mit einbezogen werden sollten, jenseits des bilateralen Verhältnisses zwischen Verwertern und Kreativen. Denn vor allem der Einstieg neuer, finanzstarker Player in die Medienmärkte, denen es häufig nicht um die Schaffung kreativer Inhalte geht, sondern primär um kurzfristige Investments, begründen aus unserer Sicht die Gefahr des „the winner takes it all“ – in anderen Worten: Mögliche Profiteure der Reformvorschläge des BMJV wären vor allem große internationale Player, die beim Entstehungsprozess eines kreativen Produktes keinen Beitrag leisten und am Ende Gewinne für sich abschöpfen können. Wir bezweifeln daher, dass der Entwurf das Ziel der Reform – die Kreativen zu stärken – überhaupt erreichen kann.

Grundsätzliches zur Rolle des Verwerter: Verwerter haben in allen Kreativbereichen vieles gemeinsam: Sie sind kreative Entwickler von Inhalten, Produzenten und gestaltende Werkmittler. Sie geben Ideen und Anstöße für kreative Schaffensprozesse, setzen sie um und finanzieren sie. Sie entwickeln, produzieren und veredeln kreative Produkte und vermarkten und vertreiben sie. Dies alles umfasst für uns den Begriff des Verwerter. Verwerter entdecken oder engagieren Autoren, Produzenten, Schauspieler, Musiker und Journalisten – um nur einige zu nennen. Ohne die Förderung und die Finanzierung durch Verwerter ist es gerade jungen, noch unbekannten Künstlern auch in Zeiten des Internets kaum möglich, ihre Werke vorzustellen und erfolgreich zu vermarkten. Die Aufgaben der Verwerter und das Zusammenspiel mit den Kreativen sind bei genauerem Hinsehen in allen Bereichen – etwa TV-Sender, Film- und TV-Produktionen, Radio, Buch, Zeitungen/ Zeitschriften oder Musik – höchst unterschiedlich und vielfältig. Es bedarf daher jeweils einer genauen Einzelbetrachtung.

Grundsätzliches zum Verhältnis zwischen Verwertern und Kreativen: Zwischen Kreativen und Verwertern besteht regelmäßig ein symbiotisches Verhältnis – beide brauchen einander, beide profitieren voneinander. Verwerter und Kreative sind Partner im Schaffensprozess und verfolgen ein gemeinsames Ziel – innovativ zu sein, kreative Inhalte zu produzieren, zum Konsumenten zu bringen und ihnen damit zum Erfolg zu verhelfen. Dieses Verhältnis ist in den Vertragsbeziehungen abgebildet. Die Kultur- und Kreativwirtschaft ist geprägt vom Prinzip der Mischkalkulationen. In der Öffentlichkeit ist häufig nicht bekannt, dass auf ein bis zwei wirtschaftliche Erfolge z.B. in der Buch- und in der Musikbranche im Schnitt acht bis neun Misserfolge kommen. Die Misserfolgs-Quote ist von keinem gewünscht, aber unvermeidbar. Die Geschäftsmodelle basieren deshalb darauf, dass Misserfolge durch Erfolge querfinanziert werden müssen. Mischkalkulationen tragen zur kreativen Vielfalt bei, da viele Projekte ohne Finanzierung durch sichere Erfolgsprojekte nicht realisierbar wären. Auf diese Mischkalkulationen lassen sich Verwerter und Kreative gleichermaßen ein. Die Verwerter gehen für den Erfolg eines Produkts in das alleinige finanzielle Risiko. Um erfolgreich zu agieren, gilt grundsätzlich – und nicht nur in der Kultur- und Kreativwirtschaft –, dass Risiko und Gewinn proportional zueinander stehen müssen. Daher spiegelt sich die Risikoverteilung bei einer Produktion im Vergütungsmodell der Beteiligten wider, d.h. wer bereit ist, das Risiko zu tragen, partizipiert auch stärker am Erfolg – und umgekehrt. Die Forderung nach gleichzeitiger maximaler Sicherheit und maximalem Gewinn bei einem Erfolg entspricht nicht der wirtschaftlichen Realität. Daher wird regelmäßig eine Risikoverteilung zwischen Verwertern und Kreativen vorgenommen. Nach unseren Erkenntnissen ziehen die Kreativen oft eine Vergütung mit kalkulierbarem Risiko gegenüber einer höheren Vergütung mit vollem Risiko vor. So kann z. B. ein angemessenes Buy-Out-Honorar für die Kreativen von erheblichem Vorteil sein und ist von ihnen auch oft gewollt und gefordert. Denn die Vergütung und damit die eigene wirtschaftliche Situation der Kreativen knüpfen nicht an den Erfolg oder Misserfolg der Produktion ihrer Werke an.

Der Entwurf hemmt aus unserer Sicht die Investitions- und Risikobereitschaft der Verwerter erheblich – die entlang der Wertschöpfungskette alleine und vollständig das Investitionsrisiko tragen. Sie zu schwächen, führt nicht zu einer Stärkung der Kreativen. Ganz im Gegenteil – die gesamte Kreativwirtschaft würde geschwächt mit negativen Auswirkungen auf die kulturelle Vielfalt in Deutschland. Vor diesem Hintergrund sollten an dem bestehenden Rechtsrahmen im Urhebervertragsrecht Anpassungen mit Augenmaß vorgenommen werden, die für Verwerter und Kreative gleichermaßen tragbar erscheinen und der sich wandelnden Mediennutzung mit dem damit verbundenen neuen Wettbewerbsverhältnis klassischer Medien zu neuen Playern Rechnung trägt. Der jetzige Entwurf ist nach unserer Einschätzung geeignet, kleinere Verwerter mittel- und langfristig zugunsten kapitalstarker – auch und gerade branchenfremder – Unternehmen vom Markt zu verdrängen, was im Ergebnis auch der beabsichtigten Stärkung der Kreativen zuwiderläuft.

Bertelsmann hätte es insgesamt begrüßt, wenn im Vorfeld der gesetzgeberischen Handlungen aussagekräftige Zahlen und Fakten erhoben worden wären. Denn eine empirische Untersuchung zu den grundlegenden Annahmen des BMJV fehlt. Der Entwurf verweist auf kein umfassendes und nachvollziehbares Zahlenmaterial, das über alle Branchen der Kultur- und Kreativwirtschaft hinweg die lediglich pauschal unterstellte Annahme einer gestörten Vertragsparität und einer unangemessenen niedrigen Vergütung der Kreativen belegt. Dies bedauern wir sehr – vor allem, weil das BMJV gerade auf Basis dieser Annahmen Reformvorschläge unterbreitet hat, die tiefgreifende Veränderungen für die Kultur- und Kreativwirtschaft und den Medienstandort Deutschland nach sich ziehen würden. Der Entwurf lässt darüber hinaus befürchten, dass die geplanten Bestimmungen aufgrund systematischer Unstimmigkeiten und ungenauer Formulierungen zu erheblicher Rechtsunsicherheit und zusätzlicher Beeinträchtigung der gesamten Kultur- und Kreativwirtschaft führen würde. Jahrelange gerichtliche Auseinandersetzungen über die Auslegung der Vorschriften und damit erhöhte Kosten für die Rechtsberatung in allen Kreativbranchen sind vorprogrammiert.

II. Zu den einzelnen Regelungsvorschlägen

Der Entwurf verfolgt den Ansatz, die Verwerter in den Abschluss gemeinsamer Vergütungsregeln mit den Kreativen zu drängen – und damit die Kreativen in ihrer Verhandlungssituation zu stärken.

Aus unserer Sicht, wird dieser Ansatz sein Ziel verfehlen – schon alleine aus dem Grund, dass beide Seiten (Verwerter und Kreative) in den jeweiligen Branchen keine Repräsentanten haben, die ihre Interessen umfassend abbilden und die für die jeweilige Branche allgemeingültige Vergütungsregeln erzielen können, die auch von allen Kreativen gewollt sind. Die Vertretung der Kreativen ist – sofern jeweils überhaupt gegeben – je Gewerk in Teilen stark fragmentiert und es bestehen unterschiedliche Interessen auch zwischen den verschiedenen Gruppen der Kreativen über eine angemessene Vergütung/Beteiligung im Binnenverhältnis zueinander. Dies über Bereichsausnahmen zu korrigieren wird schwer möglich sein.

Es drängt sich die Frage auf, warum der Gesetzgeber nicht dem Prinzip der Vertragsfreiheit weiterhin Vertrauen schenkt, das sich über Jahrzehnte insgesamt bewährt hat, um damit den Besonderheiten der einzelnen Branchen gerecht zu werden. Darüber hinaus sehen wir auch verfassungsrechtliche und kartellrechtliche Bedenken bezüglich gemeinsamer Vergütungsregeln, die derzeit von Prof. Christoph Möllers (Humboldt-Universität zu Berlin; Verfassungsrecht) und Prof. Stefan Thomas (Eberhard Karls Universität Tübingen; Kartellrecht) begutachtet werden.

Wir möchten uns bei unseren Ausführungen auf die drei Regelungsvorschläge aus dem Referentenentwurf beschränken, die unsere Geschäfte mit Medieninhalten im Kern betreffen:

1. Das Rückrufsrecht nach fünf Jahren (§ 40a UrhG-E), 2. die Mehrfachvergütung bei Mehrfachnutzung (§ 32 Abs.2 UrhG-E) und 3. der Auskunftsanspruch (§ 32d UrhG-E). Die einzelnen Regelungskomplexe möchten wir beispielhaft aus Sicht unserer Unternehmensbereiche und Firmen kritisch beleuchten, für die sie von zentraler Bedeutung sind. Daraus ergeben sich für uns auch Fragen an die Verfasser des Entwurfs.

Die Problematik des Rückrufsrechts stellen wir exemplarisch dar anhand der Verlagsgruppe Random House und der UFA-Gruppe – und es sei angemerkt, dass auch die Musik(verlags)-Branche davon negativ betroffen wäre. Die Mehrfachvergütung bei Mehrfachnutzung erläutern wir exemplarisch anhand der Mediengruppe RTL Deutschland und den Auskunftsanspruch am Beispiel der Mediengruppe RTL Deutschland, der UFA-Gruppe und Gruner + Jahr.

1. Rückrufsrecht (§ 40a UrhG-E)

Nach dem Entwurf sollen Urheber nach fünf Jahren ihre Rechte gegenüber dem Verwerter zurückrufen können, wenn ein Angebot eines Dritten vorgelegt wird. In diesem Fall hat der bisherige Verwerter eine Art „Vorkaufsrecht“ das Werk zu den Bedingungen des Konkurrenten weiter zu nutzen. Andernfalls verliert er das Werk des Urhebers an den Dritten. Explizit ausgenommen sind Film/audiovisuelle Werke – jedoch erst ab Drehbeginn.

Das geplante Rückrufsrecht des Urhebers gegenüber Buchverlagen nach fünf Jahren wird aus unserer Sicht die weltweit einzigartige deutsche Verlagslandschaft nachhaltig beschädigen.

Grundsätzliches zur Buchverlagsbranche: Autoren und Übersetzer werden als wichtigste Kreative im Buchverlagsbereich schon seit vielen Jahren durch Absatzbeteiligungen vergütet und durch sogenannten Garantie-Vorschüsse (also ohne die Pflicht der Rückzahlung an den Verlag, wenn sich das Buch finanziell nicht trägt). Bislang werden viele Rechtseinräumungen vom Autor an die Verlage für die Dauer des gesetzlichen Urheberrechts – selbst bei absoluten Bestsellerautoren – zumindest für einen Zeitraum von acht bis zehn Jahren geschlossen. Dies gibt Verlagen die Möglichkeit, nachhaltig zu wirtschaften, Autoren sorgsam aufzubauen und sich über eine gepflegte Backlist ein unverwechselbares Verlagsprofil zu geben. Titel, die nicht oder nicht mehr ausreichend veröffentlicht werden, können schon bisher (§ 41 UrhG) vom Autor zurückgerufen und anderweitig verwertet werden.

Nach dem vorgeschlagenen Rückrufsrecht könnte jeder Autor faktisch meist bereits vier Jahre nach der Veröffentlichung den Verlag wechseln. Der Entwurf spricht zwar von einem

Fünfjahreszeitraum, in dem der Rückruf ausgeschlossen ist. Dieser beginnt aber bereits mit dem Vertragsschluss bzw. mit der Textablieferung. In der Praxis wird dem Verlag vom Autor aber kein sofort druckfertiger Text ausgehändigt. Zwischen Vertragsschluss bzw.

Textablieferung (je nachdem was später ist) als Anknüpfungspunkt für den Beginn des Fünfjahreszeitraums und dem für den Beginn der Vermarktungsmöglichkeiten allein entscheidenden Zeitpunkt der Veröffentlichung des Buches, liegt noch eine ganz wesentliche Aufgabe des Verlages, um dem Werk zum Erfolg zu verhelfen: das Lektorat und/oder die Übersetzung des abgelieferten Textes. Findet sich nach ca. vier Jahren ein Verlag, der mit dem wechselwilligen Autor einen Alternativ-Vertrag zu Bedingungen schließt, die der ursprüngliche Verlag nicht übernehmen will oder kann, verliert er den Autor.

Bücher, deren Rentabilität bisher auf die Dauer des gesetzlichen Urheberrechts kalkuliert wurde, müssen sich zukünftig schon nach vier Jahren eingespült haben. Danach droht der Verlust des Autors, oder es drohen Mehraufwendungen für den Verlag in Form zusätzlicher nicht rückzahlbarer Garantie-Vorschüsse neben den angemessenen Absatzbeteiligungen, die Verlage bereits ohnehin zahlen. Für die Verlage bedeutet dies ein unkalkulierbar wirtschaftliches Risiko.

Aus unserer Sicht lässt der Entwurf im konkreten Fall für die Buchverlagsbranche viele Fragen offen, die zu erheblicher Rechtsunsicherheit führen würden – etwa folgende: Wie wirkt sich der Rückruf der Autorenrechte auf die Übersetzungsrechte aus? Wenn Rechte zurückgegeben werden, wird dies nur die Ursprungsfassung der Autorentexte betreffen? Was passiert mit dem Lektorat – vor allem wenn die Lektoratsleistungen die Qualität einer Miturheberschaft haben? Was passiert mit dem Buch-Titel, wenn dieser – wie meist – der Verlag entwickelt hat und diesen auch geschützt hat? Bleibt dieser dann beim Verlag und muss der neue Verlag sich dann einen neuen Titel suchen?

All dies führt aus unserer Sicht zu folgenden Entwicklungen in der Buchverlagsbranche:

- Die Tendenz zu Bestsellerautoren wird gefördert, insbesondere solchen, die schon im Ausland ihre „Marktgängigkeit“ bewiesen haben. Auf diese ist das deutsche Urheberrecht schon nicht anwendbar – also auch die geplante Rückrufregelung nicht (§ 121 UrhG). Insofern stellen die Reformvorschläge eine vermutlich nicht beabsichtigte Förderung von ausländischen Blockbuster-Autoren dar.
- Für junge deutsche Autoren, für den sorgsamen Aufbau und die Pflege einer deutschen Literaturszene, für eher abseitige, nicht unmittelbar bestsellerträchtige Themen, wird es hingegen immer weniger Programmplätze geben.
- Eine vermehrte Konkurrenz wird gefördert zwischen deutschen Verlagen um die wenigen erfolgsversprechenden Titel.

- Das Aufsplitten der bisher meist einheitlich von einem Verlag betriebenen verschiedensten Verwertungsformen wird gefördert. Mögliche Profiteure sind Literaturagenten und Juristen. Wenn zukünftig Hardcover-, Taschenbuch-, E-Book-, Hörbuch-, Verfilmungs-, Merchandising-Verwertung in jeweils unterschiedlichen Händen liegen, benötigt ein Autor wohl jemanden, der diese Verwertung für ihn bestmöglich koordiniert. Zur eigentlichen Autorentätigkeit wird der Autor immer weniger kommen.
- Die Vergabe von Merchandisingverträgen durch Verlage wird erschwert bis unmöglich gemacht – denn das Merchandisingpotential eines „ursprünglichen Buchcharakters“ zeichnet sich oft erst nach mehreren Jahren ab.
- Große internationale Player werden voraussichtlich zu den Profiteuren des Rückrufsrechts gehören – die nach fünf Jahren Erfolge am Markt abschöpfen können. Sie haben bislang (vor allem in Form des Selfpublishing) Bücher veröffentlicht, bei denen zur Vermeidung von Kosten bewusst keine gezielte Autorenauswahl und keine inhaltliche Veredelung durch das Lektorat durchgeführt werden. Zukünftig können diese Unternehmen weiterhin unter Verzicht auf Kostenfaktoren (wie Autorenauswahl und –pflege) an die sich als gutverkäuflich herausstellenden Autoren herantreten und ihnen ein Angebot machen, das wegen unterschiedlicher Kostenstrukturen und wegen Ausschluss von Misserfolgen besser als das der „echten“ Verlagskonkurrenz sein dürfte.
- Die Schwächung der Verlage führt aber nicht zur Stärkung der Autoren – ganz im Gegenteil. Die Risikoverteilung zwischen Autor und Verlag wird eine Anpassung erfahren müssen. Mögliche Szenarien sind eine deutliche Ermäßigung der Vorschüsse von Verlagen an Autoren – die heute auf eine längere Vertragslaufzeit ausgerichtet sind. Gegebenenfalls werden die Vorschüsse in Zukunft auch auf die Absatzbeteiligung angerechnet – im Gegensatz zur heutigen Praxis, wo Garantie-Vorschüsse gezahlt werden, die nicht-rückzahlbar sind und in jedem Fall beim Autor verbleiben.

Trotz der geplanten Bereichsausnahme für die Filmbranche, ist das geplante Rückrufsrecht auch für diese Branche sehr problematisch. Das Rückrufsrecht wird erfolgreiche audiovisuelle Produktion in Deutschland nachhaltig gefährden – und damit den Standort Deutschland für Filmproduktionen schwächen.

Grundsätzlich soll der Rückruf von Rechten bei filmischer Verwertung keine Anwendung finden (§ 90 S.1 UrhG-E). Der Rückruf ist aber im Filmbereich eingeschränkt, denn der Autor eines Werkes (z.B. Roman) kann innerhalb des Fünfjahreszeitraums bis zum Beginn der Dreharbeiten die Verfilmungsrechte zurückrufen, die beim Produzenten liegen, wenn ein Dritter sich zur Nutzung verpflichtet (§ 90 S.2 UrhG).

Auch für die Film- und TV-Produktionsbranche lässt der Entwurf hier viele Fragen offen – etwa folgende: Warum soll angesichts der nachfolgend aufgezeigten Folgen der

Rückrufregelung für die Filmbranche eine Rückausnahme des § 90 S. 2 UrhG aufrechterhalten werden? Warum soll entgegen geltender BGH-Rechtsprechung das Prinzip des Erlöschens von Sublizenzen eingeführt werden? Genügt für die Ausübung des Vorkaufsrechts bereits eine einseitige Erklärung dieses Dritten oder ist eine vertragliche Vereinbarung erforderlich? Ab welchem Zeitpunkt beginnt die Rückruffrist zu laufen (ggf. bereits ab Optionsvertragsschluss)?

All dies führt aus unserer Sicht zu folgenden Entwicklungen in der Filmbranche:

- Es ist kaum möglich, insbesondere komplexe Filmwerke binnen fünf Jahren seit dem ursprünglichen Erwerb der Verfilmungsrechte (z.B. an einem Roman) zu einem Drehstart zu bringen, da der Filmproduzent die gesamte Entwicklung, Finanzierung und Pre-Production in dieser Frist zuverlässig realisieren muss. Erschwerend kommt hinzu, dass die Frist im Falle eines ursprünglichen Rechteerwerbs durch einen Verlag, von dem der Produzent die Rechte erwirbt, bereits weit vor ersten Verfilmungsüberlegungen beginnt.
- Ein Rückruf des Verfilmungsrechts führt (auch bei von einem Verlag erworbenen Verfilmungsrechten infolge des Erlöschens der Sublizenzen des Produzenten) dazu, dass die gesamte Produktion nicht realisiert werden kann und gefährdet damit sämtliche bisher getätigten Investitionen in das Projekt – denn das Verfilmungsrecht ist die wesentliche Basis für ein solches Filmprojekt.
- Aufgrund dieser zentralen Rolle des Verfilmungsrechts kann sich ein Produzent auch nicht auf einen eventuellen Rückruf einstellen. Die mit dem Rückruf verbundene Möglichkeit des Vorkaufsrechts hilft dem Produzenten auch nicht immer, sondern nur dann, wenn er in der Lage ist, das im Zweifel höhere Angebot des Dritten anzubieten. Bei den heutigen engen Budgets und Finanzierungsplänen wird dies allen Anstrengungen zum Trotz oft nicht möglich sein. Infolge des pauschalen Verweises auf die schuldrechtlichen Vorkaufsregelungen sind zudem erhebliche Unsicherheiten in der Rechtsanwendung vorprogrammiert.
- Für den Autor werden die Vergabe von Options- und Verfilmungsrechten seines Werkes erschwert bzw. unmöglich gemacht. Die Planung und Finanzierung von Verfilmungsvorhaben ist oft erst nach mehreren Jahren nach Vertragsschluss über die Verfilmungsrechte geklärt. Filmproduzenten, die Interesse an dem Stoff haben, müssen künftig befürchten, dass der Verfilmungsvertrag vorzeitig enden kann und werden daher kaum noch Förderer/Geldgeber für ihre Projekte finden und auf entsprechende Verfilmungsrechteerwerbe somit vielfach verzichten müssen.
- Das unüberschaubare Risiko beim Rechteerwerb führt beim Filmproduzenten zu einem deutlichen Rückgang des Verfilmungsrechteerwerbs und weniger Investitionsbereitschaft in Produktionen. Nicht zuletzt wäre damit auch die kreative Vielfalt der

Produktionslandschaft in Deutschland und die Wettbewerbsfähigkeit der deutschen Produktionsbranche auch auf internationaler Ebene beeinträchtigt.

- Es kommt infolge des zu erwartenden Rückgangs von Produktionen zu entsprechend geringeren Auftrags-, Vergütungs- und Erlöschancen für die Kreativen (Urheber und ausübende Künstler), da Rechteverträge deutlich unsicherer und nicht mehr zuverlässig kalkulierbar wären.
- Die Erlössituation aller Beteiligten würde zusätzlich dadurch geschwächt, dass werthaltige Nebenrechte, die nicht von der Bereichsausnahme erfasst sind (z.B. Merchandisingrechte oder Druckrechte für ein Buch zum Film), nach fünf Jahren uneingeschränkt – auch bei bereits laufender Auswertung – zurückgerufen werden könnten.

2. Mehrfachvergütung (§ 32 Abs.2 UrhG-E)

Jede (mehrfache) Nutzung der kreativen Leistung/des Werkes durch den Verwerter, soll dem Kreativen in der Regel auch mehrfach vergütet werden.

Die Mehrfachvergütung würde sowohl im Fernseh- als auch im Filmbereich zu erheblichen finanziellen Mehrbelastungen führen – aber nicht zu einer höheren Vergütung der Kreativen. Wir nehmen hier Bezug auf die Ausführungen der Stellungnahme unserer Tochter Mediengruppe RTL Deutschland (Zitat):

Um die Position der Mediengruppe zum Vorschlag der Mehrfachvergütung besser verständlich zu machen, erlauben wir uns, im Folgenden zunächst die Investitionsabläufe der Fernsehbranche näher zu erläutern und das Zusammenspiel von Kreativen und Verwertern zu beschreiben:

• Programmbezugsquellen und ihre finanziellen Auswirkungen:

Fernsehsender wie die der Mediengruppe können entweder Lizenzmaterial einkaufen (z.B. US Serien) oder Programm selber herstellen (Eigenproduktionen, z.B. News und Magazine) bzw. herstellen lassen (Auftragsproduktionen, z.B. Fernsehfilme oder Serien). Pauschal lässt sich sagen, dass Auftragsproduktionen deutlich teurer sind als Lizenzmaterial. Die Investitionsbereitschaft von Sendern in Auftragsproduktionen begründet sich daher nicht primär in einer ökonomischen Erwartungshaltung, sondern darin, dass das Programmportfolio eines Senders dadurch vervollständigt wird. Zudem schafft der Sender Alleinstellungsmerkmale, durch welche er auf dem Fernsehmarkt konkurrenzfähig ist und bleibt, indem er nicht nur über „Programmware“ verfügt, die der Zuschauer auch auf diversen Video-on-Demand-Plattformen findet. Dennoch sind Investitionen in Auftragsproduktionen nur möglich und wirtschaftlich vertretbar, solange Auftragsproduktionen als solche in ihrer Gesamtschau refinanzierbar sind. Dies ist nach

dem gültigen Urheberrechtsgesetz angesichts der unter 2.) erläuterten Mechanismen der Quersubventionierung der Fall.

- **Investitionsrisiko und erforderliche Quersubventionen:**

Ein Fernsehsender wie z.B. RTL Television entwickelt jährlich eine Vielzahl von Projekten: Der Prozess startet mit einem Konzept, welches mit einem Exposé und einem sog. Treatment (Handlungsentwurf mit Inhalt, Schauplätzen und den wichtigsten Protagonisten) weiterentwickelt wird und schließlich in der Beauftragung eines Drehbuchs mündet. Von den beauftragten und geschriebenen Drehbüchern wird letztlich nur eine sehr geringe Anzahl verfilmt, da sich nur die wenigsten als erfolgsversprechend herausstellen. Drehbuchautoren erhalten ihre Gage unabhängig davon, ob das geschriebene Drehbuch tatsächlich verfilmt wird und sie erhalten im Falle einer Verfilmung eine weitere Gage unabhängig davon, ob die Produktion jemals ausgestrahlt wird. Urheber und Leistungsschutzberechtigte erhalten ihre Gage also unabhängig von der Verwertbarkeit des Werkes; der Fernsehsender trägt in allen Fällen das gesamte Investitionsrisiko. Reichweitenstarke Vollprogramme wie RTL investieren Entwicklungsbudgets für fiktionale Auftragsproduktionen, von denen über eine Zeitspanne von z.B. zehn Jahren zweistellige Millionenbeträge nicht refinanzierbar bleiben, da die jeweiligen Projektentwicklungen am Ende nicht realisiert werden konnten (d.h. weder verfilmt noch ausgestrahlt). Dies ist nicht unüblich in der Produktionsbranche oder gar eine deutsche Besonderheit – auch bei den großen US Studios ist die Quote der tatsächlich realisierten Produktionen nicht größer. Ursache hierfür ist letztlich ein werkimmanentes Risiko, welches die Sender aber gerne bereit sind zu tragen. Dafür, dass eine Serie wirklich „funktioniert“, müssen sehr viele Faktoren zusammenkommen und ob aus einem vielversprechenden Drehbuch auch tatsächlich eine gute Serie bzw. ein guter Film wird, lässt sich tatsächlich erst am Schluss erkennen. Um ein konkretes Beispiel zum einseitigen Investitionsrisiko zu nennen: RTL Television hat in den letzten zehn Jahren über 50 fiktionale Serienpiloten bei diversen Produzenten in Auftrag gegeben. Über die Hälfte davon kamen nie zur Ausstrahlung. Weniger als ein Drittel der beauftragten Piloten wurde danach als Serie produziert und ausgestrahlt. In weniger als 10% der Fälle wurde eine Serie vom Publikum derart gut angenommen, dass drei Staffeln der Serie produziert und ausgestrahlt wurden. Zu mehr als drei Staffeln hat es nur eine einzige Serie geschafft („Alarm für Cobra 11“).

Das Beispiel zeigt, dass es RTL Television in den letzten zehn Jahren bei mehr als der Hälfte aller beauftragten Serien-Produktionen mangels Ausstrahlung zu keiner unmittelbaren Refinanzierungsmöglichkeit der getätigten Investitionen kam. Diese Art der Programminvestitionen ist allein durch eine Quersubvention möglich; nur mit besonders erlösträchtigen Auftragsproduktionen lässt sich der nicht-refinanzierbare andere Teil kompensieren.

- **Die negativen Folgen von Mehrfachvergütungen:**

Selbst erfolgreiche Auftragsproduktionen sind nicht bereits mit der ersten TV-Ausstrahlung, sondern erst und nur dann erlösträchtig, wenn eine umfangreiche Verwertung möglich ist: Erst nach mehrfacher Ausstrahlung im linearen Fernsehen, durch das Anbieten im non-linearen Online-Bereich und ggf. Mobil-Bereich, durch den Vertrieb, d.h. die Lizenzierung an andere Sender und in andere Länder refinanzieren sich die Kosten einer Produktion. Erst dadurch lassen sich Erlöse generieren, die hoch genug sind, die erfolglosen Investitionen in andere Auftragsproduktionen quer zu subventionieren. Die im Referentenentwurf vorgeschlagene Mehrfachvergütung sieht für mehrfache Nutzungen desselben Werkes jeweils eine gesonderte Vergütung vor (§ 32 Abs. 2 UrhG-E). Die Anwendung dieser Regelung würde für Fernsehsender bedeuten, dass der Erwerb weiterer Ausstrahlungen und zusätzlicher Verwertungen bei Auftragsproduktionen nicht wie bisher durch eine angemessene Einmalzahlung (Total Buy-Out) abgegolten werden könnte, sondern dass dadurch zusätzliche Kosten anfallen würden, die eine Refinanzierung unmöglich machen. Der finanzielle Mehraufwand einer Mehrfachvergütung für den Erwerb jeder einzelnen Rechteart und für jede einzelne Mehrfachnutzung würde den Mechanismus der Refinanzierung von Auftragsproduktionen bei Fernsehsendern aus dem Gleichgewicht bringen. Fernsehsender müssten Teile des Investitionsrisikos auf die Produzenten/Kreativen verlagern. Zugleich sähen sie sich gezwungen, weniger Rechte zu erwerben als bisher und zum Zwecke der Einsparung jedes einzelne Recht geringer zu vergüten als bisher im Wege der Total Buy-Outs. Die Folge wäre ferner ein Rückgang der Investitionsbereitschaft in Auftragsproduktionen. Dies wiederum könnte die Fernsehsender dazu zwingen, mehr in (z.B. amerikanisches) Lizenzmaterial zu investieren. Entsprechende Bestrebungen existieren derzeit eigentlich gerade nicht, da der Markt für audiovisuelle Inhalte sich im Wandel befindet: Streaming-Dienste wie z.B. Netflix oder Amazon Prime schalten sich in der Verwertungskette vor das Free TV. Dies hat jedenfalls perspektivisch zur Folge, dass Lizenzmaterial im Free TV schlechter zu verwerten sein wird. Dieser Umstand motiviert die Fernsehsender dazu, diese Entwicklung durch einen Zuwachs an Auftragsproduktionen kompensieren. Die Vielzahl aktuell ausgestrahlter und in der Entstehung befindlicher deutscher Produktionen, insbesondere bei RTL und VOX, zeigt, dass die Sender die Zeichen der Zeit durchaus erkannt haben. Diese Entwicklung, wieder verstärkt auf Eigen- und Auftragsproduktionen zu setzen, würde jedoch durch die vorgesehene Mehrfachvergütungsregel gehemmt, ist also momentan das denkbar schlechteste Signal für die deutsche Sender- und Produktionslandschaft.

3. Auskunftsanspruch (§ 32d UrhG-E)

Der Entwurf sieht vor, dass Kreative mindestens eine jährliche Abrechnung gegenüber dem Verwerter durchsetzen können, in welchem Umfang die kreativen Leistungen verwertet wurden.

Der pauschale Anspruch der Transparenz schießt aus unserer Sicht in der vorgeschlagenen Form weit über das Ziel hinaus und führt zu erheblichen finanziellen Belastungen. Er mündet in einem bürokratischen Überbau bei den Verwertern. Dieser wird durch Einsparungen kompensiert – auch zu Lasten der Kreativen. Der Anspruch ist vor allem für die Kreativbranchen eine besondere Belastung, in der an der Entstehung der Produkte regelmäßig eine große Vielzahl von Kreativen beteiligt sind – also im Bereich der Sendeunternehmen, der Film-, Fernseh- und Online-Produktion und bei Zeitungs- und Zeitschriftenverlagen, sowie bei umfangreicheren Musikproduktionen.

Der Abwicklungsaufwand, der durch die umfassenden Informations- und Belegpflichten gegenüber allen Kreativen entsteht, ist administrativ extrem aufwendig und mit erheblichen Kosten verbunden. Dies lässt sich am Beispiel einer Filmproduktion gut veranschaulichen: Die Auskunftspflichten würden dazu führen, dass ein Filmproduzent einer Vielzahl von Kreativen gegenüber verpflichtet wäre. Beispiel Kinoproduktion: mitunter ca. 40 Personen und mehr (ohne Komparserie) – davon zehn Urheber von Originalstoff, Drehbuch, Drehbuchbearbeiter, Regisseur, Kameramann, Filmeditor, Szenenbild sowie 30 Schauspieler; hinzu kämen u.a. noch sämtliche Filmmusiker und Schauspieler kleinerer Rollen. Zeitlich erstreckt sich der Anspruch wohl über den Zeitraum des gesamten Urheberrechtsschutzes hinweg und wohl auch, wenn lediglich Nullmeldungen vorliegen und gar keine Zusatzvergütungen zu erwarten sind. Der Entwurf sieht vor, dass der Auskunftsanspruch mindestens einmal im Jahr geltend gemacht werden kann. Unklar bleibt, über welche Informationen im Detail Auskunft gegeben werden soll. Angesichts der rund 50 Produktionen, die jährlich allein bei der UFA FICTION (ein Unternehmen der UFA-Gruppe) produziert werden und entsprechend administriert werden müssten, liegt hier ein nicht unkalkulierbarer Kostenfaktor vor, der in keinem Verhältnis zum Nutzen für die Kreativen oder den Produzenten steht. Bei seriellen Produktionen wie z.B. Daily Soaps, die von UFA SERIAL DRAMA (ein Unternehmen der UFA-Gruppe) produziert werden, wären die Folgen des Auskunftsanspruchs noch schwerwiegender – allein schon aufgrund der stetig anwachsenden Menge an auswertungsrelevantem Inhalt und der Vielzahl von beteiligten Kreativen.

Die Mediengruppe RTL Deutschland, hat eine Kostensimulation für den Mehraufwand der erforderlichen Verwaltung durchgeführt: Die Mediengruppe hätte in Summe Einmalkosten in Höhe von bis zu 3,5 Mio. EUR und jährliche Zusatzkosten in Höhe von 630.000.- EUR. Es müssten mindestens sieben Ganztagskräfte eingestellt werden. Selbst wenn große Unternehmen wie die Mediengruppe RTL Deutschland die Implementierung durch Einsparungen bewältigen könnten, wären kleine Sender und Produzenten mit den Anforderungen finanziell und logistisch überfordert.

Auch für Gruner + Jahr würde der Auskunftsanspruch zu einem erheblichen finanziellen Mehraufwand führen, wegen der Vielzahl der Redaktionen und wegen der Vielzahl der Urheber (z.B. Textautoren, Fotografen, Illustratoren), die an einem Heft beteiligt sind.

Zudem lässt der Auskunftsanspruch viele Fragen offen – exemplarisch möchten wir an dieser Stelle einige stellen: Die Mediengruppe RTL Deutschland fragt sich, ob sämtliche Werknutzer Anspruchsgegner sein sollen? Die UFA-Gruppe fragt sich, wie weit der Auskunftsanspruch der Kreativen geht: auf Erlöse, auf sämtliche Auswertungen, Runs, Werbeschaltungen, Ausschnitt- und Einzelbild- Nutzungen, evtl. sogar Zuschauerzahlen und Einschaltquoten und Nullmeldungen? Gruner + Jahr stellt die Frage, ob bei den digitalen Produkten jedes Jahr Auskunft darüber erteilt werden muss, dass sich ein konkreter Artikel z.B. immer noch auf stern.de befindet?

III. Schlußbemerkung

Wir sind aus den genannten Gründen der Ansicht, dass über alle Branchen hinweg, der Entwurf im Ergebnis sein erklärtes Ziel – die Kreativen zu stärken – nicht erreichen wird. Mit negativen Konsequenzen für die gesamte Kreativwirtschaft – und die kulturelle Vielfalt in Deutschland.

Gerne stehen wir für einen vertiefenden Austausch über die vielseitige Rolle des VerwerTERS und seine Rolle in der Wertschöpfungskette zur Verfügung.

Berlin, den 23.12.2015