

Stellungnahme zum Referentenentwurf des Bundesministeriums der Justiz und für Verbraucherschutz

„Entwurf eines Gesetzes zur verbesserten Durchsetzung des Anspruchs der Urheber und ausübenden Künstler auf angemessene Vergütung“

Zusammenfassung:

- Der Entwurf ist dem Grunde nach zu begrüßen. Es sollten jedoch verschiedene Korrekturen vorgenommen werden, um unbeabsichtigte negative Konsequenzen für Urheber zu vermeiden.
- Die in § 32 Abs. 2. UrhG vorgesehene gesonderte Vergütung für mehrfache Nutzungen entspricht nicht den bei der Verwertung von Bildern allgemein üblichen und notwendigen Lizenzmodellen. Diese Regelung würde in der gesamten Branche jahrelange Rechtsunsicherheit nach sich ziehen.
- Die Einführung des Auskunftsanspruchs in § 32d ist ausdrücklich zu begrüßen. Die Verwendung des Begriffs „Werknutzer“ in diesem Zusammenhang ist jedoch zu weit gefasst. Bei der über Bildagenturen vermittelten Nutzung von Bildern würde dies zu einem unangebrachten direkten Auskunftsanspruch des Urhebers gegen den Endnutzer der Bilder führen.
- Das in § 40a Abs. 5 Satz 2 für den Fall des Rückrufs vorgesehene Erlöschen von Unterlizenzen ist bei der Verwertung von Bildern über Bildagenturen typischerweise nicht akzeptabel und würde daher zu Umsatzeinbußen für Fotografen führen.

Über Getty Images

Getty Images ist einer der führenden Produzenten und Anbieter preisgekrönter Bilder und Videos sowie sonstiger digitaler Medien. Über unsere Websites www.gettyimages.de und www.istock.de sind über 200 Millionen Inhalte erhältlich. Weltweit verfügt Getty Images über mehr als 20 Niederlassungen und 1.800 Angestellte sowie Kunden in über 200 Ländern. In Deutschland unterhält Getty Images zwei Büros, in München und Berlin, mit insgesamt ca. 100 Mitarbeitern.

Zusätzlich zu den von Getty Images selbst kreierten Inhalten vertreibt Getty Images digitale Inhalte von mehr als 200.000 selbständigen Fotografen, Illustratoren und Filmemachen sowie von ca. 300 Kooperationspartnern, darunter einige der wichtigsten Medienanbieter und Stockfoto Unternehmen.

Die Getty Images Websites sind die erste Anlaufstelle für viele Kreative und Medienfachleute, um starke visuelle Inhalte zu entdecken und erwerben. Zum Angebot gehören Bilder von Nachrichten-, Sport- und Entertainment-Ereignissen zur Berichterstattung sowie wirkungsvolle kreative Bilder und Videos für Werbezwecke. Die damit erstellen Arbeiten unsere Kunden erscheinen täglich in den einflussreichsten Zeitungen, Magazinen, Büchern, Werbekampagnen, Filmen, Fernsehsendungen und Online-Medien der Welt.

Getty Images fördert proaktiv die Weiterentwicklung von Fotografen. Die „[Getty Images Grants](#)“, ein Stipendienprogramm für Fotografie, gehört zu den größten seiner Art. Unter diesem Programm hat Getty Images in den letzten 11 Jahren Fotografen mit über 1,2 Millionen US-Dollar unterstützt. Damit erhalten aufstrebende und etablierte Fotografen Unterstützung, um Projekte von persönlicher und journalistischer Bedeutung umsetzen zu können. Ferner bietet Getty Images seinen freien Fotografen und Kooperationspartnern zahlreiche Plattformen und Workshops an, über die sie sich informieren, weiterbilden und positionieren können, unter anderem den [Blog Stories & Trends](#) sowie das [iStockalypse-Programm](#), das jedes Jahr in zahlreichen Städten weltweit stattfindet.

Zum Entwurf im Einzelnen

Getty Images begrüßt das allgemeine Ziel des Gesetzesentwurfs, eine angemessene Vergütung der Kreativen sicherzustellen. Einige der vorgeschlagenen Regelungen könnten allerdings zu unbeabsichtigten negativen Konsequenzen für Urheber, Verwerter und Endnutzer führen. Da es sich bei den vorgeschlagenen Neuregelungen im Wesentlichen um zwingendes Recht handelt, sollten mögliche negative Konsequenzen besonders sorgfältig abgewogen werden. Sonst könnte sich das neue Gesetz schlimmstenfalls als Bumerang für die Kreativbranche erweisen¹. Wir möchten vorliegend auf die folgenden Einzelregelungen eingehen.

1) § 32 Abs. 2.: Gesonderte Vergütung für mehrfache Nutzungen

Die vorgesehene Neuregelung entspricht nicht den bei der Verwertung von Bildern allgemein üblichen und notwendigen Lizenzmodellen.

Die möglichen negativen Konsequenzen auf am Markt etablierte Lizenzmodelle lassen sich im Bereich der Bildagenturen klar an dem Lizenzmodell „Royalty Free (RF)“ aufzeigen. Dieses Lizenzmodell gewährt dem Lizenznehmer weitgehend unbeschränkte, nicht exklusive Nutzungsrechte. In einem solchen Lizenzmodell angebotene Medieninhalte können gegen eine einmalige Lizenzgebühr in der Regel unbegrenzt oft, zeitlich unbegrenzt sowie in verschiedenen Medien genutzt werden. Typischerweise darf der Lizenznehmer jedoch keine Unterlizenzen erteilen. Damit findet eine gesonderte Vergütung des Fotografen für jede an einzelne Endnutzer vergebene Lizenz statt. Von einem Total Buy-Out kann damit keine Rede sein. Sofern der einzelne Endnutzer allerdings mehrfach selbst von seiner Lizenz Gebrauch macht, indem er das Material z.B. auf seiner Website und in einem seiner Newsletter verwendet, wird der Fotograf nicht gesondert vergütet.

Gerade im letzten Jahrzehnt hat dieses Lizenzmodell immer mehr an Bedeutung gewonnen. Neben allen „klassischen“ Bildagenturen, die einen Teil der vermarkteten Bilder und Illustrationen auf diese Weise anbieten, haben sich spezialisierte Agenturen herausgebildet, die nahezu ausschließlich dieses Vermarktungsmodell gewählt haben („Microstock“). Dabei handelt es sich häufig um mit relativ wenig Aufwand hergestellte Bilder von Standardsituationen.

Die Vorteile dieses Lizenzmodells bestehen für die Nutzer darin, dass gerade den im digitalen Umfeld gewachsenen Bedürfnissen einer bildlichen Illustration jeglicher Waren und Dienstleistungen (z.B. Webseiten, Newsletter, Präsentationen) durch preiswerte, aber legale Angebote begegnet werden kann. Anders gesagt: Dieses Lizenzmodell ermöglicht auch kleinen Unternehmen oder Einzelpersonen, die sich im digitalen Umfeld bewegen, eine budgetgerechte professionelle Bildverwendung. Damit wurde ein bislang nicht bestehender Markt erschlossen.

Der Vorteil für die Urheber liegt darin, dass aufgrund der digital und standardisiert stattfindenden Distribution eine weit größere Anzahl an potentiellen Vertragspartnern (sowohl auf der Ebene der Verwerter als auch der Nutzer) zur Verfügung steht und der Urheber in der Regel für jede einzelne Lizenz an einen Endnutzer vergütet wird.

Da allerdings eine mehrfache Nutzung durch den einzelnen Endnutzer möglich ist, ohne dass der Fotograf dabei jeweils erneut vergütet wird, entspricht dieses Lizenzmodell nicht dem nun in § 32 Abs. 2 vorgesehenen Regelfall.

Schließlich ist auch zu berücksichtigen, dass es bei der Herstellung von Bildern im Auftrag in vielen Fällen ein anerkanntes Interesse vieler Verwerter an Pauschalvergütungen gibt.

Dieses Interesse beruht zum einen auf den auf Seiten der Verwerter erforderlichen Investitionen, die eine erfolgreiche Verwertung der Rechte des Urhebers oft erst ermöglichen. So wird sich ein Fotograf regelmäßig eines Verwerter bedienen, der über eine ansprechende, internationale und

¹ So wenden sich aktuell z.B. verschiedene spanische Verleger gegen die Einführung eines Leistungsschutzrechts, das die Verleger eigentlich schützen sollte (s. Brief an die Europäische Kommission vom 4.12.2015, abrufbar unter http://www.aepp.com/pdf/151204_Statement_on_Digital_Single_Market_FINAL.pdf).

leistungsfähige Plattform verfügt und zudem aufgrund internationaler Partnerschaften eine weltweite Vermarktung ermöglicht.

Ein entsprechendes Interesse besteht jedoch zum anderen auch auf Seiten der Urheber. So muss sich ein Fotograf, der von einer Bildagentur für einen angemessenen Tagessatz mit der Dokumentation eines Ereignisses beauftragt wurde, gerade keine Gedanken darüber machen, ob und wenn ja in welchem Umfang die von ihm erstellten Fotografien überhaupt Abnehmer finden. Er kann vielmehr auf Grundlage einer pauschalabgeltenden und tätigkeitsbezogenen Vergütung seinen Lebensunterhalt bestreiten.

Die Neuregelung würde in der gesamten Branche jahrelange Rechtsunsicherheit nach sich ziehen.

Die Neuregelung stellt ein Regel-Ausnahme-Verhältnis auf. Gemäß den Ausführungen auf S. 21 des Entwurfs sind „hinreichende Gründe“ erforderlich, um die oben dargestellten Lizenzmodelle zu rechtfertigen. Die Frage danach, was hinreichende Gründe im Einzelfall sind, wird allerdings – sofern es an konkret gültigen gemeinsamen Vergütungsregeln fehlt – von den Gerichten zu beantworten sein. Da es konkret zu diesem Punkt noch keine dezidierten gerichtlichen, geschweige denn höchstrichterlichen Vorgaben gibt, ist von einer nicht ganz unerheblichen Rechtsunsicherheit über mehrere Jahre hinweg auszugehen.

Dies würde Verwerter und Urheber in Deutschland unnötig beeinträchtigen und könnte zu einem vom Gesetzgeber nicht gewollten „Abfluss“ entsprechender Erlöse ins Ausland führen, wo das deutsche Urheberrecht nicht anwendbar ist.

Diese Neuregelung sollte daher aus dem Entwurf gestrichen werden.

2) § 32d: Auskunftsanspruch

Die Einführung des Auskunftsanspruchs in § 32d ist ausdrücklich zu begrüßen.

Getty Images ermöglicht es seinen Fotografen und Kooperationspartnern bereits jetzt, den Stand der Bildnutzungen regelmäßig einzusehen. Wir teilen das Ziel absoluter Transparenz und praktizieren diese bereits.

Die Verwendung des Begriffs „Werknutzer“ in diesem Zusammenhang ist jedoch zu weit gefasst. Bei der über Bildagenturen vermittelten Nutzung von Bildern würde dies zu einem unangebrachten direkten Auskunftsanspruch des Urhebers gegen den Endnutzer der Bilder führen.

Ein Beispiel zur Verdeutlichung:

Eine Bildagentur verkauft einem großen deutschen Automobilunternehmen eine Lizenz. Das Automobilunternehmen ist danach berechtigt, bestimmte Fotografien in einer ganzen Reihe von Medien für Werbemaßnahmen einzusetzen.

In diesem Fall ist das Automobilunternehmen sicher ein „Werknutzer“ im Wortsinne und damit möglicher Schuldner eines entsprechenden Auskunftsanspruches. Es müsste also befürchten, von dem Fotografen als einem Dritten (Vertragspartner ist die Bildagentur) auf Auskunft und Rechnungslegung hinsichtlich aller „aus der Werknutzung gezogenen Erträge und Vorteile“ in Anspruch genommen zu werden. Abgesehen davon, dass es für das Automobilunternehmen eine Zumutung wäre, diesem Anspruch ausgesetzt zu sein, könnten erhebliche Streitigkeiten darüber entstehen, welche „Erträge und Vorteile“ nun auf die konkrete „Werknutzung“ entfallen.

Dies dürfte Endnutzer wie das Automobilunternehmen vor erhebliche Probleme stellen und somit den Absatz von Lizenzen eher behindern als fördern und damit auch den Urhebern schaden.

Es sollte eine sprachliche Klarstellung dahingehend erfolgen, dass der Anspruch nur gegenüber einem mit dem Urheber direkt vertraglich verbundenen Verwerter geltend gemacht werden kann.

3) § 40a Abs. 5 Satz 2: Rückruf

Das in § 40a Abs. 5 Satz 2 für den Fall des Rückrufs vorgesehene Erlöschen von Unterlizenzen ist bei der Verwertung von Bildern über Bildagenturen typischerweise nicht akzeptabel.

Um bei dem oben genannten Beispiel zu bleiben, wäre es gemäß der vorgesehenen Neuregelung für eine Bildagentur z.B. unmöglich, vier Jahre nach Vertragsabschluss mit dem Fotografen dem deutschen Automobilunternehmen eine Nutzungslizenz mit zweijähriger Dauer anzubieten. Denn in dem Fall eines Rückrufs, der ein Jahr nach Einräumen der Nutzungslizenz möglich wäre, würde das Automobilunternehmen entweder die Nutzung einstellen müssen oder Gefahr laufen, berechtigter Weise wegen einer unlizenzierten Nutzung in Anspruch genommen zu werden. Entgegen der Ausführungen auf S. 25 des Entwurfes ist der Sub- oder „Endlizenznehmer“, hier das Automobilunternehmen, selbstverständlich schutzwürdig. Entgegen der lapidaren Begründung sind die „*Folgen der gesetzlichen Regelung*“ für ihn gerade nicht absehbar, da in den wenigsten Fällen beim Lizenzvertrag die Konditionen sowie die Laufzeit des vom Verwerter abgeschlossenen Vertrages diskutiert werden („Vermarkten Sie das Foto auf Grundlage von ausschließlichen oder nicht-ausschließlichen Rechten? Falls exklusiv: Wie lange besteht Ihr Vertrag schon?“).

Die Regelung würde zu Umsatzeinbußen für Fotografen führen.

Sollte diese Regelung in Kraft treten, würden vorsichtige Kunden künftig entsprechende Nachfragen anstellen und keine Bilder lizenzieren, für die bereits einige Jahre ein Vertrag besteht. Der Fotograf würde also nach einiger Zeit einen entsprechenden Umsatzrückgang feststellen, der sich bis zum Ende des fünften Vertragsjahr zunehmend verschärfen würde. Auch könnten Anbieter und Kunden in fremde Rechtsordnungen und auf Materialien aus anderen Ländern ausweichen. All dies würde der Intention des Gesetzgebers, die deutschen Urheber zu schützen, diametral entgegenlaufen.

Vor diesem Hintergrund sollte der zweite Satz dieses Absatzes ersatzlos gestrichen werden.

4) Aktuelle und zukunftsweisende Auswertungsformen

Der Entwurf verweist zur näheren Begründung nahezu ausschließlich auf die verbesserungswürdige wirtschaftliche Situation des durchschnittlichen Mitglieds der kreativen Berufe. Das Volumen der im Markt erzielbaren Umsätze oder Erlöse wird jedoch nicht nur durch den Inhalt der zwischen Urhebern und Verwertern abgeschlossenen Vereinbarungen bestimmt. Besonders maßgeblich sind schließlich die Nachfrage am Markt sowie die Beträge, die Endnutzer zu zahlen bereit sind.

Vor diesem Hintergrund sollte der Gesetzesentwurf sich mit der Frage befassen, wie aktuelle bzw. zukunftsweisende Auswertungsformen unterstützt und geschützt werden können. Denn nur deren Weiterentwicklung wird den „zu verteilenden Kuchen“ im kreativen Sektor auf lange Sicht vergrößern. Hierzu liefert der Entwurf bisher jedoch keinen Beitrag und wir möchten dazu anregen, den Entwurf entsprechend zu ergänzen.

5) Fazit

Das allgemeine Ziel des Gesetzesentwurfs ist begrüßenswert. Einige der vorgeschlagenen Regelungen sollten allerdings im weiteren Gesetzgebungsverfahren überarbeitet werden, um negative Konsequenzen für Urheber, Verwerter und Endkunden zu vermeiden.

Bitte kontaktieren Sie für weitere Informationen Konrad Miller unter konrad.miller@gettyimages.com.

21.12.2015