



Regina Uschner

Der Rechtsrahmen der elektronischen Presse

Eine medien- und urheberrechtliche
Betrachtung unter Berücksichtigung
der europäischen und
verfassungsrechtlichen Vorgaben



PETER LANG

1 Einführung

Die Entwicklung und Verbreitung der elektronischen Kommunikationstechnologien, des Internets und anderer mobiler Dienste hat binnen kurzer Zeit das Leben der Gesellschaft maßgeblich verändert. Das Angebot an Informationen ist enorm gestiegen und diese stehen nun jederzeit und höchst aktuell zur Verfügung. Die Nutzung dieser Informationsangebote ist nicht mehr an eine feste Einrichtung gebunden, sondern ist mobil. Stetig steigende Übertragungskapazitäten und immer vielfältiger einsetzbare Endgeräte führen dazu, dass die bisherigen Kategorien der Mediennutzung nahezu historisch anmuten.

Information zu vermitteln. Das ist (war) das Metier der klassischen Massenmedien Presse, Hörfunk und Fernsehen. Die Presse ist das Massenmedium mit den weitreichendsten Wurzeln. Mit der Erfindung des Buchdrucks eröffnete sich die Möglichkeit, Informationen zu vervielfältigen und damit weite Bevölkerungskreise mit Nachrichten zu versorgen. Bis heute nimmt die klassische Tageszeitung eine bedeutende Stelle als Informationsvermittler ein.¹ Diese Position teilt sie sich mit den Massenmedien Hörfunk und Fernsehen. Im Gegensatz zur Presse bieten diese Medien eine erheblich aktuellere Berichterstattung. Im Fernsehen wird die Kraft des Wortes ergänzt durch die Kraft der bewegten Bilder. Die so vermittelte Authentizität wurde vom Gesetzgeber und der Judikatur stets als Risiko gesehen, da sie die Möglichkeit der Beeinflussung großer Teile der Bevölkerung bietet.

Diese Medientrias haben sich im Laufe von Jahrhunderten entwickelt. Und nun erweitert die rasante technische Entwicklung diese Angebote um schier endlose zusätzliche und neue Varianten von Massenmedien. So können Fernsehnachrichten live oder zeitversetzt in Internet abgerufen werden. Durch den Wegfall der enormen Kosten, die mit der Infrastruktur der Medientätigkeit verbunden sind, eröffnet sich auch Privaten der Weg zum „Medienmacher“. Dieser Umbruch der Medienwelt stellt auch den Gesetzgeber vor neue Herausforderungen. Neue Gefahrenlagen verlangen neue Regelungen. In einigen Fällen ist die Anknüpfung an bestehende Lösungen möglich, in anderen sieht sich der Gesetzgeber mit gänzlich neuen Problemfeldern konfrontiert.

Eine Form dieser neuen Entwicklungen stellen die Angebote der elektronischen Presse dar. Während diese vor gut 10 Jahren noch in der Entwicklungsphase waren, handelt es sich heute um anerkannte Informationsangebote, die vielfach genutzt werden. So nutzen heute bereits 41 % der Internetnutzer die

¹ So liegt die Reichweite bei der Bevölkerung über 14 Jahren bei 71,4 %. Pressemitteilung des BDZV v. 24.07.2009: Sieben von zehn Deutschen lesen täglich Zeitung.

Onlineangebote der Verlagshäuser.² Im Kern ist die elektronische Presse eine neue Vertriebsform von Inhalten der herkömmlichen Presse. Daher stellt sich die Frage, wie der gesetzliche Rahmen für Angebote der elektronischen Presse ausgestaltet ist und wie er sein sollte. Ist die Anknüpfung an die tradierten presserechtlichen Regelungen geboten oder sind neue Lösungen von Nöten?

An diese Fragestellung knüpft die vorliegende Arbeit an. Der Gegenstand der Darstellung ist die Analyse des Rechtsrahmens der elektronischen Presse. Ziel der Abhandlung ist es, die rechtlichen Rahmenbedingungen für das Angebot elektronische Presse aufzuzeigen und zu prüfen, ob diese mit denen der herkömmlichen Presse vergleichbar sind.

Im Kern handelt es sich bei dieser Arbeit um eine medienrechtliche Analyse. Das Medienrecht ist eine Querschnittsmaterie, d. h. es ist eine Summe aus Aspekten einzelner Rechtsgebiete.³ Diesem Zusammenspiel der einzelnen juristischen Bereiche wird auch im Aufbau der Darstellung Rechnung getragen. Um den Kreis der erfassten elektronischen Angebote deutlich zu machen, ist der juristischen Betrachtung die Begriffsbestimmung der elektronischen Presse vorge-
lagert.

Die bedeutende Stellung der Massenmedien im demokratischen Staatsgefüge wird durch einen umfassenden grundrechtlichen Schutz der Medientätigkeit gewürdigt. Dieser prägt maßgeblich den einfachgesetzlichen Rechtsrahmen, der vom jeweils zuständigen Gesetzgeber zu schaffen ist. Da gerade Onlineangebote für den grenzüberschreitenden Vertrieb prädestiniert sind, sind die Angebote der elektronischen Presse nicht nur im nationalstaatlichen, sondern auch im europäischen Kontext zu betrachten. Dies bedeutet, dass grundsätzlich sowohl dem europäischen wie auch den deutschen Gesetzgeber entsprechende Handlungsbe-
fugnisse zustehen können. Der Klärung dieser Aspekte sind die ersten beiden Kapitel dieser Arbeit gewidmet. Aufgrund des allgemeinen Vorrangs des Europarechts wird diese Abhandlung vorangestellt.

In der Folge werden zwei elementare Bereiche des Medienrechts – das Medienrecht i. e. S. und das Urheberrecht – ausführlich betrachtet. Das Medienrecht i. e. S. definiert die inhaltlichen Anforderungen, die durch das entsprechende Produkt zu erfüllen sind. Vorrangig gilt es dabei den anwendbaren gesetzlichen Rahmen zu ermitteln. In der Folge wird dieser Rechtsrahmen detail-

² Pressemitteilung des BDZV v. 24.07.2009: Sieben von zehn Deutschen lesen täglich Zeitung.

³ So exemplarisch für das Presserecht: Bullinger, in: Löffler, Presserecht, Einl, Rn 5.

liert vorgestellt, um so die Anforderungen, die an das Produkt elektronische Presse gestellt werden, zu ermitteln.

Die inhaltliche Regulierung und die Bestimmung der Haftungsmaßstäbe sind jene Aspekte der unterschiedlichen Medienformen, die einer Gegenüberstellung in idealer Weise zugänglich sind. Daher wird in diesem Unterabschnitt der gesetzliche Rahmen für die Angebote der elektronischen Presse mit dem der gedruckten Presse explizit verglichen. Um den Rahmen der Arbeit jedoch nicht zu sprengen, werden die allgemeinen presserechtlichen Vorgaben nur kurz im Rahmen der Abweichungen erläutert. Für eine umfassende Darstellung sei auf die allgemeine presserechtliche Literatur verwiesen.

Während das Medienrecht i. e. S. die inhaltliche Gestaltung des Angebots umfasst, berührt das Urheberrecht das Angebot der elektronischen Presse zum einen im Aufbau des Produkts und zum andern als Schutz des Angebots. Um das Produkt rechtmäßig erstellen zu können, sind ggf. besondere Nutzungsrechte an den Elementen des Angebots zu erwerben. Das so rechtskonform geschaffene Endprodukt elektronische Presse ist ebenfalls durch den urheberrechtlichen Werkschutz bzw. Leistungsschutz erfasst. Damit wird die Leistung des Schöpfers honoriert und der Schöpfer erhält das Recht, die Nutzung durch Dritte grundsätzlich nach eigenem Ermessen zu reglementieren.

Die Angebote der elektronischen Presse nehmen jedoch eine bedeutende Funktion als Informationsvermittler ein. Daher ist dem verfassungsrechtlich verbürgten Informationsinteresse der Allgemeinheit Rechnung zu tragen. Dies erfolgt im Rahmen der urheberrechtlichen Schrankenregelungen. Die Bestimmung der Reichweite dieser Schranken erfordert eine Abwägung der jeweils verfassungsrechtlich geschützten Positionen. Auch hier ist die Handlungskompetenz des europäischen Gesetzgebers zu berücksichtigen. Diese europarechtlichen und verfassungsrechtlichen Vorgaben sind einfachgesetzlich durch die Schrankenbestimmungen umzusetzen.

Eine besondere Nutzungsform der elektronischen Presse stellt die Auswertung durch Nachrichtensuchmaschinen dar. Grundsätzlich dienen diese Angebote ebenfalls der Informationsvermittlung. Daher könnte es sich um eine durch die gesetzlichen Schrankenregelungen privilegierte Nutzung handeln. Diese Erscheinungsform ist eine Fragestellung, die sich nur für Angebote der elektronischen Presse stellt. Daher erscheint sie prädestiniert, um die Reichweite des urheberrechtlichen Schutzes der elektronischen Presse aufzuzeigen.

Der so ermittelte Rechtsrahmen beinhaltet die wesentlichen Anforderungen, die an das Produkt elektronische Presse zu stellen sind. Mit der urheberrechtli-

chen Betrachtung werden darüber hinaus die Voraussetzungen und der Schutz des Angebots dargestellt. Die Medien werden in ihrer Tätigkeit jedoch mit einer Vielzahl von Rechtsgebieten konfrontiert. Die Vorgaben des Wettbewerbsrechts sind zu berücksichtigen, der Titel des Angebots kann durch das Markenrecht geschützt sein und in Anbetracht des umkämpften Medienmarktes können auch kartellrechtliche Aspekte Beachtung erfordern. Im Wesentlichen handelt es sich bei diesen Fragestellungen jedoch um solche, die nicht an die Art des Mediums anknüpfen, sondern für alle Medien gleichermaßen gelten. Daher werden diese Aspekte in der vorliegenden Darstellung außen vor gelassen.

Im Rahmen dieser Arbeit wurden Rechtsprechung und Literatur bis einschließlich Juli 2009 berücksichtigt. Die Änderungen durch den Vertrag von Lissabon wurden nachträglich berücksichtigt. Als EUV wird i. d. R. der konsolidierte EUV in der gültigen Fassung nach dem Reformvertrag von Lissabon bezeichnet. Soweit es der Klarstellung dient wurde diese Fassung im Text auch als EUV n. F. bezeichnet. Die Artikel des EUV in der Fassung nach dem Vertrag von Nizza und EGV werden ergänzend als Ex-Art. angegeben. Soweit der Vertrag von Lissabon keine wesentlichen Veränderungen im Vergleich zu den Vorschlägen des Verfassungsvertrags beinhaltet, wird auch die Literatur zum Verfassungsvertrag berücksichtigt.