

Inhaltsverzeichnis

Abkürzungen	23
Einleitung	25
Teil 1: Die Leistung des Presseverlegers	29
1. Kapitel: Der Presseverleger	31
A. Begriff des Presseverlegers	31
B. Leistung des Presseverlegers	32
I. Leistungen des Presseverlegers im Einzelnen	32
1. Wirtschaftliche Leistung	32
2. Organisatorische Leistungen	34
a) Organisatorische Leistung in Vertrieb und Verkauf	34
b) Organisatorische Leistung in der Redaktion	35
3. Technische Leistung des Verlegers	36
II. Soziokulturelle Funktion des Verlegers	36
III. Wandel der Funktionen des Presseverlegers	37
IV. Zusammenfassung	39
C. Ergebnis der Presseverlegerleistung	39
I. Layout des Presseerzeugnisses	40
II. Inhalt der Nachricht	40
III. Konkrete sprachliche oder bildliche Gestaltung	40
IV. Presseerzeugnis	41
1. Eigenschaften des Presseerzeugnisses	41
a) Adressatenkreis	41
b) Technischer Übertragungsweg	42
c) Darstellungsform und Inhalt	42
aa) Internet	43
(1) Journalistisch-redaktionell gestaltetes Angebot	43
(2) Im Vordergrund Stehen der journalistisch-redaktionellen Gestaltung	45
(3) Entsprechung zu Zeitschriften und Zeitungen nach Inhalt und Gestaltung	45
bb) Druckerzeugnisse	46
d) Zusammenfassung	46
2. Presseerzeugnis als Manifestation der Presseverlegerleistung	47
a) Festlegung eines einzelnen journalistisch-redaktionell gestalteten Beitrags	47
b) Festlegung einer journalistisch-redaktionell gestalteten Auswahl und Anordnung von Beiträgen	47

c) Ergebnis	49
V. Zusammenfassung	49
2. Kapitel: Begriff des Leistungsschutzrechts als Bezugspunkt der Diskussion	51
A. Systematische Stellung und Verhältnis zum Urheberrecht	52
B. Grund für die Gewährung von Leistungsschutzrechten	54
C. Gemeinsame Charakteristika der Leistungsschutzrechte	56
I. Schutzgegenstand	56
1. Anknüpfungspunkt des Schutzrechts	56
2. Immaterielle Natur des Schutzgegenstandes	58
3. Erforderlicher Mindestaufwand	60
II. Schutzinhaber	62
III. Schutzmfang und -dauer	63
D. Zusammenfassung	64
3. Kapitel: Die Forderung nach einem Schutz für die Presseverlegerleistung	65
A. Historie und Kontext der Debatte	65
I. Kontext der Debatte	65
II. Historie der Forderung	67
B. Erwartungen an ein Leistungsschutzrecht für Presseverleger	69
C. Kollidierende Interessenlagen	70
I. Interessenlagen im Einzelnen	71
1. Leser und Nutzer	71
a) Informationsaufnahme	71
b) Informationsweitergabe	72
2. Anbieter von Informationsmehrwertdiensten	73
3. Konkurrerende Presseverleger	74
4. Journalisten	75
a) Ausschließlichkeitsinteressen	76
b) Informationsbedürfnis	77
II. Informationsfreiheit als gemeinsamer Bezugspunkt	77
1. Urheberrecht als Bestimmungsrecht im Sinne von Art. 5 Abs. 1 S. 1, 2. Alt. GG	78
2. Bestimmungsrecht als Grundrechtsausgestaltung	79
3. Objektiv-rechtlicher Gehalt der Informationsfreiheit als Maßstab der Legitimation eines neuen Leistungsschutzrechts	80
III. Zusammenfassung	83
D. Diskussion um ein Leistungsschutzrecht für Presseverleger	83
I. Politische und gesellschaftliche Ebene der Diskussion	84
II. Juristische Diskussionsebene	86
III. Zusammenfassung	87
Teil 2: Rechtsstellung der Presseverleger de lege lata	89

1. Kapitel: Schutz der Presseverleger im geltenden Immaterialgüterrecht	91
A. Urheberrecht	91
I. Datenbankherstellerrecht als originäres Schutzrecht der Presseverleger	92
1. Analoge Presseerzeugnisse als Datenbanken gem. § 87 a Abs. 1 UrhG	93
a) Mehrheit von Werken, Daten und anderen Elementen	93
b) Unabhängigkeit der Elemente	94
c) Systematische oder methodische Anordnung	95
aa) (Kein) Ausschluss wegen pressespezifischen Nutzungszwecks	96
bb) Systematische oder methodische Anordnung ohne Inhaltsverzeichnisses	98
(1) Spielraum für mehrstufige Recherche im Wortlaut	99
(2) Orientierung am Nutzungszweck der Sammlung	99
(3) Vergleich zur Recherche anhand von Inhaltsverzeichnissen	101
cc) Ergebnis	102
d) Einzeln zugänglich	102
e) Nach Art und Umfang wesentliche Investition	103
aa) Investitionen in ein Presseerzeugnis	103
bb) Berücksichtigungsfähigkeit dieser Investitionen	103
(1) Investitionen in den Bezug von Agenturen und externen Mitarbeitern	105
(2) Kosten für die redaktionelle Herstellung der Einzelbeiträge	106
(a) Vorhandene Informationen als Kern der Einzelbeiträge	106
(b) Konkrete sprachliche oder bildliche Gestalt des Beitrags als Darstellung dieser Information	107
(c) Schutz von Investitionen in die Datenverarbeitung	108
(d) Ergebnis	108
(3) Investitionen in Layout und Druck	109
cc) Wesentlichkeit	109
ff) Ergebnis	110
2. Online-Presseerzeugnisse als Datenbanken	110
a) Mehrheit voneinander unabhängiger Elemente	110
b) Systematisch oder methodisch angeordnet	111
c) Einzeln zugänglich	112

d) Nach Art und Umfang wesentliche Investition	112
e) Ergebnis	113
II. Urheberrechte der am Presseerzeugnis Mitwirkenden	113
1. Analoge Presseerzeugnisse	113
a) Schutz der einzelnen Elemente des Presseerzeugnisses	114
aa) Wortbeiträge	114
(1) Anforderungen an die Schöpfungshöhe von Pressetexten	115
(a) Anforderungen an die Schöpfungshöhe von Gebrauchstexten	115
(b) Anforderungen aus der EuGH-Rechtsprechung	116
(2) Urheberrechtsschutz von Wortbeiträgen	118
bb) Bildbeiträge	121
(1) Fotografien	121
(2) Karikaturen	122
(3) Grafiken und Diagramme	122
cc) Überschriften	123
b) Schutz des Presseerzeugnisses als Datenbankwerk, § 4 Abs. 2 UrhG	124
aa) Individualität der Auswahl	125
bb) Individualität der Anordnung	126
c) Zusammenfassung	127
2. Online-Presseerzeugnisse	127
a) Schutz der einzelnen Elemente des Presseerzeugnisses	128
aa) Videobeiträge	128
bb) Interaktive Beiträge	128
(1) Urheberrechtliche Einordnung interaktiver Beiträge	129
(2) Schutzhörigkeit von interaktiven Angeboten der Online-Presseerzeugnisse	130
b) Schutz des Online-Presseerzeugnisses als Ganzes	131
aa) Werk der angewandten Kunst, § 2 Abs. 1 Nr. 4 UrhG	131
bb) Datenbankwerk, § 4 Abs. 2 UrhG	132
c) Zusammenfassung	133
III. Ergebnis	133
B. Markenrecht	133
I. Schutz des Namens eines Presseerzeugnisses	134
1. Schutz als Marke	134
a) Schutz aufgrund Eintragung, § 4 Nr. 1 MarkenG	134
b) Schutz aufgrund Verkehrsgeltung, § 4 Nr. 2 MarkenG	135

2.	Titelschutz aus § 5 Abs. 3 MarkenG	135
a)	Werk im Sinne von § 5 Abs. 3 MarkenG	135
b)	Unterscheidungskraft	136
c)	Beginn und räumliche Ausdehnung des Titelschutzes	138
3.	Schutz als Unternehmenskennzeichen, § 5 Abs. 2 MarkenG	138
II.	Schutz für die Bezeichnungen von Beilagen, Rubriken, Kolumnen und für Überschriften	139
III.	Schutz der Domains	141
IV.	Ergebnis	142
C.	Wettbewerbsrechtlicher Leistungsschutz	142
I.	Verhältnis zum Urheber- und zum Markenrecht	143
II.	Voraussetzungen	145
III.	Ergebnis	147
D.	Ergebnis des 1. Kapitels	147
2.	Kapitel: Missbräuchliche Nutzung von Presseerzeugnissen	149
A.	Schutzrechtsverletzungen bei der Online-Nutzung	149
I.	Bestimmungsgemäße und missbräuchliche Nutzungen von Online-Presseerzeugnissen im engsten Sinne	150
1.	1. Abruf zum Zwecke der Lektüre	150
2.	2. Bereitstellung ganzer Presseerzeugnisse	152
II.	Speicherung und Ausdruck	153
1.	1. Zweck außerhalb des Erwerbsbereiches	153
2.	2. Erwerbszwecke	153
	a) Extensive Auslegung von Schrankenbestimmungen	154
	b) Online-Presseerzeugnisse als Zeitungen und Zeitschriften im Sinne von § 53 Abs. 2 S. 1 Nr. 4 lit. a UrhG	156
3.	3. Zusammenfassung	158
III.	Bezugnahme auf fremde Presseartikel in Blogs und Online-Magazinen	159
1.	1. Wiedergabe kurzer Textausschnitte	159
2.	2. Wiedergabe ganzer Beiträge	161
	a) Eingriff in das Datenbankherstellerrecht	161
	aa) Wesentlicher Teil einer Datenbank	161
	bb) Einzelbeitrag als wesentlicher Teil	162
	b) Zulässige öffentliche Zugänglichmachung, § 49 Abs. 1 S. 1, 3. Var. UrhG	163
	c) Berichterstattung über Tagesereignisse, § 50 UrhG	164
	d) Zitatfreiheit, § 51 S. 1 UrhG	165
3.	3. Zusammenfassung	166
IV.	Abstracts	166
1.	1. Allgemeine Abstractfreiheit aus § 12 Abs. 2 UrhG	167
2.	2. Abstracts als Bearbeitungen oder freie Benutzungen	168

a)	Urheberrechtsschutz der Abstracts	168
b)	Umfang der zulässigen Entlehnungen	169
c)	Zwischenergebnis	170
3.	Abstracts im Lichte von § 87 b UrhG	171
4.	Abstracts aus lauterkeitsrechtlicher Perspektive	171
5.	Verwendung eines Pressetitels in der Überschrift eines Abstracts	172
6.	Ergebnis	174
V.	Elektronische Pressespiegel	174
1.	Betroffene Verwertungsrechte	174
a)	Verwertungsrechte der Urheber	175
b)	Rechte des Datenbankherstellers	175
aa)	Interne Herstellung und Verteilung	175
bb)	Massenhafte Herstellung und Verteilung	176
(1)	Vervielfältigung	176
(2)	Öffentliche Zugänglichmachung	178
c)	Zusammenfassung	179
2.	Legitimation elektronischer Pressespiegel durch § 49 Abs. 1 S. 1 UrhG	179
a)	Medium, in das übernommen werden darf	179
b)	Medium, aus dem übernommen werden darf	180
aa)	Zeitungen und Zeitschriften	181
bb)	Online-Pressezeugnisse	181
c)	Zu übernehmende Werke	182
d)	Legitimation kommerzieller Pressespiegel durch § 49 UrhG	183
3.	Ergebnis	184
VI.	Suchmaschinen	184
1.	Allgemeine Suchfunktion	185
a)	Technische Funktionsweise der Suchmaschinen	185
b)	Speicherung im Google-Cache	187
aa)	Speicherung der Thumbnails	188
(1)	Verletzung von Urheberrechten	188
(a)	Verletzung des Vervielfältigungsrechts aus § 16 UrhG	188
(b)	Legitimation durch § 12 Abs. 2 UrhG	190
(c)	Legitimation durch § 44 a UrhG	190
(aa)	Unmittelbare Anwendung von § 44 a UrhG	190
(bb)	Erweiternde Auslegung von § 44 a UrhG	192
(d)	Legitimation durch § 51 UrhG	193

(e) Legitimation durch konkludente Nutzungsrechtseinräumung, § 31 UrhG	195
(f) Legitimation durch schuldrechtliche Gestattung	196
(g) Legitimation durch (schlichte) Einwilligung auf Rechtswidrigkeitsebene	197
(aa) Rechtsnatur und Inhalt der rechtfertigenden Einwilligung	197
(bb) Grundsätze für die Auslegung der schlichten Einwilligung	198
(cc) Schlichte Einwilligung in die Speicherung von Thumbnails	200
(i) Eingrenzung des Erkennbaren	200
(ii) Auslegung des erkennbaren Erklärungsgehalts	202
(iii) Reichweite der Einwilligung	203
(iv) Kritik an der Einwilligungslösung und Stellungnahme	204
(h) Rechtsmissbräuchliches Verhalten des Rechtsinhabers	207
(2) Verletzung des Datenbankherstellerrechts	207
(bb) Speicherung der gesamten Webseite im Suchmaschinen-Cache	208
(cc) Zusammenfassung	209
c) Anzeige der Ergebnisse	209
(aa) Links	209
(bb) Thumbnails	210
(1) Rechtswidrige Verletzung des Rechts der öffentlichen Zugänglichmachung, § 19 a UrhG	210
(2) Verletzung des Datenbankherstellerrechts der öffentlichen Zugänglichmachung, § 87 b Abs. 1 S. 1, 3. Var. UrhG	212
(cc) Snippets	212
(1) Rechtswidrige Verletzung des Rechts der öffentlichen Zugänglichmachung, § 19 a UrhG	212
(a) Öffentlich zugänglicher Umfang des Werkes	213
(aa) Wortlaut	214
(bb) § 19 a UrhG im Gefüge der öffentlichen Wiedergaberechte	214
(cc) Abgrenzung von der sukzessiven Vervielfältigung	215

(dd) Sinn und Zweck	216
(ee) Vergleich zur öffentlichen Zugänglichmachung nach § 87 b Abs. 1 UrhG	216
(ff) Ergebnis	216
(b) Einwilligung	217
(2) Verletzung des Datenbankherstellerrechts der öffentlichen Zugänglichmachung, § 87 b Abs. 1 S. 1, 3. Var. UrhG	218
dd) Überschriften	218
ee) Vorschau der Zielseite in den Suchergebnissen	218
ff) Zusammenfassung	220
d) Ergebnis	220
2. Nachrichtensuche	220
a) Nennung des Pressetitels	222
b) Snippets	223
aa) Legitimation aus § 49 UrhG	223
bb) Einwilligung	224
(1) Allgemeininteresse an der Nachrichtensuche	224
(2) Bedrohung des Geschäftsmodells durch Individualkommunikation	226
c) Thumbnails	226
d) Ergebnis	227
3. Nachrichtenspezifische Zusatzfunktionen	227
a) (Suchunabhängiger) Nachrichtenüberblick	228
aa) Thumbnails	228
bb) Snippets	229
cc) Ergebnis	230
b) Email-Benachrichtigung	230
aa) Verletzung von Urheberrechten	230
bb) Verletzung des Datenbankherstellerrechts	232
cc) Ergebnis	234
c) Feed-Benachrichtigung	235
aa) Öffentliche Zugänglichmachung durch Feed-Benachrichtigungen	235
bb) Feed-Benachrichtungen auf Grundlage eines Suchbegriffs	236
cc) Feed-Benachrichtigungen auf Grundlage des Nachrichtenüberblicks	237
dd) Ergebnis	237
4. Zusammenfassung	237
VII. Zusammenfassung	238

B.	Aktivlegitimation und Prozessführungsbefugnis des Presseverlegers	240
I.	Sonderregelungen für das Verhältnis zwischen Presseverleger und Urheber	241
1.	Zweifelsregelung für Beiträge zu Sammlungen, § 38 UrhG	241
a)	Normzweck	242
b)	Voraussetzungen im Einzelnen	242
aa)	Gestattung der Aufnahme	242
bb)	Periodische Sammlung	243
cc)	Zeitung oder Zeitschrift	243
c)	Anwendung der Regelung auf Online-Presseerzeugnisse	245
aa)	Analoge Anwendbarkeit	246
bb)	Online-Presseerzeugnisse in den Kategorien „Zeitung“ und „Zeitschrift“	248
d)	Abdingbarkeit von § 38 UrhG	249
aa)	Unmittelbare Unabdingbarkeit von § 38 Abs. 3 UrhG	250
bb)	Mittelbare Abbedingungsfestigkeit	251
(1)	§ 38 Abs. 3 UrhG als Ausprägung des Zweckübertragungsgrundsatzes	251
(2)	Unabdingbarkeit des Zweckübertragungsgrundsatzes	252
e)	Zusammenfassung	253
2.	Inhaberschaftsvermutung, § 10 UrhG	254
3.	Regelungen für das Verhältnis von Presseverleger und Verfasser im Verlagsgesetz	255
4.	Zusammenfassung	256
II.	Praxis der Nutzungsrechtseinräumung	256
1.	Einzelvertragliche Nutzungsrechtsvereinbarung	256
2.	Kollektivvertraglich determinierte Nutzungsrechtseinräumung	259
a)	Möglichkeit und Umfang einer tarifvertraglichen Regelung der Nutzungsrechte	259
b)	Tarifvertragliche Regelungen und Vergütungsrichtlinien	260
III.	Ergebnis	262
C.	Folgerungen für ein Leistungsschutzrecht für Presseverleger	265
I.	Eingriffsschwelle des Datenbankherstellerrechts	265
1.	Begrenzter Schutz aus Rücksicht auf die Informationsfreiheit	265
2.	Entgegenstehende Interessen der Urheber	267
3.	Zwischenergebnis	268
II.	Schrankenbestimmungen des Urheberrechts	268

III. Schwierigkeiten in der Rechtsdurchsetzung	271
IV. Ergebnis	271
Teil 3: Idee eines Leistungsschutzrechts für Presseverleger im Kanon der bereits geschützten Leistungen und im internationalen Vergleich	273
1. Kapitel: Presseverlegerleistung im Kanon der Leistungsschutzrechte	275
A. Vergleich der Leistung der Presseverleger mit den bereits geschützten Leistungen	276
I. Tonträgerhersteller, § 85 UrhG	277
1. Tonträger als Anknüpfungspunkt des Schutzrechts	277
2. Vergleich zur Leistung des Presseverlegers	278
a) Festlegung eines Gedankengehalts	278
b) Erstmaligkeit der Festlegung	279
c) Gestaltung des Festlegungsinhaltes	281
3. Zusammenfassung	282
II. Filmhersteller, § 94 UrhG	282
1. Filmträger als Anknüpfungspunkt des Schutzrechts	282
2. Vergleich zur Leistung des Presseverlegers	282
III. Sendeunternehmen, § 87 UrhG	283
1. Sendung als Anknüpfungspunkt des Schutzrechts	284
2. Vergleich zur Leistung des Presseverlegers	285
a) Fehlende körperliche Festlegung	285
b) Bedeutung des Übertragungswegs	285
c) Erstmaligkeit	286
d) Inhalt des Leistungsergebnisses	287
3. Zusammenfassung	287
IV. Herausgabe nachgelassener Werke, § 71 UrhG	287
V. Veranstalter, § 81 UrhG	288
VI. Ergebnis	289
B. Übertragung des Schutzmfangs ausgewählter Leistungsschutzrechte auf die Presseverleger	290
I. Bestimmungsgemäße und missbräuchliche Nutzung	291
II. Speicherung und Ausdruck	292
III. Bezugnahme auf fremde Presseartikel	292
1. Schutz von Teilen	293
a) Schutz von Kleinstteilen	293
aa) Wirtschaftliches Gewicht des Eingriffs als Schutzuntergrenze	293
bb) Schutz von Teilen im Urheberrechtsgesetz	294
cc) Zusammenfassung	296
b) Übertragung dieser Grundsätze	296
2. Erfordernis der unmittelbar technischen Übernahme	298
3. Ergebnis	300

IV. Abstracts	300
1. Bearbeitungsrechte von Leistungsschutzhabern	300
a) Entstellungsschutz des Filmherstellers	300
b) Allgemeines Bearbeitungsrecht	301
aa) Verhältnis von Bearbeitungs- zu Vervielfältigungsrecht	302
bb) Analoge Anwendung von § 23 UrhG auf die unternehmensbezogenen Leistungsschutzrechte	304
cc) Abgrenzung von Vervielfältigung und Bearbeitung bei den Leistungsschutzrechten	304
dd) Zusammenfassung	305
2. Übertragbarkeit auf die Leistung des Presseverlegers	305
V. Elektronische Pressespiegel	306
VI. Suchmaschinen	306
VII. Ergebnis	307
C. Folgerungen für ein Leistungsschutzrecht für Presseverleger	307
I. Reichweite, insbesondere notwendige Schutzuntergrenze, eines Leistungsschutzrechts für Presseverleger	308
1. Nach unten hin unbeschränkter Schutz	308
2. Notwendigkeit der Formulierungen eines eigenständigen Teileschutzes	310
II. Strukturelle Neuartigkeit eines Presseverleger- Leistungsschutzrechts	311
III. Ergebnis	312
2. Kapitel: Originäre Schutzpositionen für Verleger im europäischen Ausland	313
A. Publisher's Right	313
I. Darstellung des Publisher's Right	314
II. Übertragung auf die Situation der Presseverleger im Geltungsbereich des UrhG	315
B. Leistungsschutzrecht für Presseverleger im griechischen Urheberrecht	315
C. Institut der Kollektivwerke	316
I. Darstellung des Instituts der Kollektivwerke	316
II. Übertragung auf die Situation der Presseverleger	319
D. Ergebnis des 2. Kapitels	320
Teil 4: Ein Leistungsschutzrecht für Presseverleger	321
1. Kapitel: Notwendigkeit und Legitimation eines Leistungsschutzrechts für Presseverleger	323
A. Keine Notwendigkeit wegen unzureichenden Schutzes	323
I. Keine Lückenhaftigkeit des materiellen Schutzes	324
II. Keine Unzulänglichkeit der Rechtsdurchsetzung	327

B.	Keine Legitimation aus vergleichender Betrachtung	328
I.	Andere Leistungsschutzrechte	328
II.	Presseverleger im europäischen Ausland	329
C.	Ergebnis des 1. Kapitels	330
2.	Kapitel: Kommentierung der Entwürfe eines Leistungsschutzrechts für Presseverleger	331
A.	Formulierungsvorschlag der Verlegerverbände	331
I.	Begriffsbestimmungen, § 87 f Abs. 2 UrhG-VE	332
1.	Presseerzeugnis, § 87 f Abs. 2 S. 1 UrhG-VE	332
a)	Journalistische Beiträge und andere Elemente	332
b)	Redaktionell gestaltete Festlegung	334
c)	Auf Papier oder einem elektronischen Träger	335
d)	Unter einem Titel periodisch veröffentlichte Sammlung	335
e)	Nicht ausschließlich Eigenwerbung	335
f)	Kein Erfordernis einer wesentlichen Investition	336
g)	Zusammenfassung	336
2.	Presseverleger	336
II.	Rechte des Verlegers, §§ 87 f Abs. 1, 5, 87 g Abs. 1, 3 UrhG-VE	337
1.	Vervielfältigung, Verbreitung, öffentliche Wiedergabe, § 87 f Abs. 1 UrhG-VE	338
2.	Schrankenregelungen, § 87 f Abs. 5 UrhG-VE	339
3.	Verwertungsgesellschaftspflicht für die Vervielfältigung von Teilen zum gewerblichen Gebrauch, § 87 g Abs. 1, 3 UrhG-VE	341
a)	Einführung einer Verwertungsgesellschaftspflicht	342
b)	Erfasste Vervielfältigungen zum gewerblichen Gebrauch	343
c)	Einbeziehung von Vervielfältigungen zur Darstellung auf einem Bildschirm	344
d)	Vermutungsregel für bestimmte Geräte, § 87 f Abs. 3 UrhG-VE	345
4.	Schutzdauer, § 87 f Abs. 4 UrhG-VE	345
5.	Zusammenfassung	346
III.	Nicht leistungsschutzbezogene Regelungen, § 87 g Abs. 2 UrhG-VE	346
IV.	Ergebnis	347
B.	Formulierungsvorschlag der Gewerkschaften	347
I.	Begriffsbestimmungen, § 87 f Abs. 2 UrhG-GE	348
II.	Rechte des Verlegers, §§ 87 f Abs. 1, 5, 87 g Abs. 1, 3 UrhG-GE	349
1.	Voraussetzungen für den Schutz von Teilen	350
2.	Verwertungsgesellschaftspflicht, § 87 g Abs. 1, 3 UrhG-GE	350
3.	Schutzdauer, § 87 f Abs. 4 UrhG-GE	351

III.	Regelungen zugunsten der Autoren, §§ 87 f Abs. 2, Abs. 5 S. 2, 87 g Abs. 2 UrhG-GE	352
IV.	Ergebnis	353
C.	Referentenentwurf des Bundesministeriums der Justiz vom 13. Juni 2012	353
I.	Begriffsbestimmungen	355
1.	Presseerzeugnis, § 87 f Abs. 2 S. 1 UrhG-RefE	355
a)	Redaktionell-technische Festlegung	355
b)	Journalistische Beiträge	356
c)	Im Rahmen einer unter einem Titel auf beliebigen Trägern periodisch veröffentlichten Sammlung	357
d)	Überwiegend verlagstypische Sammlung	357
e)	Nicht überwiegend der Eigenwerbung dienende Sammlung	358
f)	Zusammenfassung	359
2.	Presseverleger, § 87 f Abs. 1 UrhG-RefE	359
II.	Rechte des Presseverlegers	359
1.	Recht der öffentlichen Zugänglichmachung, § 87 f Abs. 1 UrhG-RefE	360
2.	Zu gewerblichen Zwecken	360
3.	Teileschutz	361
4.	Keine Verwertungsgesellschaftspflicht	363
5.	Zusammenfassung	363
III.	Grenzen des Rechts	364
1.	Schrankenbestimmungen, § 87 g Abs. 4 S. 2 UrhG-RefE	364
2.	Schutzdauer	364
IV.	Regelungen zugunsten der Urheber	365
1.	Kein Geltendmachen zulasten des Urhebers, § 87 g Abs. 3 UrhG-RefE	365
2.	Beteiligungsanspruch, § 87 h UrhG-RefE	365
V.	Ergebnis	366
D.	Gesetzesentwurf der Bundesregierung in der Fassung vom 1. März 2013	366
I.	Recht der öffentlichen Zugänglichmachung, § 87 f Abs. 1 S. 1 UrhG-E	368
II.	Gewerbliche Anbieter von Suchmaschinen und gewerbliche Anbieter von Diensten, die Inhalte entsprechend aufbereiten, § 87 g Abs. 4 S. 1 UrhG-E	369
1.	Suchmaschinen	369
2.	Dienste, die Inhalte entsprechend aufbereiten	369
a)	Ausnahme für Nutzung auf andere Weise	370

b)	Ausnahme für Suchfunktionen innerhalb des eigenen Datenbestandes	372
c)	Anwendung auf soziale Netzwerke	372
3.	Gewerbliche Anbieter	373
III.	Einzelne Wörter oder kleinste Textausschnitte, § 87 f Abs. 1 S. 1 UrhG-E	374
IV.	Verweis auf Schrankenbestimmungen, § 87 g Abs. 4 S. 2 UrhG-E	376
V.	Fazit	376
E.	Ergebnis des 2. Kapitels	377
3.	Kapitel: Alternative: Ermächtigung zur Geltendmachung der Urheberrechte	379
A.	Regelungsbedürftiger Inhalt	380
I.	Gestattung der Nutzung durch den Urheber	380
II.	Aufnahme in ein Presseerzeugnis	381
III.	Presseverleger als Berechtigter	382
IV.	Widerlegungs- und Widerrufsmöglichkeit für den Urheber	382
V.	Schutz des Urhebers und des Zweitverwertungsberechtigten	384
B.	Verortung der Regelung	386
C.	Ergebnis und Formulierungsvorschlag	386
Anhang		389
A.	Entwurf der Verlegerverbände	389
B.	Entwurf der Gewerkschaften	390
C.	Referentenentwurf des Bundesministeriums der Justiz – Entwurf eines Siebenten Gesetzes zur Änderung des Urheberrechtsgesetzes	392
Literaturverzeichnis		403
Stichwortverzeichnis		415