

Inhaltsverzeichnis

Abkürzungsverzeichnis	15
Einführung	17
I. Gegenstand der Untersuchung	20
II. Untersuchungsverlauf	24
Kapitel 1: Grundlagen der ökonomischen Analyse des Rechts mit Blick auf Urheber- und verwandte Schutzrechte	25
I. Grundlagen der ökonomischen Analyse des Rechts	25
1. Ökonomisches Verhaltensmodell	26
2. Effizienzkriterien der Wohlfahrtsökonomie	27
a) Das Pareto-Kriterium	28
b) Das Kaldor/Hicks-Kriterium	29
II. Ökonomische Analyse von Urheber- und verwandten Schutzrechten	30
1. Ökonomische Analyse der Schaffung von Urheber- und verwandten Schutzrechten	31
a) Public Good-Charakter von Immaterialgütern	32
b) Schaffung von Urheber- und verwandten Schutzrechten zur Vermeidung einer drohenden Unterversorgung mit urheberrechtlichen Werken	34
aa) Gewährung urheberrechtlichen Schutzes als Anreiz zur Produktion von Werken	34
bb) Neoklassischer Property Rights-Ansatz	37
cc) Ausbalancierung von Nutzen und Kosten der Gewährung urheberrechtlichen Schutzes	39
(1) Wohlfahrtssteigernde Wirkung der Schaffung urheberrechtlichen Schutzes	40
(2) Volkswirtschaftliche Kosten der Implementierung von Urheber- und verwandten Schutzrechten	41
(3) Ermittlung des Grenzwertes	43

c) Bestehen eines (drohenden) Marktversagens und weitere Voraussetzungen für die Schaffung eines Urheber- oder verwandten Schutzrechts	44
2. Ökonomische Analyse der Ausgestaltung von Urheber- und verwandten Schutzrechten	46
a) Eignung von Liability Rules zur Herbeiführung von Verhandlungen	47
b) Bedienung der wirtschaftlichen Interessen der Urheber durch die Implementierung von Liability Rules	48
c) Volkswirtschaftliche Kosten der Implementierung von Liability Rules	50
d) Fazit	51
 Kapitel 2: Gegenstand des in Art. 15 der Richtlinie (EU) 2019/790 geregelten Leistungsschutzrechts für Presseverleger	53
I. Presseveröffentlichung als Schutzgegenstand	53
1. Abhängigkeit vom urheberrechtlichen Schutz der Beiträge	54
2. Literarische Werke journalistischer Art	56
3. Wissenschaftliche Periodika und Blogs	57
II. Adressatenkreis und Nutzungsmodalität	59
III. Schutzinhaber	61
IV. Den Presseverlagen zugewiesene Verwertungsrechte	62
V. Ausnahmen	64
1. Hyperlinks	65
2. Einzelne Wörter oder sehr kurze Auszüge	67
a) Einheitlichkeit der Auslegung des Tatbestandes	68
b) Umfang der durch den Ausnahmetatbestand gestatteten Nutzung	70
VI. Dauer des Schutzes	73
VII. Beteiligung der Urheber	74
 Kapitel 3: Ökonomische Rechtfertigung der Schaffung des europäischen Leistungsschutzrechts für Presseverleger	76
I. Tätigkeit der Presse als Leistung im Allgemeininteresse	76

II. Bestehen oder Drohen einer auf einem Marktversagen beruhenden Unterversorgung mit qualitätsjournalistischen Presseprodukten	80
1. Die wirtschaftliche Situation von Presseverlagen in jüngerer Vergangenheit, Gegenwart und naher Zukunft am Beispiel des deutschen Pressemarktes	83
a) Skizzierung der wirtschaftlichen Lage in jüngerer Vergangenheit und Gegenwart	85
aa) Rückläufige Entwicklung des Printmarkts	86
bb) Wachsende, aber verhältnismäßig geringe Umsätze mit digitalen Presseprodukten	88
cc) Gesamtbetrachtung	91
b) Prognose der zukünftigen Entwicklung	92
c) Diversifikation und Investitionen auf anderen Geschäftsfeldern als Schlüssel zur Umsatzsteigerung	95
d) Schlussfolgerung	98
2. Untersuchung der Profitabilität der Herstellung und Vermarktung digitaler qualitätsjournalistischer Presseprodukte	102
a) Definition von Qualitätsjournalismus	104
b) Untersuchung ausgewählter Faktoren mit Einfluss auf die Höhe der mit digitalen qualitätsjournalistischen Presseprodukten erzielten Umsätze	106
aa) Faktoren mit Auswirkung auf die Höhe der Vertriebs Erlöse	106
(1) Erzielung von Vertriebs Erlösen mit der Gewinnung und Vermarktung exklusiver Informationen angesichts ihrer zeitnahen Verwertung durch konkurrierende Angebote	108
(a) Ökonomische Grundlagen	109
(b) Ausmaß der Übernahme fremder Rechercheergebnisse	110
(c) Steigerung der Reputation sowie Erhöhung der Seitenbesuchszahlen aufgrund der Quellenangabe	113
(d) Fazit	114
(2) Konkurrenz durch gebührenfinanzierte Telemedienangebote öffentlich-rechtlicher Rundfunkanstalten	116

(3) Technische Möglichkeiten zur Umgehung von Bezahlsschranken	119
(4) Fazit	122
bb) Faktoren mit Auswirkung auf die Höhe der Werbeeinnahmen	123
(1) Herausforderungen bei der Erzielung von Werbeerlösen mit digitalen Presseprodukten	123
(a) Migration des Anzeigenmarktes und Konkurrenz neuer Akteure	124
(b) Erhöhte Konkurrenz auf dem Werbemarkt und damit einhergehende Reduktion des Marktwerts der Werbeflächen	126
(c) Zunehmender Konsum von Nachrichten auf mobilen Endgeräten	128
(d) Extensive Nutzung von Werbeblockern durch Rezipienten	129
(e) Zerteilung des Gesamtprodukts Zeitung im Internet („Unbundling“)	131
(f) Fazit	133
(2) Präsentation der Artikel von Presseerzeugnissen durch Nachrichten-Aggregatoren	134
(a) Darstellung der Tätigkeit von Aggregationsdiensten	135
(b) Einfluss der Darstellung von Presseartikeln durch Nachrichten-Aggregatoren auf die Höhe der mit Presseerzeugnissen erzielten Werbeeinnahmen	137
(aa) Steigerung der Seitenbesuchszahlen mittels der Präsentation von Presseartikeln durch Aggregationsdienste	138
(bb) Auswirkung auf die Höhe der erzielten Werbeeinnahmen	141
(cc) Fazit	144
(c) Faktoren, die die Höhe der von Aggregationsdiensten vermittelten Seitenbesuchszahlen beeinflussen	145
(aa) Lesertreue, Bekanntheit und Themengebiet	145

(bb) Gestaltung und Umfang des Vorschautes	147
(d) Fazit	149
(3) Verbreitung der Artikel von Presseerzeugnissen in sozialen Netzwerken	150
c) Entwicklung der Qualität von Presseprodukten als Indiz für eine zu- oder abnehmende Profitabilität ihrer Erzeugung	153
aa) Vermehrter Einsatz von Klickködern („Clickbaiting“)	153
bb) Wachsende Popularität der Werbeform des „native Advertising“	156
cc) Fazit und Ausblick	159
3. Bewertung	161
a) Rückgang und/oder Mangel der Profitabilität und damit der Investitionsbereitschaft hinsichtlich der Herstellung qualitätsjournalistischer Presseprodukte	161
b) Vorliegen einer auf einem (drohenden) Marktversagen beruhenden (drohenden) Unterversorgung mit qualitätsjournalistischen Presseprodukten	167
aa) Aggregationsdienste profitieren von Externalitäten, sorgen aber nicht für ein Marktversagen	167
bb) Vom Kernbereich journalistischer Tätigkeit ausgehende positive externe Effekte	170
cc) Signifikante positive externe Effekte auf konkurrierende Nachrichtenangebote	172
dd) Schlussfolgerung	175
III. Geeignetheit des europäischen Leistungsschutzrechts für Presseverleger zur Behebung einer auf einem (drohenden) Marktversagen beruhenden (drohenden) Unterversorgung	178
1. Eignung des Leistungsschutzrechts zur direkten Behebung oder Linderung eines (drohenden) Marktversagens	178
a) Kausalität der Präsentation von Presseartikeln durch Aggregationsdienste für ein (drohendes) Marktversagen	178
b) Eignung zur Internalisierung der auf andere Nachrichtenangebote ausgehenden positiven Externalitäten	180
aa) Ausmaß der Steigerung des Schutzniveaus von Presseprodukten	180
bb) Effektivität der Steigerung des Schutzniveaus	183

c) Eignung zur Internalisierung der vom Kernbereich journalistischer Tätigkeit ausgehenden positiven Externalitäten oder zur Behebung der ihre Kompensation erschwerenden Umstände	184
2. Eignung zur Kompensation der positiven Externalitäten mittels der Erzielung signifikanter Einnahmen durch die Geltendmachung des Leistungsschutzrechts	184
a) Aussicht auf Erzielung signifikanter Einnahmen in Form von Lizenzgebühren	185
aa) Prognose der Bereitschaft von Adressaten der Regelung zur Entrichtung von Lizenzgebühren für eine vom Leistungsschutzrecht erfasste Nutzung	185
(1) Interessenkonstellation zwischen Anbietern von Aggregationsdiensten und Herausgebern von Presseerzeugnissen	186
(2) Marktverhältnisse und Verhandlungsmacht	188
(3) Kartellrechtliche Entscheidungen	189
(4) Zunehmende Investitionen von Google, Facebook und Apple auf dem Pressemarkt	190
(5) Fazit	192
bb) Höhe potenzieller Lizenzgebühren	192
b) Verteilung potenzieller mit Hilfe des Leistungsschutzrechts generierter Lizenzgebühren	199
c) Steigerung der mit digitalen Presseangeboten erzielten Werbeeinnahmen durch die Geltendmachung des Leistungsschutzrechts	201
d) Bewertung der Zahlung von Lizenzgebühren im Zusammenhang mit „Google News Showcase“ und „Facebook News“	202
aa) Einstufung der Größenordnung der Lizenzzahlungen von Google	204
bb) Diskrepanz zum tatsächlichen wirtschaftlichen Wert	205
cc) Kausalität der Implementierung des Leistungsschutzrechts für Googles Lizenzzahlungen	207
dd) Zahlung von Lizenzgebühren im Rahmen von „Facebook News“	209
3. Fazit	210

IV. Gegenüberstellung der mit der Implementierung voraussichtlich einhergehenden volkswirtschaftlichen Kosten sowie ihres prognostizierten volkswirtschaftlichen Nutzens	212
1. Ausmaß des prognostizierten volkswirtschaftlichen Nutzens der Schaffung des Leistungsschutzrechts	212
a) Verbesserte Einnahmensituation von Presseverlagen	213
b) Senkung von Transaktions- und Rechtsverfolgungskosten	214
2. Mit der Implementierung des Leistungsschutzrechts voraussichtlich einhergehende volkswirtschaftliche Kosten	215
a) Kosten auf Seiten der Adressaten der Regelung	215
aa) Steigerung der Produktionskosten	215
bb) Entstehung von Transaktionskosten	216
b) Kosten auf Seiten der Inhaber des Leistungsschutzrechts	218
aa) Entstehung von Transaktionskosten	218
bb) Kosten aufgrund der Abnahme der Nutzung von Aggregationsdiensten	219
cc) Wachsende Marktkonzentration hinsichtlich der Anbieter von Nachrichten-Aggregatoren	220
dd) Wettbewerbsnachteil kleiner Presseerzeugnisse	222
c) Kosten auf Seiten der übrigen Akteure innerhalb der Volkswirtschaft	222
aa) Geringere Verbreitung von Wissen und Informationen	223
bb) Rückgang der Vielfalt verfügbarer Presseprodukte	224
cc) Steigerung der Suchkosten der Rezipienten	224
3. Abwägung und Bewertung	226
Kapitel 4: Bewertung alternativer Ansätze aus ökonomischer Perspektive und Handlungsempfehlung	229
I. Herstellung der ökonomischen Rechtfertigung der Schaffung des Leistungsschutzrechts im Wege der Modifikation seines Tatbestandes	229
II. Implementierung einer vergütungspflichtigen Schrankenregelung	231
1. Voraussetzungen der ökonomischen Vorzugswürdigkeit der Schaffung einer solchen Regelung	232
2. Ausmaß der Reduktion von Transaktionskosten	233

3. Mit der Schaffung einer vergütungspflichtigen Schranke einhergehende volkswirtschaftliche Kosten	235
4. Bewertung und Ausblick	237
III. Alternative Ansätze zur Behebung eines drohenden Marktversagens	238
1. Geeignetheit von Lösungen auf dem Gebiet des Urheberrechts zur Behebung oder signifikanten Linderung eines drohenden Marktversagens	238
2. Reduktion der positiven Externalitäten zugunsten anderer Nachrichtenangebote mit Hilfe des Wettbewerbsrechts	240
3. Alternative Ansätze zur Linderung oder Behebung einer drohenden Unterversorgung	245
Zusammenfassung der wesentlichen Ergebnisse und Ausblick	249
Literaturverzeichnis	255