



Standpunkte zum Geistigen Eigentum

Die Wissensindustrie auf dem Weg
durch das 21. Jahrhundert

Zweite, überarbeitete Auflage

■ Impressum

- Herausgeber: BITKOM
Bundesverband Informationswirtschaft,
Telekommunikation und neue Medien e. V.
Albrechtstraße 10 A
10117 Berlin-Mitte
Tel.: 030.27576-0
Fax: 030.27576-400
bitkom@bitkom.org
www.bitkom.org
- Ansprechpartner: Dr. Mario Rehse
Tel.: 030.27576-155
m.rehse@bitkom.org
- Redaktion: Dr. Mario Rehse
- Redaktionsassistentz: Katharina Hahnfeldt
- Gestaltung / Layout: Design Bureau kokliko / Anna Müller-Rosenberger (BITKOM)
- Copyright: BITKOM 2011
- Bildnachweis: BITKOM, außer iStockphoto LP (Titelbild); BMJ/Chaperon (S. 4); BMWi/Chaperon (S. 6); DPMA/Gandenheimer (S. 8); Fraunhofer-Institut IDMT (S. 9); Hewlett-Packard (S. 10); CMS Hasche Sigle/Jänicke (S. 12); Zollkriminalamt (S. 14); Sky/Hoffmann (S. 16); Deutsche Telekom (S. 17); Lehrstuhl Spindler (S. 18); Degenhart/tv-diskurs/FSF (S. 20); Bird & Bird (S. 21); Ventroni/Schultz (S. 22)

Die in den Interviews und Beiträgen unabhängiger Experten vertretenen Meinungen und Tatsachenbehauptungen machen BITKOM und die weiteren Experten sich nicht notwendiger Weise zu Eigen. Wir würden uns freuen, wenn diese Sie anregen, sich weiter mit dem Thema aus unterschiedlichen Perspektiven zu beschäftigen.

Diese Publikation stellt eine allgemeine unverbindliche Information dar. Die Inhalte spiegeln die Auffassung im BITKOM zum Zeitpunkt der Veröffentlichung wider. Obwohl die Informationen mit größtmöglicher Sorgfalt erstellt wurden, besteht kein Anspruch auf sachliche Richtigkeit, Vollständigkeit und/oder Aktualität, insbesondere kann diese Publikation nicht den besonderen Umständen des Einzelfalles Rechnung tragen. Eine Verwendung liegt daher in der eigenen Verantwortung des Lesers. Jegliche Haftung wird ausgeschlossen. Alle Rechte, auch der auszugsweisen Vervielfältigung, liegen beim BITKOM.

Standpunkte zum Geistigen Eigentum

Die Wissensindustrie auf dem Weg
durch das 21. Jahrhundert

Zweite, überarbeitete Auflage

Inhaltsverzeichnis

Das Kapital des 21. Jahrhunderts befindet sich in unseren Köpfen	3
These 1: Geistiges Eigentum braucht Schutz und Akzeptanz	4
These 2: Geistiges Eigentum ist unser wichtigstes Zukunftskapital	6
These 3: Erfindungen brauchen Patente	8
These 4: Markenschutz ist Verbraucherschutz	10
These 5: Software ist Schutzgut eigener Art	12
These 6: Produkt- und Markenpiraterie müssen effektiv eingedämmt werden	14
These 7: Angemessene Antworten auf Internetpiraterie müssen gefunden werden	16
These 8: Verantwortlichkeitsregeln dürfen in der Praxis nicht überdehnt werden	18
These 9: Pauschalabgaben rechtfertigen sich nur im analogen Bereich	20
These 10: Die kollektive Rechtewahrnehmung in Europa muss einfacher werden	22
Glossar	24

Das Kapital des 21. Jahrhunderts befindet sich in unseren Köpfen.



Prof. Dr. Dr. h.c. mult. August-Wilhelm Scheer
Präsident BITKOM

Während früher Rohstoffe und Arbeitskraft ganz maßgeblich für wirtschaftlichen Erfolg waren, entscheiden zunehmend Kreativität und Innovationsfähigkeit über die internationale Wettbewerbsfähigkeit von Unternehmen und Wirtschaftsstandorten. Wer gute Ideen hat, muss davon auch profitieren. Kreativität – gleich ob technisch oder künstlerisch – kann nur dann erfolgreich genutzt werden, wenn es Sicherheit für die Schöpfer gibt, wenn Innovationen durch ein wirksames Rechtssystem geschützt werden.

Der Erfolg Geistigen Eigentums als wirtschaftliches Gut hängt aber auch ganz maßgeblich davon ab, ob es gelingt, die Akzeptanz des klassischen Eigentums an körperlichen Gegenständen auf nicht greifbare, wissens- und ideenbasierte Güter zu übertragen. Bereits heute hat Deutschland ein starkes Urheberrecht und ein Patentsystem, das internationale Anerkennung genießt. Gleichwohl ist eine zunehmende Diskrepanz zwischen der rechtlichen Situation und der Wahrnehmung innerhalb der Bevölkerung festzustellen. Die Relevanz geistiger Schutzrechte wird

oftmals übersehen oder ihre Berechtigung wiederholt in Frage gestellt. Hier ist es gemeinsame Aufgabe von Politik und Wirtschaft, für den Wert Geistigen Eigentums zu werben und über dessen Chancen und Nutzen aufzuklären.

Der BITKOM hat vor einigen Jahren in der Erstauflage der vorliegenden Publikation Diskussionsbeiträge und Fakten rund um den Schutz Geistigen Eigentums zusammengetragen. Aufgrund der positiven Resonanz und großen Nachfrage wird nunmehr die zweite Auflage vorgelegt, die in weiten Teilen neu bearbeitet wurde, um die aktuelle politische und gesetzliche Lage widerzuspiegeln. Nach wie vor werden wichtige Themen rund um die Schwerpunkte geistiger Schutzgüter behandelt und von Experten aus Politik, Wirtschaft und Wissenschaft kommentiert. Wir freuen uns, wenn unsere Veröffentlichung weiterhin dazu beiträgt, den Dialog über den wirksamen Schutz Geistigen Eigentums in der Wissensgesellschaft des 21. Jahrhunderts anzuregen.

These 1:

Geistiges Eigentum braucht Schutz und Akzeptanz

- Es ist die wirtschaftliche Verwertung, die dem Urheber oder Erfinder allein zugewiesen wird; das Wissen aber bleibt frei. Freiheit von Wissen und Geistiges Eigentum sind – was oft übersehen wird – somit keinesfalls Gegensätze.
- Durch die wirtschaftliche Nutzbarkeit mittels Geistigen Eigentums geschützter Güter entstehen für Urheber und Erfinder Anreize weiter in Innovationen zu investieren und befördert so die Wissensgesellschaft. Wirtschaftlicher und kreativer Fortschritt kommt damit allen zugute.
- Dringend erforderlich ist, neben Anstrengungen zum Schutz, auch umfassend über den Wert des Geistigen Eigentums aufzuklären und die Bevölkerung für dessen Wertigkeit zu sensibilisieren. Denn die Akzeptanz Geistigen Eigentums setzt ein Bewusstsein für dessen Wirkungsweise voraus.



■ Gastbeitrag

Sabine Leutheusser-Schnarrenberger

Bundesministerin der Justiz

In Deutschland und der Europäischen Union bestehen bereits ausgewogene Regelungen zum Schutz und zur Durchsetzung der gewerblichen Schutzrechte und des Urheberrechts. Im Zeitalter der Globalisierung brauchen wir aber weltweit geltende Standards, die im transparenten Diskurs entwickelt werden müssen – deshalb ist das Anti-Piraterieabkommen ACTA so wichtig. Außerdem muss die praktische Zusammenarbeit der Staaten verbessert werden, international und in Europa. Die Europäische Beobachtungsstelle gegen Produkt- und Markenpiraterie wird dazu hoffentlich beitragen und künftig ein abgestimmtes Vorgehen aller EU-Mitgliedstaaten erleichtern.

Zugleich muss das öffentliche Bewusstsein für den Wert des Geistigen Eigentums weiter gestärkt werden. Jedem muss klar sein, dass Produkt- und Markenpiraterie unsere Volkswirtschaft schädigt und Arbeitsplätze gefährdet. Wer Musik oder Filme aus dem Netz illegal herunterlädt, gefährdet zudem die kulturelle Vielfalt. Unternehmen

Innovationen sind die wichtigste Ressource, die Deutschland auf den Märkten wettbewerbsfähig macht. Dies gilt nicht nur für unsere global player, sondern auch für den Mittelstand. Innovationen brauchen Schutz gegen Nachahmungen, um wirtschaftlich verwertbar zu sein. Um dies zu erreichen, müssen Politik, Wirtschaft und Gesellschaft an einem Strang ziehen.

und Verbraucher müssen sich auch selbst gegen Produktfälschungen wirksamer schützen. Je umfassender ein Kunde über Produktmerkmale informiert ist, desto eher kann er zum Beispiel gefälschte Software erkennen. Und je besser ein mittelständisches Unternehmen über mögliche Strategien zum Schutz seiner innovativen Produkte Bescheid weiß, desto besser kann es sich gegen Fälscher und Piraten vorbeugend zur Wehr setzen. Politik

und Verbände müssen gemeinsam daran arbeiten, mehr Sensibilität zu wecken und die Prävention zu verbessern. Kreativität und Innovationsfreudigkeit sind die Stärken der deutschen Wirtschaft, die Garanten ihres Erfolges und die Grundlage unseres Wohlstandes. Deshalb ist der Schutz des Geistigen Eigentums so wichtig und deshalb verdient es von jedermann Respekt.



Dr. Bernhard Rohleder
Hauptgeschäftsführer BITKOM

Plagiatsvorwürfe gab es bereits vor 2000 Jahren. Es existierte also bereits damals ein Bewusstsein für immaterielles Eigentum und dafür, dass die unzulässige Übernahme fremder Leistungen nicht akzeptabel ist. Jedoch konnten Immaterialgüter damals schlecht geschützt werden. Im Laufe der Zeit hat ihr Austausch immer weiter an Relevanz gewonnen und Gesellschaft und Wirtschaft wurden zunehmend abhängig von kreativen und erfinderischen

Leistungen. Die Notwendigkeit, diese zu schützen, rückte notwendigerweise immer mehr in den Fokus. Im heutigen digitalen Zeitalter kann theoretisch jedermann perfekte Vervielfältigungen herstellen. Das Internet wiederum ermöglicht es, diese Kopien überall auf der Welt an unzählige Personen zu verteilen. Das stellt viele Geschäftsmodelle vor neue Herausforderungen. Gleichzeitig bieten die neuen Technologien aber auch ungeheures Potenzial und Chancen. Das Internet stellt ein unermessliches Angebot an Informationen und kreativen Inhalten zur Verfügung, welche Kreative wiederum inspirieren und bei der Recherche unterstützen. Digitale Technologien erleichtern den Schaffensprozess maßgeblich und ermöglichen ihn für einzelne Personen überhaupt erst. Immer mehr Menschen werden kreativ und können ihre Inhalte immer effizienter online vertreiben. Es ist daher notwendig, die richtige Balance zwischen Schutz und Freiräumen zu finden und im Bewusstsein der Wissensgesellschaft zu verankern.

These 2:

Geistiges Eigentum ist unser wichtigstes Zukunftskapital

- Industriestaaten wie Deutschland können ihre wirtschaftlichen Erfolge kaum mehr auf die Nutzung materieller Ressourcen, wie z.B. Rohstoffe, stützen. Vielmehr ist für uns das immaterielle Kapital Voraussetzung für Innovation und damit Schlüssel zum Erfolg: Das Kapital des 21. Jahrhunderts liegt in den Köpfen.
- Der Schutz Geistigen Eigentums bewirkt so die Sicherung gegenwärtiger und künftiger Arbeitsplätze sowie den weiteren wirtschaftlichen Erfolg – gerade auch in Krisenzeiten.
- Anstrengungen zum Schutz Geistigen Eigentums sind daher ein gemeinsamer Auftrag an Politik, Wirtschaft und Gesellschaft für den Wirtschaftsstandort und letztlich zum Wohle aller.



■ Gastbeitrag

Rainer Brüderle

Bundesminister für Wirtschaft und Technologie

Deutschland auch bereits nahe an dem drei-Prozent-Ziel (FuE/BIP), das die Europäische Union erreichen will. Das spiegelt sich auch bei den Patentanmeldungen beim Europäischen Patentamt wider: Mit einem Anteil von 23 Prozent liegt Deutschland auf dem ersten Platz. Innovationsfähigkeit ist deshalb von herausragender Bedeutung für unser Wirtschaftswachstum und die Wettbewerbsfähigkeit des Standorts Deutschland.

Das Geistige Eigentum, das in neuen Produktideen, Verfahrenstechnologien oder Designs steckt, ist für die deutsche Wirtschaft ein entscheidender Faktor und Grundlage von Wachstum und Arbeitsplätzen. Dies gilt insbesondere für kleine und mittlere Unternehmen, deren Kapital oft nur auf einer einzigen Technologie basiert.

In vielen Industriezweigen ist die Innovationstätigkeit auch extrem kostenträchtig, zum Beispiel in der

Deutschland hat den Wandel zur Wissensgesellschaft längst vollzogen. Circa 30.000 selbst forschende sowie 110.000 innovative Unternehmen geben pro Jahr etwa 56 Milliarden Euro (2009) für Forschung und Entwicklung (FuE) aus. Mit einem FuE-Anteil von 2,8 Prozent des Bruttoinlandsprodukts gehört Deutschland weltweit zur Spitzengruppe der innovativen Länder. Damit liegt

Pharmaindustrie mit ihren aufwändigen Forschungs-, Entwicklungs- und Zulassungsphasen. Damit der Anreiz zur Innovation nicht verloren geht, muss die wirtschaftliche Verwertung von Ideen so geschützt werden, dass die Kosten von Neuentwicklungen erwirtschaftet werden können. Deutschland hat mit seiner global tätigen Wirtschaft ein vitales Interesse daran, dass Marken- oder Patentrechte nicht nur in Deutschland geschützt und effizient durchgesetzt werden können, sondern weltweit.

■ Entstehungsgründe für Produktpiraterie: Globalisierung, institutionelle Schwächen, mangelndes Bewusstsein

Die Globalisierung der Wirtschaft ist ein zentraler Faktor für die Entwicklung von Produkt- und Markenpiraterie hin zum Massenphänomen. Die Fälschung globaler Marken verspricht Fälschern unkomplizierte Erfolge. Das technologische Produktionsniveau ist insbesondere in den aufstrebenden Schwellenländern inzwischen so weit entwickelt, dass Produkte nahezu überall nachgefertigt werden können. Je größer die Absatzmärkte werden, desto mehr rentiert sich die illegale Produktion von nachgeahmten Gütern. Zudem bieten die hohen Gewinnmargen des Pirateriemarkts einen großen Anreiz für Plagiatoren: Fälscher müssen keine Kosten für die Produktentwicklung kalkulieren, sie zahlen keine Steuern und verfügen meistens über billige Arbeitskräfte. Bei ohnehin stark beworbenen Markenprodukten erübrigt sich außerdem ein eigenes Marketing.

Diese Entwicklungen gehen Hand in Hand mit Schwächen der staatlichen Regulierung. Der Rechtsrahmen entspricht in vielen Schwellenländern inzwischen zwar internationalen Standards. In der Realität klafft jedoch oft eine große Lücke zwischen dem, was auf dem Papier steht, und der tatsächlichen Anwendung der Vorschriften. Insbesondere bei der zivil- oder strafrechtlichen Durchsetzung geistiger Eigentumsrechte sind Mängel an der Tagesordnung. Auch sind die behördlichen Kontrollaktivitäten in vielen Schwellenländern noch nicht sehr ausgeprägt, so dass das Aufdeckungsrisiko für Fälscher und Käufer von Plagiaten gering ist.

Ein weiterer Grund für den Trend zur Piraterie ist das zum Teil unterschiedlich ausgeprägte gesellschaftliche Unrechtsbewusstsein. Rechtstraditionen können dabei eine Rolle spielen. In einigen Schwellenländern gilt traditionell das Kopieren als Wertschätzung des Ideengebers und nicht als Rechtsbruch, was nicht gerade förderlich für ein Konzept geistiger Eigentumsrechte nach westlichem Vorbild ist. Aber auch in Deutschland gibt es viel Aufklärungsbedarf angesichts der Tatsache, dass zum Beispiel illegales Kopieren von Musik und Filmen immer noch weithin als Kavaliersdelikt betrachtet wird.

Die Bundesregierung setzt sich deshalb für Verbesserungen auf internationaler Ebene ein. Dazu gehörte der während der deutschen G8-Präsidentschaft im Jahr 2007 initiierte „Heiligendamm-Prozess“, der gemeinsam mit großen Schwellenländern eine wirksamere Durchsetzung geistiger Eigentumsrechte angestoßen hat. Die Bundesregierung setzt sich dafür ein, diesen Diskussionsprozess auch im G20-Format weiterzuführen. Daneben konnten Ende 2010 die Verhandlungen zu einem neuen internationalen Abkommen zum verstärkten Schutz gegen Produktpiraterie (sog. Anti Counterfeiting Trade Agreement - ACTA) zwischen der Europäischen Union, Japan, USA und anderen Ländern erfolgreich zum Abschluss gebracht werden. Ziel dieses Abkommens ist es, einen sicheren und effizienten rechtlichen Rahmen für die internationale Bekämpfung der Produkt- und Markenpiraterie zu schaffen. Die Verankerung von schärferen Regeln zur Durchsetzung geistiger Eigentumsrechte in Freihandelsabkommen zwischen der EU und Drittstaaten ist ein weiterer Baustein der Gesamtstrategie.

■ Staatliche Maßnahmen in Deutschland und der EU

In Deutschland finden Unternehmen gute Rahmenbedingungen für die Durchsetzung ihrer geistigen Eigentumsrechte vor. Dies wurde von der Internationalen Handelskammer (ICC) bestätigt. Darin wird Deutschland neben den USA und Großbritannien von Unternehmensvertretern als führend im Kampf gegen Marken- und Produktpiraterie eingestuft.

These 3: Erfindungen brauchen Patente

- Die zwingende Veröffentlichung der Erfindung im Patentierungsverfahren ermöglicht die Erfindung zu teilen und gleichzeitig ihren Wert zu bewahren. Die „Atempause“, die ein Patent im Wettbewerb verschafft, stellt einen wichtigen Vermögenswert für den Erfinder dar und kann z.B. als Sicherung für Kredite die weitere Unternehmensentwicklung befördern.
- Patente müssen höchstmögliche Rechtssicherheit bieten und sollten kostengünstig erlangt werden können. Wichtig ist dafür Kompetenz der zuständigen Behörden und Gerichte. Trivialpatente müssen ausgeschlossen bleiben.
- Die Hightech-Industrie und andere arbeiten grenzüberschreitend. Daher gelten diese Voraussetzungen auch und gerade auf europäischer Ebene. Politische Zielsetzungen zur Verstärkung der Rechtssicherheit in Patentverfahren und Kostenreduzierung bei Erwerb der Patente sind der richtige Weg.



■ Gastbeitrag

Cornelia Rudloff-Schäffer

Präsidentin des Deutschen Patent- und Markenamts

der Erfindung an die Öffentlichkeit mit einem zeitlich begrenzten Schutzrecht belohnt. So profitieren beide Seiten - Innovations- und Wissenszuwachs der Allgemeinheit sowie Wettbewerbsvorteile des Patentinhabers stehen im Einklang.

Dieses System funktioniert allerdings nur dann, wenn viele Erfinder bereit sind, Patente anzumelden und Patente nur bei „echten“ technischen Innovationen erteilt werden. Im Deutschen Patent- und Markenamt beachten wir diese Vorgaben. Die intensive Aus- und Fortbildung der Patentprüferinnen und -prüfer, ein standardisiertes Qualitätsmanagementsystem und moderate Gebühren tragen dazu bei, dass qualitativ hoher Schutz für Jedermann zugänglich ist.

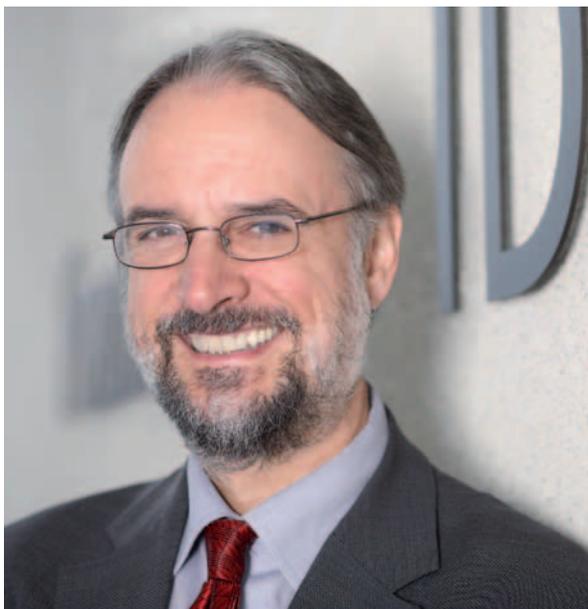
Bei technischen Entwicklungen prallen zwei unterschiedliche Interessen aufeinander, die auf den ersten Blick unvereinbar erscheinen: das Streben des Erfinders, seine Innovation wirtschaftlich allein zu verwerten und die Forderung nach Kenntnis und Nutzung der Neuentwicklung. Die Lösung heißt: Patent. Nach dem Prinzip Leistung und Gegenleistung wird der Patentinhaber für die Preisgabe

■ Wachstumsmotor Innovation

Die Zahl der registrierten Patente ist ein wichtiger Indikator für die technologische Leistungsfähigkeit eines Landes und einer Branche. Die Innovationsfreundlichkeit der deutschen Informations- und Telekommunikationswirtschaft spiegelt sich auch in diesen Zahlen wieder:

Rund 22% der deutschen Patentanmeldungen beim Europäischen Patentamt entfallen auf ITK-Technologien. Mit mehr als 5100 Patentanmeldungen im Bereich ITK beim Europäischen Patentamt ist Deutschland europäischer Spitzenreiter und wird nur von USA und Japan übertroffen

(Datenbasis: EPA, 2006)



■ Gastbeitrag

Prof. Dr.-Ing. Karlheinz Brandenburg

Leiter des Fraunhofer-Instituts für Digitale

Medientechnologie IDMT, Ilmenau

Vielfach ist gar nicht bekannt, dass Patente erfunden wurden, damit Wissen über neue Technik der Allgemeinheit zugänglich gemacht werden kann. Vor der Einführung des Patentwesens wurden neue Technologien geheim gehalten, was einen Wettbewerbsvorsprung für die Erfinder zur Folge hatte. Mit Patenten wird Neues frühzeitig veröffentlicht. Im Gegenzug erhält der Erfinder auf eine bestimmte Zeit das Monopol auf die wirtschaftliche Verwertung. Es

handelt sich also um ein von vornherein beschränktes Monopol. Im heutigen Standardisierungswesen ist dieses Monopol noch weiter eingeschränkt. In der International Organization for Standardization (ISO) und anderen Organisationen werden nur Technologien standardisiert, bei denen die Patenthalter (aktuelle und potentielle) zustimmen, dass sie Lizenzen unter fairen Bedingungen („reasonable and non-discriminatory“ – RAND) vergeben. Ohne die Möglichkeit der Patentierung lohnt sich die kostenintensive Forschung nur noch für vollständig öffentlich geförderte Einrichtungen sowie für große Industrieunternehmen, die ihre proprietäre Technologie eigenständig vermarkten. Mit Patenten und RAND-Bedingungen ist es aber für viele Firmen möglich, in neue Ideen zu investieren. Alle können so Zugang zu Innovationen erhalten und die Ideen in Produkte verwandeln.

These 4:

Markenschutz ist Verbraucherschutz

- Die Vorteile von Marken liegen vor allem auch im Interesse der Konsumenten, denn sie identifizieren und unterscheiden Unternehmen, Produkte und Dienstleistungen von denen anderer Unternehmen. Sie schützen so vor minderwertigen oder sogar gefährlichen Produkten.
- Marken bedeuten für den Kunden einen Herkunftsnachweis. Die Bekanntheit eines Herstellers oder Erfahrung mit dem Produkt sorgen für Vertrauen in gleichbleibende Qualität oder sind wertvoller Indikator bei der Suche nach neuen Produkten.
- Zu diesen Zwecken investieren Unternehmen erhebliche Mittel, um starke Marken aufzubauen, zu erhalten und zu schützen. Der daraus resultierende hohe Vermögenswert ist entsprechend schutzbedürftig.



■ Gastbeitrag

Volker Smid

Vizepräsident BITKOM

Vorsitzender der Geschäftsführung Hewlett-Packard GmbH

Markennamen und Unternehmenskennzeichen haben in der Wirtschaftswelt eine lange und erfolgreiche Tradition. Sie dienen der eindeutigen Erkennbarkeit bzw. Wiedererkennung eines Produktes oder einer Dienstleistung und verweisen auf die Herkunft und damit auf Qualitätsmerkmale. Kunden verbinden mit Markenbezeichnungen eigene Erfahrungswerte oder ein Unternehmensimage. Das gilt für langjährig etablierte „Brands“ ebenso wie

für neu eingeführte Markenbezeichnungen. Gerade die IT-Industrie hat in den letzten Jahren – obwohl sie vergleichsweise jung ist – eine Reihe von Marken „gesetzt“: Viele der weltweit erfolgreichsten und damit auch wertvollsten Brands stammen aus unserer Branche und stehen für Kontinuität und Wertschätzung von Innovation. Und sie stehen für die Erfüllung von Kundenerwartungen. Produktkennzeichen dienen Unternehmen wie Verbrauchern gleichermaßen. Sie ermöglichen die sofortige Assoziation eines Produkts mit dem herstellenden Unternehmen und damit gleichzeitig eine Unterscheidbarkeit von anderen Marktteilnehmern. Der gute Ruf von Unternehmen und eigene Erfahrungen leiten den Konsumenten nachhaltig bei seinen Kaufentscheidungen und Empfehlungen. Eine eindeutig zuordenbare Kennzeichnung bietet die Gewähr und schafft Vertrauen, dass auch künftige Produkte eine gleiche Qualität aufweisen. Hersteller und Anbieter verpflichten sich, dieses Vertrauen unter Beweis zu stellen und investieren erheblich und durchgängig in

dieses Qualitätsversprechen. Das fängt bereits bei der Produktentwicklung an und betrifft die Produktion und die Zusammenarbeit mit Vorlieferanten ebenso wie das Design, die Verknüpfung von Produkt und Marke und damit die eigentliche Vermarktung, den Vertrieb und den Kundendienst. Genau diese Verknüpfung von Unternehmen und Produkt, die der Verbraucher durch die Marke vornimmt, macht die Investition in attraktive Angebote lohnenswert. Über den Erfolg eines einzelnen Produkts hinaus kann so die Wertschätzung beim Kunden auf das Unternehmen übertragen werden. Durch die Marke werden dauerhafte Unternehmenswerte geschaffen. Daraus ergibt sich die unmissverständliche Forderung, dass der Markeninhaber ein weitgehend exklusives Recht an seiner Bezeichnung als „Geistiges Eigentum“ hat und Marken gegen Plagiate und unlautere Anlehnung rechtlich geschützt werden. Anderenfalls ist eben keine Zuordnung zu dem Originalhersteller möglich und der Kunde läuft Gefahr, qualitativ minderwertige oder sogar gefährliche Waren zu erwerben. Genau davor sollen ihn Markenbezeichnungen bewahren, und darauf muss der Kunde auch vertrauen können. Markenbekanntheit, Verbrauchertreue und Vertrauen in die Qualität sind gesamtgesellschaftlich sinnvoll und erfordern entsprechenden Schutz.

	Unternehmen	Markenwert (Mrd. US\$)
1		114,3
2		86,4
3		83,2
4	Microsoft [®]	76,3
10		44,4
12		39,7
14		30,7
15	amazon [®]	27,6
19	ORACLE [®]	24,8
20		24,7

Innerhalb der zwanzig wertvollsten Marken sind zehn ITK-Unternehmen vertreten (Datenbasis: BrandZ Top 100 Most Valuable Global Brands 2010)

■ Bedeutung von Domainnamen

Anfang 1985 wurde mit symbolics.com der erste jemals registrierte Domainname angemeldet – mittlerweile gibt es weltweit mehr als 200 Millionen. Die in Deutschland wichtigste Domainendung .de wird im Jahr 2011 wahrscheinlich die 15-Millionen-Marke übersteigen. Dass auch Domainnamen werthaltig sind, demonstriert die Tatsache, dass sie Gegenstand regen Handels sind, bei dem teilweise Preise in Millionen-Höhe erzielt werden. Für 2011/2012 ist durch die internationale Domain-Verwaltung ICANN die Einführung hunderter neuer Domainendungen (sog. Top Level Domains) vorgesehen. Nutzer könnten dann unter neuen generischen Endungen wie .berlin, .film oder .hotel Domainnamen registrieren. Für Unternehmen besteht die Möglichkeit, eine eigene Domainendung zu beantragen. Domainnamen können einerseits mit bestehenden Namens-, Marken- und Titelrechten kollidieren. Andererseits können durch ihre Verwendung eigene Rechte an der Wortfolge entstehen, ohne dass es zuvor einer entsprechenden Marke oder Firma bedurfte.

These 5: Software ist Schutzgut eigener Art

- In Software fließen viele Innovationen und Investitionen, die für den Anwender meist unsichtbar bleiben. Durch den Schutz des Urheberrechts kann der Hersteller über die Vervielfältigung, Verbreitung, Bearbeitung und öffentliche Wiedergabe bestimmen. Erst so wird die Software für ihn handelbar.
- Open Source und Urheberrecht sind kein Widerspruch. Hier wie dort disponiert der Urheber über seine Rechte, um bestimmte Formen der Nutzung zu ermöglichen. Wirtschaftliche Wertschöpfung erfolgt entweder durch Lizenzgebühren oder auf nachgelagerter Ebene, etwa durch Wartung oder Anpassung.
- Damit der Urheber nachvollziehen kann, dass seine Software rechtmäßig genutzt wird, ist insbesondere bei der Weiterübertragung bloßer Nutzungsrechte die Zustimmung des Rechteinhabers erforderlich.



■ Gastbeitrag

Prof. Dr. Winfried Bullinger

Rechtsanwalt, Partner bei CMS Hasche Sigle, Berlin

■ „Second-hand-Software“ und Urheberrecht

Der Käufer einer Software-CD ist frei, diese nach Belieben weiterzuveräußern, wenn er selbst die Software nicht mehr benötigt. Das Recht, etwa ein gebrauchtes Buch, eine gebrauchte Musik-CD oder eine Film-DVD weiterverkaufen zu dürfen, ist uns allen vertraut. Es ergibt sich

aus dem sogenannten urheberrechtlichen Erschöpfungsgrundsatz. Ein Verlag, der ein Buch in den Handel bringt, verdient an jedem Buch einmal. Bei der Weiterveräußerung des dann gebrauchten Buchs durch den Käufer verdienen der Autor und sein Verlag nicht noch einmal. Das Urheberrecht an dem Buchexemplar ist erschöpft. Der Urheber und sein Verlag verdienen den Urheberobolus für jedes Werkexemplar einmal. An der Weiterveräußerung verdienen sie nichts mehr und können diese auch nicht verhindern. Dieser allgemeine und wohl vertraute urheberrechtliche Grundsatz gilt auch im Bereich der Software. Software ist als Sprachwerk durch das Urheberrechtsgesetz geschützt. Eine Software-CD wird hier also wie eine Musik-CD behandelt.

Immer noch umstritten ist die Frage, ob gebrauchte Software auch dann weitergehandelt werden darf, wenn das Softwareunternehmen keine CD oder einen anderen vergleichbaren physikalischen Träger verbreitet hat.

Bietet das Softwareunternehmen die Software seinen Kunden beispielsweise über das Internet zum Download an oder verschickt die Software-Datei ohne körperlichen Träger, so stellt sich die Frage nach dem Recht zur Weitergabe unter einem anderen Blickwinkel. Es gibt keinen körperlichen Gegenstand, den das Softwareunternehmen verbreitet hat. Es fehlt damit an einem Anknüpfungspunkt für das urheberrechtliche Erschöpfungsprinzip. Das Urheberrechtsgesetz verbindet das beschriebene Erschöpfungsprinzip fest mit einem körperlichen Originalträger. Fehlt es an einem solchen, wie bei einem Downloadangebot, so sieht das Urheberrechtsgesetz auch keine Erschöpfung vor. Im Ergebnis führt dies zu einer Ungleichbehandlung beim Handel mit Gebrauchtssoftware. Der Handel ist rechtmäßig, wenn der Softwarehersteller die Software auf einer CD vertrieben hat. Er ist unrechtmäßig, wenn der Softwarehersteller die Software seinem Kunden lediglich zum Download bereitgestellt hat. Die Ungleichbehandlung beider Fallgruppen des Handels mit gebrauchter Software wird kritisch diskutiert. Interessierte Softwarehändler, manche Softwarekunden und ihre juristischen Vertreter erheben die Forderung, dass gebrauchte Software gehandelt werden können muss, egal auf welche Weise der Softwarehersteller sie

in den Verkehr gebracht hat. Der Streit hat verschiedene Oberlandesgerichte bereits beschäftigt. Der Bundesgerichtshof hat Anfang Februar diese Frage dem Europäischen Gerichtshof vorgelegt. Obgleich die Entscheidungen wegen der häufig komplizierten Sachverhalte noch nicht ganz auf einen Nenner zu bringen sind, ist eine klare Tendenz in der Rechtsprechung erkennbar. Die Gerichte beschränken den urheberrechtlichen Erschöpfungsgrundsatz auf Softwareprodukte, die auf einem körperlichen Träger wie einer CD vertrieben worden sind. Eine Ausdehnung dieses Erschöpfungsgrundsatzes mit dem juristischen Werkzeug der „Analogie“ bei Annahme einer Gesetzeslücke lehnen sie ab. Zu Recht. Der Gesetzgeber hat die freie Handelbarkeit bewusst auf körperliche Träger beschränkt. Der Softwarehersteller sollte wie jeder andere Urheber es in der Hand haben, ob er die Software auf einer CD vermarktet und damit zum handelbaren Gut macht. Das Gesetz gibt ihm bewusst die Entscheidung in die Hand, den Weiterhandel seiner Software zu unterbinden. Die Kontrolle über den weiteren Handel mit bloßer Software ließe sich auch praktisch kaum kontrollieren. Der Softwarehersteller müsste die beliebige Verbreitung seiner Software befürchten. Die Linie der Rechtsprechung ist deshalb zu unterstützen.

■ Schutz durch Urheber- und Patentrecht

Mit dem Aufkommen von Computerprogrammen und der Möglichkeit von Vervielfältigung und Weitergabe stellte sich zwangsläufig die Frage nach ihrer Zuordnung in das System geistiger Schutzrechte. Hierfür boten sich vor allem Urheber- und Patentrecht an.

Nach den Vorschriften des Europäischen Patentübereinkommens (EPÜ) und des deutschen Patentgesetzes ist Software als solche nicht patentierbar. „Softwarepatente“ werden daher in Deutschland und Europa nicht erteilt. Für Software kommt Patentschutz nur in Frage, wenn im Programm eine Erfindung enthalten (implementiert) ist – und auch nur, wenn diese Erfindung neu und nicht nahe liegend ist – sog. computerimplementierte Erfindungen.

Ausdrücklich als geschützter Gegenstand werden Computerprogramme im Urheberrecht aufgeführt – als Sprachwerk. Der Schutz entsteht automatisch ohne Formalitäten und praktisch jedes Computerprogramm ist geschützt. Die Schutzwirkung beschränkt sich hier allerdings auf die konkrete Ausdrucksform des Programms – also den Quellcode, Objektcode und andere Darstellungsformen.

These 6:

Produkt- und Markenpiraterie müssen effektiv eingedämmt werden

- Piraterie erscheint vielen noch immer als Kavaliersdelikt. Politik, Wirtschaft und Gesellschaft müssen Botschafter für den Schutz geistigen Eigentums werden und so das Bewusstsein für die negativen Auswirkungen von Plagiaten für jeden Einzelnen stärken.
- Praxisprobleme bei der Durchsetzung von Schutzrechten müssen reduziert werden: Eine gute personelle und technische Ausstattung der Behörden gehört ebenso dazu wie Informationsaustausch zur Identifizierung gefälschter Produkte und deren Verbreitungswege.
- Verbraucher, Unternehmen aber auch Behörden sollten Vorsorge treffen, Piraterie aus dem jeweiligen Lebensbereich auszuschließen. Gerade im IT-Bereich werden von der Industrie zahlreiche Hilfestellungen angeboten, etwa konkrete Hilfe zur Erkennung von Fälschungen oder Technologien zum Lizenzmanagement.



■ Gastbeitrag

Dr. Paul Wamers

Präsident des Zollkriminalamtes, Köln

Unternehmen. Diese Ideen und Innovationen sind nur dann wirtschaftlich sinnvoll nutzbar, wenn sie durch ein effizientes System geschützt werden.

Aus einer Studie der Internationalen Handelskammer im Rahmen von BASCAP – Business Action to Stop Counterfeiting and Piracy – geht hervor, dass Deutschland neben den USA, GB und Frankreich, zu den vier weltweit führenden Staaten hinsichtlich der Rahmenbedingungen zum Schutz des Geistigen Eigentums sowie der Bekämpfung entsprechender Zuwiderhandlungen gehört.

Diese, aus deutscher Sicht erfreuliche Feststellung, kann aber nicht darüber hinwegtäuschen, dass der durch Produkt- und Markenpiraterie verursachte wirtschaftliche

Der Schutz des Geistigen Eigentums steht heute mehr denn je im Brennpunkt nationaler und internationaler Debatten im wirtschaftlichen und politischen Leben. Ideen und Innovationen sind – insbesondere in Hochlohnländern – häufig das wertvollste Kapital der

Schaden inzwischen bedrohliche Ausmaße angenommen hat. Zum Beleg hierfür einige Zahlen:

Die deutsche Zollverwaltung hat im vergangenen Jahr in nahezu 10.000 Fällen schutzrechtsverletzende Waren im Originalwert von 363 Millionen Euro beschlagnahmt – das ist im Vergleich zu den Vorjahren ein konstanter Wert auf hohem Niveau. Europaweit erhöhte sich die Gesamtmenge der von den Zollverwaltungen der Europäischen Union beschlagnahmten Falsifikate auf insgesamt 400 Millionen Artikel, eine erneute Steigerung gegenüber dem Vorjahr um nahezu 100 %. Angesichts des Umfangs sowie der Komplexität des Phänomens „Produkt- und Markenpiraterie“ handelt es sich um eine gesamtgesellschaftliche Herausforderung, der sich auch die Strafverfolgungs- und Ermittlungsbehörden zu stellen haben.

Denn Produkt- und Markenpiraterie ist kein Kavaliersdelikt, sondern ein lukrativer Bereich der Wirtschaftskriminalität, in dem erhebliche Gewinne mit vergleichsweise geringem Risiko erzielt werden.

Die Bekämpfung dieses Kriminalitätsbereichs ist eine der zentralen Aufgaben des deutschen Zollfahndungsdienstes, der wir uns gemeinsam mit den zuständigen Staatsanwaltschaften und Polizeidienststellen widmen. Aus Sicht der Zollfahndung ist eine wirkungsvolle Bekämpfung dieses Kriminalitätsphänomens da besonders erfolgreich, wo eine enge und vertrauensvolle Zusammenarbeit mit den Rechteinhabern erfolgt.

Die Anzahl der bei der Zentralstelle Gewerblicher Rechtsschutz – ZGR – gestellten Anträge auf Grenzbeschlagnahme steigt Jahr für Jahr kontinuierlich.

Von nur 68 Anträgen dieser Art im Jahre 1995 verzeichnete die ZGR im vergangenen Jahr 911 Anträge. Und diese Zahl wird sicher im nächsten Jahr die Grenze von 1.000 Anträgen überschreiten. Aber alle zuständigen Behörden dürfen in ihren Anstrengungen nicht nachlassen. Der Kriminalitätsbereich der Marken- und Produktpiraterie ist inzwischen durch international operierende und bestens organisierte kriminelle Banden besetzt. Deren nachhaltige Bekämpfung muss ein Ziel für die Zollfahndung bleiben – zur Sicherheit der einheimischen Wirtschaft und zum Schutz des deutschen und auch des europäischen Bürgers.

Die Zollfahndung bringt ihre Kooperationsmöglichkeiten mit anderen Behörden und mit den Inhabern der Schutzrechte weiterhin gerne ein, um das Risiko für die handelnden Täter zu erhöhen. Hierzu zählen neben einem ständigen Informations- und Erkenntnisaustausch zwischen den Behörden auch über das Zollkriminalamt koordinierte zielgerichtete Kontrolloperationen auf nationaler und internationaler Ebene. Unsere intensive Kooperation mit europäischen und weltweit agierenden Behörden wie dem zur Europäischen Kommission gehörenden Europäischen Betrugsbekämpfungsamt OLAF oder der ebenfalls in Brüssel ansässigen Weltzollorganisation ist hierfür ebenso unabdingbare Voraussetzung wie auch die Zusammenarbeit zwischen Markeninhabern und Zollfahndung.

Und hierzu reichen wir allen von der Markenpiraterie Betroffenen die Hand – für eine gemeinsame Anstrengung zum Wohle unserer Bevölkerung und zum Schutz der einheimischen Arbeitsplätze.

These 7:

Angemessene Antworten auf Internetpiraterie müssen gefunden werden

- Im Internet lässt sich die Spur von Schutzrechtsverletzern häufig nur mit Hilfe der Zugangsvermittler aufdecken. Auskunftsansprüche der Rechteinhaber müssen als wichtiges Element der Rechtsverfolgung den Ausgleich zwischen Interessen der Rechteinhaber, Provider und mutmaßlichen Verletzern suchen.
- Vor allem in der digitalen Umwelt müssen alle Durchsetzungsmaßnahmen eine Balance zwischen dem Schutz Geistigen Eigentums und anderen grundrechtsrelevanten Positionen sicherstellen. Nicht zuletzt dürfen sie nicht ungebührlich in die Privatsphäre eingreifen und müssen sich im Rahmen datenschutzrechtlicher Bestimmungen bewegen.
- Die Unterstützung der Pirateriebekämpfung durch Politik und Regierung ist ermutigend. Die Ausarbeitung konkreter Lösungen sollte jedoch, wie beabsichtigt, einem branchenübergreifenden Dialog und daraus resultierenden Kooperationen überlassen bleiben.



■ Gastbeitrag

Dr. Holger Enßlin

Vorstand Recht, Regulierung & Distribution
der Sky Deutschland AG

Das Internet ermöglicht Zugang zu Informationen und die Verbreitung kreativer Inhalte. Es entsteht Wettbewerb und Medienvielfalt für den Konsumenten. Nur ein modernes Urheberrecht bietet die Chance, das darin liegende Wachstumspotential auszuschöpfen. In den nächsten vier Jahren wird die Verbreitung von Videodateien im Internet

stark zunehmen und den Hauptteil des Internetverkehrs ausmachen. Das Internet als Verbreitungsweg audiovisueller Inhalte wird weiter an Bedeutung gewinnen. Die Einräumung und der Schutz exklusiver Rechte an Inhalten sind dabei ein wichtiger Baustein für erfolgreiche Angebote. Wichtig ist vor allem die Bekämpfung illegaler Angebote unter angemessener Einbeziehung der Rolle der ISPs sowie die Stärkung der eigenen Marke zu deren Auffindbarkeit im „Netz“. Um einen hinreichenden Schutz zu gewährleisten, müssen die rechtlichen Grundlagen weiterentwickelt werden. Es gilt, das gesellschaftliche Unrechtsbewusstsein gegenüber Piraterie zu schärfen. Nach ersten Erfolgen bei der Pirateriebekämpfung kann aufgrund des Wachstums des Internetverkehrs keine Entwarnung gegeben werden. Die Einführung eines Warnhinweismodells könnte helfen, das Bewusstsein für die Notwendigkeit des Schutzes Geistigen Eigentums zu stärken. Weitere Instrumente wie die gemeinsame

Unterbindung des Zugriffs auf illegales Livestreaming würden die Internetpiraterie weiter begrenzen. Nur wenn der geltende Rechtsrahmen Urheberrechte schützt, können sich legale neue Geschäftsmodelle im Internet entwickeln. Inhaltenanbieter, Infrastrukturbetreiber und Nutzer



■ Gastbeitrag

Wolfgang Kopf, LL.M

Leiter Zentralbereich Politik und Regulierung
der Deutschen Telekom AG

Das Internet ist der Impulsgeber für technologischen Wandel und veränderte Nutzungsszenarien in der Contentindustrie. Es ist die Basis für neue, innovative und attraktive Geschäftsmodelle. Das Urheberrecht muss flexibel diese Entwicklungen aufgreifen und die Innovationen absichern und fördern. Bereits heute sind digitale Inhalte aus unserem Lebensalltag nicht mehr wegzudenken - sie sind Quelle hochwertiger Information, Grundlage unterschiedlicher gesellschaftlicher, politischer und auch wirtschaftlicher Entscheidungen. Das Internet verbreitet diese Inhalte. Auf Basis des Internets wandelt sich auch das Nutzungsverhalten: Inhalte werden unabhängig von Endgeräten, vom Ort und von der Zeit nutzbar. Insbesondere Streaming- oder cloudbasierte Inhalteangebote aber auch Verknüpfungen mit Social Communities werden für den Verbraucher zunehmend wichtiger. Allerdings ist dies immer noch durch eine „Kostenlos-Kultur“ gekennzeichnet. Der Kreativwirtschaft und der ITK-Branche muss es

können dann von den neuen Möglichkeiten profitieren, wenn die Politik und der Gesetzgeber angemessen reagieren. Wettbewerb für eine nutzerorientierte Medienvielfalt wird dann auch in Zukunft Wachstum und Beschäftigung generieren.

gelingen, innovative Geschäftsmodelle auf dem Markt zu etablieren, die sich an den veränderten Gewohnheiten und Erwartungen der Verbraucher orientieren und eine notwendige Monetarisierung digitaler Inhalte ermöglichen. Ein wichtiger Erfolgsfaktor ist neben der Nachfrage der Verbraucher auch die künftige Ausgestaltung des Urheberrechts. Das Urheberrecht muss künftig flexibler und technologieneutral, wie z.B. bei Fragen der Weiter-sendung, ausgestaltet werden, um auf Entwicklungen auf Ebene der Technologie und der Geschäftsmodelle angemessen reagieren zu können. Dass sich dabei auch der Schutz von Inhalten anpassen muss, liegt auf der Hand. Allerdings sind dabei umfassende Sanktionsmechanismen nicht der richtige Weg. Zumal sich die Bekämpfung illegaler Nutzung digitaler Inhalte in Deutschland mit dem erweiterten zivilrechtlichen Auskunftsanspruch bewährt hat. Im europäischen Vergleich hat Deutschland die niedrigste Pirateriequote. Hieran muss sich auch zukünftig die Bekämpfung der Internetpiraterie orientieren. Rechtlich und politisch umstrittene Instrumente, wie z.B. die Einführung eines abgestuften Hinweis- und Sanktionsverfahrens, die Sperre des Zugriffs auf Download-Plattformen helfen nicht weiter, die Nachfrage und die Akzeptanz unter den Nutzern zu stärken. Dies ist allerdings eine der wichtigsten Aufgaben eines modernen Urheberrechts. Nur ein Urheberrecht, das innovative Geschäftsmodelle zulässt und fördert, hat eine wirkliche Zukunft.

These 8:

Verantwortlichkeitsregeln dürfen in der Praxis nicht überdehnt werden

- Unterschiedliche Wertschöpfungsstufen im Internet (Zugang, Bereitstellung von Plattformen, Einstellen von Inhalten durch verschiedene Parteien) erfordern klar abgegrenzte Verantwortlichkeiten. Hier gibt die E-Commerce-Richtlinie einen ausgewogenen Rechtsrahmen vor.
- Es ist Aufgabe des Gesetzgebers gegen eine von der Rechtsprechung ausgedehnte Verantwortlichkeit gegenzusteuern und die deutsche Rechtspraxis wieder in Einklang mit den europäischen Vorgaben zu bringen. Nur so können massive Rechtsunsicherheit und in der Praxis nicht mehr umsetzbare Überwachungspflichten vermieden werden.
- Ausufernde Überwachungspflichten für fremde Inhalte gefährden gesellschaftlich wünschenswerte und akzeptierte Dienste und Geschäftsmodelle, die für viele Menschen ihre wirtschaftliche Existenzgrundlage bilden.



■ Gastbeitrag

Prof. Dr. Gerald Spindler¹
Universität Göttingen

Daraus resultieren oftmals Versuche, die Verantwortlichkeitsregelungen einzuschränken und die Haftung auszuweiten. Hier gilt es, mit Augenmaß die richtige Balance zwischen Schutz der Rechteinhaber, einer effizienten Verfolgung ihrer Ansprüche einerseits und den neuen Technologien und dem Innovationspotential elektronischer Kommunikationsnetze andererseits zu finden.

In diesem Rahmen sind sowohl die Probleme von Rechteinhabern, die Verletzer ihrer Rechte ausfindig zu machen und zu sanktionieren, als auch die Schwierigkeiten, automatisiert Inhalte zu kontrollieren, zu berücksichtigen. Haftungs- und Verantwortlichkeitsregelungen sollten

Die Regelungen zur Verantwortlichkeit haben sich zwar größtenteils bewährt, Probleme bestehen aber nach wie vor bei der Einpassung in die tradierten Rechtsregeln.

¹ Der Verfasser ist von der EU beauftragt worden, eine rechtsvergleichende Studie über die Umsetzung der E-Commerce-Richtlinie und mögliche Konsequenzen anzufertigen. Die folgenden Ausführungen geben ausschließlich die persönliche Meinung des Verfassers wieder.

für die Beteiligten stärkere Anreize setzen, ihre Verfahren zur Kontrolle von rechtswidrigen Inhalten zu verbessern. Regelungen, die allein nur auf eine positive Kenntnis abstellen, können sonst sogar solchen Diensteanbietern schaden, die sich um eine Zusammenarbeit mit Rechteinhabern bemühen; denn damit werden nur diejenigen begünstigt, die den „Kopf in den Sand“ stecken. Notice-and-Take-Down-Verfahren können ein möglicher Ausweg sein. Allerdings müssen sie auch Anreize zur Fortentwicklung von Kontrollverfahren enthalten. Weitere Regelungsfelder werden Hyperlinks und Suchmaschinen ebenso wie neue Formen der Kommunikation sein.

Auskunftsansprüche gegen Provider stehen mit den allgemeinen Haftungs- und Verantwortlichkeitsregelungen im engen Zusammenhang. Ohne solche Auskünfte können

Rechteinhaber nicht ihre Rechte gegen Verletzer durchsetzen. Auch hängen Notice-and-Take-Down-Verfahren grundsätzlich davon ab, ob der Provider berechtigt ist, Auskünfte über Rechtsverletzer zu erteilen. Andererseits sind Belange des Datenschutzes zu berücksichtigen, da ein Provider nicht allein auf ein entsprechendes Begehren des Rechteinhabers hin die persönlichen Daten eines vermeintlichen Rechtsverletzers preisgeben darf. Der massive Einsatz von Strafverfahren (mit anschließender Einsicht in die Ermittlungsakten) stellt jedenfalls keine sinnvolle Alternative dar; die neuen Auskunftsansprüche sind zwar grundsätzlich geeignet, hier Abhilfe zu schaffen, doch bleiben nach wie vor etliche Grundsatzfragen, insbesondere des Verhältnisses zum Datenschutz und den verfassungsrechtlichen Grundlagen ungeklärt, etwa im Bereich der Vorratsdatenspeicherung.

Sechs Schritte des Notice-and-Take-Down-Verfahrens

Antragsverfahren

1. Rechteinhaber meldet an Host-Provider: Bitte um Beseitigung/Sperrung und/oder Auskunft. (eidesstattliche Versicherung des Rechteinhabers gegenüber Host-Provider, dass Rechtsbelehrung vorliegt)
2. Host-Provider beseitigt/sperrt vorläufig Inhalt XY und/oder erteilt Auskunft. (keine inhaltliche Prüfungspflicht des Host-Provider)

Sperrung/Löschung des Inhalts XY!

3. Host-Provider informiert Inhalte-Anbieter über Maßnahmen und Identität des Rechteinhaber

- 6b. Rechteinhaber unterlässt rechtliche Schritte innerhalb der Frist. Host-Provider kann Inhalt risikolos wieder zulassen.
- 6a. Rechteinhaber leitet rechtliche Schritte gegen Inhalte-Anbieter ein und informiert hierüber Host-Provider innerhalb der Frist. Inhalt bleibt bis auf weiteres gesperrt.
5. Host-Provider informiert über Widerspruch des Inhalte-Anbieter und gegenseitliche Frist für Erteilung rechtlicher Schritte.
4. Inhalte-Anbieter widerspricht Beseitigung.

Widerspruchsverfahren

These 9:

Pauschalabgaben rechtfertigen sich nur im analogen Bereich

- Das „digitale Zeitalter“ bietet dem Urheber grenzenlose Möglichkeiten, seine schöpferische Leistung ohne großen Aufwand zu publizieren und sich je nach Nutzungsnachfrage angemessen vergüten zu lassen. Damit der Urheber aber von diesen technischen Fortschritten profitieren kann, ist das Urheberrecht weiter dem digitalen Zeitalter anzupassen. Dafür müssen die Interessen aller – der Kreativen, der Verbraucher und der Wirtschaft – in Einklang gebracht werden.
- Kann der Urheber wie im Bereich der Privatkopie seine Rechte nicht selbst verwerten und erleidet er dadurch wirtschaftlichen Schaden, so wird dieser heute durch Pauschalabgaben kompensiert. Dies darf jedoch nicht zu einer Doppelbezahlung durch den Verbraucher führen, wie es beispielsweise aktuell im Onlinevertrieb die Regel ist.
- Gesetzlich verankerte Pauschalssysteme wie das Abgabensystem belasten nicht nur den deutschen Mittelstand durch immense Bürokratiekosten und Rechtsunsicherheit. Neben der gesamten deutschen Wirtschaft verspürt auch der Urheber den Nachteil eines solchen Pauschalsystems: Studien ergeben, dass über 50 % des Abgabewertes auf dem Weg vom Verbraucher bis zum Urheber verloren gehen.

■ Gastbeitrag

Prof. Dr. Christoph Degenhart

Universität Leipzig

Unter den Bedingungen des „digitalen Zeitalters“ sehen sich Gesetzgebung und Rechtsprechung stets von neuem vor die Herausforderung gestellt, dem Urheber das vermögenswerte Ergebnis seiner Leistung zuzuordnen und ihm hierbei eine angemessene Verwertung zu gewährleisten, ohne hierüber Interessen der Allgemeinheit am Informationszugang, aber auch die berechtigten Belange jener Kommunikationsmittler zu vernachlässigen, die die Infrastruktur für die Verbreitung der geistigen Schöpfung bereitstellen – zu ihnen zählen auch die Geräte- und Speichermedienhersteller. In diesem mehrpoligen verfassungsrechtlichen Interessengeflecht bestehen weitreichende Gestaltungsspielräume für einen sachgerechten Interessenausgleich. Deshalb ist auch für Inhalte, die der Urheber selbst frei zugänglich ins Internet einstellt, ohne von der Möglichkeit Gebrauch zu machen, sie kostenpflichtig zu stellen oder Kopierschutz vorzusehen,



ein Ausgleichsanspruch im Wege von Pauschalabgaben verfassungsrechtlich nicht geboten, wenn überhaupt gerechtfertigt. Generell gilt: Privatautonom getroffene Entscheidungen der Beteiligten sind zu achten.



■ Gastbeitrag

Dr. Fabian Niemann

Rechtsanwalt und Partner Bird & Bird LLP, Frankfurt

Urheber und Rechteinhaber sollen und müssen auch in der Informationsgesellschaft angemessen und fair geschützt und bezahlt werden. Dabei dürfen staatlich vorgegebene pauschale Vergütungsmodelle die Urheber nicht enteignen und die individuelle Verwertung und moderne digitale Geschäftskonzepte nicht zerstören. Das ist nicht nur nach der Urheberrechtsrichtlinie 2001/29/EG und den internationalen Urheberrechtskonventionen (TRIPS, RBÜ) rechtlich zwingend, sondern auch, wichtiger noch, für die Entwicklung des Standorts

Deutschlands im 21. Jahrhundert unerlässlich. Ohne attraktive Geschäftskonzepte gibt es keine Akzeptanz der Verbraucher und keine angemessenen Einnahmen, von denen die Urheber bezahlt werden können. Daher können pauschale Abgaben auf Geräte und Speichermedien nur ausnahmsweise in Ergänzung zu einer individuellen Vermarktung Platz greifen. In keinem Fall dürfen Pauschalabgaben zu einer von dem tatsächlichen Konsum vollständig abgekoppelten „Steuer“, die alle Verbraucher und sogar Unternehmen gleichermaßen trifft, oder zu einer Doppelbezahlung durch die Verbraucher für bereits durch Lizenzen oder Werbeeinnahmen finanzierte, erlaubte Werknutzung führen. Ein Unterbleiben der Anpassung der Pauschalabgaben an das digitale Zeitalter, in dem Rechteinhaber vielfältige Möglichkeiten der Individualverwertung haben, oder gar eine Ausweitung der Pauschalabgaben führt zu dem Bewusstsein der Verbraucher, alles sei bezahlt und alle (Raub)Kopien seien legal. Die Folge wäre ein Abgleiten in ein gesamt Kollektives System, das weder europa- und verfassungsrechtlich noch standortpolitisch zu vertreten wäre, innovative Unternehmen und Geschäftskonzepte aus dem deutschen Markt verdrängt und die Urheber nicht ernähren kann.

	Computer		Drucker		Scanner		Faxgeräte		Multi-funktions-Geräte	
	Privatgeräte	Geschäftsgeräte	Privatgeräte	Geschäftsgeräte	Privatgeräte	Geschäftsgeräte	Privatgeräte	Geschäftsgeräte	Privatgeräte	Geschäftsgeräte
Befragte Nutzer	1.730	484	1.576	456	730	134	402	399	1.334	740
Kopiervorgänge	53.090	49.834	35.368	28.325	10.112	1.246	4.219	15.993	35.344	58.016
relevanter Anteil	0,7 %	0,1 %	0,4 %	0,0 %	8,9 %	0,7 %	3,9 %	0,3 %	3,1 %	0,6 %
umstrittener Anteil	7,5 %	0,3 %	3,5 %	0,2 %	2,1 %	0,3 %	4,7 %	0,1 %	3,0 %	0,4 %

Der Anteil urheberrechtlich relevanter Kopiervorgänge liegt bei den meisten IT-Geräten weit unter zehn Prozent. (Quelle: TNS Infratest Rechtsforschung, 2008)

These 10:

Die kollektive Rechtewahrnehmung in Europa muss einfacher werden

- Der digitale Vertrieb kreativer Inhalte ist für die Gesellschaft des 21. Jahrhunderts von entscheidender Bedeutung. Dieser Wachstumsmarkt macht nicht an territorialen Grenzen halt und bedarf daher zumindest europaweiter Lösungen. Verwertungsgesellschaften müssen sich dem Wettbewerb stellen.
- Um die Verwertung urheberrechtlich geschützter Werke zu erleichtern, müssen Verwertungsgesellschaften und Lizenzierungssituation transparenter und die Rechtklärung einfacher werden. Statt einer weiteren Zersplitterung der Rechte müssen europaweite Lizenzen bei möglichst wenigen Rechteinhaltern eingeholt werden können.
- Im Interesse des Urhebers an einer möglichst weitreichenden Verbreitung und Verwertung müssen für den Content-Anbieter wirtschaftlich tragbare und für den Verbraucher attraktive Geschäftsmodelle ermöglicht werden.



■ Gastbeitrag

Dr. Stefan Ventroni

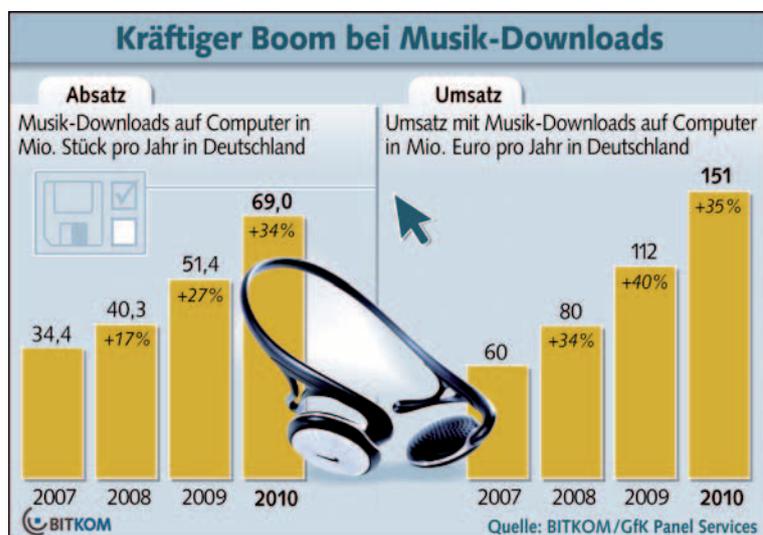
Rechtsanwalt, Partner bei Poll Straßer Ventroni Feyock, München

sie gewährleisten sog. „kollektiven Rechtewahrnehmung“ vom Gesetzgeber anerkannt. Für Urheber stellen Verwertungsgesellschaften die effektive Wahrnehmung der Rechte für solche Nutzungen sicher, die der Urheber individuell nicht kontrollieren könnte. Kein Komponist wäre etwa ohne die GEMA in der Lage, weltweit die Ausstrahlung seiner Musik auf tausenden von Sendern zu überwachen und zu lizenzieren. Für den Verwerter wiederum haben Verwertungsgesellschaften den Vorteil, dass sie ihm den gebündelten Erwerb solcher Nutzungsrechte aus einer Hand ermöglichen und so Verwertern wie Urhebern zeitraubende Lizenzverhandlungen für eine Vielzahl von Werken und Nutzungen ersparen. An dem Anspruch an Verwertungsgesellschaften, Urhebern und Verwertern, insbesondere im Bereich massenhafter Werknutzungen das Lizenzgeschäft zu erleichtern, hat sich auch im Internet-Zeitalter nichts geändert:

Seit Jahrzehnten sind Verwertungsgesellschaften wie die GEMA – ihrer Idee nach Autorenkollektive, die zwischen Urhebern und Verwertern vermitteln – unverzichtbarer Bestandteil des Urheberrechtsschutzes. Ihre Schlüsselstellung im Urheberrechtssystem ist gesetzlich verankert, die wirtschaftliche und kulturelle Nützlichkeit der durch

Music-On-Demand-Plattformen sind mehr denn je auf eine einfache Rechteklärung über eine zentrale Anlaufstelle angewiesen, halten sie doch häufig mehrere Millionen Musikwerke zum Abruf bereit, deren Rechte sie unmöglich individuell mit den einzelnen Urhebern verhandeln können. Hinzu kommt, dass legale Musikplattformen gerade im Wettbewerb gegen illegale Tauschbörsen nicht durch komplizierte und zeitaufwändige Rechteklärungen ins Hintertreffen gelangen dürfen. Genau das ist jedoch gegenwärtig der Fall. Eine Empfehlung der EU-Kommission aus dem Jahr 2005, die den Musikplattformen eigentlich den Erwerb von pan-europäischen Lizenzen erleichtern sollte, hat dieses Ziel nicht nur verfehlt, sondern das Gegenteil bewirkt. Sie hat dazu geführt, dass die großen angloamerikanischen Musikverlage den Verwertungsgesellschaften im Online-Bereich Teilrechte entzogen – also aus der kollektiven Rechtewahrnehmung herausgelöst – und sie an eigens für die Online-Lizenzierung geschaffenen Rechteagenturen übertragen haben. Das Ergebnis ist, dass Musikplattformen heute für einen Großteil des von ihnen angebotenen angloamerikanischen Musikrepertoires eine Vielzahl von Teillizenzen verschiedener Verwertungsgesellschaften und Rechteagenturen benötigen. Die dadurch bewirkte Zersplitterung der Online-Rechte erschwert den Musikplattformen den Rechteerwerb, anstatt ihn im Wettbewerb gegen

illegale Tauschbörsen zu vereinfachen. Zusätzlich wird die Entwicklung legaler Musikplattformen durch ein auf umsatzunabhängigen Mindestvergütungen basierendes Tarifsysteem behindert, das den wirtschaftlichen Besonderheiten von innovativen Geschäftsmodellen im Online-Bereich nicht gerecht wird. Solche Tarife machen z.B. neue Abonnement-Dienste, bei denen der Endverbraucher gegen eine erschwingliche monatliche Gebühr beliebig viele Titel als Streams abrufen kann, für eine Musikplattform unbezahlbar. Legale Dienste können sich aber gegen eine illegale Konkurrenz, die dieselben Produkte zum Nulltarif anbietet, nur mit für den Verbraucher attraktiven Geschäftsmodellen durchsetzen. Die wichtigste Waffe im Kampf gegen illegale Tauschbörsen ist die Förderung legaler Musikplattformen. Unangemessene und undifferenzierte Tarife sowie unübersichtliche Lizenzierungsstrukturen stehen deren Entwicklung derzeit massiv im Weg. Die Frage, ob der (nationale oder europäische) Gesetzgeber für Abhilfe sorgen könnte bzw. sollte, wäre entbehrlich, wenn die Rechteinhaber, also Musikverlage und Verwertungsgesellschaften, umdenken würden. Sie könnten im Kampf gegen illegale Tauschbörsen mit bezahlbaren Tarifen und einfacheren Lizenzstrukturen am schnellsten und effektivsten für optimale Wettbewerbsbedingungen für deren legale Konkurrenten sorgen.



Der Markt für bezahlte Musikdownloads verzeichnet zwar erfreuliche Zuwächse, hat allerdings weiterhin nur einen geringen Anteil am Gesamtmarkt für Musik.

Glossar

■ Gebrauchsmuster

Manchmal auch als "kleines Patent" bezeichnet. Geschützt werden ebenfalls nur neue Erfindungen. Die Erfindungsleistung muss aber nicht so überdurchschnittlich sein wie beim Patent. Die Schutzfrist beträgt nur 3 Jahre und ist maximal auf 10 Jahre verlängerbar. Wie beim Patent ist eine Registrierung notwendig. Allerdings erfolgt beim Gebrauchsmuster nur eine Prüfung der Formalien, nicht der „Erfindung“ an sich.

■ Geistiges Eigentum

Geistiges Eigentum ist der Oberbegriff für Rechte an bestimmten Immaterialgütern wie Patente, Urheberrecht, Markenrechte, Gebrauchs- und Geschmacksmuster, Geschäftsgeheimnisse, Namensrechte, etc. Bei der Verwertung von Werken sind alle betroffenen Rechte einzuholen, solange nicht eine der über die Rechtsgebiete verteilten Ausnahmebestimmungen eingreift.

■ Geschmacksmuster

Damit können nach Registrierung auch weniger kunstvolle, einfache ästhetische Gestaltungen (Designs), wie z.B. Produktdesign von Gebrauchsgegenständen, geschützt werden. Geschützt wird hierbei die Form und nicht die Funktionalität. Die Schutzfrist beträgt 25 Jahre.

■ Leistungsschutzrechte

Das Urheberrecht unterscheidet zwischen Urhebern und Leistungsschutzberechtigten. Während Urheber eine persönliche geistige Schöpfung erbringen, schützen Leistungsschutzrechte als „verwandte Schutzrechte“ die wirtschaftliche, organisatorische und technische Leistung ausgewählter Werkmittler (bspw. Tonträgerhersteller und Filmproduzenten). Genau wie das Urheberrecht gewähren sie Ausschließlichkeitsrechte; ihr Inhaber kann also bestimmen, ob und wie die geschützten Inhalte verwertet werden.

■ Marke

Der Begriff Marke bezeichnet eine rechtlich geschützte Kennzeichnung von Waren oder Dienstleistungen durch

Hersteller oder Handelsunternehmen. Unterschieden wird dabei u.a. zwischen Wort-, Bild- und Hörmarke. Sofern Marken noch nicht besonders populär sind, müssen sie für die Schutzentfaltung beim Deutschen Patent- und Markenamt im Markenregister eingetragen werden. Diese Eintragung entfaltet für bestimmte Produktkategorien dann so lange Schutzwirkung, wie die Marke genutzt und die Eintragung jeweils nach 10 Jahren verlängert wird.

■ Patent

Ein Patent wird nach Registrierung von einer staatlichen Behörde erteilt. Es schützt eine neue Erfindung sowie deren Funktionalität und das zu Grunde liegende Prinzip. In einer Patentanmeldung muss die Erfindung möglichst genau beschrieben und offen gelegt werden. Im Erteilungsverfahren, das sich über Jahre hinziehen kann, prüft das Patentamt, ob die Erfindung tatsächlich die Schutzvoraussetzungen wie Neuheit, Erfindungshöhe und gewerbliche Anwendbarkeit besitzt. Mit der Erteilung eines Patents durch das Patentamt wird dem Patentinhaber für die Dauer der Patentlaufzeit ein Ausschließlichkeitsrecht an der geschützten Erfindung verliehen. Die Schutzfrist beträgt 20 Jahre, allerdings nur bei Zahlung einer jährlichen Schutzgebühr.

■ Urheberrecht

Urheberrecht schützt die Ausdrucksform einer individuellen geistig-ästhetischen Schöpfung. Darunter fallen neben den klassischen Werkarten wie Literatur und Musik auch neue Werkarten wie Multimediawerke oder Computerprogramme. Urheberrecht schützt nur die Ausdrucksform, nicht die Idee oder die Funktionalität. Das Urheberrecht entsteht automatisch mit der Werkschöpfung und endet 70 Jahre nach dem Tod des Urhebers.

Ein ausführliches und regelmäßig aktualisiertes Glossar finden Sie neben weiteren Informationen, Leitfäden und Positionspapieren auf unserer Internetseite unter www.bitkom.org/ip



Der Bundesverband Informationswirtschaft, Telekommunikation und neue Medien e.V. vertritt mehr als 1.350 Unternehmen, davon über 1.000 Direktmitglieder mit etwa 135 Milliarden Euro Umsatz und 700.000 Beschäftigten. Hierzu zählen Anbieter von Software & IT-Services, Telekommunikations- und Internetdiensten, Hersteller von Hardware und Consumer Electronics sowie Unternehmen der digitalen Medien. Der BITKOM setzt sich insbesondere für eine Modernisierung des Bildungssystems, eine innovationsorientierte Wirtschaftspolitik und eine moderne Netzpolitik ein.



Bundesverband Informationswirtschaft,
Telekommunikation und neue Medien e.V.

Albrechtstraße 10 A
10117 Berlin-Mitte
Tel.: 030.27576-0
Fax: 030.27576-400
bitkom@bitkom.org
www.bitkom.org