

**Deutsche Literaturkonferenz und ALAI Deutschland
E-Books: Ökonomische und rechtliche Aspekte
Leipzig, 14.3.2013**

Eine Vertragstypologie des digitalen Publizierens

Prof. Dr. Alexander Peukert

Goethe-Universität Frankfurt/Main - Exzellenzcluster Normative Orders

a.peukert@jur.uni-frankfurt.de

- Ursprünglicher Titel: „Rechte der Urheber und Verleger von E-Books“
- Die Input-Seite des E-Book-Markts: Verträge, die der Urheber schließt
- Große Vielfalt an Geschäftsmodellen:
 - Verlage, die auch als E-Book vermarkten
 - Book-on-Demand-Anbieter
 - Reine E-Book-Vertriebsplattformen, bei denen Autoren direkt vermarkten
- Vielfalt an Vertragstypen: eine Vertragstypologie des digitalen Publizierens

- Variante 1: Verlag übernimmt auch E-Book-Vermarktung
 - Aber auch insoweit Unterschiede in den Musterverträgen
- Beck-Online-Formularbuch Stand 9/2012
 - E-Book-Rechte nur Nebenrechte
 - Keine Verpflichtung („Bemühen“) um Verwertung insoweit
 - Autor kann NebenR nach Maßgabe von § 41 zurückrufen (zwei Jahres-Frist)
- Anders AutorenV BörsenV 2011
 - Keine Unterscheidung zwischen Haupt- und Nebenrechten
 - E-Book-Rechte umfassend und unbeschränkt Verlag einräumen
 - Aber: Verlag nur zur Printausgabe (auch Book on Demand) verpflichtet, nicht aber auf E-Book-Verwertung
 - Rückrufsrecht gemäß § 41 UrhG nach Ablauf von fünf Jahren
 - maximale Frist § 41 IV 2 UrhG, zudem Entschädigungspflicht Urheber

- Variante 2: Autorenvertrag Book-on-Demand-Anbieter
 - Books on Demand, Tredition, Ruckzuckbuch
 - Einräumung exklusiver Rechte Print und ergänzend E-Book
 - Aber ordentliches Kündigungsrecht bzw. Befristung nach 2, 3, 5 Jahren
 - Pflicht zur Herstellung, und klassische Verlagsleistungen beim Vertrieb
 - aber nur auf Bestellung; Vermarktung: grdstzlich Autor
 - gegen Autorengebühren (150 aufwärts oder Jahresgebühr, je nachdem, wie viel klassische Verlagsarbeit/Werbung der Anbieter übernimmt)
 - Preise/Honorare
 - Autor legt Verkaufspreis fest!
 - Autorenhonorar auch abhängig von Preis, 10% Nettoverkaufspreis aufwärts

- Variante 3: Self-publishing auf reinen E-Book-Plattformen:
 - Amazon Kindle direct publishing, Apple iBooks, epubli, neobooks, Bookrix
- Rechtseinräumung
 - Exklusivität auf Plattform des Anbieters und im jeweiligen Vertriebsnetz
 - Keine Exklusivität für andere Plattformen
 - Apple: in anderen Formaten als iBooks oder bei kostenlosen Angeboten ist der Autor im Vertrieb frei
- Recht zum Vertrieb und zur Bewerbung, aber keine Pflicht
 - Dafür keine Autorengebühren
- Jederzeitige ordentliche Kündigung (1d bis 1 Monat Frist)
- Preise/Honorare
 - Preis wird vom Autor festgelegt
 - Abhängig hiervon auch Honorar: 35-80 % Nettoverkaufspreis, abhängig auch von Leistungsumfang

- Bewertung im Vergleich
- Variante 1: Verlagsvertrag im digitalen Zeitalter
 - Vorbild analoger Verlagsvertrag
 - Übernimmt viele Pflichten, hat dafür viele Rechte
 - Autor: finanzielle Beteiligung
- Variante 2: Book on Demand
 - Hybrid auf halbem Weg zur vollständigen Digitalisierung
 - Rechte und Pflichten geteilt
- Variante 3: Publikation auf E-Book-Plattformen
 - Digitales Zeitalter: Intermediäre übernehmen technische Abwicklung (Software!)
 - Autor übernimmt auch Vermarktung, unternehmerische Entscheidungen
 - Behält dafür auch Kontrolle über das Werk (Vertrag jederzeit kündbar)
- Demnach AutorenV BörsV ohne Auswertungspflicht bei minimalem Rücktrittsrecht zw! – wirksam oder unangemessene Benachteiligung nach AGB-Recht analog §§ 14, 14, 52 VerlG?

- Konsequenz I: Urhebervertragsrecht
 - Kein gesetzgeberischer Handlungsbedarf
 - Die erweiterte Wahlfreiheit der digitalen Urheber: die Digitalisierung und der Markt werden den Urheber schützen!
 - Verlagsverträge werden aufgeweicht (siehe Wissenschaft)
 - Im Übrigen: über AGB-Recht reagieren
 - Jedenfalls keine (Zweifels-)Regelungen, die zu Konzentration der Rechte bei Vertragspartner führen wie jetzt § 38 I n.F. für Beiträge zu Periodika

- Konsequenz II: Der digitale Urheber als das neue Leitbild des Urheberrechts
 - Herkunft des Begriffs: BVerfG 2012 zu Urhebern, die ihre Werke frei ins Netz stellen
 - Paradigmatisch Jonas Winner: Berlin Gothic mehr als 100 000 verkaufte E-Books in einem Leserbrief: „Freut mich, dass Sie über "Berlin Gothic" berichten! Nur damit keine Missverständnisse entstehen: Ich habe die Reihe NICHT erstmal selbst herausgebracht, weil ich an der Verlagsfront gescheitert wäre. Im Gegenteil: habe ja kurz zuvor, im Januar 2011, den Thriller "Davids letzter Film" bei dtv publiziert. Die Gründe, weshalb man sich mal für traditionelle Verlage, mal für andere Erscheinungsformen entscheidet, können schon vielfältiger sein, meinen Sie nicht auch? Viele Grüße, Jonas Winner“
- Kennzeichen: Ich-AG bis hin zur Produktion und zum Vertrieb
 - Wahlmöglichkeiten, Freiheit und Verantwortungslast
 - Unternehmer-AGB-Schutz genügt
- Kontraintuitives Ergebnis: Digitalisierung stärkt die Urheber!