

Vernehmlassung zur Änderung des Urheberrechtsgesetzes vom 24. Mai 2023, mit der Einführung des «Leistungsschutzrechts»

Stellungnahme von impressum impressum – die Schweizer Journalistinnen ist die grösste Schweizer Organisation von Journalist:innen

- *Résumé en FRANÇAIS en page 2*
- *Detaillierte Stellungnahme ab Seite 3*

Zusammenfassung der Stellungnahme von impressum zur Revision des Urheberrechtsgesetzes (Einführung Leistungsschutzrecht für journalistische Erzeugnisse):

- impressum unterstützt grundsätzlich, dass grosse Internetdienste, die mit journalistischen Inhalten Gewinne erzielen, die journalistische Produktion mitfinanzieren.
- impressum begrüsst, dass das vorgeschlagene Modell zum Schutz journalistischer Leistungen nicht auf Verboten bzw. Einwilligungspflichten beruht, sondern auf dem bewährten System der obligatorischen Vergütung für die Nutzung und der kollektiven Verwertung. Zusammen mit den Verwertungsgesellschaften beurteilt impressum den Entwurf als funktionsfähig.
- impressum unterstützt, dass Urheber:innen den eigenen, unabtretbaren Anspruch direkt gegenüber der Verwertungsgesellschaft behalten. Dies ist eine unabdingbare Voraussetzung der Unterstützung durch impressum.
- Bei der Umsetzung müssen die Organisationen der Urheber:innen genügend Gewicht in den Verhandlungen erhalten.
- impressum begrüsst, dass die Höhe der Beteiligung der Medienunternehmen auf den Aufwand und nicht auf «Klicks» bzw. Reichweite abstellt. Das gibt kleinen Unternehmen die Möglichkeit auf nennenswerte Anteile am Erlös.
- Medienunternehmen müssen aufzeigen, dass ihre journalistischen Werke durch Journalist:innen erstellt werden, die sich selbst auf den «Journalistenkodex» verpflichtet haben und nach den journalistischen Regeln arbeiten, indem sie dem Berufsregister der journalistisch tätigen Medienschaffenden® BR angehören. Denn die Pflichten aus dem «Codex» (und Medienstrafrecht) richten sich nicht an Unternehmen, sondern an die Journalist:innen.
- KI-erzeugte «Snippets» sollten den «Ausschnitten» bzw. «Teilen» gleichgestellt werden, oder «Datamining» entschädigungspflichtig werden, um den Anreiz für Umgehungen der Vergütungspflicht zu vermeiden. Dieses Anliegen soll das Inkrafttreten des LSR aber nicht verzögern. Generative KI könnte allenfalls mit einer späteren Ergänzung des Gesetzes reguliert werden.
- Ergänzend: LSR ist kein Ersatz für Ausbau der Medienförderung und für Plattformregulierung und soll diese Gesetzgebungsprojekte weder verdrängen noch verzögern.

Résumé de la prise de position d'impressum sur la révision de la loi sur le droit d'auteur (introduction d'un droit voisin pour les produits journalistiques) :

- **impressum** soutient en principe le fait que les grands services Internet, qui réalisent des bénéfices avec des contenus journalistiques, cofinancent la production journalistique.
- **impressum** salue le fait que le modèle proposé pour la protection des prestations journalistiques ne repose pas sur des interdictions ou des obligations d'autorisation, mais sur le système éprouvé de la rémunération obligatoire pour l'utilisation et la gestion collective. En collaboration avec les sociétés de gestion, impressum estime que le projet est fonctionnel.
- **impressum** soutient le fait que les auteurs conservent leur droit propre et incessible directement vis-à-vis de la société de gestion. C'est une condition sine qua non du soutien d'impressum.
- Lors de la mise en œuvre, les organisations d'auteurs doivent avoir suffisamment de poids dans les négociations.
- **impressum** salue le fait que le montant de la participation des entreprises de médias se base sur les dépenses et non sur les "clics" ou la portée. Cela donne aux petites entreprises la possibilité d'obtenir une part significative des recettes.
- Les entreprises de médias doivent montrer que leurs œuvres journalistiques sont réalisées par des journalistes qui se sont engagés à respecter le "Code des journalistes" et qui travaillent selon les règles journalistiques en étant affiliés au registre professionnel des journalistes® RP. En effet, les obligations découlant du "Codex" (et du droit pénal des médias) ne s'adressent pas aux entreprises, mais aux journalistes.
- Les "snippets" générés par l'IA devraient être assimilés à des "extraits" ou à des "parties", ou le "datamining" devrait être soumis à une indemnisation afin d'éviter l'incitation à contourner l'obligation de rémunération. Cette demande ne devrait toutefois pas retarder l'entrée en vigueur du droit voisin. L'IA générative pourrait éventuellement être réglementée par un complément ultérieur de la loi.
- En complément : le droit voisin ne remplace pas le développement du soutien aux médias et la régulation des plateformes, et ne doit ni supplanter ni retarder ces projets législatifs.

Stellungnahme von impressum zur Revision des Urheberrechtsgesetzes (Einführung Leistungsschutzrecht für journalistische Erzeugnisse) im Detail:

Grundsätzliches und Ausgangslage

impressum unterstützt grundsätzlich, dass grosse Internetdienste, die mit journalistischen Inhalten Gewinne erzielen, die journalistische Produktion mitfinanzieren.

impressum setzt sich seit vielen Jahren dafür ein, dass Journalistinnen und Journalisten dafür entschädigt werden, dass ihre Werke durch Online-Plattformen genutzt werden. Die jüngere technische Entwicklung hat sich aus Sicht von impressum eine Rechtslücke hervorgebracht. Deren Effekt zeigt sich darin, dass das Urheberrecht einen seiner wichtigen Gesetzeszwecke nicht mehr erfüllt. impressum versteht es als Zweck des Urheberrechts, dass die Urheber:innen dank dem Schutz ihrer Werke durch den Verkauf von Rechten einen geldwerten Erlös erzielen können. Dadurch entsteht ein echter Markt mit geistigen Werken, und nur so besteht ein Anreiz, dass geistige Werke überhaupt erst geschaffen werden.

Namentlich in Bereich des Journalismus kommt dieses Ziel des Urheberrechts immer stärker unter Druck. Mit der Digitalisierung wurden journalistische Werke einfach kopierbar und mit den Suchdiensten überall rasch auffindbar. Diese Medienintermediäre beschränken sich aber nicht darauf, Medieninhalte auffindbar zu machen, sondern sie können dank der Suchanfragen ein Profil der Nutzer erstellen und diesen dann personalisierte Werbung zuspielen. Das tun sie nicht nur auf den Plattformen der Suchmaschinen selbst, sondern sie treten quasi als Werbeagenturen auf und arbeiten für den Vertrieb der personalisierten Werbung mit verschiedensten anderen Anbietern von Internetangeboten (Websites, Apps, etc.) zusammen. Dieses Angebot ist für die Werbetreibenden sehr attraktiv, und die grossen internationalen Tech-Anbieter haben damit innerhalb weniger Jahre einen erheblichen Anteil am gesamten Schweizer Werbemarkt erobert. Damit fehlt den Anbietern journalistischer Medien ein wichtiger Teil ihrer Einnahmequellen.

Als Folge stehen Anbieter journalistischer Information (Verlage, Medienunternehmen) unter einem enormen, sich ständig zuspitzenden Spardruck. Sie haben namentlich tausende von journalistischen Stellen abgebaut.

Zudem leiten die Medienunternehmen den Spardruck weiter, indem sie für die mehrfache Verwendung eines Werks nur noch selten mehrere Entschädigungen zu bezahlen – was noch vor wenigen Jahren absolut branchenüblich war. Freie Journalist:innen sind dadurch oft nicht mehr in der Lage, mit ihrem Beruf ein existenzsicherndes Einkommen zu erzielen.

Die Folgen sind Einbussen bei der Qualität und der Vielfalt der journalistischen Information, welche der Gesellschaft zur Verfügung steht.

Nutznieser dieser technischen und marktgetriebenen Entwicklung sind die Anbieter digitaler Plattformen, namentlich der grossen Suchmaschinen, aber auch der Sozialen Medien. Sie profitieren erfolgreich vom Angebot journalistischer Werke für ihr Geschäftsmodell.

Neure Studien zeigen die Grössenordnung der Erträge, die mit diesem Geschäftsmodell erwirtschaftet werden. impressum geht davon aus, dass Ihnen diese Studien bekannt sind und würde ansonsten gerne für weitere Auskünfte zur Verfügung stehen.

Die Leistung, welche die Plattformen hingegen erbringen ist, dass sie die Auffindbarkeit journalistischer Werke erleichtern. Die Medienunternehmen profitieren in der Tat davon durch Reichweite. Der geldwerte Gewinn für Medienunternehmen liegt aber weit unter der Ziffer, welche die Medienunternehmen dadurch verlieren, dass die Suchdienste einen erheblichen Teil des Werbemarkts absorbiert haben. Deshalb kann nicht von einer ausgeglichenen «Win-Win»-Situation gesprochen werden. Die technische Entwicklung hat klar zu ungleich langen Spiessen geführt. Die faktische Monopolstellung der grossen Intermediäre, so besonders des Suchdienstes «Google», hat zudem zur Folge, dass den Medienunternehmen keine andere Wahl

bleibt, als ihre Inhalte diesen Firmen zur Verfügung zu stellen. Die «Opt-Out»-Option käme einem publizistischen Freitod gleich. Sie ist also keine echte Option.

Erschwerend kommt hinzu, dass die Intermediäre nicht unbedingt die Endnutzer zur Website des Medienunternehmens weiterleiten, wo dieses dann allenfalls doch noch einen, allerdings marktbedingt vergleichsweise bescheidenen, Erlös durch Werbung oder Bezahlschranken erzielen könnte. Sondern die Intermediäre geben Teile des journalistischen Werks auf ihren eigenen Plattformen gleich selbst wieder. Bei Suchmaschinen sind das neben dem Titel meist etwa zwei Zeilen Text. Dieser Text ist regelmässig dem sogenannten «Lead» einer Meldung entnommen. Es gehört aber gerade zur journalistischen Kunst, die ein Teil des Werkes der Journalist:innen ist, im Lead in wenigen Worten die wesentlichsten Informationen zusammenzufassen. Die Lektüre des Leads ergibt bereits einen Sinn. Indem die Suchmaschinen jenen Teil des Leads wiedergeben, welcher der Suchanfrage des Nutzers entspricht, ist seine Frage oft bereits mit der Lektüre des Snippets und des Titels beantwortet. Er klickt also nicht mehr auf den Link. Damit fällt dank der Nutzung der journalistischen Werke durch Intermediäre auch ein erheblicher Teil des «Traffic» der Medienanbieter weg. Auch dies ist durch Studien aufgezeigt, von denen **impressum** ausgeht, dass sie Ihnen vorliegen.

In diesem Zusammenhang ist darauf hinzuweisen, dass sich journalistische Inhalte von ihrer Natur her regelmässig von anderen durch Suchmaschinen verlinkten Inhalten unterscheiden. So wird ein «Snippet» beispielsweise keine an Musik interessierte Person davon abhalten, ein Musikalbum zu erwerben. Hingegen häufig eine nachrichteninteressierte Person davon, für die Lektüre eines Artikels zu zahlen oder auch nur dessen Link anzuklicken.

Das Resultat ist ein Verteilproblem. Zusammengefasst erwirtschaften die Anbieter von Intermediär-Diensten (vor allem grosse Suchmaschinen und soziale Medien) finanzielle Erträge, die sie zu einem namhaften Teil dank journalistischer Werke erzielen können. Sie leisten aber keinerlei finanziellen Beitrag an deren Herstellung, weder an die Urheber:innen, also die Journalist:innen für die Schaffung des Werks, noch an die Verlage oder Online-Medien für dessen Bereitstellung.

Dieses Verteilproblem macht nicht nur einen Teil des Zwecks des Urheberrechts an sich zunichte, sondern es wird die Branche des Journalismus immer stärker erheblich schädigen und damit auch die der Gesellschaft zur Verfügung stehende journalistische Information zunehmend einschränken.

Vergütungsanspruch und kollektive Verwertung

impressum begrüsst, dass das vorgeschlagene Modell zum Schutz journalistischer Leistungen nicht auf Verboten bzw. Einwilligungspflichten beruht, sondern auf dem bewährten System der obligatorischen Vergütung für die Nutzung und der kollektiven Verwertung. Zusammen mit den Verwertungsgesellschaften beurteilt impressum den Entwurf als funktionsfähig.

In der Vergangenheit haben verschiedene andere technische Entwicklungen zu Verteilproblemen geführt, die in der Folge mittels kollektiver Entschädigungspflicht gelöst wurden. Zu erinnern sei zum Beispiel an das Aufkommen der Fotokopien. Dem dadurch entstandenen Problem wird seither durch Bestimmungen im Urheberrecht Gegensteuer gegeben. Das System der kollektiven Verwertung hat sich seither allgemein bewährt und wurde auch schon in der Vergangenheit kontinuierlich an neue technische Gegebenheiten angepasst.

Deshalb begrüsst es **impressum** grundsätzlich, dass auch das Verteilproblem mit der digitalen Nutzung journalistischer Inhalte durch grosse Internetanbieter über eine kollektive verwertete Entschädigungspflicht gelöst wird. Dies auch, weil die Modelle in anderen Ländern, welche über Verbots- bzw. Bewilligungspflichten funktionieren, zu bekannten Hürden bei der Umsetzung geführt haben.

impressum verweist dabei auch auf die grundsätzliche gemeinsame Einschätzung der Schweizer Verwertungsgesellschaften: «Nach der Auffassung und den Erfahrungen der Verwertungsgesellschaften funktioniert der Vorentwurf ...» (swisscopyright.ch)

Zu Art. 37c

impressum unterstützt, dass Urheber:innen den eigenen, unabtretbaren Anspruch direkt gegenüber der Verwertungsgesellschaft behalten. Dies ist eine unabdingbare Voraussetzung der Unterstützung durch impressum.

Für die Unterstützung durch impressum ist der Inhalt von Art. 37c eine unabdingbare Voraussetzung. Der erläuternde Bericht¹ begründet die Beteiligung der Journalist:innen am Erlös der Entschädigungspflicht in zutreffender Weise. Neben der entscheidenden Funktion der Journalist:innen bei der Produktion von journalistischer Information ist auch darauf hinzuweisen, dass die Möglichkeit, durch Journalismus ein Einkommen zu erzielen, direkt und erheblich leidet durch die kommerzielle Nutzung ihrer Werke durch Intermediäre wie Suchmaschinen und soziale Medien, wie im Eingang dieser Stellungnahme erläutert ist.

Richtig und zwingend erforderlich ist, dass das Recht der Journalist:innen auf einen Anteil am Erlös aus der Entschädigungspflicht ausschliesslich direkt gegenüber der Verwertungsgesellschaft geltend gemacht werden kann und muss, und zwar aus den Gründen, die in zutreffender Weise im erläuternden Bericht erwähnt werden.

Zu Art. 37c und Art. 49 Abs. 2 bis

Bei der Umsetzung müssen die Organisationen der Urheber:innen genügend Gewicht in den Verhandlungen erhalten.

Damit Art. 37c so umgesetzt wird, dass der Anteil der Journalist:innen am Erlös angemessen ausfällt, ist es wichtig, dass ihre Organisationen in den Verhandlungen, die für die Umsetzung des Gesetzes auf der Ebene der Verwertungsgesellschaften stattfinden werden, angemessen vertreten sind. Bei Pro Litteris ist das bis jetzt der Fall.

Was das Verhältnis der Aufteilung des Erlöses zwischen Journalist:innen und Medienunternehmen betrifft, und soweit eine Beurteilung vor den entsprechenden Studien und Einschätzungen durch die Verwertungsgesellschaften sinnvoll ist, erscheint die Aufteilung, die der erläuternde Bericht mit Bezug auf den bisherigen Schlüssel bei Online-Nutzungen erwähnt, nämlich halb-halb, schlüssig und akzeptabel. Von diesem Schlüssel wird auch in der oben erwähnten Stellungnahme der Verwertungsgesellschaften ausgegangen.

Zu Art. 49 Abs. 2bis:

impressum begrüsst, dass die Höhe der Beteiligung der Medienunternehmen auf den Aufwand und nicht auf «Klicks» bzw. Reichweite abstellt. Das gibt kleinen Unternehmen die Möglichkeit auf nennenswerte Anteile am Erlös.

impressum beurteilt es als richtig, dass bei der Verteilung der Erlöse nicht auf «Klicks» oder etwa auf die Position in Suchresultaten abgestellt wird, sondern dass gemäss Art. 49 Abs. 2bis E-URG auf der Aufwand ausschlaggebend ist, der betrieben wurde, um die Information herzustellen und bereitzustellen. Auch das Kriterium des Beitrags zur Erfüllung des Informationsbedürfnisses ist schlüssig, bedarf aber der Auslegung. Der erläuternde Bericht erklärt das Kriterium in zutreffender Weise. Es ist wichtig, dass diese Lesart bei der Auslegung

¹ Eidgenössisches Justiz- und Polizeidepartement EJPD, Änderung des Urheberrechtsgesetzes, Erläuternder Bericht zur Eröffnung des Vernehmlassungsverfahrens, Bern, 24. Mai 2023.

im Rahmen der Umsetzung ausschlaggebend bleibt, und nicht etwa, dass mehr Klicks auch auf ein höheres Informationsbedürfnis hinweisen. Damit können kleinere aber für den gesellschaftlichen Diskurs wichtige Publikationen angemessen berücksichtigt werden, und es kann vermieden werden, dass das LSR die Medienkonzentration allenfalls noch befördert. Um diese Kriterien in einem praxistaublichen Verteilschlüssel festzuhalten, ist innerhalb der Verwertungsgesellschaft zwingend die gewichtige Mitarbeit der Organisationen von Journalist:innen erforderlich.

Zu Art. 37a Abs. 1

Medienunternehmen müssen aufzeigen, dass ihre journalistischen Werke durch Journalist:innen erstellt werden, die sich selbst auf den «Journalistenkodex» verpflichtet haben und nach den journalistischen Regeln arbeiten, indem sie dem Berufsregister der journalistisch tätigen Medienschaffenden® BR angehören. Denn die Pflichten aus dem «Codex» (und dem Medienstrafrecht) richten sich nicht an Unternehmen, sondern an die Journalist:innen.

Bei der Definition der Medienunternehmen, die bei der Verteilung berücksichtigt werden, scheint **impressum** das Erfordernis der eigenen Erklärung, nach in der Branche anerkannten Regeln für die journalistische Praxis zu arbeiten, stark auslegungsbedürftig. Gemäss dem erläuternden Bericht soll es «*Aufgabe der betroffenen Parteien sein, den genauen Inhalt der Erklärung festzulegen.*» Der Interpretationsspielraum ist gross und es wird damit eine erhebliche Verantwortung auf die Akteure überwältigt. U. E. dürfte die Berechtigung an einer Beteiligung nicht einzig auf einer Erklärung beruhen, sondern das Medienunternehmen müsste glaubhaft machen, dass es sich an diese anerkannten Regeln hält.

Das einzige zuverlässige Kriterium, um ein journalistisches Medium von anderen Informationsanbietern zu unterscheiden, ist, dass sein Inhalt durch Berufsjournalist:innen produziert wird, die im Berufsregister RP eingetragen sind. Der Grund liegt darin, dass Journalismus ein Vertrauensgut ist. Der Vertrauensgeber ist letztendlich alleine die Journalistin, der Journalist. Denn durch die speziellen Regeln des Journalismus kann ein Medienunternehmen dieses Vertrauen gar nicht bis in die letzte Konsequenz gewährleisten. So kennt beispielsweise nur die/der Journalist:in seine Quellen. Er darf die Quellen auch seinen Vorgesetzten aufgrund des Quellenschutzes nicht bekannt geben. Diese Verantwortung des/der einzelnen Journalist:in ist Teil des geltenden Bundesrechts, was sich deutlich in Art. 28 Abs. 1 StGB zeigt: «*Wird eine strafbare Handlung durch Veröffentlichung in einem Medium begangen und erschöpft sie sich in dieser Veröffentlichung, so ist, unter Vorbehalt der nachfolgenden Bestimmungen, der Autor allein strafbar.*» Das Medienunternehmen ist nicht für den Inhalt journalistischer Veröffentlichungen verantwortlich (vorbehältlich der Ausnahmestimmungen in Abs. 2 f.).

Daher ist es auch nicht in der Verantwortung des Medienunternehmens, sich an die journalistischen Regeln zu halten, sondern in der Verantwortung der einzelnen Medienschaffenden. Die Pflichten, die im «*Journalistenkodex*» (im Teil «*Erklärung der Pflichten*» s. sogleich) enthalten sind, richten sich denn auch gar nicht an Medienunternehmen, sondern ausschliesslich an die Journalistinnen und Journalisten. Die einzigen Pflichten, die Medienunternehmen daraus erwachsen sind als Rechte der Journalist:innen formuliert (im Teil «*Erklärung der Rechte*») und erschöpfen sich darin, dass die Medienunternehmen den Journalist:innen die Voraussetzungen bieten müssen, um unabhängig und im Einklang mit dem «*Journalistencodex*» arbeiten zu können (Arbeitsbedingungen, redaktionelle Unabhängigkeit, etc.).

Nach Auffassung von **impressum** müsste das Medienunternehmen also aufzeigen können, dass sich die Medienschaffenden selbst auf die «*Pflichten und Rechte der Journalistinnen und Journalisten*» verpflichtet haben (das ist die berufsethische Erklärung der Journalist:innen, der in Anlehnung an die Gewaltenteilung von den Verbänden definiert und vom Presserat angewendet wird, etwas verkürzt «*Journalistenkodex des Schweizer Presserats*» genannt).

Anerkannte Journalist:innen verpflichten sich durch den Beitritt zum schweizerischen Berufsregister der journalistisch tätigen Medienschaffenden® auf diesen «*Journalistenkodex*».

Um als journalistisches Medium berücksichtigt zu werden, muss ein Medienunternehmen nach Auffassung von **impressum** also aufzeigen, dass seine journalistischen Erzeugnisse durch Journalist:innen erstellt wurden, die dem schweizerischen Berufsregister der journalistisch tätigen Medienschaffenden® angehören. Nur so kann ernsthaft davon ausgegangen werden, dass es sich um ein journalistisches Medienunternehmen handelt.

Das Berufsregister BR wird von den Verbänden und Gewerkschaften der Branche geführt. Diese Organisationen betreiben einen erheblichen Aufwand, um bei der Aufnahme der Mitglieder ins BR sowie während ihrer Mitgliedschaft die Einhaltung der Kriterien zu prüfen. Die wichtigsten Bedingungen sind, dass sich die BR-Mitglieder auf die Einhaltung des «*Journalistencodex*» verpflichtet haben, und dass sie hauptberuflich im Einklang mit dem «*Codex*» journalistisch tätig sind. Bei Verletzungen kann ihnen der BR-Eintrag und damit der Presseausweis BR entzogen werden.

Informationen zum Berufsregister BR können bei den Organisationen gefunden werden:

<https://www.impressum.ch/presseausweis/presseausweis>

<https://syndicom.ch/branchen/presse/fuerallemedienschaffende/standard-titel/>

<https://www.ssm-site.ch/dienstleistungen/presseausweis/>

Ihre KI-spezifischen Fragen

KI-erzeugte «Snippets» sollten den «Ausschnitten» bzw. «Teilen» gleichgestellt werden, oder «Datamining» entschädigungspflichtig werden, um den Anreiz für Umgehungen der Vergütungspflicht zu vermeiden. Dieses Anliegen soll das Inkrafttreten des LSR aber nicht verzögern. Generative KI könnte allenfalls mit einer späteren Ergänzung des Gesetzes reguliert werden.

Zu den in Ihrem Begleitschreiben erwähnten Fragen nimmt **impressum** wie folgt Stellung:

1. Soll die vorliegende Vorlage um einen Vergütungsanspruch für die Nutzung journalistischer Inhalte durch KI-Anwendungen ergänzt werden? Welche Gründe sprechen dafür resp. dagegen, die durch den Einsatz von neuen KI-Werkzeugen bei der Herstellung und der Nutzung journalistischer Veröffentlichungen entstehenden Herausforderungen im Rahmen der vorliegenden Vorlage zu regeln?

Wenn Suchmaschinen durch «*Datamining*» in den journalistischen Texten ihre «*Snippets*» generativ selbst erzeugen, wird es zu einer ungewissen Auslegungsfrage, ob dies noch als «*kurze Ausschnitte aus journalistischen Beiträgen*» (Art. 28 Abs. 2 E-URG) oder als «*Teile ohne individuellen Charakter aus [...] journalistischen Veröffentlichungen*» (Art. 37a Abs. 1 lit. a E-URG) aufgefasst werden kann. Der Effekt, dass journalistische Werke geldwert genutzt werden durch die Suchdienste, ohne dass diese ihre Herstellung mitfinanzieren, wäre aber derselbe.

Insofern drängt sich die Frage auf, ob es vor allem für Suchdienste nicht zu einfach wäre, ihre Vergütungspflicht gemäss E-URG einfach mit generativer KI zu umschiffen.

Nach schweizerischem Recht ist die Nutzung von urheberrechtlich geschützten Inhalten durch generative KI-Systeme jetzt schon untersagt, und es könnte möglicherweise gerichtlich gegen sie vorgegangen werden (vgl. dazu Philip Kübler, [Wie generative KI-Systeme Rechte nutzen, medialex 05/23 6. Juni 2023](#)). Es wäre nach dieser Sichtweise gar nicht zulässig, dass Suchmaschinen durch «*Datamining*» in den journalistischen Texten dann ihre «*Snippets*» generativ selbst erzeugen.

Dennoch ist **impressum** der Auffassung, dass es wahrscheinlich angezeigt wäre, KI-generierte «*Snippets*» zu benennen, um die Rechtssicherheit auf längere Frist zu gewährleisten und den

Anreiz zur erwähnten Umgehung der Vergütungspflicht zu verhindern. Das könnte geschehen, indem Art. 28 Abs. 2 sowie Art. 37a Abs. 1 lit. a E-URG ergänzt würden durch einen Satz, der etwa wie folgt lauten könnte: «*Werden Inhalte journalistischer Veröffentlichungen in Suchdiensten durch maschinengenerierte Texte zusammengefasst oder umschrieben, gelten sie ebenfalls als kurze Abschnitte aus journalistischen Beiträgen*». impressum würde als Alternative auch die Variante unterstützen, welche swisscopyright (die Schweizer Verwertungsgesellschaften gemeinsam) in ihrer [Vernehmlassungsantwort](#) vorschlägt, die sich auf die für generative KI vorausgesetzte Kopieraktivität abstützt, wenn das IGE ebenfalls zum Schluss kommt, dass dieser Ansatz nachhaltig die gewünschte regulatorische Wirkung entfaltet.

Wichtig scheint es impressum aber vor allem, dass die Gesetzgebung zum LSR möglichst rasch in Kraft tritt. **Sollten KI-spezifische Ergänzungen aus politischen Gründen zu Verzögerungen führen, ist impressum der Auffassung, dass auf die Ergänzung zu verzichten sei.** Dies, da ja schon nach heutigem Recht gegen das Data-Mining vorgegangen werden kann. Sollte es sich als notwendig herausstellen, können Probleme, die sich aus der generative KI ergeben, in einer künftigen Gesetzesrevision berücksichtigt werden.

2. Wo planen Sie oder in welchen Branchen sehen Sie welche Möglichkeiten für den Einsatz von KI?

impressum plant selbst keinen Einsatz generativer KI. Medien wie Verlage setzen KI teilweise bereits ein. Dazu möchten wir Sie auf deren Stellungnahmen verweisen.

3. In welchen Branchen erwarten Sie welche Änderungen der Business-Modelle?

impressum erwartet, dass KI sehr stark den redaktionellen Alltag beeinflussen wird. Wir rechnen damit, dass Redaktionssysteme schon bald KI als Hilfsmittel namentlich für Formulierungen beinhalten werden. Teilweise ist das jetzt schon der Fall.

Gleichzeitig kann KI die Aufgabe der Journalist:innen, Informationen zu überprüfen, einzuordnen, verständlich zu machen und für ihre Veröffentlichung verantwortlich zu zeichnen, nicht ersetzen.

Nichtsdestotrotz befürchten wir, dass gewissen Medienunternehmen versucht sein werden, auf Spardruck und Druck zur Gewinnoptimierung zu reagieren, indem sie KI zur Einsparung von Personalkosten einzusetzen versuchen. Daher befürchten wir auch, dass generative KI zu Stellenabbau führen könnte.

4. In welchen Branchen erwarten Sie welche Änderungen der Marktstruktur?

Es ist zu befürchten, dass die Schere zwischen allgemein zugänglicher Basisinformation und teurer «Premium»-Information noch weiter aufgeht. Wir glauben, dass die Basisinformation vermehrt durch KI-gestützte Systeme hergestellt werden dürfte, was auch dazu führen wird, dass ihre Qualität abnimmt. Das gilt sowohl für Texte als auch für Bild und künftig möglicherweise auch für Video.

Ergänzend: LSR ist kein Ersatz für Ausbau der Medienförderung und für Plattformregulierung und soll diese Gesetzgebungsprojekte weder verdrängen noch verzögern.

impressum ist es ein Anliegen, zu unterstreichen, dass das LSR keinen Ersatz bietet für eine ausgebaute Medienförderung durch den Bund sowie anderweitige Regulierungen von Plattformen. Die staatliche Medienförderung verfolgt teilweise komplementäre, aber doch grundsätzlich andere Ziele als das LSR und bedient sich dafür anderer Instrumente. Das LSR kann weder von seinem Zweck her noch vom Umfang her eine zeitgemässe Medienförderung ersetzen. Das LSR soll in einem wichtigen Bereich für fairere Rahmenbedingungen für Journalist:innen und Medienunternehmen sorgen. Ein Ausbau der Medienförderung bleibt

nichtsdestotrotz unverändert wichtig und darf wegen der Einführung des LSR nicht verzögert oder vermindert werden. Das LSR kann einer der wichtigen negativen Auswirkungen der «Plattformisierung» Gegensteuer geben. Andere Auswirkungen der Digitalisierung, der «Plattformisierung» und der «Algorithmisierung» bleiben aber unberührt. Beispielsweise bleibt es wichtig, die Datenmacht privater Unternehmen oder die Nutzung von künstlicher Intelligenz regulatorisch zu erfassen, um gegenwärtige und künftige negative Auswirkungen dieser technischen Entwicklungen zu begrenzen.

*** ENDE DER STELLUNGNAHME VON **impressum** ***