

## **Freunde und ehemalige Mitarbeiter des Max-Planck-Instituts für Immaterialgüter- und Wettbewerbsrecht e.V.**

### **Rückblick auf das 12. Alumni-Treffen und die gemeinsame Jahrestagung des Alumni-Vereins und des Instituts zum Thema „Digitale Wirtschaft“ am 26. und 27. Juni 2015**

Liebe Mitglieder und Freunde,

das zurückliegende Jahrestreffen hat erneut einen nachhaltigen Eindruck von der ganz unmittelbaren Bedeutung der Forschungsbereiche und der Arbeit des Instituts in der digitalen Wirtschaft gegeben. Hier wollen wir kurz davon berichten.

Das Treffen begann für alle, die schon am Freitag in München sein konnten, mit der Möglichkeit zur Teilnahme am Institutsausflug zum Tegernsee und einem gemeinsamen Abendessen im „Augustiner“ am Platzl. Aktive Institutsmitglieder zusammen mit Ehemaligen und Freunden des Instituts – 150 MPI'ler, Alumni und Freunde vereint im Herzen von München unweit vom Institut.

Die gemeinsame Tagung am darauf folgenden Samstag eröffnete *Professor Reto Hilty* vom Institut mit einigen Überlegungen zur Situation der Verlagswirtschaft angesichts der Digitalisierung. Während hier die Produktionsseite im Zuge der Digitalisierung bereits grundlegend verändert worden sei – und dabei ganze Berufsbilder (wie die des Setzers oder des Graphikers) revolutioniert wurden –, finde das Endprodukt weiterhin in großem Umfang seinen Absatz in Papierform. Damit bliebe bislang auch das Ausmaß der Copyright-Probleme weit hinter demjenigen in der Musik- und Filmindustrie zurück. Mit der wachsenden Verbreitung des E-Books, dem sich die Tagung eingehender widmete, ändere sich diese Situation.

Welche Schwerpunkte die Entwicklung bei den Verwertungsmodellen haben wird, lässt sich gegenwärtig noch immer nur ausschnittweise beurteilen. Das Institut verfolgt das Geschehen in seinen Forschungsprojekten aufmerksam.

#### **I. „E-Books“ – Veränderungen des Buchmarktes durch Digitalisierung**

Einen Einblick in das Marktgeschehen gab als erster Referent der Tagung *Markus Hartmann*, Geschäftsführer des 2008 gegründeten Verlages epubli GmbH. Das Unternehmen gehört zur Holtzbrinck Digital-Gruppe und bietet als Self-Publishing-Plattform Autoren die Möglichkeiten, ihr Buch verlagsunabhängig zu veröffentlichen und weltweit zu verkaufen – gedruckt ebenso wie als E-Book.

*Herr Hartmann* verdeutlichte die von *Professor Hilty* angerissenen Entwicklungslinien in seinem Referat mit dem Hinweis, dass über 500 Jahre Tradition und handwerkliche Erfahrung in der Druckkunst einer plötzlichen technologischen Revolution gegenüberstehen. Während sich das Druckprodukt im Markt über seine Ausstattung und haptische Qualität differenzierte und kostenintensiv in Stückkosten kalkuliert wurde, haben beim E-Book die technischen Möglichkeiten des Lesegerätes entscheidende Bedeutung und die Anzahl der verkauften Bücher keine Auswirkung auf die Kosten („zero marginal costs“). Dramatisch verschieden seien die Möglichkeiten der

Preisgestaltung: waren diese beim Papierprodukt immer verhältnismäßig starr, sind sie nun beim E-Book extrem flexibel und per Knopfdruck sofort veränderbar. Völlig verschieden auch die Situation im Vertrieb: stationäre, lokale Händler für das gedruckte Buch stehen global agierenden Player (wie Amazon und Apple) mit Sitz im Ausland im Verkauf der E-Books gegenüber, die das E-Book mit sofortiger weltweiter Verfügbarkeit anbieten und auch spitze Zielgruppen bedienen können. Entsprechende Auswirkungen hat die technologische Entwicklung auf die Beurteilung hinsichtlich der Buchpreisbindung sowie bei der Mehrwertsteuer (7 % für Bücher und 19 % für E-Books). Logistik und Lagerkosten entfallen beim E-Book – sowohl für den Händler als auch für den Konsumenten. Das Segment des antiquarischen Handels ist für das E-Book schwer denkbar und rechtlich eine interessante Frage. Ebenso dürfte sich das Geschäftsmodell des Buchclubs aufgrund der Verbreitung von Flatrate-Abo-Modellen für E-Books kaum fortsetzen lassen.

Die veränderten technologischen Gegebenheiten führen jedoch zu völlig neuen Geschäftsmodellen, Positionierungen und Märkten für die Verlagswirtschaft, die neben dem gedruckten Buch und dem E-Book noch weiter mit einer wachsenden Kultur des Self-Publishing im Internet konfrontiert wird.

Die aktuelle Situation der Branche bezeichnet *Markus Hartmann* gleichwohl weiterhin noch als „papiergetrieben“ – im Jahr 2013 lag der Umsatz mit Büchern im stationären Handel etwa bei 4,6 Mrd. EUR und im Online-Handel bei rund 1,5 Mrd. EUR. 2014 lag der Umsatzanteil der E-Books im Publikumsmarkt bei ca. 4,3 %.

*Beate Kuckertz*, Verlegerin und geschäftsführende Gesellschafterin des Münchner Verlages dotbooks GmbH, ergänzte in ihrer Stellungnahme, dass das E-Book ein Medium für Vielleser im Belletristik-Bereich sei, das hier, anders jedoch als im Fachbuch-Segment, auch Umsatzanteile von 25 – 20 % aufweisen könne. Trotz der völlig veränderten technischen Möglichkeiten seien – unabhängig vom Medium und seinem Vertriebskanal – klassische Leistungen des Verlagsgewerbes für die Entwicklung von Texten und Autoren weiter von großer Wichtigkeit und würden es bleiben.

Für die Rechtswissenschaft bedeuten die Entwicklungen ein breites Feld an neuen, nicht allein urheberrechtlichen, Fragestellungen, die zugleich auch das Interesse der Ökonomen finden. Entsprechend engagiert verlief die anschließende erste Diskussionsrunde der Panelisten, der vorab *Dr. Frank Müller-Langer* vom MPI inhaltlich mit einigen Hypothesen als Ökonom eine Richtung gab. Nach seiner Annahme erhöhen etwa die E-Books den Anreiz zur Produktion für Autoren, nicht zuletzt weil sich die Leser leichter erreichen lassen. Das Geschäftsmodell der Einzel- und Zwischenhändler dürfte langfristig bedroht sein und das Einnahmepotential der Verlage verringert werden, da die breiteren Interaktionsmöglichkeiten zwischen Autor und Endverkäufer die Bedeutung der Verlage bei der Wertschöpfung ebenso wie ihre Verhandlungsposition gegenüber den großen Händlern verändern. Die „Lock-in-Geschäftsmodelle“ der großen Anbieter (wie etwa bei iTunes) würden die Absatzwege weiter verändern. Demgegenüber wies *Professor Dietmar Harhoff* vom Institut darauf hin, dass die neuen Medien nicht nur Substitution in der Verlagswirtschaft bedeuteten, sondern durchaus komplementäre Effekte, etwa wenn die Akzeptanz von Werken der Belletristik vor Druck und Vermarktung im Internet kostengünstig erprobt werde. *Dr. Timoleon Kosmides* vom MPI ging in seinem anschließenden Beitrag auf die rechtliche Behandlung von E-Books und traditionellen Büchern ein und untersuchte Gemeinsamkeiten und Unterschiede u.a. am Beispiel von Haftungsfragen und der urheberrechtlichen Erschöpfung.

## II. Auswirkungen der digitalen Vernetzung im Automobilbereich

*Nikolay Kolev*, Geschäftsführer bei der Deloitte Digital GmbH, mahnte im zweiten Referat der Tagung dazu, die Digitalisierung als nicht weniger denn als ganz neue Ära mit weitreichendsten Konsequenzen für alle Lebensbereiche anzusehen. Dem liege die Erkenntnis zugrunde, dass die Digitalisierung jede von ihr betroffene Entwicklung exponentiell beschleunige. Die ständig wachsenden Möglichkeiten von Hardware und Software träfen dabei auf immer mehr „digital natives“, die sie in allen professionellen und privaten Lebensbereichen konsequent einzusetzen wüssten. Das Feld der „exponential technologies“ werde immer breiter, die wesentlichen, technisch revolutionären Bereiche seien insbesondere: künstliche Intelligenz, „connected homes“, 3-D-Druck, mobile Bezahlssysteme, mit der Kleidung zu tragende sensor-bestückte Elektronik („wearables“), genomics (DNS-Sequenzierung und Bio-Informatik), „Internet der Dinge“, robotics, Drohnen, „oculus rift“, elektrische und mit dem Internet verbundene Autos.

Indem diese Entwicklungen ihrerseits ineinandergriffen, würden sich die Möglichkeiten wiederum noch weiter ausdehnen. Für die Wirtschaft seien sie so fundamental, dass davon ausgegangen werden müsse, dass in den kommenden 10 Jahren etwa 40 % der Fortune 500-Unternehmen nicht mehr existieren werden.

Auch *André Hainzelmaier* von der Audi AG wies in seiner Präsentation darauf hin, dass die Digitalisierung sämtliche Lebensbereiche erfasse. In der Wirtschaft fände daher eine intensive Forschung und Anwendung der Erkenntnisse statt, die zwischen den großen Unternehmen im Bereich Elektronik zu intensivem Wettbewerb, aber ebenso auch zu Kooperation („Co-petition“) führe, etwa indem Audi intensiv mit Google zusammenarbeite, beispielsweise in der Entwicklung neuer Geschäftsmodelle, die sich die Erkenntnisse aus Straßenzuständen und elektronisch gesteuerten Service-Intervallen für das Fahrzeug zunutze machten. Bei Audi betreffe die Digitalisierung daher ausnahmslos jeden Fach- und Geschäftsbereich.

Im Panel wies insbesondere *Professor Rupprecht Podszun* auf die entsprechend zahlreichen neuen Rechtsfragen hin, etwa im Hinblick auf die Haftung bei Unfällen mit selbst fahrenden Autos. Er plädierte allerdings dafür, rechtlich den Entwicklungen innovations-orientiert, aufgeschlossen und flexibel zu begegnen. Dies müsse durchaus die Inkaufnahme gewisser Kosten und die Möglichkeit zügiger gesetzgeberischer Korrekturen bei allgemeiner regulativer Zurückhaltung beinhalten.

## III. Zur Zukunft der Internet-Wirtschaft: Wieso brauchen Unternehmen Patente?

*Professor Josef Drexl* leitete den dritten Teil mit der Beobachtung ein, dass der Schwerpunkt aller erteilten Patente aus Sicht moderner Elektronik-Unternehmen „alte Technologien“ betreffe, diese aber wirtschaftlich von den Unternehmen durchaus zusammengetragen würden. So sei der wesentliche Grund für die Akquisition von Motorola durch Google das miterworbene Patentportfolio gewesen.

*Julia Holtz*, Director Competition bei Google, führte dazu in ihrem Referat aus, dass die Bedeutung von Patenten für jedes Unternehmen und seine spezifische Industrie ganz unterschiedlich sei. Google gehe davon aus, dass Patente für das eigene Kerngeschäft grundsätzlich keine größere Bedeutung besäßen. Das zentrale Patent für Google bestehe in dem Algorithmus, der die Reihen-

folge der angezeigten Suchergebnisse bestimme (page rank). Die Patentierung dieser Technik habe Google aber letztlich nicht geholfen, da die damit verbundene Offenlegung nur dazu führen könne, dass die Ergebnisse von interessierten Dritten leichter manipuliert werden könnten. Daher habe Google die daran anschließende Technik, die das Unternehmen gegen Manipulationszwecke anwende, nicht patentieren lassen, sondern schütze sich durch Geheimhaltung. Zudem bedauere Google die wirtschaftliche Realität der Patentpraxis, etwa wenn festzustellen sei, dass mehr als 60 % aller Patentklagen inzwischen von Patenttrollen erhoben würden, die ohne nennenswertes eigenes Kostenrisiko einen wirtschaftlichen Schaden von zuletzt geschätzt 60 Mrd. \$ angerichtet hätten. Ein „Patentfeind“ sei Google hingegen dennoch nicht, das Unternehmen glaube aber grundsätzlich nicht, dass Patente in der Software-Welt die entscheidende Rolle spielten. Dementsprechend habe sich Google z.B. auch entschieden, nicht gegen die Art. 7-Entscheidung der EU zu klagen, obwohl das Unternehmen die Entscheidung als problematisch ansieht.

*Dr. Matthias Lamping* vom MPI ergänzte als Panelist die grundsätzliche Einschätzung, dass der Bereich von einer massiven Regulierung durch die Gesetzgeber betroffen sei. Die Tendenz, dass diese Regulierung dem Markt vorzugreifen versuchte, sei problematisch und sollte zurückgedrängt werden. *Dr. Gintarė Surblytė* vom MPI wies auf die Rolle der Geschäftsgeheimnisse hin, die, wie das Beispiel von Google zeigt, von den Unternehmen als wichtiges Schutzinstrument angesehen werden. Dies zeige, dass die Problematik in der Internet-Wirtschaft komplex ist und oft über die Fragen des Patentschutzes hinausgeht. Außerdem, betonte sie, erlange das Sammeln von Daten immer mehr Bedeutung in der Digitalwirtschaft, was dazu führe, dass solche Rechtsgebiete wie Datenschutz wichtige Fragestellungen für weitere Forschung aufwerfen.