

Digitalisierung von Büchern [durch GOOGLE] sorgt für Streit

Kommentar zu einem Artikel von Bernd Graff und Johannes Boie in Süddeutsche Zeitung 08.09.2008

SG, PK 2009-3, Zeitz, Napoléons Medaillen ...:

„Bei der Suche im Internet mit GOOGLE habe ich Sachen gefunden, auf die ich sonst im Leben nicht gekommen wäre:

GOOGLE scannt seit 2004 alte und neue Bücher in Zusammenarbeit mit Universitäten und Bibliotheken, nicht nur in den USA, die da nicht so pingelig sind, sondern z.B. auch mit der Bayer. Staatsbibliothek mit einem riesigen Schatz an wertvollen Büchern.

Mit GOOGLE habe ich z.B. ein Buch gefunden, das 1819 in London herausgegeben wurde und jetzt in der Bibliothek der University of California verstaubt: s. **PK 2009-3, SG, Millin / Millingen, Medallie History of Napoleon from the Year 1796 to 1815**. Im Buch werden 500 Medaillen und Münzen etc. beschrieben. Die Beschreibung enthält aber verständlicherweise nicht alle - nach Bramsen wohl über 2.000 - Medaillen und ist wahrscheinlich fehlerhaft, wie David Block 2002 feststellt. Aber immerhin ist es eines der ersten Bücher zum Thema und es enthält **74 Tafeln mit rund 350 Bildern**.

Ganz gegen alle blöden Urteile von Ahnungslosen **macht GOOGLE also einen guten Job beim Einscannen uralter und neuer Bücher**. Es organisiert tatsächlich „den Informationsschatz der Welt, um ihn universell und nutzbar“ zu machen. Dass es das macht, um damit Geld zu verdienen, dürfte auch für Journalisten akzeptabel sein, die auch nach der Weltfinanzkrise auf den Kapitalismus nichts kommen lassen wollen. Der Witz dabei ist nicht, dass GOOGLE „viel Geld mit Informationen verdient, die man nicht selber erstellt hat“ (Dr. Bernd Graff, Süddeutsche Zeitung 25.08.2009, Stellvertreter des Chefredakteurs von SZ-Online, ausgerechnet!). GOOGLE macht Geld damit, dass es von anderen erarbeitete **Informationen weltweit schnell und kostenlos zur Verfügung stellt**.“

PK 2009-4, SG: Was die Chefredaktion von „SZ online“ [<http://www.sueddeutsche.de>] sich dabei überlegt, wenn sie einen ausgesprochenen Gegner der Digitalisierung von Informationen und des Zugriffs über das Internet mit seinen Suchmaschinen ausgerechnet zum Vertreter des Chefredakteurs der Website der „SZ“ macht, weiß nur der Himmel.

Dr. Bernd Graff hat sich spätestens seit 2007 einen Ruf als „Skeptiker“ solcher Vorhaben gemacht. Bei einer Podiums-Diskussion über Online-Ausgaben von Tageszeitungen, wie SZ oder Spiegel ..., für das Fernsehen habe ich zugesehen, wie er sich geradezu hysterisch aufgeführt hat (im Unterschied zum ebenfalls anwesenden Vertreter der SZ, der für das Geschäft zuständig ist).

Siehe z.B.: Handelsblatt, Thomas Knüwer, Indiskretion Ehrensache, Samstag, 08.12.2007: Die zu späte Pensio-

nierung des Dr. Bernd Graff: OK, liebe „Süddeutsche Zeitung“, wir haben es begriffen. Immer wenn Euer auf „Bild“-Niveau verkommener Online-Auftritt ein paar Klicks braucht, lasst Ihr einen Eurer Feuilletonisten einen Artikel über das Internet schreiben. Jeder darf mal ran, heute ein Bernd Graff, denn Recherche ist ja nicht nötig. [...] [<http://blog.handelsblatt.de/...indiskretion/eintrag.php?id=1621>]

Siehe z.B.: Süddeutsche Zeitung, Online-Ausgabe: Bernd Graff In eigener Sache - Diskussion braucht Qualität - Web 0.0 - Die neuen Idiotaen, 07.12.2007, 12:40 - Das Internet verkommt zu einem Debattierklub von Anonymen, Ahnungslosen und Denunzianten. Ein Plädoyer für eine Wissensgesellschaft mit Verantwortung. [<http://www.sueddeutsche.de/computer/28/426784/text/>]

Aufhalten wird (und will) SZ „online“ die Digitalisierung von Informationen und den Zugriff darauf durch Suchmaschinen wie GOOGLE durch die Artikel des Dr. Graff sicher nicht. Sie versucht ja selbst, damit Geld für die SZ zu verdienen! Und ein paar Klicks von Liebhabern des Feuilletons bringt auch dieser verschrobene Doktor!

Europäische Kommission sucht einvernehmliche Lösung mit der Suchmaschine Google

München - Die EU-Kommission will das Urheberrecht in Europa reformieren, damit private Firmen wie GOOGLE Bibliotheksbestände in großem Stil ins Internet stellen können. Die EU möchte so eine rechtliche Grundlage schaffen ähnlich dem Vergleich, den Google vor kurzem in New York mit amerikanischen Verlegern und Autoren getroffen hat. Kernpunkt des angestrebten Abkommens ist die Frage ob GOOGLE **verwaiste Bücher**, also jene, deren Autoren nicht ermittelt werden können, sowie **vergriffene, nicht länger lieferbare Werke** digitalisieren und ins Internet stellen darf.

GOOGLE hat im Jahr **2004** damit begonnen, Bücher aus Bibliotheken einzuscannen, nach eigenen Angaben deshalb, weil man eine für jedermann zugängliche „**Weltbibliothek des Wissens**“ aufbauen möchte. Und natürlich gleichzeitig den eigenen Einfluss, die eigene Bedeutung und den Gewinn mehren möchte. Bis heute hat GOOGLE circa **10 Millionen Bücher digitalisiert** - darunter auch verwaiste und vergriffene Werke europäischer Autoren. Allerdings können diese dem **Urheberrecht** unterliegen, denn gemeinfrei werden Bücher erst 70 Jahre nach dem Tod des Autors.

Um die Streitfrage mit GOOGLE zu klären, verhandelt die Medienkommissarin Viviane Reding mit dem Betreiber der weltweit führenden Suchmaschine. Ziel ist es, eine Lösung für viele europäische Staaten zu finden. Andernfalls sei zu erwarten, dass GOOGLE mit jedem Land einzelne Abkommen treffe, erklärte ein Sprecher

von Viviane Reding. Dies würde zu einer Fragmentierung des europäischen Kulturraumes führen.

Im Prinzip steht die Brüsseler Kommission der Digitalisierung offen gegenüber. „Wenn wir zu langsam digital werden, könnte die Kultur Europas in Zukunft leiden“, sagte Reding. In **Europa** gibt es bereits **mehrere Bibliotheken**, die von sich aus **Verträge mit privaten Digitalisierungsfirmen** abgeschlossen haben. Ein Beispiel dafür ist die **Universitätsbibliothek von Oxford** [SG: auch die Bayer. Staatsbibliothek]. Dennoch sind bis heute **nur 1 Prozent aller europäischen Bücher digital verfügbar**. Mit ihrer Strategie geht die EU-Kommission auf Konfrontationskurs zur Bundesregierung, die das Vorgehen von GOOGLE in den USA strikt ablehnt. Auch der Börsenverein des Deutschen Buchhandels lehnt den Plan der Kommission ab.

Der Internetkonzern hat sich nun bewegt und zeigt sich zu Zugeständnissen an europäische Verlage und Autoren bereit. GOOGLE wolle dezidiert auf die Bedenken eingehen und Vertreter von europäischen Verlagen und Autoren an der Beaufsichtigung des Projekts „**Google Books**“ beteiligen, erklärte ein Unternehmenssprecher im Rahmen einer Expertenanhörung in Brüssel.

Zudem stellte der Sprecher Prüfungen in Aussicht, um zu verhindern, dass Bücher fälschlicherweise als ver-

griffen eingestuft und digitalisiert würden. GOOGLE ist bekannt für forsches Vorgehen bei der Digitalisierung. Der Konzern hat sich damit viele Feinde gemacht. US-Autoren und Verlegerverbände sahen sich bereits durch GOOGLE um ihre Rechte und Tantiemen gebracht. GOOGLE hat deshalb mit ihnen Ende vergangenen Jahres einen Vergleich geschlossen, der vorsieht, dass das Internetunternehmen in Nordamerika gegen Zahlung einer pauschalen Entschädigung Bücher ohne Zustimmung der einzelnen Autoren digitalisiert. Zudem sollen **urheberrechtlich geschützte Bücher eingescannt werden dürfen, die derzeit nicht mehr aufgelegt werden und nicht mehr erhältlich** sind.

SG: Hoffentlich kann sich die EU-Kommission hier durchsetzen!

Für die Arbeit der Pressglas-Korrespondenz ist <http://books.google.de> ... jedenfalls nützlich!

Übrigens gab es in *Süddeutsche Zeitung* vom 12./13.09.2009 einen sachlich wohl korrekten Bericht von Bernd Graff über GOOGLE und seine Konkurrenz: *Supermacht im Netz - Die Suchmaschine Google profitiert von der Schwäche ihrer Rivalen*

Siehe unter anderem auch:

- PK 2009-3 Vogt, SG, Teller & Paperweight mit Pastenbildnis und Plakette mit Kaiser Napoléon I. Hersteller unbekannt, Frankreich bzw. Deutschland, 1804 bzw. 1830-1870?**
- PK 2009-3 SG, Medailleure Bertrand Andrieu (1761-1822) und Leonhard Posch (1750-1831)**
- PK 2009-3 SG, Millin / Millingen, Medallie History of Napoleon from the Year 1796 to 1815**
- PK 2009-3 SG, Lisa & Joachim Zeitz, Napoléons Medaillen, 2003: eine herausragende Übersicht!**
- PK 2009-3 SG, *Wie funktioniert Suchmaschinen-Marketing?* (z.B. bei GOOGLE: [pressglas](#))**
- PK 2009-3 SG, „Page Impressions“ & „Visits“ & „Use Time“ ... „Seitenaufrufe“ & „Besucher“ - der „kleine“ Unterschied beim Zählen**