

BVMI zur aktuellen Untersuchung des Nutzerverhaltens im Netz:

„Ursachen von Rechtsverletzungen im digitalen Raum gemeinsam bei der Wurzel packen“

Berlin, 26. Januar – Der Bundesverband Musikindustrie (BVMI) mahnt, aus der Erhebung zur „Nutzung urheberrechtlich geschützter Inhalte im Internet durch deutsche Verbraucher“, aus der das Max-Planck-Institut für Innovation und Wettbewerb diese Woche erste Ergebnisse vorgestellt hat, keine falschen oder undifferenzierten Schlüsse zu ziehen. Es sei aus Sicht der Musikindustrie zwar sehr gut und wichtig, der Tatsache ins Auge zu schauen, dass es auch heute noch massenhafte Rechtsverletzungen gebe, so der Vorstandsvorsitzende des BVMI Dr. **Florian Drücke**, doch griffen die Schlussfolgerungen der Untersuchung zum Teil zu kurz und seien daher wenig hilfreich bei der Eindämmung illegalen Verhaltens. Für die Erhebung hat das MPI rund 5.500 deutsche Verbraucher ab 12 Jahren zu ihrem Nutzungsverhalten im Internet befragt. Im Fokus standen dabei urheberrechtlich geschützte kreative Inhalte wie beispielsweise Musik, Filme, TV-Programme und Serien, Software und Videospiele.

Drücke: „Studien zur Beschreibung und Analyse der tatsächlichen Situation halte ich generell für absolut sinnvoll und wir haben in der Durchführung viel Erfahrung. Doch rate ich dringend zur Vorsicht bei daraus resultierenden Postulaten. Wir teilen bekanntlich die Auffassung, dass „klare Regeln“ im digitalen Raum dringend notwendig sind, damit jeder weiß, wo er steht. Dies betrifft im Übrigen auch die zentrale Forderung, den sogenannten Value Gap auf europäischer Ebene zu schließen. Wenn man jedoch eine ‚Vereinfachung des deutschen Rechtsrahmens‘ und ‚einfachere, flexiblere und bequemere Lösungen von Seiten der Anbieter‘ fordert, um das urheberrechtsverletzende Verhalten im Internet einzudämmen, springt dies zu kurz. Die Unternehmen der Musikbranche – wie auch vieler anderer Kreativbranchen – sind im digitalen Raum mit einer sehr breiten Palette legaler Angebote vertreten, von kostenlosen bis zu Premium-Konfigurationen. Unsere eigenen repräsentativen Umfragen zu Musikinhalten ergeben, dass 80 Prozent der Deutschen die legalen Angebote ausreichend finden, um Musik im Internet zu kaufen oder zu nutzen, 56 Prozent haben sogar ihr perfektes legales Angebot bereits gefunden.“

Drücke weiter: „Man sollte doch viel eher schauen, wie wir als Gesellschaft es schaffen, im Sinne aller Beteiligten, illegalen Plattformen die Finanzierung zu entziehen, indem es mit einer neuen Bundesregierung zum Beispiel endlich gelingt, Werbung auf illegalen Seiten zu bekämpfen – in der letzten Legislaturperiode ist das leider gescheitert. Im Jahr 2018 mal wieder auf die Branche zu zeigen, anstatt auf diejenigen, die Geld mit illegalen Angeboten verdienen, klingt wie eine Zeitreise zurück zum Anfang des Jahrtausends.“

Weitere Informationen:

Sigrid Herrenbrück
Leiterin Presse- und Öffentlichkeitsarbeit
E-Mail: herrenbrueck@musikindustrie.de
Tel.: +49 (0)30 - 59 00 38 -44

Über den Bundesverband Musikindustrie e. V.:

Der Bundesverband Musikindustrie (BVMI) vertritt die Interessen von rund 250 Tonträgerherstellern und Musikunternehmen, die mehr als 80 Prozent des deutschen Musikmarkts repräsentieren. Der Verband setzt sich für die Anliegen der Musikindustrie in der deutschen und europäischen Politik ein und dient der Öffentlichkeit als zentraler Ansprechpartner zur Musikbranche. Neben der Ermittlung und Veröffentlichung von Marktstatistiken gehören branchennahe Dienstleistungen zum Portfolio des BVMI. Seit 1975 verleiht er die GOLD- und PLATIN-Awards an die erfolgreichsten Künstler in Deutschland, seit 2014 auch die DIAMOND-Awards und seit 1977 werden die Offiziellen Deutschen Charts im Auftrag des BVMI erhoben. Zur Orientierung der Verbraucher bei der Nutzung von Musik im Internet wurde 2013 die Initiative PLAYFAIR ins Leben gerufen. Das kulturelle Engagement des BVMI erfolgt unter dem Label der Deutschen Phono-Akademie: Jährlich werden herausragende Künstler mit dem Deutschen Musikpreis ECHO, dem ECHO KLASSIK und dem ECHO JAZZ ausgezeichnet.

Weitere Informationen: www.musikindustrie.de, www.echopop.de, www.echoklassik.de, www.echojazz.de,
www.playfair.org