

BVMI kritisiert YouTube-Kampagne gegen Artikel 13:  
**„Aktivierung der Community mit fragwürdigen Methoden und auf Kosten der Kreativwirtschaft“**

**Berlin**, 22. November 2018 – Aus Sicht des Bundesverbandes Musikindustrie (BVMI) stellt die Kampagne, mit der YouTube zur Zeit Stimmung gegen Artikel 13 der geplanten EU-Urheberrechtsreform macht, eine fragwürdige Mobilisierung seiner eigenen Community dar.

Dr. **Florian Drücke**, der Vorstandsvorsitzende des BVMI: „Angstmache läuft immer gut und hat bekanntlich gerade in vielen Bereichen Hochkonjunktur. Wie sehr sie zu Vertrauensverlust und gesellschaftlicher Destabilisierung beiträgt, ist ebenfalls nicht neu. Nicht zuletzt vor diesem Hintergrund ist es meines Erachtens unverantwortlich, in welcher Weise YouTube einen Gesetzestext torpediert, der über mehrere Jahre in einem demokratischen Prozess errungen worden ist. Die vorliegende Fassung von Artikel 13 ist das Ergebnis intensiver Auseinandersetzungen. In den vergangenen Jahren sind alle Stakeholder zu Wort gekommen und gehört worden. Dass YouTube auf den letzten Metern plötzlich mobil macht und Panik verbreitet, erweckt den Eindruck, dass das Unternehmen nicht wirklich bereit ist, Verantwortung zu übernehmen.“

Drücke weiter: „Die Plattform ist mit 1,3 Milliarden Nutzern der größte Musik-Streamingdienst der Welt, aktuellen Untersuchungen unseres Dachverbandes IFPI zufolge wird weltweit gut die Hälfte der Zeit, in der Musik gestreamt wird, auf YouTube verbracht. Weil YouTube sich aber weiterhin weigert, am Markt verhandelte Lizenzen zu zahlen, schlägt sich diese intensive Nutzung mitnichten im Umsatz nieder: De facto trägt Videostreaming von YouTube & Co. in Deutschland gerade einmal 2,2 Prozent zum Umsatz der Musikindustrie bei. Audiostreaming via Spotify oder Apple dagegen hat einen Umsatzanteil von 47,8 Prozent. Ein Ungleichgewicht, das bekanntlich seit vielen Jahren zu einer deutlichen Marktverzerrung führt, die nicht tolerabel ist. Es kann nicht sein, dass ein großer Dienst, der massiv kreative Inhalte Dritter nutzt und durch Kuratierung und Werbeschaltungen daran verdient, diese Dritten nicht angemessen an den Erlösen beteiligt. Noch einmal: Wir brauchen hier ein Level Playing Field – alles andere zerstört auf Dauer die Lebensgrundlage nicht nur der Kreativen und ihrer Partner, sondern letztlich auch der Audio-Streamingdienste. Damit ist niemandem geholfen – vor allem nicht den Fans und Nutzerinnen und Nutzern in der ganzen Welt.“

**Weitere Informationen:**

Sigrid Herrenbrück  
Leiterin Presse- und Öffentlichkeitsarbeit  
E-Mail: [herrenbrueck@musikindustrie.de](mailto: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.*

Weitere Informationen: [www.musikindustrie.de](http://www.musikindustrie.de), [www.playfair.org](http://www.playfair.org)