

Bundestagswahl 2017: Die Kernanliegen der Musikbranche

Nach den Wahlen in Frankreich wird nun in ziemlich genau drei Monaten auch in Deutschland gewählt. Unabhängig davon, welche Regierung bzw. welche Regierungskoalition ab dem Herbst bei uns die politischen Weichen stellen wird, sollten drei Dinge nach unserer Ansicht mittlerweile parteiübergreifender common sense sein:

Erstens: Die Unternehmen der Kultur- und Kreativwirtschaft, die sogenannten Content-Branchen, gehören zu den Pfeilern der digitalen Wirtschaft (siehe dazu auch <http://www.deutsche-content-allianz.de>). Denn es sind ihre Produkte – Musik, Filme, Serien, Bücher, Games, Presseartikel und andere mehr, die viele Geschäftsmodelle der derzeit wertvollsten Unternehmen der Welt überhaupt erst ermöglicht haben und seit vielen Jahren attraktiv halten. Die Kultur- und Kreativwirtschaft ist dadurch als Innovations-„Enabler“ zugleich Treiber der Digitalwirtschaft. Inhalte und Technologie sind also zwei Seiten derselben Medaille und müssen als Gesamtheit gedacht werden.

Zweitens: Inhalte der Kultur- und Kreativwirtschaft sorgen einerseits für wirtschaftliches Wachstum. Andererseits sind sie ein kulturelles, identitätsstiftendes Bindemittel von Gesellschaften. In dieser Doppelfunktion spielen sie eine entscheidende Rolle bei der Gestaltung von Gegenwart und Zukunft in wirtschaftlicher, politischer, kultureller und sozialer Hinsicht. Mit anderen Worten: Kulturelle Inhalte sind ein Kraftstoff für die positive Weiterentwicklung von Volkswirtschaften.

Drittens: Um attraktive - das heißt vielfältige und spannende - originäre, kreative Inhalte am Markt herstellen zu können, müssen die Unternehmen der Kreativwirtschaft jetzt und in der Zukunft Rahmenbedingungen vorfinden, die diesen ersten Punkten Rechnung tragen. Mit besonderem Blick auf die Unternehmen der Musikindustrie möchten wir deshalb folgende Kernanliegen unserer Branche auf die Agenda setzen, für deren Umsetzung wir uns vor, während und nach der #BTW17 weiterhin intensiv einsetzen werden:

- **Investitionen schützen und Rechteinhaber stärken (auch in Europa)**

In einem Wirtschaftsbereich, der maßgeblich von dem Handel mit Rechten lebt und der weit überwiegend nicht subventioniert ist, muss Rechtssicherheit für Investitionen gelten! Hier ist politischer Gestaltungswille dringend erforderlich, um die Bedeutung, den Wert bzw. die Wertschöpfung der Kultur- und Kreativwirtschaft in Deutschland zu sichern und zu stärken, auch und gerade im europäischen und im internationalen Kontext.

- **Gleiche Spielregeln („*level playing field*“) im Online-Bereich schaffen**

In der digitalen Welt wird mit kreativen Inhalten erhebliche Wertschöpfung erzielt. Wirtschaftlich profitieren besonders die sogenannten User Upload-Plattformen wie YouTube, die noch immer eine nunmehr sechzehn Jahre alte rechtliche Ausnahmeregelung für sich in Anspruch nehmen dürfen. Die Folge: Kreative und ihre Partner werden für die Nutzung ihrer Werke auf diesen Plattformen nicht angemessen vergütet. Dieser „Value Gap“ wird seit Jahren sowohl auf nationaler wie europäischer Ebene, aber auch weltweit intensiv diskutiert und muss nun endlich im Rahmen der aktuellen Überlegungen der europäischen Kommission im Sinne des europäischen Digitalen Binnenmarktes geschlossen werden. Denn es schadet nicht nur allen Kreativschaffenden und ihren Partnern, sondern verzerrt auch den Wettbewerb mit den zahlreichen lizenzierten Anbietern von digitalen Inhalten wie Spotify, Amazon, Netflix & Co.

- **Das Internet darf kein rechtsdurchsetzungsfreier Raum sein**

Offline wie online müssen Regeln grundsätzlich auch durchsetzbar sein – im Sinne einer dauerhaften Legitimation des Rechts. Geschäftsmodelle, deren wesentliche Motivation in der illegalen Verbreitung von Inhalten liegt, dürfen entsprechend keine Möglichkeit haben, sich hinsichtlich des Umgangs mit diesen Inhalten aus der Verantwortung zu stehlen.

- **Plattformhaftung: Verantwortung definieren**

Online-Plattformen, die Inhalte kuratieren und mit Werbung versehen und durch massenhafte Nutzungen Einnahmen generieren, sind im engeren Sinne nicht neutral. Das Wechselspiel aus Haftungsprivilegierung der Provider („safe harbour“) und Anonymität der Endnutzer darf nicht länger zu Rechtslücken führen. Bei Rechtsverletzungen muss jemand haften und sich seiner Verantwortung auch stellen. Dies zeigt die aktuelle Debatte über den Umgang mit hate speech sehr gut. Es ist an der Zeit ein holistisches Haftungsregime im Internet zu etablieren. Neben den Plattformen müssen auch andere Akteure, wie Suchmaschinenbetreiber, Zahlungsprovider und Werbewirtschaft, die letztlich zumindest in Teilen am Geschäft mit Rechtsverletzungen teilhaben, mit Verantwortung dafür übernehmen, die Attraktivität und den Zugriff auf rechtsverletzende Angebote unattraktiv zu machen, einzudämmen bzw. gänzlich auszutrocknen („follow the money“). Nicht nur der Markt, sondern auch die Orientierung der Verbraucher leiden weiter, wenn entsprechend von allen Beteiligten gemeinsam erarbeitete innovative Ansätze einer gesetzlich verankerten Selbstregulierung am Ende mit Verweis auf das Kartellrecht verhindert werden. Das unmittelbar vor der Verabschiedung stehende Gesetz zur Haftungsfreistellung von WLAN geht hier in eine ganz falsche Richtung, da wieder einseitig Akteure von Verantwortung freigestellt werden und die Kostenlast bei den Rechteinhabern liegt.

- **Exklusivrechte erhalten**

Der Erhalt und die Stärkung von Exklusivrechten ist eine marktwirtschaftliche Notwendigkeit. Sie schafft Alleinstellung von Angeboten und damit Wettbewerb. Wer ein Regime der Vergütungsansprüche fordert, muss sich darüber im Klaren sein, dass dann eine Ausdifferenzierung von Inhalten im Hinblick auf die diversen Plattformen nicht mehr möglich sein wird.

- **Die Privatkopie muss an die digitale Realität angepasst werden**

Wir stellen eine juristische Überdehnung der Privatkopie fest, die aus unserer Sicht sehr problematisch ist, gerade mit Blick auf die sich weiter ausdifferenzierenden legalen Angebote. Seit einiger Zeit etablieren sich Geschäftsmodelle hinter der Privat-

kopienschranke und umgehen auf diese Weise die Beteiligung der Kreativen und ihrer Partner („Streamripping“) und stehen in direktem Wettbewerb mit lizenzierten Angeboten. Der Gesetzgeber hatte seinerzeit diese Entwicklung weder vorausgesehen noch beabsichtigt; es ist an der Zeit, die Privatkopie an die digitale Realität anzupassen und sie auf definierte Ausnahmefälle zu beschränken.

- **Verbraucherschutz darf nicht zum Supra-Recht werden**

Der Verbraucher, die Verbraucherin – im Fall der Musikbranche: der Fan – ist integraler Bestandteil unseres Geschäfts, seine, ihre Perspektive ist und bleibt deshalb auch im digitalen Umfeld für alle Akteure wichtig. Dennoch: Im Sinne einer gesunden Wirtschaft können diese Interessen nicht allein entscheidend sein, wenn es heißt: möglichst kostenlose Verfügbarkeit von Inhalten im digitalen Raum. Die an vielen Stellen geforderten weiteren Schranken würden Eigentumsrechte sukzessive aushöhlen. Eine Branche, die ihre Produkte am Markt – und dazu gehört im Jahr 2017 vor allem auch der digitale Markt – nicht refinanzieren kann, kann auf Dauer nicht überleben bzw. ist auf staatliche Alimentierung angewiesen.

- **Ausstattung und Struktur der Strafverfolgungsbehörden verbessern**

Der Rechtsstaat muss im digitalen Raum stärker sichtbar werden, um hier einen tatsächlichen Rechtsraum zu schaffen. Um den zahlreichen Varianten und wachsenden Risiken durch Straftaten im digitalen Umfeld zu begegnen, sollten die Regelungen zur örtlichen Zuständigkeit der Strafverfolgungsbehörden überdacht und die fachliche und personelle Ausstattung der Sicherheitsbehörden verstärkt werden. „Schwerpunkt-Ermittlungsbehörden“ sollten sich mit Delikten unter Nutzung des Internets bzw. im Internet befassen. Daneben gilt es, die internationale Kooperation bei der Rechtsdurchsetzung zu verbessern. Hindernisse sind insbesondere die Zusammenarbeit der Strafverfolgungsbehörden und die schnelle und unkomplizierte Zustellung und Vollstreckung von zivil- und strafrechtlichen Entscheidungen.

- **Steuerliche Inzentivierung**

Wir brauchen neue steuerliche Anreiz-Mechanismen, um die internationale Wettbewerbsfähigkeit des Standortes Deutschland im Bereich hochwertiger kreativer Inhalte aus Deutschland – Musik, Film, Serie, Animation und VFX, Dokumentarfilm, Games, VR – wiederherzustellen. Vorbilder für wirksame Fördersysteme gibt es in zahlreichen anderen, auch europäischen, Ländern. Als Ergänzung der eher punktuell ansetzenden Förderung im Rahmen von Förderstrukturen auf Bundes- oder Landesebene wäre eine Inzentivierung mittels Steuererleichterungen geeignet, um neben der internationalen Wettbewerbsfähigkeit auch Arbeitsplätze in der hochwertigen Musikproduktion zu sichern und weitere zu schaffen.