

>> Zum EU-Grünbuch über den Online-Vertrieb von audiovisuellen Werken

Die EU muss auch das Rundfunkrecht im Blick haben

Von **Petra Kammerevert (SPD)**, Sprecherin der S&D Abgeordneten im Kultur- und Medienausschuss des Europäischen Parlaments

Bereits im Juli 2011 legte die Kommission ein „Grünbuch über den Online-Vertrieb von audiovisuellen Werken“ vor. Es stellt die Diskussionsgrundlage für die Frage dar, inwieweit auf europäischer Ebene die Rechtssetzung verändert werden muss, damit einerseits mehr audiovisuelle Werke für den Online-Vertrieb generiert werden und sie andererseits besser ihren Weg zu Interessenten finden. Bis Mitte November 2011 war die Öffentlichkeit im Rahmen einer EU-weiten Konsultation aufgefordert, zum Grünbuch Stellung zu nehmen und eigene Vorschläge zu unterbreiten. Jetzt wird im Europäischen Parlament über die Vorschläge aus dem Grünbuch debattiert.



>> **Petra Kammerevert**

Geboren: 1. Juni 1966
 1985 - 1992 Studium Soziologie und Politikwissenschaft
 1992 - 2002 wissenschaftliche Mitarbeiterin einer Europaabgeordneten
 2002 - 2009 Leiterin der Geschäftsstelle des ARD-Programmebeirats
 Seit 1984 Mitglied der SPD
 Seit 14. Juli 2009 Mitglied des Europäischen Parlaments
 Seit Dezember 2009 stellv. Vorsitzende der Medienkommission beim SPD-Bundesvorstand

Im Grünbuch werden erneut viele urheberrechtliche Probleme, die für eine Online-Verbreitung audiovisueller Inhalte hinderlich sein könnten, erörtert. Es ist richtig und wichtig, diese Fragen zu klären, aber wir dürfen nicht nur ihnen allein Aufmerksamkeit schenken, sondern müssen den Fokus der Betrachtung erweitern. Es fehlt an einem umfassenden Ansatz, in dem auch rundfunkrechtliche Aspekte angemessen behandelt werden. Alte Fragen stellen sich dabei neu und dringlicher als bisher: Mit dem Hybrid-TV erleben wir eine neue und sicherlich nicht

die letzte Stufe der Medienkonvergenz. Die Herkunft eines auf dem Bildschirm präsentierten Inhalts wird für den Zuschauer nicht mehr eindeutig als das Angebot eines Rundfunkanbieters oder eines Internetunternehmens identifizierbar sein. Ist das Gerät also eher ein PC oder eher ein Fernseher? Ist es überhaupt noch sinnvoll, zur Abgrenzung technische Anknüpfungspunkte heranzuziehen? Ist die unterschiedliche Regulierung linearer und nicht-linearer Dienste nicht spätestens jetzt überholt? Ist möglicherweise gar der gesamte Rundfunkbegriff untauglich

geworden? Die bisherige Abgrenzung, dass beim linearen Angebot der Anbieter den Ausstrahlungszeitpunkt und beim nicht-linearen Angebot der Nutzer den Übertragungszeitpunkt durch seinen Abruf bestimmt, mutet im Zusammenhang mit der Generation Hybrid-TV geradezu realitätsfern an. Sollte man stattdessen künftig auf den potenziellen Einfluss eines Angebots auf die Meinungsbildung abstellen und wie lässt sich das wirklich objektiv messen? In Deutschland stellt sich diese Frage noch verschärft: Kann unter diesen Bedingungen der seinerzeit gefundene Beihilfekompromiss, der in Deutschland zum 3-Stufen-Test führte, noch aufrechterhalten werden? Wird nicht spätestens jetzt offenkundig, dass Verweildauerkonzepte und Beschränkungen für den Onlineabruf von Fernsehinhalten dem Charakter des Mediums völlig widersprechen? Schwächen wir möglicherweise durch unterschiedliche Regelungsichten beim Rundfunk und bei Online-Angeboten künftig sogar öffentlich-rechtliche und private Rundfunkanbieter sowie Zeitungsverleger gleichermaßen, die sich dann mit ihren Inhalten einer global agierenden Konkurrenz ausgesetzt sehen? Diese wichtigen Fragen werden weder behandelt, noch

gibt es bislang zufriedenstellende Antworten. Eine Diskussion darüber muss jedoch schnellstens begonnen werden.

Auch wird nicht umfassend genug der Frage nachgegangen, wie man Anreize zur Schaffung qualitativ hochwertiger Inhalte kreieren kann. Klassische Rundfunkanbieter, öffentlich-rechtliche wie private, leisten schon heute einen erheblichen Beitrag an online abrufbaren Inhalten. Wie viel ärmer wäre in Deutschland das Internet ohne die audiovisuellen Angebote, beispielsweise von ARD, ZDF, RTL und Sat.1? Die Erstverwertung erfolgt zunächst linear im Fernsehen und öffentlich-rechtliche Angebote sind dabei grundsätzlich gebührenfinanziert. Private Angebote müssen sich durch Werbung refinanzieren. Es gibt gute Gründe für Werbebeschränkungen bei Kindersendungen, Nachrichten und Informationssendungen. Es liegt auf der Hand, dass sich die Schaffung solcher Angebote für Private damit weniger attraktiv darstellt. Zugleich wird häufig ein Qualitätsverlust privater TV-Angebote bemängelt. Dieser würde sich zwangsläufig im audiovisuellen Online-Angebot fortsetzen. Wenn private Rundfunkunternehmen auch in Zukunft im Bereich der Information, linear wie nicht-linear, einen Beitrag an qualitativ hochwertigen Inhalten generieren sollen und man zugleich an Werberestriktionen festhalten will, sollte über andere Formen von Anreizsystemen nachgedacht werden. Denkbar wäre beispielsweise ein programmübergreifendes Verrechnungssystem für Werbezeiten innerhalb ihrer jeweiligen Programmfamilie. Angenommen, RTL Fernsehen würde eine Dokumentation zu guter Sendezeit zeigen und diese mit weniger Werbung unterbrechen. Dadurch würde die Sendergruppe RTL für sich einen „Bonus“ an Werbezeiten erzeugen, den sie zum Beispiel in einer Unterhaltungssendung auf VOX verwenden könnte. Die gezeigte Dokumentation stellt sich in der weiteren Verwertung zwangsläufig auch als online verfügbarer audiovisueller Medieninhalt dar. Ein solches System könnte den Wettbewerb in der linearen Programmqualität steigern und gleichzeitig eine qualitativ hochwertige Vielfalt

online sichern.

Die im Urheberrecht bestehenden Hindernisse für die Online-Verbreitung audiovisueller Werke werden von der Kommission im vorgelegten Dokument zwar erkannt, die Antworten sind jedoch unbefriedigend. Hinsichtlich des Rechthehandels wird eine zu starke Marktfragmentierung bemängelt. Jedoch werden meines Erachtens diese Probleme nicht durch die Einführung eines paneuropäischen Lizenzierungssystems gelöst. Man kann nicht künstlich einen einheitlichen, paneuropäischen audiovisuellen Markt schaffen. Die Nachfrage nach audiovisuellen Werken richtet sich nach unterschiedlichen Verbraucherinteressen. Diese unterliegen natürlichen Grenzen, wie Sprache und kultureller Prägung. Würde man verpflichtend eine paneuropäische Lizenzierung einführen, würde dies audiovisuelle Werke insgesamt unnötig verteuern. Was hätte ein Anbieter davon, dass er ein deutschsprachiges Werk auch in Litauen anbieten kann, wenn sich dort so gut wie niemand dafür interessiert? Sicherlich sollten die Rahmenbedingungen für eine paneuropäische Lizenzierung deutlich erleichtert werden. Dennoch muss die Möglichkeit der territorialen Begrenzung in der Lizenzierung eines Angebots erhalten bleiben. Es gibt so gut wie keine EU-weite, einheitliche Nachfrage nach audiovisuellen Produkten. Zudem birgt eine Verpflichtung zur grenzüberschreitenden Lizenzierung die Gefahr einer Oligopolisierung der Anbieter in sich. Kleinen und mittleren Unternehmen der Kreativbranche wird man dadurch mit Sicherheit nicht gerecht.

Die Rechtevermarktung von audiovisuellen Werken funktioniert schon heute innerhalb der EU recht zufriedenstellend. Problematischer stellt sich jedoch die von ihr zu unterscheidende Vermarktung von Online-Musikrechten dar. Ein Sonderproblem bildet dabei die in audiovisuellen Werken enthaltene Hintergrundmusik, sofern das Werk auch online verbreitet werden soll. Der Markt ist hier besonders fragmentiert, weil neben den Verwertungsgesellschaften auch Musikrechteagenturen eine wichtige Rolle spielen.

Diese Agenturen gerieren sich wie Verwertungsgesellschaften, unterliegen aber nicht deren Regulierungen. Diesem durchaus wettbewerbsverzerrenden Marktverhalten muss Einhalt geboten werden. Wer sich wie eine Verwertungsgesellschaft verhält oder die Infrastruktur von Verwertungsgesellschaften nutzt, muss sich am Markt auch ihren Regeln unterwerfen.

Zudem lässt die EU-Kommission mit einem Vorschlag für einen europäischen Rechtsrahmen für die kollektive Rechthevernehmung seit langem auf sich warten. Ein solcher Rechtsrahmen könnte Instrumente bieten, um ausgegliederte Teilrechte wieder in Verwertungsgesellschaften zurückzuführen oder Agenturen zumindest wie Verwertungsgesellschaften zu behandeln. Zudem sollte er die Idee des One-stop-shops in einem ausgeweiteten kollektiven Rechthevernehmungssystem etablieren. Damit würde der Rechtheerwerb sowohl für den klassischen Rundfunk wie für die Onlineverbreitung audiovisueller Inhalte deutlich einfacher und unwissentlicher oder auch nur auf Grund von Nachlässigkeit begangene Urheberrechtsverletzungen könnten verhindert werden. Der Rechtsrahmen muss auch good-governance Regeln für Verwertungsgesellschaften, insbesondere im Hinblick auf transparente Verwaltungskosten, eine faire Vergütung der Urheber und eine transparente Ausgestaltung der Gegenseitigkeitsverträge beinhalten.

Schließlich und endlich brauchen wir ein europäisches Urheberrecht, das eine vernünftige Balance zwischen berechtigten Interessen der Nutzer und der Urheber findet. Weder ACTA, noch Three-Strikes-Acts oder gar Deep Package Inspections sind hier eine Lösung, da der Schutz von Urheberrechten Einzelner nicht zur Aushebelung der Kommunikationsfreiheiten aller Menschen führen darf. Es wäre dringend an der Zeit innerhalb der EU zügig ein einfach handhabbares und von möglichst vielen akzeptiertes Urheberrechtssystem zu entwickeln und auf dessen Grundlage dann über globale Abkommen zu verhandeln. ■