



„Ohne die Kreativen läuft in der digitalen Welt nichts“

Unter dieser Überschrift diskutierten Matthias Döpfner, Präsident des Bundesverband Deutscher Zeitungsverleger, und Dieter Gorny, Vorsitzender des Bundesverband Musikindustrie und in Personalunion „Beauftragter für Kreative und Digitale Ökonomie“ des Bundesministeriums für Wirtschaft und Energie und damit für Fragen der Kulturwirtschaft zuständig, in der FAZ vom 6.4.2017. Am selben Tag hatte die „Deutsche Content Allianz“ (DCA), die Lobbyorganisation der Kulturwirtschaft, ihre Digitale Agenda vorgestellt.

Wie schwierig es überhaupt war, die Player der Kulturwirtschaft, also die Unternehmensseite, unter einen Hut zu bringen, zeigt schon die Tatsache, dass die öffentlich-rechtlichen Rundfunkunternehmen an der Veranstaltung nicht teilnahmen. Döpfner erklärte das damit, dass „der private Sektor kämpft“, während die Öffentlich-Rechtlichen sich auf 8 Milliarden Gebührengeldern ausruhen können.

Interessant dabei ist, dass dieselben Unternehmenssprecher sich im vergangenen Jahr nicht zu schade waren, die Reform des Urhebervertragsrechts – und damit die Sicherung der wirtschaftlichen Situation der von ihnen immer wieder nach vorn geschobenen Kreativen, nämlich der Urheber* und ausübenden Künstler* – mit allen Mitteln zu bekämpfen, als ginge es dabei um das wirtschaftliche Überleben ihrer Unternehmen. Allen voran waren die Zeitungsverleger. In diesem Kampf waren sie sich mit den Öffentlich-Rechtlichen übrigens noch einig.

Wie auch immer, der Forderungskatalog der DCA greift jedenfalls vieles auf, was die Kreativen, vor allem die Initiative Urheberrecht in ihren Konferenzen der vergangenen Jahre, auch unter Mitwirkung von Unternehmenssprechern und auch von Dieter Gorny, mehrfach formuliert hat, und das ist gut so. Döpfner wiederholte zu Recht, dass die Wertschöpfung auf den Plattformen nicht nur einen ökonomischen, sondern auch politischen Effekt hat; dass das Geistige Eigentum nicht nur in der analogen, sondern auch und erst Recht in der digitalen Gesellschaft geschützt werden muss. Er erneuerte die Forderung nach stärkerer politischer Unterstützung bei der Überbrückung des Value Gaps: Es kann nicht sein, dass die Gewinne allein auf der Seite der Plattformbetreiber auflaufen und die eigentlichen Content-Produzenten, die kreativen Urheber und ausübenden Künstler, wie bei den Streamingdiensten mit Peanuts abgespeist werden. Es wird höchste Zeit, dass die Betroffenen gemeinsam auf die Politik einwirken und immer wieder deutlich machen, dass nicht allein Hassmails unerwünscht sind und mit gesetzlichen Mitteln bekämpft werden müssen, sondern zuerst die Grundlagen zur angemessenen Verteilung des Mehrwerts gelegt werden müssen.

Diese Botschaft war schon vor der Pressekonferenz der Deutschen Content Allianz angekommen: Nicht nur hat das Wirtschaftsministerium (allerdings nicht für die gesamte Bundesregierung!) nach längerer Vorarbeit soeben das Weißbuch „Digitale Plattformen“ vorgelegt (wobei die Belange der Urheber und Künstler darin immer noch zu kurz kommen), es scheint auch so, dass es nicht in vollem Umfang die Interessen der ebenfalls auf der Seite der Kreativen aktiven Staatsministerin für Kultur und Medien abbildet: Warum eigentlich nicht und wo liegt der Konflikt? Erforderlich ist also auch weiterhin Druck aus der Kulturwirtschaft, damit vielleicht die nächste Bundesregierung eine befriedigende digitale Agenda auch für die Kultur entwickelt. Eile ist geboten.

Denn die EU hat bekanntlich schon im letzten September 2016, vor allem als Ergebnis der intensiven Beschäftigung des damals zuständigen Kommissars Oettinger mit der Materie, interessante Vorschläge für eine Anpassung des Urheberrechts an die Bedürfnisse der digitalen Gesellschaft vorgelegt. Die Initiative Urheberrecht und ihre europäischen Partner fordern allerdings Ergänzungen zu den noch vagen Vorschlägen: z.B. eine Schrankenregelung, die die Plattformbetreiber verpflichtet, einen Teil ihrer Werbegewinne aus formalen Rechtsverletzungen privater Nutzer mit den Kreativen zu teilen. Weiterhin fordern wir die Durchsetzung angemessener Vergütungen für die legale Nutzung von Werken auf Plattformen, verwaltet von Verwertungsgesellschaften. Und schließlich unterstützen wir mit Nachdruck die nun auch auf europäischer Ebene geplante Verstärkung des Urhebervertragsrechts, allerdings mit einer Zielsetzung, die über die Kommissionsvorschläge deutlich hinausgeht.

Ob Döpfners Plan, mit einem EU-weiten Leistungsschutzrecht nur für Presseverleger – von einer angemessenen Beteiligung der kreativen Journalisten ist in diesem Zusammenhang nicht die Rede – dagegen wirklich die Kräfteverhältnisse ändern kann, scheint in Deutschland und in Europa mit Skepsis gesehen zu werden. Hier sind noch sehr viele Fragen offen: Warum sollen nur Presseverleger ein solches Recht erhalten und nicht auch die Buchverleger, die dann einzige Kulturunternehmensgruppe ohne eindeutige rechtliche Absicherung, die auch weiterhin darauf angewiesen wäre, ihre Positionen lediglich auf Rechtsabtretungen der Autoren zu stützen?

Bedauerlich ist übrigens, dass die Protagonisten der Kulturwirtschaft die jüngste Novellierung des Telemediengesetzes zur völligen Haftungsfreistellung der WLAN-Hotspots mit keinem Wort erwähnten, obwohl ihre Lobbys – und auch die Initiative Urheberrecht – in Berlin dagegen Sturm laufen. Denn dieser Schritt wird die Bekämpfung der Internet-Piraterie erheblich erschweren: offensichtlich war der Respekt vor der Kanzlerin, die dieses Vorhaben im letzten Koalitionsgipfel dem Vernehmen nach vermutlich im Hinblick auf den Wahlkampf durchgesetzt haben soll, dann doch zu groß.

Es wäre schön, wenn die Sprecher der Kulturwirtschaft es nicht bei Lippenbekenntnissen zu Gunsten der Kreativen belassen würden, weil die Bezugnahme auf die „Kreativen“ bei der Politik immer einen guten Eindruck macht. Wir erwarten jetzt, dass sie bei der Konkretisierung, wenn es in Deutschland und Europa darum geht, die Position der wirklich kreativen Menschen in der digitalen Gesellschaft durch zukunftsweisende Gesetzgebung zu stärken, tatsächlich auf der Seite und im Bündnis mit den Kreativen stehen und dies auch tatkräftig zum Ausdruck bringen.

Prof. Dr. Gerhard Pfennig, Sprecher der Initiative Urheberrecht

Berlin, 9. April 2017

* Im Folgenden wird der besseren Lesbarkeit wegen nur die männliche Form verwandt.

Kontakt:

Katharina Uppenbrink | Geschäftsführung
Initiative Urheberrecht | Mohrenstraße 63 | D-10117 Berlin
Telefon: +49 (0) 30 2091 5807 | Mobil: +49 (0)160 9095 4016
katharina.uppenbrink@urheber.info | www.urheber.info