

# ONLINE-NUTZUNG KULTURELLER INHALTE

Vom Wertetransfer zum fairen Wirtschaftssystem

Veränderung

Bedeutung



Problem

Lösung

# Plattformbetreiber dominieren den Online-Markt für kulturelle und kreative Werke

- Plattformdienste beruhen hauptsächlich auf von Nutzern hochgeladenen Inhalten oder dem Aggregieren bestehender Inhalte. Viel zu oft erhalten die Schöpfer der Werke nur eine geringe oder gar keine Vergütung.
- Dies hat einen „Wertetransfer“ zur Folge. Der Wert kultureller und kreativer Werke wird von den Plattformbetreibern einbehalten, anstatt den Schöpfern der Werke zugute zu kommen.
- Dieser Wertetransfer hat einen ineffizienten und unfairen Markt geschaffen. Er gefährdet die Entwicklung der europäischen Kultur- und Kreativwirtschaft sowie den Erfolg des digitalen Binnenmarkts.

# Wandel beim Zugang zu kreativen Werken

Kulturelle Inhalte sind ein wesentlicher Motor für den Online-Markt. Mit dem Wachstum und der Entwicklung des Markts kam es in den letzten zehn Jahren zu einer zunehmenden Spaltung bei den Diensten, die Nutzern Zugang zu Inhalten bieten:

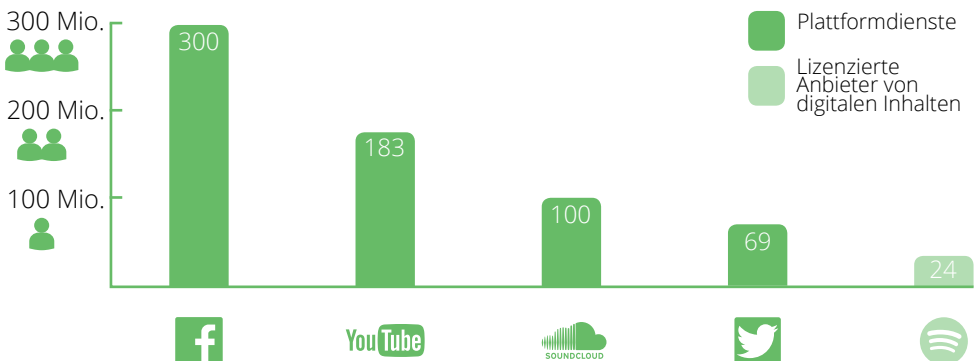
**Lizenzierte Anbieter von digitalen Inhalten** wie Spotify, Deezer, Netflix oder iTunes, die Lizenzen für die Inhalte bei den Rechteinhabern erwerben.

VS

**Plattformdienste** wie YouTube, TuneIn, Dailymotion und Facebook, die Zugang zu aggregierten oder von Nutzern hochgeladenen Inhalten bieten.

Die Plattformdienste sind die dominanten Akteure im Online-Markt.

Aktive monatliche Nutzer in Europa 2014, in Millionen



\* Quelle: Cultural Content in the Online Environment: Analyzing the Value Transfer in Europe, Roland Berger 2015

Bedeutung

# Kulturelle Inhalte für Plattformen essentiell

Der Einfluss und die Dominanz dieser Plattformdienste ließ sie zu den wichtigsten Portalen werden, über die Nutzer online auf Inhalte zugreifen.

Ihre Geschäftsmodelle basieren häufig darauf, die Nutzer so lange wie möglich innerhalb ihrer geschlossenen Systemen zu halten: Die Möglichkeit, auf kulturelle Inhalte zuzugreifen, diese zu entdecken und zu teilen ist von entscheidender Bedeutung, um Nutzer zu gewinnen und an sich zu binden.

## Das wirtschaftliche Gewicht von Plattformen ist erheblich

Der Gesamtmarktwert von Plattformdiensten in Europa wird auf fast 22 Mrd. Euro geschätzt

22  
Milliarden  
€

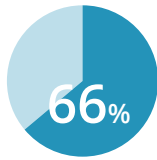
Suchmaschinen	16 140 Mio.€
Soziale Medien	3 160 Mio.€
Personal Lockers	1 740 Mio.€
Videoplattformen (Video oder Audio)	845 Mio.€
Content Aggregatoren	100 Mio.€
<b>Gesamt</b>	<b>21 985 Mio.€</b>

\*

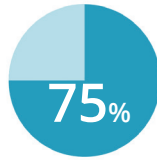
Im Durchschnitt gehen **23%** davon direkt auf die Nutzung von kulturellen Inhalten zurück.\*

Der **direkt** auf die Nutzung von kulturellen Inhalten zurückgehende Wert erreicht in einigen Fällen einen beträchtlichen Anteil:

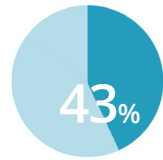
in Europa, 2014



Videoplattformen

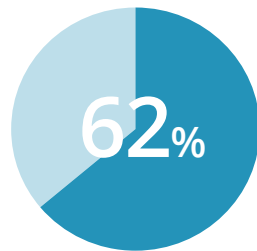


Content Aggregatoren



Soziale Medien \*




Der Gesamtanteil des **direkten und indirekten** Werts von kulturellen Inhalten an den Einnahmen dieser Plattformdienste beläuft sich auf:



\*

Durch die Nutzung kultureller Inhalte können diese Plattformdienste ihre Dominanz und Popularität steigern.

Dies führt zu hohen Börsenbewertungen, obwohl die tatsächlichen Einnahmen nicht hoch sind.

	Weltweite Einnahmen	Steigerung	Unternehmenswert
	12,5 Mrd.\$	x17,2	214 Mrd.\$
	1,4 Mrd.\$	x16	22 Mrd.\$
	0,01 Mrd.\$	x5,6	0,08 Mrd.\$
	66 Mrd.\$	x4,7	308 Mrd.\$
	0,08 Mrd.\$	x3,9	0,3 Mrd.\$

Gerundete Zahlen, in USD

\*

\* Quelle: Cultural Content in the Online Environment: Analyzing the Value Transfer in Europe, Roland Berger 2015

# Für kulturelle Inhalte wird unter Wert oder gar nicht bezahlt

Viele Plattformdienste locken Nutzer über kulturelle Inhalte an und profitieren wirtschaftlich von der Zugänglichmachung dieser Inhalte. Dabei werden die Inhalte häufig geordnet, aggregiert und empfohlen. Auf diese Weise treten diese Dienste in direkte Konkurrenz zu lizenzierten Inhalteanbietern um dieselben Nutzer und Einnahmen.

Im Gegensatz zu lizenzierten Diensten vergüten Plattformdienste die Schöpfer der Werke entweder überhaupt nicht oder unter Wert, obwohl sie auf die Nutzung dieser Werke angewiesen sind.

Dieser Kontrast ergibt sich aus einer Uneindeutigkeit bezüglich der Anwendung der „Safe-Harbour“-Regelungen aus der E-Commerce-Richtlinie auf urheberrechtlich relevante Handlungen von Plattformdiensten. Eine solche Anwendung geht über den ursprünglich vom Gesetzgeber vorgesehenen Zweck hinaus.

Infolgedessen behaupten die Plattformdienste, rein technische Vermittler zu sein und die Schöpfer der Inhalte nicht vergüten zu müssen.

Das höhlt die Leistungsfähigkeit des Marktes aus, verzerrt den Wettbewerb und senkt den Wert von kulturellen Inhalten im Online-Bereich allgemein ab.

## Folgen des Wertetransfers:

- Keine oder sehr geringe Vergütung von Kreativschaffenden für den Großteil der Nutzungen ihrer Werke im Internet
- Unfaire Benachteiligung von lizenzierten Anbietern
- Einschränkung der den Verbrauchern zur Verfügung stehenden Auswahl an neuen und innovativen Diensten, die Kreativschaffende fair vergüten

## Klarstellung der „Safe Harbour“-Regelungen in Bezug auf Urheberrechte

In der InfoSoc-Richtlinie aus dem Jahr 2001 sollte klargestellt werden, dass

**Plattformdienste, die an der öffentlichen Zugänglichmachung von kulturellen Inhalten beteiligt sind, sich bei ihren das Urheberrecht betreffenden Aktivitäten nicht auf die „Safe Harbour“-Regelungen der E-Commerce-Richtlinie berufen können.**

## Eine Lösung, die allen nutzt

- **Kreativschaffende** erhalten einen Anteil der Einnahmen, die mit ihren Inhalten erzielt werden
- **Anbieter von digitalen Diensten und Start-ups** haben endlich Zugang zu einem level playing field
- **Fans und Nutzer** profitieren von Innovationen, die fairere Online-Märkte bieten, und können sich sicher sein, dass die von ihnen geschätzten Kreativschaffenden fair bezahlt werden

Europa muss das dynamische wirtschaftliche Umfeld seiner Kultur- und Kreativwirtschaft, die mit derzeit über **7 Millionen Arbeitsplätzen** und einem Anteil von **4,2% des europäischen BIP** weiter wächst, erhalten und stärken.\*

\* Quelle: Wachstum schaffen: Erfassung der Märkte der Kultur- und Kreativwirtschaft in der EU, EY 2014



GESAC vereint 34 der größten  
Autorengesellschaften in der  
Europäischen Union, Island,  
Norwegen und der Schweiz.  
GESAC vertritt über 1 Million  
Kreativschaffende und  
Rechteinhaber aus den Bereichen  
Musik, audiovisuelle Werke,  
bildende Kunst, und literarische  
und dramatische Werke.

RUE MONTOYER 23  
1000 BRUSSELS  
+32 2 511 44 54 

@AUTHORSOCIETIES  
SECRETARIATGENERAL@GESAC.ORG  
WWW.AUTHORSOCIETIES.EU

In diesem Dokument zitierte Studien:  
[authorsocieties.eu/TransferOfValue](http://authorsocieties.eu/TransferOfValue)