

INDUSTRIE- UND HANDELSKAMMER ZU  
BERLIN

ALLIANZ DEUTSCHER PRODUZENTEN -  
FILM & FERNSEHEN E.V.

DEUTSCHER MUSIKVERLEGER  
VERBAND E.V.

MEDIA.NET BERLINBRANDENBURG E.V.

VERBAND DER ZEITSCHRIFTEN-  
VERLEGER BERLIN-BRANDENBURG E.V.

GEMA – GESELLSCHAFT FÜR MUSIKALI-  
SCHE AUFFÜHRUNGS- UND MECHANI-  
SCHE VERVIELFÄLTIGUNGSRECHTE

BUNDESVERBAND MUSIKINDUSTRIE  
E.V.

GESELLSCHAFT ZUR VERWERTUNG VON  
LEISTUNGSSCHUTZRECHTEN MBH

MEDIENBOARD BERLIN-BRANDENBURG  
GMBH

VERBAND UNABHÄNGIGER  
MUSIKUNTERNEHMEN E.V.

6. Juli 2016

## **Berliner Aufruf**

**an die Bundesregierung zur Unterstützung einer EU-weiten Klarstellung der Verantwortung von Online-Plattformen für die Nutzung urheberrechtlich geschützter Inhalte**

Die Kreativwirtschaft ist eine der wachstumsstärksten und innovativsten Branchen in Deutschland und für Berlin von besonderer Bedeutung. Im Jahr 2014 waren bundesweit in der Kultur- und Kreativwirtschaft rund 249.000 Unternehmen tätig, die einen Umsatz in Höhe von 146 Milliarden Euro erwirtschafteten. Gerade die Region Berlin-Brandenburg hat einen bedeutenden Anteil an dieser Entwicklung. Rund 30.500 Unternehmen sind hier ansässig, erzielten in 2014 einen Rekordumsatz von 15,6 Milliarden Euro, erwirtschafteten sechs Prozent aller privatwirtschaftlichen Umsätze der Region und gaben mit 218.000 Erwerbstätigen knapp sieben Prozent aller Erwerbstätigen in Berlin und Brandenburg eine Beschäftigung.

Berlin hat sich zum Mekka für Kreative aus aller Welt entwickelt und gilt als Silicon Valley Europas. Hier entstehen täglich neue Songs, neue Filme, neue Computerspiele und andere kreative Inhalte. Nach der von der Senatsverwaltung für Wirtschaft, Technologie und Forschung verfassten Analyse „beyond!before!bright! in Berlin“ steht Berlin z. B. im Bereich der Musikwirtschaft wie keine andere deutsche Stadt für die dynamische Weiterentwicklung, Pioniergeist und Innovation.

Damit diese Entwicklung anhält, müssen die Wertschöpfungsketten für die Kreativen ebenso wie für alle an der Verwertung Beteiligten funktionieren. Geschäftsmodelle, bei denen Einzelne überproportional und damit auf Kosten der anderen Beteiligten profitieren, schwächen die kreativen Branchen und den Wirtschaftsstandort insgesamt.

Die IHK Berlin als Vertreterin des Gesamtinteresses der gewerblichen Wirtschaft in Berlin und die Interessenverbände der Kreativwirtschaft begrüßen deshalb den am 1. Juni 2016 gefassten Entschließungsantrag des Deutschen Bundestages, der die Bundesregierung auffordert, auf europäischer Ebene alles zu unternehmen, damit Maßnahmen entwickelt wer-

den, "mit denen die Finanzströme von Plattformen, die gewerbsmäßig Rechte des geistigen Eigentums verletzen, ausgetrocknet werden können".

Bei der Gestaltung neuer Rahmenbedingungen sollte jedoch der Blick nicht allein auf Plattformen gerichtet werden, deren Geschäftsmodelle im Wesentlichen auf Rechtsverletzungen aufgebaut sind. Denn letztlich können alle Plattformen, die als Hostprovider Speicherplatz für fremde Inhalte anbieten, die Wertschöpfungsketten zu Lasten der Rechteinhaber verändern.

Hostprovider gelten selbst nicht als Anbieter von Inhalten und brauchen deshalb nach der aktuellen Gesetzeslage keine Lizenzvereinbarungen mit den Rechteinhabern oder deren Verwertern zu schließen. Diese fast zwei Jahrzehnte alte Privilegierung berücksichtigt aber nicht, dass mittlerweile Geschäftsmodelle entstanden sind, bei denen dies zu einer nicht gerechtfertigten Verlagerung der Wertschöpfung führt. Einige Plattformen bieten nicht nur die technische Infrastruktur zum Bereitstellen von Inhalten, sondern verdienen mit dem Abruf von Werken aktiv Geld, indem sie diesen mit Werbung verbinden. Die Relevanz des Themas lässt sich exemplarisch am Beispiel von Musikplattformen darstellen:

Nicht etwa Anbieter, wie Spotify & Co., die Verwertungsrechte an der Musik erwerben, sondern YouTube ist der größte Musikanbieter der Welt. 79 Prozent der europäischen Internetnutzer greifen auf diesen Dienst zu, wenn sie Musik genießen wollen. Als Hostprovider muss YouTube aber keine Lizenzen für die Musik erwerben und bietet deshalb lediglich eine Beteiligung an den Werbeeinnahmen an. Während Spotify 2014 an die Tonträgerhersteller geschätzte 18 US-Dollar pro Nutzer zahlte, war YouTube lediglich zur Zahlung von 1 US-Dollar bereit. Dabei macht YouTube mit gezielten, an den jeweiligen Content geknüpften Werbeschaltungen sowie der Gestaltung von Suchmasken und Share-Funktionen Umsätze im Milliardenbereich.

Vor diesem Hintergrund bedarf es einer Überarbeitung des rechtlichen Rahmens für Plattformen, die aktiv Inhalte anbieten. Wer mit dem Abruf urheberrechtlich geschützter Werke gezielt Geld verdient, muss die Rechteinhaber angemessen an der Wertschöpfung beteiligen. Die gesetzliche Privilegierung von Host Providern, die sich Inhalte durch aktive Tätigkeiten wie Kuratieren oder das Bespielen mit Werbung zu Eigen machen, ist weder im Interesse der Rechteinhaber noch im Interesse der Nutzer zu rechtfertigen.

Die IHK Berlin und die Interessenverbände der Kreativwirtschaft rufen die Bundesregierung deshalb dazu auf, den Fokus verstärkt auf eine Gleichstellung aller Geschäftsmodelle zu legen, die mit dem Abruf von Werken gezielt Geld verdienen und sich bei der Europäischen Kommission für die Schaffung einer klarstellenden Regelung einzusetzen.

Nur wenn Schlupflöcher geschlossen werden und die angemessene Beteiligung von Rechteinhabern und Kreativen an der Wertschöpfung gelingt, kann ein gerechter Markt geschaffen werden, der weiterhin die Produktion von aufregenden Inhalten ermöglicht.



