

Der IT-Gipfel wird kreativ: Inhalte als Treiber für die Entwicklung und Attraktivität der IT-Infrastrukturen / Gemeinsame Wertschöpfung anstreben

Thesenpapier der IT-Gipfel-Plattform „Kultur und Medien“

Die Kreativwirtschaft in Deutschland ist eine faszinierende Schlüsselbranche: Ein Umsatzvolumen von über 145 Milliarden Euro und über eine Million Erwerbstätige sprechen für sich. Viel wichtiger aber als die reinen Zahlen ist, dass die Produkte der Kreativen aus unserem täglichen Leben und damit auch aus der Digitalisierung unserer Gesellschaft nicht wegzudenken sind. Sie gehören nicht nur ganz selbstverständlich dazu, sondern sind unerlässlich.

Die Gesellschaft braucht kulturelle Vielfalt. Den „Rohstoff“ hierfür schaffen nicht zuletzt Künstler und Kreative – und damit den Treibstoff für die auch digitalen Innovationen der Kultur- und Kreativwirtschaft. Die kulturelle Vielfalt spiegelt sich in Deutschland sehr eindrucksvoll in der lebendigen Filmlandschaft, im dualen Rundfunksystem, der Buchvielfalt, dem Reichtum an Theatern und Musik, den vielen Künstlerinnen und Künstlern, einer innovativen Videospiele-Branche und der unabhängigen Presselandschaft wider. Es sind genau diese Inhalte, die Selbstreflexion befördern, Debatten anstoßen, Meinungen, Erkenntnis und Wissen transportieren, Emotionen wecken und gleichermaßen zur Erbauung wie zur Unterhaltung beitragen. Sie prägen die kulturelle Identität und die Meinungsbildung des Einzelnen und der Gesellschaft.

Inhalte sind Entwicklungstreiber der Infrastrukturen und ihrer neuen Geschäftsmodelle, sie generieren Nachfrage und machen Netze und Plattformen erst attraktiv. Technische Innovationen werden unter anderem dann besonders gut angenommen, wenn sie ein vielfältiges inhaltliches Angebot zugänglich machen und damit eine Wertschöpfung befördern, die allen beteiligten Akteuren und Branchen zugute kommt. Kultur- und Kreativzeugnisse sind auch wesentliche Treiber vieler technologischer Innovationen im privaten Umfeld: Smartphones, Tablet Computer, E-Reader und Smart-TVs sind einige Beispiele für Endgeräte, deren Erfolgsgeschichte auf dem komfortableren, schnelleren und stets verfügbaren Zugang zu kreativen Inhalten beruht. So treiben diese auch die Entwicklung technologischer Innovationen voran, etwa die Breitbandnetze von morgen, Big Data oder die künstliche Intelligenz. Die Kreativwirtschaft ist darüber hinaus auch Innovationsmotor für neue technologische Entwicklungen im industriellen Umfeld. Schon längst sind z. B. 3 D-Medien ein fester Bestandteil von Kino, Fernsehen, Video und digitaler Spiele sowie weiterer Einsatzbereiche wie der Medizintechnik, der industriellen Produktion, der Umgebungserfassung von robotischen Systemen, autonom agierenden Fahrzeugen oder Drucktechnologien. Die Produkte der Kreativen sind damit als Treiber und Vermittler integraler Bestandteil der Debatte um die digitale Zukunft.

Es gehört zur staatlichen Verantwortung, Strukturen zu schaffen und weiterzuentwickeln, die nicht nur Kreativität und Schaffenskraft wertschätzen, sondern auch eine stabile wirtschaftliche Grundlage für entsprechende Investitionen ermöglichen. Davon profitieren alle: die Kreativen, ihre Produktions- und Vertriebspartner, Nutzerinnen und Nutzer und erst recht die digitale Wirtschaft.

Eine werthaltige Einbindung der Kreativwirtschaft in den IT-Gipfel der Bundesregierung ist daher nur folgerichtig: Der IT-Gipfel 2015 wird im wahrsten Sinne des Wortes kreativ!

Empfehlungen der Branche an die Politik:

Wir brauchen eine sachliche Darstellung des wirtschaftlichen, gemeinschaftlichen und gesellschaftspolitischen Mehrwerts von Inhalten aller Art und eine Diskussion darüber, wie die Politik die Zukunft der Kreativbranchen gerade im aktuellen Transformationsprozess konstruktiv begleiten kann.

Netzneutralität und Zugang

Die Gewährleistung von Netzneutralität sowie die Sicherung eines offenen, wenn auch nicht rechtsfreien Internet sind wichtige Voraussetzungen für Zugangsoffenheit, kommunikative Chancengleichheit und Auffindbarkeit von Inhalten im Netz. Im digitalen Umfeld sind – gerade für die Vielzahl kleinerer Medienanbieter und -angebote – die Konditionen des Zugangs und die Sichtbarkeit auf Plattformen entscheidend. Weil die Auffindbarkeit mehr und mehr zu einer der zentralen Fragen beim Zugang zu medialen Inhalten wird, bekommen Zugangsoffenheit und Chancengleichheit bei der Platzierung auf Plattformen für Inhalteanbieter existenzielle Bedeutung, zumal ein hohes Diskriminierungspotenzial besteht. Der gesetzliche Rahmen muss Angebots- und Anbietervielfalt ermöglichen, Bottlenecks verhindern und für Anbieter und Nutzer Transparenz gewährleisten.

Der Zugang von Anbietern und Nutzern zu legalen Diensten und Inhalten im Internet ist ebenso Basis der demokratischen und wirtschaftlichen Grundlage unserer Gesellschaft wie die Beibehaltung der Prinzipien von Transparenz und Wettbewerb im Netz. Das Prinzip des offenen und diskriminierungsfreien Zugangs der Inhalteanbieter und Nutzer zum Netz ist daher beizubehalten.

In der aktuellen Diskussion um zentrale Fragen zu Kapazitätsengpässen und Finanzierungsströmen im Netz fehlt der Hinweis, dass die kreativen Inhalte Grundvoraussetzung für die Nutzerakzeptanz sind. Die weitere Entwicklung von denkbaren Perspektiven zur Netzneutralität und deren Umsetzung darf deshalb nicht ohne Einbeziehung der Inhalteanbieter und der Kreativen erfolgen. Es wäre ein verhängnisvoller Fehler, das Prinzip der Netzneutralität im offenen Netz leichtfertig auszuhebeln, um (neue) Geschäftsmodelle der Netzbetreiber auf dem Rücken Dritter zu fördern. Dies gilt umso mehr, wenn erste Entscheidungen auf EU-Ebene richtungsweisende Fragen nicht eindeutig beantworten. Mit Blick auf den Schutz von Medienfreiheit und -vielfalt darf der Netzbetreiber nicht allein entscheiden, welcher Inhalt zu welchen Konditionen und in welchem Tempo zum Endkunden gelangt. Überhaupt stellt sich die Frage des Nachweises, dass denkbare Kapazitätsengpässe nicht allein durch Netzausbau zu beheben wären. Das Internet ist neben seiner ökonomisch-technologischen Bedeutung ein Kommunikationsraum von gesamtgesellschaftlicher Bedeutung. Ein Eingriff durch Netzbetreiber oder Provider oder eine Bevorzugung eigener Inhalte darf nicht stattfinden, unbeschadet der Erforderlichkeit eines wirksamen Schutzes vor der rechtswidrigen Verbreitung von Inhalten. Entsprechend sind die politischen Gestaltungsspielräume bei der Umsetzung der EU-Vorgaben zur Netzneutralität auf nationaler Ebene auszunutzen, um diesen Gefahren vorzubeugen.

Suchmaschinen und Auffindbarkeit

Suchmaschinen sind als Inhalteaggregatoren Wettbewerber der Kultur- und Kreativwirtschaft und zusätzlich "Gatekeeper" im Internet mit einem hohen Diskriminierungspotential. Sie treten teilweise auch wie Inhalteanbieter auf, denn sie bieten fremde Inhalte auf eigenen Portalen an, die andernorts mit kreativer Leistung generiert wurden. Diese Portale belegen in den Suchergebnissen häufig die ersten Plätze und verdrängen dort die Angebote der originären Inhalteanbieter. Da immer größere Anteile der Nutzeraufmerksamkeit bei den Suchmaschinen gebündelt werden, gibt es auch hier zur Sicherung von Vielfalt und zum diskriminierungsfreien Zugang den Bedarf einer Festschreibung von Mindestanforderungen. Marktdominante Suchmaschinen sollten daher gleiche Such- und

Darstellungskriterien an alle legalen Webseiten und Inhalte, einschließlich eigener Dienste, anlegen. Die Nutzung der Inhalte von Medien- und Inhaltenanbietern sollte ebenso an deren Zustimmung gebunden sein wie die Möglichkeit, Nutzungsrechte und -grenzen für die Verwertung des jeweiligen Inhalts zu bestimmen. Aggregatoren dürfen gegenüber anderen Inhalteportalen nicht begünstigt werden.

Wettbewerbsbehörden und Politik müssen daher Rahmenbedingungen der Vielfaltsicherung und der Vermeidung von Diskriminierung zumindest für marktdominante Suchmaschinenanbieter festlegen sowie einen geeigneten Schutz gegen Marktmissbrauch bei der Übernahme von Inhalten Dritter sicherstellen.

Rechtsdurchsetzung / Haftung

Angebots- und Anbietervielfalt und Investitionen in (neue) Inhalte müssen durch wirksame Schutzmechanismen flankiert werden. Der Schutz von Kreativleistungen vor illegaler Verbreitung und Nutzung bleibt für die Kreativwirtschaft in Deutschland ein besonders wichtiges Anliegen.

Die Kultur- und Kreativwirtschaft braucht Mechanismen für eine gerechte Partizipation. Die Kreativen und ihre Partner haben erkannt, dass es gilt, dort gemeinsam für eine gerechte Partizipation an den Einkünften zu sorgen, wo diese ganz unmittelbar auf Grundlage eben dieser kreativen Inhalte erwirtschaftet werden. Die Verbesserung der Rahmenbedingungen für legale Angebote ist essentiell. Die Kreativen und ihre Partner sind allesamt daran interessiert, ihre Produkte an einen möglichst großen Nutzerkreis zu fairen Bedingungen abzugeben.

Die Kultur- und Kreativwirtschaft braucht Rechtssicherheit. Die Politik muss daher die Entstehung rechtsfreier Räume im Netz nicht nur durch die Schaffung angemessener Rahmenbedingungen verhindern, sondern auch die Voraussetzungen dafür schaffen, dass die Rechte in angemessener Weise durchgesetzt werden können.

Es gilt, die notwendigen Maßnahmen zu ergreifen, um die illegale Verbreitung urheberrechtlich geschützter Inhalte im Internet noch nachhaltiger einzudämmen. Dazu zählt neben einer zu verbessernden internationalen Abstimmung bei der Verfolgung von Urheberrechtsverletzungen insbesondere, die Haftung bestimmter Provider anzupassen: Die Provider, die systematisch Rechtsverletzungen organisieren oder ermöglichen, müssen zum wirksamen Schutz geistigen Eigentums stärker in die Verantwortung genommen werden. Die fehlende rechtliche Möglichkeit, Betreibern von Streaming- oder Sharehoster-Diensten mit illegalen Angeboten und den mit ihnen kooperierenden Portalen und Dienstleistern Verantwortung zuzuweisen, bildet erst eine der entscheidenden Ursachen für das Entstehen solcher Angebote.

Die Klärung des Haftungsregimes für Provider ist daher ganz zentral für die Wertschöpfung in der Kultur- und Kreativwirtschaft, da sie auch das Lizenzgeschäft verzerren. So wird man schon deshalb von höchst ungleichen Verhandlungspositionen sprechen können, weil sich bestimmte Host-Provider als vermeintlich neutrale Plattformen hinter die Haftungs-Privilegierung der E-Commerce-Richtlinie zurückziehen und Lizenzierungsgespräche grundsätzlich ablehnen können. Hier sind kreative gesetzliche Lösungen, ggf. auch im Rahmen von neuen Anspruchsgrundlagen nötig.

Letztlich sind zudem rechtliche Grundlagen erforderlich, um wirksam gegen Portal-/ Suchseiten und deren Verlinkung zu den illegalen Dateien solcher Hostprovider mit systematisch rechtsverletzenden Geschäftsmodellen vorgehen zu können. Die deutsche Rechtsprechung zeigt in der jüngeren Entwicklung Rahmenbedingungen auf, die ggf. in nationales Recht gegossen werden könnten und auf europäischer Ebene entsprechend vertreten werden sollten.

Ausblick

Durch die Neuausrichtung des Nationalen IT-Gipfels auf die Handlungsfelder der Digitalen Agenda und die Etablierung der Plattform „Kultur und Medien“ ist die Kreativwirtschaft erstmals dauerhaft im IT-Gipfel verankert. Die Einbindung der Kreativwirtschaft in einen konstruktiven Dialogprozess mit der IT-Industrie mit dem Ziel der Stärkung einer gemeinsamen Wertschöpfung muss in den kommenden Jahren glaubwürdig fortgesetzt werden. Hierfür bildet die Plattform „Kultur und Medien“ ein geeignetes Forum. Innovationen und Investitionen sind nicht allein Infrastrukturen vorbehalten, sondern werden maßgeblich durch die Inhalteanbieter getätigt. Der IT-Gipfel der Bundesregierung dient dazu, die strukturelle und kontinuierliche Befassung mit den Anliegen der Kreativwirtschaft auch im Jahresverlauf zu gewährleisten und damit eine gleichwertige Wahrnehmung ihrer Handlungsfelder auch in Zukunft zu verankern.

Im Zuge der Digitalen Agenda hat sich im Vorfeld des 9. Nationalen IT-Gipfels erstmals die Plattform „Kultur und Medien“ konstituiert. Erstes Arbeitsergebnis ist das vorliegende Thesenpapier. Mitglieder der Plattform: Die Beauftragte der Bundesregierung für Kultur und Medien (Vorsitz), Verband Privater Rundfunk und Telemedien (Co-Vorsitz für die Deutsche Content Allianz), ARD, ZDF, Bundesverband Deutscher Zeitungsverleger, Verband Deutscher Zeitschriftenverleger, Börsenverein des Deutschen Buchhandels, Bundesverband Musikindustrie, GEMA, Allianz Deutscher Produzenten – Film & Fernsehen, Spitzenorganisation der Filmwirtschaft, Verband Deutscher Drehbuchautoren, Deutscher Kulturrat, Initiative Urheberrecht sowie BIU - Bundesverband Interaktive Unterhaltungssoftware.