

## **Fragen an Fred Breinersdorfer von promedia (2012):**

1. Sie haben jüngst eine Veranstaltung der „Initiative Urheberrecht“ moderiert. Mit welchem Ziel hat sich diese Initiative gegründet?

Wir wollen die Bürger und die Politik für die aktuellen Probleme der Urheber sensibilisieren. Deren Situation ist in unserer Wissensgesellschaft in hohem Maße relevant für Kultur und Wirtschaft. Individuelle Kreation ist durch keinen industriellen Prozess zu ersetzen. Kreation ist einmalig. Gibt es keinen Anreiz mehr für Profis kreative Werte zu schaffen, verarmt die Gesellschaft. Profis brauchen aber verlässliche Rechtsgrundlagen für ihre Arbeit. Dazu müssen wir das Urheberrecht weiterentwickeln.

2. Wie ist gegenwärtig die Situation der Kreativen in der analogen Welt?

Kreative Berufe sind beliebt und begehrt. Sie setzen formal keine besonderen Ausbildungsabschlüsse voraus. Jeder Talentierte hat Chancen. Seiteneinsteiger sind nicht selten. Das ist sehr gut, führt aber zu einem hohen Konkurrenzdruck. Gleichzeitig steigen die Anforderungen an die Professionalität der Kreativen. Meist müssen sie gleichzeitig Innovator, Produzent, Finanzier und Vermarkter sein, wenn sie sich durchsetzen wollen. Ständig neue Techniken verlangen laufende Anpassungsstrategien. Der Erfolgsdruck ist erbarmungslos. Dafür bekommt die Masse der Kreativen keine angemessene Vergütung. Die Künstlersozialkasse rechnet mit Durchschnittseinkommen von 10-12.000 Euro im Monat. – Die Wissens- und Kulturgesellschaft kann sich den „armen Poeten“ schlicht nicht leisten, ohne auf Dauer selbst zu verarmen.

3. Wieweit beeinflusst die Digitalisierung die wirtschaftliche Situation der Kreativen?

Die Kulturpessimisten sehen in den digitalen Kommunikationsformen das Risiko einer weiteren Verschlechterung der Situation der Kreativen. Wie alle neuen Kulturtechniken wird die Digitalisierung aber neue Chancen und Herausforderungen bringen – und sie eröffnet neue Konsumentenkreise. Um die Potentiale auszuschöpfen, brauchen wir Vergütungssysteme für digitale Nutzungen und Partizipationsmodelle, die alle an den Erträgen beteiligt. Mit einem zeitgemäßen Urheberrecht als Basis wird jeder Kreative langfristig davon profitieren.

4. Wie schützen die Verwerter die Rechte der Kreativen in der digitalen Welt?

Ich habe den Eindruck, dass die Verwerter alle Hände voll damit zu tun haben, zunächst die eigenen Rechte zu schützen. Auf der einen Seite wollen sie die neuen Märkte erschließen, auf der anderen Seite verlieren sie dort dramatisch an Umsatz, weil die Nutzer davon ausgehen im Netz müsse alles gratis sein. Wer seine Angebote nicht

verschenkt, der bekommt sie kurzerhand geklaut. Auf jedem Gemüsemarkt käme die Polizei. Im Netz hat die Politik die Verwerter bisher erbarmungslos im Stich gelassen. Dass die Verwerter in so einer Situation nicht auch noch Geld in die Hand nehmen, um die Kreativen zu schützen ist nachvollziehbar.

5. Mit dem Internet, den neuen Plattformen müsste es doch für Kreative mehr Verwertungsmöglichkeiten geben, von denen sie auch wirtschaftlich profitieren?

Richtig, das setzt aber eine angemessene Vergütung aller Nutzungen voraus und ein Verteilungsmodell, von dem ich bereits gesprochen habe. Und außerdem muss der Schutz der Werke vor unbefugten Eingriffen gewährleistet sein. Wenn jemandem in einem nächtlichen Park das Geld geraubt wird, wird er den Park meiden, so schön es dort bei Mondschein auch sein mag.

6. So hat die Produzentenallianz mit TV-Sendern Vereinbarungen über die Vergütung bei der digitalen Verwertung abgeschlossen. Inwieweit profitieren die Kreativen von solchen Abkommen?

Nur unzureichend, weil wir fast in allen Fälle gezwungen sind, alle Rechte in einem "Buy-out" an die Verwerter abzutreten. Damit sind wir von weiteren Verwertungserlösen regelmäßig ausgeschlossen. Zwar ist es ein schwerer Fehler von Verwertern, sich nur unzureichend um ihre wichtigsten Partner, die Kreativen, zu kümmern, aber in der Praxis der Verhandlungen geht es nur ums eigene Geld. Ich würde mir eine Solidargemeinschaft von Kreativen und Produzenten wünschen. Denn wir haben unter dem Stich viel mehr Gemeinsamkeiten als Konfliktpotenziale.

7. Was müsste hier der nächste Schritt sein?

Der für den wir streiten: Eine angemessene Beteiligung der Urheber an allen Erlösen, die mit ihren Werken erzielt werden. Hinzu kommt eine Allianz jener, die an der – sagen wir es betriebswirtschaftlich – Herstellung des Produkts bis zum Zeitpunkt seiner Marktfähigkeit, beteiligt sind.

8. Es gibt die Auffassung, dass durch die kostenlose Nutzung von kreativen Inhalten im Internet, neue Werke entstehen können, wovon die Gesellschaft profitiert. Was halten sie davon?

Schon seit tausenden von Jahren setzen sich Kreative mit bestehenden Werken auseinander und entwickeln sie weiter. Dieser Prozess ist wichtig für unsere kulturelle Entfaltung. Das ist doch keine Erfindung des Internetzeitalters. Ich verstehe nur nicht, warum diese Nutzung kostenlos sein soll, bloß weil die Werke digital und nicht analog

vorliegen? Mit welchem Recht verlangt man vom Kreativen, dass er ohnmächtig zusehen soll, wie sein Werk umgestaltet, im schlimmsten Fall banalisiert und zerstört wird? Ein fairer Umgang mit der Fortentwicklung vorliegender geschützter Werke verlangt erstens die Zustimmung des Urhebers und zweitens seine angemessene Beteiligung an der Vermarktung des neu entstandenen Werkes.

9. Zugleich nimmt die Forderung nach einem „Fair Use“, einem Urheberrecht mit Augenmaß zu. Welches „Augenmaß“ wäre für die Kreativen angemessen?

Was für ein Begriff "Augenmaß"?! Das hört sich an wie "Augen auf im Straßenverkehr". Urheberrecht ist Wirtschaftsrecht und Kulturrecht. Da kommt es auf angemessenen Interessenausgleich an. Der Preis von Lebensmitteln wird ja auch nicht nach "Augenmaß" festgelegt. Und „fair“ muss die Nutzung für beide Seiten sein. Beim Fußball spielt ja auch nicht die eine Mannschaft mit zehn und die andere mit fünf Feldspielern.

10. Eignet sich das System der Verwertungsgesellschaften auch für die digitale Welt oder sind Verwertungsgesellschaften hier eher zahnlose Tiger?

Die Zukunft der Vergütungssysteme für kreative Leistungen liegt eindeutig bei den Verwertungsgesellschaften. Man muss doch im Netz zwei Phänomene in den Griff bekommen: einmal die nahezu unüberschaubare Zahl der Nutzungsvorgänge und zweitens die Marktmacht der sich immer weiter konzentrierenden Anbieter – man denke nur an Google. Der einzelne ist völlig überfordert, in diesem Dschungel seine Rechte auch nur annähernd durchzusetzen. Das gilt für Kreative wie auch für die Produzenten. Alleine unsere Verwertungsgesellschaften haben die Macht und die Marktkenntnis, um angemessene Vergütungen zu gewährleisten. Sie verhandeln auf Augenhöhe.

11. Es ist viel von einer fairen Vergütung in der digitalen Welt die Rede. Wie könnte diese Aussehen?

Sie muss angemessen sein, das heißt für alle Seiten, Kreative, Produzenten, Verwerter wie Nutzer, akzeptabel. Gerade in der digitalen Welt ist es möglich, nach Art und Umfang der Nutzung, die ja präzise gemessen werden kann, abzurechnen. Die „Tarife“ müssen von den Verwertungsgesellschaften ausgehandelt oder notfalls festgelegt werden.

12. Wie müsste Ihrer Meinung nach ein besserer Schutz vor Online-Piraterie aussehen? Ist das Warnhinweismodell, das auch die Justizministerin befürwortet, ausreichend?

Piraterie ist kein Kinderspiel, sondern zunehmend ein neues Geschäftsfeld für die internationale organisierte Kriminalität, wie der Fall „Kino.to“ zeigt. Deutschland ist am schlampigsten, wenn es darum geht, Piraterie zu bekämpfen. Ich fordere neben den bestehenden strafrechtlichen Sanktionen eine Reihe von Methoden, die in anderen Ländern mit statistisch nachweisbarem Erfolg eingesetzt werden: Warnhinweise, Sperrung von Internetzugängen und Seiten, Verschärfung der Providerhaftung. Das Geschrei auf Seiten der sich selbst im Netz stilisierenden „Community“ ist enorm, wenn man darauf zu sprechen kommt. Schade, dass sich niemand darüber aufregt, dass die „Piraten“ die erste Partei sind, die sich nach einer kriminellen Vereinigung benennt.

Ende