

Podiumsdiskussion

„Die digitale Revolution – Chance oder Bedrohung für die Kreativwirtschaft?“

Am 5. Februar, dem Premierentag der 59. Berlinale, diskutierten in der Berliner Repräsentanz der Europäischen Kommission rund 160 Vertreter aus Politik, Verbänden, Verlagen sowie der Film- und Musikbranche über die **Zukunft der Kreativwirtschaft im Zeitalter der Digitalisierung**. Eingeladen zur Veranstaltung hatte die Europa-Union e.V. und die Initiative ICOMP (Initiative for a Competitive Online Marketplace). Dem Thema entsprechend bildete das Podium ein Querschnitt durch die Kreativbranche:

- **Prof. Dr. Jo Groebel**, Direktor des Deutschen Digital Institut
- **Auke Haagsma**, Direktor der Initiative ICOMP
- **Patrick Jacobshagen**, Anwalt und Autor mit Schwerpunkt Filmrecht
- **Christoph Keese**, Konzerngeschäftsführer des Axel Springer Verlags
- **Dr. Verena Sich**, Justiziarin beim Börsenverein des Deutschen Buchhandels

Moderiert wurde die Diskussion von **Lord Alan Watson**, Vorsitzender von ICOMP.

In seinem Grußwort verwies **Franz Josef Klein**, Vorsitzender des Bundesausschusses der Europa-Union e.V., darauf, dass die Digitalisierung mittlerweile alle Bereiche unseres Lebens umfasse – vom Privaten über das Berufliche bis hin zum Geschäftlichen. Die steigende Bedeutung der Digitalisierung von Inhalten brauche also Regelungen, die nur auf internationaler Ebene gefunden werden könnten, so Klein.

Nach einer kurzen Vorstellung durch Moderator Lord Watson eröffnete der Direktor des Deutschen Digital Institut, **Prof. Jo Groebel**, die Debatte mit der These, dass sich Nutzer in einer „digitalen Hilflosigkeit“ befänden. Sie hätten Angst, die Kontrolle über ihre Daten im Internet zu verlieren. Das sei Ergebnis einer Studie, die sein Institut kürzlich im Auftrag von Microsoft durchgeführt hatte (<http://www.deutsches-digital-institut.de>). Die Angst zeige sich zum Beispiel in den Befürchtungen vieler Befragten, dass private Fotos ohne ihre Erlaubnis in Social Communities auftauchen könnten.

Befragt nach dem Abkommen zwischen Google und den US-amerikanischen Verbänden der Autoren und Verlage führte **Dr. Verena Sich**, Börsenverein des Deutschen Buchhandels, an, dass diese Vereinbarung viele Urheberrechte von Autoren verletze, die selbst gar nicht am Zustandekommen des Abkommens beteiligt waren. So seien jetzt schon tausende deutscher Titel unter den eingescannten Büchern. Danach gefragt, ob eine ähnliche Vereinbarung auch in Deutschland möglich wäre, entgegnete Sie, dass ein solches Vorgehen hierzulande kaum denkbar sei. Rechteinhaber würden vor der Nutzung ihrer Werke befragt – in den USA hingegen wurden ohne rechtliche Grundlage Fakten geschaffen worden. Erst nach vielen Rechtsklagen

wurde in einer sogenannten „Class-Action“ mit den Verbandsvertretern der Rechteinhaber verhandelt.

Befragt, ob es denn überhaupt rentable Geschäftsmodelle für Online-Journalismus gäbe, entgegnete **Christoph Keese** vom Axel Springer Verlag, dass das Internet und der User Generated Content zwar nicht zum Ende des professionellen Journalismus geführt habe, aber doch nur wenige redaktionelle Online-Angebote gewinnbringend seien. Weiter führte er an, dass das Urheberrecht nicht die private Nutzung einschränke. Doch es sollte die Urheber vor Vervielfältigung ihrer Werke schützen. Dabei sieht er Proxy-Server als „Vervielfältigungsmaschinen“, die im Prinzip wie ein Kopierer funktionieren. Anders als Kopien sei die vermeintlich flüchtige Speicherung durch Paragraph 44a des Urhebergesetzes rechtlich geschützt. So könne kein Rechteinhaber gegen Proxy-Betreiber sein Recht geltend machen. Keese fordert eine Änderung dieses Gesetzes.

Auke Haagsma, Direktor von ICOMP, sieht in Brüssel eine starke Lobby, die Regelungen zum Urheberrecht auf internationaler Ebene verhindere. Nach Haagsma muss das Urheberrecht nicht geändert sondern an die neuen digitalen Anforderungen angepasst werden. Zudem bedürfe es auch einer besseren Anwendung bestehenden Regelungen. Gesetze alleine würden allerdings nicht ausreichen. Die Eigenverantwortung der Nutzer wie auch der Anbieter im Netz sei elementar.

Filmanwalt **Patrick Jacobshagen** setzt auf die Selbstregulierung des Marktes. Ähnlich wie in der Musikbranche geschehen, würden sich langfristig neue nutzerfreundliche Angebote und Vertriebswege für alle Formen der digitalen Inhalte durchsetzen. Er verwies auf erfolgreiche Angebote wie iTunes sowie die kostenpflichtigen Game Communities im Netz. Seiner Ansicht nach würden sich professionelle Produkte wie Hollywood-Blockbuster durchsetzen, denn der Konsument sei bereit, Geld für Qualität auszugeben.

Fotogalerie



Grußwort Franz Josef Klein, Europa-Union e.V.



Podium v.l.n.r. Auke Haagsma, Christoph Keese, Dr. Verena Sich, Lord Alan Watson, Prof. Dr. Jo Groebel, Patrick Jacobshagen

