

Multi-territoriale Lizenzierung audiovisueller Werke in der Europäischen Union

**Endbericht
im Auftrag der Europäischen Kommission,
GD Informationsgesellschaft und Medien**



Oktober 2010

The opinions expressed in this study are those of the authors and do not necessarily reflect the views of the European Commission.

© European Union, 2009-2010 Reproduction is authorised, provided the source is acknowledged, save where otherwise stated

ZUSAMMENFASSUNG (übersetzt aus dem Englischen)

Kulturelle Vielfalt und pulsierende Kreativität sind Europas Markenzeichen. Der europäische audiovisuelle Sektor, dessen Wert auf rund €96 Milliarden geschätzt wird und der über 1.100 Filmproduktionen pro Jahr erzeugt, verkörpert wahrscheinlich am besten diese Werte. Allerdings wird nur ein Bruchteil der europäischen audiovisuellen Werke auch außerhalb ihrer Produktionsländer gesehen. Die Europäische Kommission möchte die europäischen Urheber und audiovisuellen Unternehmen dabei unterstützen, durch den Einsatz digitaler Technologie neue Märkte zu entwickeln. Dabei stellt sich die Frage, welche politischen Entscheidungen am besten dazu beitragen, dieses Ziel zu erreichen.

Es ist eine grundlegende politische Priorität der Europäischen Union (EU) einen wettbewerbsfähigen und vielfältigen Binnenmarkt für audiovisuelle Werke zu schaffen. Die politischen Entscheidungsträger haben erkannt, dass unsere Zukunft von der kreativen Fähigkeit abhängt Innovationen zu schaffen, und dass ein wettbewerbsfähiger audiovisueller Sektor wichtige wirtschaftliche Spillover-Effekte auf andere Branchen haben kann. Als ein Kernelement der europäischen Kreativwirtschaft wird der audiovisuelle Sektor durch mehrere wichtige aktuelle politische Strategien geprägt, wie vor allem die Europa 2020 Strategie, die Digitale Agenda und die europäische Kulturagenda.

Die Ökonomie der audiovisuellen Industrie und die aktuellen Trends im digitalen Vertrieb

Digitale Technologie hat auf den Märkten für audiovisuelle Inhalte tiefgreifende Veränderungen hervorgerufen. Video on demand (VOD) ist auf dem Vormarsch und fast 700 On-Demand und Catch-up-Dienste existieren zur Zeit in Europa. Der Umsatz von VOD in Europa wird im Jahr 2013 voraussichtlich auf ca. € 2,2 Milliarden anwachsen.

Darüberhinaus hat digitale Technologie noch weitere Auswirkungen auf den Sektor: Social Media Anwendungen und personalisierte Empfehlungs- und Suchtechnologien beeinflussen die Art und Weise wie Nutzer auf audiovisuelle Werken stoßen und diese auswählen. Dadurch entsteht die Möglichkeit neue Zielgruppen zu entwickeln. In dem Maße, in dem audiovisuelle Dienste und Systeme konvergieren (mehr als 8% der in den USA im Jahr 2008 verkauften Fernsehgeräte hatten Internetzugang), werden diese Onlinetrends zunehmend relevant für die gesamte Industrie.

Zusätzlich entsteht durch die zunehmende Bedeutung von VOD (sowie die fortdauernden schweren Auswirkungen der Online-Urheberrechtsverletzungen) weiterer Druck auf etablierte Versionsmärkte, wie z. B. Pay-TV und DVD (die weltweiten DVD-Verkaufszahlen sanken 2009 um 13%). Folglich hat die audiovisuelle Industrie das Thema digitaler Vertrieb- und insbesondere VOD - an die Spitze ihrer strategischen Agenda gesetzt.

Um prognostizieren zu können wie sich der Sektor in Zukunft entwickeln könnte, ist es entscheidend die wirtschaftliche Grundlage des Vertriebs audiovisueller Inhalte zu verstehen:

Erstens baut die Branche auf das Urheberrecht und verwandte Schutzrechte auf, um die Schaffung von Inhalten zu fördern. Das Urheberrecht gewährt Rechteinhabern ein Verwertungsmonopol, das es ihnen ermöglicht, neue, auf Kundenbedürfnisse eingehende Dienste einzuführen. Die Filmindustrie hat so etwa in der Vergangenheit kontinuierlich die Verwertung ihrer Werke auf mehrere Vertriebswege

ausgeweitet - Kino, DVD, VOD (verschiedene Preismodelle), Pay-per-View, Pay-TV, Free-TV - mit dem Ziel, die Gesamteinnahmen pro Werk zu maximieren. Neue technische Versionen wurden in den Verwertungszeitplan auf Grundlage der Leistungen eingefügt, die sie zum konsolidierten Umsatz in allen Versionsmärkten bringen – mit einer Berechnung der Einnahmen, die jede Version individuell einbringt sowie den Auswirkungen auf die Einnahmen, die eine Version auf die anderen hat. Dies bedeutet, dass anspruchsvolle Distributionstechniken eingesetzt werden, um effizient zwischen den Präferenzen der Verbraucher zu unterscheiden und ihre Zahlungsbereitschaft zu erfassen. Die Finanzierung der Erstellung audiovisueller Inhalte und die Förderung kultureller Vielfalt hängen entscheidend von der Effizienz dieses Prozesses ab.

Zweitens ist der audiovisuelle Sektor ein risikoreicher Sektor, da Medienprodukte „Erfahrungsprodukte“ sind, die auf unterschiedliche Weise von jedem Verbraucher und jeder kulturellen Gemeinschaft bewertet werden. Aufgrund der sprachlichen und kulturellen Besonderheiten diesseits und jenseits der Grenzen, ist die europäische audiovisuelle Industrie strukturell fragmentiert. Kulturelle und sprachliche Versionierung ist daher unerlässlich, um Zuschauerinteresse an Filmen oder TV-Programmen zu schaffen. Die Investitionen, die mit sprachlicher Versionierung verbunden sind sowie ganz allgemein mit der Vermarktung jedes audiovisuellen Werkes, sind stark an das jeweilige Nutzungsgebiet gebunden. Jeder Lizenzvertrag erfordert Verhandlungen über die Höhe dieser Investitionen und darüber, wie die Risiken zwischen Vertriebern und Rechteinhabern geteilt werden. Es gibt keine Verbund- und Skaleneffekte und keine Risikoumverteilung in der Vermarktung einer einzigen technischen Version von mehreren Produkten in verschiedenen Märkten mit unterschiedlichen Sprachen. Umgekehrt gibt es Verbund- und Skaleneffekte beim Verkauf audiovisueller Rechte mehrerer technischer Versionen an denselben Vertrieber, der mit der Differenzierung des Werkes für einen bestimmten kulturellen und sprachlichen Markt umgehen kann. Marketingbemühungen in diesem Markt können dann von der Verwertung in allen Veröffentlichungsfenstern profitieren.

Schließlich erfordert die Vorfinanzierung von audiovisuellen Werken eine erhebliche Beteiligung von Akteuren aus dem Gebiet, für das sie bestimmt sind, insbesondere wenn dieser sprachliche Markt begrenzt ist. Als Folge dessen wird der Rechteinhaber immer der Verwertung im eigenen Finanzierungsgebiet Vorrang einräumen und den Vertrieb im Ausland den Bedürfnissen dieser Investoren unterordnen. Der Vertrieb in fremden Territorien erfordert spezifische Investitionen (Werbung, Etikettierung, Untertitelung, Synchronisation, etc.) um das Produkt attraktiv für die lokalen Zuschauer zu machen. Daher wird die Auswahl eines Vertriebers für jedes Gebiet von den Bemühungen abhängen, die dieser zu machen bereit ist, um das Produkt zu verkaufen sowie seiner Bereitschaft dazu, die höchsten Kaufgebühren zu zahlen. Der vorliegende Bericht bestätigt die direkte Korrelation zwischen solchen Investitionen in den Vertrieb und dem Erfolg von Werken in Kinos und auf VOD.

Der audiovisuelle Sektor der EU ist vor allem durch die Zersplitterung der Kulturen und Industrien gekennzeichnet. Diese Fragmentierung ist einer der Hauptgründe, warum europäische audiovisuelle Inhalte in erster Linie auf territorialer Basis lizenziert werden.

Welchen Einfluss hat die digitale Technologie auf die Dynamik des Vertriebs audiovisueller Inhalte?

VOD senkt die Kosten von Vertrieb und Lagerung. Es ermöglicht verschiedenen Akteuren, in den Distributionsmarkt einzutreten und schafft mehr Wettbewerb in der gesamten audiovisuellen Wertschöpfungskette. Etablierte Akteure (z. B. Rundfunkanstalten, Vertrieber, Kinobetreiber etc.)

versuchen ihre Position zu halten, während Neueinsteiger, wie Telekommunikationsanbieter, Internet Service Provider oder Hardware-Hersteller neue Distributions-Plattformen einrichten (auch mit dem Ziel, die weitere Verbreitung ihrer Ausrüstung zu befördern).

Auf der Verbraucherseite müssen audiovisuelle Nutzungsmuster zunehmend im Kontext einer raschen Ausbreitung digitaler Kommunikation und Social Media betrachtet werden. Die Tatsache, dass eine zunehmende Zahl von offenen europäischen VOD-Plattformen direkt mit sozialen Netzwerken verknüpft ist, zeigt, dass Social Media Tools und andere interaktive Anwendungen es der audiovisuellen Industrie ermöglichen, immer detailgenauer Publikumsschichten anzusprechen. Zudem können Social Media Tools von Rechteinhabern und Mediendiensteanbietern genutzt werden, um kulturell vielfältige europäische Inhalte zu fördern. In diesem Zusammenhang enthält dieser Bericht eine Reihe von Fallstudien, die illustrieren, wie die Branche aktiv die Chancen des digitalen Wandels nutzt, um ihren Marktanteil auszubauen.

Änderungen bei Position, Dauer und Chronologie der verschiedenen Veröffentlichungsfenster zeigen, dass sich die gesamte Branche mit diesen Veränderungen beschäftigt. Es gibt jedoch auch wichtige Faktoren, die eine rasche Entwicklung von VOD behindern. Diese sind in erster Linie mit einer begrenzten Marktnachfrage verbunden (siehe weiter unten) und damit zusammenhängenden Finanzierungslücken:

- Sender und Verleiher - traditionell wichtige Voraus-Finanziers der audiovisuellen Produktion- haben wenig Anreize in den VOD-Markt einzutreten, da die Renditen bei VOD weit geringer als bei Kinoverleih, Rundfunk und DVD sind.
- Unabhängige Produktionsunternehmen und Talente brauchen Vorfinanzierung von Sendern und Verleihern, um audiovisuelle Produkte zu schaffen. Sind diese Akteure jedoch in erster Linie an anderen Versionsmärkten interessiert, haben Unabhängige kaum eine Chance, von VOD zu profitieren.
- Bislang sind die meisten neuen Betreiber von digitalen Distributionsplattformen noch nicht in die Produktionsfinanzierung eingetreten, und es ist unwahrscheinlich, dass sie dies tun, solange ihre Erträge marginal im Vergleich zu denen aus anderen Versionsmärkten bleiben. Eine Ausnahme ist die Firma Orange. Die große Mehrheit der Betreiber bietet jedoch keine Mindestgarantien und kauft auch keine Exklusivrechte, um neue Werke über VOD zu verwerten. Als Folge enthalten VOD-Dienste in erster Linie ältere Werke, die bereits in anderen Fenstern verwertet wurden.
- Privatanleger zögern bislang diese Finanzierungslücke zu schließen, und nur wenige öffentliche Geldgeber haben strategisch in VOD investiert, um es Rechteinhabern zu ermöglichen, in einem frühen Stadium in VOD einzusteigen.

Eine weitere Integration zwischen diesen Trends, die derzeit die digitale Distribution charakterisieren (d.h. nicht-exklusive Lizenzierung) und den wirtschaftlichen Prozessen der gesamten Branche (d.h. der Bedeutung der Vorausfinanzierung) muss erst noch geschehen.

Die Marktnachfrage zwingt alle Beteiligten ihre Geschäftsstrategien anzupassen. Sie formt die Lizenzierungspraxis in der Branche. Rechte für VOD-Verwertung werden derzeit auf nicht-exklusiver und kurzfristiger Basis (zwei bis drei Jahre) lizenziert. Territoriale Lizenzierung hat weiterhin Vorrang und durch Technologie ist es möglich, den Zugriff auf geografischer Basis nach den Lizenzbedingungen einzuschränken.

Der Bericht zeigt auf, dass sich, im selben Maße indem VOD-Märkte in ganz Europa wachsen und weitere Akteure das Feld digitaler Distribution betreten, die Anforderungen der kommerziellen Nutzer und Rechteinhaber ebenfalls weiterentwickeln:

- VOD-Service-Provider betonen die Notwendigkeit, die Lizenz- und Rechteverwaltung durch Vereinfachung der Lizenzierungsprozesse sowie durch die Schaffung weiterer "one stop shops" effizienter zu machen, besonders da sie häufig stärker am Kauf von Katalogen von Rechten anstatt einzelner Titel interessiert sind.
- Digitaler Vertrieb von Katalogtiteln (ältere Werke, Vintage-Titel, Titel, die nicht in bestimmten Gebieten verkauft worden sind) erfordern eine aufwändige Klärung der Rechte, die Service-Provider nicht leisten können. Dies benachteiligt europäische Rechteinhaber und begünstigt große Katalogeigentümer wie etwa die Hollywood-Studios.
- Europäischen Rechteinhabern fällt es ebenfalls schwer, die Rechte für die digitale Verwertung zu behalten, da sie oft von Sendern und Verleihern erworben werden, die solange nicht in die VOD-Verwertung eintreten, bis die Einnahmen aus den anderen Verwertungsfenstern gesichert sind. Die marktbeherrschende Stellung von gewerblichen Nutzern vis-à-vis der kleinen und mittleren Rechteinhaber hindert die letzteren an strategischem Handeln und dem Aufbau eines Katalogs an Rechten für die spätere Verwertung.

Die meisten europäischen Unternehmen des audiovisuellen Sektors könnten sich in Zukunft, wenn sie zu günstigen Bedingungen Zugang zu VOD-Plattformen haben möchten, in einer schwachen Verhandlungsposition wiederfinden. Sie würden daher von kollektiven Ansätzen profitieren, die die Lizenz- und Rechteverwaltung vereinfachen. In diesem Zusammenhang werden in diesem Bericht eine Reihe innovativer marktorientierter und freiwilliger Initiativen in ganz Europa beschrieben, die die Lizenzierung zu Gunsten von Rechteinhabern und gewerblichen Nutzern zu vereinfachen suchen.

Der audiovisuelle Sektor ist in einer wichtigen Phase des Übergangs. Diese Phase bietet die Chance neue nationale und internationale Zielgruppen zu entwickeln.

Ökonomische Analyse des Handels mit audiovisuellen Werken in der Europäischen Union

Der aktuelle Zustand des Marktes lässt sich wie folgt zusammenfassen:

- Auf der Angebotsseite wächst die Zahl der VOD-Dienste und Diensteanbieter in der EU. Dies hängt wesentlich von sozioökonomischen Merkmalen ab (z. B. gibt es fünf Mal so viele VOD-Dienste in den Niederlanden als in Bulgarien).
- Die meisten VOD-Dienste in Europa bauen ihr Geschäftsmodell auf dem Verleih von Filmen auf (z. B. 22 in Frankreich, 2 in Polen – worin sich auch die unterschiedlichen Entwicklungsstadien der lokalen Märkte ausdrücken). Auf der Nachfrageseite sind jedoch in letzter Zeit Abonnement-basierte Geschäftsmodelle erfolgreicher als Verleih und elektronischer Verkauf geworden (in Europa in 2008: € 283 Millionen vs. € 261 Millionen).
- Auf der Nachfrageseite hatte der VOD-Markt in der EU einen Umsatz von insgesamt € 644 Millionen im Jahr 2008 und ist damit um 250% in zwei Jahren gewachsen. Es bestehen signifikante

Unterschiede zwischen den EU-Mitgliedstaaten. Die Leistung von Frankreich, Italien, Spanien und Großbritannien übertrifft die der anderen Mitgliedstaaten.

- Im Vergleich zu anderen audiovisuellen Versionsmärkten bleiben die VOD-Einnahmen jedoch marginal. Der Anteil des VOD-Umsatzes im Verhältnis zum gesamten audiovisuellen Umsatz liegt nach Schätzungen zwischen 0,2% (Finnland) und 1,79% (Belgien).
- Diese geringe Relevanz des VOD-Markts wird durch eine Analyse der Einnahmenverteilung bei einer Auswahl von Filmen bestätigt. Diese wird auch von anderen Forschungsergebnissen bestätigt. So verteilte sich im Jahr 2008 1% des gesamten Filmpublikums in Großbritannien auf VOD.

Angaben über die Vielfalt der Nutzung auf EU-Ebene sind schwierig zu erhalten. In Frankreich hat VOD nicht zu vielfältigerer Nutzung als in den Kinosälen geführt. In Großbritannien war die Bruttowertschöpfung von EU-Werken auf VOD niedriger als in anderen Versionsmärkten. Allerdings wird dieser Eindruck vielfältiger, wenn es um die Analyse der Herkunft der Filme auf VOD geht und diese etwa mit der Distribution in Kinos verglichen wird. Im Kinoverleih liegt der Anteil der nicht-nationalen EU-Filme bei 8%. Auf VOD variiert dieser Anteil von Land zu Land (z.B. 9% in Deutschland, 20% in Spanien).

Schließlich zeigt der Bericht, dass der entmaterialisierte Vertrieb von audiovisuellen Werken Raum für Kostensenkungen bietet, die die Verbreitung von bislang nicht verwerteten Titeln in bestimmten Gebieten begünstigen könnten. Dazu gehören Filme aus der EU.

Die wirtschaftliche Analyse prognostiziert zukünftige VOD-Marktentwicklungen im Verlauf der kommenden 5-10 Jahren auf der Grundlage einer Reihe von Zukunftsszenarien.

Einige prognostizierte Trends in Bezug auf die technologischen, wirtschaftlichen und regulatorischen (territoriale vs. multi-territoriale) Faktoren betreffen alle Mitgliedstaaten:

- Der VOD-Umsatz wird sich in den nächsten fünf bis zehn Jahren deutlich erhöhen. Eine rasche Entwicklung der makro-ökonomischen Faktoren, die die audiovisuelle Industrie gestalten, sowie eine schnellere Markteinführung der digitalen Infrastruktur, würden das Umsatzwachstum von VOD weiter beschleunigen.
- Die Zahl der VOD-Angebote wird sich auf allen Märkten erhöhen, jedoch in der Regel langsamer als der VOD-Umsatz. Internationale Lizenzierung und/oder eine rasante Entwicklung der makroökonomischen und Kommunikationsstrukturen würde zu einem stärkeren Anstieg der Zahl der VOD-Angebote führen.
- Die Zirkulation von EU-Filmen würde im selben Maß anwachsen, in dem VOD-Märkte wachsen. Diese Zirkulation wäre größer in einem Umfeld, das auf internationaler Lizenzierung aufbaut.
- Internationale Lizenzvergabe würde zu einer größeren Konzentration auf dem VOD-Markt führen, d.h. wenige Service Provider werden den größten Anteil des Marktes beherrschen.
- Telekommunikationsbetreiber würden von einer rasanten Entwicklung der makro-ökonomischen und Kommunikationsstrukturen profitieren. Aus ökonomischer Sicht haben diese Betreiber ein Interesse daran VOD Angebote mit Internetzugang zu bündeln, wenn dies ihnen hilft, neue Kunden zu gewinnen. Ist ihr Markt gesättigt, haben sie jedoch keinen Wettbewerbsvorteil gegenüber Rundfunkveranstaltern, indem sie nur eine Inhaltsversion verkaufen.

- Ein erfolgreicher VOD-Markt würde den Wettbewerbsdruck auf andere audiovisuelle Versionsmärkte erhöhen, insbesondere auf Video und Pay-TV.

Andere prognostizierte Entwicklungen unterscheiden sich beträchtlich je nach Mitgliedstaat. Dies betrifft insbesondere das Umsatzwachstum von VOD. Länder mit niedrigeren Pro-Kopf-Einnahmen auf den audiovisuellen Märkten (z. B. Portugal, Rumänien, Slowenien) werden so etwa ein viel schnelleres Umsatzwachstum für VOD erfahren als Länder mit höheren Pro-Kopf-Einnahmen (Frankreich, Deutschland, Italien, Spanien, UK). Zudem würde ein regulatorisches Umfeld, das die internationale Lizenzvergabe begünstigt, zu unterschiedlichen Export- und Importniveaus von audiovisuellen Werken in der gesamten EU führen.

Größere Verbreitung audiovisueller Werke geht nicht zwangsläufig einher mit einem höheren Maß an deren Verbrauch. Investitionen ins Marketing sind erforderlich, damit digitalisierte Werke in größerem Maßstab grenzüberschreitend konsumiert werden, da sie mit Werke in den Wettbewerb treten, die lokal in anderen Versionsmärkten vermarktet wurden (vor allem diejenigen, die in die Kinos gekommen sind) und auch auf VOD verfügbar sind. Einige Rechteinhaber - insbesondere diejenigen, die anspruchsvolle grenzüberschreitende digitale Marketing-Kampagnen umsetzen - werden von größerer grenzüberschreitender Nachfrage nach ihren Werken profitieren. Dennoch wird es aufgrund der beschriebenen Verbund- und Skaleneffekte eine Herausforderung sein, gegen audiovisuelle Werke konkurrieren zu können, deren verschiedene technische Varianten auf territorialer Basis verkauft worden sind. Darüber hinaus ist die langfristige Wirkung der internationalen Lizenzierung auf audiovisuelle Produktionsfinanzierung unklar, da es abzuwarten bleibt, ob international operierende VOD-Anbieter in der Lage sein werden, mit der Höhe der Finanzierung mitzuhalten, die Sender und lokale Verleiher derzeit in das Ökosystem audiovisueller Finanzierung investieren.

Daher besteht eine empfehlenswerte politische Option darin, grenzüberschreitende Nachfrage nach digitalisierten europäischen audiovisuellen Werken zu fördern, in Marketing zu investieren und bestehende Lizenzierungsverfahren, vor allem durch das Senken von Transaktionskosten, zu vereinfachen (siehe weiter unten).

Auf dem Weg zu einem einheitlichen Markt für audiovisuelle Inhalte: das rechtliche Umfeld

Wie sollte die EU-Politik einen einheitlichen Markt für digitalisierte europäische audiovisuelle Werke fördern und somit die Wettbewerbsfähigkeit und die kulturellen und sozialen Beiträge der europäischen Kreativwirtschaft steigern?

Die wichtigsten Begründungen und die Rechtsgrundlage für EU-Intervention im audiovisuellen Sektor basieren auf EU-Verträgen und den internationalen Verpflichtungen der Europäischen Union:

- Die Förderung des Binnenmarktes
- Die Implementierung des Wettbewerbsrechts
- Die Förderung der kulturellen Vielfalt und Unterstützung der Kulturwirtschaft
- Die Vertretung der Verbraucherinteressen
- Die Umsetzung internationaler Vertragsverpflichtungen.

Zudem ist der "acquis communautaire" auf vier Prinzipien aufgebaut, die wichtige Charakteristika der sieben Richtlinien zur Harmonisierung des Urheberrechts und verwandter Schutzrechte in der EU sind. Weitgehend werden durch sie internationale Normen implementiert, die vor allem in den WIPO-Verträgen verankert sind:

- Vertragsfreiheit - das Recht der Autoren, frei über die Bedingungen zu entscheiden, unter denen sie ihre Werke verwerten möchten.
- Exklusivität - das Recht auf ausschließliche Nutzung einzuräumen (an Vertragsfreiheit gebunden).
- Territorialitätsprinzip - das Recht des Rechteinhabers, über die räumliche Ausdehnung einer Lizenz zu entscheiden (an Vertragsfreiheit gebunden).
- Durchsetzung der Rechte - das Recht, per Gesetz die unbefugte Verwertung urheberrechtlich geschützter Werke zu verhindern.

Jeder dieser Grundsätze ist wesentlich für das Funktionieren der europäischen audiovisuellen Industrie. Jeder von ihnen garantiert die Befähigung der Rechteinhaber, Filme und Fernsehprogramme auf kommerzielle Weise zu nutzen und ermöglicht es ihnen, in die Schaffung von neuen audiovisuellen Werken zu investieren.

Der Europäische Gerichtshof (EuGH) hat im Coditel II-Fall die Charakteristika audiovisueller Inhalteverwertung, die unmittelbar im Zusammenhang mit Vertragsfreiheit und Exklusivität stehen, faktisch anerkannt. Das Territorialitätsprinzip ist im Völkerrecht in Artikel 5 (2) der Berner Übereinkunft verankert sowie in allen EG-Richtlinien über Urheberrecht und verwandte Schutzrechte. Der EuGH hat dieses Prinzip bei der Prüfung der Vereinbarkeit der territorialen Ausschließlichkeit mit den Binnenmarkt- und Wettbewerbsregeln bestätigt. Auf der Grundlage des internationalen Rechts, der Rechtsprechung des EuGH sowie der EU-Gesetzgebung kann der territoriale Charakter des Urheberrechts als "quasi-acquis communautaire" beschrieben werden.

Die EU-Harmonisierung des geistigen Eigentums hat viel erreicht bei der Beseitigung nationaler Unterschiede bei Schutzstandards, um so den innergemeinschaftlichen Handel zu fördern. Dennoch gibt es Konflikte zwischen der territorialen Ausübung der geistigen Eigentumsrechte und den Grundsätzen des freien Waren- und Dienstleistungsverkehr in der EU. Die EU-Institutionen haben daher verschiedene Maßnahmen ergriffen, um zu versuchen, die Ziele des Binnenmarkts in Einklang mit den Grundsätzen des Urheberrechts zu bringen. Daher hat die sekundäre EU-Gesetzgebung das Herkunftslandprinzip und die obligatorische kollektive Lizenzierung in Bezug auf die Kabelweitersendung etabliert. Der EuGH hat den Grundsatz der Erschöpfung der Rechte entwickelt, um Parallelimporte für physische Güter, die durch geistige Eigentumsrechte geschützt sind, zu fördern.

Jedoch haben diese Maßnahmen bislang nicht maßgeblich die audiovisuelle Zersplitterung des Marktes in der EU verbessert, die in erster Linie das Ergebnis von Marktzwängen ist.

Gibt es noch andere Herausforderungen in Bezug auf die Förderung eines einheitlichen Marktes für digitalisierte audiovisuelle Werke?

Wie im obigen Abschnitt über die Auswirkungen der Digitalisierung auf die audiovisuelle Distribution dargelegt, würden sowohl die Rechteinhaber als auch die Anbieter von audiovisuellen Mediendiensten aus mehr "one stop shops" und einer nahtlosen und international verbundenen digitalen Lizenzierungsinfrastruktur Gewinn ziehen. Dies würde zu einer effizienteren Lizenzierung führen und die

Transaktionskosten im Prozess des Lizenzerwerbs senken. Es könnte VOD-Diansteanbietern ermöglichen, vielfältigere europäische Inhalte zu geringeren Kosten zu kaufen und somit gleichzeitig Rechteinhabern Zugang zu Distributionsplattformen zu schaffen und günstige Angebote mit deren Betreibern zu verhandeln.

Die Europäische Kommission hat eindeutig die Notwendigkeit erkannt, den Erwerb von Rechten zu erleichtern, um einen digitalen Binnenmarkt zu fördern, und sie erkennt an, dass one-stop-shops eine Lösung für dieses Problem sind. Im Bereich der Musik fördern die EU-Behörden eine Entwicklung von nationalen one-stop-shops hin zu europäischen. Außerdem sei darauf hingewiesen, dass das Hauptproblem in Bezug auf die Bereitstellung von internationalen Musikangeboten nicht das urheberrechtliche Territorialitätsprinzip ist, sondern der Rechtelizenzierungsprozess, der der europaweiten Nutzung zugrunde liegt. Potentielle Anbieter sind in erster Linie an einer größeren Transparenz hinsichtlich der Verfügbarkeit der Rechte auf internationaler Ebene sowie an One-Stop-Shopping-Möglichkeiten für den Erwerb von Rechten interessiert.

Es ist eher unwahrscheinlich, dass Konzentration im Rechtemanagement im audiovisuellen Sektor stattfindet, da große europäische Unternehmen und Hollywood-Majors (die Stakeholder, die die wirtschaftlich wertvollsten Rechte kontrollieren) aller Wahrscheinlichkeit nach weiterhin auf individueller Basis lizenzieren werden. Dennoch würden die kleinen und mittleren europäischen Filmunternehmen, die zwei oder drei Filme pro Jahr produzieren (und die überwiegende Mehrheit der europäischen Industrie stellen), von einer engeren Zusammenarbeit und gemeinsamen Initiativen profitieren. Europäische Filme erzielten einen geschätzten Kino-Marktanteil von 27% im Jahr 2008 (und noch viel weniger weltweit), während US-Filme einen Marktanteil von 67% in Europa haben. Die Fähigkeit der EU-Rechteinhaber, kollektiv zu handeln, um VOD-Diansteanbietern einen gemeinsamen Rechtekatalog anzubieten, wird über die Verfügbarkeit dieser Titel auf VOD entscheiden.

In diesem Zusammenhang vertritt diese Studie die Auffassung, dass kollektive Managementstrukturen eine wichtige Rolle für den künftigen, digitalen Vertrieb europäischer audiovisueller Werke spielen können. Forderungen von Rechteinhabern und gewerblichen Nutzern zur Optimierung der Vorschriften in Bezug auf Transparenz und Steuerung von Verwertungsgesellschaften im Bereich der Musik, können in diesem Zusammenhang auch der Rechtelizenzierung in anderen Kreativbranchen zugute kommen.

Da sich letztendlich politische Debatten über die Herausforderungen für die Entwicklung eines einheitlichen digitalen Marktes für audiovisuelle Inhalte in Europa vor allem auf den Bereich des Urheberrechts und seine territoriale Ausübung konzentrieren, nehmen sie oft andere Hindernisse nicht wahr. Viele Regelungen und Maßnahmen auf nationaler Ebene erhöhen entweder zusätzlich die Transaktionskosten für den grenzüberschreitenden Handel von audiovisuellen Werken oder tragen zur Festigung eines Ungleichgewichts in der Umwelt für pan-europäische VOD-Dianste bei:

Erstens kann eine unzureichende Harmonisierung hinsichtlich der Durchsetzung des Urheberrechts zu Rechtsunsicherheit führen. Ein wichtiges Hindernis für die Entwicklung eines einheitlichen digitalen Marktes sind die zunehmend divergierenden Lösungen zur Bewältigung von Urheberrechtsverletzungen im Online-Bereich in der gesamten EU auf der Ebene der Verbraucher. Die Studie zeigt auf, dass die Durchsetzung des Urheberrechts effizienter werden muss, wenn sich Investitionen in die Schaffung audiovisueller Werke auf dem aktuellen Niveau fortsetzen sollen. Das Urheberrecht ist eine wesentliche ökonomische Institution zur Förderung von Kreativität, Wissenserschaffung, Kunst, Kultur und Unterhaltung.

Zweitens existieren weiterhin wichtige rechtliche Unsicherheiten in Bezug auf die Lizenzierung von audiovisuellen Werken für den digitalen Vertrieb, insbesondere was verwaiste Werke oder die Umsetzung der Exklusivrechte von Autoren betrifft. Außerdem unterscheiden sich die Mehrwertsteuer-Vorschriften in der gesamten EU und können den Wettbewerb zwischen den Anbietern audiovisueller Dienste verfälschen. Sie bestrafen die Online-Nutzung audiovisueller Inhalte im Vergleich zu anderen Formen des Zugangs.

Drittens können auch Vorschriften und gesetzliche Richtlinien in Bezug auf die Erstellung und Verbreitung von Inhalten Einfluss auf die Entwicklung eines digitalen Binnenmarktes nehmen (öffentliche Förderrichtlinien, Rating-Systeme, etc.). Trotz erheblicher regulatorischer und gerichtlicher Bemühungen die Ausübung des Urheberrechts zu mildern, bleibt die Struktur des Sektors, die im Wesentlichen mit der audiovisuellen Wirtschaft und den sprachlichen und kulturellen Präferenzen der Verbraucher verbunden ist, fragmentiert.

Der regulatorische Fokus sollte daher von jeder Absicht, die Urheberrechtsnormen zu überarbeiten (z.B. durch die Berücksichtigung eines europäischen Urheberrechts), abrücken und stattdessen effizientere Lizenzierungsverfahren fördern.

Schlussfolgerungen und politische Empfehlungen

Mehr als 1,7 Milliarden Menschen sind inzwischen weltweit online und 56% der europäischen Haushalte verfügen über eine Breitband-Verbindung. Der audiovisuelle Sektor - ein zentraler Bestandteil der an Bedeutung und Anerkennung gewinnenden europäischen Kreativwirtschaft – begrüßt den digitalen Wandel als Chance, um neue Märkte zu erschließen. Er kann durch politische Entscheidungen weiter bei der Erreichung dieses Ziels unterstützt werden.

In diesem Zusammenhang bestätigen die Schlussfolgerungen dieser Studie, dass Urheberrecht, verwandte Schutzrechte und ihre Ausübung unerlässlich für den Erfolg des europäischen audiovisuellen Sektors sind. Sie versorgen Rechteinhaber mit einem Mechanismus für die Versionierung der Inhalte, Bündelung und Preisdifferenzierung. Alle drei sind wichtige Geschäftspraktiken, die es Rechteinhabern ermöglichen, ihre Renditen in einer Hochrisiko-Industrie zu maximieren, einer Industrie, in der audiovisuelle Werke von jedem Konsumenten und in jedem Markt unterschiedlich bewertet werden, aufgrund der Tatsache, dass sie "Erfahrungswaren" sind.

Urheberrechtsnormen sind daher kein Engpass für die Entstehung eines einheitlichen Marktes - das wirkliche Problem ist die komplizierte Rechtelizenzierung. Um die Praktiken der Lizenzvergabe zu vereinfachen, sollte die EU die Schaffung international vernetzter Lizenzierungsinfrastrukturen für digitale Rechte fördern. Sie sollte auch die Vielzahl von kleinen und mittleren europäischen audiovisuellen Unternehmen bei der Kooperation auf freiwilliger Basis unterstützen, um gemeinsam Strategien zu formulieren, die es ihnen ermöglichen, ihre Rechte auf nationalen und internationalen VOD-Plattformen verwerten zu können.

Allerdings wird die verstärkte internationale Verfügbarkeit von audiovisuellen Werken noch nicht aus sich heraus zu einer signifikanten Erhöhung der grenzüberschreitenden Nachfrage nach solchen Werken führen. In kulturellen Märkten muss die Verbrauchernachfrage stimuliert werden. Folglich sollten politische Entscheidungen den audiovisuellen Unternehmen auch dabei helfen, digitale Marketing-Strategien zu entwickeln, um ein größeres Publikum zu erreichen.

Basierend auf diesen Überlegungen unterscheidet diese Studie zwischen zwei Gruppen von politischen Empfehlungen. Die eine bezieht sich auf die Bemühungen zur weiteren Förderung der Entstehung eines Binnenmarktes und die andere auf Maßnahmen, die kultur- und industriepolitische Ziele fördern. Jede Gruppe wird auf praktische Maßnahmen heruntergebrochen, die sich auf die EU-Rechtsharmonisierung, eine Neujustierung der EU-Förderpolitik sowie die Koordinierung von einzelstaatlichen Bemühungen in den Mitgliedstaaten beziehen.

I. Empfehlungen zur Unterstützung der Schaffung eines einheitlichen Marktes für digitalisierte europäische audiovisuelle Werke

Transaktionskosten senken

Zwei Kategorien von Maßnahmen werden als Beitrag zur Errichtung einer Lizenzierungsinfrastruktur in Europa betrachtet, die förderlicher für den grenzüberschreitenden Handel von audiovisuellen Werken und einen besseren Zugang von europäischen audiovisuellen Werke zu digitalen Plattformen wären:

- > Die Europäische Kommission sollte europäische Rechteinhaber dabei unterstützen, freiwillige kollektive Lizenzierungsinitiativen und -mechanismen zu etablieren, um sich so den Zugang zu VOD-Plattformen zu fairen Bedingungen zu schaffen und um VOD-Betreibern einfachere Lizenzierungslösungen anbieten zu können.
- > Die Europäische Kommission sollte auch vom Markt entwickelte "one stop shop"-Lösungen, Interoperabilität zwischen den bestehenden Diensten und Werkzeugen sowie stärkere Zusammenarbeit zwischen Rechteinhabern, Nutzern und Technologie-Stakeholdern fördern. Dies würde letztlich zur Schaffung von mehr nahtlosen und international verbundenen Lizenzierungsinfrastrukturen beitragen.

Weitere rechtliche Harmonisierung

Weitere rechtliche Harmonisierung - oder zumindest eine Prüfung der möglichen Auswirkungen einer solchen Harmonisierung - wird vorgeschlagen, um den digitalen Binnenmarkt zu fördern:

- > Hinsichtlich der Durchsetzung des Urheberrechts sollte die Europäische Kommission die Führung bei der Förderung effektiver Praktiken in der gesamten Europäischen Union übernehmen. Dies beinhaltet, neben anderen Anregungen, den Vorschlag, eine neue Gesetzgebung einzuführen, um strafrechtliche Maßnahmen zu harmonisieren sowie eine Folgenabschätzung hinsichtlich der Zweckmäßigkeit und der Wirkungen abgestufter Reaktionsmechanismen (3-strikes Regime) in den Mitgliedstaaten.
- > Angesichts der prognostizierten wachsenden Bedeutung der kollektiven Verwaltung von Rechten wird vorgeschlagen, eine Rahmenrichtlinie einzuführen, die eine größere Transparenz und Steuerungs-Anforderungen für kollektive Rechteinverwaltungsorganisationen fördert.

Weitere Empfehlungen zur Förderung des Binnenmarktes schlagen vor:

- > dass die Europäische Kommission es Verwertungsgesellschaften ermöglicht, Vergütungen im Namen der Autoren zu sammeln, wenn ihre Werke im Ausland verwertet werden: Ein nicht streichbares, angemessenes Recht auf gerechte Entlohnung für die "öffentliche Zugänglichmachung" sollte eingeführt werden.
- > ein ermäßigter Mehrwertsteuersatz für VOD-Transaktionen, ähnlich dem, der auf den Verkauf von Kinokarten gilt, sollte eingeführt werden.
- > die Beauftragung einer Folgenabschätzung über die Anwendung des Herkunftslandprinzips für die Verbreitung audiovisueller Inhalte über digitale Netze, verbunden mit einem obligatorischen kollektiven Lizenzierungssystem bezogen auf die gleichzeitige und vollständige digitale Verbreitung von TV-Programmen.
- > hinsichtlich einfacherer Lizenzierungsmechanismen für verwaiste Werke sollte die derzeitige Folgenabschätzung von der Generaldirektion Binnenmarkt in Bezug auf verwaiste Werke die Europäische Kommission ermutigen, Audiovisuelles in den Geltungsbereich des künftigen Richtlinienentwurfs einzubeziehen, der für Ende 2010 angekündigt ist.

Koordinierung mit den Mitgliedstaaten

Weitere Koordinierungsbemühungen mit Regierungen und Einrichtungen des öffentlichen Sektors in den Mitgliedstaaten und Regionen sollten unternommen werden:

- > Einwirken auf nationale Agenturen bei der Entwicklung gemeinsamer beschreibender Kriterien für nationale Ratings von Filmen. Es sollte die Verwendung von Signaltechniken und Standardisierung von Ratings über verschiedene Medien (nicht unbedingt über die Grenzen hinweg) gefördert werden.
- > Vernetzen von nationalen und regionalen politischen Entscheidungsträgern, öffentlichen Fördereinrichtungen und Verbänden im Bereich audiovisueller Politik zur Schaffung einer Reihe von Unterstützungsprojekten, die eine europäische Dimension im derzeit entstehenden VOD-Markt fördern.

II. Empfehlungen zur Förderung der kulturellen Vielfalt und eines wettbewerbsfähigen europäischen Kreativ-Sektors

Schaffung von Nachfrage für europäische audiovisuelle Werke

Die Europäische Kommission sollte den europäischen audiovisuellen Sektor dabei unterstützen, innovative Marketing- und Markenstrategien zu entwickeln und implementieren, um neue Zielgruppen zu erreichen.

- > Marketing-Unterstützung sollte an Filme gehen, die Auszeichnungen auf A-Klasse Festivals oder europäische Preise gewinnen, um die internationale VOD-Veröffentlichung weiter zu ermutigen.
- > EU-Förderprogramme sollten mehr Unterstützung an Rechteinhaber geben, die ein weiteres Fine-tuning und die Umsetzung ihrer digitalen Marketing-Strategien wünschen, um Zugang zu Video-on-Demand-Märkten zu finden. Gelder sollten bereitgestellt werden, um digitale Anwendungen zu entwickeln und anzupassen, die das Verhalten des Verbrauchers zu verstehen helfen, eine engere

- Auseinandersetzung mit Zielgruppen über soziale Medien ermöglichen und neue Geschäftsmodelle erproben.
- > Das MEDIA-Programm sollte weiterhin zu Untertitelung und Synchronisation ermutigen, um grenzüberschreitenden Zugang zu fremdsprachlichen europäischen Inhalten zu ermöglichen.

Risikobereitschaft und Innovation unterstützen

Die Politik sollte EU-Rechteinhaber ermutigen, mit neuen Formen der digitalen Distribution und der Erprobung neuer Geschäftsmodelle zu experimentieren, um die neuen Marktbedingungen und ihre Anforderungen zu verstehen.

- > Die EG sollte die Idee unterstützen, dass ein Teil der öffentlichen Förderung, die an Produzenten in der EU geht, es denjenigen, die dies wünschen, ermöglicht, einige Rechte zur digitalen Nutzung einzubehalten, anstatt sie in Bündeln mit anderen Verwertungsrechte zu verkaufen. Dies würde es ihnen ermöglichen, einen Rechtekatalog aufzubauen und die aktuelle Finanzierungslücke zu schließen, die Rechteinhaber daran hindert, mit digitaler Distribution zu experimentieren.
- > Filmförderinstitutionen in ganz Europa sollten die Einrichtung von audiovisuellen Innovationsförderfonds prüfen.
- > Fernsehveranstalter und digitalen Betreiber sollten ermutigt werden, unabhängigen Produzenten digitale Vertriebsrechte nach einer gewissen Zeit und / oder, wenn diese Rechte ungenutzt bleiben zurückzugeben.
- > Flexiblere oder kürzere Veröffentlichungsfenster sollten in Betracht gezogen werden, insbesondere mit Kinobetreibern in Bezug auf europäische Titel, denen keine oder nur eine begrenzte Kinoverwertung zukam.
- > Bessere Kooperationsbemühungen innerhalb des Sektors müssen sich im öffentlichen Sektor widerspiegeln. EU-Programme und Projekte, die zum Nutzen von VOD sein könnten (MEDIA, CIP ICT PSP (Digital Libraries), Europeana, FP7 / 8, Lebenslanges Lernen, Kultur, etc.), müssen stärker aufeinander abgestimmt sein.

Schlussendlich wird vorgeschlagen, dass der Sektor seine Kompetenzen ausbaut, die für die neuen digitalen Marktbedingungen nötig sind, ein allgemeines Bewusstsein für die neuesten Informationstechnologie-Trends und ein Verständnis für neues Konsumentenverhalten schafft. Trainingsprogramme, um diese Kompetenzen auszubauen, sowie ein Innovations-Gutschein-System, das speziell auf die Bedürfnisse der europäischen Filmindustrie abgestimmt ist, werden in diesem Zusammenhang vorgeschlagen.