

# Von der digitalen Revolution zu einem „Digital New Deal“

## Prof. Dieter Gorny, Präsident des Bundesverbands Musikindustrie e. V.

Der internationale Musikmarkt schlägt nach langen Jahren erdrutschartiger Einbrüche, die zu einer Halbierung des Umsatzniveaus im letzten Jahrzehnt geführt haben, langsam wieder einen Kurs der Erholung ein. Grund dafür sind vor allem die Zuwächse in den digitalen Geschäftsfeldern, die acht der zwanzig weltweit wichtigsten Musikmärkte derzeit sogar wieder zu Wachstum verhelfen. Die mittlerweile zehnte Ausgabe des Digital Music Reports dokumentiert exemplarisch für die Musikindustrie den digitalen Wandel, der sich in der gesamten Kultur- und Kreativwirtschaft in unterschiedlichen Geschwindigkeiten, aber unaufhaltsam vollzieht. Er zeugt davon, dass sich die Anstrengungen und Investitionen der vergangenen Jahre auszuzahlen beginnen:

→ Die Musikwirtschaft hat sich neuen innovativen Vertriebswegen geöffnet und ihr Repertoire in unterschiedlichen digitalen Kontexten – und vor dem Hintergrund der nach wie vor massiven illegalen Musikknutzung nicht ohne Risiken – lizenziert.

→ Online-Anbieter haben im Schulterschluss mit den Musikfirmen trotz des gestörten Marktes im Netz in die Attraktivität und Nutzerfreundlichkeit ihrer Plattformen investiert und damit die technische Grundlage für das legale Angebot im Internet geschaffen.

Während sich die anfängliche Euphorie des digitalen Fortschritts mit Blick auf die Musikknutzung häufig auf die illegale und kostenlose Beschaffung im Netz konzentriert hat, ist heute ein digitaler Markt entstanden, der zwar noch nicht in der Lage ist, das Umsatzniveau oder die verlorenen Arbeitsplätze aus den Zeiten vor der digitalen Revolution zurückholen, aber dennoch ein Stück weit das Abschmelzen des physischen Geschäfts kompensieren kann.

Übereinstimmend mit der internationalen Entwicklung beobachten wir in Deutschland bereits seit 2011 einen vorsichtigen Trend zur Marktstabilisierung. Dabei ist es gerade die Mischung aus digitalem Wachstum und gebremsten Rückgängen im klassischen Tonträgergeschäft, die dem deutschen Markt zu seiner aktuellen Stärke verhilft und zu einem der stärksten Musikmärkte der Welt macht. Es stellt sich in diesem Kontext immer wieder die Frage, ob der hohe physische Marktanteil ein Zeichen digitaler Trägheit der Deutschen sei. Eine Frage, die eine differenzierte Betrachtung erfordert: Während in vielen Ländern der hohe digitale Marktanteil nicht nur im Anstieg in den digitalen Geschäftsfeldern, sondern vor allem auch im Absturz der physischen Verkäufe begründet liegt, vollzieht sich der digitale Wandel in Deutschland moderater, aber mit klarem Kurs: Den seit Jahren zweistelligen Zuwächsen im digitalen Segment steht ein rückläufiger, aber nach wie vor starker physischer Markt zur Seite.

## Der digitale Musikmarkt ist erwachsen geworden

Deutschland hat im letzten Jahrzehnt wichtige Hürden des digitalen Wandels erfolgreich gemeistert. Downloads sind heute analog der CD als Mainstream im Markt angekommen, zugleich feiert der „Newcomer“ Streaming in Deutschland seit dem letzten Jahr beachtliche Erfolge und kann, nachdem der neue Nutzungstrend auch im Meinungsmarkt angekommen ist, dem gesamten Musikmarkt positive Impulse geben. Der immer wieder bemühte Vorwurf gegen die Rechteinhaber, es gebe keine oder nicht genug legale Angebote im Netz oder die Musikindustrie hätte die Zeiten des Internets verschlafen, ist offensichtlich überkommen: Musik ist auf rund 70 Plattformen im Netz legal verfügbar, der Fan kann aus über 20 Millionen verschiedenen Titeln frei wählen. Damit ist die Musikwelt insgesamt vielfältiger geworden: Es wird mehr experimentiert, ausprobiert, entdeckt. Neben den individuellen musikalischen Vorlieben wird auch die Frage der Musikknutzung zunehmend zu einer Frage des persönlichen Stils.

Es ist aber nicht nur der erfolgreiche Aufbau des legalen Angebots, der zur aktuellen Markterholung geführt hat. Vor allem auch die konsequente Durchsetzung von Rechten des geistigen Eigentums hat dem legalen Markt den Rücken gestärkt, indem das Unrechtsbewusstsein bei der illegalen Beschaffung von Musik forciert wurde. Gerade hier, in der anhaltenden illegalen Nutzung von Musik im Netz, liegt auch im Jahr 2013 nach wie vor die größte Wachstumsbremse für die weitere Entwicklung des Musikmarkts und damit die zentrale Herausforderung für alle, die am legalen Vertrieb kreativer Inhalte partizipieren.

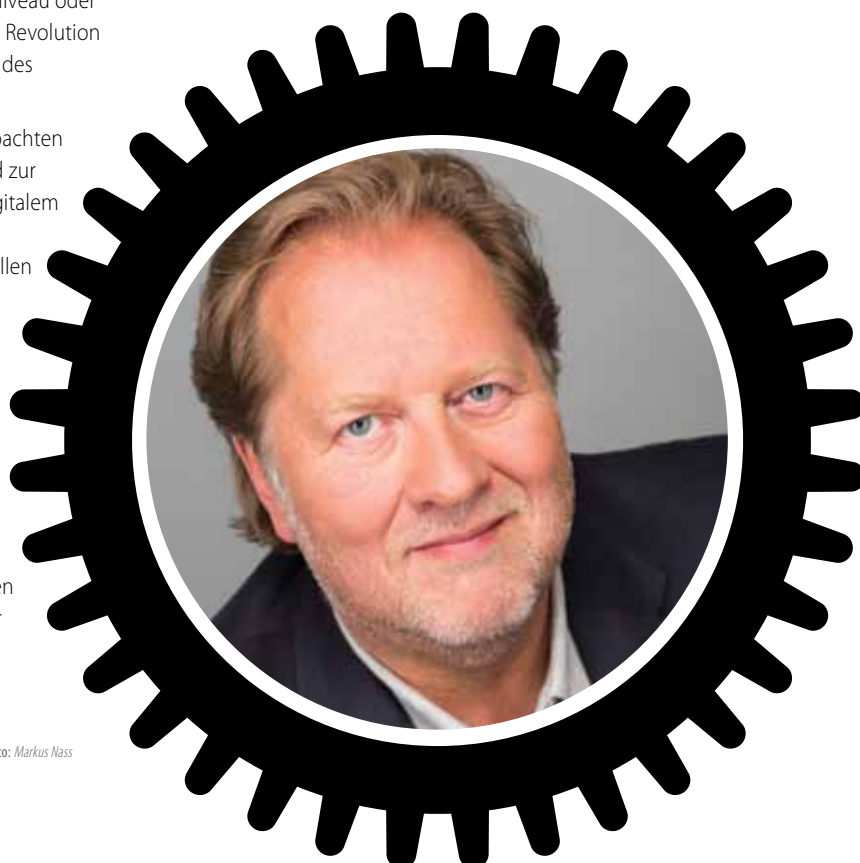


Foto: Markus Nass



## Noch immer fehlt der politische Gestaltungswille

Es geht aber um mehr als um den Vertrieb von Musik oder anderen Kulturgütern im Netz, sondern um die grundsätzlichen Spielregeln und Wertschöpfungsketten in einer neuen Digitalen Ökonomie. Damit diese prosperieren kann, ist es dringend erforderlich, dass alle Akteure an einem Strang ziehen und sich gemeinsam für ein legales und faires Umfeld einbringen: Kultur- und Kreativwirtschaft, Internetwirtschaft, Werbeindustrie, Anbieter von Bezahlsystemen und natürlich die Politik. Was wir brauchen ist eine Art "Digital New Deal", der von der Politik gesteuert wird und schlussendlich auch den Konsumenten eine einfache Frage beantwortet: "Was darf ich als Nutzer und warum ist das so?"

Ausgangspunkt einer solchen gemeinsamen Übereinkunft sollte der Respekt vor anderen Personen und ihren Leistungen sein. Insbesondere aber dürfen die Urheber und ihre Partner nicht schutzlos gestellt werden. Der Schutz des geistigen Eigentums muss auch im Internet auf durchsetzbaren, klaren und belastbaren Regeln beruhen. Haftungsfragen müssen eindeutig geregelt sein, die Rechtsdurchsetzung darf nicht allein auf die Inhaber von Rechten des geistigen Eigentums abgewälzt werden. Darüber hinaus müssen auch alle anderen Akteure, die letztlich zumindest in Teilen am Geschäft mit Rechtsverletzungen mitverdienen, Verantwortung dafür übernehmen, den Zugriff auf rechtsverletzende Angebote unattraktiv zu machen und einzudämmen.

## Unser Kerngeschäft ist Musik!

Die Rechteinhaber befinden sich seit Jahren in der unglücklichen Situation, selbst Ermittlungsarbeit im Internet leisten zu müssen sowie auch selbst gegen Rechtsverletzer aktiv werden zu müssen. Ein notgedrungener Selbstschutz, der mit enormem Aufwand und den bekannten Kollateralschäden verbunden ist – und ganz und gar nicht Aufgabe der Musikwirtschaft sein sollte.



Als Geschädigte wurden wir bislang mit der Eindämmung der massenhaften Urheberrechtsverletzungen allein gelassen. Nach jahrelangem Stillstand muss die Politik hier endlich aktiv werden und Regelungen und ggfs. Strukturen schaffen, die den Schutz von Kreativen und ihren Partnern sicherstellen, so dass die Musikfirmen sich wieder ihrem eigentlichen Business zuwenden können: Künstler zu fördern, aufzubauen und im Markt zu platzieren. Das natürlich auch, um Gewinne damit zu machen, was in einer Marktwirtschaft auch nichts Ungewöhnliches sein sollte. Etwa ein Sechstel der Umsätze der Musikfirmen fließen jährlich zurück in die Suche und den Aufbau neuer Talente. Damit diese Investitionen nicht zu einem unkalkulierbaren Risikokapital werden, müssen die grundsätzlichen Rahmenbedingungen geklärt werden. Nationale und internationale Rechtsdurchsetzung, Aufklärung der Internetnutzer, bessere Zusammenarbeit der Strafverfolgungsbehörden – es ist an der Zeit, dass die Politik ihren Gestaltungswillen endlich erkennt und auch gestaltend tätig wird, so dass die Vorzeichen geschaffen werden, die nicht nur gesellschaftliche Teilhabe, sondern auch die Sicherheit der Nutzer und faires Wirtschaften im Netz befördern. Der Bundestagswahlkampf wäre der ideale Zeitpunkt, dieses gesamtgesellschaftliche Thema endlich auf die politische Agenda zu heben.

