

Christian Sommer
Executive Director
EMEA Anti-Piracy Operations



WARNER BROS.
ENTERTAINMENT EUROPE

Unterausschuss Neue Medien
Öffentliches Gespräch zum Thema
„Vermarktung und Schutz kreativer Inhalte im Internet“
21. Mai 2012, 13.00 Uhr

Stellungnahme zum Fragenkatalog

Teil 1: Modelle zur Versendung von Warnhinweisen (aktuelle Gutachten)

- 1) Wie bewerten Sie das von Prof. Schwartmann im Rahmen des Wirtschaftsdialogs des BMWi vorgestellte vorgerichtliche Mitwirkungsmodell? Welche Alternativen böten sich aus Ihrer Sicht dazu an? Wie bewerten Sie die Gegenargumentation der Studie „Vergleich von Modellen zur Versendung von Warnhinweisen durch Internet-Zugangsanbieter an Nutzer bei Urheberrechtsverletzungen“ von Prof. Hoeren?

Das von Prof. Schwartmann im Rahmen des Wirtschaftsdialogs des BMWi vorgestellte sog. „vorgerichtliche Mitwirkungsmodell“ – und naturgemäß die sich darauf beziehende Gegenargumentation von Prof. Hoeren - für sich genommen und einzeln betrachtet greifen zu kurz und behandeln lediglich einen Teilaspekt der Problemstellung. In einen breiteren Maßnahmenkatalog eingebettet würde dieser Ansatz eine Diskussionsgrundlage darstellen, die jedoch die vorliegenden Ausarbeitungen nicht bieten. Im Detail wird an dieser Stelle auf eine detaillierte Auseinandersetzung mit den spezifischen Aspekten dieses Modells verzichtet und auf das gemeinsame Positionspapier der am Wirtschaftsdialog beteiligten Rechteinhaber¹ verwiesen. Positiv ist jedoch zu bewerten, dass der Ausgangspunkt des Gutachtens die Frage nach einer Zusammenarbeit und das gemeinsame Vorgehen von Rechteinhabern und Netzbetreibern (ISPs) gegen Urheberrechtsverletzungen als „übergeordneter Leitgedanke“ erkennbar ist. Schon 2001 wurde in Erwägungsgrund 59 der Urheberrechtsrichtlinie² festgestellt:

Inbesondere in der digitalen Technik können die Dienste von Vermittlern immer stärker von Dritten für Rechtsverstöße genutzt werden. Oftmals sind diese Vermittler selbst am besten in der Lage, diesen Verstößen ein Ende zu setzen.

Von diesem Leitgedanken ausgehend sollte ein breiterer Ansatz der Einbeziehung von Vermittlern für einen effektiven Schutz von kreativer Leistung verfolgt werden. Eine Einengung auf das „vorgerichtliche Mitwirkungsmodell“ als alleinige Maßnahme und ohne eine breitere Weiterentwicklung des Anwendungsbereiches würde diesem Ziel nicht dienen. In diesem Zusammenhang sollte der Begriff des „Vermittlers“ weit verstanden und nicht nur Access- und Hostingprovider umfassen, sondern ebenso andere Beteiligte wie beispielsweise Zahlungsdienstleister und Suchmaschinenbetreiber einschließen.

¹ http://www.gema.de/fileadmin/user_upload/Presse/Publikationen/Kurzfassung_Dialogpapier.pdf

² Richtlinie 2001/29/EG des Europäischen Parlaments und des Rates vom 22. Mai 2001 zur Harmonisierung bestimmter Aspekte des Urheberrechts und der verwandten Schutzrechte in der Informationsgesellschaft

- 2) Welche Vor- und Nachteile sehen Sie für Ihre Branche hinsichtlich einer möglichen Umsetzung eines vorgerichtlichen Mitwirkungsmodells im Gegensatz zum heute üblichen Vorgehen einer sofortigen Abmahnung unter Nutzung des Auskunftsanspruchs aus § 101 UrhG?

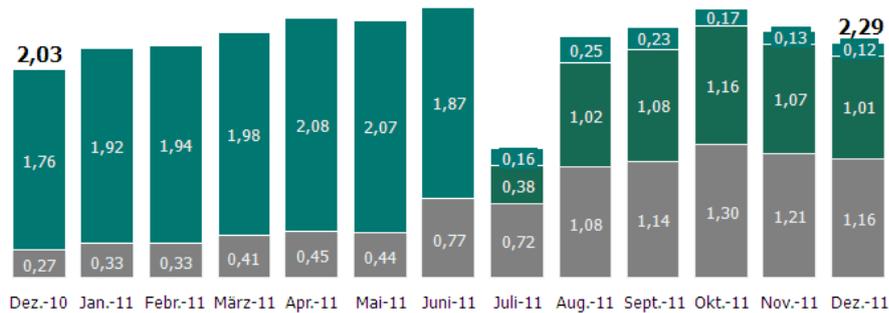
Statt „Entweder-Oder“ stellt sich vielmehr die Frage, inwiefern die verschiedenen Möglichkeiten zum Schutze von kreativer Leistungen verzahnt und Kooperationsmodelle in einen Rechtsrahmen eingebettet werden können und nebeneinander so ausgestaltet werden können, dass ein effektiver Schutz gewährleistet ist. Die beiden genannten Optionen für sich, die Beibehaltung des Status Quo beim § 101 UrhG oder eine Abschwächung durch ein eng begrenztes „vorgerichtliches Mitwirkungsmodell“, sind keine Maßnahmen für einen effektiven Schutz von kreativer Leistung und für eine breite Kooperation mit ISPs, die für einen wirksamen Schutz im Sinne des in der Urheberrechtsrichtlinie genannten Erwägungsgrunds 59³ notwendig sind. Beide Verfahren haben massive Defizite was den Umfang und die Bandbreite der Maßnahme betrifft, so dass in Bezug auf diese Modelle in beiden Fällen Änderungsbedarf besteht. Dabei ist zu berücksichtigen, dass ISPs (aktiver) Teil eines Modells werden und nicht lediglich als „außenstehender Dritter“ betrachtet werden.

- 3) Das vorgerichtliche Mitwirkungsmodell würde vor allem bei P2P-Filesharing greifen. Man geht davon aus, dass dieser Bereich 20 % der Urheberrechtsverletzungen ausmacht. Hat sich die Nutzung von dezentralen Kopierbörsen durch das Zurückdrängen von Streamhosting-Angeboten wie kino.to oder Megaupload wieder erhöht?

Vorbemerkung: Eine Pauschalaussage, dass P2P Filesharing „20% der Urheberrechtsverletzungen ausmacht“ lässt sich so nicht treffen. Vielmehr ist es so, dass es inhalteabhängig teils gravierende Unterschiede im Nutzungsverhalten gibt. In der Tendenz ist die Aussage, dass P2P Filesharing einen im Vergleich zu den für die Filmbranche relevanten Zugriffstechnologien wie Streaming oder Direct Downloads einen untergeordneten, aber dennoch relevanten Anteil ausmacht.

Nachdem kino.to im Juni 2011 abgeschaltet wurde konnte – titelspezifisch – kein relevanter bzw. mit der Abschaltung von kino.to in Verbindung zu bringender Anstieg der Nutzung von P2P Filesharing beobachtet werden, was auch damit zu erklären ist, dass P2P Filesharing nicht zuletzt auch wegen der komplexeren technischen Hürden keine vollständige Substitutionstechnologie für den Zugriff auf urheberrechtlich geschützte Inhalte über Streaming darstellt. Trotz der Schließung von kino.to wuchs die Brutto Zahl der Unique User im Jahresvergleich leicht an. Der Wegfall von kino.to wurde von Seiten wie kinox.to und movie2k.to, die teilweise eine höhere Nutzungsintensität aufweisen, kompensiert:

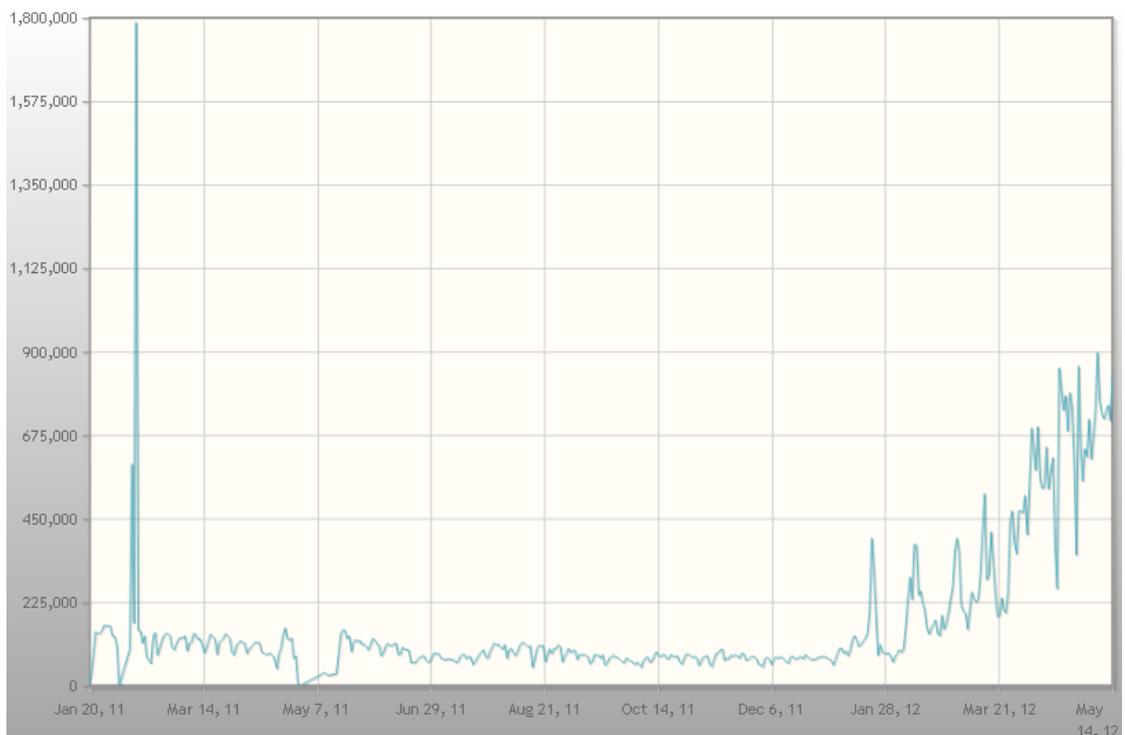
³ Richtlinie 2001/29/EG des Europäischen Parlaments und des Rates vom 22. Mai 2001 zur Harmonisierung bestimmter Aspekte des Urheberrechts und der verwandten Schutzrechte in der Informationsgesellschaft



	Kino.to (Dez 2010)	Kinox.to (Dez 2011)	Movie2k.to (Dez 2011)
Session/User	44,2	26,2	51,3
Page Impression/User	6,6	5,4	7,8
Duration/User	26,8	13,7	32,0

Quelle: GfK Media Efficiency Panel, repräsentativ für 47,2 Mio. private Internetnutzer

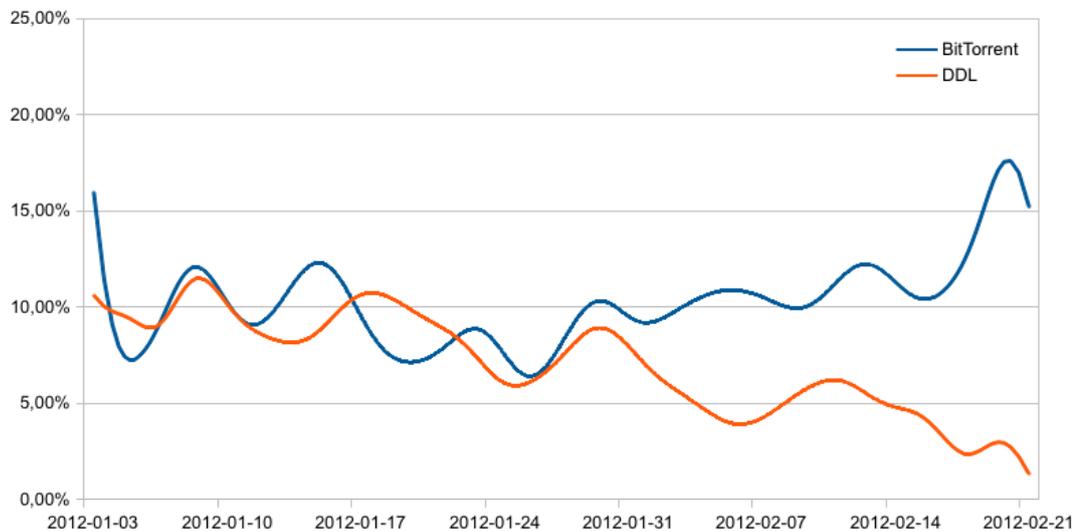
Mit der Abschaltung von Megaupload/Megavideo im Januar 2012 konnte jedoch ein sprunghafter Anstieg der Nutzung von P2P Filesharing über alle Inhaltearten in Deutschland beobachtet werden. Nicht nur, dass die Anzahl der Teilnehmer im Bittorrent-Netzwerk (DHT) sich von durchschnittlich 80.000 pro Tag im zweiten Halbjahr 2011 auf zuletzt ca. 838.000 Peers am 15. Mai 2012 ca. verzehnfacht hat (siehe Grafik), auch die durch Comscore gemessenen Besucher („Visits“) zu Bittorrent-Indexing-Seiten, die als „Einstieg“ und Verzeichnis/Suchmaschine für den Zugriff auf Inhalte über das Bittorrent-Netzwerk dienen, hat sich ab Mitte Januar 2012 nahezu verdoppelt während bei anderen Zugriffstechnologien eine Stagnation oder leichte Abnahme der Zugriffe zu beobachten war. Ob diese Entwicklung von dauerhafter Natur ist und eine Änderung des bisherigen Trends in Deutschland mit bisher rückläufiger Entwicklung der Nutzung von P2P bedeutet, bleibt abzuwarten.



Quelle: movielabs

Die nachfolgende Grafik zeigt exemplarisch die Entwicklung der Nutzung von Direct Downloads (DDL) und Bittorrent seit Anfang Januar 2012 bis Ende Februar 2012. Basis der

Erhebung ist eine statistisch signifikante Auswahl an privaten DSL-Anschlüssen einer deutschen Großstadt. Seit Megaupload/Megavideo Mitte Januar nicht mehr verfügbar war ist die Nutzung von DDL seither stark zurückgegangen, während die Nutzung von Bittorrent wieder gestiegen ist.



Quelle: ipoque

- 4) Welchen Beitrag leisten die Netzwerkprovider zur Bewusstseinsstärkung und Rechtsdurchsetzung im Falle von Urheberrechtsverletzungen? Wie bewerten Sie die Forderungen aus Wirtschaft und Politik, dass diese einen Beitrag auch aus Gründen der Corporate Social Responsibility leisten sollten?

Mir sind keine über die Umsetzung von Gerichtsbeschlüssen, Anordnungen und Urteilen hinausgehenden Beiträge zur Rechtsdurchsetzung im Falle von Urheberrechtsverletzung bekannt, insbesondere anbieterübergreifend. Vereinzelt gehen Hostingprovider nach Hinweis und Kenntniserlangung gegen die Betreiber von Seiten mit Urheberrechtsverletzenden Inhalten aus AGB vor. Auch zur Bewusstseinsstärkung bei Urheberrechtsverletzungen sind mir in den vergangenen Jahren keine Maßnahmen aufgefallen oder bekannt geworden. Oftmals muten öffentliche Äußerungen von Vertretern der Netzwerkprovider, man werde die „eigenen Kunden schützen“ und nicht „ausliefern“, gegenteilig und nach einem Wettbewerb in die entgegen gesetzte Richtung an. Insbesondere durch die direkte Kundenbeziehung wären die Netzwerkprovider in einer hervorragenden Position bei der Bewusstseinsbildung mitzuwirken, nicht zuletzt da ein Vertragsverhältnis besteht und den Urheberrechtsschutz betreffende relevante Passagen in den Allgemeinen Geschäftsbedingungen (AGB) enthalten sind. Mir ist jedoch kein Fall bekannt, in dem diese von Access-Providern auch durchgesetzt werden.

- 5) Welche Konsequenzen hätte die Implementierung von Filter- und Analysetechniken in die Netzwerke hinsichtlich Vertraulichkeit und Integrität von Datenübertragungen aus Ihrer Sicht?

Da bislang davon ausgegangen werden kann, dass bereits heute Netzwerkkomponenten mit diesen technischen Möglichkeiten fester Bestandteil eines jeden Netzwerks sind, scheint die Frage beantwortet.

- 6) Welche Filtermaßnahmen werden bisher von den Diensteanbietern – vertraglich oder standardisiert – vorgenommen? Gibt es bereits eine Deep-Packet-Inspection?

BEREC, Body of European Regulators for Electronic Communications, wertet derzeit eine Studie zu den Praktiken der europäischen Netzwerkbetreiber aus und hat am 6. März 2012 die

Vorab-Ergebnisse an die Kommission übermittelt.⁴ Danach ist es mittlerweile „üblich“, dass Voice-over-IP und P2P Datenverkehr bei Internet Service Providern als sog. „Traffic Management“ geblockt werden. Wörtlich heißt es in der Pressemitteilung von BEREC:

The most frequently reported traffic management practices are the blocking and/or throttling of peerto-peer (P2P) traffic, on both fixed and mobile networks, and the blocking of Voice over IP (VoIP) traffic (mostly on mobile networks, usually based on specific contract terms). When blocking/throttling is implemented in the network, it is typically done through deep packet inspection (DPI).

An dieser Studie haben mehr als 400 Internet Service Provider aus Europa teilgenommen.

Der öffentlichen Diskussion in Deutschland war ebenfalls zu entnehmen, dass insbesondere im Mobilfunkbereich die Filterung von bestimmten Diensten üblich und möglich ist, wie die Diskussion um die Nutzung von Skype auf dem iPhone zeigt.⁵ Aber auch bei Internetanbietern in Deutschland ist die Drosselung- und damit Überwachung von Internetzugängen geübte Praxis. So heißt es in den AGB von Kabel Deutschland⁶ exemplarisch:

Wird im Laufe eines Tages eine bestimmte Downloadmenge überschritten, sinkt die Übertragungsgeschwindigkeit dieses Anschlusses nur für File-Sharing-Anwendungen für den Rest des Tages auf 100 Kbit/s.

Eine Untersuchung des Max-Planck-Instituts für Software Systeme hat ebenfalls festgestellt, dass 27% des Bittorrent Download-Datenverkehrs bei Kabel Deutschland modifiziert werden.⁷

Auf die Darstellung von AGBs anderer Internetzugangspanbieter, die ähnliche Klauseln enthalten, wird an dieser Stelle verzichtet.

- 7) Sind sie der Auffassung, dass ein Warnhinweismodell bzw. ein vorgerichtliches Mitwirkungsmodell angesichts der damit einhergehenden Grundrechtseingriffe auf freiwilliger Basis im Rahmen einer Selbstregulierung umgesetzt werden könnte oder sollte dies auf gesetzlicher Grundlage erfolgen?

Obwohl eine Lösung auf freiwilliger Basis im Rahmen einer Selbstregulierung, wie in den USA durch die Schaffung des Centers for Copyright Information⁸ und des damit einhergehende „Copyright Alert“ Systems⁹ durch das „Memorandum of Understanding“¹⁰ umgesetzt, anstrebenswert erscheint, spricht neben der jahrelangen fruchtlosen Diskussion unter den Beteiligten auch eine stärkere Rechtssicherheit für eine Regelung auf direkter gesetzliche Grundlage.

- 8) Wie bewerten sie das „vorgerichtliche Mitwirkungsmodell“ im Hinblick auf seine verfassungsrechtliche und europarechtliche Vereinbarkeit?

Es bestehen Zweifel an der Vereinbarkeit mit Art. 14 Grundgesetz (Eigentumsgarantie) und Art. 8 Enforcement Directive¹¹ (Recht auf Auskunft).

⁴ http://berec.europa.eu/doc/2012/TMI_press_release.pdf

⁵ <http://www.spiegel.de/netzwelt/mobil/0,1518,616587,00.html>

⁶ <http://www.kabeldeutschland.de/info-service/leistungsversprechen.html>

⁷ <http://broadband.mpi-sws.org/transparency/results/#res>

⁸ <http://www.copyrightinformation.org>

⁹ <http://www.copyrightinformation.org/alerts>

¹⁰ <http://www.copyrightinformation.org/sites/default/files/Momorandum%20of%20Understanding.pdf>

¹¹ Richtlinie 2004/48/EG des Europäischen Parlaments und des Rates vom 29. April 2004 zur Durchsetzung der Rechte des geistigen Eigentums

- 9) Welche Konsequenzen ergeben sich für das „vorgerichtliche Warnhinweismodell“ aus der Entscheidung des Bundesverfassungsgerichtes vom 24. Januar 2012 (1 BvR 1299/05), in der die Zuordnung von dynamischen IP-Adressen ausdrücklich als ein Eingriff in Art. 10 Abs. 1 GG festgestellt wurde?

Den Anforderungen des BVerfG sind bei sämtlichen Modellen zum Schutz von kreativer Leitung genüge zu tragen und verfassungsrechtliche Vorgaben sind in jedem Falle zu beachten.

- 10) Sind sie der Auffassung, dass ein Warnhinweis- oder vorgerichtliches Mitwirkungsmodell als eine Kooperationsmöglichkeit anzusehen ist, die der Verpflichtung im ACTA-Abkommen entspricht, Kooperationsbemühungen im Wirtschaftsleben zu fördern, die darauf gerichtet sind, Verstöße gegen Marken, Urheberrechte oder verwandte Schutzrechte wirksam zu bekämpfen?

Losgelöst davon, dass ACTA nicht ratifiziert ist und dem Europäischen Gerichtshof zur Bewertung vorgelegt wurde, steht die Einbeziehung von ISPs/Netzwerkprovidern im ausdrücklichen Einklang mit Europäischem Recht, exemplarisch in Erwägungsgrund 59 der Urheberrechtsrichtlinie dargelegt:

Insbesondere in der digitalen Technik können die Dienste von Vermittlern immer stärker von Dritten für Rechtsverstöße genutzt werden. Oftmals sind diese Vermittler selbst am besten in der Lage, diesen Verstößen ein Ende zu setzen.

- 11) Können ihrer Meinung nach bereits heute Warnhinweise anstelle kostenintensiver Abmahnungen verschickt werden? Bedarf es hierfür einer zusätzlichen Inpflichtnahme der Internetzugangsanbieter?

Im Rahmen des notwendigen Prozesses zur Ermittlung von IP-Adressen und der Beauskunftung von Klardaten der Verletzer entstehen den Rechteinhabern bereits heute, also im Rahmen eines normalen Abmahnverfahrens, erhebliche (Fremd-) Kosten. Hierzu gehören insbesondere

- a) die Kosten der Ermittlungsdienstleistung, die für die interne Vorermittlung (inhaltliche Verifizierung etc) mit Personalkosten von ca. 30 EUR pro Werk und bei der externen Anbieterermittlung mit ca. EUR 25 pro Fall betragen,
- b) die Aufwandsentschädigungen der Provider, die gemäß § 101 Abs. 2 S. 3 UrhG einen Anspruch auf Erstattung ihres Aufwandes im Zusammenhang mit der Beauskunftung haben. Die Höhe dieser Kosten ist weder bundeseinheitlich geregelt, noch gibt es eine bundeseinheitliche Praxis. Unterschiede gibt es auch deshalb, weil manche Provider nach zeitlichem Aufwand und manche auf Basis der Anzahl der identifizierten IP-Adressen abrechnen: So rechnet die Deutsche Telekom EUR 17,88 je angefangene viertel Stunde ab, andere Provider stellen EUR 35 je angefangenen Zehnerblock beauskunftete IPAdressen (§ 23 Abs. 1 JVEG, Anlage 3 (zu § 23 Abs. 1) Nr. 201 analog) in Rechnung. Auf Basis dieser Berechnungsgrundlage und den Angaben des eco Verbandes, dass pro Monat 300.000 IP-Adressen beauskunftet werden¹², „verdienen“ die Provider monatlich EUR 1.050.000 mit Auskunftsersuchen. Die Kosten für die Rechteinhaber reichen pro Auskunftsantrag von einigen Hundert Euro bis zu mehreren Tausend Euro.
- c) die Gerichtskosten im Auskunftsverfahren, die von Landgericht zu Landgericht sehr stark variieren, da die zugrunde liegenden Normen (§ 101 Abs. 9 S. 5 UrhG i.V.m § 128e Abs. 1 Nr. 4 KostO) unterschiedlich ausgelegt werden. So betragen die Kosten

¹² <http://www.eco.de/2011/pressemeldungen/300-000-adressen-pro-monat-erfolgreicher-kampf-gegen-illegale-downloads.html>

beim LG München EUR 200 pro Auskunftsverfahren, beim LG Köln: EUR 200 pro Werk pro Auskunftsverfahren und beim LG Mannheim: 200 Euro pro Werk pro Tag der Ermittlung pro Sicherungs- und pro Gestattungsantrag. Bei 10 Werken und einer dreitägigen Ermittlung, was den Normal fall darstellt, komme auf den Rechteinhaber für ein einziges Auskunftsverfahren die folgenden Kosten zu: LG München: EUR 200, LG Köln: EUR 2.000 und beim LG Mannheim EUR 12.000

Diese Kosten entstehen bei geltender Rechtslage unabhängig davon, ob der Rechteinhaber eine Abmahnung oder lediglich eine Warnung verschickt. Darüber hinaus entstehen im Rahmen eines Warnmodells ebenfalls typische Kosten einer juristischen Auseinandersetzung: Es kann gerade nicht unterstellt werden, dass Warnhinweise widerspruchlos entgegengenommen werden. Für Einwände verwarnter Anschlussinhaber müsste folglich eigens ein juristisches „Beschwerdemanagement“ und damit eine eigene Struktur vorgehalten werden, die ebenfalls hohe Kosten verursachen würde. Sämtliche den Rechteinhabern entstehenden Kosten der Ermittlung, Identifizierung und juristischen Verfolgung können aktuell im Rahmen der Abmahnung verlangt bzw. refinanziert werden. Eine Erstattungsmöglichkeit im Rahmen von bloßen Warnhinweisen wäre basierend auf der aktuellen Rechtslage nicht möglich und in etwaigen Warnmodellen auch gar nicht angedacht. Sanktionslose Warnhinweise wären nach Identifizierung der Anschlussinhaber daher zwar theoretisch möglich, müssten aber in der Praxis unterbleiben, da sie die Rechteinhaber langfristig nicht finanzieren können

Die Inanspruchnahme der Internetzugangsanbieter ist nicht nur vor dem Hintergrund der Versendung von Warnhinweisen erforderlich. Vielmehr müsste der Wirkungsgrad des zivilrechtlichen Auskunftsanspruchs nach § 101 UrhG wesentlich erweitert werden, um Lücken bei der Durchsetzung zu schließen. Der urheberrechtliche Auskunftsanspruch nach § 101 UrhG ist bereits heute in zahlreichen Fällen nicht durchsetzbar, da die marktstarken ISPs Vodafone (Arcor) und Telefónica/Alice sowie einige kleinere Zugangsprovider und Mobilfunkanbieter die für eine Auskunftserteilung erforderlichen Daten (IP-Adressen, Vergabezeitpunkte und Benutzerkennungen) generell nicht oder zu kurz speichern und damit eine Beauskunftung unmöglich machen. Eine gesetzliche Speicherverpflichtung besteht gegenwärtig nicht. Eine gerichtliche Speicherpflicht (auf Zuruf) wird von den Gerichten mit Verweis auf den Gesetzgeber abgelehnt. Der Auskunftsanspruch greift bei Rechtsverletzungen von Kunden dieser ISPs ins Leere. Zudem führt die von den nichtspeichernden ISPs angebotene Nichtverfolgbarkeit bei Rechtsverletzungen im Internet zu deutlichen Wettbewerbsnachteilen gegenüber den speichernden ISPs.

- 12) Das BMWi- Gutachten spricht davon, dass "die Effizienz von Warnhinweisen in den Referenzstaaten nicht zur vollen Überzeugung nachgewiesen ist". Aus welchem Grund sollte dann ein Warnhinweismodell zur Vorbereitung eines Auskunftsanspruchs geschaffen werden und welche Sanktionen fordern die Verbände der Unterhaltungsindustrie für illegale Nutzungen jenseits von Peer-to-Peer, die ebenfalls nicht durch das im Gutachten vorgeschlagene "vorgerichtliche Warnhinweismodell" erfasst würden?

Vorbemerkung: Ein Warnhinweismodell „zur Vorbereitung eines Auskunftsanspruchs“ sollte nicht geschaffen werden, siehe dazu die Antwort auf Frage 2 und die ablehnende Positionierung zu dem vorgeschlagenen „vorgerichtlichen Mitwirkungsmodell“. Ein Warnhinweismodell als ein Baustein in einer Kette von Maßnahmen kann jedoch deutlich positive Effekte haben und ein Ausgangspunkt für eine weitergehende Kooperation zwischen Rechteinhabern und Vermittlern (in Sinne einer weiten Definition und nicht nur auf Access- und Hostingprovider begrenzt) sein.

Der Nachweis der Effizienz von Warnhinweisen in den „Referenzstaaten“ hat nur bedingt Eingang in das BMWi-Gutachten gefunden, was vermutlich der damals noch dünnen Datenlage geschuldet war. Auf der Veranstaltung „Ensuring Creative Growth for the future: a

UK solution to an international problem”¹³ hat Marie-Françoise Marais, Präsidentin von Hadopi in Frankreich, am 23. April 2012 einige aktuelle Zahlen veröffentlicht: So wurden bis dahin 970.000 erste Hinweise verschickt; 88.000 Warnhinweise der zweiten Stufe und nur 270 Hinweise auf der dritten und letzten, sanktionsbedrohten Stufe, was 0,028% entspricht. In 95% der Fälle eines ersten Hinweises war kein zweiter Hinweis notwendig. 71% derjenigen, die eine dritte Warnung erhalten haben, haben sich an Hadopi gewandt. In dem Report „Hadopi, 1 ½ Year After The Launch“¹⁴ wurden zudem die folgende Daten veröffentlicht: Die Besucherzahlen für P2P Indexing Seiten sind um 17% zurückgegangen während der P2P Datenverkehr für Urheberrechtsverletzungen um 43% zurückgegangen ist.

Ein Ergebnis der Studie zur Digitalen Content Nutzung (DCN) aus dem Jahre 2011¹⁵ ist: Von denjenigen, die Medieninhalte illegal herunterladen, glauben 81%, dass die Versendung von Warnhinweisen dazu führen würde, dass die Menschen das illegale Filesharing einstellen.

In Bezug auf die Sanktionen für illegale Nutzungen jenseits von Peer-to-Peer, die ebenfalls nicht durch das im Gutachten vorgeschlagene "vorgerichtliche Warnhinweismodell" erfasst würden, sei an dieser Stelle auf das Positionspapier der am Wirtschaftsdialog beteiligten Rechteinhaber verwiesen.¹⁶

Generell sollte der Begriff „Warnhinweis“ weit gefasst sein und nicht nur als eine Email oder ein Brief „gedacht“ werden, sondern ebenso Echtzeit-Hinweise umfassen, wie beispielsweise Browser-Popups oder Hinweisseiten, wie ISPs sie nutzen um beispielsweise fehlerhaft eingegebene Internetadressen auf die eigene Suche umzuleiten und so Besucherzahlen zu generieren.¹⁷ Auch sollte der Begriff des „Vermittlers“ weit verstanden und nicht nur Access- und Hostingprovider umfassen, sondern ebenso andere Beteiligte wie beispielsweise Zahlungsdienstleister und Suchmaschinenbetreiber einschließen.

¹³ http://www.creativecoalitioncampaign.org.uk/index.php/events/detail/ccc_international_conference_bafta_0830_1300

¹⁴ http://www.hadopi.fr/sites/default/files/page/pdf/note17_en.pdf

¹⁵ <http://www.gvu.de/media/pdf/777.pdf>

¹⁶ http://www.gema.de/fileadmin/user_upload/Presse/Publikationen/Kurzfassung_Dialogpapier.pdf

¹⁷ Siehe dazu umfassend „DNS-Verbiegungen: Wie Provider das Domain Name System manipulieren“, abrufbar unter <http://www.heise.de/netze/artikel/DNS-Verbiegungen-1025662.html>

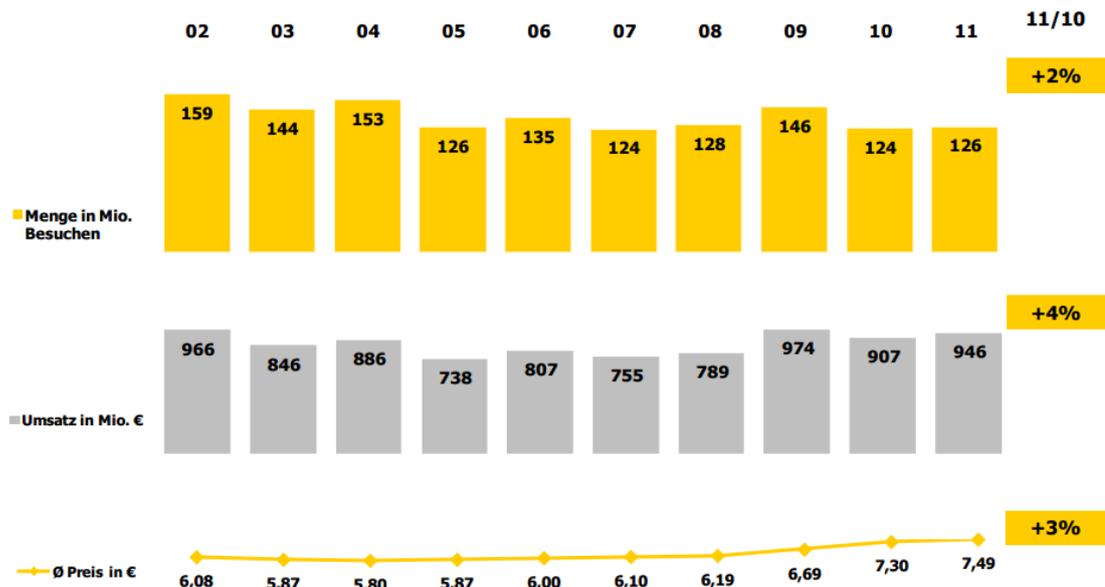
Teil 2: Neue Geschäftsmodelle

- 1) Wie entwickelte sich der Umsatz in den Branchen Musik, Film und Buch in den letzten fünf Jahren hinsichtlich der verschiedenen Speichermedien? Bitte stellen Sie insbesondere die Entwicklungen in den letzten zwei Jahren dar.

Für den Filmbereich:

Kinomarkt:

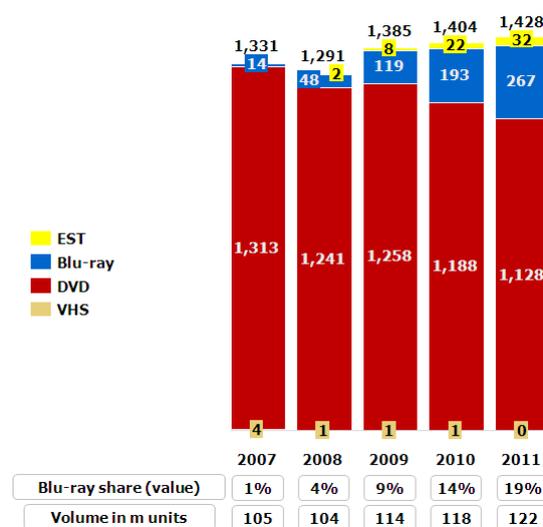
Entwicklung des Kinomarkts Besucher und Umsatz



Quelle: FFA/GfK Panel

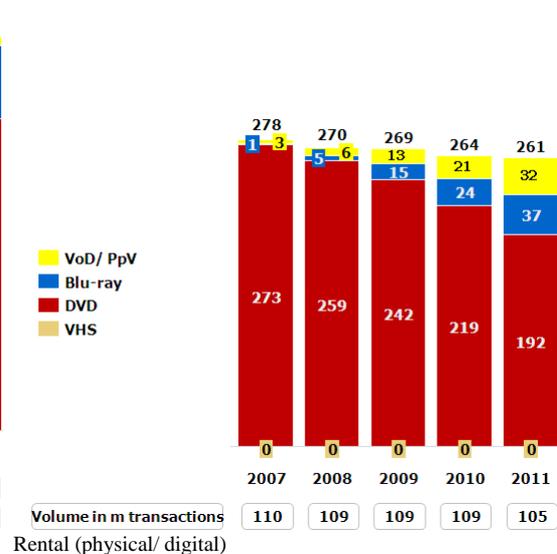
Home Entertainment

Kaufmarkt:



Video sell-through (physical/ digital)
All periods: January-December
Value in m €

Leihmarkt:



Rental (physical/ digital)

Quelle: GfK Panel Services Deutschland

- 2) Allein 70 lizenzierte Plattformen bestehen in der Musikindustrie (Quelle: Digital Music Report 2011). Welche neuen Geschäftsmodelle haben sich in den Branchen Musik, Film und Buch in den letzten Jahren entwickelt? Welche Marktchancen sehen Sie für weitere Geschäftsmodelle? Welche Geschäftsmodelle werden sich aus Ihrer Sicht besonders positiv entwickeln?

Vorbemerkung: Die folgenden Antworten beziehen sich auf den Bereich Film mit Schwerpunkt auf die Aktivitäten von Warner Bros. Entertainment.

Im Bereich Film haben sich in den letzten Jahren insbesondere technische Innovationen wie 3D sowohl im Kino als auch im Home-Entertainment-Bereich (physisch und digital) entwickelt, aber auch das High-Definition-Format Blu-Ray hat im physischen Bereich neue Umsatzerlöse generiert, „alte“ Formate abgelöst und mit der Verbreitung von internetfähigen Abspielgeräten einen Grundstein für die Entwicklung von weiteren Geschäftsmodellen gelegt. An der Schnittstelle zwischen dem physischen und dem digitalen Vertrieb ist die Digital Copy¹⁸ zu nennen, die zusätzlich zur physischen Kopie des Films eine digitale Version des Titels für den Käufer verfügbar macht. Mit Ultraviolet (mehr dazu bei Frage 7) geht eine Weiterentwicklung dieses Konzeptes auch in Deutschland in Kürze an den Start.

Im digitalen Markt sind vor allen Dingen die verschiedenen, mittlerweile als „klassisch“ zu bezeichnenden Vertriebsformen/Modelle zu nennen:

- Video-on-Demand (VoD)/Pay-per-View (PPV), die dem transaktionsgebundenen, zeitlich limitierten Leihvorgang entsprechen (Download oder Streaming) (Beispiel: videoload)
- Subscription Video-on-Demand (SVOD), wo mit einer monatlichen Abonnementgebühr eine begrenzte oder unbegrenzte Anzahl von Filmen angesehen werden kann (Beispiel: Lovefilm)
- Electronic-Sellthrough (EST), was dem transaktionsgebundenen physischen Kaufvorgang (Download) ohne zeitliche Nutzungsbegrenzung (Beispiel: iTunes)
- Advertising based Video-on-Demand (AVOD), ein werbefinanzierter und für den Nutzer kostenloser Filmabrufdienst (Beispiel: film.bild.de)

Daneben oder basierend auf den verschiedenen Konzepten existieren eine Vielzahl von Geschäftsmodellen, neuen Initiativen oder Experimenten für die digitale Distribution von Filmen und TV-Inhalten, von denen beispielhaft einige aufgezählt werden:

- Facebook wird von Warner Bros. als Vertriebskanal für Filme genutzt. So hat WB als erstes Filmstudio einen Film über Facebook verfügbar gemacht. THE DARK KNIGHT. Auch in Deutschland wurde Kokowääh als erster Film über Facebook zeitgleich zum DVD und VOD/EST-Start auf der Fanpage vertrieben und Fans zugänglich gemacht.

¹⁸ Für mehr Informationen: <http://www.warnerbros.de/digitalcopy/>

facebook Suche



- Pinnwand
- Info
- Aktivitäten von Freunden (...)
- Film anschauen!**
- Soundtrack
- Musikgeschenk
- Videos
- Fanmeinungen

412.162
Personen gefällt das

3.550
unterhalten sich darüber

Gefällt mir



Warner Bros. De

Seite erstellen

Kokowääh ▶ Film anschauen!

Film

EMMA SCHWEIGER TIL SCHWEIGER

KOKOWÄÄH

[kɔkove]



Jetzt auf Facebook ansehen und fast 30 Minuten Bonusmaterial nach dem Film genießen!

FILM JETZT ANSCHAUEN & MIT DEINEN FACEBOOK GUTSCHRIFTEN ZAHLN!

BEZAHLEN	HILFE	NUTZUNGSINFO
<p>Jetzt den Film für nur 50 Gutscheine anschauen!</p> <p>Du hast den Film noch nicht geliehen:</p> <p>f Film leihen</p> <p><small>(Info zu Gutscheinen)</small></p>	<p>Häufig gestellte Fragen findest du hier:</p> <p>Du hast Probleme mit der Wiedergabe des Films?</p> <p>Dann sende dich bitte per Mail an: kontakt@support-warnervod.de</p>	<p>Nach dem Kauf kannst du den Film 2 Tage (48 Std.) lang beliebig oft ansehen. Die Lizenz ist nicht übertragbar. Zur VOD App gelangst du jederzeit über „Film anschauen!“ links auf der Seite.</p>

- Mit warnervod.de betreibt Warner Bros. ein eigenes Angebot, das sich direkt an die Konsumenten richtet und Filme im DivX-Format, das mit einer beispiellosen Vielzahl von Geräten kompatibel ist, vertreibt

Alle Filme von Warner Bros. als Download



WARNER VOD

NOCH NICHT REGISTRIERT? [PASSWORT VERGESSEN?](#)

STARTSEITE ALLE FILME ACTION COMEDY DRAMA THRILLER HORROR FANTASY/SCIFI KIDS
SUCHBEGRIFF SUCHEN [DETAILSUCHE](#) [HILFE](#)



ALLE FILME ZUM KAUFEN UND LEIHEN



Jetzt neu:
Final Destination 5
+ weitere Teile
ab 5,99 €!

TOP 10

1. Harry Potter und die Heiligtümer des Todes - Teil 2
2. Red Riding Hood - Unter dem Wolfsmond
3. Kokowääh
4. Alles erlaubt - Eine Woche ohne Regeln
5. Green Lantern - First Flight
6. Sukker Punch - Extended Cut
7. Arthur
8. Harry Potter und die Heiligtümer des Todes - Teil 1
9. Hangover
10. Pina (Tanz, tanzt, sonst sind wir verloren)

NEWSLETTER

FILM JETZT LEIHEN FÜR 3,99 EUR



pina
tanzt, tanzt, sonst sind wir verloren

Pina (Tanz, tanzt, sonst sind wir verloren)

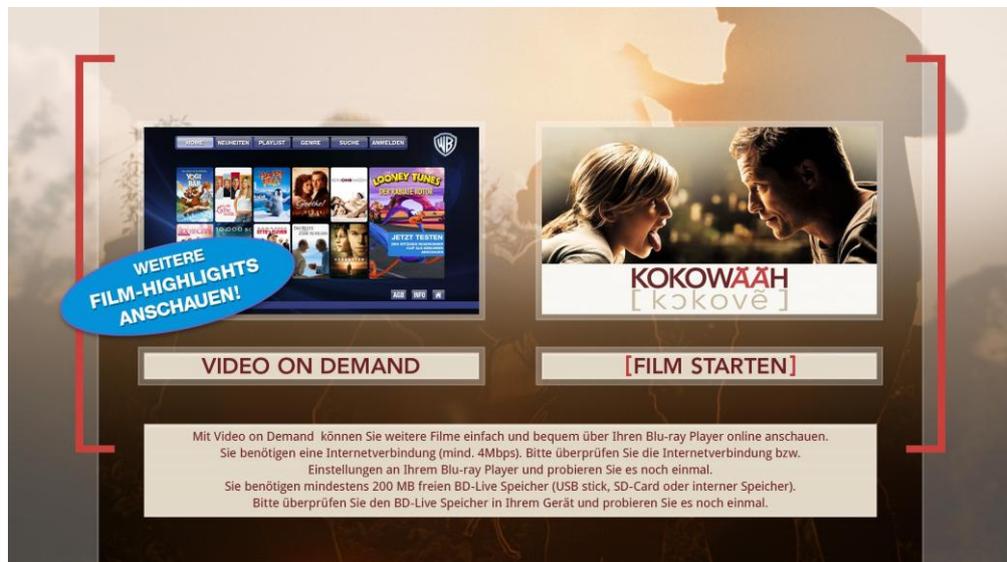
DATENSCHUTZRICHTLINIEN [NUTZUNGSBEDINGUNGEN](#) [ENDNUTZERLIZENZBEDINGUNGEN](#) [SITEMAP](#) [KONTAKT](#) [IMPRESSUM](#)

DivX, LLC ist eine Tochter der Rovi Corporation. DivX® und das DivX-Logo sind eingetragene Warenzeichen der Rovi Corporation oder jeweiliger Tochtergesellschaften in den USA und in anderen Ländern, und werden mit Lizenz genutzt.

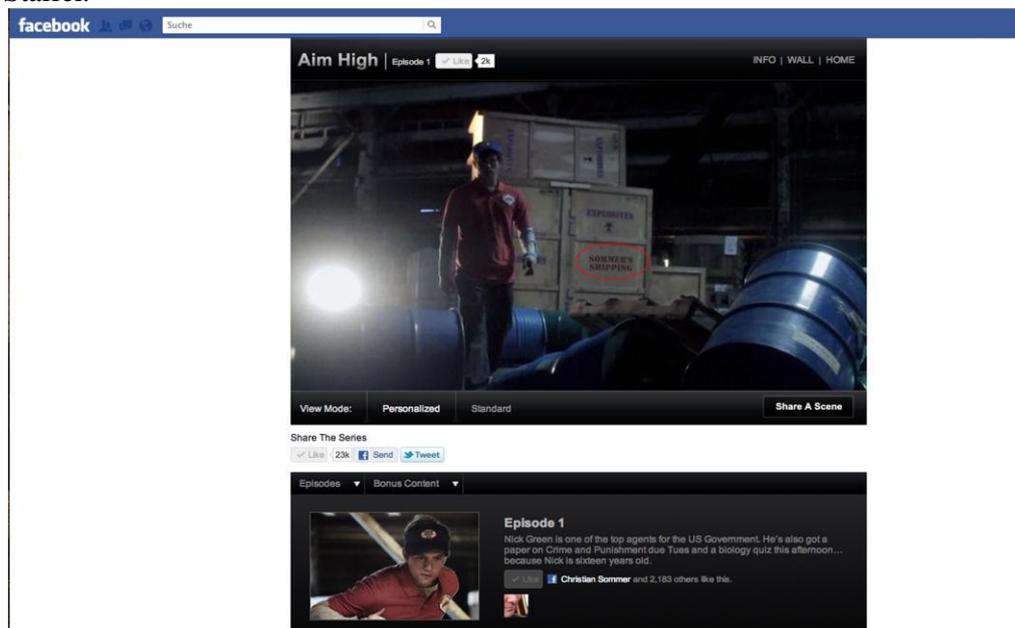
TM & © 2011 Warner Bros. Entertainment Inc. All rights reserved.

powered by **rovi** **DIVX**

- Mit videociety¹⁹ lassen sich über die Internetverbindung des Blu-Ray-Players und einer auf einer Blu-Ray mitgelieferten Software aus dem Filmmenü heraus weitere Filme kaufen und ansehen, der Blu-Ray-Player und Fernseher wird somit zum „Fenster“ für einen per Fernbedienung steuerbaren Filmabrufdienst.

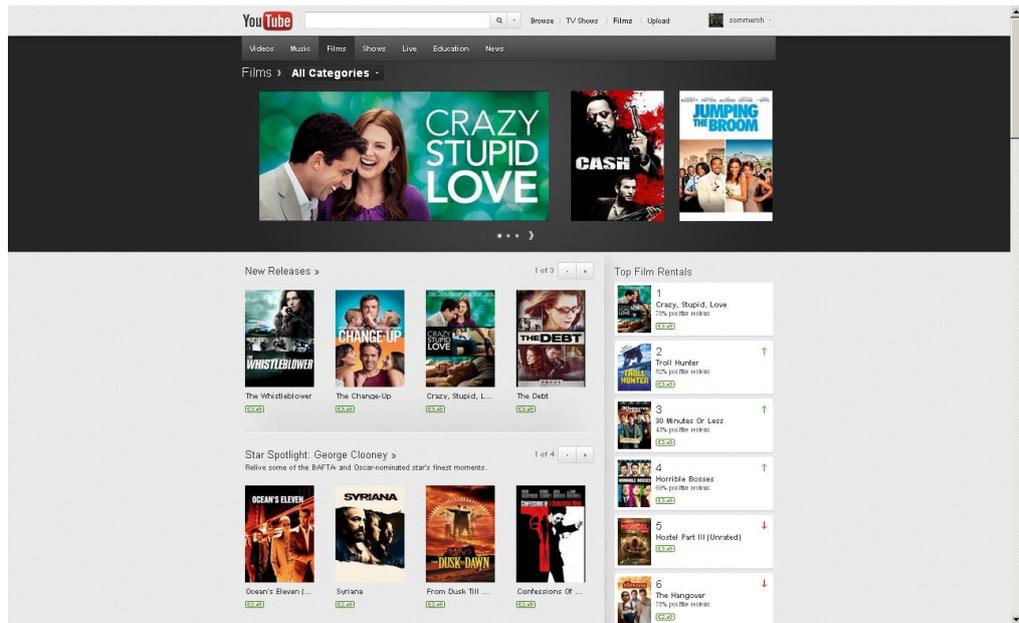


- Mit „Aim High“ hat Warner Bros. die erste „Social Series“ für Facebook entwickelt, die in einem personalisierten Modus in Echtzeit Informationen, wie Facebook-Freunde und Interessen, in die Serie einbettet. „Aim High“ geht nunmehr in die zweite Staffel.

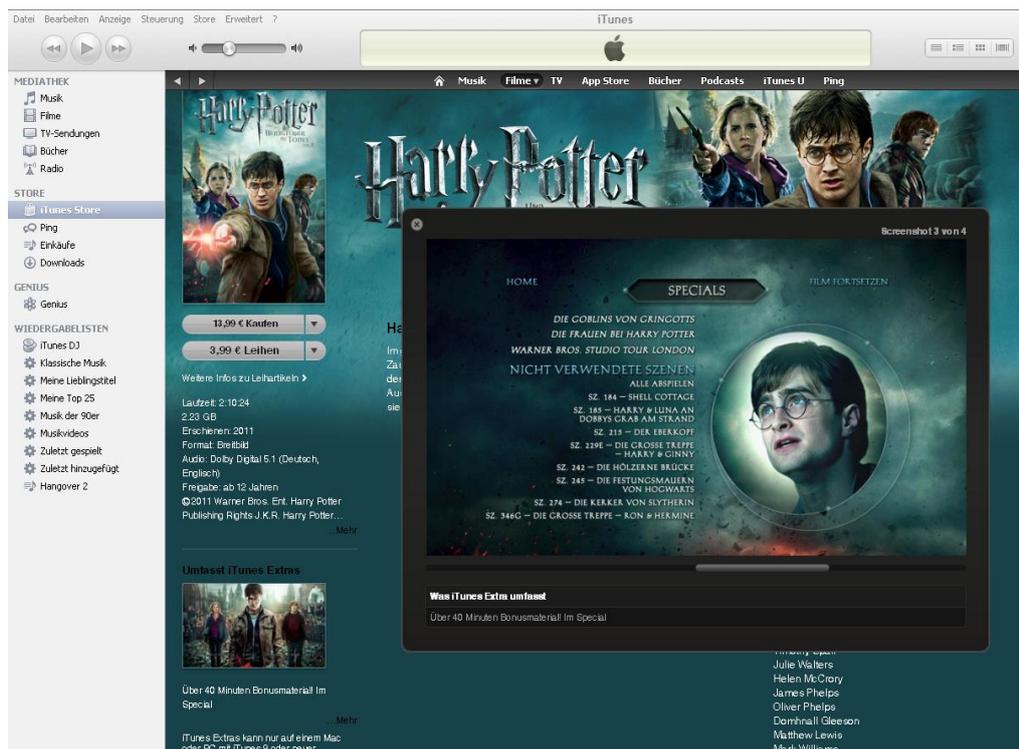


- Youtube wird in immer mehr Ländern als Vertriebskanal für Video-on-Demand genutzt und Filme dort gegen Bezahlung abrufbar gemacht.

¹⁹ <http://www.videociety.de/>



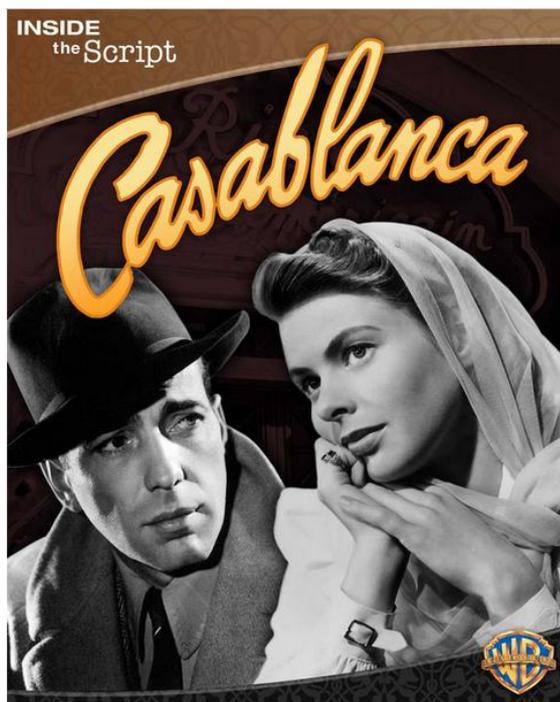
- Bei iTunes werden neben dem „klassischen“ Vertrieb des Filmes als Leih- oder Kaufversion auch „iTunes Extras“ verfügbar gemacht, exklusives Zusatzmaterial und sonstige Inhalte neben dem eigentlichen Film



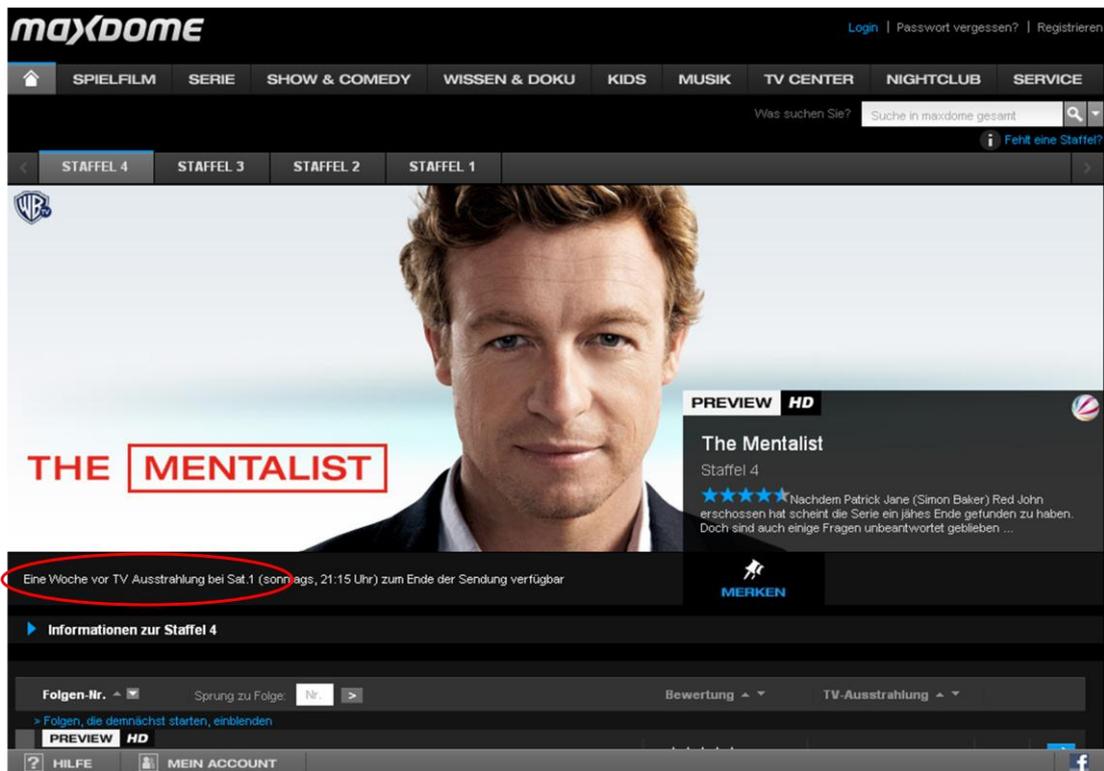
- App Editions: Für ausgewählte Filme werden hochwertige „App Editions“ für iOS Geräte entwickelt, die neben dem Film auch unveröffentlichtes Material wie Musikstücke Fotos, Videos und Spiele enthalten



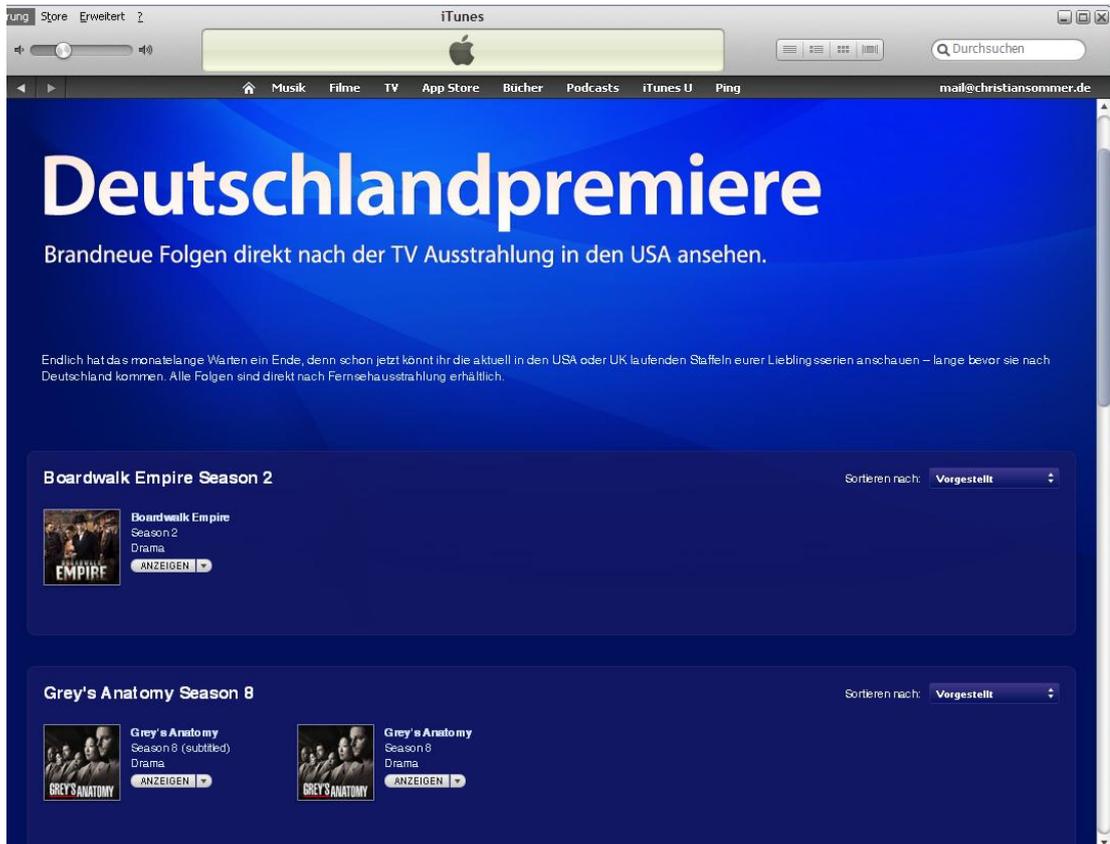
- Mit „Inside the Script“ macht Warner Bros. Drehbücher und originale Dokumente von Filmklassikern als eBook verfügbar und vertreibt diese im Digitalformat:



Zielsetzung dabei ist es, dem Konsumenten die Inhalte zur Verfügung zu stellen, die er möchte und über so viele Kanäle wie möglich. Dabei wird auch die zeitliche Komponente in Zukunft eine wichtige Rolle spielen. Schon heute hat sich in einigen Bereichen die Auswertungskette umgekehrt und neue Folgen von Fernsehserien sind online legal verfügbar bevor sie im Fernsehen gesendet werden:



Auch ausgewählte US-Amerikanische Fernsehserien sind beispielsweise bei iTunes („Deutschlandpremiere“) direkt nach der TV-Ausstrahlung in den USA in Deutschland anzusehen:



In Zukunft wird es sicherlich bei der zeitlichen Verfügbarkeit weitere Entwicklungen geben und unter Berücksichtigung aller Interessen und mit Bedacht neue Modelle an den Markt gebracht werden.

- 3) Welchen Schwierigkeiten und Hemmnissen sehen Sie sich bei neuen Geschäftsmodellen ausgesetzt?

Neben dem Problem der massiven Urheberrechtsverletzungen und der Nutzung von illegalen Angeboten besteht ein Hemmnis in der umständliche Altersverifikation und den hohen Jugendschutzanforderungen, die zudem durch eine einfache Umgehungsmöglichkeit wie durch die Abwanderung ins europäische Ausland (Beispiel iTunes) untergraben werden kann. Ein weiteres Problem besteht in der immer noch nicht ausreichend vorhandene Bandbreite, insbesondere für qualitativ hochwertige Inhalte. Rechtliche Graubereiche bei privaten Kopien (siehe save.tv) und der Nutzung von illegalen Streamingangeboten stellen ebenfalls Schwierigkeiten für neue Geschäftsmodelle dar.

- 4) Welche Hinweise wurden von Nutzerseite an Sie herangetragen hinsichtlich Hemmungen bei der Nutzung legaler Portale? Werden von Nutzern eher wirtschaftliche Gründe (zu hoch empfundene Preise) oder eher technische Gründe (schlechte Bedienbarkeit der Portale; fehlende Kompatibilität/ingeschränkte Nutzbarkeit der erworbenen Medien/Dateien) genannt, sich (noch) nicht für eine (stärkere) Nutzung legaler Portale zu entscheiden?

Genannt werden die Notwendigkeit einer einfacheren Nutzung und nutzerfreundlichen Designs, die eingeschränkte Auswahl sowie die Qualität der Streams und Downloads, die teilweise auf Bandbreitenproblem zurückzuführen sind.

Die Preise werden eher als zweitrangig wahrgenommen, was Tests mit Vergleichspreisen auf anderen Portalen und Anbietern wie beispielsweise Amazon und iTunes zeigen. In einem unveröffentlichten Working Paper²⁰ der Universität Hamburg kommen die Autoren der Studie zudem zu dem Schluss, dass neue Preisstrategien einen nur sehr begrenzten Effekt auf die Nutzung von illegalen Angeboten und die Entscheidung von Konsumenten zugunsten von legalen Angeboten haben. In nahezu allen Modellen hatten die unterschiedlichen Preisgestaltungen keinen oder nur kaum Einfluss auf die Kauf-/Nutzungsentscheidung gegen illegale Angebote. Selbst in der für den Konsumenten „günstigsten“ Preiskonstellation liegt das verlorene Umsatzpotenzial noch bei ca. 30 Prozent.

- 5) Welche wirtschaftlichen und rechtlichen Rahmenbedingungen müssen für Sie vorliegen oder verbessert werden, damit Sie in neue Techniken und/oder neue Dienste investieren?

Losgelöst von der effektiven und nachhaltigen Bekämpfung von Piraterie und eines effektiven Schutzes von kreativer Leistung ist die bessere Verfügbarkeit von Bandbreite auf dem Land und unterwegs (LTE) ein entscheidender Faktor für die Etablierung von neuen Diensten, insbesondere im Hinblick auf High Definition Video und qualitativ hochwertige Inhalte. Hinzu kommt die Notwendigkeit einer effektiven und einfach umzusetzenden Altersverifikation (für Trailer und Inhalte), auch um „Wettbewerbsnachteile“ gegenüber illegalen Angeboten, die neben urheberrechtlichen auch keine Jugendschutzbestimmungen beachten, auszugleichen. Eine Mehrwertsteuerentlastung für digitale Produkte zur Förderung von digitalen Geschäftsmodellen auf 7% würde auch Investitionsanreize liefern und lokale Standortnachteile ausgleichen.

- 6) Welche legalen Angebote existieren? Wo sehen Sie hier die Zukunft? Welche Nutzerstudien existieren?

²⁰ Burmester, A., Clement, M., Eggers, F. & Prostka, T. (2012). Accepting or Fighting Piracy - Can Firms Reduce Piracy by Optimizing their Timing and Pricing Strategies? *Working Paper*

Im Digitalmarkt existieren derzeit 18 Plattformen, über die Filminhalte in Deutschland digital direkt oder indirekt verfügbar sind:

- iTunes (Apple)
- Deutsche Telekom
- Maxdome
- RTLnow/Voxnox (RTL)
- Sony Playstation
- Microsoft Xbox
- Kabel Deutschland
- Unity
- KabelBW
- O2/Alice
- VodafoneTV
- Videociety
- Sky
- Mediamarkt
- Lovefilm
- Videobuster
- Nowtilus/Rovi

Zukünftig wird branchenübergreifend eine generische Kampagne zur Etablierung einer Dachmarke für den Video-on-Demand Bereich und zur gemeinsamen Kommunikation etabliert um die Nutzung zu intensivieren und die Bekanntheit von legalen Angeboten zu steigern. 64 Mio. Euro Umsatz (+49%) machen momentan circa 4% des Home Entertainment Marktes in Deutschland aus. Der Markt steht allerdings noch am Anfang denn nur ca. 2,5 Mio. Menschen nutzen erst die Möglichkeiten des legalen digitalen Leihens oder Kaufens von Filmen (2,1 Mio. Video-on-Demand Kunden / Leiher, 900.000 Electronic Sell Through Kunden / Käufer von Filmen). Dies ist bisher nur ein Bruchteil des Kaufmarktes (19,1 Mio. Kunden) und des Video-Verleihmarktes (8,2 Mio. Kunden) in Deutschland. Auch die Kaufhäufigkeit und Durchschnittsausgaben der digitalen Kunden liegen noch hinter dem physischen Bereich. Die Nutzung illegaler Plattformen ist dagegen über alle Alters- und Gesellschaftsschichten weit verbreitet. Die illegale Plattform kino.to hatte zu Spitzenzeiten täglich bis zu 4 Mio. User. Die Kampagne, die im Laufe des Jahres gestartet wird, soll die Vorteile kommunizieren und die Bekanntheit von Angeboten und Möglichkeiten steigern.

Es existieren zahlreiche und regelmäßige Nutzerstudien, sowohl für den legalen Digitalmarkt (BVV, GfK, BITKOM etc) als auch für den illegalen Markt (GVU, GfK, IPSOS, MPAA etc.), in denen unter anderem die Motivation, das Kauf- und Nutzungsverhalten, die Prioritäten und zahlreiche sonstige relevante Kennzahlen abgefragt und gemessen werden.

- 7) Welche Nutzungsbedingungen sind für den Dienst „Ultraviolet“ bei seinem Markteintritt in Deutschland geplant? Welche Erfahrungen gibt es in den USA?

Zum Hintergrund: Ultraviolet²¹ ist ein kostenlose Online-Filmsammlung, zu der Film- oder TV-Titel, die mit Ultraviolet kompatibel und gekauft worden sind, hinzugefügt werden und danach für eine Vielzahl von Personen im Haushalt über eine Vielzahl von Geräten jederzeit und von welchem Ort angesehen werden können. Die Zielsetzung dabei ist ein offener Markt mit Interoperabilität, die gemeinsame Nutzung von Inhalten innerhalb eines Haushalts und die Bündelung von physischen und digitalen Angeboten.

Zum Markteintritt von Ultraviolet in Deutschland, der voraussichtlich später in diesem Jahr stattfinden wird, werden an die allgemeinen Nutzungsbedingungen von Ultraviolet angelehnte,

²¹ <http://www.uvvu.com>

aber unter Berücksichtigung der deutschen Rechtslage angepasste Nutzungsbedingungen eingeführt. Dies beinhaltet die Verfügbarkeit von Ultraviolet-Titeln für bis zu sechs Personen pro Haushalt und 12 Geräte, auf denen die Ultraviolet-Titel konsumiert werden können. Eine Ablauffrist für die Nutzung der Inhalte gibt es nicht.

Zu den Erfahrungen in den USA: Der Start des ersten Ultraviolet-Dienstes war der Start von Flixster²² im Oktober 2011, wo Ultraviolet-Kopien eingelöst werden und zur Online-Filmsammlung hinzugefügt werden konnten. Bei diesem Dienst konnten Nutzer Codes einlösen, die in der Hülle von Ultraviolet-kompatiblen Titeln mitgeliefert wurden. Zu Beginn konnten nur Filme von Warner Bros. bei Flixster eingelöst werden, später aber auch Filme von Sony und Universal, die jeweils auch eigene Endkundenportale entwickelt und gestartet haben. Seit dem hat sich das Ultraviolet-System in jeder Hinsicht weiterentwickelt. Ultraviolet bietet nun zusätzlich zur Digital Copy auch EST und Disc-to-Digital Modelle an. Mehr als 5000 Titel von fünf Filmstudios sind in den USA mittlerweile für Ultraviolet verfügbar. Die Anzahl der Ultraviolet-kompatiblen Geräte umfasst nun PCs, Apple iOS und Android Mobilgeräte und Tablets, Internet-connected TVs, Blu-Ray-Abspielgeräte und Spielekonsolen. Seit dem Start im Oktober 2011 wurden mehr als 2 Millionen neue Ultraviolet Kontos angelegt und mehr als 2.6 Millionen Titel wurden eingelöst oder gekauft. Ultraviolet gewinnt in den USA weiter an Fahrt: Während es knapp fünf Monate gedauert hat bis die ersten 1 Million Kontos eingerichtet wurden hat es nur vier Wochen gedauert bis eine weitere Million Kontos von 1.2 auf 2.2 Millionen Accounts eingerichtet wurden.

Die jüngste Ausweitung des Dienstes ging einher mit dem Start des „Disc-to-Digital“ Angebots von Walmart im April 2012. Mit diesem Service können Konsumenten ihre bereits vorhandene DVD und/oder Blu-Ray Sammlung aufwerten und gegen eine geringe Gebühr von \$2 als digitale, online verfügbare Ultraviolet-Kopie verfügbar machen und für \$5 sogar von DVD zu High-Definition wechseln. Dieser Service ist in mehr als 3000 Walmart-Läden verfügbar und umfasst tausende von Titeln.

8) Funktionieren Cloud- und Streamingdienste auch ohne DRM?

Rein technisch betrachtet würden Cloud- und Streamingdienste wohl auch ohne DRM „funktionieren“. Jedoch setzt eine Angebotsdifferenzierung ein digitales Rechtemanagement voraus. Die oben unter „Neue Geschäftsmodelle“ zur Frage 2) genannten Vertriebsformen (EST, VOD etc) unterscheiden sich – vereinfacht dargestellt – lediglich in den DRM-Einstellungen voneinander, der Inhalt – der Filme – ist in beiden Fällen der gleiche. Digitales Rechtemanagement macht es erst möglich, eine Vielzahl von Angeboten an den Markt zu bringen, zu unterschiedlichen Preisen und passend zu unterschiedlichen Nutzungsgewohnheiten. Es geht nicht allein um einen Kopierschutz, sondern auch um ein Zugriffsmanagement, das nicht nur für eine Angebotsdifferenzierung notwendig ist, sondern auch für die Umsetzung von Jugendschutzvorschriften und Altersverifikation eine Rolle spielen. Nicht zuletzt geht es im Filmbereich auch um die Sicherstellung von technischen Standards, die bei lizenzierten Plattformen eine Abspielkompatibilität sicherstellen können und durch die Lizenzierung (wie beispielsweise bei Divx HD) die notwendigen Voraussetzungen bieten.

Digitales Rechtemanagement ist auch eine Basis für die Schaffung von neuen Angeboten, wie zum Beispiel die Freischaltung von Zusatzinhalten, Cloud-Storage, Kundenbindungsprogrammen und flexible Preisgestaltung. Mit den Worten des Silicon Valley Journalisten David Card²³: „Not all DRM is evil. [...] media companies would be crazy to give up on DRM entirely“²⁴

²² <http://www.flixster.com>

²³ <http://siliconvalleywood.wordpress.com/>

²⁴ <http://pro.gigaom.com/2012/04/drm-doesnt-have-to-be-all-bad/>