



## Öffentliche Konsultation über Online Inhalte auf dem Binnenmarkt

Juli 2006

### EINLEITUNG

Die Verfügbarkeit und Nutzung der Breitband-Technik sowie die immer weitere Verbreitung des Zugangs zu kreativen Inhalten und Dienstleistungen allerorts und jederzeit bieten neue Möglichkeiten für Wachstum und Beschäftigung in Europa. Für die Verbraucher ergeben sich dadurch neue und zum Teil mit einer Mitgestaltung verbundene interaktive Möglichkeiten des Zugangs zu kreativen Inhalten über das Internet sowohl von zu Hause als auch auf Reisen. Für europäische Unternehmen wiederum bieten sich dadurch Chancen, neue Dienstleistungen und Inhalte anzubieten und zusätzliche Märkte zu erschließen.

Die neuen kreativen Online-Dienstleistungen und Inhalte sind vielfältig: Musik, Filme und andere Formen von audiovisuellen Werken, Blogs, Zeitungen und Zeitschriften, Bücher, Spiele, Bildungsinhalte usw. Um den Verbrauchern die Bewältigung dieses nie dagewesenen Angebots zu erleichtern, werden Suchmaschinen und andere Instrumente wie elektronische Programmführer immer wichtiger, aber auch komplexer (multimedial und mehrsprachig). Die Grenzen zwischen dem Inhalts- und dem Zugangsgeschäft verwischen dabei mehr und mehr.

Ein wichtiges Merkmal des Geschäfts mit kreativen Online-Inhalten ist die zunehmende Interaktion zwischen dem Anbieter von Inhalten und den Verbrauchern, mit der für den Verbraucher verbundenen Möglichkeit, selbst zu einem Ersteller von Inhalten zu werden (benutzererstellte Inhalte). Andere Schlüsselmerkmale sind die zunehmende Loslösung der angebotenen kreativen Inhalte vom materiellen Träger und die wachsende Zahl an Einrichtungen, die dem Verbraucher einen schnellen und benutzerfreundlichen Zugang zu kreativen Inhalten bieten.

Mit dem Aufkommen dieser neuen Einrichtungen, Netze und Dienstleistungen stellen sich neue Herausforderungen für Bereitsteller von Inhalten und Netzen, Rechtsinhaber, Verbraucher, Regierungen und unabhängige Regulierungsbehörden. Erfolgreiche Antworten auf diese Herausforderungen sind ein Schlüssel für Wachstum und Beschäftigung in Europa. Diese können am besten auf europäischer Ebene bewältigt werden. Denn es liegt auf der Hand, dass die meisten dieser neuen Dienstleistungen auf die Koppelung der Vorteile der Kostendegression und der kulturellen Vielfalt angewiesen sind, die der Binnenmarkt bietet. So sollten EU-Maßnahmen darauf gerichtet sein, die schnelle, effiziente Umsetzung neuer Geschäftsmodelle zur Erstellung und Verbreitung von Online-Inhalten und -Wissen in Europa zu fördern. Bei diesen Maßnahmen kann es sich um legislative oder behördliche Maßnahmen, Empfehlungen, Förderung empfehlenswerter Praktiken, Zusammenarbeit zwischen dem öffentlichen und dem privaten Sektor (Koregulierung), Forschung und finanzielle Unterstützung handeln. Außerdem muss die Selbstregulierung ergänzend oder alternativ zur staatlichen Regulierung weiterhin eine Schlüsselrolle im Online-Bereich spielen.

Ein Beispiel dafür, wie einige dieser Herausforderungen aufgenommen und bewältigt werden können, ist die Europäische Charta von 2006 für die Entwicklung und Einführung von *Film Online*. Sie geht auf die Initiative von EU-Kommissarin Viviane Reding im Mai 2005 zurück und wurde von führenden Vertretern der Filmbranche am 23. Mai 2006, dem Europatag des 59. Film-Festivals von Cannes verabschiedet. ([http://ec.europa.eu/comm/avpolicy/other\\_actions/Inhalte\\_online/index\\_en.htm](http://ec.europa.eu/comm/avpolicy/other_actions/Inhalte_online/index_en.htm)).

Die Charta steht allen interessierten Parteien zur Unterzeichnung offen.

Mit ihrer Initiative i2010 hat die Kommission einen neuen strategischen Rahmen für den Aufbau einer integrativen Informationsgesellschaft vorgelegt. Diese Strategie i2010 stellt die digitale Konvergenz als die wichtigste Triebfeder für den Wandel heraus und zielt darauf ab sicherzustellen, dass die EU die Möglichkeiten und Chancen vollends nutzt, die sich mit der Verwirklichung des Binnenmarkts bieten. Gemäß der Initiative i2010 sind bei der Schaffung eines europäischen Informationsraums vier große Herausforderungen zu bewältigen, die sich aus der Konvergenz ergeben: Geschwindigkeit, reichhaltige, vielfältige mehrsprachige Inhalte, Interoperabilität und Sicherheit. Dies erfordert einen kohärenten Rahmen für die Informationsgesellschaft und die Medien, um unter Wahrung der öffentlich-rechtlichen Belange und der Verbraucherinteressen Investitionen und Wettbewerb zu fördern.

Es ist zu erwarten, dass sich das Volumen der westeuropäischen Plattformen und Märkte für die gemeinsame Nutzung von Online-Inhalten bis 2008 verdreifacht, wobei sich der Anteil der Nutzer/Schaffenden dabei verzehnfachen dürfte<sup>1</sup>. Es wird davon ausgegangen, dass sich diese Entwicklungen auf die gesamte IKT-Branche, die bereits heute 8% des Bruttoinlandsprodukts der EU ausmacht, in erheblichem Umfang auswirken wird. Die Auswirkungen der digitalen Konvergenz werden jedoch weltweit spürbar sein und zu einem verstärktem weltweiten Wettbewerb führen.

Wie sollte eine EU-Politik gestaltet werden, um in der Europäischen Union die Erstellung und Verbreitung kreativer Online-Inhalte und Dienstleistungen in Europa fördern? Welche Hindernisse bestehen für die Durchführung erfolgreicher neuer Geschäftsmodelle? Wie können mit Hilfe von Umsetzungsmaßnahmen öffentlicher Politiken die Erstellung von Online-Inhalten und ihrer Verbreitung kulturelle und sprachliche Vielfalt in zufrieden stellendem Maße gefördert werden? Wie können europäische Technologien und Einrichtungen auf den Märkten für kreative Online-Inhalte erfolgreich sein?

Mehrere Gruppen von Interessengruppen sind von diesen Fragen besonders betroffen: Autoren, Künstler und Darsteller, Produzenten, Vertriebshändler, Verbraucher und ganz allgemein die Online-Gemeinschaft, Telekommunikationsunternehmen und Zugangsanbieter sowie die ICT Industrie.

Mit dieser Umfrage wird offiziell eine öffentliche Konsultation über Online-Inhalte eingeleitet, deren Ergebnisse in eine Mitteilung einfließen sollen, welche die Europäische Kommission Ende dieses Jahres anzunehmen beabsichtigt. Diese Mitteilung soll ergründen, welche Maßnahmen am besten auf europäischer Ebene getroffen werden sollten, um die Wettbewerbsfähigkeit der europäischen Industrie bei der Erstellung von Online-Inhalten und ihrer Verbreitung zu verbessern. Darüber hinaus soll geprüft werden, welche der Instrumente sich dafür eignen: bindende Gesetzgebung oder nicht bindenden Maßnahmen, Förderung empfehlenswerter Praktiken, finanzielle Unterstützung usw. Dabei sollen auch die Ergebnisse

---

<sup>1</sup> European Information Technology Observatory (EITO) 2005

der Konferenz über Online-Kreativität berücksichtigt werden, die vom finnischen Vorsitz der Europäischen Union in Zusammenarbeit mit der Europäischen Kommission vom 13. und 14. Juli 2006 in Helsinki ausgerichtet wurde (<http://www.creativityonline.fi>), sowie die Ergebnisse des Expertenseminars "Content als Wettbewerbsfaktor - Stärkung der Europäischen Kreativindustrien im Lichte der i2010-Strategie", das der österreichische Vorsitz der Europäischen Union vom 2. bis zum 3. März 2006 in Wien veranstaltet hat.

Die Antwortfrist für die Konsultation ist der **13. Oktober 2006**. Der dazu erstellte Fragebogen reflektiert aus der Sicht der Generaldirektion Informationsgesellschaft und Medien der EU-Kommission eine Reihe von Herausforderungen für die EU-Politik und geht dabei auf die zuvor geäußerten Anliegen und Vorstellungen der genannten Interessengruppen ein. Bei der Beantwortung können selbstverständlich auch andere Fragen im Bezug auf Online-Inhalte angesprochen werden.

## **FRAGEBOGEN**

### **ARTEN VON KREATIVEN INHALTEN UND ONLINE-DIENSTLEISTUNGEN**

Bei der Ausarbeitung dieses Fragebogens hat die Europäische Kommission folgende Arten von kreativen Inhalten und Dienstleistungen zugrunde gelegt:

#### **- Audiovisuelle Medien online**

- Film, Fernsehprogramme, Dokumentarfilme, Nachrichten und Blogs/Vlogs, Videoclips, Online-Serien, Online-Sportberichterstattung, usw.;

- Online-Musik (Musikdownloads, Klingeltöne, Videoclips usw.);

- Online-Radio (zum Beispiel Podcasting, Radioprogramme, Nachrichten, Sport usw.);

**- Online-Spiele** (so wie Online-Rollenspiele mit vielen Spielern);

**- Online-Publikationen** („gedrucktes“ Material/Bücher/Online-Zeitungen usw.);

**- Bildungsinhalte;**

**- sonstige kreative Online-Dienstleistungen** (Kulturinformationen usw.).

### **FRAGEN**

#### **Arten von kreativen Online-Inhalten und Dienstleistungen**

1. Bieten Sie kreative Inhalte oder Dienstleistungen auch online an? Um welche Arten von Inhalten oder Dienstleistungen handelt es sich dabei? Unterscheiden sich diese Inhalte und Dienstleistungen wesentlich von den kreativen Inhalten und Dienstleistungen, die Sie offline anbieten (Länge, Format, usw.)?

2. Gibt es andere Arten von Inhalten, die Ihrer Ansicht nach in der zukünftigen Mitteilung enthalten sein sollten? Bitte geben sie die verschiedenen Arten von Inhalten / Dienstleistungen an, deren Einschluss Sie zusätzlich vorschlagen.

### **Konsum, Erstellung und Vielfalt von Online-Inhalten**

3. Glauben Sie, dass das bestehende Umfeld (in gesetzlicher, technischer, geschäftlicher Hinsicht usw.) dazu förderlich ist, Vertrauen zu schaffen, damit neue kreative Online-Content-Dienste Akzeptanz finden? Falls nicht, welche Bedenken haben Sie: unzureichende Zuverlässigkeit / Sicherheit der Netze? Ungenügende Geschwindigkeit der Netze? Gefährdung der Privatsphäre? Angst vor einer Verletzung der Rechte an geschützten Inhalten? Unzuverlässige Zahlungssysteme? Komplizierte Tarife? Mangelnde Interoperabilität zwischen den Einrichtungen? Ungenügende Harmonisierung im Binnenmarkt? Usw.
4. Sind Sie der Ansicht, dass ein ausreichender Schutz der öffentlichen Belange (Privatsphäre, Zugang zu Informationen, usw.) im Online-Bereich gewährleistet ist? Wie werden die Rechte der Nutzer in dem Land, in dem Sie leben / tätig sind, berücksichtigt?
5. Wie wichtig ist für Sie die Möglichkeit, Zugang zu den gesamten Online-Inhalten über mehreren unterschiedliche Einrichtungen zu haben und sie zu nutzen? Welche Chancen und Risiken gibt es bei einer solchen Interoperabilität zwischen den Inhalten und Einrichtungen im Online-Bereich? Wie ist Ihre Meinung zu den bestehenden rechtlichen Rahmenbedingungen dafür?
6. Inwieweit ist der Fortbestand der kulturellen Vielfalt online aus sich heraus gewährleistet? Oder sollte vielmehr die kulturelle Vielfalt online eigens stärker gefördert werden? Wie kann es ermöglicht werden, dass noch mehr Menschen ihre eigenen kreativen Arbeiten gemeinsam nutzen und verbreiten? Wird zur Wahrung und Verbesserung der sprachlichen Vielfalt genug getan?

### **Wettbewerbsfähigkeit des europäischen Marktes für Online-Inhalte**

7. Was sind bei einem Vergleich des Marktes für Online-Inhalte in Europa mit dem in anderen Regionen Ihres Erachtens die Stärken und Schwächen unseres Wirtschaftssektors bezüglich der Wettbewerbsfähigkeit? Bitte geben Sie Beispiele dazu an.

### **Neue Geschäftsmodelle und Digitalisierung traditioneller Modelle**

8. Wo sehen Sie Möglichkeiten zur Erstellung und Verbreitung neuer Online-Inhalte im Bereich Ihrer Tätigkeit, innerhalb Ihres Landes / Ihren Ländern (so beispielsweise Streaming, PPV, Abonnement, VOD, P2P, besondere Angebote für Gruppen oder Gemeinschaften, wie Schulen, digitale Bibliotheken, Online-Gemeinschaften) und die dazu verwendeten Plattformen. Beabsichtigen Sie, diese neuen Dienstleistungen nur landesweit oder in ganz Europa oder darüber hinaus anzubieten? Wenn nicht, welche Hindernisse gibt es?
9. Bitte geben Sie gegebenenfalls mittelfristige Prognosen über die Entwicklung der Nachfrage nach Online-Inhalten auf Ihrem Tätigkeitsgebiet an.

10. Gibt es technologischen Schranken (z.B. bezüglich der Kapazität für das Hochladen und Herunterladen, Verfügbarkeit der Software und andere technologische Bedingungen wie Interoperabilität, Ausrüstung, Qualifikationen usw.) für eine effizientere Erstellung von Online-Inhalten und ihre Verbreitung? Zutreffendenfalls bitte erläutern.
11. Welchen Arten von Schwierigkeiten begegnen Sie bei der Sicherung von Einnahmen? Welche Rolle sollten Ihrer Ansicht die verschiedenen Beteiligten haben, um bei der Online-Erstellung und Verbreitung ein nachhaltiges Einnahmeaufkommen sicherzustellen?

### **Zahlung und Tarife**

12. Welche Arten von Zahlungssystemen werden in Ihrem Tätigkeitsgebiet und in dem Land oder in den Ländern, in denen Sie tätig sind, verwendet? Wie könnten Zahlungssysteme verbessert werden?
13. Welche Arten der Preiskalkulationssysteme oder Strategien werden in Ihrem Tätigkeitsgebiet verwendet? Wie könnten diese verbessert werden?

### **Lizenzen, Abklärung der Rechte, Vergütung für Rechtsinhaber**

14. Würden kreative Medien von europaweiten oder gebietsübergreifenden Lizenzen und Genehmigungen profitieren? Welches wäre gegebenenfalls der geeignete Weg, dies zu bewerkstelligen? Welche wirtschaftlichen und gesetzlichen Herausforderungen können Sie in dieser Hinsicht feststellen?
15. Gibt es Probleme bei der Vergabe von Lizenzen und/oder der Abklärung von Rechten in dem Bereich und in dem Land oder in den Ländern, in denen Sie tätig sind? Wie könnten diese Probleme gelöst werden?
16. Wie sollte die Verbreitung von kreativem Online-Inhalt bei der Vergütung an die Rechtsinhaber berücksichtigt werden? Welche Konsequenzen der Konvergenz sollte es hinsichtlich der Vergütung an die Rechtsinhaber geben (Abgabensysteme, neue Formen der Vergütung für autorisierte/nicht autorisierte Privatkopien usw.)?

### **Gesetzliche oder regulatorische Schranken**

17. Gibt es gesetzliche oder regulatorische Schranken, die die Entwicklung von kreativen Online-Inhalten und Dienstleistungen behindern, z.B. steuerliche Maßnahmen, Rechtsvorschriften für geistiges Eigentum oder sonstige Kontrollen?
18. Wie fördert das Land, in dem Sie hauptsächlich tätig sind, die Entwicklung von kreativen Online-Inhalten und Dienstleistungen?

### **Online-Freigabeterminale**

19. Gibt es Online-Freigabeterminale, die auf Ihr Geschäftsmodell anwendbar sind? Falls ja, wie bewerten Sie die Funktionsfähigkeit der Regelung? Haben Sie erforderlichenfalls Vorschläge zur Verbesserung? Sind Sie der Ansicht, dass Freigabeterminale im Online-Bereich noch sinnvoll sind? Wären andere Modelle angebracht?

## **Netze**

20. Das Internet basiert derzeit auf dem Prinzip der „Netzneutralität“, wobei alle Daten, die im System bewegt werden, gleich behandelt werden. Nun wurde angeregt, es den Netzwerk-Betreibern zu gestatten, einigen Diensteanbietern statt einer neutralen Dienstleistung präferenzielle, hochwertige Dienstleistungen anzubieten. Wie stehen Sie dazu?

## **Piraterie und nicht autorisiertes Hochladen und Herunterladen urheberrechtlich geschützter Werke**

21. Inwieweit leidet Ihr Geschäftsmodell unter Piraterie (physisch und/oder online)? Welche Arten von Maßnahmen zur Eindämmung von Piraterie werden in Ihrem Bereich/Tätigkeitsbereich und in dem Land oder in den Ländern, in denen Sie tätig sind, ergriffen? Halten Sie das nicht autorisierte Hochladen und Herunterladen für gleichermaßen schädigend? Sollte beim Kampf gegen Piraterie zwischen „kleinen“ und „großen“ Piraten eine Unterscheidung getroffen werden?
22. In welchem Ausmaß tragen Bildung und die Aufklärung über die Beachtung der Urheberrechtsvorschriften in dem Land oder in den Ländern, in denen Sie tätig sind, zur Bekämpfung der Piraterie bei? Haben Sie dazu besondere Vorschläge?
23. Könnten Peer-to-peer Technologien so eingesetzt werden, dass die Eigentümer von urheberrechtlich geschütztem Material in Ihrem Tätigkeitsbereich und in dem Land oder in den Ländern, in denen Sie tätig sind, ausreichend geschützt werden? Bringt die gemeinsame Nutzung von Peer-to-peer-Dateien (auch von urheberrechtlich nicht geschütztem Material) neue Geschäftsmodelle hervor? Zutreffendenfalls bitte beschreiben erläutern.

## **Bewertung oder Klassifizierung**

24. Ist eine Bewertung oder Klassifizierung von Inhalten für Ihre Branche relevant? Bereiten die verschiedenen innerstaatlichen Praktiken hinsichtlich der Klassifizierung Probleme für den freien Verkehr mit kreativen Dienstleistungen? Wie wird die Klassifizierung in Ihrer Branche (Selbstregulierung, Koregulierung) sichergestellt?

## **Verwaltung digitaler Rechte (DRM)**

Bei der Verwaltung digitaler Rechte (Digital Rights Management Systems) werden Technologien eingesetzt, die den digitalen Inhalt, der durch Rechte am geistigen Eigentum geschützt wird, identifizieren und beschreiben. Während DRM im Wesentlichen Technologien zur Verwaltung von Rechten und Zahlungen sind, helfen sie aber auch dabei mit, die nicht autorisierte Nutzung zu verhindern.

25. Verwenden Sie Digital-Rights-Management-Systeme (DRM) oder beabsichtigen Sie, dies zu tun? Falls Sie sie nicht verwenden, warum nicht? Halten Sie DRM für geeignete Mittel zur Verwaltung und Sicherstellung der Verbreitung von urheberrechtlich geschütztem Material im Online-Bereich?
26. Haben Sie Zugang zu stabilen DRM-Systemen, die das bieten, was Sie für ein geeignetes Ausmaß an Schutz halten? Falls nicht, aus welchem Grund? Welche

Konsequenzen gibt es für Sie dadurch, dass Sie keinen Zugang zu einem stabilen DRM-System haben?

27. Ist die Nutzung von DRM in dem Bereich und in dem Land oder in den Ländern, in denen Sie tätig sind, weit verbreitet? Sind diese Systeme für Ersteller und Verbraucher transparent genug? Sind die eingesetzten Systeme benutzerfreundlich?
28. Verwenden Sie Kopierschutzmaßnahmen? Inwieweit wird ein solcher Kopierschutz von anderen in dem Bereich und in dem Land oder in den Ländern akzeptiert, in denen Sie tätig sind?
29. Gibt es sonstige Fragen im Bezug auf DRM, die Sie gerne ansprechen würden, wie Governance, Trustmodelle und Einhaltung von Vorschriften sowie Interoperabilität?

### **Ergänzung von Angeboten mit gemeinnützigen Dienstleistungen**

30. Auf welche Weise können nichtkommerzielle Dienste wie die Eröffnung von Online-Archiven (partnerschaftliche Zusammenarbeit zwischen öffentlicher Hand und Privatwirtschaft) eine Ergänzung zu den kommerziellen Angeboten für Verbraucher in dem Bereich sein, in denen Sie tätig sind?

### **Welche Rolle sollen die Hersteller von Ausrüstung und Software spielen?**

31. Wie könnten europäische Hersteller von Ausrüstung und Software die Erstellung und Verbreitung kreativer Online-Inhalte und Dienstleistungen am besten nutzen (Einrichtungen, DRM usw.)?

### **Welche Rolle sollen Behörden spielen?**

32. Welche Rolle könnten die nationalen Regierungen / Gebietskörperschaften haben, um neue Geschäftsmodelle im Online-Bereich (Breitbandentwicklung, Integration usw.) zu fördern?
33. Welche Maßnahmen (regulative Massnahmen, Fördermaßnahmen, Forschungsprojekte), könnten auf EU-Ebene ergriffen werden, um die von Ihnen angesprochenen besonderen Anliegen Rechnung zu tragen? Haben Sie dazu konkrete Vorschläge?

Die Generaldirektion Informationsgesellschaft und Medien der Europäischen Kommission bittet Sie um Beantwortung dieses Fragebogens bis zum **13. Oktober 2006**.

Bitte übermitteln Sie uns Ihre Stellungnahme in einem allgemein lesbaren elektronischen Format. Alle Stellungnahmen werden auf der Website der Kommission veröffentlicht, sofern dem nicht ausdrücklich widersprochen wird.

Wenn Sie eine vertrauliche Behandlung Ihrer Stellungnahme wünschen, vermerken Sie dies daher oben auf der ersten Seite der Stellungnahme.

Anschreiben sind als separate Dateien beizufügen.

Sollte Ihre Stellungnahme länger als vier Seiten sein, stellen sie ihr bitte eine Zusammenfassung voran. Alle Stellungnahmen sind an das E-Mail-Postfach des Referats Audiovisuelle Politik der Generaldirektion Informationsgesellschaft und Medien zu richten: [avpolicy@ec.europa.eu](mailto:avpolicy@ec.europa.eu).