

Es ist bedauerlich, dass der Fragebogen derart strukturiert ist, dass Erklärungen bei bestimmten Antworten nicht möglich sind.

Daher verweisen wir auf zwei problematische Fragestellungen und erläutern unsere konkrete Positionierung: Die Fragen 6.F und 12.3 sind klare Anzeichen dafür, dass das bewährte Geschäftsmodell der territorialen Exklusivität in der Filmverwertung massiv in Frage gestellt wird und geschwächt werden soll.

Die Beibehaltung von Exklusivrechten, Verwertungsfenstern und Geoblocking im audiovisuellen Bereich ist äußerst wichtig für die Zukunft der nationalen und europäischen Filmproduktion und der kulturellen Diversität.

6. Bitte geben Sie an, inwieweit jedes der folgenden Marktmerkmale/-elemente Ihrer Ansicht nach eine Quelle oder ein Teil der Gründe für ein strukturelles Wettbewerbsproblem in einem gegebenen Markt sein kann. Bitte nennen Sie Beispiele von Wirtschaftssektoren / Märkten oder Szenarien, deren Sie sich in der Zusatzfrage bewusst sind.

F - Wichtigkeit von Patenten oder Urheberrechten, die einen Markteintritt verhindern können

ANTWORT:

Immaterialgüterrechte sind die Voraussetzung für nachhaltige Kreativität, den Schutz von Werken vor missbräuchlicher Verwendung und Basis für das Einkommen professioneller Urheber. In der Kreativwirtschaft ist das exklusive Recht zur Verwertung von Werken- und zur Erteilung von Nutzungsrechten und -bewilligungen das Fundament des Urheberrechts und kann Dank des Grundsatzes der Vertragsfreiheit vom Urheber auf dieser Basis bestmöglich kontrolliert werden. Das urheberrechtliche Ausschlussrecht garantiert, dass der Urheber selbst über seine Rechte entscheidet und nicht ein Dritter.

Die Absicht, einen gesunden Wettbewerb auf dem europäischen Markt für Film- und Fernsehinhalte und -dienstleistungen zu fördern kann nur mit der Unterstützung der Anstrengungen und Investitionen, die die lokalen Verleger/Verleiher unternehmen müssen, um eine Nachfrage nach Filmen und audiovisuellen Inhalten zu schaffen, gelingen. Ob im Heimatland oder im Ausland - die territoriale Exklusivität fördert Vertriebsvereinbarungen oder macht sie sogar erst möglich. Im Allgemeinen stehen sie völlig im Einklang mit der legitimen Ausübung von Exklusivrechten, die nicht nur durch das EU-Recht, sondern auch durch internationale Verträge geschützt sind, denen die EU und ihre Mitgliedstaaten beigetreten sind.

Unserer Ansicht nach wird durch die Konzentration auf die Lizenzierungspraxis in den jüngsten EU-Gesetzesinitiativen, die für die territoriale Exklusivität relevant sind, die Rolle des Urheberrechts und der kommerziellen Freiheit bei der Ermöglichung der Schaffung, Finanzierung, Produktion und Verbreitung von Filmen und audiovisuellen Inhalten unterschätzt oder falsch interpretiert. Es wird argumentiert, dass die "Vergütung", die an Produzenten und andere Rechteinhaber fließt, in Abhängigkeit von den zu erwartenden steigenden Verkäufen über das lizenzierte Gebiet hinaus ansteigen wird, wenn der grenzüberschreitende Zugang erlaubt (oder die Geo-Blockierung verboten) wird, während

die Unfähigkeit, die notwendige Finanzierung für die Produktion von Filmen und audiovisuellen Inhalten auf der Grundlage einer echten und vollständigen territorialen Exklusivität überhaupt aufzubringen, ignoriert oder abgetan wird. Insbesondere in Bezug auf Marketing und Vertrieb ignoriert die Behandlung des europäischen Publikums als "digitaler Binnenmarkt" und kreativer Werke als bloße Ware grundsätzlich die kreativen und kommerziellen Realitäten des EU-Kulturmarktes.

Es ist daher von entscheidender Bedeutung, dass der Zusammenhang zwischen dem Urheberrechtssystem und den exklusiven Lizenzierungspraktiken des Film- und audiovisuellen Sektors verstanden und anerkannt wird: Gerade der wahrgenommene/geschätzte Wert der wirklich territorial exklusiven Rechte an den verschiedenen Werken dient den Produzenten als Währung bei der Beschaffung von Finanzmitteln für die Entwicklung und Produktion von Filmen und audiovisuellen Werken - und ermöglicht es den künftigen Verlegern/Verleihern derselben Werke, ihre Investitionen in den Erwerb von Rechten zu amortisieren und im Lizenzgebiet eine Nachfrage nach den genannten Werken in den verschiedenen Vertriebskanälen zu schaffen, die an die kulturellen/sprachlichen Besonderheiten, das soziale Klima, den Geschmack und den kulturellen "Zeitgeist" angepasst sind.

Die Gründe, warum es für ein nationales Publikum schwierig ist, für europäische Filme und audiovisuelle Inhalte aus anderen Mitgliedstaaten attraktiv zu sein, beruhen auf komplexen kulturellen, historischen und sprachlichen Faktoren, denen nicht durch die Abschaffung des territorialen Charakters des Urheberrechts und der verwandten Schutzrechte begegnet werden kann.

Die digitale Veröffentlichung/Distribution ändert nichts an dieser Gleichung: Filme und audiovisuelle Inhalte werben nicht plötzlich für sich selbst - das Publikum kann natürlich durch Presse, Empfehlungen, soziale Medien usw. allgemein auf Inhalte aufmerksam werden. Dennoch konnte und kann dies die zielgerichteten, gezielten Bemühungen der nationalen Fachverlage/Verleiher nicht ersetzen, die das Bewusstsein für Filme und audiovisuelle Inhalte über den heimischen Markt hinaus schärfen, Nachfrage schaffen und deren Vertrieb optimieren. Die Auffindbarkeit sowohl der Inhalte als auch der legalen Anbieter bleibt ein zentrales Element der kollektiven Bemühungen des Film- und audiovisuellen Sektors, das Bewusstsein der Verbraucher für die verfügbaren Inhalte und Dienstleistungen zu schärfen.

Weit davon entfernt, eine neue Wettbewerbsdynamik zu erzeugen und der Öffentlichkeit einen besseren Zugang und eine größere Auswahl an Inhalten über eine größere Vielfalt von Verbreitungskanälen zu ermöglichen, würde eine Einschränkung von Territorialität und Exklusivlizenzen sowohl lokale als auch ausländische Finanzierung europäischer Inhalte unwiderruflich abschrecken und einen entscheidenden wirtschaftlichen Anreiz für Investitionen dramatisch beseitigen.

12.3. Welches sind Ihrer Erfahrung nach die Hauptmerkmale eines oligopolistischen Marktes mit einem hohen/beträchtlichen Risiko einer stillschweigenden Kollusion?

Hohe Markteintrittsbarrieren (z. B. Zugang zu Rechten des geistigen Eigentums, hohe Marketingkosten, internationale Vertriebspräsenz, ausgeprägte Bestandsvorteile, Netzwerkeffekte...)

ANTWORT:

Tatsächlich sind diese so genannten "Barrieren" ein wesentlicher Bestandteil der Umsetzung der Rechte, die aufgrund vertraglicher Vereinbarungen zwischen Produzenten und ihren Lizenznehmern für die Veröffentlichung/Verbreitung von audiovisuellen Inhalten gewährt werden und die durch das Urheberrecht der EU und der nationalen Verfassungen und die Charta der Grundrechte der EU geschützt sind (Art 17.2).

Eine Untergrabung des derzeitigen Systems der exklusiven und territorialen Lizenzierung würde die Investitionen in audiovisuelle Inhalte aufgrund des geringeren Werts der Rechte verringern, da die territoriale Exklusivität nicht garantiert werden kann (siehe Antwort zu 6.F.). Es würden weniger Inhalte produziert, was zu einer Verringerung der Kundenzufriedenheit führen würde, wie die Oxera-Studie über die Auswirkungen des grenzüberschreitenden Zugangs in der EU zeigt. Abgesehen vom Rückgang des Angebots identifiziert die Oxera-Studie auch die Verringerung der audiovisuellen Online-Dienste und die Auswirkungen auf die Tarife als weitere Bereiche, in denen der verpflichtende grenzüberschreitende Zugang letztlich dem Wohlergehen der Verbraucher abträglich wäre.

Es besteht ein erhebliches Risiko, dass der verringerte Wert der Lizenzen (z.B. aufgrund des Verbots territorialer Exklusivvertriebsvereinbarungen) dann zu einer allmählichen Konsolidierung der Vertriebsrechte führt, da diese Inhalte nur für wenige größere Sender/Plattformen auf gesamteuropäischer Basis leistbar wären. Kleinere, lokale Rundfunkveranstalter/Verleiher würden vom Markt verdrängt, da sie nicht in der Lage wären, das finanzielle Risiko von Investitionen in paneuropäische Lizenzen zu übernehmen. Eine solche Konsolidierung würde dazu führen, dass die Verbraucher durch weniger Dienste und/oder höhere Preise weniger Zugang zu den Inhalten haben.

Der Wettbewerb wird somit eingeschränkt und nicht verstärkt, wohingegen die Geschäftsmöglichkeiten für Produzenten und Videoverleiher umso besser sind, je mehr Sender/Verleiher um Inhalte konkurrieren und den Verbrauchern eine Vielzahl von Dienstleistungen anbieten, je vielfältiger die Dienstleistungen, Inhalte und Preispunkte für die Verbraucher sind.