



Eine Publikationsreihe der
Europäischen Audiovisuellen Informationsstelle

Territorialität und ihre Auswirkungen auf die Finanzierung audiovisueller Werke

IRIS *Plus* 2015-2



OBSERVATOIRE EUROPÉEN DE L'AUDIOVISUEL
EUROPEAN AUDIOVISUAL OBSERVATORY
EUROPÄISCHE AUDIOVISUELLE INFORMATIONSSTELLE

COUNCIL OF EUROPE



CONSEIL DE L'EUROPE

IRIS Plus 2015-2

Territorialität und ihre Auswirkungen auf die Finanzierung audiovisueller Werke

Europäische Audiovisuelle Informationsstelle, Straßburg, 2015

ISSN 2079-1089

Verlagsleitung – Susanne Nikoltchev, Geschäftsführende Direktorin

Redaktionelle Betreuung – Maja Cappello, Leitering der Abteilung Juristische Information

Redaktionelles Team – Francisco Javier Cabrera Blázquez, Sophie Valais

Europäische Audiovisuelle Informationsstelle

Autoren

Francisco Javier Cabrera Blázquez, Maja Cappello, Christian Grece, Sophie Valais

Europäische Audiovisuelle Informationsstelle

Übersetzung / Korrektur

Christina Angelopoulos, Aurélie Courtinat, Barbara Grokenberger, Stefan Pooth, Erwin Rohwer, Roland Schmid, Nathalie Sturlese, Anne-Lise Weidmann

Verlagsassistent – Olivier Mabilat

Marketing – Markus Booms, markus.booms@coe.int

Presse und PR – Alison Hindhaugh, alison.hindhaugh@coe.int

Europäische Audiovisuelle Informationsstelle

Herausgeber

Europäische Audiovisuelle Informationsstelle
76, allée de la Robertsau, 67000 Straßburg, Frankreich
Tel. : +33 (0)3 90 21 60 00
Fax : +33 (0)3 90 21 60 19
Iris.obs@coe.int
<http://www.obs.coe.int>

Umschlaggestaltung – P O I N T I L L É S, Hoenheim, Frankreich

Bitte zitieren Sie diese Publikation wie folgt

Cabrera Blázquez F., Cappello M., Grece C., Valais, S., *Territorialität und ihre Auswirkungen auf die Finanzierung audiovisueller Werke*, IRIS Plus, Europäische Audiovisuelle Informationsstelle, Straßburg, 2015

© Europäische Audiovisuelle Informationsstelle (Europarat), Straßburg, 2015

Jedliche in dieser Publikation geäußerten Meinungen sind persönlicher Natur und sollten in keiner Weise dahingehend verstanden werden, dass sie die Auffassung der Informationsstelle, ihrer Mitglieder oder des Europarats wiedergeben.

Territorialität und ihre Auswirkungen auf die Finanzierung audiovisueller Werke

Francisco Javier Cabrera Blázquez

Maja Cappello

Christian Grece

Sophie Valais



Vorwort

Die Rechtsproblematik der Territorialität steht auf EU-Ebene im Mittelpunkt der Diskussionen des audiovisuellen Sektors. Zum einen wird die Territorialität des Urheberrechts in Frage gestellt und von einigen Interessenträgern als ein Hindernis für den Zugang zu audiovisuellen Werken im digitalen Binnenmarkt angeführt. Zum anderen wird das Konzept der territorialen Rechtshoheit, die als Herkunftslandprinzip in der Richtlinie über audiovisuelle Mediendienste (AVMD-Richtlinie) verankert ist, mindestens von zwei Seiten in Frage gestellt: Gesamteuropäische Betreiber in ausländischem Besitz richten ihre Dienste auf die EU, und Betreiber mit Sitz in der EU zielen oftmals auf andere Mitgliedstaaten. Aufgrund des Herkunftslandprinzips entgehen die Dienste dieser Betreiber wahrscheinlich einer Regulierung durch die Zielländer.

Territorialität wird in den kommenden Monaten in den beiden legislativen Überarbeitungen der EU-Urheberrechtvorschriften beziehungsweise der AVMD-Richtlinie auf der Tagesordnung der Europäischen Kommission stehen. Diese Diskussionen fallen mitten in eine Transformationsphase für den audiovisuellen Sektor aufgrund digitaler Technologien und Konvergenz, in der neue Arten des Konsums audiovisueller Werke bereits zur Realität geworden sind und große Vertriebsplattformen entstehen.

Diese beiden Aspekte treffen die traditionelle Wertschöpfungskette in diesem Sektor und können auch die Produktion und Finanzierung audiovisueller Werke beeinträchtigen. Tatsächlich spielt Territorialität eine Schlüsselrolle bei der Finanzierung des audiovisuellen Sektors.

Dies gilt vor allen Dingen unter dem Blickwinkel der Territorialität des Urheberrechts: In diesem Bereich trägt Territorialität unmittelbar zur Finanzierung von zum Beispiel Spielfilmen durch den Vorabverkauf von Rechten bei. Es gilt aber auch unter dem Blickwinkel der AVMD-Richtlinie: Mehrere nationale Finanzierungsmechanismen beteiligen Betreiber aus dem Rundfunk- und Vertriebssektor an der Produktion audiovisueller Werke. Die Frage ist, wie mit Diensten zu verfahren ist, die von außerhalb der EU kommen oder auf andere Mitgliedstaaten als das Herkunftsland abzielen, da über diese Dienste keine territoriale Rechtshoheit beansprucht werden kann.

Drei Themenstellungen sind für diesen Bericht von Bedeutung: die Art der Finanzierung audiovisueller Werke, die Art der finanzierten Werke und die Konsequenzen des digitalen Binnenmarkts für das Territorialitätskonzept.

Erstens können, wenn es um Finanzierung geht, die Quellen öffentlicher oder privater Natur sein, wobei Letztere entweder freiwillig oder durch Regulierungsmaßnahmen vorgeschrieben sind. Im ersten Fall handelt es sich um staatliche Beihilfe im Zusammenhang mit direkter Förderung oder Steueranreize. Investitionen von Anbietern audiovisueller Mediendienste können aus Investitionsverpflichtungen herrühren, die sich aus dem, den Mitgliedstaaten durch die AVMD-Richtlinie eingeräumten Ermessen oder aus unternehmensbezogenen Wahlrechten im Zusammenhang mit Vorabverkäufen oder Lizenzierung ergeben, die auf dem Urheberrechtspaket beruhen.



Zweitens definieren die Urheberrechtsvorschriften den Begriff des „audiovisuellen Werks“ relativ weit,¹ während die AVMD-Richtlinie dazu neigt, es mit einer „Sendung“ gleichzusetzen.² Als Beispiele nennt die AVMD-Richtlinie „Spielfilme, Sportveranstaltungen, Fernsehkomödien, Dokumentationen, Kindersendungen und Originalfernsehspiele“, für die Berechnung der Zeit, die europäischen Werken nach den Programmgestaltungs- und Investitionsverpflichtungen („Quoten“) vorbehalten ist, wird dieser Begriff jedoch enger gefasst, schließt er „Nachrichten, Sportberichte, Spielshows, Werbeleistungen, Videotextleistungen und Teleshopping“ nicht mit ein. In Anbetracht der finanziellen Besonderheiten der Produktion von Fiktion, darunter Filme und Serien, konzentriert sich dieser Bericht hauptsächlich auf die Auswirkungen des Territorialprinzips auf diese Art audiovisueller Werke.

Der dritte zu berücksichtigende Aspekt ist, dass ein vollständig umgesetzter digitaler Binnenmarkt neue Akteure, Geschäftsmodelle und Wirkungsgefüge mit sich bringt und dass die Europäische Kommission ihren festen politischen Willen geäußert hat, den Zugang zu audiovisuellen Werken auch auf grenzüberschreitender Ebene zu fördern. Hier soll untersucht werden, ob die „Übertragbarkeit von Inhalten“ etwas anderes ist als „grenzüberschreitender Zugang“ zu Online-Diensten, und wie „Geo-Blocking“ und gebietsbezogene Einschränkungen beim Zugang zu Online-Inhalten in laufenden Regulierungsdebatten behandelt werden.

Dieser Bericht baut auf früheren Publikationen³ der Informationsstelle auf und will die Ergebnisse vorangegangener Untersuchungen vor dem Hintergrund des Territorialitätskonzepts

¹ „Ein Werk, das gleichzeitig Ohr und Auge anspricht und aus einer Folge zusammengehörender Bilder und begleitender Töne besteht, die auf geeignetem Material aufgezeichnet wurden (audiovisuelle Fixierung), und zur Wiedergabe durch Einsatz entsprechender Geräte vorgesehen ist. Es kann im Unterschied zur Darbietung von Schauspielen, die Auge und Ohr in Abhängigkeit von der tatsächlichen Bühnenproduktion ansprechen, lediglich in einer unveränderlichen Form gesehen und gehört werden. Beispiele für audiovisuelle Werke sind Filme mit Ton, Fernsehproduktionen oder Produktionen für das Internet“, siehe das WIPO-Glossar (2011), *From Script to Screen – The importance of Copyright in the Distribution of Films*, S. 117, http://www.wipo.int/edocs/pubdocs/en/copyright/950/wipo_pub_950.pdf.

² „... [E]ine Abfolge von bewegten Bildern mit oder ohne Ton, die Einzelbestandteil eines von einem Mediendienste-Anbieter erstellten Sendepfades oder Katalogs ist und deren Form und Inhalt mit der Form und dem Inhalt von Fernsehprogrammen vergleichbar sind. Beispiele für Sendungen sind unter anderem Spielfilme, Sportberichte, Fernsehkomödien, Dokumentarfilme, Kindersendungen und Originalfernsehspiele“, siehe Art. 1 lit. b der Richtlinie 2010/13/EU des Europäischen Parlaments und des Rates vom 10. März 2010 zur Koordinierung bestimmter Rechts- und Verwaltungsvorschriften der Mitgliedstaaten über die Bereitstellung audiovisueller Mediendienste (AVMD-Richtlinie) [2010] ABL L95/1, <http://eur-lex.europa.eu/LexUriServ/LexUriServ.do?uri=OJ:L:2010:095:0001:0024:en:PDF>.

³ Zu öffentlicher Förderung siehe Newman-Baudais S., *Öffentliche Förderung von Film- und Fernsehwerken in Europa*, Europäische Audiovisuelle Informationsstelle, Straßburg, 2012, http://www.obs.coe.int/de/press/individual-press-releases/2012/-/asset_publisher/WZG5qzdbE32H/content/pr-film-funding-in-europe-tops-the-2-billion-euro-mark?_101_INSTANCE_WZG5qzdbE32H, und zu Steueranreizen siehe Olsberg J. und Barnes A., *Steuerliche Anreize und ihre Auswirkung auf die Produktion von Filmen und audiovisuellen Werken in Europa*, Europäische Audiovisuelle Informationsstelle, Straßburg, 2014, www.obs.coe.int/-/pr-fiscal-incentives-report.

Zu audiovisuellen Mediendiensten siehe Nikoltchev S. (Hrsg.), *Jurisdiction over Broadcasters in Europe - Report on a Round-table Discussion & Selection of Background Materials*, Europäische Audiovisuelle Informationsstelle, Straßburg, 2002, www.obs.coe.int/documents/205595/2284366/LA_COMPETENCE_EN.pdf/05c700a1-f8ab-4507-abbc-c63725a87cc9; Nikoltchev S. (Hrsg.), *Audiovisuelle Mediendienste ohne Grenzen - Umsetzung der Regeln*, IRIS Spezial, Europäische Audiovisuelle Informationsstelle, Straßburg, 2006, www.obs.coe.int/web/obs-portal/shop/legal/-/asset_publisher/L8rv/content/iris-special-2006-2?_101_INSTANCE_L8rv; Nikoltchev S. (Hrsg.), *Pflichten der Rundfunkveranstalter zur Investition in die Produktion von Kinofilmen*, IRIS Spezial, Europäische Audiovisuelle Informationsstelle, Straßburg, 2006, www.obs.coe.int/de/shop/irisspecial/-/asset_publisher/A0cy/content/iris-special-2006-1?_101_INSTANCE_A0cy; Nikoltchev S. (Hrsg.), *Redaktionelle Verantwortung*, IRIS Spezial, Europäische Audiovisuelle Informationsstelle, Straßburg, 2008, www.obs.coe.int/web/obs-portal/shop/legal/-/asset_publisher/L8rv/content/iris-special-2008-1?_101_INSTANCE_L8rv; Nikoltchev S. (Hrsg.), *Videoabrufdienste und die Förderung europäischer Werke*, IRIS Spezial, Europäische Audiovisuelle Informationsstelle, Straßburg, 2014, www.obs.coe.int/de/shop/irisspecial/-/asset_publisher/A0cy/content/iris-special-2014-?_101_INSTANCE_A0cy und Grece C., Lange A., und Valais S., „The role of providers of VoD services and distribution platforms in the financing of film and audiovisual production“, Section IV in Grece C., Lange A., Schneeberger A. und Valais S., *The development of the European market for on-demand audiovisual services*, Europäische Audiovisuelle Informationsstelle, Straßburg, 2014, S. 243 ff, http://ec.europa.eu/newsroom/dae/document.cfm?action=display&doc_id=9273.

Zu Urheberrecht siehe Hugenholz P.B., „Die Satelliten- und Kabelrichtlinie: Vergangenheit, Gegenwart und Zukunft“ in Nikoltchev S. (Hrsg.) *Konvergenz, Urheberrechte und grenzüberschreitendes Fernsehen*, IRIS plus 2009-8, Europäische Audiovisuelle Informationsstelle,



interpretieren. Er konzentriert sich gleichzeitig auf Urheberrecht und Medienregulierung, um die Auswirkungen der beiden entscheidenden Konzepte „Territorialität des Urheberrechts“ und „Herkunftsland“ auf die Finanzierung audiovisueller Werke im digitalen Binnenmarkt näher zu betrachten und dabei Einblicke sowohl in die geschäftliche Vertragspraxis als auch die Investitionsverpflichtungen der verschiedenen Akteure in der Wertschöpfungskette zu bieten.

Nach einer Einführung mit Hintergrundinformationen zum europäischen audiovisuellen Sektor (Kapitel 1) betrachtet diese IRIS *Plus* den internationalen und europäischen (Kapitel 2) sowie den nationalen Rechtsrahmen (Kapitel 3), bevor er sich den Initiativen der Industrie (Kapitel 4), der geltenden europäischen und nationalen Rechtsprechung (Kapitel 5) und dem Stand der Dinge in Bezug auf zukünftige Überprüfungsprozesse (Kapitel 6) zuwendet.

Straßburg, September 2015

Maja Cappello

IRIS-Koordinatorin

Leiterin der Abteilung für juristische Informationen

Europäische Audiovisuelle Informationsstelle

Straßburg, 2009, www.obs.coe.int/documents/205595/264587/IRIS+plus+2009de5LA.pdf; Capito R., „EU - Regulierung von Marktmacht in einem konvergierten und vernetzten audiovisuellen Mediensektor“ in Nikoltchev S. (Hrsg.), *Konvergierte Märkte - konvergierte Macht? Regulierung und Fallrecht*, IRIS *Spezial*, Europäische Audiovisuelle Informationsstelle, Straßburg, 2012, www.obs.coe.int/web/obs-portal/shop/legal/-/asset_publisher/L8rv/content/iris-special-2013?_101_INSTANCE_L8rv; Cabrera Blázquez F.J., *Eine Einführung in die Musikrechte für Film- und Fernsehproduktionen*, IRIS *plus* 2009-3, Europäische Audiovisuelle Informationsstelle, 2009, www.obs.coe.int/documents/205595/264587/IRIS+plus+2009de3LA.pdf.





Inhaltsverzeichnis

1. Der Hintergrund.....	9
1.1. Der audiovisuelle Sektor der EU im Jahr 2013	9
1.1.1. Überblick	9
1.1.1.1. Neue Akteure, stärkerer Wettbewerb und neue Sehgewohnheiten	9
1.1.1.2. Neue Wachstumsbereiche mit potenziellen neuen Einnahmequellen für Rechteinhaber	10
1.1.1.3. Unterschiedliche Wachstumsdynamik bei den unterschiedlichen Industriesegumenten	11
1.1.2. Strukturwandel im Gange	12
1.1.2.1. Mehr Wettbewerb seitens globaler Akteure	12
1.1.2.2. „Content Is King“: Entwicklung von Lizenzvereinbarungen bei Fernsehserien.....	13
1.1.2.3. Die Nutzung von „Big Data“ durch globale Akteure.....	14
1.1.2.4. Ein Strategiewandel bei Inhalteproduktion.....	14
1.1.2.5. Harte Wettbewerbsbedingungen für Fernsehveranstalter.....	16
1.1.2.6. Wo steht traditionelles Fernsehen in diesem beginnenden Transformationsprozess?17	
1.1.2.7. Wie sind die Zukunftsaussichten?	18
1.2. Die Rolle der Territorialität bei der Filmfinanzierung.....	19
1.2.1. Die Rolle des Urheberrechts bei der gebietsbezogenen Filmverwertung	19
1.2.1.1 Die traditionelle Wertschöpfungskette des Filmsektors	19
1.2.1.2. Der Mechanismus des Vorabverkaufs von Rechten.....	21
1.2.1.3. Fallstudien	22
1.2.1.4. Neue Geschäftsmodelle für Online-Vertrieb und Finanzierung von Filmen?	24
1.2.2. Das Herkunftslandprinzip und Filmfinanzierung in der EU	24
1.2.2.1. Überblick.....	24
1.2.2.2. Einige Zahlen	25
1.2.3. Wie sind die Aussichten für die Finanzierung europäischer Filme im neuen Wirkungsgefüge?	26
1.2.3.1. Neue Bedrohungen für die Finanzierungsstruktur des Filmsektors.....	26
1.2.3.2. Grenzüberschreitende Zugänglichkeit audiovisueller Werke im digitalen Binnenmarkt	27
1.2.3.3. Territorialität oder grenzüberschreitende Übertragbarkeit von rechtmäßig erworbenen Inhalten?.....	27



2. Internationaler und EU-spezifischer Rechtsrahmen.....	29
2.1. Territorialität und Urheberrecht	29
2.1.1. Der Binnenmarkt und die Dienstleistungsfreiheit	29
2.1.2. Der Territorialitätsgrundsatz im Urheberrecht.....	31
2.1.2.1. Territorialität im Urheberrecht und internationale Verträge	31
2.1.2.2. Territorialität im Urheberrecht in der EU.....	32
2.1.3. Territorialität und Wettbewerbsrecht	35
2.2. Territorialität und audiovisuelle Mediendienste.....	38
2.2.1. Territorialitätsvorschriften für audiovisuelle Dienste auf internationaler Ebene	38
2.2.1.1. Der WTO-Rahmen und das Nordamerikanische Freihandelsabkommen NAFTA	39
2.2.1.2. Die Transatlantische Handels- und Investitionspartnerschaft (TTIP).....	40
2.2.2. Territorialitätsvorschriften für audiovisuelle Dienste auf EU-Ebene.....	41
2.2.2.1. Die Richtlinie über audiovisuelle Mediendiensteleistungen (AVMDR).....	41
2.2.2.2. Die Richtlinie über den elektronischen Handel	44
3. Einzelstaatlicher Rechtsrahmen	47
3.1. Die Klärung von Rechten im audiovisuellen Sektor der EU.....	47
3.1.1. Die Besonderheiten audiovisueller Werke	47
3.1.2. Die Klärung von Rechten und der Sonderfall von Musikrechten.....	47
3.1.3. Die Rolle von Verwertungsgesellschaften.....	50
3.2. Das Ursprungslandprinzip und die Finanzierung audiovisueller Werke.....	50
4. Eigeninitiativen der Wirtschaft zur Erleichterung des grenzüberschreitenden Zugangs und der Übertragbarkeit von Diensten	57
4.1. Lizenzen für ganz Europa: „Zehn Zusagen, um mehr Inhalte online zu bringen“	57
4.1.1. Ermittelte Probleme und vorgeschlagene Lösungen	58
4.1.2. Gemeinsame Erklärung zur grenzüberschreitenden Übertragbarkeit rechtmäßig erworbener audiovisueller Inhalte.....	59
4.1.3. Gemeinsame Erklärung unabhängiger VoD-Plattformen	60
5. Rechtsprechung und Auslegungsfragen	61
5.1. Das Territorialitätsprinzip in der Rechtsprechung des GHEU.....	61
5.1.1. Von <i>Coditel</i> zu <i>Sportradar</i> : Territorialität bestätigt	61
5.1.2. Premier League: noch einmal Territorialität.....	62
5.2. Das Herkunftslandprinzip in der Rechtsprechung des GHEU	65



6. Aktueller Stand	69
6.1. Reform der Rechte an geistigem Eigentum und des Urheberrechts	69
6.1.1. Aktueller Stand auf der Ebene der Europäischen Kommission	69
6.1.1.1. Die öffentliche Konsultation zur Überprüfung der EU-Urheberrechtsvorschriften ..	69
6.1.1.2. Eine Strategie für den digitalen Binnenmarkt für Europa	70
6.1.1.3. Die öffentliche Konsultation zur Überprüfung der Satelliten- und Kabelrichtlinie ...	72
6.1.2. Aktueller Stand beim Europäischen Parlament	73
6.1.2.1. Bericht des Europäischen Parlaments zur Urheberrechtsreform	73
6.1.2.2. Die Arbeitsgruppe zur Reform der Rechte an geistigem Eigentum und des Urheberrechts	74
6.2. Die geplante Überarbeitung der AVMD-Richtlinie	74





1. Der Hintergrund

1.1. Der audiovisuelle Sektor der EU im Jahr 2013

1.1.1. Überblick

Der Gesamtwert des audiovisuellen Marktes der EU⁴ zeigte 2013 einen leichten Rückgang um -0,4% auf EUR 132,7 Mrd., nachdem er bereits 2012 stagniert hatte (0%). Die Stagnation und der leichte Rückgang bei den vom audiovisuellen Sektor generierten Einkünften haben auf gesamteuropäischer Ebene mehrere Gründe.⁵ Gleichzeitig könnte sich in Folge des schärferen Wettbewerbs zwischen traditionellen europäischen audiovisuellen Akteuren und oftmals internationalen⁶ Neueinsteigern auf dem europäischen audiovisuellen Markt in der europäischen audiovisuellen Landschaft⁷ ein Bruch abzeichnen.

1.1.1.1. Neue Akteure, stärkerer Wettbewerb und neue Sehgewohnheiten

Der Eintritt dieser neuen Akteure, ermöglicht durch das Internet und den „Over-the-Top“ (im Folgenden „OTT“) Vertrieb audiovisueller Inhalte, verschärft den Wettbewerb um die Aufmerksamkeit des Publikums⁸ (relevant für kostenpflichtige Unterhaltung und den Werbemarkt), da Inhalte (nicht nur audiovisuelle Inhalte, sondern Unterhaltungsmöglichkeiten im Allgemeinen, von Musik über Spiele bis zu sozialen Netzwerken und E-Books) zahlreicher geworden und leicht

⁴ Der Wert des audiovisuellen Marktes der EU wird von der Europäischen Audiovisuellen Informationsstelle als Summe aus sechs Segmenten definiert: Nettoeinkünfte der Rundfunkveranstalter (öffentlich-rechtliche Fernseh- und Hörfunkveranstalter, Werbefernsehen, Spartensender, Homeshopping-Kanäle, lokale Fernseh- und private Hörfunksender), Verbraucherausgaben für die audiovisuellen Medienvertriebsdienste (Kabel, Satellit, IPTV, DTT), Kinobruttoeinspielergebnisse, Einkünfte aus Videoträgern (DVD-Verkauf und -Verleih, Blu-ray-Verkauf und -Verleih), Online-VoD-Einkünfte und Einkünfte aus Videospiele (offline und online, ohne mobile Spiele und Apps). Siehe Jahrbuch 2014 der Europäischen Audiovisuellen Informationsstelle, www.obs.coe.int/de/shop/yearbook/-/asset_publisher/ip2j/content/yearbook-2014.

⁵ Geringere Werbeausgaben seitens Werbekunden aufgrund schwacher Wirtschaftsdaten und die Verlagerung von Fernsehwerbebudgets in Richtung Internet und daraus folgend geringere Werbeeinnahmen kommerzieller Rundfunkveranstalter, Stagnation bei Rundfunkgebühren und gewerblichen Einnahmen öffentlich-rechtlicher Rundfunkveranstalter, sinkende Einspielergebnisse bei Lichtspieltheatern aufgrund rückläufiger Besucherzahlen, einbrechende Einnahmen aus Videoträgern aufgrund der Digitalisierung von Inhalten und gestiegenen Wettbewerbs durch digitale Videoformate.

⁶ Apple, Google, Netflix, Facebook, Amazon, Microsoft, Sony, Rakuten und Yahoo zum Beispiel.

⁷ Es sei angemerkt, dass bei der Breitbandausstattung, bei vernetzten Geräten und der Nutzung des Internets durch die Bevölkerung innerhalb der EU große Unterschiede bestehen. Westeuropa ist in dieser Hinsicht kaum mit Mittel- und Osteuropa zu vergleichen. Genauso gibt es Unterschiede zwischen Nord- und Südeuropa. Die in diesem Abschnitt angeführten Erläuterungen und Ansichten sind daher eher allgemeiner Art und gelten für die digital weiterentwickelten Volkswirtschaften in Europa wie Großbritannien, die nordischen Länder, die Niederlande, Belgien, Frankreich und Deutschland. Weitere Informationen siehe "Where the Digital Economy is Moving the Fastest", *Harvard Business Review*, 19. Februar 2015, <https://hbr.org/2015/02/where-the-digital-economy-is-moving-the-fastest>.

⁸ Siehe Goldhaber M., "The Attention Economy and the Net", *First Monday*, Band 2, Nr. 4, 7. April 1997, <http://firstmonday.org/article/view/519/440>.



zugänglich sind. Darüber hinaus vervielfältigt das Angebot an vernetzten Geräten⁹ die Anzahl der Bildschirme,¹⁰ die Zuschauern zur Verfügung stehen, und führt zu einer weiteren Teilung der Aufmerksamkeit der Zuschauer. Sie sind nicht mehr länger auf einen einzigen Bildschirm mit einer begrenzten Menge an Inhalten/Unterhaltung beschränkt. Audiovisuelle Akteure stehen im Wettbewerb mit Neueinsteigern, um die Aufmerksamkeit ihrer Zuschauer zu erlangen und zu erhalten. Dieser Paradigmenwechsel im audiovisuellen Markt von einem geschlossenen und regulierten Medienumfeld, in dem Inhalte der Kontrolle von Rechteinhabern unterlagen, zu einem offenen, das sich nur schwer regulieren lässt, stellt eine Herausforderung für traditionelle Akteure dar, die sich an diese fortschreitende Veränderung anpassen müssen, um ihre Marktstellung und häufig auch ihr Überleben zu sichern.

Der gesteigerte Wettbewerb um Publikum hat auch die Preise, die kommerzielle Rundfunkveranstalter von Werbekunden verlangen können, und die Preise, die Verreiber kostenpflichtiger Unterhaltung (Videoträger, Pay-TV) von den Zuschauern verlangen können, unter Druck gebracht. Da Internet-Werbung billiger als traditionelle Fernsehwerbung ist (jedoch das gleiche Niveau zu erreichen versucht), werden die Preise für Werbespots im linearen Rundfunk immer häufiger mit den im Internet verlangten Preisen verglichen. Kostenpflichtige Unterhaltung in traditionellen Formaten ist andererseits teurer als kostenpflichtige Unterhaltung in digitalen Formaten, ob wir nun Abonnementkosten für SVoD-Dienste mit traditionellem Pay-TV oder Preise für digitale Formate, Verkauf und Vertrieb, mit physischen Formaten (DVD und Blu-ray) vergleichen. Diese Preiskluft zwischen digitalen und traditionellen Formaten verschärft den Wettbewerb zwischen den Etablierten des audiovisuellen Marktes und Neueinsteigern noch weiter, was negativen Einfluss auf die Gewinne haben könnte.

1.1.1.2. Neue Wachstumsbereiche mit potenziellen neuen Einnahmequellen für Rechteinhaber

Nicht alle Segmente des europäischen audiovisuellen Marktes machen jedoch dieselben Veränderungen durch, und es entstehen neue Wachstumsbereiche, ermöglicht durch die Digitalisierung von Inhalten, die weitreichende Breitbandverfügbarkeit (Festnetz und zunehmend Mobilfunk) sowie die sich ändernden Zuschauergewohnheiten. Audiovisuelle Abrufdienste, die eine Gestaltung des Medienprogramms nach dem eigenen Zeitplan der Zuschauer ermöglichen (ATAWAD-Konsum - jederzeit, überall, beliebiges Gerät) eröffnen neue Einnahmequellen für Urheber, Produzenten und Rechteinhaber, während traditionelle stagnieren oder langsam verschwinden. Traditionelle europäische audiovisuelle Akteure versuchen sich anzupassen, indem sie Abrufdienste als Antwort auf den Eintritt neuer Technologieunternehmen in ihre jeweiligen Heimatmärkte starten, wodurch sie den Wettbewerb um die Aufmerksamkeit der Zuschauer verstärken.

⁹ Mobilgeräte wie Smartphones und Tablets, Smart-Fernseher, Settop-Boxen, HDMI-Dongles, Medienplayer, Spielekonsolen.

¹⁰ In Frankreich verfügte 2013 nach Angaben von Médiamétrie jeder Haushalt im Durchschnitt über 6,5 Bildschirme, "L'année Internet 2013", www.mediametrie.fr/internet/communiqués/telecharger.php?f=5d616dd38211ebb5d6ec52986674b6e4.



1.1.1.3. Unterschiedliche Wachstumsdynamik bei den unterschiedlichen Industriesegmenten

Einzel betrachtet weisen die sechs unterschiedlichen Segmente,¹¹ die den europäischen audiovisuellen Markt bilden, eine unterschiedliche Dynamik auf. Traditionelle audiovisuelle Märkte, vor allem Fernsehen (Rückgang um -1% 2013 gegenüber dem Vorjahr auf EUR 71,6 Mrd.), Kinovorführung (-4,3% auf EUR 6,3 Mrd.) und Vertrieb von Videoträgern (-11,3% auf EUR 5,9 Mrd.), sind in eine Phase der Stagnation und des Rückgangs geraten. Audiovisuelle Vertriebsdienste (Kabel, Satellit, DTT und IPTV), die 2013 um 2,7% auf EUR 36,3 Mrd. gewachsen sind, sind nicht vom allgemeinen Trend eines stagnierenden europäischen audiovisuellen Markts betroffen, was hauptsächlich an steigenden Abbonnentenzahlen bei Internetprotokoll-Fernsehen (IPTV) mit einer Wachstumsrate von +12,3% auf EUR 4,5 Mrd. liegt. Andere Vertriebsdienste verzeichneten ein eher bescheidenes Wachstum: Die Verbraucherausgaben für Kabel wuchsen 2013 lediglich um 0,6% auf EUR 12,8 Mrd., die für Satellitenabonnements um 2% auf 17,2 Mrd. und für Bezahl-DTT um 1,7% auf EUR 1,7 Mrd. Die Resistenz dieser Vertriebsdienste gegen den Abwärtstrend der anderen Segmente, ist vor dem Hintergrund zu sehen, dass sie (mit Ausnahme von DTT und in gewissem Maße auch Satellit) Internetzugang ermöglichen.

Tabelle 1 – Volumens des audiovisuellen Marktes der Europäischen Union in 2013 – ein Überblick

EUR Mio.

	2009	2010	2011	2012	2013	2013/12	Quellen
Nettoeinkünfte der Rundfunkveranstalter	69 594	72 622	74 158	72 284	71 596	-1,0%	EAI
Öffentlich-rechtliche Rundfunkveranstalter (einschl. Hörfunk)	33 474	33 851	33 724	32 664	32 547	-0,4%	EAI
Werbefernsehen	19 613	21 163	21 713	21 151	20 656	-2,3%	EAI
Spartenkanäle (geschätzt)	9 341	10 047	10 996	10 733	10 835	0,9%	EAI
Homeshopping-Kanäle	2 453	2 610	2 719	2 792	2 813	0,8%	EAI
Lokalfernsehen (geschätzt)	1 326	1 395	1 350	1 278	1 138	-10,9%	EAI
Privater Hörfunk (geschätzt)	3 388	3 556	3 656	3 665	3 607	-1,6%	EAI
Verbraucherausgaben für AVMD-Vertriebsdienste (einschl. Steuern)⁽¹⁾	27 950	31 417	33 362	35 427	36 374	2,7%	EAI
Kabel	11 212	11 844	12 201	12 790	12 869	0,6%	IHS
Satellit	13 874	15 689	16 336	16 913	17 255	2,0%	IHS
IPTV	1 785	2 375	3 222	4 029	4 525	12,3%	IHS
DTT	1 080	1 509	1 602	1 694	1 724	1,7%	IHS
Kinobruttoeinspielergebnisse	6 087	6 373	6 445	6 570	6 285	-4,3%	EAI

¹¹ Nettoeinkünfte der Rundfunkveranstalter, Verbraucherausgaben für audiovisuelle Vertriebsdienste, Kinobruttoeinspielergebnisse, Videoträger, OTT-VoD-Einkünfte und Videospiele. Weitere Informationen siehe das Jahrbuch 2014 der Europäischen Audiovisuellen Informationsstelle, www.obs.coe.int/de/shop/yearbook/-/asset_publisher/ip2j/content/yearbook-2014.



	2009	2010	2011	2012	2013	2013/12	Quellen
Videoträger (einschl. Steuern)	8 359	8 037	7 405	6 758	5 991	-11,3%	EAI
DVD-Verkauf ⁽²⁾	6 691	6 180	5 512	4 868	4 215	-13,4%	IHS
DVD-Verleih ⁽²⁾	1 154	1 024	876	722	563	-22,0%	IHS
Blu-ray-Verkauf ⁽²⁾	499	807	980	1 118	1 170	4,6%	IHS
Blu-ray-Verleih ⁽²⁾	14	27	38	49	44	-10,0%	IHS
Online-VoD-Einkünfte (einschl. Steuern)	248	462	648	1 045	1 526	46,1%	EAI
Einkünfte aus Online-Abruffernsehen	189	345	462	673	938	39,4%	IHS
Einkünfte aus Online-Abruffilmen	59	117	186	372	588	58,0%	IHS
Spiele (offline und online, ohne mobile Spiele und Apps)	10 642	11 146	11 264	11 141	10 936	-1,8%	IHS
GESAMT	122 881	130 057	133 281	133 223	132 708	-0,4%	EAI
Zuwachs		5,8%	2,5%	0,0%	-0,4%		

(1) Einschließlich Einkünfte aus Fernsehabsos, PPV und TV VoD

(2) Daten für 16 Länder

Quelle – Europäische Audiovisuelle Informationsstelle, Jahrbuch 2014.

1.1.2. Strukturwandel im Gange

1.1.2.1. Mehr Wettbewerb seitens globaler Akteure

An den Markt- und Wachstumswahlen ist abzulesen, dass der audiovisuelle Sektor in eine Phase des Wandels eingetreten ist. Von einem Zustand relativen Gleichgewichts, in dem Einnahmequellen bei den Akteuren des Markts relativ stabil waren, hin zu einem Zustand der Ungewissheit, in dem Geschäftsmodelle in dem Maße neu definiert werden, wie neue Akteure am Markt auftreten und Technologie die traditionellen Spielregeln außer Kraft setzt. Der Trend geht in Richtung OTT-Videovertrieb, der Technologieunternehmen begünstigt, die über das erforderliche technische Know-how und Erkenntnisse über die Verbraucher (sprich „Big Data“) verfügen, um diese Situation zu ihrem Vorteil nutzen zu können.

Der Paradigmenwechsel wird durch die relativ schnelle Übernahme von SVoD-Diensten in digital entwickelten EU-Ländern unterstrichen, wobei OTT-Video an Marktbedeutung gewinnt und traditionelle Akteure auf aggressive Konkurrenten treffen, die häufig ausländische Technologieunternehmen sind.

Die weltweiten Einkünfte aus OTT-Video werden von USD 20,7 Mrd. 2014 auf USD 51,1 Mrd. 2020 steigen, das heißt sie werden sich in dieser Zeit mehr als verdoppeln. Die weltweiten Einkünfte aus OTT-SVoD werden voraussichtlich (Schätzungen von *Digital TV Research*¹²) von USD 7,5 Mrd. 2014 auf USD 21,6 Mrd. 2020 anwachsen, wodurch SVoD-Dienste zur größten Einnahmequelle für

¹² BroadbandTV News, „OTT TV and video revenues to rocket to \$51 billion“, 15. Juni 2015, www.broadbandtvnews.com/2015/06/15/ott-tv-and-video-revenues-to-rocket-to-51-billion/.



OTT-Video werden, dicht gefolgt von werbefinanziertem OTT-Video, wo die geschätzten Videoeinkünfte von USD 9,3 Mrd. 2014 auf USD 20,9 Mrd. 2020 anwachsen werden.¹³

1.1.2.2. „Content Is King“¹⁴: Entwicklung von Lizenzvereinbarungen bei Fernsehserien

Eine im Oktober 2014 veröffentlichte Analyse von *RBC Capital Markets*¹⁵ schätzt, dass die drei großen amerikanischen SVoD-Dienste (Netflix, Amazon und Hulu) 2015 USD 6,8 Mrd. für von den großen US-Studios produzierte Inhalte ausgeben werden, was einen Anstieg von 30% bei den Ausgaben für Inhalte gegenüber den für 2014 vorgesehenen USD 5,2 Mrd. bedeutet. Die Analyse prognostiziert zudem, dass die Ausgaben für Inhalte in den nächsten Jahren zweistellig wachsen werden, da SVoD-Dienste gegeneinander bieten, um sich die attraktivsten Inhalte bei SVoD-Lizenzrechten zu sichern. Die Ausgabensteigerungen für Inhalte werden auch durch die internationale Expansion von SVoD-Akteuren angeheizt, die sich Rechte für neue Märkte sichern müssen.

Da Netflix und andere auf mehreren internationalen Märkten präsent sein werden, steht zu erwarten, dass diese Unternehmen Mehrgebietslizenzen mit Rechteinhabern vereinbaren werden. Netflix hat eine solche Vereinbarung mit *CBS Studios International and Showtime*¹⁶ (dem Pay-TV-Sender von CBS) für Fernsehserien abgeschlossen. Ein weiteres Beispiel ist der Erwerb weltweiter Exklusivrechte durch Netflix über *Warner Bros TV Worldwide Distribution* für die Fernsehserie *Gotham*¹⁷ nach der ersten Staffel. Die internationale Expansion von SVoD-Diensten wird zu einem verstärkten Erwerb von Mehrgebietslizenzen durch die Dienste führen. Es steht zu erwarten, dass diese Vereinbarungen für das erste Pay-TV-Fenster und exklusiv abgeschlossen werden.

Die Lizenzvereinbarungen, im ersten Pay-TV-Fenster meistens für Exklusivrechte, hatten zudem zur Folge, dass der Kaufpreis für Fernsehserien pro Folge stieg. Der Bericht von *RBC Capital Markets* beinhaltet interessante Zahlen zum Kaufpreis je Folge für beliebte und Premium-Fernsehserien, die von amerikanischen SVoD-Diensten beauftragt oder erworben wurden. Es sei aber auch angemerkt, dass, wenngleich der gesteigerte Wettbewerb bei Fernsehserien die Preise hat steigen lassen, dies nicht der einzige Grund ist. Die Produktionskosten für Fernsehserien sind in den letzten Jahren beträchtlich gestiegen, wobei HBOs *Game of Thrones* die Liste der teuersten Fernsehserien mit Kosten von USD 6-8 Millionen pro Folge anführt. *Mad Men* und *The Big Bang Theory* kosten USD 2,5 Mio. beziehungsweise USD 2 Mio. pro Folge. Der Anstieg bei den Beschaffungskosten kommt daher nicht nur von verschärftem Wettbewerb unter SVoD-Diensten um Premium-Inhalte, sondern auch von allgemein höheren Produktionskosten für Fernsehserien. Der Zugang kleinerer oder nationaler SVoD-Dienste zu Premium-Inhalten von Studios bleibt fraglich, da die Kosten für den Erwerb dieser Produktionen für eine große Zahl kleiner SVoD-Akteure,¹⁸ die nur in

¹³ Elektronische Absatzdienste werden voraussichtlich von USD 2,6 Mrd. 2014 auf USD 5,6 Mrd. 2020 und VoD-Verleihdienste von USD 1,3 2014 auf USD 2,8 Mrd. 2020 anwachsen.

¹⁴ Siehe Gates B., „Content Is King“, (1/3/96),

<http://web.archive.org/web/20010126005200/http://www.microsoft.com/billgates/columns/1996essay/essay960103.asp>.

¹⁵ Siehe <http://variety.com/2014/digital/news/svod-syndication-to-pump-6-8-billion-into-studios-in-2015-1201337738/>.

¹⁶ Siehe <http://variety.com/2014/digital/news/netflix-pacts-with-showtime-and-cbs-studios-intl-to-feed-new-european-markets-1201328386/>.

¹⁷ Siehe <http://variety.com/2014/digital/news/foxs-gotham-goes-to-netflix-after-first-season-1201296494/>.

¹⁸ Netflix gab 2014 mehr für Inhalte als die BBC, die ProSiebenSat.1-Gruppe, Discovery und HBO und sogar Sky aus, wenn man von Sportrechten absieht.



einem begrenzten Gebiet tätig sind, sehr wahrscheinlich unerschwinglich sein werden. Die exklusiven Mehrgebietsvereinbarungen der großen SVoD-Dienste mit amerikanischen und internationalen Studios schließen kleinere Akteure damit faktisch vom Zugang zu Premium-Inhalten aus.

1.1.2.3. Die Nutzung von „Big Data“ durch globale Akteure

Ein weiterer Wandel in der Strategie bei der Beschaffung von Inhalten ergibt sich durch die Nutzung von „Big Data“ durch SVoD-Dienste, um herauszufinden, welche Serien und Filme ihre Abonnenten interessieren (und sie daher in der Zukunft an sich binden werden). Während beim Start von SVoD-Diensten Pauschalvereinbarungen über komplette Bibliotheken die Norm war, hat die Nutzung von „Big Data“ die Bereitschaft von SVoD-Diensten gedämpft, Inhalte über Pauschalverträge zu erwerben; sie konzentrieren sich jetzt lieber auf Inhalte, die sie als attraktiv für ihre Abonnenten erkannt haben. Die Tatsache, dass die drei großen SVoD-Dienste gegeneinander um einzelne teure Serien (die Analyse nennt hier *Gotham* und *Blacklist* als Beispiele) bieten, hat die Auswirkungen der geringeren Pauschalbeschaffung von Bibliotheksrechten wettgemacht.

„Big Data“ wird, wie bereits erwähnt, auch für die Produktion von Originalinhalten durch SVoD-Dienste verwendet. Netflix, Amazon und Hulu investieren in Originalinhalte. Auch wenn die Investitionen in solche Inhalte noch weit unter den Kosten für Programmbeschaffung durch Lizenzkäufe liegen (Netflix gibt zum Beispiel lediglich 10% seines Budgets, geschätzt USD 400 Mio. im Jahr, für Originalsendungen aus), werden Originalinhalte zu einem weiteren Unterscheidungsmerkmal für SVoD-Dienste. Der Rummel um den Start von *House of Cards* und *Orange is the new Black*, den bekanntesten Originalserien von Netflix, hat sicherlich neue Abonnenten angezogen.

Datenanalyse zum Zweck der Beschaffung und Beauftragung von Inhalten ist sicherlich ein großer Schritt weg vom traditionellen Pilotmodell, das jahrelang im Fernsehen verwendet wurde. Mit dem Eintritt internationaler SVoD-Dienste in neue Märkte wird jedoch oft von der Notwendigkeit „nationaler“ Inhalte gesprochen. Die Frage nach ausreichenden nationalen Inhalten wird besonders in Ländern wie Frankreich und Deutschland gestellt. Netflix hat seine erste Originalproduktion in französischer Sprache, *Marseille*,¹⁹ in Auftrag gegeben, welche international für all seine Abonnenten verfügbar sein wird. Dadurch, dass eine länderspezifische Originalproduktion dem gesamten Abonnentenstamm zur Verfügung gestellt werden kann, wird gewährleistet, dass sich Produktions- und Beschaffungskosten auf breiter Basis amortisieren. Ein größerer Abonnentenstamm ermöglicht höhere Investitionen, auch in lokale Inhalte. Eine solche Strategie können nationale und kleinere SVoD-Dienste nicht verfolgen. Es ist zu bezweifeln, dass europäische SVoD-Akteure, die oftmals nur in einem Land tätig sind, es mit den Abonnentenzahlen solcher Giganten wie Netflix und Amazon werden aufnehmen können.

1.1.2.4. Ein Strategiewandel bei Inhalteproduktion

Ein grundlegender Strategiewandel bei Programmproduktion zeigte sich in der Ankündigung von Netflix, man werde auch in Originalspielfilme investieren, insbesondere in eine Fortsetzung von

¹⁹ Siehe <http://variety.com/2014/film/news/netflix-unveils-marseille-first-french-drama-commission-1201292688/>.



Crouching Tiger, Hidden Dragon mit *The Weinstein Company*²⁰ und vier von Adam Sandler produzierte Spielfilme, in denen er auch mitspielt. Die Ankündigung wurde von amerikanischen Kinobesitzern entschieden kritisiert,²¹ die um ihre Einnahmequellen fürchten, und man darf eine ähnliche Reaktion von europäischen Kinobetreibern erwarten.

Zum 30. September 2014 hatte Netflix Gesamtverbindlichkeiten für Programm-Streaming in Höhe von USD 8,9 Mrd., was einen Anstieg von USD 1,6 Mrd. gegenüber 31. Dezember 2013 bedeutet, als die entsprechende Zahl bei USD 7,3 Mrd. lag. Im internationalen Segment stiegen die Kosten um USD 66,4 Mio. im 3. Quartal 2014, hauptsächlich aufgrund der internationalen Expansion in europäische Märkte und der Kosten im Zusammenhang mit der Sicherung von Inhalten für diese neuen Märkte. Ein weiterer wichtiger Faktor waren hohen Marketingausgaben beim Start.

Die jüngste Ankündigung der etablierten Akteure HBO²² und CBS,²³ sie würden einen eigenständigen OTT-Dienst für ihre Kanäle (und Inhalte) bereitstellen, hat den Wettbewerbsdruck der SVoD-Märkte beim Ankauf von Exklusivrechten weiter erhöht. HBO, bereits auf europäischen Märkten vertreten (nordische Länder und MOE) und, was noch wichtiger ist, Eigentümer von Premium-Inhalten (Fernsehserien wie *Game of Thrones*, die am meisten raubkopierte Serie aller Zeiten),²⁴ könnte die SVoD-Landschaft durch Auslösen eines Trends, dem andere Fernsehkanäle folgen könnten, dramatisch verändern (Loslösen ihres Kanalangebots vom typischen Kabelpaket in den USA durch einen eigenständigen OTT-Dienst). Bislang ist der einzige wirklich eigenständige, von HBO betriebene SVoD-Dienst *HBO Nordic*, während in den Ländern Mittel- und Osteuropas *HBO Go* Teil des Abonnements des HBO-Pay-TV-Senders ist. Mit der Ankündigung eines eigenständigen OTT-Dienstes in den USA könnte sich dies jedoch schneller ändern, als von den meisten Branchenfachleuten erwartet.

Die Ankündigung der beiden amerikanischen Pay-TV-Sender, die Jagd der SVoD-Dienste nach Premium-Inhalten im ersten Pay-TV-Fenster und die Tatsache, dass europäische Pay-TV-Betreiber in zunehmendem Maße ebenfalls OTT-SVoD-Dienste aufnehmen, werden zu einem verschärften Wettbewerb um Premium-Inhalte im Rahmen exklusiver Lizenzvereinbarungen führen²⁵, was die Fragmentierung des Angebots an Premium-Inhalten bedeuten könnte. Abonnenten, die verschiedene Premium-Fernsehserien (und andere Inhalte), die von verschiedenen Rechteinhabern produziert und lizenziert wurden, sehen möchten, werden sie nicht alle an einem Ort oder bei einem SVoD-Dienst finden können. Da selbst Frühumsteiger selten mehr als zwei SVoD-Dienste abonnieren,²⁶ wird sich der Kampf um Abonnenten und in diesem Zusammenhang auch um exklusive Inhalte verschärfen. Dieser verschärfte Wettbewerb könnte für kleinere europäische Akteure drastische Auswirkungen haben.

²⁰ Siehe <http://blogs.wsj.com/digits/2014/09/30/netflixs-coup-the-next-crouching-tiger/?mod=ST1>.

²¹ Siehe www.hollywoodreporter.com/news/regal-cinemark-slam-imax-weinstein-736692.

²² Siehe <https://variety.com/2014/tv/news/hbo-to-launch-over-the-top-service-in-u-s-next-year-1201330592/>.

²³ Siehe <http://recode.net/2014/10/16/now-cbs-is-selling-web-subscriptions-to-its-shows-too/>.

²⁴ Siehe www.forbes.com/sites/emmawoollacott/2014/06/17/game-of-thrones-finale-sets-new-piracy-record/.

²⁵ Siehe www.wired.com/2014/10/cbs-hbo-unbundling/ und

www.salon.com/2014/10/20/theyre_going_to_start_destroying_each_other_why_tvs_new_golden_age_is_doomed/.

²⁶ Laut Gartner geben Frühumsteiger USD 15 in den USA und USD 17 in Deutschland für SVoD-Dienste aus.



1.1.2.5. Harte Wettbewerbsbedingungen für Fernsehveranstalter

Aus diesen Prognosen lässt sich der Schluss ziehen, dass traditionelle audiovisuelle Akteure ihre Einnahmequellen gegen die Herausforderungen von Neueinsteigern zukünftig verteidigen müssen.

Kommerzielle Fernsehveranstalter werden Wettbewerb seitens werbefinanzierter Online-Videos und Websites hinnehmen müssen, weil Markenunternehmen und Werbekunden weiterhin ihre Werbebudgets verlagern. Der Werbekuchen für traditionelles Fernsehen bleibt gleich oder schrumpft sogar in den meisten europäischen Märkten, während die auf das Internet (und in zunehmendem Maße auf das mobile Internet) gerichteten Werbebudgets beständig wachsen. Die Giganten der werbefinanzierten Videos sind zweifelsohne Googles YouTube und Facebook²⁷ mit monatlich 1,4 Mrd. bzw. 1,3 Mrd. aktiven Nutzern, unangefochten von irgendwelchen anderen werbefinanzierten Medien-Sites und mit Nutzer-/Zuschauerzahlen, von denen ein nationaler Rundfunkveranstalter nur träumen kann. Zwischen diesen beiden Giganten zu bestehen, ist eine Herausforderung für jede Video-Site, die hauptsächlich von Werbeeinnahmen lebt, da sich Werbetechnologie (Ermöglichung von Nutzerorientierung, Verwertung und Nutzung von „Big Data“, geräteübergreifender Standortbestimmung und standortbezogener mobiler Werbung) weiterentwickelt und diese beiden Akteure bei Werbetechnologien Innovationsführer sind. Angesichts von Internetwerbung, die sich in Europa 2014 fast auf dem Niveau von Fernsehwerbung bewegte und wächst (+11,6% im Vergleich zu 2013 auf EUR 30,7 Mrd., nach Angaben von IAB Europe),²⁸ müssen sich kommerzielle Rundfunkveranstalter diesen neuen Gegebenheiten anpassen.

Kostenpflichtige Unterhaltung, sei es Kino oder Vertrieb von Videoträgern, konkurriert mit digitalen Formen kostenpflichtiger Unterhaltung - Verkauf in elektronischer Form (EST) als Herausforderung für den Verkauf von physischen Medien und in geringerem Maße für Lichtspielhäuser, transaktionales VoD als Herausforderung für den Videoverleih für Zuhause. Der unangefochtene Champion für EST in den USA und Europa ist Apples iTunes mit zum Beispiel über 80% des britischen digitalen Endkundenmarkts²⁹ (der zweite Marktteilnehmer ist der nun verkaufte EST-Dienst von Tesco, Blinkbox, mit einem Marktvolumen 2013 von lediglich 11%). Pay-TV scheint sich bislang gut gegen die erschwinglicheren SVoD-Dienste zu behaupten. Deloitte³⁰ behauptet, 2015 werden SVoD-Dienste lediglich 3% des weltweiten Pay-TV-Markts ausmachen. Es wird erwartet, dass SVoD-Dienste 2015 weltweit GBP 5 Mrd., Pay-TV hingegen GBP 168 Mrd. generieren werden.

Die audiovisuellen Märkte der EU-Mitgliedstaaten verändern sich. Audiovisuelle Online-Dienste, die die Zukunft des Inhalte-vVertriebs darstellen, generieren noch nicht dieselben Einkünfte wie traditionelle Akteure. In dem Maße, wie jedoch Technologieunternehmen von Vernetzung und Größenvorteilen beim Vertrieb audiovisueller Inhalte in ihren jeweiligen Märkten profitieren und in der Lage sind, Daten über ihre Nutzer zu sammeln (besonders wichtig für gezielte Werbung, Personalisierung von Inhalten, Beauftragung und Ankauf neuer Inhalte), ist das Risiko groß, dass einige wenige Akteure die neue audiovisuelle Landschaft dominieren werden. Apple (kostenpflichtige Unterhaltung), Facebook (Werbung), Google (Werbung) und Netflix (Videoabo)

²⁷ Reuters, "Facebook gaining ground on YouTube in video ads, report says", 22. Juni 2015, www.reuters.com/article/2015/06/22/advertising-facebook-google-idUSL8N0Z80XU20150622.

²⁸ IAB Europe, "IAB Europe AdEx Benchmark 2014 results", www.iabeurope.eu/research-and-papers/iab-europe-adex-benchmark-2014-resul.

²⁹ British Video Association Yearbook 2014.

³⁰ Digital TV Europe, "SVoD to account for just 3% of pay TV market, claims Deloitte", 14. Januar 2015, www.digitaltveurope.net/304042/svod-to-account-for-just-3-of-pay-tv-market-claims-deloitte.



dominieren bereits ihre jeweiligen Märkte. Europäische Akteure werden erfolgreiche Strategien entwickeln müssen, um in der Online-Landschaft zu bestehen.

1.1.2.6. Wo steht traditionelles Fernsehen in diesem beginnenden Transformationsprozess?

Die Transformation ist im Gange, in absoluten Zahl steht sie jedoch noch am Anfang. Der Unterschied zwischen Einnahmen und Verbraucherausgaben traditioneller audiovisueller Märkte (Pay-TV, kommerzieller Rundfunk und physischer Vertrieb audiovisueller Werke) und digitaler audiovisueller Märkte ist nach wie vor groß: Die traditionellen stellen die Online-Märkte in den Schatten. OTT-SVoD-Dienste generierten 2013 EUR 520 Mio. an Verbraucherausgaben, während es Spartenkanäle auf Einkünfte von EUR 10,8 Mrd. brachten. Nach Angaben von IAB brachte Online-Videowerbung 2013 EUR 1,03 Mrd., während Fernsehwerbung Einkünfte von EUR 20,6 Mrd. erzielte (Internet-Werbung insgesamt generierte 2013 jedoch bereits EUR 23,7 Mrd.). OTT-VoD-Einkünfte (incl. SVoD) beliefen sich 2013 auf EUR 1,5 Mrd., verglichen mit Einkünften aus Videoträgern von EUR 6 Mrd. Vergleicht man jedoch Zuwachsraten, verblassen die traditionellen Sektoren Fernsehwerbung ging 2013 um 2,3% zurück, während Internetwerbung um 11,9% und Online-Videowerbung um 45,1% stiegen (mobile Internetwerbung stieg im Vergleich zu 2012 sogar um 259%). Das Gleiche gilt für Einkünfte aus Videoträgern (-11,3%) und Online-VoD (+46,1%). Die Einkünfte von Spartenkanälen stiegen im Vergleich zu 2012 lediglich um +0,9%, während SVoD-Dienste im Vergleich zu 2012 um 147,5% zulegten. Die Marktdynamik weist eindeutig auf eine Verlagerung der Einkünfte in Richtung Online-Landschaft hin.

Fernsehen ist 2014 entsprechend einer von der Europäischen Kommission herausgegebenen Studie mit dem Titel „Standard Eurobarometer 82: Media Use in the European Union“³¹ nach wie vor das Hauptmedium in Europa. 94% der Befragten aus den 28 Mitgliedstaaten der EU schauen mindestens einmal die Woche Fernsehen auf einem traditionellen Fernsehgerät, während lediglich 20% derselben Gruppe angaben, Fernsehen über das Internet zu schauen. Sieht man sich die Altersgruppen genauer an, entdeckt man grundlegende Unterschiede, da das Konsumverhalten je nach Alter stark schwankt. Nur 72% der 15- bis 24-Jährigen geben an, mindestens einmal die Woche traditionelles Fernsehen zu schauen, während 40% derselben Altersgruppe Fernsehen über das Internet schauen. Im Gegensatz dazu schauen 93% der ältesten Befragtengruppe, das heißt 55 Jahre und älter, mindestens einmal die Woche traditionelles Fernsehen, und nur 8% derselben Altersgruppe geben an, über das Internet zu schauen. Mit zunehmendem Alter der EU-Bevölkerung werden die Fernsehkonsumgewohnheiten diesen Wandel widerspiegeln. Jüngere Generationen, „Digital Natives“, die mit Abrufdiensten aufgewachsen sind, werden die Art und Weise, wie Fernsehen und audiovisuelle Inhalte konsumiert werden, nachhaltig verändern, das heißt weg von linearen Sendungen und hin zu Konsum auf Abruf nach eigenem Zeitplan und auf dem Bildschirm ihrer Wahl.

Weltweit betrachtet war traditionelles Fernsehen 2014 beim Medienkonsum rückläufig, wie ZenithOptimedia festgestellt hat.³² Zwischen 2010 und 2014 ging der Fernsehanteil beim Gesamtkonsum von 42,4% auf 37,9% zurück. Nach den Prognosen von Zenith wird er bis 2017 weiter

³¹ Siehe http://ec.europa.eu/public_opinion/archives/eb/eb82/eb82_media_fr.pdf.

³² Digital TV Europe, „Traditional TV viewing on the decline, Digital TV Europe“, 1. Juni 2015, www.digitaltveurope.net/375491/traditional-tv-viewing-on-the-decline.



auf 34,7% sinken. Da jedoch Nachhol-TV und Online-Fernsehdienste sowie SVoD-Dienste nicht berücksichtigt sind, ist die Verlagerung Richtung Onlinekonsum in diesem Rückgang nicht abgebildet. Gemäß Zenith ist das Internet weltweit das zweite Medium für Medienkonsum, und die diesjährige Zunahme beim Gesamtmedienkonsum von 485 Minuten pro Tag 2014 auf 492 Minuten pro Tag 2015 wird durch das Internet bewirkt; die Nutzung dieses Mediums selbst wird dieses Jahr um 11,8% steigen.

Dies heißt jedoch nicht, dass die Europäer oder die Weltbevölkerung weniger Fernsehinhalte schauen, sondern dass Fernsehinhalte über andere Dienste oder Geräte konsumiert werden. Die Inhalte ändern sich nicht sonderlich (mit Ausnahme von neueren Formen von Internet-Serien und Interaktivität), es sind der Vertrieb (Internet) und der Konsum (über mehrere Geräte und mehrere Bildschirme) von Fernsehinhalten, die sich geändert haben und weiterhin ändern werden. Mit steigender Ausstattung der EU-Bevölkerung mit vernetzten Geräten und Breitbandversorgung wird sich dieser Konsumwandel fortsetzen und Akteure, die sich nicht dieser Evolution angepasst haben, in Gefahr bringen. Technologieunternehmen, die den Raum bereits beherrschen und sich in einer einzigartigen Stellung als Plattform zwischen Rechteinhabern und Urhebern audiovisueller Inhalte einerseits und den Zuschauern andererseits befinden, werden von diesem Wandel profitieren.

1.1.2.7. Wie sind die Zukunftsaussichten?

Die Zukunft hält weitere Innovationen bei Technologien (z. B. Cloud für audiovisuellen Inhalte-Vertrieb, Innovationen bei Anzeigentechnik für programmatische Werbung, verbesserte geräteübergreifende Standortbestimmung) und neue Formen des Medienkonsums bereit, die audiovisuelle Unternehmen in Europa und weltweit herausfordern werden. Mit der Verlagerung der Nutzung in Richtung Internet verliert der traditionelle Fernseher (das heißt der lineare Rundfunk) seine Bedeutung in den Medienkonsumgewohnheiten der Zuschauer. Die neue Zuschauerlandschaft ist fragmentiert, fast jeder Nutzer trägt einen kleinen Bildschirm bei sich (Smartphone oder Tablet), der ihm Programm nach seinem eigenen Zeitplan ermöglicht.

Die europäische audiovisuelle Landschaft hat den Eintritt neuer, aus dem technologischen Sektor kommender Akteure erlebt, für die in den meisten Fällen der audiovisuelle Vertrieb oder die Produktion kein Kerngeschäft ist. Sie verfügen über das technologische Know-how, Erlebnisse der Nutzer mit ihren Diensten zu verbessern, und über die Reichweite, die erforderlich ist, um den Größenfaktor zu nutzen, womit sie einen Wettbewerbsvorteil gegenüber traditionellen Akteuren haben, die sich erst noch an diese neuen Gegebenheiten anpassen müssen. Die audiovisuelle Landschaft verändert sich und die Marktkräfte werden neu verteilt, grundsätzlich wünschen die Zuschauer aber nach wie vor qualitativ hochwertige Inhalte und Unterhaltung. Akteure, die Qualitätsinhalte liefern und dabei den über das Internet ermöglichten Vertrieb nutzen und gleichzeitig wissen, wie man die Aufmerksamkeit der fragmentierten Zuschauergruppen erreichen kann, werden in der Zukunft weiter prosperieren. Widerstand gegen den unausweichlichen Wandel bei Medienvertrieb und Konsumgewohnheiten, um noch bestehende Einnahmequellen zu sichern, wird in dieser neuen Wettbewerbslandschaft abträglich sein, da die Digitalwirtschaft die Art und Weise, wie Inhalte vertrieben und konsumiert werden, in Europa und anderswo ein für alle Mal verändern wird.



1.2. Die Rolle der Territorialität bei der Filmfinanzierung

Territorialität und Herkunftslandprinzip liegen der Finanzierung der audiovisuellen Filmindustrie³³ in Europa zugrunde. Wie jedoch bereits früher erwähnt, durchläuft der audiovisuelle Sektor gegenwärtig wichtige Transformationen aufgrund von digitaler Technologie und Konvergenz, welche die Art und Weise verändern, in der audiovisuelle Werke produziert, vertrieben und verwertet werden. Dieser Abschnitt stellt die Wertschöpfungskette des traditionellen Filmsektors vor und beleuchtet die Rolle, die gebietsbezogene Lizenzierung und Exklusivität bei der Finanzierung von Filmen durch den Vorabverkauf von Rechten spielen, wie in Fallbeispielen deutlich wird. Danach wird untersucht, wie das Herkunftslandprinzip in die Finanzierung von EU-Filmproduktionen eingreift und aufgezeigt, wie das neue Wirkungsgefüge das gegenwärtige Gleichgewicht sowie wirtschaftliche Transfers zwischen den verschiedenen Akteuren der audiovisuellen Wertschöpfungskette beeinflusst.

1.2.1. Die Rolle des Urheberrechts bei der gebietsbezogenen Filmverwertung

Filme sind riskante Investitionen, die mit sehr hohen Fixkosten und Produktionskosten sowie mit wesentlichen Vermarktungskosten verbunden sind. Sie erfordern die Beteiligung zahlreicher unterschiedlich großer und sachkundiger Akteure entlang der Wertschöpfungskette,³⁴ die auf unterschiedliche Weise miteinander agieren und sich abstimmen, um den Film schließlich auf die Leinwand zu bringen. Der gesamte Entstehungsprozess eines Films kann mehrere Jahre dauern, und der letztendliche Erfolg jedes Films ist höchst ungewiss. Wenngleich jeder Film als Prototyp³⁵ betrachtet werden kann und sein eigenes Geschäftsmodell hat, haben diese Merkmale direkte Auswirkung auf die Finanzierungsstruktur des Films, da es für Produzenten in den sehr frühen Entwicklungsstadien häufig schwierig ist, eine Finanzierung zu beschaffen. Der gebietsbezogene Rechteverkauf und Exklusivrechte spielen in diesem Zusammenhang eine wichtige Rolle bei der Finanzierung und beim Vertrieb europäischer Filme.

1.2.1.1 Die traditionelle Wertschöpfungskette des Filmsektors

Die folgende Tabelle zeigt die Hauptstufen der traditionellen Wertschöpfungskette des Filmsektors³⁶ und die mit jeder einzelnen Stufe dieses Prozesses verbundene Finanzierungsstruktur.

³³ Diese Publikation konzentriert sich auf die Filmindustrie, da andere Sektoren der audiovisuellen Industrie wie der Videospiele-Sektor, „eine nativ digitale Kreativbranche“, einen anderen Zugang zu Finanzierung haben und unterschiedliche Geschäftsmodelle umsetzen. Weitere Informationen siehe Benghozi P-J, Salvador E., Simon J-P, Models of ICT Innovation, “A Focus on the Cinema Sector”, Joint JRC Science and Policy Report, (2015), <http://is.jrc.ec.europa.eu/pages/ISG/EURIPIDIS/documents/JRC95536.pdf>.

³⁴ Dazu gehören das Kreativteam (Drehbuchautoren, Regisseure, Schauspieler) und ihre geschäftlichen Vertreter (Agenten, Manager), die Unternehmer und Unternehmensakteure (Produzenten, Vertrieber, Vertriebspartner, Vorführer), die Finanzakteure (Financiers und Investoren, Banken, Zuschussstellen, Rundfunkveranstalter, Vertrieber), die Technikbranchen (Produktion, Vertrieb, Archivierung, Lagerung und Restaurierung), die Bereitsteller im Kino- (Vorführer) und Nicht-Kinobereich (Rundfunkveranstalter, Telekommunikationsbetreiber, Heimkinoverkauf und -verleih, Diensteanbieter für Internetinhalte).

³⁵ Benghozi, P.-J., “Good bye Mr. Lumière!”, in *Cultural Economics*, Special issue, *A European Perspective*, 1989.

³⁶ Charles River Associates, “Economic Analysis of the Territoriality of the Making Available Right in the EU?” (2014), S. 18, http://ec.europa.eu/internal_market/copyright/docs/studies/1403_study1_en.pdf.



Tabelle 2 - Die traditionelle Wertschöpfungskette des Filmsektors

ENTWICKLUNG (bis zu mehreren Jahren)	
<i>Aktivitäten</i>	<i>Finanzierung</i>
Drehbuchentwicklung, Rechteerwerb an Material, Aufbau eines Kreativteams	Zu riskant für Kreditgeber / gewisse Entwicklungsförderung aus öffentlichen Subventionen auf nationaler und EU-Ebene verfügbar / Vorfinanzierung durch Vertrieber und kommerzielle Verwerter / oft an gebietsbezogene Exklusivrechte gebunden
↓	
VORPRODUKTION / FINANZIERUNG UND VORABVERKAUF (bis zu einigen Monaten)	
<i>Aktivitäten</i>	<i>Finanzierung</i>
Endgültiges Drehbuch, Casting, Einstellung der Crew, Kulissenbau, Transport, Aufnahmevorbereitung, Budgetierung, Geschäftsplanung, Rechtklärung, Verhandlungen usw., kommerzielle Fragen.	Diese Phase ist die komplizierteste des Prozesses, da mehrere Interessenträger ihr endgültiges Einverständnis zur Finanzierung des Films geben müssen. Möglichkeit der Beschaffung zusätzlicher Finanzierung von Kreditgebern.
↓	
PRODUKTION (bis zu ca. 3 Monaten)	
<i>Aktivitäten</i>	<i>Finanzierung</i>
Produktionsgestaltung und -organisation. Dreh und Erstellung von Werbematerial.	Gefahr von Verzögerungen mit direkter Auswirkung auf das Filmbudget / kann von Vorabkäufern überwacht werden.
↓	
NACHPRODUKTIONSPHASE (4-12 Wochen)	
<i>Aktivitäten</i>	<i>Finanzierung</i>
Filmbearbeitung zur Synchronisierung von Bild und Ton, Einfügen des Soundtracks, von Untertiteln und Spezialeffekten, Erstellung von Marketing- und Werbematerial.	Möglichkeit zur Konsultierung von Vorabkäufern.
↓	
INTERNATIONALE VERKÄUFE UND LIZENZIERUNG	
<i>Aktivitäten</i>	<i>Finanzierung</i>
Internationale Vertriebspartner und Produzent vermarkten und verkaufen den fertiggestellten Film auf internationalen Filmmärkten und -festivals und liefern ihn an die Vorabkäufer aus.	Vermarktung und Verkauf der nicht verkauften Vertriebsrechtslizenzen am fertiggestellten Film / Erhalt der Vertriebsprovision und Erstattung von Vertriebskosten
↓	
INTERNATIONALER VERTRIEB	
<i>Aktivitäten</i>	<i>Finanzierung</i>
Verkauf an Vertrieber für jedes Gebiet in der Welt (oder nur für bestimmte Gebiete oder Teile davon). Vermarktung und Start des Films auf gebietsbezogener Grundlage.	Finanzierungspaket bereits in den vorherigen Phasen organisiert.
↓	
VERTRIEB (/VORFÜHRUNG)	
<i>Aktivitäten</i>	<i>Finanzierung</i>
Öffentliche Zurverfügungstellung des audiovisuellen Werks entsprechend dem Verwertungsfenster (Kino/Theater, Video/DVD/Blu-ray (Verleih/Verkauf) / VoD / Pay-TV / frei empfangbares Fernsehen) / Investitionen in Vermarktung und Werbung.	Vom Geld, das der Verbraucher für eine Kinokarte, eine DVD oder einen Online-Download zahlt, werden auf seinem Weg zurück zu den Financiers und Produzenten Gewinnanteile, Vermarktungskosten und Provisionen abgezogen.



1.2.1.2. Der Mechanismus des Vorabverkaufs von Rechten

Die Weltorganisation für geistiges Eigentum (WIPO) identifizierte drei große Finanzierungstrends für Filme:³⁷ das Modell der Subventionsfinanzierung, bei dem direkte öffentliche Finanzierung (Zuschüsse, Darlehen oder Steuervergünstigungen) die Hauptfinanzierungsquelle darstellt,³⁸ das Modell des Vorabverkaufs, bei dem der Verkauf der Vertriebsrechte an gebietsbezogene Vertriebe die Sicherheit für ein Produktionsdarlehen von der Bank bildet, und das reine Kapitalmodell, bei dem Investoren die Mittel bereitstellen.³⁹ In der Praxis sind Vertrieb und Finanzierung miteinander verknüpft, und die meisten Filmbudgets sind das Ergebnis einer Kombination aus diesen drei Modellen. Dieser Abschnitt beschreibt die Rolle der Territorialität bei der Vorfinanzierung von Spielfilmen über den Vorabverkauf von Rechten.

Filmproduktion und -vertrieb sind generell zwei Seiten ein und desselben Geschäftsmodells. In der Entwicklungsphase eines Films ist es daher für Produzenten - oder Vertriebspartner oder lokale gebietsbezogene Vertriebe - üblich, den Vorabverkauf von Rechten an große Fernsehveranstalter, Vertriebe/Verleger nach Plattformen, Sprachen und/oder Gebiet als einen Weg der Finanzierung in einem sehr frühen Projektstadium zu mobilisieren. Der Vorabverkauf von Rechten ermöglicht es, hohe Vorproduktionskosten zu decken, und stellt häufig die Sicherheit für ein Darlehen einer Bank dar. Diese Verkäufe plus private Investitionen, Subventionen und Spitzenfinanzierung durch eine Bank komplettieren oftmals das Finanzierungspaket.

In einer gebietsbezogenen Vorabverkaufsvereinbarung erklärt sich ein Vertrieb in einem bestimmten Gebiet bereit, eine Vorauszahlung gegen eine ausgehandelte Tantieme (oder einen Pauschalpreis) nach Fertigstellung und Auslieferung des Films zu leisten. Vorabverkäufe sind häufig mit Lizenzierung pro Gebiet verbunden, da finanzielle Vorleistungen durch exklusive lokale Vertriebsrechte abgesichert werden, noch bevor der Film in Produktion geht. Diese Exklusivität sichert dem Vertrieb die Möglichkeit, jede einzelne Investition zu amortisieren. Wenn es um grenzüberschreitenden Vertrieb von Filmen in der EU geht, sind diese Investitionen besonders relevant, da der EU-Markt im Gegensatz zum US-Markt aufgrund unterschiedlicher Sprachen, Kulturen und Vorlieben des Publikums heterogen und stark fragmentiert ist und es erforderlich macht, dass sich Vertriebe unterschiedlichen nationalen Eigenheiten anpassen und spezielle Vermarktungs- und Vertriebsanstrengungen in allen Bereichen wie Werbung, Untertitel und Synchronisation etc. unternehmen.

Nach Angaben von Produzenten und Vertrieb⁴⁰ ermöglichen und fördern die Vorabinvestitionen von Vertrieb und Verlegern durch Vorabverkäufe und strategische Allianzen den Vertrieb europäischer Filme über nationale Grenzen hinweg. Die erforderliche Sachkenntnis wie man Filme einem ausländischen Publikum nahebringt, wie ihre Vertriebsstrategien für jeden Film anzupassen sind und wie man ihren Umlauf fördern kann ist hier vorhanden. Andere Experten⁴¹ sind der Ansicht,

³⁷ WIPO, siehe oben Fußnote 1.

³⁸ Staatliche Filmförderungssysteme beziehen sich hauptsächlich auf einen gebietsbezogenen Ansatz, da sie in direktem Zusammenhang mit den Kasseneinnahmen in Kinos auf dem inländischen Markt stehen.

³⁹ Häufig als Teil eines steuerbegünstigten Programms wie zum Beispiel SOFICA in Frankreich.

⁴⁰ Siehe zum Beispiel die Haltung von Organisationen, die diesen Sektor vertreten, im Dialog „Lizenzen für ganz Europa“ oder die Antworten auf die öffentliche Konsultation zur Überprüfung der Regeln zum EU-Urheberrecht, http://ec.europa.eu/internal_market/consultations/2013/copyright-rules/docs/contributions/consultation-report_en.pdf.

⁴¹ Siehe Ranaivosom H., De Vinck S., Van Rompuy B., Analysis of the legal rules for exploitation windows and commercial practices in EU Member States and of the importance of exploitation windows for new business practices, Abschlussbericht, Untersuchung von iMinds and Smit für die Europäische Kommission Generaldirektion Kommunikationsnetze, Inhalte und Technologien, http://ec.europa.eu/information_society/newsroom/cf/dae/document.cfm?doc_id=6354.



da Vorabverkäufe mit dem Wert verknüpft sind, der mit dem Film in jedem Startfenster generiert werden kann, können sich die Charakteristika dieses Organisationsprinzips in Zukunft aufgrund neuer Interessenträger und neuer audiovisueller Bereitstellungsmodelle in mehreren Gebieten, insbesondere durch Abrufplattformen, weiter entwickeln.

1.2.1.3. Fallstudien

Nach Angaben der *Independent Film & Television Alliance*⁴² veranschaulichen einige interessante Fallstudien zur Finanzierung jüngster europäischer Filme die Bedeutung von Vorabverkäufen und exklusiver gebietsbezogener Lizenzierung bei Strategien zur Filmfinanzierung.

■ The Cut

Das Beispiel des europäischen Films *The Cut* veranschaulicht, wie essenziell der Vertrieb in mehreren Gebieten bei der Planung und Finanzierung ehrgeiziger Projekte im Ansatz europäischer Filmproduzenten ist. Er erfordert die aktive Zusammenarbeit nationaler Filmvertreiber in ganz Europa.

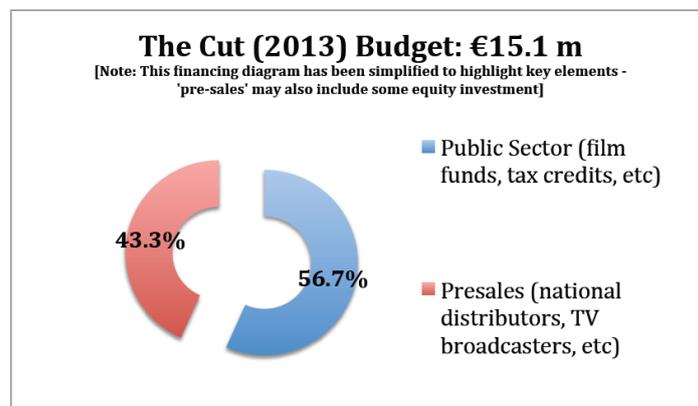
The Cut des deutschen Filmregisseurs türkischer Abstammung Fatih Akin erzählt eine weit ausholende Geschichte über das vorige Jahrhundert als ein Zeitalter gewalttätiger Vertreibung, Exil und Verlust. Wie im IFTA-Bericht dargelegt, „kombiniert [*The Cut*] zwei Herausforderungen, die Filmgesellschaften mit Sitz in der EU, die sich einem kulturell bedeutsamen Kino verpflichtet haben, wohlbekannt sind“. Einerseits behandelt der Film ein ernstes Thema und zeigt keine bekannten internationalen Stars, was seine kommerzielle Attraktivität schmälert. Andererseits erfordert eine derartige epische Erzählung ein immenses Budget (EUR 15,1 Mio.), was die Produzenten verpflichtet, beträchtliches Arbeitskapital zu sichern, um die kreative Entwicklung als unabdingbare Voraussetzung für die Mobilisierung von Produktionsinvestitionen in das Projekt zu finanzieren - über EUR 900.000 an Entwicklungskosten vor Produktionsstart.

Die Finanzierung war das Ergebnis einer offiziellen Koproduktionsvereinbarung zwischen einer deutschen Gesellschaft und einer französischen Filmproduktions- und -vertriebsgesellschaft. Somit war staatliche Förderung in beiden Ländern verfügbar und betrug rund 46% des Gesamtbudgets, wobei der Filmförderungsfonds des Europarats *Eurimages* weitere 5% beisteuerte. Beiträge aus dem Vorabverkauf gebietsbezogener Exklusivrechte an *The Cut* einschließlich Fernsehrechten ermöglichten es insgesamt, mehr als 43% des Produktionsbudgets abzudecken. Genauer gesagt gab es für *The Cut* Vertriebsgarantien in einem Dutzend europäischer Länder, bevor der Film überhaupt fertig war.

⁴² Independent Film and Television Alliance, "Case studies on the financing of recent European films", Juni 2015 (noch unveröffentlicht).



Schaubild 1 – “The Cut”

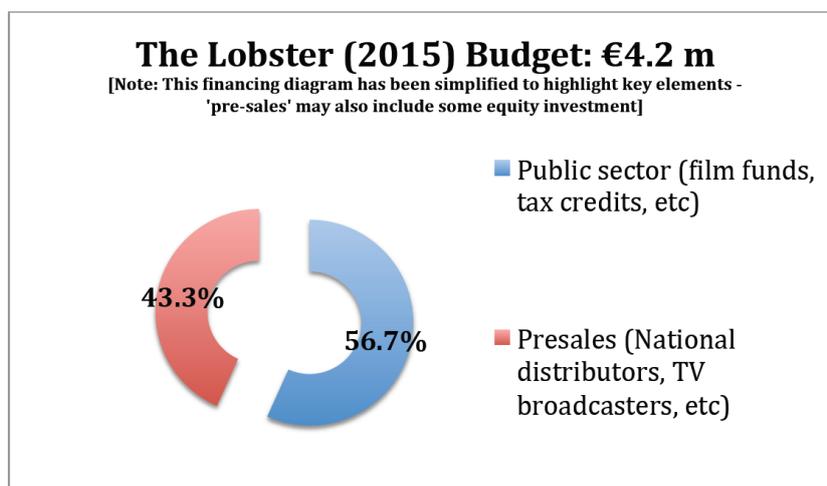


Quelle: IFTA Case Studies on the financing of recent European films, S. 3

■ The Lobster

The Lobster von Filmregisseur Yorgos Lanthimos ist ein ehrgeiziger Science-Fiction-Fantasy-Film, der unter elf europäischen Filmen für den Hauptwettbewerb beim Filmfestival von Cannes 2015 ausgewählt wurde, wo er den Preis der Jury gewann. Sein Budget von EUR 4,2 Mio. wurde mit einem komplexen Mix aus öffentlicher nationaler und europäischer Förderung und dem Vorabverkauf gebietsbezogener Exklusivrechte an Vertriebe und Fernsehsender auf dem europäischen und weltweiten Markt gedeckt. Im Einzelnen wurden laut IFTA-Bericht 36% des endgültigen Budgets für *The Lobster* aus solchen Verkäufen gedeckt. Weitere 20% kamen vom internationalen Filmvertrieb *Sony Pictures Worldwide Acquisition*, der eine Mindestgaranziezahlung des angenommenen Wertes der Lizenzierung von Vertriebsrechten an nationale Vertriebe in der EU und der Welt insgesamt leistete. Zusätzliche 4% waren ein Beitrag der französischen Pay-TV-Plattform Canal+ gegen exklusive Pay-TV-Rechte bei ihrem französischen Dienst. Schließlich kamen noch 12% aus einer vergleichbaren Vereinbarung mit dem britischen frei empfangbaren Filmkanal Film4 für Exklusivrechte für Großbritannien.

Schaubild 2 – “The Lobster”



Quelle: IFTA Case Studies on the financing of recent European films, S. 5



1.2.1.4. Neue Geschäftsmodelle für Online-Vertrieb und Finanzierung von Filmen?

Es entstehen einige neue Geschäftsmodelle im digitalen Umfeld, die einer Betrachtung wert sind. Die EuroVoD-Plattformen⁴³ sind zum Beispiel eine Initiative von Rechteinhabern, bei der unabhängige Produzenten, Verreiber und Vertriebspartner zusammenarbeiten, um neue Vertriebskanäle für audiovisuelle Inhalte zu schaffen und neue Finanzressourcen für die Produktion europäischer Filme zur Verfügung zu stellen. Das 2010 gegründete EuroVoD ist ein Netzwerk unabhängiger europäischer Video-on-Demand-Plattformen, die sich auf Autorenfilme⁴⁴ und unabhängiges Kino spezialisieren und ein gemeinsames Managementmodell eingeführt haben, in dem kleine und mittlere Unternehmen ihre Ressourcen bündeln und Know-how austauschen, um den transnationalen Umlauf europäischer Filme zu steigern. EuroVoD bietet einen konsolidierten Katalog mit 18.000 Online-Titeln, von den jüngsten Hits des unabhängigen Kinos bis hin zu Werken aus dem Filmerbe, die Nischenmärkte in Europa bedienen und auch ein interessantes Angebot für globale Akteure und Over-the-Top-Plattformen darstellen.

Die EuroVoD-Plattformen sind in ihren nationalen Gebieten „verankert“, da sie entsprechend den Erwartungen und Bedürfnissen ihrer jeweiligen Zuschauerschaft gestaltet sind. In Bezug auf die Finanzierung europäischer Produktionen sind laut EuroVoD-Quellen Mindestgarantien bereits gängige Praxis für Verkäufe und Vorabverkäufe, und in einigen Fällen kaufen die Plattformen exklusive VoD-Rechte für 10 Jahre oder mehr (zum Beispiel *Cosmopolis* von David Cronenberg - EUR 150.000 für den fertigen Film einen Monat vor Cannes 2012 und *Au bout du conte / Under the Rainbow* – EUR 200.000 für Drehbuch und Cast). Wenngleich diese Modelle möglicherweise neue Horizonte für die Filmindustrie eröffnen, ist immer noch unklar, inwieweit sie in der Zukunft eine signifikante Rolle bei der Filmfinanzierung spielen können.

1.2.2. Das Herkunftslandprinzip und Filmfinanzierung in der EU

1.2.2.1. Überblick

Die EU-Vorschriften für die Bereitstellung audiovisueller Mediendienste in Europa stützen sich auf das Konzept der territorialen Rechtshoheit oder das Herkunftslandprinzip, das gebietsbezogene Fragen überwinden und die Schaffung eines Binnenmarktes für Fernsehdienstleistungen erleichtern sollte. Damit ist es audiovisuellen Mediendiensten erlaubt, ihre Dienste in ganz Europa anzubieten und dabei lediglich die Vorschriften des Landes einzuhalten, in dem sie ihren Sitz haben. Diese Vorschriften umfassen Themen wie die Förderung europäischer Werke, kommerzielle Kommunikation und den Jugendschutz oder Produktplatzierung. Zur Förderung europäischer Werke müssen Rundfunkveranstalter den größeren Teil ihrer Sendezeit für europäische Werke und mindestens 10% ihrer Sendezeit oder mindestens 10% ihres Sendebudgets für europäische Werke von Produzenten reservieren, die von Rundfunkveranstaltern unabhängig sind.⁴⁵ Seit 2007 haben sich audiovisuelle Abrufmediendienste darüber hinaus an der Förderung europäischer Produktionen zu beteiligen, entweder durch finanzielle Beiträge zu den regionalen Förderfonds oder durch

⁴³ Siehe EuroVoD, www.eurovod.org.

⁴⁴ Univers Cine (Frankreich), Univers Ciné (Belgien), Flimmit (Österreich), filmin (Spanien), Volta (Irland), leKino.ch (Schweiz), netcinema.bg (Bulgarien), distrify (Großbritannien).

⁴⁵ Weitere Einzelheiten siehe Art. 2.2.2.1 dieser Publikation.



Sicherstellung eines Anteils und/oder einer Herausstellung europäischer Werke in Programmkatalogen.

Da das EU-Recht die Art der Förderung europäischer Werke ins Ermessen des nationalen Rechts stellt, unterliegen audiovisuelle Akteure mehr oder weniger strengen Vorschriften ihres Sitzlandes. Die Auslegung von „Sitzland“ stützt sich auf den Standort des Hauptsitzes, den Ursprung redaktioneller Entscheidungen, auf den Standort eines wesentlichen Teils der Arbeitskräfte, die an der Umsetzung der Aktivitäten des audiovisuellen Mediendienstes beteiligt sind, und/oder die Nutzung von Satellitenkapazitäten. Während diese Auslegung bei den meisten Rundfunkveranstaltern den Ort der hauptsächlichen Tätigkeit meint, kann es für Onlinebetreiber ein rein technischer Faktor wie der Serverstandort sein, der aus steuerlichen Gründen gewählt wurde und nichts mit dem Ort der Wirtschaftstätigkeit zu tun hat.

1.2.2.2. Einige Zahlen

Auf nationaler Ebene steht es Mitgliedstaaten frei, detailliertere oder strengere Bestimmungen für Rundfunkveranstalter, Vertriebe und VoD-Anbieter unter ihrer Rechtshoheit zu erlassen.⁴⁶ Verschiedene Mitgliedstaaten haben bereits Regelungsinstrumente geschaffen, um Beiträge von Anbietern audiovisueller Abrufdienste und/oder Betreibern von Vertriebsplattformen zu verlangen oder zu fördern (zum Beispiel Belgien). Finanzielle Verpflichtungen gehen häufig mit anderen Maßnahmen wie der Verpflichtung, bestimmte Anteile europäischer Werke in Katalogen von audiovisuellen Abrufplattformen zu garantieren (zum Beispiel Spanien oder Portugal), oder Förderinstrumenten einher (zum Beispiel Französische Gemeinschaft Belgiens). Nationale Vorschriften können auch all diese Maßnahmen kombinieren und somit komplexe Mechanismen für die Förderung europäischer Produktionen entstehen lassen (zum Beispiel Frankreich).⁴⁷ Die folgende Tabelle veranschaulicht die Vielfalt der verfügbaren Modelle an direkten Produktionsinvestitionen in EU-Mitgliedstaaten.

Tabelle 3: Erfasste Pflichtbeiträge von AVMD-Anbietern und -Vertreibern

EUR Mio.

	Bezugsjahr	Kategorie der Beitragleistenden	Förderbeitrag	Direkte Produktionsinvestition	Gesamt
BE (FG)	2012	AVMD-Vertreiber (*)	1,8	2,3	4,2
DE	2013	Videovertreiber und VoD-Anbieter	17,4	k.A.	17,4
ES	2011	Pay-TV-Vertreiber (*)	k.A.	61,2	61,2
FR	2011	Abruf-AVMD	k.A.	16,1	16,1
FR	2014	Fernsehdienstvertreiber	k.A.	k.A.	k.A.
HR	2014	AVMD-Vertreiber (*)	0,5	k.A.	0,5
PL	2013	Kabelfernsehbetreiber	5,6	k.A.	5,4
PL	2013	Digitalfernsehbetreiber	12,4	k.A.	12,4

(*) Einige davon sind auch AVMD-Anbieter

Quelle: Europäische Audiovisuelle Informationsstelle

⁴⁶ Siehe auch Abs. 3.2 dieser Publikation.

⁴⁷ Weitere Einzelheiten siehe Grece C., Lange A., Schneeberger A., Valais S., siehe oben Fußnote 3.



1.2.3. Wie sind die Aussichten für die Finanzierung europäischer Filme im neuen Wirkungsgefüge?

1.2.3.1. Neue Bedrohungen für die Finanzierungsstruktur des Filmsektors

Gemäß einer Untersuchung aus dem Jahr 2013 für den französischen CNC zur Finanzierung von Kinoproduktionen und Vertrieb im digitalen Zeitalter⁴⁸ ist die Finanzierung der Spielfilmproduktion in Frankreich aus unterschiedlichen Gründen in Gefahr. Wenngleich der Bericht sich auf die spezielle Situation in Frankreich konzentriert, sind viele der vorgebrachten Gründe möglicherweise auch auf europäischer Ebene anwendbar.

Wie bereits oben beschrieben zeigt sich bei der Kinoverwertung mit weniger „Kassenschlagern“ und abnehmender Kaufkraft ein Rückgang der Besucherzahlen. Die kommerzielle Lebensdauer von Filmen scheint sich als direkte Folge der Entwicklung digitaler Vertriebstechnologien zu verkürzen. Die Präsenz vielfältiger Vertriebskanäle, die ihre Nutzung intensivieren, sowie die Fülle an Filmen im Angebot schwächen deren kommerzielle Wirkung. Wie im JRC-Bericht zu *Models of ICT Innovations, „Focus on the Cinema Sector“*,⁴⁹ gezeigt, „bedroht [darüber hinaus] das neue digitale Umfeld [...] mit der Zunahme alternativer Vertriebskanäle und Dienste, die von Anbietern bereitgestellt werden, die außerhalb des nationalen Hoheitsgebiets oder sogar außerhalb der EU ihren Sitz haben, ein Fördersystem, das sich auf Kinoeinspielergebnisse aus der inländischen Marktstruktur stützt.“

In Bezug auf Fernsehen stagnieren Einkünfte aus Pay-TV, da dieser Sektor sein Reifestadium erreicht hat und nun sein Wirtschaftsmodell anpassen muss. Parallel dazu beeinträchtigt die Wirtschaftskrise das frei empfangbare Fernsehen, dessen Werbeeinkünfte schrumpfen, nicht zuletzt wegen wachsender Konkurrenz seitens des Internets und DTT-Kanälen. Dieser Rückgang bei den Einkünften führt wiederum zu einem generellen Rückgang dessen, was Rundfunkveranstalter in Filmproduktion investieren. DTT-Kanäle gleichen diesen Verlust nicht aus.

Im Videobereich geht der DVD-Filmmarkt stets und ständig zurück, erschüttert durch Raubkopien und das Aufkommen von VoD und Nachhol-TV. Aufgrund geringerer Gewinnmargen wird dieser Rückgang nicht durch den Verkauf von Blu-ray oder durch VoD aufgefangen. Darüber hinaus hat der Auftritt globaler Akteure, die aggressive kommerzielle Methoden verfolgen, um den Markt zu durchdringen und Steueroptimierung sowie Größenvorteile zu realisieren, den VoD- und SVoD-Sektor vollständig umgekrempelt. Dadurch stehen lokale Akteure vor extremen Wettbewerbsproblemen. Diese großen Akteure wählen als Sitz in der Regel Länder, in denen es geringe oder keine Verpflichtungen gibt, in europäische Produktionen zu investieren.

Und schließlich leidet die europäische audiovisuelle Industrie weiterhin unter einem hohen Maß an Raubkopiertätigkeit, deren Auswirkungen auf die verschiedenen Märkte und insbesondere den Videomarkt immer noch schwer vorherzusagen ist.

⁴⁸ Bonnell, R., *Le financement de la production et de la distribution cinématographiques – A l'heure du numérique*, Rapport pour le CNC, Décembre 2013, www.cnc.fr/web/fr/rapports/-/ressources/4484808.

⁴⁹ Siehe oben Fußnote 33.



1.2.3.2. Grenzüberschreitende Zugänglichkeit audiovisueller Werke im digitalen Binnenmarkt

Angesichts dieses Abwärtstrends bei langfristigen Einkünften, der aus der Filmverwertung erwartet werden kann, und bei einem Rückgang der durchschnittlichen Förderung eines Films stellt die Wahrnehmung, dass gebietsbezogene Verwertung und Exklusivrechte ein potenzielles Hindernis für grenzüberschreitende Zugänglichkeit von Inhalten im digitalen Binnenmarkt darstellen könnten, den wirtschaftlichen Mechanismus der Finanzierung europäischer Filmproduktionen an sich in Frage. Gleichzeitig fordert die zunehmende Bedeutung von OTT-Akteuren die Gesetzgebung heraus, die, gestützt auf das Herkunftslandprinzip, Rundfunkveranstalter und Vertrieber verpflichtet, sich an der Finanzierung audiovisueller Produktionen zu beteiligen.

Im digitalen Umfeld wollen Abonnenten audiovisueller Online-Dienste und Konsumenten von Filmen, die von Internetdienste-Anbietern oder Web-Stores angeboten werden, auf Inhalte, die sie rechtmäßig gekauft haben, von überall und mit beliebigen Geräten zugreifen. Es sind jedoch nicht alle Online-Dienste in allen Mitgliedstaaten verfügbar, und Zugang zu Online-Diensten aus einem anderen EU-Land ist häufig unmöglich.⁵⁰ Verbraucher klagen, dass sie häufig Meldungen lesen müssen, dass ein bestimmter Inhalt oder Dienst in ihrem Land nicht verfügbar sei oder dass sie keine Inhalte ihres Heimatlandes von einem anderen EU-Land aus anhören können.⁵¹ Nach ihrer Ansicht beeinträchtigt die Aufteilung von Märkten entlang nationaler Grenzen ihre Wahlfreiheit und führt oftmals je nach Mitgliedstaat zu Preisdiskriminierung und unterschiedlichen Konditionen für dieselben Produkte. Sie berichten zudem, dass digitale Rechteverwaltung und technische Schutzmaßnahmen (DRM/TPM), die Diensteanbieter einsetzen, um gebietsbezogene Einschränkungen durchzusetzen, sie daran hindern, auf Reisen auf ihre eigenen (bezahlten) nationalen Dienste oder Produkte zuzugreifen.

Diese sogenannten Geo-Blocking-Maßnahmen beziehen sich auf Geschäftspraktiken, welche Online-Kunden daran hindern, auf ein Produkt oder einen Dienst von einer in einem anderen Mitgliedstaat angesiedelten Website zuzugreifen oder zu kaufen, oder welche sie automatisch auf eine lokale Website umleiten. Verbrauchern kann somit aufgrund ihrer IP-Adresse, ihrer postalischen Anschrift oder des Ausstellungslandes ihrer Kreditkarte ein höherer Preis für Produkte oder Dienstleistungen abverlangt werden. Geo-Blocking kann auch den Zugang von Verbrauchern zu Online-Diensten wie Fernsehkanälen, die sie in ihrem Heimatland gekauft haben, über das Internet einschränken, wenn sie im Ausland sind.

1.2.3.3. Territorialität oder grenzüberschreitende Übertragbarkeit von rechtmäßig erworbenen Inhalten?

Einige VoD-Diensteanbieter argumentieren, Geo-Blocking erkläre sich aus der Territorialität von Rechten und den Schwierigkeiten mit der Rechtklärung in unterschiedlichen Gebieten. Sie führen zudem die Vertragsklauseln in Lizenzvereinbarungen zwischen Rechteinhabern und Vertriebern und

⁵⁰ Europäische Kommission, "Report on the Responses to the Public Consultation on the Review of the EU Copyright Rules", Generaldirektion Binnenmarkt und Dienstleistung, Juli 2014, S. 5-11,

http://ec.europa.eu/internal_market/consultations/2013/copyright-rules/docs/contributions/consultation-report_en.pdf.

⁵¹ Siehe Europäische Kommission, "Report on the Responses to the Public Consultation on the Review of the EU Copyright Rules", siehe oben Fußnote 50, S. 6.



zwischen Vertreibern und Endnutzern als Ursache des Problems an. Online-Plattformen erinnern zum anderen an das Grundprinzip, welches die unternehmerische Freiheit garantiert.

Für Rechteinhaber, Filmproduzenten und Vertriebe geht es weniger um eine Urheberrechtsfrage denn um die Geschäftsmodelle der Plattformen, die nicht daran interessiert sind, überall dieselben Inhalte anzubieten. Ihrer Ansicht nach wird eine gesteigerte Übertragbarkeit von Inhalten die Frage grenzüberschreitenden Umlaufs audiovisueller Werke nicht beantworten, da dieses Thema nur einen sehr begrenzten Teil der EU-Bevölkerung betrifft. Gemäß Eurostat leben weniger als 3% der EU-Bevölkerung dauerhaft in einem anderen Mitgliedstaat als ihrem Heimatland. Dasselbe Verhältnis gilt, wenn man Mobilität unter einem Jahr berücksichtigt. Stattdessen unterstreichen Rechteinhaber, dass gebietsbezogene Lizenzierung mit exklusiven Vertrieben je Gebiet ihnen hilft, eine angemessene Finanzierung für das Vorproduktionsstadium zu sichern, und eine Investitionsrendite zu ermöglichen. Sie glauben, eine Aufhebung der Territorialität werde lediglich den großen globalen Akteuren nützen, die aufgrund ihrer starken Marktposition gesamteuropäische Lizenzvereinbarungen gegen Pauschalzahlungen anstelle von Lizenzvereinbarungen pro Gebiet abschließen können.

Rechteinhaber, einige Anbieter audiovisueller Dienste, Filmproduzenten und Rundfunkveranstalter betonen ebenfalls die Rolle, die Territorialität beim Erhalt kultureller und sprachlicher Vielfalt in Europa sowie bei der Gewährleistung einer hohen Qualität in den Filmen spielt, die Verbrauchern und Endnutzern angeboten werden. Für grenzüberschreitenden Umlauf benötigen europäische Filme abgestimmte Vertriebskampagnen, die an die einzelnen Märkte angepasst sind.⁵² Lediglich Filme, die ein globales Publikum erreichen wie amerikanische Spielfilme oder bestimmte europäische Blockbuster, mögen eine Ausnahme bilden. Die europäische Filmindustrie fürchtet daher, dass eine Aufhebung der Territorialität hauptsächlich den großen Plattformen zugute käme und zu mehr Konzentration zum Nachteil von kultureller Vielfalt führen würde.

⁵² KEA & Mines Paris Tech (2010), *Multi-Territory Licensing of Audiovisual Works in the European Union*, S. 30, www.keanet.eu/docs/mtl%20-%20full%20report%20en.pdf.



2. Internationaler und EU-spezifischer Rechtsrahmen

2.1. Territorialität und Urheberrecht

Der Grundsatz der Territorialität im Urheberrecht bedeutet im Wesentlichen, dass jedes Land das Urheberrecht innerhalb des durch internationale Vereinbarungen und einschlägige EU-Richtlinien vorgegebenen Rahmens unterschiedlich regeln kann. Die urheberrechtlichen Bestimmungen können somit von Mitgliedsland zu Mitgliedsland variieren. Entscheidend kommt im Zusammenhang dieser Veröffentlichung hinzu, dass die Rechteinhaber nach diesem Grundsatz das Recht haben, gebietsbezogene Lizenzen an Lizenznehmer in verschiedenen Ländern zu vergeben (aber nicht dazu verpflichtet sind).

Dieses Prinzip dürfte eine Ausnahme der in den EU-Verträgen enthaltenen Dienstleistungsfreiheit darstellen. Kritiker dieses Prinzips machen geltend, dass sich dadurch die Transaktions- und Durchsetzungskosten für Urheber, Rechteinhaber und Nutzer gleichermaßen erhöhen, da die territoriale Fragmentierung dazu führt, dass diejenigen, die EU-weit ein Angebot von Inhalten bereitstellen wollen, Mehrfachlizenzen benötigen. Darüber hinaus, so meinen diese Kritiker, können unterschiedliche einzelstaatliche Regelungen - insbesondere Einschränkungen und Ausnahmen - zusätzliche Rechtskosten verursachen und zu Rechtsunsicherheit führen.⁵³ Schließlich kann die Nutzung eines Urheberrechts in konkreten Fällen zu wettbewerbsrechtlichen Fragen führen. Wie in Kapitel 1 ausgeführt sind verschiedene Akteure der audiovisuellen Industrie der Auffassung, dass die Möglichkeit der Vergabe gebietsbezogener Lizenzen für die Finanzierung europäischer audiovisueller Werke von grundlegender Bedeutung ist.

2.1.1. Der Binnenmarkt und die Dienstleistungsfreiheit

Der EU-Binnenmarkt beruht auf den sogenannten „vier Freiheiten“, die in den EU-Verträgen verankert sind: den freien Verkehr von Personen, Waren, Dienstleistungen und Kapital. Für den audiovisuellen Sektor ist von den genannten Freiheiten die Dienstleistungsfreiheit (in Verbindung mit der Niederlassungsfreiheit) die wichtigste.

Artikel 56 des Vertrags über die Arbeitsweise der Europäischen Union (AEUV)⁵⁴ enthält ein allgemeines Verbot von Beschränkungen des freien Dienstleistungsverkehrs in der Union für

⁵³ Siehe z.B. Hugenholtz, P.B., „Copyright Territoriality in the European Union“, Note, 2010, PE 419.621, [www.europarl.europa.eu/RegData/etudes/note/join/2010/419621/IPOL-JURI_NT\(2010\)419621_EN.pdf](http://www.europarl.europa.eu/RegData/etudes/note/join/2010/419621/IPOL-JURI_NT(2010)419621_EN.pdf).

⁵⁴ Konsolidierte Fassung des Vertrags über die Arbeitsweise der Europäischen Union:



Angehörige von Mitgliedstaaten, die in einem anderen Mitgliedstaat als demjenigen des Leistungsempfängers ansässig sind. In Art. 49 AEUV ist ein allgemeines Verbot der Beschränkung der freien Niederlassung von Staatsangehörigen eines Mitgliedstaats im Hoheitsgebiet eines anderen Mitgliedstaats vorgesehen. Das Gleiche gilt für Beschränkungen bei der Gründung von Agenturen, Zweigniederlassungen oder Tochtergesellschaften durch Angehörige eines Mitgliedstaats, die im Hoheitsgebiet eines Mitgliedstaats ansässig sind.

Die EU-Dienstleistungsrichtlinie (DLR)⁵⁵ ist das wichtigste EU-Rechtsinstrument zur Durchsetzung der Dienstleistungs- und der Niederlassungsfreiheit. Die Richtlinie zielt darauf ab, das volle Potenzial der Dienstleistungsmärkte in Europa durch den Abbau von juristischen und verwaltungstechnischen Hindernissen für den Handel zu nutzen. Doch die Dienstleistungsrichtlinie findet auf „audiovisuelle Dienste, auch im Kino- und Filmbereich, ungeachtet der Art ihrer Herstellung, Verbreitung und Ausstrahlung, und Rundfunk“ keine Anwendung (Art. 2 (2) g) DLR).

In Bezug auf das Urheberrecht im Allgemeinen gelten die in Art. 16 DLR⁵⁶ enthaltenen Bestimmungen für die Dienstleistungsfreiheit - u.a. - nicht für Urheberrechte und verwandte Schutzrechte (Art. 17 (11)), wodurch der Grundsatz der Territorialität im Urheberrecht bestätigt wird. Hinzu kommt, dass es den Mitgliedstaaten unbenommen bleibt, aus Gründen der öffentlichen Ordnung, der öffentlichen Sicherheit, der öffentlichen Gesundheit oder des Schutzes der Umwelt Anforderungen in Bezug auf die Erbringung einer Dienstleistung zu stellen (Art. 16 (3) DLR). Erwägungsgrund 40 DLR enthält eine lange Aufzählung „der zwingenden Gründe des Allgemeininteresses“, in der u.a. genannt sind: Schutz des geistigen Eigentums, kulturpolitische Zielsetzungen, Gewährleistung eines hohen Bildungsniveaus, Wahrung der Pressevielfalt und Förderung der Nationalsprache sowie Wahrung des nationalen historischen und künstlerischen Erbes.

Die Dienstleistungsrichtlinie schützt auch die Rechte der Dienstleistungsempfänger. Artikel 20 DLR verbietet diskriminierende Anforderungen, die auf der Staatsangehörigkeit oder dem Wohnsitz des Empfängers der Dienstleistung beruhen. Darüber hinaus haben die Mitgliedstaaten sicherzustellen, dass die allgemeinen Bedingungen für den Zugang zu einer Dienstleistung, die der Dienstleistungserbringer bekannt gemacht hat, keine auf der Staatsangehörigkeit oder dem Wohnsitz des Dienstleistungsempfängers beruhenden diskriminierenden Bestimmungen enthalten. Unterschiede bei den Zugangsbedingungen sind jedoch zulässig, wenn die Unterschiede unmittelbar durch objektive Kriterien gerechtfertigt sind. Nach Auffassung der Europäischen Kommission⁵⁷ ist ein objektiver Grund, der es verbietet, eine Dienstleistung in einem bestimmten Hoheitsgebiet anzubieten, das Fehlen der Genehmigung seitens der Inhaber der Rechte für das fragliche Gebiet. Andere Gründe - insbesondere Gründe, die nicht in Verbindung mit dem Urheberrecht stehen - müssten von Fall zu Fall zu rechtfertigen sein. Doch - wie oben ausgeführt - gilt die

<http://eur-lex.europa.eu/legal-content/en/ALL/?uri=CELEX:12012E/TXT>.

⁵⁵ Richtlinie 2006/123/EG des Europäischen Parlaments und des Rates vom 12. Dezember 2006 über Dienstleistungen im Binnenmarkt <http://eur-lex.europa.eu/legal-content/EN/ALL/?uri=CELEX:32006L0123>.

⁵⁶ Art. 16 DLR enthält eine Liste der Grundsätze, die von den Mitgliedstaaten bei der Aufnahme oder Ausübung einer Dienstleistungstätigkeit in ihrem Hoheitsgebiet einzuhalten sind (Nicht-Diskriminierung, Erforderlichkeit und Verhältnismäßigkeit). Im Artikel sind ferner Anforderungen genannt, die im Hinblick auf Dienstleistungserbringer, die in einem anderen Mitgliedstaat niedergelassen sind, unzulässig sind.

⁵⁷ Arbeitsunterlage der Kommissionsdienststellen, Erstellung eines Leitfadens für die Anwendung von Artikel 20 Absatz 2 der Richtlinie 2006/123/EG über Dienstleistungen im Binnenmarkt („die Dienstleistungsrichtlinie“), http://ec.europa.eu/internal_market/services/docs/services-dir/implementation/report/SWP_article20.2_de.pdf.



Dienstleistungsrichtlinie in ihrer jetzigen Fassung nicht für audiovisuelle und kinematografische Dienste.⁵⁸

2.1.2. Der Territorialitätsgrundsatz im Urheberrecht

2.1.2.1. Territorialität im Urheberrecht und internationale Verträge

Der Territorialitätsgrundsatz im Urheberrecht hat eine lange Geschichte. Bis zum 19. Jahrhundert war der Schutz der Urheberrechte eine rein nationale Angelegenheit. Ein Werk, das in einem bestimmten Land unter urheberrechtlichem Schutz stand, war in einem anderen Land nicht unbedingt geschützt. Dies führte dazu, dass z.B. Bücher britischer Autoren in anderen europäischen Ländern und insbesondere in den USA ohne Genehmigung und ohne Vergütung nachgedruckt wurden.⁵⁹ Im Verlauf des 19. Jahrhunderts wurden auf bilateraler Ebene verschiedene Versuche unternommen, dieses Problem zu lösen,⁶⁰ doch erst mit der Annahme der Berner Übereinkunft zum Schutze von Werken der Literatur und der Kunst⁶¹ kam es zu einer wirklich multilateralen Lösung auf internationaler Ebene.

Das Berner Übereinkommen geht vom Grundsatz der Inländerbehandlung aus, wobei die territoriale Anwendung des Regulierungsrahmens auf Angehörige von Ländern, die dem Übereinkommen beigetreten sind, ausgedehnt wird. Nach Artikel 5 (2) sind der Genuss und die Ausübung der Rechte „unabhängig vom Bestehen des Schutzes im Ursprungsland des Werkes geschützt. Infolgedessen richten sich der Umfang des Schutzes sowie die dem Urheber zur Wahrung seiner Rechte zustehenden Rechtsbehelfe ausschließlich nach den Rechtsvorschriften des Landes, in dem der Schutz beansprucht wird, soweit diese Übereinkunft nichts anderes bestimmt.“ Das Übereinkommen sieht für Urheber einen Mindestkatalog an Rechten vor, die von den Staaten anzuerkennen sind, womit der Urheberrechtsschutz auf Gebiete im Ausland ausgeweitet wird.⁶² Dennoch ist es so, dass der Schutz jedes einzelnen Mitgliedsstaats des Übereinkommens lediglich für das eigene Hoheitsgebiet gewährt wird.

Zu Beginn der zweiten Hälfte des 20. Jahrhunderts wurden im Zuge des Aufkommens neuer globaler Akteure (insbesondere China) Fragen des geistigen Eigentums Gegenstand von Handelsgesprächen. Es begann zunächst mit einer Reihe von Freihandelsabkommen auf bilateraler Ebene zwischen den USA und einigen ostasiatischen und osteuropäischen Staaten, in denen sich die Parteien gegen Gewährung bestimmter Handelsvorteile zu einem hohen Schutzniveau bei geistigen Eigentumsrechten verpflichteten.⁶³ In der Folge wurde der wirksame internationale Schutz geistiger

⁵⁸ Unter 6.1.1.2. dieser Veröffentlichung sind die von der Europäischen Kommission angekündigten Maßnahmen beschrieben, die zu einer Änderung der DLR führen könnten.

⁵⁹ Zum Kampf von Charles Dickens gegen unrechtmäßige Veröffentlichungen seiner Bücher in den USA siehe z.B. Allingham P.V., „Dickens's 1842 Reading Tour: Launching the Copyright Question in Tempestuous Seas“, www.victorianweb.org/authors/dickens/pva/pva75.html.

⁶⁰ Siehe Drahos P., „The universality of intellectual property rights: origins and development“, www.wipo.int/edocs/mdocs/tk/en/wipo_unhchr_ip_pnl_98/wipo_unhchr_ip_pnl_98_1.pdf.

⁶¹ Berner Übereinkommen zum Schutz von Werken der Literatur und Kunst vom 9. September 1886 (mit Vertragsnachträgen) www.wipo.int/treaties/en/text.jsp?file_id=283698

⁶² Triaille J-P., (Hrsg.), „Study on the application of Directive 2001/29/EC on copyright and related rights in the information society“, S. 46, http://ec.europa.eu/internal_market/copyright/docs/studies/131216_study_en.pdf.

⁶³ Kur A., Dreier T, European intellectual property law, Text, cases & materials, (Edward Elgar, USA 2013).



Eigentumsrechte Gegenstand von Verhandlungen der Uruguay-Runde im GATT⁶⁴, nachdem es durch immer mehr Produktnachahmungen und -piraterie zu Verzerrungen der internationalen Handelsströme gekommen war. Bei Abschluss des WTO-Abkommens 1994 in Marrakesch wurde das Abkommen über handelsbezogene Aspekte der Rechte des geistigen Eigentums (TRIPS-Abkommen) integrierender Bestandteil des Vertrags.⁶⁵

TRIPS führte im Vergleich zu den Anforderungen des Berner Übereinkommens zu deutlich verbesserten Standards für den international verbindlichen Schutz von geistigen Eigentumsrechten und sah neue Auflagen vor. Im Besonderen wurde der Grundsatz der Inlandsbehandlung durch Artikel 3 des TRIPS-Abkommens gestärkt und durch das Meistbegünstigungsprinzip ergänzt, wonach Mitgliedstaaten Handelsvorteile, die sie bestimmten Handelspartnern gewährt haben, auch für andere Partner des Abkommens gelten müssen. Teil III von TRIPS enthält eine detaillierte Beschreibung der Pflichten der WTO-Mitgliedstaaten im Hinblick auf eine wirksame Durchsetzung in den Bereichen Zivil- und Verwaltungsverfahren, einstweilige Maßnahmen, Maßnahmen an den Grenzen sowie Strafverfahren.

Weitere Verträge, die auf Ebene der WIPO angenommen worden sind - wie der WCT⁶⁶ und WPPT⁶⁷ Vertrag - sowie internationale Vereinbarungen, mit denen das Urheberrecht und die verwandten Schutzrechte an die Anforderungen der Digitalisierung und des Internet angepasst wurden, gehen von diesem Territorialitätsprinzip aus. Der Europäische Gerichtshof (EuGH) hat dieses Prinzip in mehreren Urteilen bestätigt.⁶⁸

2.1.2.2. Territorialität im Urheberrecht in der EU

Obwohl das Urheberrecht eigentlich eine Sache der Mitgliedstaaten ist, gibt es seit Ende der 1980er Jahre in der EU Bemühungen, bestimmte Aspekte des Urheberrechts und der verwandten Schutzrechte durch Richtlinien zu mehreren urheberrechtlich relevanten Aspekten zu harmonisieren.⁶⁹ Die im Hinblick auf die Nutzung audiovisueller Werke wichtigste Richtlinie ist die Richtlinie über die Harmonisierung bestimmter Aspekte des Urheberrechts und verwandter Schutzrechte in der Informationsgesellschaft (InfoSoc-Richtlinie).⁷⁰ Diese Richtlinie hat den Zweck, die Gesetzgebung im Bereich Urheberrecht und verwandter Schutzrechte an die technologische Entwicklung anzupassen und die sich aus den WCT- und WPPT-Verträgen ergebenden wichtigsten internationalen Anforderungen in EU-Recht umzusetzen. Sie harmonisiert die Rechte hinsichtlich Vervielfältigung, Vertrieb, öffentliche Wiedergabe sowie den Rechtsschutz durch Kopierschutzvorrichtungen und Systeme zur Verwaltung von Rechten. Ein weiterer sehr wichtiger

⁶⁴ General Agreement on Tariffs and Trade (Allgemeines Zoll- und Handelsabkommen); siehe unter 2.2.1.1. dieser Veröffentlichung.

⁶⁵ TRIPS ist Anhang 1 C des WTO-Abkommens.

⁶⁶ WIPO Copyright Treaty (WIPO-Urheberrechtsvertrag) (am 20. Dezember 1996 in Genf angenommen), www.wipo.int/treaties/en/text.jsp?file_id=295166.

⁶⁷ WIPO Performances and Phonograms Treaty (WIPO-Vertrag über Darbietungen und Tonträger) (am 20. Dezember 1996 in Genf angenommen): www.wipo.int/treaties/en/text.jsp?file_id=295578.

⁶⁸ Siehe unter 5.1.1. dieser Veröffentlichung.

⁶⁹ Siehe: The EU legal framework ("acquis"), http://ec.europa.eu/internal_market/copyright/acquis/index_en.htm.

⁷⁰ 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, <http://eur-lex.europa.eu/legal-content/EN/ALL/?uri=celex:32001L0029>



Rechtsakt ist die sog. Kabel- und Satellitenrichtlinie,⁷¹ die den Zweck hat, die grenzüberschreitende Übertragung audiovisueller Programme - insbesondere über Kabel und Satellit - zu erleichtern.

Im EU-Recht ist der Grundsatz der Territorialität im Urheberrecht nur in zwei Aspekten eingeschränkt. Zum einen führt die Kabel- und Satellitenrichtlinie den „Ursprungsland-Grundsatz“ für die öffentliche Wiedergabe über Satellit ein. Doch die Anwendung dieses Grundsatzes kann (und wird in der Regel) durch vertraglich vereinbarte Lizenzierungsverfahren und Verschlüsselungstechniken umgangen.⁷² Zum anderen führt die InfoSoc-Richtlinie den Grundsatz der „Erschöpfung“ des Verbreitungsrechts ein. Dieser Grundsatz gilt nur für die Verbreitung eines in einem Gegenstand verkörperten Werks; d.h. es gilt nicht für z.B. das Recht der öffentlichen Wiedergabe von Werken und das Recht der öffentlichen Zugänglichmachung.⁷³ Somit überwiegt im Wesentlichen das Territorialitätsprinzip, und Diensteanbieter, die z.B. in mehr als in einem Mitgliedstaat urheberrechtliche Werke online anbieten, benötigen Lizenzen, die sämtliche Länder abdecken. Wenn alle Rechteinhaber, die an der Entstehung des Werks beteiligt sind, über die notwendigen Rechte für alle Länder verfügen, ist dies unproblematisch. Im nationalen oder EU-Recht gibt es keine Bestimmung, die dagegen spricht, dass ein Film- oder Musikproduzent eine Mehrgebietslizenz für mehr als ein Land gewährt, sofern er über die entsprechenden Rechte verfügt. Soweit die Theorie. In der Praxis werden die Rechte an audiovisuellen Werken in der Regel von den Produzenten vorab an nationale Verleiher verkauft, um die Produktion des fraglichen Werks zu finanzieren⁷⁴, und im Falle von Musikwerken werden die Rechte von nationalen Verwertungsgesellschaften wahrgenommen, die eine bedeutende Rolle spielen.

Inhaber von Rechten an Musikwerken beauftragen Verwertungsgesellschaften mit der Verwaltung ihrer Rechte; diese Gesellschaften schließen Gegenseitigkeitsvereinbarungen, so dass jede Verwertungsgesellschaft im Gebiet ihrer Niederlassung Mehrgebietslizenzen anbieten kann.⁷⁵ Auf EU-Ebene stellt die Annahme der Richtlinie über die kollektive Wahrnehmung von Urheber- und verwandten Schutzrechten⁷⁶ den letzten Versuch dar, einzelstaatliche Hindernisse, die einer freien Bereitstellung urheberrechtlich geschützter Werke online im Wege stehen, zu überwinden.⁷⁷ Sie zielt

⁷¹ Richtlinie 93/83/EWG des Rates vom 27. September 1993 zur Koordinierung bestimmter urheber- und leistungsschutzrechtlicher Vorschriften betreffend Satellitenrundfunk und Kabelverbreitung, <http://eur-lex.europa.eu/legal-content/EN/ALL/?uri=CELEX:31993L0083>.

⁷² Siehe Hugenholtz P.B., „SatCab Revisited (...)“, siehe oben Fußnote 3.

⁷³ Siehe Artikel 3(3) und Erwägungsgründe 28 und 29 der InfoSoc-Richtlinie.

⁷⁴ Siehe unter 1.2.1.2. dieser Veröffentlichung.

⁷⁵ Da die Verwertungsgesellschaften gem. diesen Vereinbarungen nicht die Möglichkeit hatten, EU-weite Lizenzen zu vergeben, entschied die Europäische Kommission im Jahr 2008 in einer Kartellsache gegen 24 europäische Verwertungsgesellschaften wegen wettbewerbsbeschränkendem Verhalten, da sich diese Gesellschaften nicht in der Lage sahen, Urheber und kommerzielle Nutzer außerhalb der Gebiete, in denen sie ansässig sind, zu betreuen. CISAC erhob Klage; das Gericht gelangte zu der Auffassung, dass die Kommission keinen Nachweis für eine Abstimmung zwischen den Verwertungsgesellschaften bezüglich der territorialen Reichweite der jeweils. gegenseitig erteilten Mandate erbracht hat und dass das Parallelverhalten der Verwertungsgesellschaften nicht auf Absprachen zurückgeht, sondern auf die Absicht, unbefugte Nutzung von Musikwerken wirksam zu bekämpfen. Siehe Urteil des Gerichts (Sechste Kammer) vom 12. April 2013, Rechtssache T-442/08, *International Confederation of Societies of Authors and Composers (CISAC) gegen Europäische Kommission*

<http://curia.europa.eu/juris/document/document.jsf?text=&docid=136261&pageIndex=0&doclang=en&mode=req&dir=&occ=first&part=1&cid=357698>.

⁷⁶ Richtlinie 2014/26/EU des Europäischen Parlaments und des Rates vom 26. Februar 2014 über die kollektive Wahrnehmung von Urheber- und verwandten Schutzrechten und die Vergabe von Mehrgebietslizenzen für Rechte an Musikwerken für die Online-Nutzung im Binnenmarkt, http://eur-lex.europa.eu/legal-content/EN/TXT/?uri=uriserv:OJ.L_.2014.084.01.0072.01.ENG.

⁷⁷ Die Europäische Kommission hat bereits 2005 eine Empfehlung zur Wahrnehmung von Online-Rechten von Musikwerken herausgegeben. Die Empfehlung enthält Vorschläge für Maßnahmen zur Verbesserung der EU-weiten Lizenzierung von Urheberrechten für Online-Dienste. Siehe Empfehlung 2005/737/EG der Kommission vom 18. Mai 2005 für die länderübergreifende kollektive Wahrnehmung von Urheberrechten und verwandten Schutzrechten, die für legale Online-Musikdienste benötigt werden,

<http://eur-lex.europa.eu/legal-content/EN/TXT/HTML/?uri=CELEX:32005H0737&from=EN>.



darauf ab, die Funktionsweise von Einrichtungen für die kollektive Rechtswahrnehmung durch einheitliche Standards für die Leitungsstrukturen, die Transparenz und das Finanzmanagement zu verbessern. Weitere Ziele der Richtlinie sind die Vorgabe gemeinsamer Standards für die Vergabe von Mehrgebietslizenzen durch Verwertungsgesellschaften, die Rechte von Urhebern an Musikwerken wahrnehmen, die in Online-Diensten bereitgestellt werden, sowie das Herstellen von Bedingungen, die eine Ausweitung des rechtmäßigen Online-Musikangebots ermöglichen.⁷⁸

Die audiovisuelle Industrie ist jedoch in Bezug auf kollektive Verfahren nicht so gut organisiert wie die Musikindustrie.⁷⁹ In der jüngsten Zeit gab es verschiedene Lösungsvorschläge, um den digitalen Binnenmarkt für audiovisuelle Werke voranzubringen. Einige dieser Vorschläge werden in Kapitel 4 dieser Veröffentlichung vorgestellt. Am weitesten geht ein Vorschlag, der die Einführung eines EU-Urheberrechts vorsieht. Dessen Verfechter halten dies für eine „wirklich strukturelle und konsequente Lösung, die die ungleiche Behandlung von Waren und Dienstleistungen im Bereich des Urheberrechts unmittelbar beseitigen würde“.⁸⁰ Eine konkrete Umsetzung dieses Gedankens stellt der *European Copyright Code*⁸¹ dar, der auf das Wittem-Projekt zurückgeht, einem Projekt europäischer Urheberrechtsexperten.

Der Vorschlag, ein einheitliches EU-Urheberrecht einzuführen, ist von Interessenvertretern sowohl mit Lob als auch mit Kritik⁸² bedacht worden; eine Bewertung der Chancen und der Machbarkeit ist im Rahmen dieser Veröffentlichung nicht möglich.⁸³ Dennoch der Hinweis, dass dieser Vorschlag neben vielen anderen Herausforderungen die Frage der Zuständigkeit der EU in Sachen Urheberrecht beinhaltet. Traditionell orientiert sich die EU-Zuständigkeit für die Harmonisierung des Urheberrechts und der verwandten Schutzrechte an zwei wichtigen Zielen: einem gut funktionierenden Binnenmarkt und der Verbesserung der Wettbewerbsfähigkeit der europäischen Wirtschaft.⁸⁴ Doch seit Inkrafttreten des Vertrags von Lissabon⁸⁵ hat die EU spezifische Befugnisse hinsichtlich des Schutzes geistiger Eigentumsrechte. Artikel 118 AEUV lautet: „Im Rahmen der Verwirklichung oder des Funktionierens des Binnenmarkts erlassen das Europäische Parlament und der Rat gemäß dem ordentlichen Gesetzgebungsverfahren Maßnahmen zur Schaffung europäischer Rechtstitel über einen einheitlichen Schutz der Rechte des geistigen Eigentums in der Union sowie zur Einführung von zentralisierten Zulassungs-, Koordinierungs- und Kontrollregelungen auf Unionsebene.“ Es wurde angeführt, dass Artikel 118 AEUV die EU dazu ermächtigt, nicht nur EU-weite Urheberrechtstitel einzuführen, „sondern gleichzeitig auch nationale Rechtstitel abzuschaffen,

⁷⁸ Siehe: European Commission, „Directive on collective management of copyright and related rights and multi-territorial licensing – frequently asked questions“, http://europa.eu/rapid/press-release_MEMO-14-79_en.htm.

⁷⁹ Die Rolle der Verwertungsgesellschaften im audiovisuellen Sektor in der EU ist unter 3.1.3. dieser Veröffentlichung beschrieben.

⁸⁰ Siehe Hugenholtz P.B. u.a. „The Recasting of Copyright & Related Rights for the Knowledge Economy“, Final report, http://ec.europa.eu/internal_market/copyright/docs/studies/etd2005imd195recast_report_2006.pdf.

⁸¹ Siehe www.copyrightcode.eu.

⁸² Siehe Report on the responses to the Public Consultation on the Review of the EU Copyright Rules, S. 89, http://ec.europa.eu/internal_market/consultations/2013/copyright-rules/docs/contributions/consultation-report_en.pdf.

⁸³ Eine in die Tiefe gehende kritische Würdigung des Wittem -Projekts *Copyright Code* findet sich z.B. in: Ficsor F., „The hurried idea of a ‘European Copyright Code’ in the light of the EU’s (desirable) cultural and copyright policy“, www.copyrightseesaw.net/data/documents/documents/d/9/c/d9ce1c99e3014eedd61c16279356cb93.doc.

⁸⁴ Siehe Van Echoud M., Hugenholtz P.B., Van Gompel S., Guibault L., Helberger N., „Harmonizing European Copyright Law - The Challenges of Better Lawmaking“ (Kluwer Law International, 2009) S.11.

⁸⁵ Vertrag von Lissabon zur Änderung des Vertrags über die Europäische Union und des Vertrags zur Gründung der Europäischen Gemeinschaft, unterzeichnet in Lissabon am 13. Dezember 2007, <http://eur-lex.europa.eu/legal-content/DE/TXT/?uri=CELEX:12007L/TXT>.



was notwendig wäre, um die volle Wirkung einer solchen Initiative zu erreichen und territoriale Beschränkungen zu beseitigen“.⁸⁶

Die Frage bleibt, ob ein Verzicht auf das Territorialitätsprinzip im Urheberrecht die gewünschte Wirkung hätte und zur Beseitigung territorialer Beschränkungen führen würde. Auch ohne urheberrechtliche territoriale Hemmnisse könnten die Rechteinhaber die Reichweite von Lizenzen über vertragliche Regelungen nach wie vor räumlich einschränken, wie dies bei über Satelliten verbreiteten Sendungen der Fall ist.⁸⁷ Derartige Lizenzierungspraktiken müssten jedoch den EU-Wettbewerbsregeln entsprechen.

2.1.3. Territorialität und Wettbewerbsrecht

Titel VII Kapitel 1 Abschnitt 1 des AEUV enthält die für Unternehmen geltenden Wettbewerbsregeln. Nach Artikel 101 AEUV sind Vereinbarungen zwischen Unternehmen verboten, die geeignet sind, den Handel zu beeinträchtigen. Dieses Verbot gilt für horizontale und vertikale Vereinbarungen. Eine begrenzte Ausnahme besteht für Vereinbarungen und sonstige Maßnahmen, die zur Verbesserung der Warenerzeugung oder -verteilung oder zur Förderung des technischen oder wirtschaftlichen Fortschritts beitragen, wobei der Verbraucher an dem dadurch entstehenden Gewinn angemessen zu beteiligen ist. Artikel 102 AUEV verbietet den Missbrauch einer beherrschenden Stellung z.B. durch die Erzwingung unangemessener Einkaufs- oder Verkaufspreise, die Einschränkung der Erzeugung, der Märkte oder der technischen Entwicklung zum Schaden der Verbraucher, das Herbeiführen von Wettbewerbsnachteilen für Konkurrenten, den Abschluss von Verträgen, die die Bedingung enthalten, dass die Vertragspartner zusätzliche Verpflichtungen eingehen, die in keinem Zusammenhang mit dem Vertragsgegenstand stehen.

Die Kartellrechtsverordnung⁸⁸ setzt die Artikel 101 und 102 AUEV um. Mit dieser Verordnung wurde das zentralisierte Kontrollsystem, das auf Anmeldungen und Freistellungen beruhte, durch ein System ersetzt, das die Artikel 101 und 102 AUEV unmittelbar und vollständig umsetzt. Nach Artikel 11 (6) der Kartellrechtsverordnung führt die Einleitung eines Verfahrens durch die Kommission dazu, dass die Zuständigkeit der Wettbewerbsbehörden der Mitgliedstaaten für die Einhaltung der EU-Wettbewerbsregeln im betreffenden Fall entfällt. Artikel 16 (1) enthält die Bestimmung, dass Gerichte der Mitgliedstaaten es vermeiden müssen, Entscheidungen zu erlassen, die einer Entscheidung zuwiderlaufen, die die Kommission in einem von ihr eingeleiteten Verfahren zu erlassen beabsichtigt.

Die Europäische Kommission hat die geografische Reichweite von Rundfunkmärkten hinsichtlich der Lizenzierung bzw. des Erwerbs von audiovisuellen TV-Inhalten (Filme und andere Inhalte) traditionell als staatliche oder sprachlich homogene Gebiete definiert.⁸⁹ Dies gilt insbesondere für Senderechte von sog. Premium-Filminhalten: Die Marktuntersuchungen im Fall

⁸⁶ Siehe Van Echoud M., Hugenholtz P.B., Van Gompel S., Guibault L., Helberger N. siehe oben Fußnote 84, S. 353.

⁸⁷ Siehe Hugenholtz P.B., "SatCab Revisited (...)", siehe oben Fußnote 3.

⁸⁸ Verordnung (EG) Nr. 1/2003 des Rates vom 16. Dezember 2002 zur Durchführung der in den Artikeln 81 und 82 des Vertrags niedergelegten Wettbewerbsregeln, <http://eur-lex.europa.eu/legal-content/EN/TXT/?uri=celex:32003R0001>. Siehe auch Verordnung (EG) Nr. 773/2004 der Kommission vom 7. April 2004 über die Durchführung von Verfahren auf der Grundlage der Artikel 81 und 82 EG-Vertrag, <http://eur-lex.europa.eu/legal-content/EN/ALL/?uri=CELEX:32004R0773>.

⁸⁹ Siehe Capito R.; siehe Fußnote 3.



*NewsCorp/BSkyB*⁹⁰ haben bestätigt, dass über diese Rechte nur selten gleichzeitig für unterschiedliche Gebiete verhandelt wird. Nach Angaben der Beteiligten werden Vereinbarungen über Senderechte im Allgemeinen länderbezogen ausgehandelt und abgeschlossen, wobei die einzigen Ausnahmen die Lizenzierung bezogen auf bestimmte Sprachräume (z.B. Rechte für Deutschland, Österreich und die deutschsprachigen Gebiete der Schweiz und Luxemburgs) oder bezogen auf bestimmte Gebiete mit besonderen sozio-kulturellen Gemeinsamkeiten (z.B. Skandinavien) zu sein scheinen. Als weitere Faktoren, die grenzüberschreitenden Verhandlungen bzw. länderübergreifenden Lizenzierungen im Wege stehen, wurden genannt: die Verfügbarkeit von Sprachfassungen, zeitliche Unterschiede hinsichtlich der Verfügbarkeit der Inhalte für verschiedene Gebiete sowie unterschiedliche Präferenzen der Länder/Regionen bei der Programmgestaltung.

Die Tatsache, dass Lizenzierungsvereinbarungen im Allgemeinen auf Länderbasis geschlossen werden, heißt jedoch nicht, dass sie keine wettbewerbsschädlichen Auswirkungen haben oder die Vollendung des Binnenmarktes nicht behindern können. Ein herausragendes Beispiel hierfür ist das Urteil des EuGH in den sogenannten *Premier League*-Fällen, bei denen es um einschränkende Lizenzbestimmungen ging, die für die Sender ausschließliche Live-Übertragungsrechte für Spiele der *Premier League* auf territorialer Grundlage - im Allgemeinen bezogen auf das Hoheitsgebiet eines Mitgliedstaats - vorsahen.⁹¹ Im Anschluss an das Urteil führte die Europäische Kommission 2012 Untersuchungen durch, um zu prüfen, ob Lizenzvereinbarungen für Premium-Pay-TV-Inhalte einen absoluten Gebietsschutz vorsehen, der geeignet ist, den Wettbewerb und die Vollendung des Binnenmarkts zu behindern, und der einen grenzüberschreitenden Zugang der Verbraucher zu Premium-Inhalten aus den Bereichen Sport und Film verhindert.⁹² Im Jahr 2014 leitete die Europäische Kommission ein formelles Kartellverfahren ein, um verschiedene Bestimmungen in Lizenzvereinbarungen zwischen mehreren größeren US-amerikanischen Filmstudios (Twentieth Century Fox, Warner Bros., Sony Pictures, NBCUniversal, Paramount Pictures) und den größten europäischen Pay-TV-Sendern wie BSkyB (UK), Canal Plus (F), Sky Italia (I), Sky Deutschland (D) und DTS (ES) zu überprüfen.⁹³ Dabei wollte die Kommission untersuchen, ob diese Bestimmungen die Sender daran hindern, ihre Dienstleistungen grenzüberschreitend anzubieten, z.B. weil die Sender dadurch angehalten werden, potenzielle Kunden aus anderen Mitgliedstaaten abzulehnen oder den grenzüberschreitenden Zugang zu ihren Diensten blockieren. Die Kommission prüfte, ob diese Bestimmungen für die Verbreitung über Satellit bzw. über Online-Streaming in Lizenzvereinbarungen zwischen US-amerikanischen Filmstudios und den größten europäischen Pay-TV-Sendern, die den Sendern einen „absoluten Gebietsschutz“ einräumen, möglicherweise gegen das EU-Kartellrecht verstoßen, das gem. Artikel 101 AEUV wettbewerbswidrige Vereinbarungen verbietet. Bestimmungen über einen „absoluten Gebietsschutz“ sehen für Lizenznehmer ein Verbot des aktiven und passiven Verkaufs an Gebiete anderer Lizenznehmer vor; dies gilt auch für unaufgeforderte Anfragen von Kunden aus anderen Ländern.⁹⁴ Im Zusammenhang mit diesen Kartellverfahren erging am 23. Juli 2015 eine Mitteilung der Beschwerdepunkte der Europäischen Kommission an Sky UK und die sechs großen US-Filmstudios: Disney, NBC Universal, Paramount

⁹⁰ Europäische Kommission, Entscheidung D/C(2010) 9684, Fall COMP/M.5932 - NewsCorp/BSkyB, 21. Dezember 2010, http://ec.europa.eu/competition/mergers/cases/decisions/m5932_20101221_20310_1600159_EN.pdf.

⁹¹ Dieses Urteil ist unter 5.1.2. dieser Veröffentlichung ausführlicher beschrieben.

⁹² Siehe Bericht der Kommission über die Wettbewerbspolitik 2012 (COM(2013) 257 final), Arbeitsunterlage der Kommissionsdienststellen, 7. Mai 2013, SWD(2013) 159 final, http://ec.europa.eu/competition/publications/annual_report/2012/part2_de.pdf.

⁹³ Siehe Pressemitteilung der Europäischen Kommission, „Kartellrecht: Kommission prüft Beschränkungen für die grenzüberschreitende Erbringung von Pay-TV-Diensten http://europa.eu/rapid/press-release_IP-14-15_de.htm

⁹⁴ OECD, Global Forum on Competition, „Competition issues in television and broadcasting“, www.oecd.org/daf/competition/TV-and-broadcasting2013.pdf.



Pictures, Sony, Twentieth Century Fox and Warner Bros.⁹⁵ Die Kommission vertritt darin die vorläufige Auffassung, dass sich jedes der sechs Studios bilateral mit Sky UK auf Lizenzvereinbarungen verständigt hat, die Sky UK in ihren Möglichkeiten einschränken, unangeforderten Anfragen von Verbrauchern im Ausland bezüglich seiner Pay-TV-Dienste nachzukommen - d.h. Anfragen von Verbrauchern in Mitgliedstaaten, in denen Sky UK keine aktive Verkaufsförderung oder Werbung für seine Dienste betreibt (sogenannte „passive Verkäufe“). Darüber hinaus enthalten bestimmte Vereinbarungen Klauseln, nach denen die Filmstudios sicherstellen müssen, dass in ihren Lizenzverträgen mit anderen Sendern als Sky UK festgehalten ist, dass diese Sender ihre Pay-TV-Dienste nicht im Vereinigten Königreich und in Irland anbieten dürfen. Die Kommission erinnert jedoch daran, dass der Schwerpunkt dieser kartellrechtlichen Untersuchungen ausschließlich auf den vertraglichen Beschränkungen in Vereinbarungen zwischen Filmstudios und Pay-TV-Sendern zur Einschränkung von passiven Verkäufen außerhalb des Lizenzgebiets liegt. Hinzu kommt, dass Pay-TV-Sender, die erwägen ihre Programme an Abnehmer außerhalb des Lizenzgebiets zu verkaufen, zusätzlich zu den EU-Wettbewerbsvorschriften (einschl. u.a. nationaler urheberrechtlicher Bestimmungen) die einschlägigen aufsichtsrechtlichen Bestimmungen zu berücksichtigen haben.⁹⁶

In einer weiteren kartellrechtlichen Untersuchung der Kommission jüngeren Datums geht es um den elektronischen Handel.⁹⁷ Diese sektorspezifische Untersuchung wurde am 6. Mai 2015 nach Artikel 17 der Verordnung 1/2003 eingeleitet und wird zurzeit im Rahmen der Strategie der Kommission für einen digitalen Binnenmarkt durchgeführt.⁹⁸ Die Kommission beabsichtigt, Daten über das Funktionieren des elektronischen Handels zu sammeln, um mögliche wettbewerbsrelevante Sachverhalte belegen zu können. Sie konzentriert sich dabei insbesondere auf potenzielle Hindernisse für den grenzüberschreitenden Online-Handel mit Waren und Dienstleistungen in den Bereichen, in denen der elektronische Handel am weitesten verbreitet ist (z.B. Elektronik, Bekleidung und Schuhe) - aber auch im Bereich digitaler Inhalte. Die Kommission geht davon aus, dass es für diese Entwicklung des elektronischen Handels zwischen den Mitgliedstaaten mehrere Gründe geben dürfte, darunter Sprachbarrieren, Verbraucherpräferenzen und unterschiedliche Rechtsvorschriften in den Mitgliedstaaten. Es liegen der Kommission jedoch Hinweise dafür vor, dass im elektronischen Handel tätige Unternehmen an wettbewerbswidrigen Vereinbarungen oder abgestimmten Verhaltensweisen beteiligt sein könnten bzw. ihre marktbeherrschende Stellung missbrauchen könnten. Die Kommission beabsichtigt, Mitte 2016 einen vorläufigen Bericht zu veröffentlichen. Im Anschluss daran wird eine öffentliche Konsultation über den vorläufigen Bericht durchgeführt, und danach ist die Veröffentlichung eines endgültigen Berichts geplant, der im ersten Quartal 2017 vorliegen soll.

⁹⁵ Siehe Pressemitteilung der Europäischen Kommission, „Kartellrecht: Kommission übermittelt Mitteilung der Beschwerdepunkte zur grenzübergreifenden Erbringung von Pay-TV-Diensten im Vereinigten Königreich und in Irland“ http://europa.eu/rapid/press-release_IP-15-5432_en.htm [deutsche Fassung: http://europa.eu/rapid/press-release_IP-15-5432_de.htm]

⁹⁶ Nach Angaben der Kommission ist die Dauer dieses Kartellverfahrens unbestimmt; sie hängt von verschiedenen Faktoren ab, z.B. der Komplexität der Sache, dem Umfang, in dem das betroffene Unternehmen mit der Kommission kooperiert, und der Ausübung der Verteidigungsrechte.

⁹⁷ Beschluss der Kommission vom 6. Mai 2015 über die Einleitung einer Untersuchung des elektronischen Handels nach Artikel 17 der Verordnung (EG) Nr. 1/2003 des Rates C(2015) 3026 final, http://ec.europa.eu/competition/antitrust/e-commerce_decision_de.pdf.

⁹⁸ Siehe unter 6.1.1.2. dieser Veröffentlichung.



2.2. Territorialität und audiovisuelle Mediendienste

Im Bereich der Medienregulierung ist das Konzept der Territorialität sowohl mit dem Ursprungsland als auch mit dem Bestimmungslandgrundsatz verbunden.

Mit dem Ursprungsland-Grundsatz ist sichergestellt, dass die audiovisuellen Mediendienste eines Providers, der in einem bestimmten Staat ansässig ist, in anderen Staaten frei verkehren dürfen, ohne dass dazu weitere Genehmigungen notwendig sind bzw. weitere Bestimmungen dieser Staaten eingehalten werden müssen. Jeder Versuch, diesen freien Verkehr einzuschränken, ist ein Verstoß gegen diesen Grundsatz; Entsprechendes gilt für die Auferlegung weiterer Vorgaben für den Anbieter, auf den die audiovisuellen Inhalte zurückgehen. Den Gegensatz dazu bildet das Bestimmungslandprinzip, nach dem das Land, in dem die Dienste erbracht werden, festlegt, welche Regelungen anzuwenden und welche Stellen für die Überwachung und die Durchsetzung zuständig sind.

In den EU-Regelungen gibt es unterschiedliche Ansätze, je nach Art der jeweiligen horizontalen Vorschriften. Im Falle audiovisueller Mediendienste gilt das Ursprungslandprinzip, wohingegen unter der Richtlinie über den elektronischen Handel - die für audiovisuelle Inhalte gilt, die nicht in die redaktionelle Verantwortung eines Anbieters audiovisueller Mediendienste fallen, sondern unter den Begriff „Dienste der Informationsgesellschaft“ - der Grundsatz des Bestimmungslandes Anwendung findet.

Auf internationaler Ebene ist es zumeist das Prinzip der Nicht-Diskriminierung, das den Ausschlag für die Anwendung der Regelungen des Bestimmungslandes gibt. Die konkrete Ausprägung dieses Prinzips ist der Grundsatz des Meistbegünstigungsprinzips, bei dem - unabhängig vom Ursprung des Dienstes - jedes Land bei ähnlichen Dienstangeboten von Anbietern aus einem anderen Land dieselben juristischen Rahmenregelungen anzuwenden hat.

2.2.1. Territorialitätsvorschriften für audiovisuelle Dienste auf internationaler Ebene

Auf internationaler Ebene sind audiovisuelle Dienste zumeist Gegenstand von Handelsverträgen. Da es sich um eine wirtschaftliche Tätigkeit handelt, steht die Frage des freien Verkehrs im Mittelpunkt der meisten internationalen Vereinbarungen. Parallel dazu wurden verschiedene Ausnahmen vorgesehen, nach denen auf einzelstaatlicher Ebene im Namen der Kultur spezifische Regelungen zulässig sind.⁹⁹

⁹⁹ Siehe z.B. das UNESCO-Übereinkommen über den Schutz und die Förderung der Vielfalt kultureller Ausdrucksformen; am 20. Oktober 2005 in Paris unterzeichnet, <http://unesdoc.unesco.org/images/0014/001429/142919e.pdf>. Audiovisuelle Dienste würden unter den Begriff „kulturelle Dienstleistungen“ fallen soweit sie „kulturelle Ausdrucksformen verkörpern oder übermitteln, und zwar unabhängig vom kommerziellen Wert, den sie möglicherweise haben“. Die Klausel des Übereinkommens betr. das Verhältnis zu anderen Übereinkünften ist jedoch nicht besonders logisch: Einerseits haben die Vertragsparteien nach Artikel 5 das Recht, „ihre Kulturpolitik zu formulieren und umzusetzen“, doch andererseits hat das Übereinkommen bei möglichen Konflikten mit anderen internationalen Vereinbarungen keinen Vorrang.



2.2.1.1. Der WTO-Rahmen und das Nordamerikanische Freihandelsabkommen NAFTA

Wie in den meisten internationalen Verträgen ist im Allgemeinen Zoll- und Handelsabkommen (GATT)¹⁰⁰ und im Allgemeinen Übereinkommen über den Handel mit Dienstleistungen (GATS)¹⁰¹ das Grundprinzip des Meistbegünstigungsprinzips vorgesehen.¹⁰² Während das GATT explizit Bestimmungen enthält, nach denen kinematografische Werke als feste Ausnahme vom Meistbegünstigungsprinzip betrachtet werden - wenn bestimmte Bedingungen erfüllt sind¹⁰³ -, gibt es im GATS, zu dessen Anwendungsgebiet auch audiovisuelle Mediendienste¹⁰⁴ gehören, für die Mitglieder die Möglichkeit, im Rahmen eines spezifischen Verfahrens Ausnahmen vom Meistbegünstigungsprinzip einzuführen.¹⁰⁵

Die GATT-Ausnahme und die GATS-Freistellungen¹⁰⁶ sind Schlüsselkonzepte für die Kompatibilität des WTO-Rahmens mit dem Vertrag über die Europäische Union. Aufgrund dieses Sachverhalts können die EU und somit auch ihre Mitgliedstaaten spezifische Auflagen einschl. Bestimmungen über inhaltliche Kontingente machen.

Eine Art kulturelle Ausnahmeregelung¹⁰⁷ gibt es im Nordamerikanischen Freihandelsabkommen NAFTA¹⁰⁸. Artikel 2107 enthält eine Definition von Kulturindustrien, die

¹⁰⁰ General Agreement on Tariffs and Trade (GATT), in Genf am 30. Oktober 1947 unterzeichnet, https://www.wto.org/english/docs_e/legal_e/gatt47_e.pdf.

¹⁰¹ General Agreement on Trade in Services (GATS), unterzeichnet in Marrakesch am 15. April 1994, https://www.wto.org/english/docs_e/legal_e/26-gats.pdf.

¹⁰² Zu Maßnahmen im Rahmen der WTO siehe: Herold A., „Öffentliche Filmförderung in Europa im Rahmen der WTO“, IRIS plus, Europäische Audiovisuelle Informationsstelle, Straßburg, 2003, www.obs.coe.int/documents/205595/264575/IRIS+plus+2003en3LA.pdf/846a8556-cc1e-4606-bd1a-823cbd39ec44.

¹⁰³ Artikel I des Allgemeinen Zoll- und Handelsabkommens (GATT) „Allgemeine Meistbegünstigung“ „1. Alle Vorteile, Vergünstigungen, Vorrechte oder Befreiungen, die von einem Vertragspartner für ein Erzeugnis gewährt werden, das aus irgendeinem anderen Land stammt oder für irgendein anderes Land bestimmt ist, werden sofort und bedingungslos auch auf jedes gleichartige Erzeugnis ausgedehnt, das aus den Gebieten anderer Vertragspartner stammt oder für sie bestimmt ist.“

Artikel IV GATT: Sonderbestimmungen für Kinofilme „Falls ein Vertragspartner eine inländische mengenmäßige Regelung für belichtete Kinofilme trifft oder aufrechterhält, so soll diese Regelung die Form von Spielzeitkontingenten entsprechend den folgenden Bedingungen annehmen:

a) Die Spielzeitkontingente können die Verpflichtung einschließen, während eines bestimmten Zeitraumes von wenigstens einem Jahr Filme einheimischen Ursprungs für einen Mindestteil der gesamten Spielzeit zu spielen, die für die geschäftliche Vorführung von Filmen beliebigen Ursprungs tatsächlich aufgewendet wird; diese Spielzeitkontingente sollen nach der jährlichen Spielzeit jedes Lichtspieltheaters oder nach ihrem Gegenwert festgesetzt werden.“

¹⁰⁴ Die WTO-Klassifizierung von Audiovisuellen Dienstleistungen (2 D) nach W/120 umfasst die Herstellung und den Vertrieb von Filmen und Videos, Filmprojektionsdienstleistungen, Rundfunkdienstleistungen, Rundfunkübertragungsdienstleistungen und Tonaufzeichnungen.

¹⁰⁵ Artikel II GATS: „Meistbegünstigung“

„1. Bei Maßnahmen, die unter dieses Abkommen fallen, behandelt jedes Mitglied Dienstleistungen und Erbringer von Dienstleistungen eines anderen Mitglieds unverzüglich und bedingungslos nicht weniger günstig als Dienstleistungen oder Erbringer von Dienstleistungen eines anderen Landes.

2. Ein Mitglied kann eine mit Absatz 1 nicht zu vereinbarende Maßnahme unter der Voraussetzung aufrechterhalten, dass diese Maßnahme im Anhang über Ausnahmen vom Artikel II angeführt ist und die Bestimmungen dieses Anhangs erfüllt.

(...)“

¹⁰⁶ Nähere Angaben zu Anforderungen und Ausnahmen bezüglich audiovisueller Dienstleistungen siehe:

https://www.wto.org/english/tratop_e/serv_e/audiovisual_e/audiovisual_e.htm sowie die Notiz des Sekretariats des WTO-Rats für Handel mit Dienstleistungen S/C/W/310 vom 12. Januar 2010,

[https://docs.wto.org/dol2fe/Pages/FE_Search/FE_S_S006.aspx?Query=\(%40Symbol%3d+s%2f*+and+%40Title%3d+\(audiovisual\)\)or+%40Symbol%3d+mntn.gns%2faud%2f*\)&Language=ENGLISH&Context=FomerScriptedSearch&languageUIChanged=true#](https://docs.wto.org/dol2fe/Pages/FE_Search/FE_S_S006.aspx?Query=(%40Symbol%3d+s%2f*+and+%40Title%3d+(audiovisual))or+%40Symbol%3d+mntn.gns%2faud%2f*)&Language=ENGLISH&Context=FomerScriptedSearch&languageUIChanged=true#).

¹⁰⁷ Eine kulturelle Ausnahme wurde zwar nie angenommen, doch die Diskussion im Kreise der OECD-Mitgliedstaaten darüber befand sich im Zusammenhang mit dem Entwurf des Multilateralen Investitionsabkommens (MAI) in einem fortgeschrittenen Stadium. Während der Verhandlungen gab es Bedenken hinsichtlich der Kulturwirtschaft, die zum Entwurf einer Ausnahmeklausel führte: „Nichts in diesem Abkommen darf so ausgelegt werden, dass Vertragsparteien daran gehindert werden, im Rahmen einer Politik zum Erhalt und zur



sowohl lineare (Funkdienste für den öffentlichen Direktempfang, alle Einrichtungen des Hör-, Fernseh- und Kabelrundfunks und alle Satellitenprogramme und Satellitenrundfunkdienste) als auch nicht-lineare („Produktion, Vertrieb, Verkauf oder Aufführung von Film- oder Videoaufzeichnungen“) audiovisuelle Mediendienste umfasst - neben Verlagen, Presseverlagen und Musik.¹⁰⁹

Für audiovisuelle Dienste als Teilbereich der Kulturindustrie gibt es einen spezifischen Anhang¹¹⁰, in dem die Territorialität wieder von Bedeutung ist: Die für kulturelle Ausnahmen vorgesehene Nachrangklausel im NAFTA gewährleistet, dass in den Handelsbeziehungen zwischen bestimmten Ländern die spezifischen, für die Regelung der Wirtschaftsbeziehungen angenommenen Bestimmungen gelten.

2.2.1.2. Die Transatlantische Handels- und Investitionspartnerschaft (TTIP)

Trotz der Tatsache, dass spezielle Seiten mit Inhalten zur Transatlantischen Handels- und Investitionspartnerschaft auf der Website der Europäischen Kommission eingestellt wurden¹¹¹, und abgesehen davon, dass eine Textfassung des vollständigen Abkommens¹¹² und der Vorschläge der EU zur Regelungszusammenarbeit¹¹³ an die Öffentlichkeit gelangten, liegt kein offizieller Text hinsichtlich der Behandlung der audiovisuellen Dienste in dem viel diskutierten Freihandelsabkommen zwischen der EU und den USA vor.

Die Europäische Kommission hat eine Reihe von Faktenblättern zur Verfügung gestellt. Im Faktenblatt zu Dienstleistungen steht, dass „(wir) (...) keine Verpflichtungen in Bereichen wie Film,

Förderung kultureller und sprachlicher Vielfalt Maßnahmen zur Regulierung der Investitionen ausländischer Unternehmen und der Bedingungen der Tätigkeit dieser Unternehmen zu treffen.“ Die Wirkung einer solchen Klausel hätte darin bestanden, die Grenzen des Meistbegünstigungsprinzips und der Stillstandsklausel, auf die man sich in den GATS-Verhandlungen geeinigt hatte, zu überwinden; und zwar in dem Sinne, dass es den Mitgliedern möglich gewesen wäre, differenzierte Behandlungen in Abhängigkeit vom Ursprungsland eines audiovisuellen Mediendienstes anzuwenden - insbesondere im Falle von Koproduktionsvereinbarungen. Der Entwurf des Wortlauts des MAI in der von den OECD-Ländern bis April 1998, als die Verhandlungen abgebrochen wurden, ausgehandelten Fassung: <http://www1.oecd.org/daf/mai/pdf/ng/ng987r1e.pdf>.

¹⁰⁸ Nordamerikanisches Freihandelsabkommen (NAFTA), am 17. Dezember 1992 unterzeichnet, www.sice.oas.org/Trade/NAFTA/NAFTATCE.ASP.

¹⁰⁹ Artikel 2107 NAFTA „Definitionen“

„Für Zwecke dieses Kapitels: Kulturindustrie bezeichnet Personen, die eine der folgenden Tätigkeiten ausführen:

- a) Veröffentlichung, Vertrieb oder Verkauf von Büchern, Magazinen, Zeitschriften oder Zeitungen in gedruckter oder maschinenlesbarer Form, jedoch nicht die alleinige Tätigkeit des Druckens oder des Setzens der vorstehenden Erzeugnisse;
- b) Produktion, Vertrieb, Verkauf oder Vorführung von Filmen oder Videoaufnahmen;
- c) Produktion, Vertrieb, Verkauf oder Vorführung von Musikaufnahmen in Ton oder Bild;
- d) Veröffentlichung, Vertrieb oder Verkauf von Musik in gedruckter oder maschinenlesbarer Form; oder
- e) Funkdienste für den öffentlichen Direktempfang, alle Einrichtungen des Hör-, Fernseh- und Kabelrundfunks und alle Satellitenprogramme und Satellitenrundfunkdienste.“

¹¹⁰ Nach Artikel 2106 NAFTA gilt „Anhang 2106 für Parteien, die in diesem Anhang zur Kulturindustrie aufgeführt sind“: „unbeschadet sonstiger Bestimmungen dieses Abkommens zwischen Kanada und den Vereinigten Staaten unterliegen Maßnahmen, die bezüglich der Kulturindustrie angenommen oder aufrechterhalten werden - außer in den in Artikel 302 vorgesehenen besonderen Fällen (Marktzugang - Zollabbau) - und Maßnahmen mit gleicher kommerzieller Wirkung, die als Reaktion darauf ergriffen werden, nach diesem Abkommen ausschließlich den Bestimmungen des kanadisch-amerikanischen Freihandelsabkommens. Die Rechte und Pflichten zwischen Kanada und den sonstigen Parteien bezüglich solcher Maßnahmen sind mit denen zwischen Kanada und den Vereinigten Staaten identisch.“

¹¹¹ Siehe Informationen zu TTIP, <http://ec.europa.eu/trade/policy/in-focus/ttip>.

¹¹² Geänderte Entwürfe für EU-Vorschläge zum Handel mit Dienstleistungen, Investitionen und elektronischem Handel, Text vom 3. Juli 2013, http://eu-secretdeals.info/upload/EU-Investment-Text-TTIP-v_July2nd-2013_v1.pdf.

¹¹³ Vorschlag der Europäischen Union für einen Rechtstext zum Thema „Regelungszusammenarbeit“ im TTIP; Diskussionsvorlage für die Verhandlungsrunde mit den USA vom 20.-24. April 2015, http://trade.ec.europa.eu/doclib/docs/2015/april/tradoc_153403.pdf.



Rundfunk oder Fernsehen ein(gehen). Die Mitgliedstaaten können also nach eigenem Ermessen handeln und z.B. Quoten für EU-Produktionen festlegen.“¹¹⁴ Dieser Aspekt wird in einem weiteren Faktenblatt zu Kultur weiterentwickelt: „Sowohl in multilateralen als auch bilateralen Handelsgesprächen schließt die EU bei Verpflichtungen zur Öffnung ihrer Märkte für ausländische Wettbewerber den audiovisuellen Sektor traditionell aus. Wenn es also um audiovisuelle Dienste geht, ist in fast keinem der EU-Freihandelsabkommen der Zugang ausländischer (Nicht-EU) Unternehmen zum Markt der EU oder das Recht, wie ihre EU-Partner behandelt zu werden, vorgesehen. Daher können die EU und ihre Mitgliedstaaten ausländische Anbieter audiovisueller Dienste benachteiligen. Das beste Beispiel ist das Quotensystem. Fernsehquoten wurden erstmals in der Richtlinie Fernsehen ohne Grenzen aus dem Jahr 1989 eingeführt, die 2007 zur Richtlinie über audiovisuelle Mediendiensteleistungen (AVMDR) wurde. Heute ist diese Richtlinie das wichtigste EU-weite Gesetz zur Regelung des Sektors.“¹¹⁵

Wenn Nicht-EU Unternehmen Dienste anbieten, ohne selbst in einem Mitgliedstaat ansässig zu sein, kann es auf zwei Arten zu Diskriminierungen kommen: Erstens können diese Unternehmen von positiven Maßnahmen wie dem Zugang zu Filmfondsmitteln oder steuerlichen Anreizen ausgeschlossen werden. Zweitens kann es vorkommen, dass sie nicht verpflichtet sind, Quoten einzuhalten. Im letzten Fall entsteht ein wirtschaftlicher Vorteil, der zu Bedenken hinsichtlich gleicher Rahmenbedingungen für Anbieter audiovisueller Mediendienste, die den Quotenregelungen unterworfen sind, führen könnte.

2.2.2. Territorialitätsvorschriften für audiovisuelle Dienste auf EU-Ebene

2.2.2.1. Die Richtlinie über audiovisuelle Mediendiensteleistungen (AVMDR)

Artikel 13, 16 und 17 der AVMDR schreiben für alle Anbieter audiovisueller Mediendienste vor, einen bestimmten Anteil der Sendezeit oder der Budgetmittel für europäische Werke vorzubehalten. Ausgehend vom Konzept der sog. „abgestuften Regelungsdichte“ wird in der AVMDR eine Differenzierung dieser Auflagen in Abhängigkeit der Art des Dienstes vorgenommen. Während die Vorgaben für lineare Programme¹¹⁶ stärker harmonisiert sind, haben die Mitgliedstaaten bei der

¹¹⁴ Faktenblatt zu „Dienstleistungen im TTIP“, http://trade.ec.europa.eu/doclib/docs/2015/january/tradoc_152999.2%20Services.pdf.

¹¹⁵ Faktenblatt zu „Kultur im TTIP“, http://trade.ec.europa.eu/doclib/docs/2014/july/tradoc_152670.pdf.

¹¹⁶ Artikel 16 (1) AVMDR: „Die Mitgliedstaaten tragen im Rahmen des praktisch Durchführbaren und mit angemessenen Mitteln dafür Sorge, dass die Fernsehveranstalter den Hauptanteil ihrer Sendezeit, die nicht auf Nachrichten, Sportberichten, Spielshows, Werbeleistungen, Videotextleistungen und Teleshopping entfallen, der Sendung von europäischen Werken vorbehalten. Dieser Anteil soll unter Berücksichtigung der Verantwortung der Rundfunkveranstalter gegenüber ihrem Publikum in den Bereichen Information, Bildung, Kultur und Unterhaltung schrittweise anhand geeigneter Kriterien erreicht werden.“

Artikel 17 AVMDR: Die Mitgliedstaaten tragen im Rahmen des praktisch Durchführbaren und mit angemessenen Mitteln dafür Sorge, dass Fernsehveranstalter mindestens 10 % ihrer Sendezeit, die nicht auf Nachrichten, Sportberichten, Spielshows oder Werbeleistungen, Videotextleistungen und Teleshopping entfallen, oder alternativ nach Wahl des Mitgliedstaats mindestens 10 % ihrer Haushaltsmittel für die Programmgestaltung der Sendung europäischer Werke von Herstellern vorbehalten, die von den Fernsehveranstaltern unabhängig sind. Dieser Anteil soll unter Berücksichtigung der Verantwortung der Rundfunkveranstalter gegenüber ihrem Publikum in den Bereichen Information, Bildung, Kultur und Unterhaltung schrittweise anhand geeigneter Kriterien erreicht werden. Dazu muss ein angemessener Anteil neueren Werken vorbehalten bleiben, d.h. Werken, die innerhalb eines Zeitraums von fünf Jahren nach ihrer Herstellung ausgestrahlt werden.



Festlegung der Vorgaben für Abrufdienste¹¹⁷ im Hinblick auf Beiträge zur Förderung europäischer Werke mehr Ermessensspielraum.

Zur Bestimmung, welche Regeln für welche audiovisuellen Mediendienste Anwendung finden, ist die Definition der gebietsbezogenen Zuständigkeit - d.h. welcher Mitgliedstaat darf regulieren - von grundlegender Bedeutung. Dazu wird in Artikel 2(1) AVMDR das Ursprungslandprinzip, das bei der AVMDR und bei allen EU-Bestimmungen, die auf die Gewährleistung der Freizügigkeit von Waren und Dienstleistungen im Mittelpunkt abstellen, eingeführt: „Jeder Mitgliedstaat sorgt dafür, dass alle audiovisuellen Mediendienste, die von seiner Rechtshoheit unterworfenen Mediendienste-Anbietern übertragen werden, den Vorschriften des Rechtssystems entsprechen, die auf, für die Allgemeinheit bestimmte, audiovisuelle Mediendienste in diesem Mitgliedstaat anwendbar sind.“

Bei der Auslegung dieses Artikels ist Erwägungsgrund 33 hilfreich: „Das Herkunftslandprinzip sollte als Kernbestandteil dieser Richtlinie angesehen werden, da es für die Schaffung des Binnenmarkts unverzichtbar ist. Dieses Prinzip sollte für alle audiovisuellen Mediendienste gelten, um für die Mediendienste-Anbieter die zur Entwicklung neuer Geschäftsmodelle und zur Einführung dieser Dienste erforderliche Rechtssicherheit zu schaffen. Es ist außerdem die Voraussetzung für den freien Informationsfluss und den freien Verkehr audiovisueller Programme innerhalb des Binnenmarkts.“

Die Kriterien für die Bestimmung der Rechtshoheit eines Mitgliedstaats sind in den nachfolgenden Absätzen (Artikel 2 (2) und (3) AVMDR) festgelegt; dabei sind in dieser Rangfolge zu berücksichtigen:

- der Staat, in dem der Mediendienste-Anbieter seine Hauptverwaltung hat, und in dem die redaktionellen Entscheidungen getroffen werden (wenn beides zutrifft);
- wenn nicht beides zutrifft, der Staat, in dem ein wesentlicher Teil des mit der Bereitstellung des Dienstes betrauten Personals tätig ist;
- wenn ein wesentlicher Teil des Personals in zwei Staaten tätig ist, der Staat, in dem der Mediendienste-Anbieter seine Hauptverwaltung hat;
- wenn ein wesentlicher Teil des Personals in keinem dieser beiden Staaten tätig ist, der Staat, in dem der Mediendienste-Anbieter zuerst mit seiner Tätigkeit begonnen hat, sofern eine dauerhafte und tatsächliche Verbindung mit der Wirtschaft dieses Mitgliedstaats weiter besteht.

Im Falle von Mediendiensten, die ihren Ursprung in Drittländern haben, bestehen zwei weitere Kriterien (Artikel 2 (4)):

- der Staat, in dem eine vom Diensteanbieter genutzte Satelliten-Bodenstation für die Aufwärtsstrecke gelegen ist;
- wird keine Bodenstation für die Aufwärtsstrecke verwendet, der Staat, dem die vom Diensteanbieter genutzte Satellitenkapazität gehört.

¹¹⁷ Artikel 13 (1) AVMDR: „Die Mitgliedstaaten sorgen im Rahmen des praktisch Durchführbaren und mit angemessenen Mitteln dafür, dass audiovisuelle Mediendienste auf Abruf, die von ihrer Rechtshoheit unterworfenen Mediendienste-Anbietern bereitgestellt werden, die Produktion europäischer Werke und den Zugang hierzu fördern. Diese Förderung könnte sich unter anderem auf den finanziellen Beitrag solcher Dienste zu der Produktion europäischer Werke und zum Erwerb von Rechten an europäischen Werken oder auf den Anteil und/oder die Herausstellung europäischer Werke in dem von diesem audiovisuellen Mediendienst auf Abruf angebotenen Programmkatalog beziehen.“



Ist keines dieser Kriterien erfüllt, finden nach Artikel 2 (5) AVMDR die übrigen Niederlassungskriterien nach AEUV Anwendung. Erwägungsgrund 40 hilft hier weiter. „In den Artikeln 49 bis 55 des Vertrags über die Arbeitsweise der Europäischen Union ist das grundlegende Recht der Niederlassungsfreiheit verankert. Daher sollten die Mediendienste-Anbieter im Allgemeinen frei wählen können, in welchem Mitgliedstaat sie sich niederlassen wollen.“

Die Vielzahl der Kriterien lässt auf die eindeutige Absicht schließen, den einen Mitgliedstaat zu bestimmen, der die territoriale Rechtshoheit über den betreffenden Mediendienste-Anbieter hat: „Zur Förderung einer starken, wettbewerbsfähigen und integrierten europäischen audiovisuellen Industrie und zur Stärkung des Medienpluralismus in der gesamten Union sollte jeweils nur ein Mitgliedstaat für einen Anbieter audiovisueller Mediendienste zuständig sein und sollte der Informationspluralismus ein grundlegendes Prinzip der Union sein.“ (Erwägungsgrund 34)

Wenn der Hauptzweck des Herkunftslandprinzips darin besteht, für Rechtssicherheit hinsichtlich der anzuwendenden Vorschriften für die Niederlassung von Mediendienste-Anbietern zu sorgen, ist die logische Konsequenz die Notwendigkeit der Gewährleistung, dass Dienste, die den jeweiligen Anforderungen genügen, in anderen Mitgliedstaaten frei verkehren dürfen. Dies wird in Artikel 3 (1) AVMDR weiter erläutert: „Die Mitgliedstaaten gewährleisten den freien Empfang und behindern nicht die Weiterverbreitung von audiovisuellen Mediendiensten aus anderen Mitgliedstaaten in ihrem Hoheitsgebiet aus Gründen, die Bereiche betreffen, die durch diese Richtlinie koordiniert sind.“

Zum Ausgleich des Risikos, dass die Dienste eines in einem anderen Land ansässigen Medienanbieters, die aber auch in einem anderen Mitgliedstaat zu empfangen sind, im empfangenden Land schwere und wiederholte Verstöße gegen gesetzliche Bestimmungen darstellen, ist in Artikel 3 Absatz (2) bis (6) zur Regelung solcher Fälle ein besonderes Verfahren vorgesehen, das eine Weiterverbreitung entsprechend behindert.

Da es sich hier um eine Richtlinie zur Mindestharmonisierung handelt, können die Mitgliedstaaten andererseits „Mediendienste-Anbieter, die ihrer Rechtshoheit unterworfen sind, verpflichten, strengeren oder ausführlicheren Bestimmungen in den von dieser Richtlinie koordinierten Bereichen nachzukommen, sofern diese Vorschriften im Einklang mit dem Unionsrecht stehen“. (Artikel 4 (1) AVMDR) Auch hier wieder ist in den folgenden Absätzen des Artikels ein Verfahren vorgesehen, um Konflikte im Zusammenhang mit möglichen Fällen von Umgehungen beizulegen; d.h. Mediendienste, die ihren Ursprung in einem anderen Mitgliedstaat haben, die aber ganz oder größtenteils auf das Gebiet eines anderen Mitgliedstaats ausgerichtet sind, was - in anderen Worten ausgedrückt - einen Rechtsmissbrauch darstellt.¹¹⁸

Da es sich bei den Verfahren nach Artikel 3 und 4 um Ausnahmen handelt, sind sie restriktiv auszulegen.¹¹⁹ Für Abrufdienste bestehen keine entsprechenden Bestimmungen hinsichtlich der Umgehung strengerer einzelstaatlicher Regelungen; doch gelten die vom EuGH entwickelten allgemeinen Grundsätze auch für diese Dienste.

¹¹⁸ Die Bedingungen für die Anwendung der Umgehungsverfahren wurden vom EuGH kodifiziert. Siehe Rechtssache C-212/97, *Centros Ltd gegen Erhvervs-og Selskabsstyrelsen* [1999] ECR I-1459, <http://eur-lex.europa.eu/legal-content/EN/TXT/?uri=CELEX:61997CJ0212>; Rechtssache 33/74, *Van Binsbergen gegen Bestuur van de Bedrijfsvereniging voor de Metaalnijverheid* [1974] ECR 1299, <http://eur-lex.europa.eu/legal-content/EN/TXT/?uri=CELEX:61974CJ0033>; Rechtssache C-23/93, *TV 10 SA gegen Commissariaat voor de Media* [1994] ECR I-4795, <http://eur-lex.europa.eu/legal-content/EN/TXT/?uri=CELEX:61993CJ0023>.

¹¹⁹ Siehe Anforderungen des EuGH für eine restriktive Auslegung der Ausnahme z.B. in der Rechtssache C-355/98, *Kommission gegen Belgien* [2000] ECR I-1221: <http://eur-lex.europa.eu/legal-content/EN/TXT/?uri=CELEX:61998CJ0355>; Rechtssache C-348/96, *Calfa* [1999] ECR I-11, <http://eur-lex.europa.eu/legal-content/EN/TXT/?uri=CELEX:61996CJ0348>.



Aufgrund ihres komplexen Charakters kamen diese Verfahren lediglich in einigen wenigen Fällen zur Anwendung, und die meisten Konflikte werden informell auf bilateraler Basis gelöst.¹²⁰

2.2.2.2. Die Richtlinie über den elektronischen Handel

Da audiovisuelle Inhalte über elektronische Kommunikationsnetze zur Verfügung gestellt werden, ist es in bestimmten Fällen möglich, dass die AVMDR nicht zur Anwendung kommt; insbesondere weil die Kriterien für die redaktionelle Verantwortung nicht erfüllt sind. In diesen Fällen könnten sich die Bestimmungen aus der sog. E-Commerce-Richtlinie ergeben.¹²¹

Wie bei der AVMDR gilt hier wieder das Ursprungslandprinzip. In Artikel 3(1-2) der Richtlinie heißt es: „(1) Jeder Mitgliedstaat trägt dafür Sorge, dass die Dienste der Informationsgesellschaft, die von einem in seinem Hoheitsgebiet niedergelassenen Diensteanbieter erbracht werden, den in diesem Mitgliedstaat geltenden innerstaatlichen Vorschriften entsprechen, die in den koordinierten Bereich fallen. (2) Die Mitgliedstaaten dürfen den freien Verkehr von Diensten der Informationsgesellschaft aus einem anderen Mitgliedstaat nicht aus Gründen einschränken, die in den koordinierten Bereich fallen.“

Doch im Gegensatz zur AVMDR sind in Artikel 3 (3) der E-Commerce-Richtlinie¹²² die Sektoren aufgeführt, in denen dieses Prinzip zugunsten des Bestimmungslands umgekehrt wird. Das ist der Fall für Urheberrechte, elektronisches Geld, Verbraucherschutz und kommerzielle Kommunikation.¹²³ Die Frage der Territorialität wird somit unterschiedlich je nach den zu schützenden Rechten geregelt: Im Falle von Verstößen gegen das Urheberrecht ist der Mitgliedstaat zuständig, in dem die Dienste erbracht werden; im Falle von Fragen zum Inhalt verfügt das Mitgliedsland, in dem sich der Anbieter niedergelassen hat, über das Durchgriffsrecht.

¹²⁰ Einen Überblick über mögliche Konflikte, die auf gutlichem Wege beigelegt wurden, findet sich in den Berichten über die Anwendung der AVMDR und der Richtlinie Fernsehen ohne Grenzen. <http://ec.europa.eu/digital-agenda/avmsd-application-reports>. Siehe auch das für die EPRA-Sitzung 2011 vorbereitete Hintergrunddokument, Donde M., „Terms of Reference Working Group 1: Jurisdiction“, www.epra.org/attachments/portoroz-wg1-jurisdiction-introduction.

¹²¹ Richtlinie 2000/13/EG des Europäischen Parlaments und des Rats vom 8. Juni 2000 über bestimmte rechtliche Aspekte der Dienste der Informationsgesellschaft, insbesondere des elektronischen Geschäftsverkehrs, im Binnenmarkt (Richtlinie über den elektronischen Geschäftsverkehr), ABl. L 178 <http://eur-lex.europa.eu/legal-content/EN/ALL/?uri=CELEX:32000L0031>.

¹²² Artikel 3 (3) der E-Commerce-Richtlinie: „3. „Die Absätze 1 und 2 finden keine Anwendung auf die im Anhang genannten Bereiche.“

¹²³ Anhang der E-Commerce-Richtlinie:

„Bereiche gemäß Artikel 3 Absatz 3, auf die Artikel 3 Absätze 1 und 2 keine Anwendung findet:

- Urheberrecht, verwandte Schutzrechte, Rechte im Sinne der Richtlinie 87/54/EWG(1) und der Richtlinie 96/6/EG(2) sowie gewerbliche Schutzrechte
- Ausgabe elektronischen Geldes durch Institute, auf die die Mitgliedstaaten eine der in Artikel 8 Absatz 1 der Richtlinie 2000/46/EG(3) vorgesehenen Ausnahmen angewendet haben;
- Artikel 44 Absatz 2 der Richtlinie 85/611/EWG(4);
- Artikel 30 und Titel IV der Richtlinie 92/49/EWG(5), Titel IV der Richtlinie 92/96/EWG(6) und Artikel 7 und 8 der Richtlinie 88/357/EWG(7) und Artikel 4 der Richtlinie 90/619/EWG(8);
- Freiheit der Rechtswahl für Vertragsparteien;
- vertragliche Schuldverhältnisse in Bezug auf Verbraucherverträge
- formale Gültigkeit von Verträgen, die Rechte an Immobilien begründen oder übertragen, sofern diese nach dem Recht des Mitgliedstaates, in dem sich die Immobilie befindet, zwingenden Formvorschriften unterliegen;
- Zulässigkeit nicht angeforderter kommerzieller Kommunikation mittels elektronischer Post.“



Wie bei der AVMDR sind spezifische Verfahren im Artikel 3 (4) der E-Commerce-Richtlinie vorgesehen, die es dem Empfängerland ermöglichen, die Weiterverbreitung auf seinem Hoheitsgebiet zu behindern, wenn es sich um schwere Verstöße im Zusammenhang mit „Jugendschutz, Aufstachelung zu Hass aufgrund von Rasse, Geschlecht, Religion oder Staatsangehörigkeit sowie Verletzung der Menschenwürde einzelner Personen“ handelt.

Aber auch hier sind die Verfahren sehr komplex und zeitaufwändig; u.a. dank des Bestehens eines engagierten Netzes („CPC-Network“), das sich mit möglichen Konflikten beschäftigt, gab es bisher sehr wenige einschlägige Fälle.¹²⁴

¹²⁴ Arbeitsunterlage der Kommissionsdienststellen, „Online services, including e-commerce, in the Single Market“, SEC(2011) 1641 final, 11 January 2012, http://ec.europa.eu/internal_market/e-commerce/docs/communication2012/SEC2011_1641_en.pdf.





3. Einzelstaatlicher Rechtsrahmen

3.1. Die Klärung von Rechten im audiovisuellen Sektor der EU

3.1.1. Die Besonderheiten audiovisueller Werke

Die Art der Produktion und Vermarktung audiovisueller Werke unterscheidet sich stark von anderen urheberrechtsfähigen Werken wie z.B. Musikwerken. Erstens ist eine potenziell große Anzahl von Rechteinhabern am Werk beteiligt. Je nach Land können u.a. der Drehbuchautor, der Regisseur, der Komponist der Originalmusik als Urheber in Frage kommen. Darüber hinaus kommen sämtliche mitwirkende Künstler als Inhaber verwandter Schutzrechte hinzu. Zweitens ist die Herstellung audiovisueller Werke in der Regel teurer als die Produktion von Musikwerken. Drittens bestehen für audiovisuelle Werke als Erzeugnis kulturelle Hemmnisse für den freien Verkehr (insbesondere sprachlicher Natur). Schließlich ist die audiovisuelle Industrie in Bezug auf kollektive Verfahren nicht so gut organisiert wie die Musikindustrie.

Der Produzent eines audiovisuellen Werks sollte theoretisch in der Lage sein, Mehrgebietslizenzen zu vergeben. Doch in Europa ist dies aus verschiedenen Gründen, die nicht immer rein rechtlicher Natur sind, selten der Fall. Wie in Kapitel 1 dieser Veröffentlichung dargestellt, beinhalten die in Europa verwendeten Finanzierungsverfahren zumeist den Vorabverkauf von Sende- und Onlinerechten auf Länderbasis; somit sind die Nutzungsrechte für ein bestimmtes Land bereits sehr oft im Voraus verkauft worden und liegen nicht mehr beim Produzenten. Auch bei Koproduktionen ist es üblich, dass jeder Koproduzent die Nutzungsrechte für sein jeweiliges Land erhält.¹²⁵

3.1.2. Die Klärung von Rechten und der Sonderfall von Musikrechten

Für die Produktion eines audiovisuellen Werks muss der Produzent normalerweise sämtliche für die Herstellung und Nutzung des Werks erforderlichen Rechte klären. Dazu muss er mit allen an der Produktion beteiligten kreativen Kräften (z.B. Regisseur, Kameramann, Komponist der Filmmusik, Schauspieler) sowie mit allen Inhabern von Rechten an Werken, die im Film verwendet werden (z.B. Verfasser eines Romans, der verfilmt wird), Vereinbarungen schließen. Nach diesem Prozess der Rechteklärung ist der Produzent in der Lage, mit Dritten über Lizenzabkommen für den Vertrieb und die Nutzung des Werks zu verhandeln.

¹²⁵ Siehe Enrich E., „Legal Aspects of International Film Co-Production“, Europäische Audiovisuelle Informationsstelle, Straßburg, 2005.



Die vertraglichen Vereinbarungen zwischen Produzent und den an der Produktion eines audiovisuellen Werks Beteiligten erfolgen normalerweise auf persönlicher Grundlage. Es gibt eine wichtige Ausnahme von diesem Grundsatz: musikalische Werke, die Teil eines audiovisuellen Werkes werden.¹²⁶ Hier ist der Rückgriff auf Verwertungsgesellschaften die Regel geworden.

Um einen Film mit Filmmusik auszustatten, hat ein Filmproduzent grundsätzlich zwei Möglichkeiten:

- er verwendet vorbestehende Musik wie Lieder/Songs, klassische Musik oder Produktionsmusik, oder
- er beauftragt einen Komponisten mit der Originalmusik zum Film.

Komponisten (und Musikverleger) werden durch die Synchronisationslizenzgebühr¹²⁷ vergütet, für die der Filmproduzent aufkommt, und die Plattenfirmen erhalten ein Entgelt in Form von Gebühren für Filmeinblendungsrechte (*Master Use license fee*).¹²⁸ Ansonsten bestehen die Aufgaben einzelstaatlicher Verwertungsgesellschaften darin, Lizenzen zu gewähren, Gebühren und Tantiemen für die auf verschiedene Arten in Verbindung mit dem Film genutzten Musikwerke einzuziehen und diese Mittel an die Rechteinhaber, die sie vertreten, zu verteilen.¹²⁹ Im Falle von Fernsehprogrammen erteilen die Verwertungsgesellschaften den Rundfunkveranstaltern Pauschallizenzen, um die Nutzung ihres gesamten Repertoires zu vereinfachen (nur für Zwecke der Ausstrahlung). Da Rundfunkveranstalter in ihren Programmen sehr viel Musik verwenden, wäre es sowohl für die Sender als auch für die Verwertungsgesellschaften äußerst kompliziert, über die Nutzung jedes einzelnen Musikwerks separat zu verhandeln.

In Deutschland z.B. treten Komponisten, Songwriter und Musikverleger ihre Rechte in Form von Exklusivrechten an die GEMA ab.¹³⁰ Im nachstehenden Schaubild ist der Rechtereklärungsprozess für eine deutsche Filmproduktion dargestellt:

¹²⁶ Weitere Informationen dazu siehe: Cabrera Blázquez F.J., Fußnote 3 oben.

¹²⁷ Die Synchronisationslizenz gibt dem Lizenznehmer das Recht, die Musikkomposition als Teil des Filmtons zu verwenden. Die Lizenz muss beim ursprünglichen Inhaber des Urheberrechts - d.h. dem Komponisten des Musikwerks und dem Textdichter - eingeholt werden. Da die Werke der meisten Komponisten bzw. Textdichter von Verlagen über Verlagsverträge verwaltet werden, liegen die Rechte für die Vergabe von Synchronisationslizenzen normalerweise bei den Verlagen.

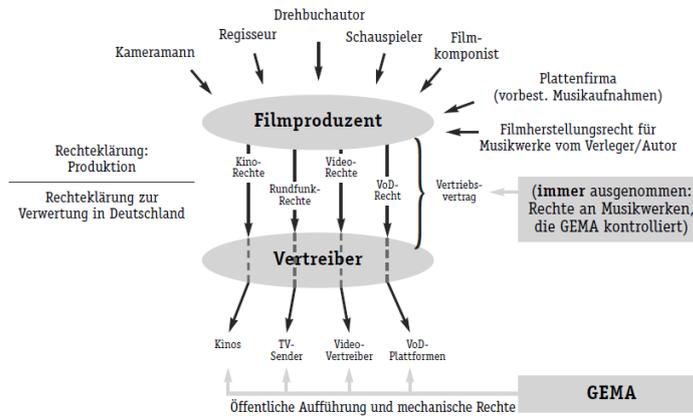
¹²⁸ Das Filmeinblendungsrecht (*master use licence*) beinhaltet das Recht, eine Tonaufzeichnung mit dem Filmtone zu verbinden, und bestimmt u.a. die Art der Nutzung der Tonaufzeichnung, die geografische Reichweite der Lizenz und ihre Dauer. Das Filmeinblendungsrecht liegt beim Produzenten der Aufzeichnung, welcher sich vorher sämtliche Rechte der an der Aufnahme beteiligten Künstler vertraglich eingeholt hat. In Fällen, in denen die ausführenden Künstler ihre Aufnahmen selbst produzieren, sind sie die Inhaber der Tonaufzeichnung.

¹²⁹ Siehe Fußnote 130.

¹³⁰ Gesellschaft für musikalische Aufführungs- und mechanische Vervielfältigungsrechte (<https://www.gema.de>). Da nicht alle Komponisten Mitglieder der GEMA sind, verwenden einige Filmproduktionen sog. „GEMA-freie Musik“. In diesen Fällen ist für die Produktion keine Genehmigung der GEMA zur Verwendung der Musik notwendig, und es fallen keine GEMA-Gebühren an. Doch nach der ständigen Rechtsprechung des Bundesgerichtshofs hat der Produzent nachzuweisen, dass die im Film verwendete Musik tatsächlich GEMA-frei ist. Ist die rechtliche Lage nicht klar, wird davon ausgegangen, dass die Musik Teil des GEMA Repertoires ist. Dies wird als GEMA-Vermutung bezeichnet.



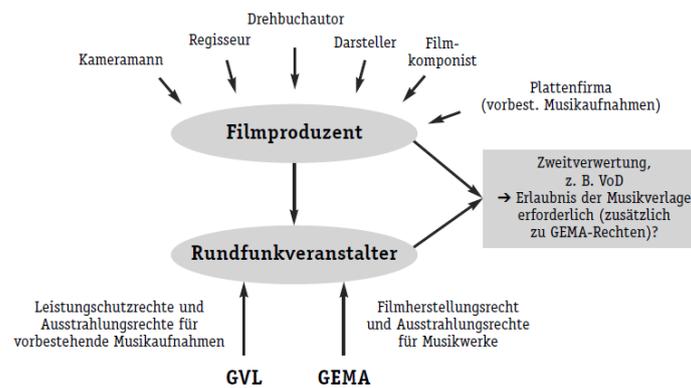
Schaubild 3 - Rechtklärungsprozess für einen deutschen Kinofilm:



Quelle: Ventroni S., Klärung der Urheberrechte und Rolle der Verwertungsgesellschaften, IRIS Spezial, Rechtliche Aspekte von Video-on-Demand, Europäische Audiovisuelle Informationsstelle, Straßburg, 2007.

Die Art der Rechtklärung für einen deutschen Fernsehfilm ist nicht die gleiche, weil die Synchronisationsrechte für die Eigen- und Auftragsproduktion der Fernsehsender sowie die Rechte für die Ausstrahlung und weitere Verwertung durch die GEMA erteilt werden, und die Leistungsschutzrechte (*master use rights*) und Ausstrahlungsrechte an den Musikaufnahmen durch eine andere Verwertungsgesellschaft, die Gesellschaft zur Verwertung von Leistungsschutzrechten (GVL), vergeben werden (also nicht durch die Plattenfirmen selbst).¹³¹

Schaubild 4 - Rechtklärungsprozess für einen deutschen Fernsehfilm



Quelle: Ventroni S., Klärung der Urheberrechte und Rolle der Verwertungsgesellschaften, IRIS Spezial, Rechtliche Aspekte von Video-on-Demand, Europäische Audiovisuelle Informationsstelle, Straßburg, 2007.

¹³¹ Werden diese Fernsehproduktionen als DVD verwertet oder auf VoD-Plattformen angeboten, ist es nach der deutschen Rechtslage nicht eindeutig (und noch nicht durch den Bundesgerichtshof entschieden), ob solche Zweitverwertungen der Genehmigung des Autors/Musikverlegers bedürfen. Siehe Ventroni S., „Klärung der Urheberrechte und Rolle der Verwertungsgesellschaften“ in Nikoltchev S. (Hrsg.), Rechtliche Aspekte von Video-on-Demand, IRIS Spezial, Europäische Audiovisuelle Informationsstelle, Straßburg, 2007, http://www.obs.coe.int/en/shop/irispecial/-/asset_publisher/A0cy/content/iris-special-2007-2?_101_INSTANCE_A0cy.



3.1.3. Die Rolle von Verwertungsgesellschaften

Die Urheber audiovisueller Werke können sich verschiedenen Organisationen zur kollektiven Vertretung ihrer Interessen anschließen: Verbänden, Zünften, Vereinigungen und/oder Verwertungsgesellschaften. Die nationalen Verwertungsgesellschaften sind von besonderer Bedeutung, weil sie im Namen ihrer Mitglieder tätig sind, mit Nutzern über die Bedingungen und die Vergütung für die Nutzung von Rechten verhandeln, Nutzungslizenzen vergeben und Lizenzgebühren vereinnahmen und verteilen.¹³² Nach der Gesellschaft Audiovisueller Autoren (*Society of Audiovisual Authors, SAA*¹³³), die die Interessen der Verwertungsgesellschaften für audiovisuelle Autoren und ihrer Mitglieder vertritt, beziehen sich die beiden wichtigen Rechte, die derzeit kollektiv wahrgenommen werden und die in Europa zu Zahlungen an audiovisuelle Autoren¹³⁴ führen, auf die Kabelweiterverbreitung und Privatkopien - in den Ländern, in denen es entsprechende Abgaben gibt. Je nach Land werden weitere sekundäre Rechte wie die Vermiet- und Verleihrechte kollektiv verwaltet, die zu weiteren Zahlungen an audiovisuelle Autoren führen. In wenigen Ländern (z.B. Frankreich, Belgien und Bulgarien) sind Verwertungsgesellschaften, die audiovisuelle Autoren vertreten, zusätzlich vertraglich berechtigt, im Namen ihrer Mitglieder Gebühren für die Fernsehausstrahlung ihrer Werke einzuziehen. In einigen anderen Ländern (z.B. Spanien, Italien und Polen) ist nach den gesetzlichen Bestimmungen der Endverteiler für Zahlungen an die Urheber verantwortlich. Diese erfolgen ebenfalls über eine Verwertungsgesellschaft

3.2. Das Ursprungslandprinzip und die Finanzierung audiovisueller Werke

Die Art der Gestaltung der politischen Maßnahmen der Mitgliedstaaten zur Förderung audiovisueller Werke ist im Hinblick auf deren Finanzierung von entscheidender Bedeutung. Bestimmte einzelstaatliche Regelungen gehen hier unmittelbar auf die Umsetzung der AVMDR zurück; andere drücken nationale Besonderheiten aus und enthalten detailliertere Bestimmungen. Die Frage ist, ob es ausgehend vom Ursprungslandprinzip für einen Mitgliedstaat überhaupt möglich ist, die rechtliche Zuständigkeit für sämtliche auf seinem Gebiet angebotene Dienste wahrzunehmen und ob dies einen Einfluss auf die Finanzierung audiovisueller Werke und die Förderung europäischer Kultur hat.

Im Falle linearer Dienste gehen die Bestimmungen auf unterschiedliche Quellen zurück: Primärrecht, abgeleitete Regelungen, spezifische öffentlich-rechtliche Vorschriften, Bestimmungen in der Lizenz selbst. Auch hinsichtlich der Art der Bestimmungen gibt es große Unterschiede: einige Länder halten sich an das, was die Artikel 16 und 17 der AVMDR vorsehen (Mindestharmonisierung),

¹³² Gem. WIPO ist dies die Definition einer herkömmlichen Verwertungsgesellschaft. Es gibt verschiedene Arten von Verwertungsgesellschaften oder Gruppen solcher Gesellschaften je nach Art der jeweiligen Werke (Musik, dramatische Werke, „Multimedia“-Produktionen usw.), die verschiedene Arten von Rechten kollektiv wahrnehmen. www.wipo.int/copyright/en/management.

¹³³ www.saa-authors.eu.

¹³⁴ Die in der SAA zusammengeschlossenen Verwertungsgesellschaften vertreten zwei Arten von wichtigen Gruppen: Drehbuchautoren und Regisseure. Doch nach verschiedenen gesetzlichen Bestimmungen können Komponisten, Kameraleute, Designer, Verleger und - im Falle von Ländern mit sog. Common law - auch Produzenten als Urheber betrachtet werden. Auf europäischer Ebene gibt es derzeit nur eine begrenzte Harmonisierung der Urheberschaft audiovisueller Werke, daher kann es von Land zu Land unterschiedliche Definitionen und Arten der Bestimmung von Urhebern audiovisueller Werke geben. Siehe SAA White Paper, „Audiovisual authors’ rights and remuneration in Europe“, [www.saa-authors.eu/dbfiles/mfile/7500/7566/SAA White Paper 2015.pdf](http://www.saa-authors.eu/dbfiles/mfile/7500/7566/SAA%20White%20Paper%202015.pdf).



während andere strengere Regeln einführen, z.B. spezifische Quoten für bestimmte Arten audiovisueller Werke wie Spielfilme oder Dokumentarfilme bzw. für Sendungen in einer bestimmten Originalsprache. Wie oben dargestellt, ist dies nach Artikel 3 AVMDR zulässig.¹³⁵

Sehr unübersichtlich ist die Situation in Europa in Bezug auf die Möglichkeiten der Einbeziehung von Anbietern von Abrufdiensten und/oder Anbietern von Pay-TV-Diensten in die Finanzierung von Filmen. In vielen EU-Ländern bestehen gesetzliche Verpflichtungen, Finanzierungsbeiträge zu erbringen oder direkt in Produktionen zu investieren, doch angesichts fehlender spezifischer EU-weit geltender Vorgaben ist dies ein nicht harmonisierter Bereich. Einige wenige Modelle sollen hier kurz erwähnt werden:

- Italien¹³⁶ und Spanien¹³⁷ sehen Investitionsauflagen vor;
- Deutschland¹³⁸ hat eine gesetzlich festgelegte Abgabe an die Filmförderungsanstalt eingeführt;
- Die französischsprachige Gemeinschaft in Belgien¹³⁹ sieht eine Wahlmöglichkeit zwischen Investitionsauflagen und Abgaben an das Centre du cinéma et de l'audiovisuel vor;
- Frankreich¹⁴⁰ hat sich für eine Kombination aus beidem entschieden: eine Investitionsauflage und Abgaben an das Centre national du Cinéma et de l'Image.

Diese Pflichtabgaben sowohl für lineare und nicht-lineare Dienste sind in einschlägigen Gesetzen zur Förderung des Films, in Steuergesetzen oder in den Gesetzen zur Umsetzung von Artikel 13 AVMDR festgelegt, und sie beruhen auf dem Grundsatz der territorialen Zuständigkeit für diese Dienste. In anderen Worten: Ein bestimmter Dienst hat seinen Ursprung in einem bestimmten Land, und deshalb sind für diesen Dienst die Regeln dieses Landes anzuwenden. Zudem ist es wiederum das (ursprüngliche) Niederlassungsland, das den Ausschlag gibt, welche Sanktionen bei Verstößen gegen Vorschriften verhängt werden.

Die Entwicklung von paneuropäischen Abrufdiensten wie iTunes, Netflix, Amazon oder Instant Video, die sich in EU-Ländern niedergelassen haben, die ihnen keine Auflagen zur Förderung europäischer Werke machen, könnte diese Mechanismen gefährden, obwohl sie formell rechtmäßig sind.

¹³⁵ Siehe unter 2.2.2.1. dieser Veröffentlichung.

¹³⁶ Decreto Legislativo 15 marzo 2010, n. 44, "Attuazione della direttiva 2007/65/CE relativa al coordinamento di determinate disposizioni legislative, regolamentari e amministrative degli Stati membri concernenti l'esercizio delle attività televisive", <http://www.normattiva.it/uri-res/N2Ls?urn:nir:stato:decreto.legislativo:2005-07-31;177!vig=>.

¹³⁷ Ley 7/2010, de 31 de marzo, General de la Comunicación Audiovisual, BOE Núm. 79 de 1 de abril de 2010, www.boe.es/buscar/pdf/2010/BOE-A-2010-5292-consolidado.pdf.

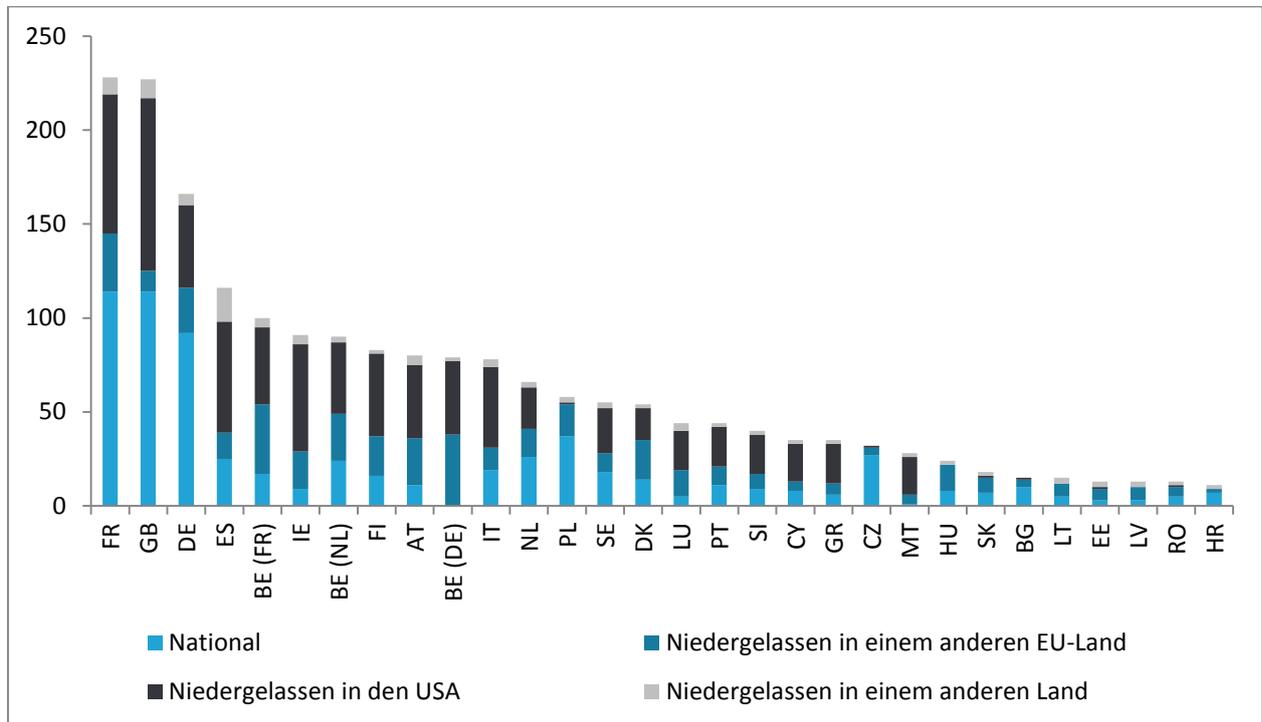
¹³⁸ Gesetz über Maßnahmen zur Förderung des deutschen Films (Filmförderungsgesetz–FFG) in der Fassung der Bekanntmachung vom 24. August 2004 (BGBl. I S. 2277) zuletzt geändert durch das Sechste Gesetz zur Änderung des Filmförderungsgesetzes vom 31. Juli 2010 (BGBl. I S. 1048, in Kraft getreten am 6. August 2010: <http://www.ffa.de/ffg.html>).

¹³⁹ Arrêté du Gouvernement de la Communauté française portant coordination du décret sur les services de médias audiovisuels du 26 mars 2009, published at the Moniteur belge of 24 July 2009, CSA-konsolidierte Fassung, www.francofonie.org/IMG/pdf/decret_sur_les_services_de_medias_audiovisuels.pdf.

¹⁴⁰ Décret n°2010-1379 du 12 novembre 2010 relatif aux services de médias audiovisuels à la demande, www.legifrance.gouv.fr/affichTexte.do?cidTexte=JORFTEXT000023038244&categorieLien=id.

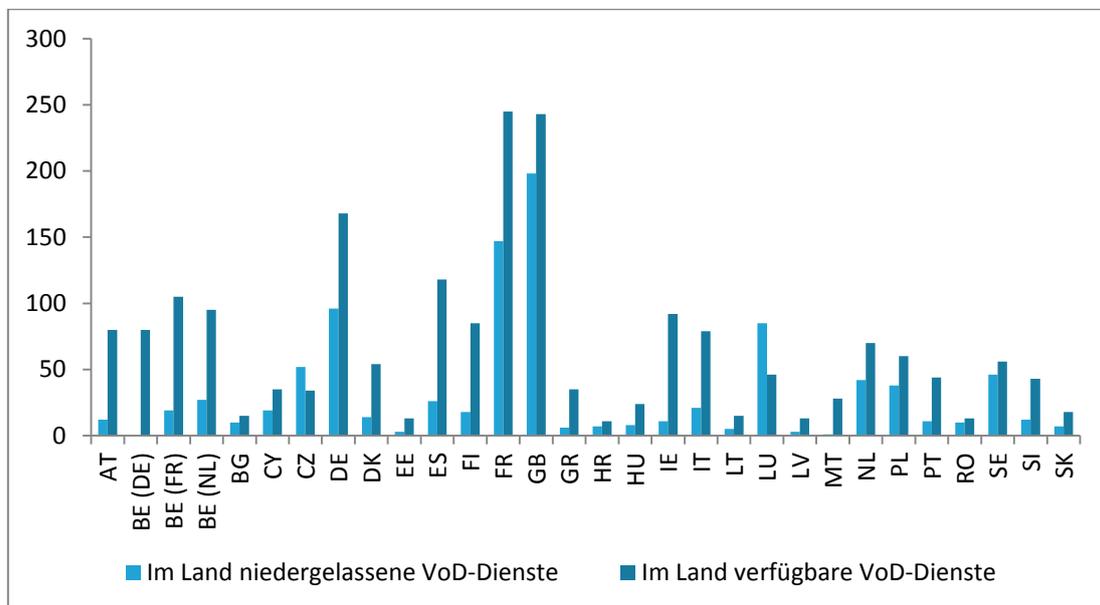


Schaubild 5 - Anzahl der in der EU verfügbaren VoD-Dienste nach Land der Niederlassung



Quelle: Ausarbeitung der Europäischen Audiovisuellen Informationsstelle auf Grundlage der MAVISE -Datenbank, Juni 2015.

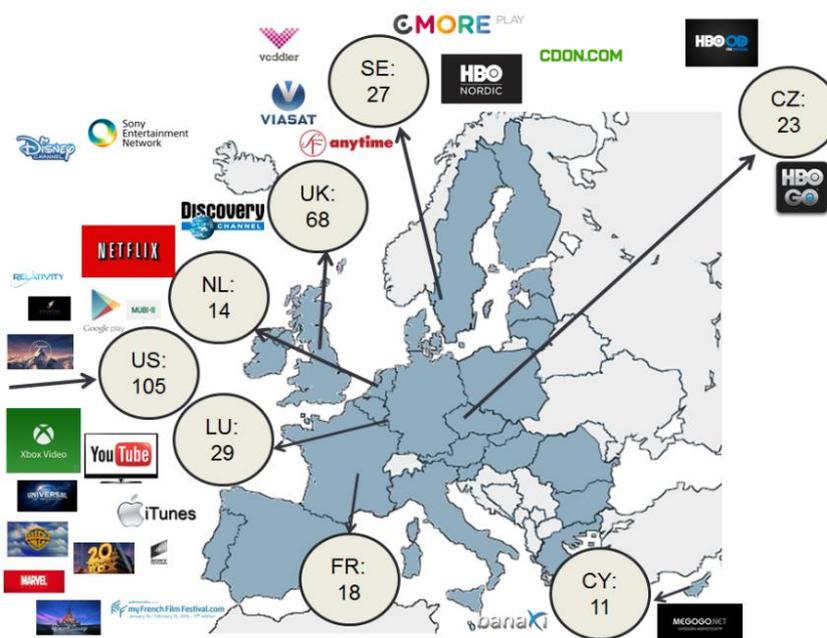
Schaubild 6 - Im Land niedergelassene und verfügbare VoD-Dienste



Quelle: Ausarbeitung der Europäischen Audiovisuellen Informationsstelle auf Grundlage der MAVISE - Datenbank, Juni 2015.



Schaubild 7 – Auf mehrere Länder gezielte Strategie der VoD-Dienste



Quelle: Ausarbeitung der Europäischen Audiovisuellen Informationsstelle auf Grundlage der MAVISE - Datenbank, Juni 2015.

Forum Shopping - in dem Sinne, dass Betreiber sich für ein Niederlassungsland und damit für einen Gerichtsstand entscheiden, in dem die geltenden Bestimmungen für sie am günstigsten sind - ist kein unbekanntes Konzept.¹⁴¹ Aus diesem Grund gibt es in einigen Ländern Bemühungen, spezifische Regelungen zu erlassen, die darauf abzielen, diese Dienste ihrem jeweiligen Regelungsrahmen zu unterstellen.

Bisher gab es in Deutschland und Frankreich entsprechende Maßnahmen.

In Deutschland müssen Kinobetreiber, Fernsehveranstalter, Videoprogrammanbieter und Anbieter von Abrufdiensten nach dem Filmförderungsgesetz einen finanziellen Beitrag zur Förderung der Filmwirtschaft erbringen; diese sog. Filmabgabe an die Filmförderungsanstalt richtet sich nach den Einkünften aus der Filmverwertung. Im Juli 2013 wurde das Gesetz novelliert, und Artikel 66a(2) sieht nunmehr vor, dass für VoD-Anbieter, die weder Sitz noch Niederlassung in Deutschland haben, eine Abgabepflicht besteht, jedoch nur bezogen auf die Umsätze aus dem Verkauf der Dienste auf Websites in deutscher Sprache an Kunden in Deutschland, und nur, wenn diese Umsätze nicht zu einem vergleichbaren Beitrag zur Förderung von Kinofilmen durch eine Fördereinrichtung im Ursprungsland des Diensteanbieters herangezogen werden.¹⁴²

¹⁴¹ Machet E. und Dupont C., „Content regulation and New Media: Jurisdiction Challenges in a VOD environment“, Hintergrunddokument für die EPRA Sitzung 2011, <http://www.epra.org/attachments/brussels-2011-plenary-1-jurisdiction-vod-background-paper>. Zum langjährigen Konflikt zwischen Belgien und Luxemburg siehe Laurent P. und Sasserath O., „RTL-Gruppe gewinnt Kampf gegen CSA“, IRIS 2009-4/5, Europäische Audiovisuelle Informationsstelle, Straßburg, 2009, <http://merlin.obs.coe.int/iris/2009/4/article5.de.html>.

¹⁴² § 66a (2) Filmförderungsgesetz: "(...) Für Anbieter von Videoabrufdiensten, die weder einen Sitz noch eine Niederlassung im Inland haben, gilt die Abgabepflicht nur für Angebote über einen Internetauftritt in deutscher Sprache in Bezug auf die Umsätze, die sie mit



Entsprechend den Vorschriften wurde die Europäische Kommission über die neue Maßnahme unterrichtet. Mit Schreiben vom 17. Oktober 2014 drückte die Kommission „Zweifel an der Vereinbarkeit der notifizierten Änderung (...) mit dem Binnenmarkt“ aus, da diese „Abgabe (...) Artikel 13 Absatz 1 AVMD-RL in Verbindung mit Artikeln 2 und 3 AVMD-RL zuwiderlaufen“ könnte.¹⁴³

Da diese Regelung mit parafiskalischen Abgaben in Zusammenhang steht, stellt die Kommission auch die Frage der Vereinbarkeit mit Artikel 110 AEUV, nach dem ein Mitgliedstaat keine Abgaben auf Produkte anderer Mitgliedstaaten erheben darf, die er nicht auch für ähnliche inländische Produkte in Ansatz bringt. Da anzunehmen sein dürfte, dass die ausländischen Anbieter deutschsprachiger Filme, wie ihre deutschen Wettbewerber auch, indirekt von der Förderung der Filmproduktion profitieren, sieht die Kommission hier noch weiteren Prüfungsbedarf.

Frankreich hat einen ähnlichen Weg beschritten und besteuert auch die Einkünfte ausländischer Videoeinzelhändler. Im Haushaltsgesetz 2013 wurde der Anwendungsbereich der allgemeinen Bestimmung, die für VoD-Anbieter gilt, die nicht in Frankreich niedergelassen sind, aber ihre Dienste auf dem Gebiet Frankreichs anbieten, ausgeweitet.¹⁴⁴ Die Steuer bezieht sich im Einzelnen auf Einkünfte aus dem Verkauf und Verleih von Bildaufzeichnungen zum privaten Gebrauch sowie aus der Bereitstellung eines Bezahlendienstes mittels eines Einzelzugangs zu Film- oder audiovisuellen Werken nach einer auf elektronischem Weg übermittelten Einzelabfrage.

Das Gesetz wurde der Europäischen Kommission angezeigt und wird erst nach Vorliegen der Stellungnahme der Kommission in Kraft treten.¹⁴⁵ Zum Zeitpunkt der Veröffentlichung dieses Berichts standen keine offiziellen Texte zur Verfügung.

Diese beiden einzelstaatlichen Initiativen können als Reaktion auf die dargestellten Grenzen des Ursprungslandprinzips in einem technologischen Kontext gesehen werden, der sich deutlich von dem unterscheidet, der zum Zeitpunkt der Annahme der AVMDR im Jahr 2007 bestand. Die Bereitstellung audiovisueller Mediendienste über IP-Protokolle fällt nicht unter die klassische Kategorisierung von Diensten, die über terrestrische oder Satellitennetze erbracht werden, und stellt die Ausschlussklausel in Artikel 2(6) AVMDR in Frage: „Diese Richtlinie gilt nicht für audiovisuelle Mediendienste, die ausschließlich zum Empfang in Drittländern bestimmt sind und die nicht

Kunden in Deutschland erzielt haben, und nur wenn diese Umsätze nicht am Ort des Unternehmenssitzes zu einem vergleichbaren finanziellen Beitrag zur Förderung von Kinofilmen durch eine Filmförderungseinrichtung herangezogen werden.“, www.gesetze-internet.de/ffg_1979/_66a.html.

¹⁴³ Staatliche Beihilfe SA.38418 (2014/N) (ex 2014/N) – Deutschland, Filmförderungsgesetz, Beschluss der Europäischen Kommission, das formelle Verfahren einzuleiten, 17. Oktober 2014, http://ec.europa.eu/competition/state_aid/cases/254981/254981_1599283_12_2.pdf.

¹⁴⁴ Artikel 1609 sexdecies B des Code général des impôts in der durch Artikel 30 des *Loi de finances rectificative pour 2013* (Gesetz Nr. 2013-1279 vom 29. Dezember 2013) geänderten Form (Nachtragshaushaltsgesetz für 2013): „Il est institué, à compter du 1er juillet 2003, une taxe sur les ventes et locations en France, y compris dans les départements d'outre-mer, de vidéogrammes destinés à l'usage privé du public.“

Pour l'application du présent article, est assimilée à une activité de vente ou de location de vidéogrammes la mise à disposition du public d'un service offrant l'accès à titre onéreux à des oeuvres cinématographiques ou audiovisuelles, sur demande individuelle formulée par un procédé de communication électronique.

Cette taxe est due par les personnes, qu'elles soient établies en France ou hors de France, qui vendent ou louent des vidéogrammes à toute personne qui elle-même n'a pas pour activité la vente ou la location de vidéogrammes. (...),

http://legifrance.gouv.fr/affichCodeArticle.do;jsessionid=41DBBDD3BFAB7313DFE1D6D27BF8926A.tpdila07v_2?idArticle=LEGIARTI000028448150&cidTexte=LEGITEXT000006069577&categorieLien=id&dateTexte=22220222.

¹⁴⁵ NOTA: Loi n° 2013-1279 du 29 décembre 2013 de finances rectificative pour 2013, art. 30 IV B : “[Cette disposition] entre en vigueur à une date fixée par un décret, qui ne peut être postérieure de plus de six mois à la date de réception par le Gouvernement de la réponse de la Commission européenne permettant de regarder le dispositif législatif lui ayant été notifié comme conforme au droit de l'Union européenne en matière d'aides d'Etat.“



unmittelbar oder mittelbar von der Allgemeinheit mit handelsüblichen Verbraucherendgeräten in einem oder mehreren Mitgliedstaaten empfangen werden.“

Auch wenn Breitbandverbindungen für das Video-Streaming nicht unter das Konzept von Universaldiensten im E-Kommunikationspaket fallen, lässt sich argumentieren, dass letztlich doch ein Empfang „mit handelsüblichen Verbraucherendgeräten“ möglich ist. Deshalb ist die Frage, an welche Zielgruppe sich bestimmte Dienste richten, nicht immer zielführend. Doch fällt es schwer, daraus die Schlussfolgerung zu ziehen, dass die Bereitstellung von VoD-Katalogen durch Nicht-EU-Unternehmen eine Universaldienstleistung darstellt.





4. Eigeninitiativen der Wirtschaft zur Erleichterung des grenzüberschreitenden Zugangs und der Übertragbarkeit von Diensten

In ihrer Mitteilung über Inhalte im digitalen Binnenmarkt vom 18. Dezember 2012¹⁴⁶ beschreibt die Europäische Kommission zwei parallele Vorgehensweisen mit dem Ziel, die grenzüberschreitende Verbreitung von Inhalten im digitalen Binnenmarkt zu erleichtern. Die eine sollte praktische industrieorientierte Lösungen durch einen Dialog mit Interessenträgern unter dem Motto „Lizenzen für ganz Europa“ erleichtern,¹⁴⁷ die andere sieht vor, den EU-Gesetzesrahmen im Urheberrecht zu überprüfen, um zu entscheiden, ob eine Gesetzesreform sinnvoll ist.

Ziel des Dialogs „Lizenzen für ganz Europa“ war eine Diskussion unter den Interessenträgern der Industrie über Themen, bei denen schnelle Fortschritte für notwendig und machbar erachtet wurden, um nach Möglichkeit Vereinbarungen oder Zusagen zu erreichen. Dieser Abschnitt beschreibt die wichtigsten Diskussionen und Erfolge, die mit dieser Initiative im Hinblick auf den grenzüberschreitenden Zugang und die Übertragbarkeit audiovisueller Dienste in der EU erzielt wurden.

4.1. Lizenzen für ganz Europa: „Zehn Zusagen, um mehr Inhalte online zu bringen“

Die Kommission führte den Dialog „Lizenzen für ganz Europa“ im Februar 2013 ein. Eine der thematischen Arbeitsgruppen – Arbeitsgruppe 1 – dieses Dialogs diskutierte das Thema „Grenzüberschreitender Zugang und Übertragbarkeit von Diensten: Förderung des grenzüberschreitenden Online-Zugangs und der ‚Übertragbarkeit‘ von Inhalten über Grenzen hinweg unter Berücksichtigung neuer Entwicklungen wie Cloud-Computing und des grenzüberschreitenden legalen Zugangs zu in der Cloud gespeicherten Inhalten und Diensten. Bereitstellung praktischer Lösungen zur Förderung des gebietsübergreifenden Zugangs und zur Aufhebung von Einschränkungen des grenzüberschreitenden Verkaufs.“

Im Anschluss an diese Initiative unter Federführung der Europäischen Kommission¹⁴⁸ einigten sich die Interessenträger auf eine Reihe von Maßnahmen, die in dem Dokument „Zehn

¹⁴⁶ Siehe Mitteilung der Kommission über Inhalte im digitalen Binnenmarkt, COM/2012/0789 final, <http://eur-lex.europa.eu/legal-content/DE/TXT/HTML/?uri=CELEX:52012DC0789&from=DE>.

¹⁴⁷ Siehe <http://ec.europa.eu/licences-for-europe-dialogue/>.

¹⁴⁸ Michel Barnier, Kommissar für den Binnenmarkt, Neelie Kroes, Kommissarin für die Digitale Agenda, und Androulla Vassiliou, Kommissarin für Bildung, Kultur, Mehrsprachigkeit und Jugend.



Zusagen, um mehr Inhalte online zu bringen¹⁴⁹ zusammengefasst wurden, das von der Kommission veröffentlicht und auf der Plenarsitzung vom 13. November 2013 vorgestellt wurde. Zur grenzüberschreitenden Übertragbarkeit von Abonnementsdiensten gaben Vertreter des audiovisuellen Sektors¹⁵⁰ eine Erklärung heraus, in der sie ihre Bereitschaft bekräftigten, an der Weiterentwicklung der grenzüberschreitenden Übertragbarkeit zu arbeiten, damit die Konsumenten Filme, Fernsehprogramme und andere audiovisuelle Inhalte, die sie zu Hause abonniert haben, zunehmend auch auf Geschäfts- oder Urlaubsreisen in der EU sehen können, wie es bei Musik, E-Books, Zeitungen und Zeitschriften bereits weitgehend der Fall ist.

4.1.1. Ermittelte Probleme und vorgeschlagene Lösungen

Im Zuge der Diskussionen wurde die grenzüberschreitende Übertragbarkeit als Möglichkeit für Nutzer von Abonnementsdiensten definiert, auf diese Dienste auch dann zuzugreifen, wenn sie sich physisch in einem anderen Mitgliedstaat aufhalten als in jenem des Abonnement-Abschlusses.

Einige Interessenträger wiesen darauf hin, dass ein gewisses Maß an grenzüberschreitender Verfügbarkeit von Inhalten bereits bestehe und dass einige Dienste es Verbrauchern ermöglichen, unabhängig vom jeweiligen Aufenthaltsort audiovisuelle Inhalte technisch auf verschiedenen Geräten (Tablets, Fernseher usw.) zu sehen. Es seien Technologien und Lösungen entstanden, die den Abgleich zwischen Nutzern und Rechten ermöglichen, und die Zulassung der grenzüberschreitenden Übertragbarkeit werde die Wertkette nicht zerstören, solange es ein geschlossenes Umfeld gebe, das eine genaue Verfolgung aller Nutzungen erlaube. Die Gruppe diskutierte darüber, ob und inwieweit diese Lösungen in Verbindung mit einem gezielteren Konzept für Lizenzen die grenzüberschreitende Übertragbarkeit von Inhalten erleichtern könne.

Verwertungsgesellschaften präsentierten laufende Initiativen zur Erleichterung gebietsübergreifender Lizenzen, insbesondere durch Sammeln von Rechten auf einer gemeinsamen Plattform.¹⁵¹ Gleichzeitig betrachteten zahlreiche Teilnehmer die territoriale (nationale oder

¹⁴⁹ „Licences for Europe - Ten pledges to bring more content online“, http://ec.europa.eu/internal_market/copyright/docs/licences-for-europe/131113_ten-pledges_en.pdf.

¹⁵⁰ Association of Commercial Television (ACT), European Coordination of Independent Producers (CEPI), Europa Distribution, EUROVOD, Federation of European Film Directors (FERA), International Federation of Film Distributors Associations (FIAD), International Federation of Film Producers Associations (FIAPF), Independent Film & Television Alliance (IFTA), International Video Federation (IVF), Motion Picture Association (MPA), Sports Rights Owners Coalition (SROC), Society of Audiovisual Authors (SAA).

¹⁵¹ Einige Initiativen wurden schon früher ins Leben gerufen, um die gebietsübergreifende Lizenzierung audiovisueller Werke zu erleichtern. Dies gilt beispielsweise für die Arbeitsgruppe FRAME („Facilitate Authors’ Rights Access for Audiovisual Media in Europe“), eine Initiative von 15 europäischen Verwertungsgesellschaften im audiovisuellen Bereich, die gegründet wurde, um ein einfaches, benutzerfreundliches Portal für Urheber, Anbieter digitaler Dienste und letztlich auch Verbraucher bereitzustellen und die gebietsübergreifende Lizenzierung audiovisueller Werke in Europa zu fördern. Die Plattform sollte:

- die Online-Rechte an den Repertoires mehrerer europäischer Verwertungsgesellschaften im audiovisuellen Bereich verwalten;
- Anbietern digitaler Dienste gebietsübergreifende Vereinbarungen zur Nutzung dieser Repertoires anbieten;
- die Vergütung von Drehbuchautoren und Regisseuren für die Nutzung ihrer Werke durch Anbieter digitaler Dienste sicherstellen;
- die Vergütung für die Online-Verwertung effizient und korrekt verlangen und verteilen.

FRAME würde nur Urheberrechte mit Anbietern klären, die die Verwertungsrechte bereits von deren rechtmäßigen Inhabern erworben haben. Laut FRAME bestehen bei der gebietsübergreifenden Lizenzierung audiovisueller Werke mehrere Probleme:

- Die pauschale weltweite Vergabe audiovisueller Urheberrechte an den audiovisuellen Produzenten hat den Effekt, dass wenige audiovisuelle Urheber (über ihre Verwertungsgesellschaften) das Recht behalten, die – grenzüberschreitende oder sonstige – Online-Verbreitung ihrer Werke zu genehmigen.



regionale) Verwertung weiterhin als wichtig, um die finanziellen Mittel einzunehmen, die für die Produktion von Filmen in der EU benötigt werden.

Einige Teilnehmer erklärten, es gebe für eine gebietsübergreifende Lizenzierung keine rechtlichen Hindernisse. Gebietsübergreifende Lizenzen seien selten, weil die Marktteilnehmer dies so wollten. In einigen Fällen werde der Filmverleih tatsächlich grenzüberschreitend lizenziert, beispielsweise in einheitlichen Sprachräumen oder in bestimmten Regionen Europas wie den nordischen Ländern. Kommerzielle Rundfunkveranstalter erwähnten ferner die Bedeutung der exklusiven territorialen Verbreitung. Sie wiesen darauf hin, dass die grenzüberschreitende Online-Verfügbarkeit von der Art der Inhalte abhängt (Nachrichten, Eigenproduktionen, Sport, Premium-Inhalte) und die Tendenz bestehe, Geoblocking bei Inhalten von höherem kommerziellem Wert einzusetzen. Außerdem sei die Verbrauchernachfrage nach grenzüberschreitenden Diensten weiterhin gering.

4.1.2. Gemeinsame Erklärung zur grenzüberschreitenden Übertragbarkeit rechtmäßig erworbener audiovisueller Inhalte

In einer Gemeinsamen Erklärung¹⁵² bestätigten die Vertreter des audiovisuellen Sektors¹⁵³ schließlich, dass sie „weiterhin daran interessiert sind, die Entwicklung der grenzüberschreitenden Übertragbarkeit rechtmäßig erworbener audiovisueller Inhalte durch einschlägige Dienste bei Auslandsreisen fortzusetzen, und bereit sind, die Arbeit an deren Entwicklung weiterzuführen, wo dies wirtschaftlich tragfähig ist, sofern die betreffenden Inhalte sicher gemacht werden können und die kulturelle Vielfalt berücksichtigt wird“.

Die Unterzeichner nannten für erfolgreiche Entwicklungen bei der grenzüberschreitenden Übertragbarkeit rechtmäßig erworbener audiovisueller Inhalte folgende Voraussetzungen:

- einen freiwilligen, marktorientierten Ansatz, der den Akteuren Freiheit für Experimente mit neuen Geschäftsmodellen lässt und die schnelle Entwicklung auf den digitalen EU-Märkten berücksichtigt;
- Initiativen der Industrie, die sich – in einer tatsächlichen und nachweisbaren Verbrauchernachfrage begründet – auf klare Marktsignale stützen, sowie eine sichere Technologie, die den individuellen Zugang autorisierter Nutzer ermöglicht und verwaltet;
- Handels- und Vertragsfreiheit;

-
- In verschiedenen Mitgliedstaaten gelten unterschiedliche Regelungen für die Erhebung und Verteilung einer sekundären Vergütung, die audiovisuelle Urheber für die laufende Verwertung erhalten sollen.
 - Das Fehlen einer EU-weit harmonisierten Steuerregelung verteuert grenzüberschreitende Lizenzen aufgrund der Doppelbesteuerung.

FRAME ist unsicher, inwieweit das EU-Wettbewerbsrecht grenzüberschreitende Lösungen, die zwischen Verwertungsgesellschaften angestrebt werden, gefährden kann.

Für weitere Informationen zur Arbeitsgruppe FRAME siehe www.saa-authors.eu/en/209/FRAME.

¹⁵² Licences for Europe – Structured Stakeholder Dialogue 2013 - WG 1 Audiovisual Subgroup – Joint Statement on Cross-border Portability of lawfully-acquired Audiovisual Content,

<http://ec.europa.eu/licences-for-europe-dialogue/sites/licences-for-europe-dialogue/files/1-AV-portability.pdf>.

¹⁵³ Die Unterzeichner sind: Association of Commercial Television (ACT), European Coordination of Independent producers (CEPI), Europa Distribution, EUROVOD, Federation of European Film Directors (FERA), International Federation of Film Distributors Associations (FIAD), International Federation of Film Producers Associations (FIAPF), Independent Film & Television Alliance (IFTA), International Video Federation (IVF), Motion Picture Association (MPA), Sports Rights Owners Coalition (SROC) und Society of Audiovisual Authors (SAA).



- differenzierte Finanzierungs- und Vertriebsstrategien für jede Art audiovisueller Inhalte mit Schwerpunkt auf Erzielung und Maximierung von Vertriebs Erlösen zur Erhaltung der Nachhaltigkeit und Wettbewerbsfähigkeit der Industrien für audiovisuelle Inhalte in Europa und
- vollständige Einhaltung des EU-Wettbewerbsrechts und der Prinzipien für Verbraucherinformationen.

Daher schlugen die Unterzeichner vor, „mit der Kommission zu einem gemeinsam vereinbarten Zeitpunkt einen Dialog zu führen, um die Besprechung künftiger Marktentwicklungen im Hinblick auf die grenzüberschreitende Übertragbarkeit rechtmäßig erworbener audiovisueller Inhalte fortzusetzen“.

4.1.3. Gemeinsame Erklärung unabhängiger VoD-Plattformen

Das Netzwerk unabhängiger Video-on-Demand-Plattformen EuroVoD äußerte in einer Erklärung¹⁵⁴ ebenfalls sein Interesse an der Entwicklung und Umsetzung von Lösungen für den grenzüberschreitenden Zugang zu Abonnements-VoD-Angeboten sowie für die Verfügbarkeit mehrerer Sprachversionen entsprechend den gewährten Rechten. Die EuroVoD-Plattformen räumten ein, dass sie ihren Abonnenten die Möglichkeit vorschlagen können, auf Auslandsreisen Zugang zu Filmen zu haben, die im Rahmen ihrer SVoD-Angebote verfügbar sind, und dass ein solcher Zugang für die von ihnen entwickelten und betriebenen Web-basierten Dienste technisch möglich ist.

Hierzu können die EuroVoD-Plattformen ein kombiniertes Identifikationssystem für Abonnenten einsetzen, das deren IP (Ortsbestimmung) und Benutzerkonto (die für die Zahlung verwendete Bankkarte) nutzt. Die Nutzer erklären laut EuroVoD beim Abschluss eines Abonnements, dass ihr Wohnsitz in dem Gebiet liegt, in dem die Plattform tätig ist, und akzeptieren die Nutzungsbedingungen des Dienstes. Die Nutzer werden in dieser Phase anhand ihrer IP identifiziert und können auch mit einer ausländischen Bankkarte zahlen. Auf Auslandsreisen können die Nutzer dank der Identifizierung mit Benutzerkonto und Bankkarte auf das abonnierte SVoD-Angebot zugreifen. Weiter heißt es in der Erklärung, dass die Benutzer wegen Verstoßes gegen die Nutzungsbedingungen verwarnet werden, wenn die Nutzung eine bestimmte Zeit lang ausschließlich aus dem Ausland erfolgt. Der Zugang zu dem Dienst kann dann gesperrt werden. Die EuroVoD-Plattformen wiesen zudem darauf hin, dass SVoD-Angebote ihren Premium-Abonnenten einen derartigen Zugang schon jetzt anbieten und dass sie für Filme spezifische Verwertungsrechte haben.

¹⁵⁴ Siehe <https://ec.europa.eu/licences-for-europe-dialogue/sites/licences-for-europe-dialogue/files/EuroVoD%20Statement.pdf>.



5. Rechtsprechung und Auslegungsfragen

5.1. Das Territorialitätsprinzip in der Rechtsprechung des GHEU

5.1.1. Von *Coditel* zu *Sportradar*: Territorialität bestätigt

Der Gerichtshof der Europäischen Union hat in mehreren Urteilen das Territorialitätsprinzip im Urheberrecht bestätigt. Die beiden ersten dieser Urteile stammen noch aus der Zeit vor Beginn der Harmonisierung des Urheberrechts in der EU. Der GHEU (damals noch unter dem Namen Gerichtshof der Europäischen Gemeinschaften) hatte zwei Fälle (die *Coditel*-Fälle) zu entscheiden, in denen es um die territoriale Exklusivität im Rundfunk ging. Im Fall *Coditel I* (Rechtssache C-62/79)¹⁵⁵ entschied der Gerichtshof, dass es mit den Bestimmungen des Vertrags über den freien Dienstleistungsverkehr vereinbar ist, wenn derjenige, dem die Vorführungsrechte für einen Kinofilm in einem Mitgliedstaat übertragen worden sind, sein Recht geltend macht, um einem anderen die Vorführung dieses Films im Wege des Kabelfernsehens in diesem Staat verbieten zu lassen, wenn der so vorgeführte Film empfangen und übertragen wird, nachdem er in einem anderen Mitgliedstaat rechtmäßig von einem Dritten ausgestrahlt worden ist. Im Fall *Coditel II* (Rechtssache C-262/81)¹⁵⁶ urteilte der Gerichtshof, dass ein Vertrag zur Einräumung des ausschließlichen Rechts zur Vorführung eines Films im Hoheitsgebiet eines Mitgliedstaats für einen bestimmten Zeitraum für sich allein nicht unter die Verbotsvorschriften des Artikels 85 EWG-Vertrag (jetzt Artikel 101 AEUV) fällt. Eine Ausnahme bestehe dabei in besonderen Fällen, in denen die Modalitäten der Ausübung eines ausschließlichen Rechts eine Verhinderung oder Einschränkung des Filmvertriebs oder eine Verfälschung des Wettbewerbs auf dem Markt für Filme „im Hinblick auf die Besonderheiten dieses Marktes“ bezwecken oder bewirken würde.

Weitere Urteile aus den letzten Jahren haben den Grundsatz der Territorialität im Hinblick auf die Anwendung verschiedener Richtlinien zum Urheberrecht bestätigt:

- Im Fall *Lagardère* (Rechtssache C-192/04)¹⁵⁷ betonte der GHEU, dass die Richtlinie 92/100/EWG zum Vermietrecht und Verleihrecht im Bereich der dem Urheberrecht verwandten Schutzrechte ein Mindestmaß an Harmonisierung vorsieht und „somit

¹⁵⁵ Urteil des Gerichtshofs vom 18. März 1980, Rechtssache 62/79, *SA Compagnie générale pour la diffusion de la télévision, Coditel, und andere gegen Ciné Vog Films und andere*, <http://eur-lex.europa.eu/legal-content/DE/TXT/HTML/?uri=CELEX:61979CJ0062>.

¹⁵⁶ Urteil des Gerichtshofs vom 6. Oktober 1982, Rechtssache 262/81, *Coditel SA, Compagnie générale pour la diffusion de la télévision, und andere gegen Ciné Vog Films und andere*, <http://eur-lex.europa.eu/legal-content/DE/TXT/HTML/?uri=CELEX:61981CJ0262>.

¹⁵⁷ Urteil des Gerichtshofes (Dritte Kammer) vom 14. Juli 2005, Rechtssache C-192/04, *Lagardère Active Broadcast gegen Société pour la perception de la rémunération équitable (SPRE) und Gesellschaft zur Verwertung von Leistungsschutzrechten mbH (GVL)*, <http://curia.europa.eu/juris/document/document.jsf?doclang=DE&text=&pageIndex=0&part=1&mode=lst&docid=60584&occ=first&dir=&cid=488130>. Für eine umfassende Darstellung des Urteils siehe Rossini M., „Gerichtshof der Europäischen Gemeinschaften: Urteil in der Rechtssache *Lagardère Active Broadcast gegen SPRE & GVL*“, IRIS 2005-7:Extra, Europäische Audiovisuelle Informationsstelle, Straßburg, 2005, <http://merlin.obs.coe.int/iris/2005/7/article110.de.html>.



insbesondere nicht [bezweckt], den Grundsatz der Territorialität dieser Rechte in Frage zu stellen, der durch das Völkerrecht und auch durch den EG-Vertrag anerkannt wird. Die genannten Rechte haben daher einen territorialen Charakter, und das interne Recht kann auch nur im Inland vorgenommene Handlungen ahnden.“

- Im Fall *Stichting De ThuisKopie* (Rechtssache C-462/09)¹⁵⁸ traf der GHEU eine Vorabentscheidung zur Auslegung der Privatkopie-Ausnahme gemäß Art. 5 Abs. 2 Buchst. b der InfoSoc-Richtlinie. Darin kam der Gerichtshof zu dem Ergebnis, dass „ein Mitgliedstaat, wenn er die Privatkopie-Ausnahme in seinem nationalen Recht eingeführt hat und wenn die Endnutzer, die zum privaten Gebrauch die Vervielfältigung eines geschützten Werks vornehmen, in seinem Hoheitsgebiet wohnen, verpflichtet [ist], entsprechend seiner territorialen Zuständigkeit eine wirksame Erhebung des gerechten Ausgleichs als Ersatz des den Urhebern im Hoheitsgebiet dieses Staates entstandenen Schadens zu gewährleisten.“
- Im Fall *Donner* (Rechtssache C-5/11)¹⁵⁹ entschied der GHEU, dass „ein Händler, der seine Werbung auf in einem bestimmten Mitgliedstaat ansässige Bürger ausrichtet und ein spezifisches Lieferungssystem und spezifische Zahlungsmodalitäten schafft oder für sie zur Verfügung stellt oder dies einem Dritten erlaubt und diese Bürger so in die Lage versetzt, sich Vervielfältigungsstücke von Werken liefern zu lassen, die in dem betreffenden Mitgliedstaat urheberrechtlich geschützt sind, [...] in dem Mitgliedstaat, in dem die Lieferung erfolgt, eine ‚Verbreitung an die Öffentlichkeit‘ im Sinne von Art. 4 Abs. 1“ der InfoSoc-Richtlinie vornimmt.
- Im Fall *Sportradar* (Rechtssache C-173/11)¹⁶⁰ bestätigte der GHEU das Territorialitätsprinzip für das Schutzrecht *sui generis*: Das Ziel der Richtlinie 96/9 „verlangt [...] von allen Mitgliedstaaten, dass sie in ihrem nationalen Recht einen Schutz von Datenbanken durch ein Schutzrecht *sui generis* vorsehen. In diesem Kontext ist der nach den Rechtsvorschriften eines Mitgliedstaats vorgesehene Schutz durch das Schutzrecht *sui generis* grundsätzlich auf das Gebiet dieses Mitgliedstaats beschränkt, so dass der Begünstigte diesen Schutz nur gegenüber unerlaubten Handlungen der Weiterverwendung geltend machen kann, die in diesem Gebiet stattfinden.“

5.1.2. Premier League: noch einmal Territorialität

Diese Urteile bestätigen das Territorialitätsprinzip im Urheberrecht, oder zumindest stellen sie es nicht grundlegend in Frage. Im Urteil des GHEU in den Fällen *Premiere League*¹⁶¹ sehen manche dagegen den ersten Riss in der Mauer der Vereinbarungen zur territorialen Exklusivität im audiovisuellen Sektor. Der Fall betraf den Erwerb und die Nutzung ausländischer Decoderkarten in

¹⁵⁸ Urteil des Gerichtshofes (Dritte Kammer) vom 16. Juni 2011, Rechtssache C-462/09, *Stichting de ThuisKopie gegen Opus Supplies Deutschland GmbH und andere*: <http://curia.europa.eu/juris/document/document.jsf?docid=85089&doclang=de>. Für eine umfassende Darstellung des Urteils siehe Breemen V., „Gerichtshof der Europäischen Union: Vorabentscheidung in der Rechtssache „ThuisKopie“, IRIS 2011-7/2, Europäische Audiovisuelle Informationsstelle, Straßburg, 2011: <http://merlin.obs.coe.int/iris/2011/7/article2.de.html>.

¹⁵⁹ Urteil des Gerichtshofes (Vierte Kammer) vom 21. Juni 2012, Strafverfahren gegen Titus Alexander Jochen Donner, <http://curia.europa.eu/juris/document/document.jsf?text=&docid=124189&pageIndex=0&doclang=de&mode=lst&dir=&occ=first&part=1&cid=494654>.

¹⁶⁰ Urteil des Gerichtshofes (Dritte Kammer) vom 18. Oktober 2012, *Football Dataco Ltd und andere gegen Sportradar GmbH und Sportradar AG*, <http://curia.europa.eu/juris/document/document.jsf?docid=128651&doclang=de>.

¹⁶¹ Urteil des Gerichtshofes (Große Kammer) vom 4. Oktober 2011, verbundene Rechtssachen C-403/08 und C-429/08, *Football Association Premier League Ltd und andere gegen QC Leisure und andere* (C-403/08) und *Karen Murphy gegen Media Protection Services Ltd* (C-429/08), <http://curia.europa.eu/juris/document/document.jsf?docid=110361&doclang=de>.



Großbritannien, die den Zugang zu codierten Satellitenübertragungen von Fußballspielen der britischen Premier League aus Griechenland ermöglichten. Diese ausländischen Decoderkarten erfreuen sich in Großbritannien großer Beliebtheit, weil es mit ihnen möglich ist, Fußballspiele der Premier League im Fernsehen anzusehen, und weil sie wesentlich billiger sind als die in Großbritannien kommerziell erhältlichen Karten. Wer in Großbritannien lebt und diese Karten erwerben möchte, muss zu Tricks greifen, beispielsweise zu falschen Identitäts- und Adressangaben, um die geltenden Gebietsbeschränkungen zu umgehen. Der Inhaber der Senderechte an den Spielen der Premier League, die Football Association Premier League (FAPL), schließt mit Rundfunkveranstaltern Lizenzvereinbarungen, die diesen exklusive Senderechte für die Liveübertragung der Spiele der Premier League auf territorialer Basis einräumen. Die Lizenzvereinbarung verpflichtet den Rundfunkveranstalter, sein Satellitensignal zu codieren, und verbietet es ihm, Decoderkarten an Personen auszugeben, die nicht in dem Mitgliedstaat leben, für den die Lizenz erteilt wurde.

Die FAPL strengte ein Gerichtsverfahren an, um die Einfuhr von Decoderkarten aus Griechenland nach Großbritannien zu unterbinden. Rechtssache C-403/08 betrifft Zivilklagen der FAPL gegen die Verwendung ausländischer Decoderkarten. Rechtssache C-429/08 betrifft ein Strafverfahren gegen die Betreiberin einer Gastwirtschaft, die eine griechische Decoderkarte nutzte, um Fußballspiele der Premier League zu zeigen. Der High Court von England und Wales legte dem GHEU zu beiden Verfahren mehrere Fragen zur Auslegung des EU-Rechts vor. In ihren Schlussanträgen vom 3. Februar 2011¹⁶² erklärte die Generalanwältin Juliane Kokott, die Durchsetzung der Exklusivität habe den Effekt einer Segmentierung des Binnenmarktes in nationale Märkte, was eine Einschränkung der Dienstleistungsfreiheit darstelle. Sie insistierte darauf, dass die wirtschaftliche Verwertung der fraglichen Rechte keine Aufteilung des Binnenmarkts erfordere, da die Gebühren für die ausländischen Decoderkarten bezahlt gewesen seien. Der Generalanwältin zufolge liegt es in der Logik des Binnenmarkts, dass Preisunterschiede zwischen verschiedenen Mitgliedstaaten durch Handel ausgeglichen werden.

In seinem Urteil befand der GHEU, dass Bestimmungen im britischen Recht, die den Import, Verkauf oder Einsatz ausländischer Decoderkarten verbieten, der in Artikel 56 AEUV verankerten Dienstleistungsfreiheit widersprechen und nicht mit dem Ziel zu rechtfertigen seien, Rechte an geistigem Eigentum zu schützen, da die griechischen Sender ordnungsgemäße Lizenzen der Premier League gehabt hätten und die Gebühren für die ausländischen Decoderkarten entrichtet würden. Solche ausländischen Karten seien keine „illegalen Vorrichtungen“ im Sinne der Zugangskontrollrichtlinie.¹⁶³ Die Definition einer „illegalen Vorrichtung“ umfasse weder ausländische Decodier Vorrichtungen, die durch Angabe eines falschen Namens und einer falschen Anschrift beschafft oder aktiviert wurden, noch ausländische Decodier Vorrichtungen, die unter Verstoß gegen eine vertragliche Auflage verwendet wurden, die deren Verwendung nur zu privaten Zwecken erlaubt. Artikel 56 AEUV steht der Regelung eines Mitgliedstaats entgegen, wonach im Inland die Einfuhr, der Verkauf und die Verwendung ausländischer Decodier Vorrichtungen rechtswidrig sind, die den Zugang zu einem kodierten Satellitenrundfunkdienst aus einem anderen Mitgliedstaat ermöglichen, der nach der Regelung des erstgenannten Staates geschützte Gegenstände umfasst.

¹⁶² Schlussanträge der Generalanwältin Kokott, Rechtssachen C-403/08 und C-429/08, 3. Februar 2011,

<http://curia.europa.eu/juris/document/document.jsf?doclang=DE&text=&pageIndex=1&part=1&mode=lst&docid=84316&occ=first&dir=&cid=678351>.

¹⁶³ Richtlinie 98/84/EG des Europäischen Parlaments und des Rates vom 20. November 1998 über den rechtlichen Schutz von zugangskontrollierten Diensten und von Zugangskontrolldiensten:

<http://eur-lex.europa.eu/LexUriServ/LexUriServ.do?uri=CELEX:31998L0084:DE:HTML>.



Der wohl wichtigste Teil der Entscheidung betrifft jedoch das von der FAPL eingeführte System territorialer Exklusivlizenzen. Nach Auffassung des GHEU stellen Klauseln, die dem Sendeunternehmen verbieten, Decodiervorrichtungen bereitzustellen, die den Zugang zu den (vor einer Verwendung außerhalb des vom Lizenzvertrag erfassten Gebiets geschützten) Schutzgegenständen des Rechtsinhabers ermöglichen, eine nach Artikel 101 AEUV verbotene Wettbewerbsbeschränkung dar. Der Gerichtshof führt aus, dass „der Umstand allein, dass der Rechtsinhaber einem einzigen Lizenznehmer das ausschließliche Recht eingeräumt hat, einen Schutzgegenstand von einem Mitgliedstaat aus über Rundfunk auszustrahlen und somit dessen Ausstrahlung durch Dritte in einem bestimmten Zeitraum zu verbieten, nicht für die Feststellung ausreicht, dass eine solche Vereinbarung einen wettbewerbswidrigen Zweck hat“. Eine Abschottung von Märkten mit dem alleinigen Ziel, künstliche Preisdifferenzen zwischen verschiedenen Mitgliedstaaten zu erzeugen und dadurch die Gewinne zu maximieren (Preisdiskriminierung), sei nicht mit dem Vertrag vereinbar. In diesem Fall erfüllen solche Gebietsbeschränkungen nicht die Voraussetzungen für eine Ausnahme gemäß Artikel 101 Absatz 3 AEUV (Beitrag zur Verbesserung der Herstellung oder Verbreitung von Waren oder zur Förderung des technischen oder wirtschaftlichen Fortschritts). Das Urheberrecht garantiere den betreffenden Rechtsinhabern nicht, dass sie die höchstmögliche Vergütung verlangen können. Ihnen werde lediglich eine angemessene Vergütung für jede Nutzung des Schutzgegenstands zugesichert. Um angemessen zu sein, müsse sie in einem vernünftigen Zusammenhang mit dem wirtschaftlichen Wert der erbrachten Leistung stehen. Insbesondere müsse sie mit der tatsächlichen oder potenziellen Zahl der Personen im Zusammenhang stehen, die in ihren Genuss kommen oder kommen wollen. Lizenzeinnahmen aus codierten Satellitenübertragungen könnten sich nach der tatsächlichen und potenziellen Einschaltquote sowohl im Sendemitgliedstaat als auch in anderen Mitgliedstaaten richten, in denen die Sendungen empfangen werden. In der vorliegenden Sache hätten die Rechteinhaber jedoch eine erhöhte Zahlung als Ausgleich für die Garantie eines absoluten Gebietsschutzes erhalten. Dies habe im Gegenzug zu künstlichen Preisunterschieden zwischen den abgeschotteten nationalen Märkten geführt.

Hat dieser Fall eine grundsätzliche Änderung gebracht? Dieses Urteil wurde von manchen zunächst als „bahnbrechend“ betrachtet, und man erwartete „weitreichende Auswirkungen auf die bestehenden Geschäftspraktiken im Rundfunkbereich“, nicht nur beim Sport, sondern auch bei Spielfilmen und anderen Premium-Inhalten, die von Satelliten-Pay-TV-Diensten und sogar Web-basierten Fernsehdiensten und anderen Online-Inhaltsdiensten angeboten werden, bei denen Gebietsbeschränkungen durch technische Geoblocking-Maßnahmen gelten.¹⁶⁴ Doch nach einem Bericht für die Europäische Kommission über die Rechte von Sportveranstaltern¹⁶⁵ scheint sich bisher wenig geändert zu haben. Die Premier League reagierte auf das Urteil mit der Einführung neuer Vertragsbedingungen, mit denen Verbraucher EU-weit schlechter gestellt werden.¹⁶⁶

- Lizenznehmer dürfen ihren Verbrauchern keinen englischsprachigen Audiokanal mehr anbieten. Sie dürfen Spiele der Premier League nur noch mit dem Kommentar in der jeweiligen Landessprache übertragen. Der englischsprachige Audiokanal ist jetzt den Lizenznehmern in Großbritannien und Irland vorbehalten.

¹⁶⁴ Siehe z. B. Hugenholtz P.B., „Europe 1 – Premier League 0“, Kluwer Copyright Blog, 9. Oktober 2011, <http://kluwercopyrightblog.com/2011/10/09/europe-1-premier-league-0/>.

¹⁶⁵ Van Rompuy B., Margoni T. *et al*, „Study on sports organisers’ rights in the European Union“, Final Report, Februar 2014, http://ec.europa.eu/sport/news/2014/docs/study-sor2014-final-report-gc-compatible_en.pdf.

¹⁶⁶ Van Rompuy B., „Premier League fans in Europe worse off after Murphy judgment“, <http://kluwercompetitionlawblog.com/2014/05/06/premier-league-fans-in-europe-worse-off-after-murphy-judgment/>.



- Lizenznehmer außerhalb Großbritanniens dürfen samstags nachmittags nur noch ein Spiel der Premier League live übertragen. Italienische Sender wurden sogar gezwungen, die Liveübertragung aller am Samstag um 15 Uhr beginnenden Spiele einzustellen, weil das Signal von Fox Sport Italia weiterhin in britischen Gaststätten verwendet wurde.

Weniger enthusiastische Stimmen argumentieren zudem, dass das Premier-League-Urteil nur die Verbreitung von Premium-Sportinhalten via Satellit betreffe und daher die Frage offenlasse, ob es auch auf die Verbreitung von Premium-Filmen oder die Verbreitung von beiderlei Inhalten via Internet anwendbar ist.¹⁶⁷

Eine Beurteilung der Anwendbarkeit des Premier-League-Urteils auf andere Inhaltsarten oder Verbreitungsformen ist naturgemäß subjektiv und sprengt den Rahmen dieser Publikation. Es gibt jedoch bestimmte Fakten, die eine Verwertung von Sportrechten von anderen audiovisuellen Werken unterscheiden. Während im Sport der Videoaspekt der Sendung überwiegt, sodass sich z. B. das Ansehen eines Premier-League-Fußballspiels auch dann lohnt, wenn der Fernsehzuschauer die Sprache des Kommentars nicht versteht, (oder mit ganz ausgeschaltetem Kommentar) sind Filme und andere audiovisuelle Werke normalerweise nur uneingeschränkt zu genießen, wenn der Zuschauer den Audioteil versteht. So wird ein Film auf Deutsch für Zuschauer, die der Sprache Goethes nicht mächtig sind, uninteressant sein, wenn er nicht in einer Sprache synchronisiert oder Untertitelt ist, die der Zuschauer versteht. Diese Sprachbarriere (ganz zu schweigen von anderen kulturellen Hindernissen für die Verbreitung europäischer audiovisueller Werke) erklärt (oder rechtfertigt sogar), warum Sende- und Filmrechte in der EU bis heute generell nur für einzelne Länder abgeschlossen werden, wobei die einzigen Ausnahmen genau die Lizenzierung für einen Sprachraum oder für Gebiete mit besonderem gemeinsamem soziokulturellem Hintergrund betreffen.¹⁶⁸ Darum muss eine Lizenzvereinbarung für ein audiovisuelles Werk für jedes Land der EU Klauseln enthalten, die nicht nur den territorialen Geltungsbereich der Lizenz betreffen, sondern auch ihren sprachlichen Geltungsbereich, sowie Klauseln zur Synchronisierung und/oder Untertitelung des betreffenden Werks. So ist in den International Standard Terms der Independent Film & Television Alliance¹⁶⁹ von lizenzierten Rechten „im gesamten Vertragsgebiet für die Vertragsdauer in den autorisierten Sprachen“ die Rede. Die Lizenz gilt nur für „autorisierte synchronisierte, Untertitelte, mehrspurige oder editierte Versionen“.

5.2. Das Herkunftslandprinzip in der Rechtsprechung des GHEU

Da das Herkunftsland mit dem grenzüberschreitenden Zugang zu audiovisuellen Inhalten in Verbindung steht, hat sich die Rechtsprechung nur auf EU-Ebene entwickelt, insbesondere während der ersten Jahre der Anwendung der Fernsehrichtlinie.¹⁷⁰

¹⁶⁷ Siehe OECD, siehe obige Fußnote 94, S. 92

¹⁶⁸ Siehe Absatz 2.1.3 dieser Publikation.

¹⁶⁹ IFTA International Standard Terms,

www.ifta-online.org/sites/default/files/IFTA%20International%20Standard%20Terms%20-%20MILA%205th%20Edition.pdf.

¹⁷⁰ Richtlinie 89/552/EWG des Rates vom 3. Oktober 1989 zur Koordinierung bestimmter Rechts- und Verwaltungsvorschriften der Mitgliedstaaten über die Ausübung der Fernsehaktivität [1989], Amtsblatt L 298/23,

<http://eur-lex.europa.eu/LexUriServ/LexUriServ.do?uri=CELEX:31989L0552:DE:HTML>.



Die Fernsehrichtlinie etablierte zwar das Herkunftslandprinzip, nannte aber außer der Ansässigkeit keine weiteren Anknüpfungskriterien. Gemäß Artikel 2 der Fernsehrichtlinie hat jeder Mitgliedstaat dafür zu sorgen, dass „alle Fernsehsendungen, die – von seiner Rechtshoheit unterworfenen Fernsehveranstaltern gesendet werden oder – von Fernsehveranstaltern gesendet werden, die eine von diesem Mitgliedstaat zugeteilte Frequenz oder Übertragungskapazität eines Satelliten oder eine in diesem Mitgliedstaat gelegene Erd-Satelliten-Sendestation benutzen, ohne jedoch der Rechtshoheit eines Mitgliedstaats unterworfen zu sein, dem Recht entsprechen, das auf für die Allgemeinheit bestimmte Sendungen anwendbar ist.“

Das Fehlen von Anknüpfungskriterien führte zu einigen Urteilen, die anerkannt wurden und im Hinblick auf die allgemeinen Grundsätze zum Herkunftsland und zur Umgehung (der Vorschriften) noch immer als gültig betrachtet werden können.

Eine erste Gruppe von Urteilen betrifft die Ermittlung der territorialen Zuständigkeit im Hinblick auf das anwendbare Recht.

Bevor mit der Fernsehrichtlinie der Harmonisierungsprozess des anwendbaren Rechts begann, wurde in den bahnbrechenden Fällen *Sacchi*¹⁷¹ und *Debauve*¹⁷² festgestellt, dass die Ausstrahlung von Fernsehsendungen unter die Vertragsvorschriften über Dienstleistungen fällt und dass jeder Mitgliedstaat in Ermangelung einer Harmonisierung der für das Fernsehen geltenden Vorschriften befugt ist, Fernsehwerbung aus Gründen des Allgemeininteresses und ohne Diskriminierung zu regulieren, zu beschränken oder sogar völlig zu verbieten.

Im Fall *Bond van Adverteerders*¹⁷³ argumentierte der Gerichtshof weiter, dass sich innerstaatliche Vorschriften nicht mit dem Gemeinschaftsrecht vereinbaren lassen, wenn sie nicht unterschiedslos auf alle Dienstleistungen ohne Rücksicht auf deren Ursprung anwendbar und somit diskriminierend sind.

Diese Aussagen enthielten im Kern bereits das Herkunftslandprinzip, konnten aber nicht so weit gehen, Fälle möglicher Kompetenzkonflikte zu berücksichtigen. Bei der analogen terrestrischen Übertragung wäre ein Empfang im Ausland definitionsgemäß nur in Grenznähe möglich, doch mit der Kabelweiterverbreitung ändert sich die Situation. So verurteilte der GHEU beispielsweise Belgien¹⁷⁴ wegen der Einführung eines vorläufigen Lizenzsystems für die Kabelweiterverbreitung von Fernsehprogrammen, die vom Gebiet anderer Mitgliedstaaten ausgestrahlt werden, da dieses zweite Kontrollsystem einer Verweigerung des freien Dienstleistungsverkehrs gleichkommt. Mit anderen Worten: Es gilt das Recht des ersten Staates, und Standardbeschränkungen sind nicht zulässig.

Die belgische Gesetzgebung stand auch im Fall *Denuit*¹⁷⁵ auf dem Prüfstand. Hier entschied der Gerichtshof, dass der Staat der Weiterverbreitung von Sendungen eines der Rechtshoheit eines

¹⁷¹ Rechtssache 155/73, Strafverfahren gegen Giuseppe Sacchi, Ersuchen um Vorabentscheidung [1974] Slg. 409, <http://eur-lex.europa.eu/legal-content/DE/TXT/HTML/?uri=CELEX:61973CJ0155&from=DE>.

¹⁷² Rechtssache 52/79, *Procureur du Roi gegen Marc J.V.C. Debauve und andere*, Ersuchen um Vorabentscheidung [1980] Slg. 833, <http://eur-lex.europa.eu/legal-content/DE/ALL/?uri=CELEX:61979CJ0052>.

¹⁷³ Rechtssache 352/85, *Bond van Adverteerders und andere gegen Niederländischer Staat*, Ersuchen um Vorabentscheidung [1988] Slg. 2085, <http://eur-lex.europa.eu/legal-content/DE/ALL/?uri=CELEX:61985CJ0352>.

¹⁷⁴ Rechtssache C-11/95, *Kommission der Europäischen Gemeinschaften gegen Königreich Belgien* [1996] Slg. I-4115, <http://eur-lex.europa.eu/legal-content/DE/ALL/?uri=CELEX:61995CJ0011>.

¹⁷⁵ Rechtssache C-14/96, Strafverfahren gegen Paul Denuit, Ersuchen um Vorabentscheidung [1997] Slg. I-02785,



anderen Mitgliedstaats unterworfenen Veranstalters auf seinem Gebiet nicht widersprechen kann, wenn er der Auffassung ist, dass die Sendungen des letzteren Staates der Richtlinie entsprechen, da dies eine Frage ist, deren Beurteilung im Kontrollbereich des Herkunftsstaats liegt.

Um Satellitenübertragungen ging es in einem Vertragsverletzungsverfahren gegen Großbritannien,¹⁷⁶ in dem der Gerichtshof das Prinzip bestätigte, nach dem ein Rundfunkveranstalter der Rechtshoheit des Mitgliedstaats unterworfen ist, in dem er niedergelassen ist (im konkreten Fall des Mitgliedstaats, in dem sich die Erd-Satelliten-Sendestation befindet). Der Gerichtshof verurteilte zudem die Kontrolle, die über Sendungen ausgeübt wird, die von einem Rundfunkveranstalter weiterverbreitet werden, der der Rechtshoheit eines anderen Mitgliedstaats unterworfen ist.

Eine zweite Gruppe von Urteilen betrifft Umgehungsfälle. Im Fall *Veronica*¹⁷⁷ stellte der Gerichtshof fest, dass einem Mitgliedstaat nicht das Recht zum Erlass von Vorschriften abgesprochen werden kann. Damit soll verhindert werden, dass der Erbringer einer Leistung, dessen Tätigkeit ganz oder vorwiegend auf das Gebiet dieses Staates ausgerichtet ist, sich den Berufsregelungen entzieht, die auf ihn Anwendung fänden, wenn er im Gebiet dieses Staates niedergelassen wäre und sich damit die durch Artikel 59 des Vertrags garantierten Freiheiten zunutze machte.

Ebenso entschied der Gerichtshof auch im Fall *TV10*,¹⁷⁸ dass ein Mitgliedstaat Maßnahmen gegen einen Rundfunkveranstalter erlassen darf, der in einem anderen Mitgliedstaat niedergelassen ist, dessen Tätigkeit aber ganz oder vorwiegend auf das Gebiet dieses Staates gerichtet ist, wenn diese Niederlassung zur Umgehung der Vorschriften gegründet wurde, die auf ihn Anwendung fänden, wenn er im Gebiet des ersten Mitgliedstaats niedergelassen wäre.

Zur Feststellung der territorialen Zuständigkeit eines Mitgliedstaats erklärte der Gerichtshof im Fall *VT4*¹⁷⁹, dass ein Fernsehveranstalter der Rechtshoheit des Mitgliedstaats unterworfen ist, in dem er niedergelassen ist, bei mehreren Niederlassungen der Rechtshoheit des Mitgliedstaats, in dem er den Mittelpunkt seiner Tätigkeiten hat, d. h. insbesondere in dem die Entscheidungen über die Zusammenstellung der zu sendenden Programme getroffen werden.

Diese Urteile sind alle schon recht alt und stammen aus der Zeit vor der ersten Überarbeitung der Fernsehrichtlinie. Nach der Einführung der Kriterien für die territoriale Zuständigkeit zur Bestimmung des zuständigen Mitgliedstaats wurden dem GHEU keine weiteren Konflikte mehr vorgelegt. Bestehende Probleme wurden vielmehr bilateral gelöst.

<http://eur-lex.europa.eu/legal-content/DE/ALL/?uri=CELEX:61996CJ0014>.

¹⁷⁶ Rechtssache C-222/94, *Kommission der Europäischen Gemeinschaften gegen Vereinigtes Königreich Grossbritannien und Nordirland* [1996] Slg. I-4025, <http://eur-lex.europa.eu/legal-content/DE/ALL/?uri=CELEX:61994CJ0222>.

¹⁷⁷ Rechtssache C-148/91, *Vereniging Veronica Omroep Organisatie gegen Commissariaat voor de Media*, Ersuchen um Vorabentscheidung [1993] Slg. I-487, <http://eur-lex.europa.eu/legal-content/DE/TXT/?uri=CELEX:61991CJ0148>.

¹⁷⁸ Rechtssache C-23/93, *TV10 SA gegen Commissariaat voor de Media*, Ersuchen um Vorabentscheidung [1994] Slg. I-4795, <http://eur-lex.europa.eu/legal-content/DE/ALL/?uri=CELEX:61993CJ0023>.

¹⁷⁹ Rechtssache C-56/96, *VT4 Ltd gegen Flämische Gemeinschaft*, Ersuchen um Vorabentscheidung [1997] Slg. I-3143, <http://eur-lex.europa.eu/legal-content/DE/ALL/?uri=CELEX:61996CJ0056>.





6. Aktueller Stand

6.1. Reform der Rechte an geistigem Eigentum und des Urheberrechts

6.1.1. Aktueller Stand auf der Ebene der Europäischen Kommission

6.1.1.1. Die öffentliche Konsultation zur Überprüfung der EU-Urheberrechtsvorschriften

Die Europäische Kommission führte von Dezember 2013 bis März 2014 eine öffentliche Konsultation zur Überprüfung der EU-Urheberrechtsvorschriften¹⁸⁰ durch, die einen großen Themenkreis abdeckte, darunter auch die Territorialität im Binnenmarkt.¹⁸¹ Sie beschreibt in diesem Dokument die bestehenden Unterschiede zwischen den Mitgliedstaaten, die auf dem Gebiet des Urheberrechts trotz des hohen Maßes an Harmonisierung auf EU-Ebene verbleiben.

Insbesondere beschreibt die Kommission die Notwendigkeit, für die Verbreitung von urheberrechtlich geschützten Inhalten im Internet eine Autorisierung für jedes Staatsgebiet zu verlangen, in dem die Inhalte öffentlich wiedergegeben werden, da der geografische Geltungsbereich der Rechte auf das Gebiet des Staates beschränkt ist, der sie gewährt. Die Kommission erkennt jedoch an, dass Rechteinhaber gebietsübergreifende oder gesamteuropäische Lizenzen vergeben können. Die Kommission wollte wissen, ob die Interessenträger bei dem Versuch, auf Online-Dienste grenzüberschreitend zuzugreifen oder solche Dienste grenzüberschreitend bereitzustellen, Probleme hatten, und forderte sie auf, ihre Meinung zu gebietsübergreifenden Lizenzen und Gebietsbeschränkungen zu äußern. Zudem wurde nach Meinungsäußerungen zu der Frage gebeten, ob über die jüngsten Initiativen hinaus wie die Richtlinie über die kollektive Rechtswahrnehmung¹⁸² und den Dialog „Lizenzen für ganz Europa“¹⁸³ auf EU-Ebene weitere Maßnahmen (legislative oder nicht legislative, darunter marktorientierte Lösungen) ergriffen werden müssten, um die grenzüberschreitende Verfügbarkeit von Inhaltsdiensten im Binnenmarkt zu erhöhen.

Die öffentliche Konsultation stieß auf breites Interesse: Auf das Konsultationsdokument gingen mehr als 9500 Antworten ein.¹⁸⁴

¹⁸⁰ European Commission Public Consultation on the review of the EU copyright rules, Directorate General Internal Market and Services, http://ec.europa.eu/internal_market/consultations/2013/copyright-rules/docs/consultation-document_en.pdf.

¹⁸¹ Die anderen Themen, die die Kommission in ihrer Mitteilung zu Inhalten im digitalen Binnenmarkt nannte und in der öffentlichen Konsultation ansprach, waren: Harmonisierung, Beschränkungen und Ausnahmen des Urheberrechts im digitalen Zeitalter, die Fragmentierung des EU-Urheberrechtsmarkts sowie Möglichkeiten zur Verbesserung der Effektivität und Effizienz der Durchsetzung bei gleichzeitiger Stützung ihrer Legitimität.

¹⁸² Siehe Absatz 2.1.2.2 dieser Publikation.

¹⁸³ Siehe Absatz 4.1 dieser Publikation.

¹⁸⁴ European Commission Report on the responses to the Public Consultation on the Review of the EU Copyright Rules, Directorate General Internal Market and Services, Juli 2014,



Bei der Territorialität und dem Zugang zu Werken beklagten Endnutzer und Verbraucher den Mangel an Transparenz hinsichtlich der Möglichkeiten, grenzüberschreitend auf Inhalte zuzugreifen, und die Gebietsbeschränkungen. Sie wünschen einen Zugriff auf alle Inhalte aus Online-Shops unabhängig davon, ob diese auf den Mitgliedstaat ausgerichtet sind, in dem sie ihren Wohnsitz haben.

Urheber und ausübende Künstler sowie ein großer Teil der Rundfunkveranstalter dagegen sahen eine Notwendigkeit, Rechte auf territorialer Basis zu beschränken und Verbreitern, die Produktionen vorfinanzieren, volle Exklusivität zu garantieren, damit sie mit ihrer Investition eine Rendite erzielen. Die überwiegende Mehrheit von ihnen sah keine rechtlichen Hindernisse für den gebietsübergreifenden Handel mit audiovisuellen Produktionen.

Filmproduzenten erklärten im Allgemeinen, dass sich Diensteanbieter meist an Publikum aus einem bestimmten Land oder mit einer bestimmten Sprache richteten und kein Interesse an gebietsübergreifenden Lizenzen hätten, außer für Gebiete, in denen dieselbe Sprache gesprochen wird.

Verwertungsgesellschaften im audiovisuellen Bereich wiederum betonten, dass Gebietsbeschränkungen bei der Lizenzvergabe eine notwendige Folge der exklusiven territorialen Verbreitung audiovisueller Werke seien. Einige argumentierten auch, dass ein Zwang zur gebietsübergreifenden Lizenzvergabe Dienste gefährden könne, die sich an Eigenheiten lokaler Kunden orientierten.

Bei den Diensteanbietern bezeichneten diejenigen, die digitale Inhalte verbreiten, den Mangel an Informationen über Inhalte – welche Rechte von wem für welche Gebiete vertreten werden – als großes Problem für die Rechtereklärung und Lizenzvergabe im Binnenmarkt. Einige Diensteanbieter – VoD-Plattformen – erklärten, sie seien aufgrund der territorialen Lizenzvergabe vertraglich verpflichtet, den grenzüberschreitenden Zugang zu ihren Inhalten zu verhindern. Neben dem Urheberrecht führten sie auch andere Faktoren wie Besteuerung, Verwertungsfenster, Regelungen für Privatkopien und Jugendschutz an.

Anbieter audiovisueller Dienste verwiesen auf eine unzureichende Nachfrage nach grenzüberschreitenden Diensten. Diese Nachfrage beschränke sich auf Bereiche mit gemeinsamer Sprache und auf die Zielgruppe der Migranten. Die überwiegende Mehrheit der Diensteanbieter hielt weitere Maßnahmen für erforderlich, um die grenzüberschreitende Verfügbarkeit von Inhalten zu erhöhen, und forderte eine Vereinfachung der Lizenzvergabe im Binnenmarkt.

Die Mitgliedstaaten, die auf die Konsultation antworteten, sahen kein großes Problem und bestanden darauf, marktorientierte Lösungen zu finden, um die Portabilität von Inhalten zu erhöhen und das legale Angebot generell zu verbessern.

6.1.1.2. Eine Strategie für den digitalen Binnenmarkt für Europa

Die Europäische Kommission bezeichnet die Vollendung des digitalen Binnenmarkts (DBM) als eine ihrer zehn politischen Prioritäten.¹⁸⁵ Kommissionspräsident Jean-Claude Juncker kündigte zu Beginn seiner Amtszeit an, er wolle zu seiner Verwirklichung „nationale Silos abbauen“, auch im

http://ec.europa.eu/internal_market/consultations/2013/copyright-rules/docs/contributions/consultation-report_en.pdf.

¹⁸⁵ „Political Guidelines for the next Commission – A new Start for Europe: My Agenda for Jobs, Growth, Fairness and Democratic Change“, 15. Juli 2014, http://europa.eu/rapid/press-release_SPEECH-14-546_en.htm.



Urheberrecht. Konkret wolle er in den ersten sechs Monaten seiner Amtszeit ambitionierte gesetzgeberische Maßnahmen für einen vernetzten digitalen Markt ergreifen und dazu „insbesondere die Verbraucherschutz rechtlichen Bestimmungen für Online- und Digitalkäufe modernisieren und vereinfachen“.

Eines der Hauptziele der Strategie für den digitalen Binnenmarkt, die von der Kommission am 6. Mai 2015 angekündigt wurde,¹⁸⁶ ist daher die Gewährleistung eines besseren Zugangs für Verbraucher und Unternehmen zu digitalen Waren und Dienstleistungen in ganz Europa. Die Kommission ist der Auffassung, dass Hürden bei der Portabilität urheberrechtlich geschützter Inhalte und dem grenzüberschreitenden Zugang zu Diensten, die solche Inhalte anbieten, nach wie vor weit verbreitet seien, insbesondere bei audiovisuellen Programmen. Sie berichtet, 45 % der Unternehmen, die erwägen, Verbrauchern online digitale Waren anzubieten, hätten angegeben, dass urheberrechtliche Beschränkungen, die ihnen den Verkauf im Ausland verbieten, ein Problem darstellen. Weniger als 4 % aller Inhalte, die in der EU als Videos auf Abruf (VoD) erhältlich sind, könnten von anderen Mitgliedstaaten aus abgerufen werden. Dies liege zum Teil an der Territorialität im Urheberrecht und an den Schwierigkeiten, die sich bei der Klärung der Rechte stellen. In anderen Fällen ließen sich die mangelnde Verfügbarkeit und/oder der fehlende Zugang auf vertragliche Beschränkungen im Verhältnis zwischen Rechteinhabern und Händlern zurückführen oder auch auf Geschäftsentscheidungen der Händler selbst. Mitunter sei der Grund dafür in der Bedeutung des Gebietsschutzes für die Finanzierung bestimmter Arten von (audiovisuellen) Werken zu suchen.

Vor diesem Hintergrund kündigte die Kommission zwei Maßnahmenpakete an, um die Portabilität rechtmäßig erworbener Inhalte zu erreichen und den grenzüberschreitenden Zugang zu rechtmäßig erworbenen Online-Diensten zu gewährleisten. Einerseits forderte die Kommission ein „moderneres, europäischeres Urheberrecht“ und kündigte an, sie werde noch vor Ende 2015 Vorschläge zur Rechtsetzung unterbreiten, um – auch im Wege weiterer Harmonisierungsmaßnahmen – die Unterschiede zwischen den nationalen Urheberrechtssystemen zu verringern und den Nutzern EU-weit einen umfassenderen Online-Zugang zu geschützten Werken zu ermöglichen.

Andererseits will sie Hürden für den europaweiten Online-Handel wie das Geoblocking beseitigen. In manchen Fällen könnten solche Lieferbeschränkungen mit den sich daraus ergebenden Preisunterschieden gerechtfertigt sein, etwa wenn der Unternehmer bestimmten gesetzlichen (z. B. verbraucherrechtlichen) Auflagen nachkommen müsse oder wenn sie auf anerkannte Geschäftspraktiken (z. B. höhere Lieferkosten) zurückzuführen seien. Andere „ungerechtfertigte“ Geoblocking-Praktiken seien als Hürden für den grenzüberschreitenden Online-Handel in der EU zu betrachten und sollten nach Auffassung der Kommission verboten werden.

Ob die Kommission zu der Auffassung gelangt, dass „Geoblocking“ im audiovisuellen Sektor ungerechtfertigt ist und beendet werden muss, bleibt offen. Die Kommission will im ersten Halbjahr 2016 Rechtsetzungsvorschläge unterbreiten, um „ungerechtfertigtes“ Geoblocking abzustellen. Hierzu könnte sie die geltenden EU-Vorschriften ändern (insbesondere die Richtlinie über den elektronischen Geschäftsverkehr und die Dienstleistungsrichtlinie). Eine mögliche Einbeziehung von audiovisuellen und Filmdiensten in den Geltungsbereich der Dienstleistungsrichtlinie, die für diese

¹⁸⁶ Mitteilung der Kommission an das Europäische Parlament, den Rat, den Europäischen Wirtschafts- und Sozialausschuss und den Ausschuss der Regionen, „Strategie für einen digitalen Binnenmarkt für Europa“, COM(2015) 192 final vom 6. Mai 2015, http://ec.europa.eu/priorities/digital-single-market/docs/dsm-communication_de.pdf.



bisher nicht gilt,¹⁸⁷ könnte die Lizenzierungs- und Marketingpraktiken der Anbieter audiovisueller Dienste in Europa beeinflussen.

6.1.1.3. Die öffentliche Konsultation zur Überprüfung der Satelliten- und Kabelrichtlinie

In ihrer Mitteilung zur Strategie für einen digitalen Binnenmarkt für Europa gab die Kommission unter anderem bekannt, dass sie die Satelliten- und Kabelrichtlinie (93/83/EWG) überprüfen will, um festzustellen, inwiefern Bedarf besteht, deren Geltungsbereich auf Online-Übertragungen seitens der Rundfunkveranstalter auszuweiten bzw. Maßnahmen anzugehen, um einen besseren grenzüberschreitenden Zugang zu Rundfunkdiensten in Europa zu gewährleisten. Daraufhin eröffnete sie am 24. August 2015 ein öffentliches Konsultationsverfahren¹⁸⁸ mit dem Ziel, Meinungen zu dem Überprüfungsverfahren und zu einer möglichen Erweiterung der Richtlinie im Lichte der technischen Entwicklung und der Entwicklung der Marktgegebenheiten einzuholen.

Im Mittelpunkt dieser Konsultation steht die Frage der Territorialität, denn die Kommission fragt unter anderem nach dem Grundsatz des Ursprungslands für die öffentliche Wiedergabe über Satellit. Insbesondere möchte die Kommission wissen, ob der Grundsatz des Ursprungslands die Klärung von Urheberrechten und verwandten Schutzrechten bei grenzüberschreitenden Sendungen über Satellit erleichtert und ob er den grenzüberschreitenden Zugang der Verbraucher zu Satellitenrundfunkdiensten verbessert hat. Die Kommission möchte feststellen, ob die Anwendung dieses Grundsatzes zu einem niedrigeren Schutzniveau für die Urheber oder sonstige Rechteinhaber führt und ob sie spezifische Zusatzkosten (z. B. Verwaltungskosten) zur Folge gehabt hat. Die Kommission fragt nach der Meinung der Interessenträger zu einer möglichen Ausweitung dieses Grundsatzes, wie er für den Satellitenrundfunk gilt, auf Fernseh- und Hörfunkübertragungen auf anderem Wege als über Satellit (z. B. IPTV, Webcasting), auf Online-Dienste als Nebenleistung zur Erstsendung (z. B. Simulcasting, Catch-up-TV), auf alle Online-Dienste, die von Rundfunkveranstaltern bereitgestellt werden, (z. B. Video auf Abruf) und auf alle Online-Inhaltedienste aller Anbieter, einschließlich Rundfunkveranstalter. Ziel einer solchen Ausweitung wäre, die grenzüberschreitende Zugänglichkeit von Online-Diensten für die Verbraucher zu erhöhen.¹⁸⁹

Diese Konsultation, die bis zum 16. November 2015 verfügbar ist, ergänzt das Grünbuch der Kommission über den Online-Vertrieb von audiovisuellen Werken vom Juli 2011 und die Konsultation zur Überprüfung der EU-Urheberrechtvorschriften vom Dezember 2013. Parallel dazu führt die Kommission eine Studie zur Beurteilung des Funktionierens und der Relevanz der Richtlinie sowie der rechtlichen und wirtschaftlichen Aspekte der sich wandelnden Rundfunklandschaft durch. Die Ergebnisse dieser Studie sollen im Frühjahr 2016 veröffentlicht werden und in die Überprüfung einfließen.

¹⁸⁷ Für nähere Informationen zur Dienstleistungsrichtlinie siehe Absatz 2.1.1 dieser Publikation.

¹⁸⁸ Konsultation über die Überprüfung der EU Satelliten- und Kabelrichtlinie, <https://ec.europa.eu/digital-agenda/en/news/consultation-review-eu-satellite-and-cable-directive#Deutsch>.

¹⁸⁹ Für weitere Informationen über die EU Satelliten- und Kabelrichtlinie und die Herausforderung von neuen Technologien siehe IRIS Plus, 2014-4, S. 21, http://www.obs.coe.int/documents/205595/7944996/IRIS+plus+2014-4_DE_LA.pdf.



6.1.2. Aktueller Stand beim Europäischen Parlament

6.1.2.1. Bericht des Europäischen Parlaments zur Urheberrechtsreform

Die Verbesserung der grenzüberschreitenden Zugänglichkeit von Diensten und urheberrechtlich geschützten Inhalten steht auch beim Europäischen Parlament auf der Agenda. So wurde vom Parlament am 9. Juli 2015 ein Bericht betreffend die Umsetzung der InfoSoc-Richtlinie (Berichterstatteerin Julia Reda)¹⁹⁰ verabschiedet.¹⁹¹

Das Parlament erkennt in dem Bericht an, dass eine Reform des Urheberrechts notwendig ist, und fordert die Kommission auf, eine breite Vielfalt von Maßnahmen zu prüfen, um das Urheberrecht den sich wandelnden Realitäten anzupassen und den grenzüberschreitenden Zugang zu Werken zu verbessern.

Es bekräftigt das Territorialprinzip, „nach dem jeder Mitgliedstaat in der Lage ist, den Grundsatz einer angemessenen Vergütung im Rahmen seiner eigenen Kulturpolitik zu garantieren“. Es empfiehlt einen faktengestützten Ansatz zur Verbesserung des aktuellen Rechtsrahmens, um den grenzüberschreitenden Zugang zur Vielfalt der Verwendungen zu erleichtern, die den Verbrauchern durch den technologischen Fortschritt angeboten wird. Zu den Fragen im Zusammenhang mit Portierbarkeit und Geoblocking weist das Parlament darauf hin, dass den Verbrauchern allzu oft der Zugang zu bestimmten Informationsangeboten aus geografischen Gründen verwehrt wird, und es fordert die Kommission daher mit Nachdruck auf, geeignete Lösungen für eine bessere grenzübergreifende Zugänglichkeit zu Dienstleistungen vorzuschlagen. Der Bericht betont jedoch, dass Lösungen sowohl regulatorischer als auch Markt gesteuerter Art erforderlich sein könnten.

Andererseits besteht das Parlament auf der Rolle der Territorialität bei der Finanzierung europäischer Werke. Insbesondere weist es darauf hin, dass die Finanzierung, die Produktion und die Koproduktion von Filmen und Fernsehhalten in hohem Maße von ausschließlichen Gebietslizenzen abhängen, die örtlichen Verleihern auf verschiedenen Plattformen erteilt werden, die den kulturellen Eigenheiten der verschiedenen europäischen Märkte Rechnung tragen. Es verweist zudem auf die Rolle von Gebietslizenzen im Hinblick auf Vorab-Einkaufs- oder Vorfinanzierungsregelungen der Sendeunternehmen und betont, dass sich die Vertragsfreiheit, den geografischen Geltungsbereich und verschiedene Vertriebsplattformen zu bestimmen, positiv auf Investitionen in Filme und Fernsehhalte sowie auf die kulturelle Vielfalt auswirkt.

In diesem Sinne fordert das Parlament die Kommission auf sicherzustellen, dass einer Initiative zur Modernisierung des Urheberrechts eine umfangreiche Folgenabschätzung zu den möglichen Auswirkungen auf die Produktion, die Finanzierung und den Vertrieb von Filmen und Fernsehhalten sowie auf die kulturelle Vielfalt vorausgeht.

¹⁹⁰ Bericht über die Umsetzung der 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 (2014/2256(INI)), Rechtsausschuss, Berichterstatteerin Julia Reda,

www.europarl.europa.eu/sides/getDoc.do?pubRef=-//EP//NONSGML+REPORT+A8-2015-0209+0+DOC+PDF+V0//DE.

¹⁹¹ Entschließung des Europäischen Parlaments vom 9. Juli 2015 zur Umsetzung der 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 (2014/2256(INI)),

www.europarl.europa.eu/sides/getDoc.do?pubRef=-//EP//TEXT+TA+P8-TA-2015-0273+0+DOC+XML+V0//DE&language=DE.



6.1.2.2. Die Arbeitsgruppe zur Reform der Rechte an geistigem Eigentum und des Urheberrechts

Um den Weg für die bevorstehende Reform des EU-Rechtsrahmens für das Urheberrecht zu ebnet und über Fragen des geistigen Eigentums nachzudenken, beschloss der Rechtsausschuss des Europäischen Parlaments bei seiner Sitzung vom 25. September 2014, eine Arbeitsgruppe zur Reform der Rechte an geistigem Eigentum und des Urheberrechts¹⁹² einzusetzen, bestehend aus Mitgliedern des Ausschusses mit Beteiligung von Mitgliedern anderer Ausschüsse (Kultur und Bildung, Industrie, Forschung und Energie sowie Binnenmarkt und Verbraucherschutz).

Die Arbeitsgruppe trat einmal im Monat zusammen und tauschte Ansichten über ein breites Spektrum von Interessenträgern und Mitgliedern der Zivilgesellschaft aus. Im Hinblick auf audiovisuelle Werke wurden bei der Sitzung der Arbeitsgruppe vom 23. Juni 2015 verschiedene Themen angesprochen, insbesondere die Finanzierungsaspekte der Produktion von Werken und der grenzüberschreitende Zugang zu Werken für Verbraucher.

Das Ergebnis der Arbeitsgruppe wird als Ausgangspunkt für die weitere Überprüfung von Rechtsvorschriften in dem Bereich dienen und die Abgeordneten in die Lage versetzen, der Europäischen Kommission konkrete und innovative Vorschläge zu machen.

6.2. Die geplante Überarbeitung der AVMD-Richtlinie

In der oben erwähnten Mitteilung zum Binnenmarkt kündigte die Kommission auch eine Initiative zur Überarbeitung der AVMD-Richtlinie an. Konkret heißt es darin: „Die Kommission wird prüfen, ob eine Anpassung der geltenden Vorschriften für Fernsehsendungen und Abrufdienste geboten ist. Dabei wird sie sich auch mit der Frage auseinandersetzen, ob neue Dienste, die nach der Richtlinie derzeit nicht als audiovisuelle Mediendienste gelten, und Akteure, die sich außerhalb ihres geografischen Anwendungsbereichs befinden, in den Anwendungs- und Geltungsbereich einbezogen werden sollten. Die Kommission wird auch an Maßnahmen zur Förderung von Katalogen europäischer Werke auf Videoabrufplattformen arbeiten.“

Eine Überprüfung der AVMD-Richtlinie war bereits im Arbeitsprogramm 2015 der EU-Kommission vorgesehen, um die EU-Gesetzgebung zum Urheberrecht und zu audiovisuellen Mediendienstleistungen zu „modernisieren“.¹⁹³ Anhang 3 des Arbeitsprogramms erwähnt explizit, dass eine „Evaluierung“ der AVMD-Richtlinie noch nicht abgeschlossen ist und mit Ergebnissen voraussichtlich 2016 zu rechnen ist.¹⁹⁴ Dem Arbeitsprogramm der Kommission zufolge sollen innerhalb eines relativ knappen Zeitrahmens – ein Vorschlag soll 2016 vorgelegt werden – der Geltungsbereich der Richtlinie und das Wesen der für alle Marktteilnehmer geltenden Vorschriften überprüft werden, insbesondere die Maßnahmen zur Förderung europäischer Werke und die Vorschriften über den Jugendschutz und die Werbung.

¹⁹² European Parliament Committees, Legal Affairs, Working Group on Intellectual Property Rights and Copyright Reform, www.europarl.europa.eu/committees/en/iuri/subject-files.html?jsessionid=981594D4F790C7F41DD17CB439E0442F.node2?id=20150128CDT00182.

¹⁹³ Mitteilung der Kommission an das Europäische Parlament, den Rat, den Europäischen Wirtschafts- und Sozialausschuss und den Ausschuss der Regionen, „Arbeitsprogramm der Kommission 2015 – Ein neuer Start“, COM(2014) 910 final vom 16. Dezember 2014, http://ec.europa.eu/atwork/pdf/cwp_2015_de.pdf.

¹⁹⁴ Anhang 3 zu COM (2014) 910 final vom 16. Dezember 2014, http://ec.europa.eu/atwork/pdf/cwp_2015_refit_actions_de.pdf.



Im Vorfeld soll eine REFIT-Aktion¹⁹⁵ durchgeführt werden, und die Vor- und Nachteile der AVMD-Richtlinie sollen evaluiert werden. Mit REFIT wird die Kommission der REFIT-Mitteilung zufolge Belastungen, Defizite sowie ineffiziente oder ineffektive Maßnahmen identifizieren, darunter Möglichkeiten zur Vereinfachung oder zur Aufhebung bestehender Regelungen.¹⁹⁶ Bei dieser Aktion hat sich die Kommission für eine starke Beteiligung der Regulierer an der Durchführung nationaler Umfragen in vier Hauptinterventionsbereichen entschieden.¹⁹⁷

Das Begleitdokument zur DBM-Mitteilung¹⁹⁸ nennt bei der Erläuterung der bisher ergriffenen Maßnahmen zum Thema Territorialität zunächst generell „Probleme und Problemursachen“ im Zusammenhang mit der AVMD-Richtlinie und weist dann darauf hin, dass die „AVMD-Richtlinie es Mediendienste-Anbietern somit erlaubt zu entscheiden, ob sie ihre Inhalte in andere Mitgliedstaaten übertragen wollen, wobei sie nur die Vorschriften des Mitgliedstaats zu beachten haben, in dem sie ihren Sitz haben. Auf dieser Basis wird die geografische Reichweite der Übertragung von Mediendienste-Anbietern oft durch vertragliche Vereinbarungen mit Inhaltsproduzenten oder Werbetreibenden oder durch andere Erwägungen, z. B. den Auftrag öffentlich- rechtlicher Medien, bestimmt.“

Im Hinblick auf das „weitere Vorgehen“ erwähnt die Kommission ausdrücklich die Territorialität und erklärt, dass „die Evaluierungsaktion [...] auch in Erwägung ziehen wird, ob ihr aktueller Geltungsbereich auf Dienste, die nicht unter die in der Richtlinie genannte Definition von Mediendiensten fallen, und/oder auf Anbieter, die außerhalb ihres geografischen Geltungsbereichs liegen, ausgeweitet werden soll.“

Um alle betroffenen Interessenten in die Überarbeitung einzubeziehen, eröffnete die Kommission am 6. Juli 2015 zusätzlich ein öffentliches Konsultationsverfahren mit Fragen, mit denen die Notwendigkeit zur Überarbeitung der Bestimmungen der AVMD-Richtlinie beurteilt werden soll.¹⁹⁹ Zum geografischen Geltungsbereich der AVMD-Richtlinie werden folgende Fragen gestellt:

- Sind die Bestimmungen über den geografischen Anwendungsbereich der Richtlinie nach wie vor relevant, wirksam und fair?
- Sind Ihnen Probleme (z. B. Probleme im Zusammenhang mit dem Verbraucherschutz oder Wettbewerbsnachteilen) bekannt, die auf den derzeitigen geografischen Anwendungsbereich der AVMD-RL zurückzuführen sind?

¹⁹⁵ Commission Staff Working Document, „Regulatory Fitness and Performance Programme (REFIT): Initial Results of the Mapping of the Acquis“, SWD(2013) 401 final vom 1. August 2013, http://ec.europa.eu/smart-regulation/docs/reg_fitn_perf_prog_en.pdf.

¹⁹⁶ Mitteilung der Kommission an das Europäische Parlament, den Rat, den Europäischen Wirtschafts- und Sozialausschuss und den Ausschuss der Regionen, „Regulatorische Eignung der EU-Vorschriften“, COM(2012) 746 final vom 12. Dezember 2012, http://ec.europa.eu/smart-regulation/better_regulation/documents/com_2013_de.pdf.

¹⁹⁷ Minutes of the 3rd ERGA plenary meeting, Paris, 14. April 2015, http://ec.europa.eu/newsroom/dae/document.cfm?action=display&doc_id=9589.

¹⁹⁸ European Commission, Staff Working Document, „A Digital Single Market Strategy for Europe - Analysis and Evidence“, SWD(2015) 100 final vom 6. Mai 2015, http://ec.europa.eu/priorities/digital-single-market/docs/dsm-swd_en.pdf.

¹⁹⁹ Europäische Kommission, Konsultation zur Richtlinie 2010/13/EU über audiovisuelle Mediendienste (AVMD-RL) – Eine Mediengesetzgebung für das 21. Jahrhundert, <https://ec.europa.eu/digital-agenda/en/news/public-consultation-directive-201013eu-audiovisual-media-services-avmsd-media-framework-21st#DE>.



Bevorzugte Option:

- a) Beibehaltung des Status quo
- b) Ausweitung des Anwendungsbereichs der Richtlinie auf nicht in der EU ansässige Anbieter audiovisueller Mediendienste, deren Angebot sich an Zuschauer in der EU richtet. Dies könnte beispielsweise geschehen, indem diese Anbieter verpflichtet würden, sich in einem EU-Mitgliedstaat eintragen zu lassen oder einen Vertreter in einem EU-Mitgliedstaat (z. B. im wichtigsten Zielland) zu benennen. Es würden die Vorschriften des für die Eintragung bzw. Vertretung gewählten Mitgliedstaats gelten.
- c) Ausweitung des Anwendungsbereichs der Richtlinie auf nicht in der EU ansässige Anbieter audiovisueller Mediendienste, deren Angebot sich an Publikum in der EU richtet und die in Bezug auf ihren Marktanteil/Umsatz in der EU stark vertreten sind.

Die Regulierer gehen der Angelegenheit zudem auch bei ihren regelmäßigen Treffen im Rahmen der ERGA (European Regulators' Group for Audiovisual Media Services) nach. Vor Kurzem nahmen sie ein Papier zur Erläuterung der Sachlage im Zusammenhang mit der territorialen Zuständigkeit²⁰⁰ an, das die möglichen Folgen der Weiterentwicklung des audiovisuellen Sektors und der Funktionsweise des aktuellen Rechtsrahmens für die Frage der territorialen Zuständigkeit analysiert und mögliche Lösungen für diese Herausforderungen zu benennen versucht.

Gemeinsam mit der Überarbeitung der AVMD-Richtlinie plant die Kommission, wie oben ausgeführt, eine Überarbeitung der Vorschriften zum Urheberrecht. Dies könnte eine einmalige Chance sein, einen Blick auf beide Rechtsrahmen zu werfen und dabei zu berücksichtigen, wie das Territorialitätsprinzip dort zur Zeit jeweils behandelt wird, welche Schwierigkeiten sich womöglich in den Jahren der Anwendung ergeben haben und wie die beiden möglicherweise gebündelt werden könnten, um Fragen, die die Online-Welt betreffen, einheitlich anzugehen.

²⁰⁰ ERGA scoping paper on territorial jurisdiction in a convergent audiovisual world,
http://ec.europa.eu/information_society/newsroom/cf/dae/document.cfm?action=display&doc_id=9387.

