



Der Pirat in uns

In den Tiefen des Urheberrechts

16. Juli 2010

Die Informationsflut im Netz wächst unaufhaltsam. Sekündlich werden neue Bilder, Songs, Filme oder sonstiger digitaler Inhalt terrabyteschwer ins Netz gestellt. Digitale Inhalte werden neu kreiert, konsumiert, verändert, geteilt und ohne Qualitätsverlust kostengünstig viral verbreitet.

Das Internet ändert unsere Bedürfnisse und unser Konsumverhalten. Viele Konsumenten stehen vor der Frage, ob sie sich die digitalen Inhalte physisch auf einem Datenträger kaufen oder ihre bevorzugten Interpreten oder Lieblingsfilme einfach im Internet downloaden sollen. Während der Absatz von Tonträgern tendenziell zurückgeht, zieht sich der Fan Songs oder ganze Alben seiner Lieblingsband auf seinen Rechner.

Ein Großteil der Downloads im Netz sind Raubkopien, da sie gegen das geltende Urheberrecht verstoßen.

Dieses Schicksal trifft die Musik- und Filmindustrie, den Computerspiele- und den digitalen Büchermarkt.

Nur Bedrohung oder auch Chance für Veränderung? Behindert oder fördert das klassische Urheberrecht die Kreativschaffenden und somit Innovationen im Netz? Können freie Lizenzmodelle als Alternative zum klassischen Urheberrecht zu einer wachsenden Wissensallmende mit mehr gestalterischer Freiheit beitragen?

www.dbresearch.de

Autor

Thomas F. Dapp
+49 69 910-31752
thomas-frank.dapp@db.com

Editor

Stefan Schneider

Publikationsassistenz

Manuela Peter

Deutsche Bank Research
Frankfurt am Main
Deutschland

Internet: www.dbresearch.de
E-Mail: marketing.dbr@db.com
Fax: +49 69 910-31877

DB Research Management

Thomas Mayer



Foto: lizenzfrei

1. Johoo Piraten, johoo...

Downloadboom und Netzpiraterie von Filmen, Musik und sonstigen geschützten digitalen Inhalten sind, ob bewusst oder unbewusst, für viele sonst sozialen Normen folgende Bürger eine akzeptierte Praxis. Hand aufs Herz: Haben Sie sich nicht auch schon illegal Musik aus dem Netz gezogen?

Generation „Digital Natives“

Dabei wird aber gegen geltendes Recht verstoßen, nämlich gegen das Urheberrecht. Ein Unrechtsbewusstsein der Konsumenten für ihr Tun ist nicht immer vorhanden, insbesondere nicht bei der jungen Generation, den sogenannten *Digital Natives*. Sie sind mit den relevanten Technologien, wie Computer, Internet, Handy und diversen Datei-Formaten, bzw. mit einem relativ freien Zugang zu digitalen Gütern aufgewachsen. Zudem ist die Netzpiraterie aufgrund des dezentralen und einfachen Dateientausches kaum kontrollier- oder verfolgbar. Ist geltendes Recht schwer durchsetzbar, droht das Bewusstsein zu sinken, illegal zu handeln. Dennoch: Das Internet ist zwar eine neutrale Plattform, aber keinesfalls ein rechtsfreier Raum.

Digitale Güter haben einen Preis!

Offen zugängliche, digitale Güter sind per se keine kostenfreien Güter. Richard Stallmann, amerikanischer Aktivist der Freien Software Bewegung wird nicht müde zu betonen: „Free as in ‚free speech‘, not as in ‚free beer“.

Die Herstellung digitaler Inhalte verursacht Kosten, deren Deckung erst die Herstellung des Produktes ermöglichen. Vielleicht sind viele Kreativ- und Kulturschaffende nicht primär monetär getrieben, aber zu geringe Einkommen können auch ein Kreativitätshemmnis sein. Dies muss auch in das Bewusstsein der *Digital Natives* vordringen.

Der Erwartungshaltung dieser Generation, einen kostenlosen Zugang zu urheberrechtlich geschützten Inhalten zu bekommen, muss mit Aufklärung und Überzeugungsarbeit entgegen gewirkt werden. Die *Freibiermentalität* darf nicht Treiber einer Urheberrechtsreform sein. Das unternehmerische Wagnis kreativ zu werden, um z.B. digitale Güter zu produzieren, wird nicht ausschließlich, aber eben auch durch monetäre Anreize sowie mit Hilfe durchsetzungsfähiger Schutzrechte stimuliert.

2. Und täglich grüßt das Urheberrecht

Das Urheberrecht gilt unmittelbar, sobald geistiges Eigentum geschaffen ist. Anders als ein Patent, das einen Anmelde- und Genehmigungsprozess an einem Patentamt vorsieht, gelten die Rechte und Pflichten des Urheberrechtsgesetzes bei Fertigstellung des schöpferischen Werkes, ohne irgendwelche Anmeldungen oder Registrierungen. In Deutschland gilt der Schutz noch 70 Jahre lang nach dem Tod des Urhebers. Um es vor dieser Frist der breiten Öffentlichkeit frei zur Verfügung zu stellen, muss dies vom Schöpfer des Werkes ausdrücklich erklärt werden.¹ Ob diese generelle, lange Schutzfrist adäquat ist oder ob über differenzierte, eventuell kürzere Fristen nachgedacht werden sollte, bleibt weiterhin diskutabel.

Es war einmal in einer analogen Welt...

Die Entwicklung des Urheberrechts wurde für eine analoge Welt geschaffen, wie wir sie noch im 20. Jahrhundert vorgefunden haben. Beispielsweise sind Musikverlage daran interessiert, den Vertrieb einzelner Kopien quantitativ und preislich zu kontrollieren. Für diese

¹ Schätzungsweise werden lediglich 4% aller geschützten kreativen Werke derzeit kommerziell verwertet. Das Urheberrecht gilt aber auch für die restlichen 96%. Also für jene Platten oder CDs, die irgendwann vergriffen sind oder für Filme, über die sich längst der Schleier der Vergessenheit gelegt hat.

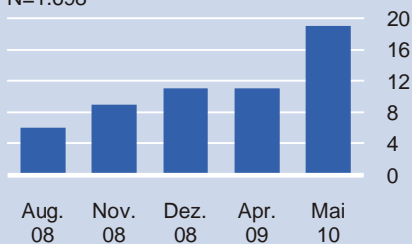


Kreativität entfaltet sich im Netz vermehrt kollektiv

Das Internet bietet neue Marketing- Strategien

Wieviele twittern/ micro-bloggen?

In % der >18-jährigen US-Bevölkerung,
N=1.698

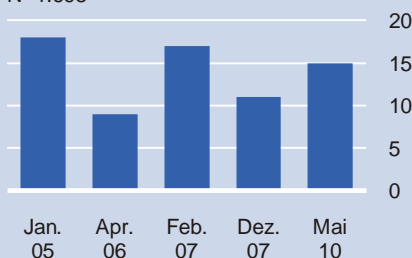


Quelle: Pew Research Center

1

Wer "remixt" digitale Inhalte*?

In % der >18-jährigen US-Bevölkerung,
N=1.698



*Songs, Texte, Bilder, sonstige digitale Inhalte.

Quelle: Pew Research Center

2

Zwecke und ohne die digitalen Möglichkeiten ist die Architektur des Urheberrechts in der Tat adäquat. Aber die digitale Neuzeit und die damit einhergehenden technologischen Möglichkeiten im Alltag sorgen dafür, dass plötzlich Millionen von Menschen zeitgleich mit dem Urheberrecht in Berührung kommen. Das verlustfreie Kopieren von digitalen Inhalten bedeutet für die einen mehr Freiheit, während die anderen ihre künstlerische Verfügungsgewalt eingeschränkt sehen und Einnahmen verlieren. Hinzu kommt, dass sich Kreativität zunehmend kollektiv entfaltet. Werke entstehen in virtuellen Räumen durch zusammenwirkende Communities. Mit diesen neuen Möglichkeiten im Schaffens- und Verwertungsbereich erlangt das Urheberrecht eine außergewöhnlich hohe Brisanz.

Das digitale Zeitalter bietet Kreativen neue Möglichkeiten, mit den Nutzern in Kontakt zu treten

Die digitale Welt bietet neue Formen des Marketings. Das Internet eröffnet Künstlern die Möglichkeit, direkt mit den Nutzern in Verbindung zu treten (ohne Intermediär). Mit eigenen Internetauftritten richten sich die Kreativschaffenden mit ihren digitalen Inhalten kostengünstig und unmittelbar an die Internetgemeinde. Beispielsweise werden Bücher sowohl in digitaler Form zum freien Download ins Netz gestellt, als auch zusätzlich gegen Entgelt im Buchhandel erfolgreich verkauft.² Diese zweigleisige Vertriebsoption spart Werbe- und Marketingkosten und bietet gleichzeitig multiplikative Verbreitung der Inhalte durch soziale Medien wie z.B. dem schnell wachsenden Twitterdienst, LinkedIn, Facebook oder in sonstigen Blog-sphären.

Zusätzlich lässt sich relativ einfach und kostengünstig externes bzw. kollektives Wissen von Nutzern einbinden, indem neue Impulse für Design, Vertrieb oder sonstige Ideen entlang des Wertschöpfungsnetzwerkes gebloggt werden (Open Innovation/Crowdsourcing). Externes Know-how kann schnell zur Optimierung des eigenen Geschäftsmodells beitragen. Das klassische Geschäftsmodell der Musikintermediäre, also der Verkauf von Musik oder Filmen auf Datenträgern, verliert hingegen zunehmend an Bedeutung.³

Vor allem die erwähnten *Digital Natives*, generell aber alle Internet-Nutzer möchten vermehrt digitale Inhalte abrufen, konsumieren und eventuell verändern. Zudem verfügen sie über die notwendigen Fertigkeiten digitale Technologien entsprechend einzusetzen. Im Mai 2010 haben beispielsweise 15% der über 18-jährigen US-Bevölkerung digitale Inhalte verändert und/oder neu zusammengestellt.⁴ Genau an diesem Punkt stellt sich die Frage, ob das Urheberrecht in der jetzigen Form noch zeitgemäß ist oder ob es an unsere zunehmend digitale Welt angepasst werden sollte. Ein Gesetz, welches geschaffen wurde, um die Belange einer relativ überschaubaren Anzahl von Unternehmen im letzten Jahrhundert zu schützen, mag nicht mehr adäquat sein, wenn plötzlich Millionen von Menschen digitale, teils geschützte Güter zeitgleich konsumieren können. Das klassische Urheberrecht beruht auf künstlicher Verknappung und Kontrolle. Durch die heutigen technologischen Möglichkeiten im Bereich digitaler Güter werden diese Restriktionen obsolet.

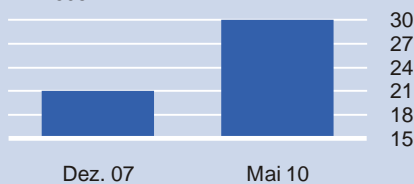
² Siehe z.B. Benkler, Yochai (2006). *The Wealth of Networks*. Dieses Werk ist im Internet frei verfügbar und ebenfalls im Buchhandel käuflich erwerblich.

³ Ehmer P. und R. Porsch (2008). *Musikindustrie: Kein Ende vom Lied*. Aktuelle Themen 420. Deutsche Bank Research. Frankfurt am Main.

⁴ Madden M. und A. Smith. 2010. *Reputation Management and Social Media*. Pew Internet & American Life Project. An initiative of the Pew Research Center. Washington, D.C.

Wer streut digitale Inhalte (Remix)?

In % der >18-jährigen US-Bevölkerung, N=1.698

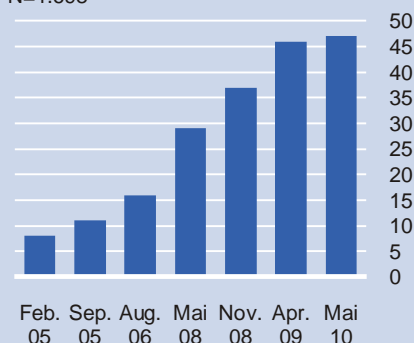


Quelle: Pew Research Center

3

Social Media rockt!

In % der >18-jährigen US-Bevölkerung, N=1.698

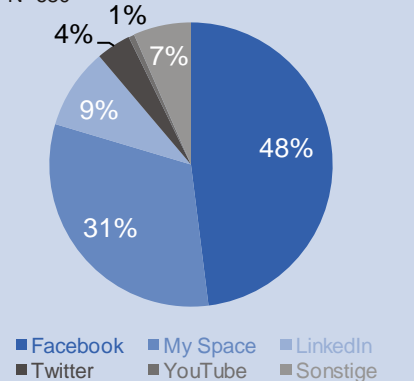


Quelle: Pew Research Center

4

Welche Social Media rocken?

In % der >18-jährigen US-Bevölkerung, N=680



Mai 2010, Mehrfachzählung möglich

Quelle: Pew Research Center

5

Digitale Güter sind nicht knapp und das Internet lässt sich auch kaum kontrollieren.

Die überschaubare Zahl ursprünglicher Rechteinhaber konzentriert sich lediglich darauf, einzelne Stars aufzubauen, in die hohe Summen investiert und hohe Einnahmen aus Vermarktung erzielt werden. Deren Produkte sind damit der kostenlosen, kreativen Weiterverwendung durch Internet-Nutzer entzogen.

Die Remix-Kultur gewinnt an Fahrt

Zudem bleibt es nicht ausschließlich beim reinen Konsum digitaler Güter. Partizipation und gemeinsames „kreativ sein“ spielt in der digitalen Welt eine immer wichtigere Rolle. Die Grenzen zwischen Produzent und Konsument verschwimmen zunehmend. Viele Nutzer gerade jüngere Generationen werden selbst aktiv und gestalten alte und neue Inhalte mit ihren eigenen Ideen und vervielfachen sie im Netz.⁵ Dabei entstehen kaum Kosten bei gleichbleibendem technischen Qualitätsniveau. Die digitalen Technologien bieten den Kreativschaffenden einen reichhaltigen Pool bestehenden Materials aus Kunst und Kultur, um Neues hervorzubringen. Dieses Potenzial wird jedoch in vielen Fällen durch das herrschende Urheberrecht begrenzt.

Sofern das Ergebnis kein Plagiat ist, also die nötige *Schöpfungshöhe* vorweisen kann, gehört es zum schöpferischen Prozess, dass Ideen und Teile aus Werken von Vorgängern genutzt werden, um darauf aufzubauen. Shakespeare und Schiller profitierten damals auch von anderen Künstlern oder Autoren. Wie soll ein Gedicht verfasst werden, ohne die Ideen und Impulse, die durch andere Gedichte oder Werke erst geweckt werden?

Soziale Netzwerke erobern die digitale Welt

Viele Urheberrechtsverletzungen werden auf Plattformen der *Social Media*⁶ begangen. Innerhalb dieser kollaborativen und interaktiven Netzwerke werden (teils unerlaubt veränderte) digitale Inhalte unaufhaltsam und rund um die Uhr gebloggt, verlinkt sowie geteilt, d.h. publiziert und im Netz viral gestreut. Der Anteil der amerikanischen Bevölkerung über 18 Jahren, die soziale Medien nutzt, stieg im Zeitraum 2005 bis 2010 von 8 auf 47%.⁷ Zu den beliebtesten amerikanischen Social Media-Diensten zählen Facebook, My Space, LinkedIn, Twitter sowie YouTube, gefolgt von sonstigen Blogdiensten.

Social Media bietet Begegnungsplattformen für Kreativschaffende im Bereich Design...

Die Wertschöpfung im Bereich Kunst und Kultur beruht nicht ausschließlich auf den Prinzipien des Schutzes geistigen Eigentums. Beispiele gibt es u.a. in der sogenannten Open Design-Community. Sie basiert auf den Prinzipien der IT-revolutionierenden sowie erfolgreichen Open Source-Bewegung. Partizipieren, teilen, interagieren und kollaborieren stehen oft im Vordergrund. Hier bieten kreative Köpfe beispielsweise ihre Skizzen, Blaupausen oder fertigen

⁵ User generated content.

⁶ Der Begriff „Social Media“ umfasst alle Mediendienstleistungen im Internet, die Interaktion und Austausch digitaler Inhalte durch die Nutzer erlauben. Dabei können sich die Nutzer dank der Vielfalt digitaler Technologien untereinander austauschen und mediale Inhalte einzeln oder in Gemeinschaft gestalten (User Generated Content).

⁷ Madden M. und A. Smith. 2010. Reputation Management and Social Media. Pew Internet & American Life Project. An initiative of the Pew Research Center. Washington, D.C.



Partizipieren, teilen, interagieren und kollaborieren

Baupläne für Möbelstücke oder ganze Wohnungseinrichtungen an. Der Internet-Nutzer wird eingeladen, die Inhalte zu kopieren, um sie zu nutzen oder daraus etwas Neues entstehen zu lassen. Das angebotene Design ist kostenfrei, solange es nicht für kommerzielle Zwecke genutzt wird. So sieht es das freie Lizenzmodell vor, unter dem die Kreativschaffenden ihre Arbeit anbieten. Die dadurch wachsende Design-Community profitiert u.a. durch gegenseitiges Feedback, also dem Teilen und Lernen aus den veröffentlichten Designentwürfen, während sich parallel der Bekanntheitsgrad des einzelnen Künstlers im Netz entfaltet (ohne Intermediär und zusätzliche Kosten). Die Hürden der Kreativschaffenden liegen nicht primär in der Bekämpfung von Internetpiraterie, sondern allem voran im Bestreben, den eigenen Bekanntheitsgrad und die persönliche Reputation zu erhöhen.

...sowie in der Musikszene

Ähnliches spielt sich auch in Netzwerken der Open oder Free Music ab. Hier begegnen sich Musiker und Nutzer in virtuellen Räumen und stellen ihre Musik kostenfrei für den i.d.R. nicht kommerziellen Gebrauch zur Verfügung bzw. tauschen sich aus. Die Bedingungen des Musikkonsums innerhalb der Community sind facettenreich: Sie reichen von frei-lizenzierten Angeboten über entgeltliches File-sharing bis hin zu Spenden. Je nach Lizenz bzw. Freiheitsgrad darf die Musik sogar verändert und als Remix (kommerziell) angeboten werden. Die dahinter verborgene Motivation ist oft intrinsischer Natur, also nicht zwingend monetär getrieben.

Der Vormarsch der „Sharing-Kultur“

Treiber dieser Bewegungen sind neben den technologischen Fortschritten sicherlich auch das menschliche Bedürfnis der sozialen Anschlussfähigkeit bzw. der zunehmende Wunsch, sich untereinander auszutauschen, um etwas Gemeinsames zu bewirken. Diese Entwicklung ist nicht wirklich neu, aber das Netz bietet gerade durch seine dezentralen und virtuellen Begegnungsplattformen (Soziale Medien) ideale Informations- und Kommunikationsvoraussetzungen, um digitale Inhalte zu tauschen, zu verändern und/oder sie zu teilen – auch illegale.⁸

Urheberrecht als Stimulus oder Dämpfer von Innovationen

Trade-off

Das Urheberrecht in seiner extremen Form „all rights reserved“ kann Kreativität unterdrücken. Im schlimmsten Fall hemmt es dadurch Innovationspotenzial. Es stellt sich daher die Frage, ob im digitalen Zeitalter ein Interessenkonflikt zwischen dem Verständnis des Urheberrechts als Quelle oder als Behinderung von Innovation existiert.

Ausgeklügelte technische Schutzmechanismen

Digitales Rechtemanagement greift langfristig zu kurz

Anstrengungen, welche in die Richtung eines wirkungsvolleren Kopierschutzes (Digitales Rechtemanagement, DRM) zielen, sind auch eine Möglichkeit, auf die „Alles ist frei, alles ist gratis“-Mentalität der *Digital Natives* zu reagieren, rufen aber erfahrungsgemäß den Ehrgeiz von Nutzern hervor, diesen wieder zu knacken. Außerdem schränkt eine DRM-geschützte Datei die Kompatibilität mancher Wiedergabegeräte ein. So lässt sich beispielsweise eine durch DRM geschützte Mediendatei trotz erworbener Lizenz nicht auf allen mobilen Endgeräten abspielen, sondern nur mit DRM unterstützenden.

⁸ Die wachsende Sharing-Mentalität digitaler Güter wurde im Zusammenhang mit den Musik- und Filmtauschbörsen, wie Kazaa, Limewire, Napster oder Piratebay vorangetrieben.

Internetsperrung entzieht dem Nutzer die Kommunikationsfreiheit

Three strikes and you are out!

Digitale Agenda

Bei dem rasanten technologischen Wandel in der digitalen Welt braucht es eine einheitliche und verständliche Sprache zwischen Politik und Internet-Nutzern. Deutschland braucht eine digitale Agenda. Einen Leitfadens, der die rasant wachsende Digitalität unseres Alltags mit bestehenden Regelungen und Gesetzen in Einklang bringt. Jüngst veröffentlichte das Bundesministerium des Innern (BMI) „14 Thesen zu den Grundlagen einer gemeinsamen Netzpolitik der Zukunft“.* Hierbei geht es nicht ausschließlich um das Urheberrecht. Dieser erste Entwurf zielt allgemein darauf ab, Staatlichkeit und Internet auf einen gemeinsamen Nenner zu bringen. Unter anderem spricht sich der Innenminister für Netzneutralität (Gleichbehandlung von digitalen Inhalten), für offene Standards im Netz sowie für die Verfügungsgewalt der eigenen Daten aus. Allerdings ist vor einem deutschen Sonderweg zu warnen, weil das Internet keine Landesgrenzen kennt.

*Siehe: www.bmi.bund.de/cae/servlet/contentblob/1099988/publicationFile/88667/thesen_netzpolitik.pdf.

Creative Commons

Internetregulierung entzieht demokratischer Freiheit den Boden

„all rights reserved“ versus „some rights reserved“

Sperrung von Webseiten gleicht einer Zensur

Auch das Verbot von Internetportalen bietet keine nachhaltige Lösung. Sperrungen einzelner Seiten im Netz sind oft ungenau, kaum kontrollierbar und laufen Gefahr, als Zensurversuch des Internets empfunden zu werden. Zuletzt organisierten sich innerhalb kurzer Zeit über 130.000 Menschen dezentral im Netz, um mit einer ePetition (Online Unterschriftensammlung) ihren Protest gegen das von der CDU geforderte „Zugangsschwerungsgesetz“ zum Ausdruck zu bringen.

Ebenfalls in der Diskussion steht die Forderung nach einer Sperrung des Internetzugangs durch den Provider bei wiederholter (dreimaliger) Urheberrechtsverletzung, wie es in Frankreich jüngst eingeführt wurde. In diesem Zusammenhang wurde durch das Justizministerium am 26. April 2010⁹ ein wichtiges Signal gesetzt: Die Forderung der Sperrung einzelner Seiten oder des Internet-Zugangs sei der falsche Weg und münde in einem tiefen Eingriff in die Kommunikationsfreiheit einzelner Nutzer. Die Justizministerin setzt hingegen auf Aufklärung und Erziehung. Sie spricht sich für sogenannte Warnschilder im Netz aus, die den Nutzer unmittelbar vor einem illegalen Download auf die Rechtsverletzung hinweisen sollen.¹⁰ Die Details zur konkreten Umsetzung blieb die Ministerin allerdings schuldig.

Ein Interessenausgleich muss her

Die Interessen zwischen den beteiligten Akteuren im Urheberrechtsstreit drohen weiter auseinander zu driften. Während die Rechteinhaber durch ihre kostenintensiven Lobbyanstrengungen um eine stärkere Durchsetzbarkeit des herrschenden Urheberrechts plädieren, um an ihren teils überholten Geschäftsmodellen festzuhalten, treten die Interessen der Kreativschaffenden sowie die der Internet-Nutzer in den Hintergrund. Eine erfolgreiche Urheberrechtsreform kann gelingen, wenn neben den Rechteinhabern, den Künstlern selbst auch die Interessen der Internet-Nutzer mit angehört werden. Die steigende Gleichgültigkeit vieler Internet-Nutzer gegenüber Urheberrechtsverletzungen spricht eine deutliche Sprache.

3. Urheberrecht „light“ – Freie Lizenzmodelle

Es gibt Alternativen zum klassischen Urheberrecht. Der Rechtsprofessor Lawrence Lessig hat die Initiative „Creative Commons“¹¹ (CC) ins Leben gerufen mit dem Ziel, eine größere und reichhaltigere „Wissensallmende“ zu schaffen. Er ist nicht grundsätzlich gegen das Urheberrecht und schätzt die kommerzielle Verwertung von Werken natürlich als schützenswert ein. Der Schutz bzw. die Bedeutung von Urheberrechten ist ein elementares Instrument unserer Wirtschaftsordnung. Allerdings ist die Balance durch die Möglichkeiten der digitalen Technologie verloren gegangen. Daher setzt Lessig sich vehement gegen restriktive Urheberrechtsbestimmungen auf immaterielle Güter ein.

Lessig appelliert: „Überregulierung erstickt Kreativität. Es unterdrückt Innovation. Es gibt Dinosauriern ein Veto über die Zukunft. Es verschwendet die außerordentlichen Möglichkeiten für demokratische Kreativität, die digitale Technologien beinhalten.“

Die Non-Profit-Organisation bietet sogenannte Open-Content-Lizenzen an, die auf dem bestehenden Urheberrecht aufbauen. Dabei handelt es sich um sechs offene Lizenzmodelle, welche den

⁹ Tag des geistigen Eigentums.

¹⁰ Bundesministerium der Justiz. Berliner Rede zum Urheberrecht. Berlin, 14. Juni 2010.

¹¹ <http://creativecommons.org/>.

Schöpfern geistigen Eigentums die Möglichkeit einräumen das „all rights reserved“ in ein „some rights reserved“ umzuwandeln, wodurch mehr Freiheiten als bisher angeboten werden können. Der Autor verzichtet dabei selbstverständlich nicht auf seine gesetzlichen Urheber- bzw. Verwertungsrechte, er kann jedoch die Nutzung (z.B. das Kopieren) seiner Arbeit und damit ihre Verbreitung über Lizenzmodelle erheblich vereinfachen. Ein elementarer Unterschied liegt folglich darin, dass der Urheber selbst und nicht der Gesetzgeber bestimmt, unter welchen Bedingungen andere sein Werk nutzen dürfen. Der individuelle Klärungsaufwand zwischen Urheber und Konsument wird dadurch geringer. Dafür gibt es Standards:



Es lässt sich beispielsweise definieren (siehe nebenstehende Piktogramme), dass die Nutzung für kommerzielle Zwecke untersagt ist (*nc = no commercial use*), es kann anderen Nutzern verboten werden, das Werk zu bearbeiten (*nd = no derivatives*), und damit die Nutzung auf originalgetreue Wiedergabe beschränken. Die Lizenz kann andere aber auch dazu verpflichten, Bearbeitungen wieder unter derselben Lizenz öffentlich zugänglich zu machen (*sa = share alike*). Durch letztere Lizenzart war es überhaupt erst möglich, *Freie Software* entwickeln zu können. Nur so kann der jeweilige Quellcode verändert bzw. kontinuierlich optimiert werden. Genannte Lizenzarten sind miteinander kombinierbar. Die Verpflichtung der Namensnennung (*by*) ist allerdings bei jeder offenen Lizenz vorgegeben. Unabhängig von der frei gewählten Lizenzart behält der Urheber selbst immer das Schutzrecht auf sein schöpferisches Werk. Die Lizenzmodelle von Creative Commons gibt es in verschiedenen Sprachen und sie werden auch an verschiedene nationale Rechtslagen individuell angepasst, um einer zunehmenden internationalen Transparenz und Harmonisierung gerecht zu werden.

Wo CC bereits zum Einsatz kommt

Innerhalb der Entstehung dieser Publikation bot Google anfänglich 157 Millionen Einträge zu dem Begriff „Creative Commons“, gegen Ende waren es bereits 181 Millionen. Einen hohen Bekanntheitsgrad gelang der Creative-Commons-Bewegung aber vor allem durch die US-Wahlkampagne von Barack Obama. Seine Webseite sowie der Großteil seiner Presseinhalte wurde unter CC-Lizenzen zur freien Verfügung gestellt.¹² Dies erleichterte vielen Bloggern, Journalisten sowie sonstigen dezentral organisierten Social-Media-Nutzern die internationale Berichterstattung über Wahlkampfauftritte. Am Ende stellte sich dies als erfolgreiche Marketing-Strategie Obamas heraus. Die britische BBC plant zurzeit ein digitales Filmarchiv (Creative Archive), in dem alle Werke unter einer freien Lizenz stehen sollen.¹³

In Deutschland bietet beispielsweise der Dokumentenserver der Universität Tübingen seinen Autoren die Nutzung von zwei Creative-Commons-Lizenzen an. Weiterhin nutzen auch die Max-Planck-Gesellschaften sowie die Helmholtz-Gemeinschaften freie Lizenzen, um im Dienste der Wissenschaft für einen nachhaltigen Technologietransfer zu sorgen.¹⁴ Fernsehsendungen wie beispielsweise „Elektronischer Reporter“ vom ZDF sind im Internet ebenfalls unter CC zu finden. Seit Ende 2008 stellt auch das Bundesarchiv mehr als 100.000 Bilder unter freien Lizenzen im Netz zur Verfügung. Außer



¹² <http://www.whitehouse.gov/copyright>.

¹³ <http://www.bbc.co.uk/creativearchive/>.

¹⁴ Beide Forschungsinstitute haben 2003 auch die Berliner Erklärung über den offenen Zugang zu wissenschaftlichem Wissen unterschrieben. <http://oa.mpg.de/openaccess-berlin/berlindeclaration.html>.

dem greifen täglich Millionen Menschen auf digitale Inhalte zu, die auf Wikipedia oder Flickr ebenfalls unter CC-Lizenzen angeboten werden.

4. Prozessöffnung als wertvolles Instrument für Innovationen

Die Öffnung von Wertschöpfungsnetzwerken und das damit einhergehende, steigende Angebot digitaler, freier Inhalte (z.B. eGovernment, Wikis, Open Design, Open Music, Open Science, Open Access) sorgt für eine gestaltungsfreiere Dimension des Internets. Es entstehen neue Anwendungen im Wissensmanagement, der Technologietransfer wird stimuliert und für Selbständige eröffnen sich neue Geschäftsideen. Der Austausch von Informationen wird schneller und effizienter. Dadurch entsteht eine größere Wissensallmende, die einer breiteren Bevölkerungsschicht zugutekommt.

Chancen nutzen

Selbst wenn einige klassische Geschäftsmodelle aus der analogen Welt dem Untergang geweiht sind, sorgt die digitale Welt für eine Fülle an neuen Geschäftsmodellen und -ideen, insbesondere auch im Dienstleistungsbereich. Hierfür ist allerdings auch Kreativität gefragt.

Thomas F. Dapp (thomas-frank.dapp@db.com, +49 69 910-31752)

Literaturverzeichnis

Benkler, Yochai (2006). *The Wealth of Networks. How Social Production Transforms Markets and Freedom*. Yale University Press. New Haven and London.

Bundesministerium der Justiz. Berliner Rede zum Urheberrecht. Berlin, 14. Juni 2010.

Bundesministerium des Inneren. Mitreden übers Internet. Perspektiven deutscher Netzpolitik. 14 Thesen zu den Grundlagen einer gemeinsamen Netzpolitik der Zukunft. Berlin, 22. Juni 2010.

Ehmer P. und R. Porsch (2008). *Musikindustrie: Kein Ende vom Lied*. Aktuelle Themen 420. Deutsche Bank Research. Frankfurt am Main.

Madden M. und A. Smith. 2010. *Reputation Mangement and Social Media*. Pew Internet & American Life Project. An initiative of the Pew Research Center. Washington, D.C.

© Copyright 2010. Deutsche Bank AG, DB Research, D-60262 Frankfurt am Main, Deutschland. Alle Rechte vorbehalten. Bei Zitaten wird um Quellenangabe „Deutsche Bank Research“ gebeten.

Die vorstehenden Angaben stellen keine Anlage-, Rechts- oder Steuerberatung dar. Alle Meinungsäußerungen geben die aktuelle Einschätzung des Verfassers wieder, die nicht notwendigerweise der Meinung der Deutsche Bank AG oder ihrer assoziierten Unternehmen entspricht. Alle Meinungen können ohne vorherige Ankündigung geändert werden. Die Meinungen können von Einschätzungen abweichen, die in anderen von der Deutsche Bank veröffentlichten Dokumenten, einschließlich Research-Veröffentlichungen, vertreten werden. Die vorstehenden Angaben werden nur zu Informationszwecken und ohne vertragliche oder sonstige Verpflichtung zur Verfügung gestellt. Für die Richtigkeit, Vollständigkeit oder Angemessenheit der vorstehenden Angaben oder Einschätzungen wird keine Gewähr übernommen.

In Deutschland wird dieser Bericht von Deutsche Bank AG Frankfurt genehmigt und/oder verbreitet, die über eine Erlaubnis der Bundesanstalt für Finanzdienstleistungsaufsicht verfügt. Im Vereinigten Königreich wird dieser Bericht durch Deutsche Bank AG London, Mitglied der London Stock Exchange, genehmigt und/oder verbreitet, die in Bezug auf Anlagegeschäfte im Vereinigten Königreich der Aufsicht der Financial Services Authority unterliegt. In Hongkong wird dieser Bericht durch Deutsche Bank AG, Hong Kong Branch, in Korea durch Deutsche Securities Korea Co. und in Singapur durch Deutsche Bank AG, Singapore Branch, verbreitet. In Japan wird dieser Bericht durch Deutsche Securities Limited, Tokyo Branch, genehmigt und/oder verbreitet. In Australien sollten Privatkunden eine Kopie der betreffenden Produktinformation (Product Disclosure Statement oder PDS) zu jeglichem in diesem Bericht erwähnten Finanzinstrument beziehen und dieses PDS berücksichtigen, bevor sie eine Anlageentscheidung treffen.

Druck: HST Offsetdruck Schadt & Tetzlaff GbR, Dieburg