



Hartes Ringen um neue Gesetze

Das Urheberrecht, die audiovisuelle Medienrichtlinie und der Digital Services Act: In den kommenden Wochen werden in Österreich und der EU auf gesetzlicher Ebene wichtige Weichenstellungen für Medien, Kreative und Wirtschaft getroffen. HORIZONT blickt auf Positionen, neu formierte Allianzen und Entwicklungen.



Bericht von **Michael Fiala**

Das Urheberrecht ist zwar auf den ersten Blick ein trockenes juristisches Thema, hat jedoch Auswirkungen auf viele Bereiche und Wirtschaftszweige. 2021 steht die Übertragung der EU-Novelle auf österreichisches Recht an. Die Richtlinie über das Urheberrecht im digitalen Binnenmarkt und die Richtlinie über sendungsbegleitende Onlinedienste und die Weiterverbreitung von Rundfunksendungen sind bis 7. Juni 2021 in österreichisches Recht

umzusetzen. „Das Bundesministerium für Justiz nimmt in Aussicht, das Begutachtungsverfahren über eine Urheberrechts-Novelle im ersten Quartal 2021 durchzuführen“, heißt es dazu aus dem Justizministerium auf Anfrage von HORIZONT.

Allianzen & Initiativen

Wie wichtig das Thema ist, zeigt sich allein schon daran, dass in den vergangenen Monaten Allianzen und Initiativen gegründet wurden, die zum Teil ähnliche, dann aber auch wieder unterschiedliche Positionen vertreten.

So wurde zum Beispiel die „Allianz Zukunft Kreativwirtschaft“ ins Leben gerufen, die in der Öffentlichkeit von ORF-Stiftungsrat und IFPI-Geschäftsführer Franz Medwenitsch vertreten wird. Mitglieder der Allianz sind unter anderem der ORF, die Privatsender (VÖP), Film Austria, IFPI und etwa die Wirtschaftskammer. „Unserer Allianz geht es um die Stärkung des kulturellen Ökosystems in Österreich gegenüber den großen Internetplattformen. Wir wollen Rahmenbedingungen, die den Standort Österreich absichern und die Wettbewerbsfähigkeit der Kreativunter-

nehmen stärken“, so Medwenitsch, der ergänzt: „Beim Urhebervertragsrecht darf die im heutigen Gesetz verankerte Balance und der faire Interessenausgleich zwischen Kreativen und Kreativwirtschaft nicht verloren gehen. Hier drohen Gefahren, nachträgliche Eingriffe in geschlossene Verträge und der Verlust von Planungs- und Rechtssicherheit. Wir sind ganz klar gegen eine radikale Neufassung des Urhebervertragsrechts, wie das von einigen gefordert wird.“

Lesen Sie weiter auf → Seite 2

© safecore / stock.adobe.com

Management-Buy-out bei PKP BBDO

BBDO-Holding reduziert auf 15 Prozent, David-Wiedemann, Spielvogel und Tatzl halten kumuliert drei Viertel an einer der großen Agenturen des Landes.

Bericht von **Jürgen Hofer**

Beinahe still und heimlich hat eine der großen Werbeagenturen des Landes neue Eigentümer hinter sich vereint: Der einstige Mehrheitseigentümer BBDO-Holding hat seine Anteile an der PKP BBDO auf 15 Prozent reduziert, die bisherige CEO Jana David-Wiedemann sowie ihre Kreativkompagnons Andreas Spielvogel und Thomas Tatzl lenken mit jeweils 25 Prozent die Geschicke der Agentur – Sabine Luke komplettiert als Finanzchefin mit zehn Prozent die Eigentümerschaft. Der bisherige Zehn-Prozent-Gesellschafter und Mitbegründer der Agentur, Roman

Sindelar, hält keine Anteile mehr und wurde laut Firmenbuch mit Wirkung Ende Juni 2020 als Geschäftsführer abberufen. Gegenüber HORIZONT heißt es aus dem Umfeld der Agentur, dass der Abschied Sindelars und das Management-Buy-out nicht in direktem Zusammenhang stünden. An den Marken ändere sich nichts, heißt es weiter – die PKP betreibt unter ihrem Dach das vielfach ausgezeichnete Kreativlabel DDB. Die dahinterstehende Firma existiert schon länger nicht mehr.

Laut aktuellsten Focus-Daten belegt PKP BBDO in puncto Bruttowerbendings ihrer Kunden mit gut 200 Millionen Euro Platz drei hinter

Wirz und DMB. Der zuletzt verfügbare Umsatz laut Firmenbuch wird dort mit 13,09 Millionen Euro im Jahr 2018 beziffert, der Bilanzgewinn betrug damals gut 1,1 Millionen Euro. Für die seit den 1990er-Jahren am Markt aktive Agentur bedeutet der Eigentümerwechsel das bereits zweite prägende Ereignis innerhalb der letzten zwei Jahre: Ende 2018 hatte sich Werbegröße Fred Koblinger 27 Jahre nach Gründung zurückgezogen und an David-Wiedemann und Sindelar übergeben. Der nun erfolgte Buy-out bedeutet aber auch den nächsten schrittweisen Rückzug eines der letzten noch verbliebenen internationalen Werbenetworks am heimischen Markt.

TV-MEDIA
feiert. Feiern
Sie mit!

Anzeigenpreise
wie vor 25 Jahren.

Infos und Buchungen unter
sales@tv-media.at



IN DIESER AUSGABE

Frauen im Sport

Wie Moderatorin Andrea Schlager die Begeisterung für den Motorsport im Job auslebt

MENSCHEN → Seite 3

Sicht von außen

Wie TV-Manager Matthias Settele die slowakische TV-Gruppe Markiza zum Erfolg führt

MEDIEN → Seite 6

OOH zieht wieder an

Warum die Modebranche via Außenwerbung wieder Blicke auf sich zieht und pusht

MARKETING → Seite 11

Mit vereinten Kräften

Warum &Us und GroupM gemeinsame Sache machen

AGENTUREN → Seite 12

Keine Lust auf One-Night-Stands

Warum Kevin Young vom ‚Economist‘ auf Qualität setzt

UPDATE → Seite 14

Tech zuerst

Welche Pläne Ippen Digital verfolgt und warum ‚Tech-Nerds‘ dabei im Vorteil sind

INTERNATIONAL → Seite 16

DOSSIER

KREATIVBRANCHE & CCA-PREISTRÄGER

Die Eckdaten der Branche – plus: die CCA-Gewinner

→ ab Seite 17

→ Fortsetzung von Seite 1

Ebenfalls formiert hat sich die „Initiative Urhebervertragsrecht“, ein Zusammenschluss von österreichischen Künstlerinnen-Vereinigungen (Urheberinnen und ausübende Künstlerinnen) unter der Leitung von Koordinator Gernot Schödl.

„Unsere Initiative fordert eine solche Umsetzung der EU-Richtlinie, die die technischen und gesellschaftlichen Entwicklungen der letzten Jahre berücksichtigt und ein modernes und zeitgemäßes Urheberrecht zur Folge hat“, sagt Schödl im HORIZONT-Gespräch. Das bedeute aus Sicht der Initiative insbesondere eine angemessene und verhältnismäßige Vergütung der Kunstschaffenden für Nutzungen im Onlinebereich – sowohl auf den großen Onlineplattformen wie YouTube, Facebook, Instagram und Co als auch auf den zahlreichen Streamingdiensten wie Spotify, iTunes, Flimmit und Co. „Das bedeutet aber auch – zum Schutz der schwächeren Verhandlungsposition der Kunstschaffenden – ein Urhebervertragsrecht,



Franz Medwenitsch fordert, dass die Richtlinie jetzt genau und möglichst nahe am Richtlinienintext umgesetzt wird.

© ORF / Thomas Ramstorfer

das diesen Namen auch verdient und den Vorbildern vieler anderer europäischer Mitgliedsstaaten folgt. Der europäische Gesetzgeber hatte bei der Gesetzgebung ganz klar das deutsche Beispiel vor Augen.“

Enger Rahmen?

Das Spannende dabei: Jeder Staat kann in einem gewissen Rahmen entscheiden, wie die Richtlinie umgesetzt wird. „Gerade Österreich hat sich während der EU-Ratspräsidentschaft im zweiten Halbjahr 2018 große Verdienste um das Zustandekommen der Copyright-Richtlinie erworben. Wir fordern, dass die Richtlinie jetzt genau und möglichst nahe am Richtlinienintext umgesetzt wird und die Ziele der Richtlinie nicht verwässert werden“, sagt Medwenitsch gegenüber HORIZONT. „Es hat wenig Sinn, um dieselben Themen mit denselben Argumenten auf nationaler Ebene wieder zu streiten.“

Gernot Schödl von der „Initiative Urhebervertragsrecht“ hat hier jedoch bereits erste Bedenken. „Eine Richtlinie gibt nur den Rahmen vor, die konkrete Umsetzung obliegt dem jeweiligen Mitgliedsstaat. Im Urheberrecht gilt es die Interessen der Kunstschaffenden, der Kreativwirtschaft, der Konsumenten und Konsumentinnen und der Onlineplattformen auszugleichen.“ Das sei kein einfacher Prozess. „Man darf dabei jedoch eines nicht vergessen: Ohne die Kunstschaffenden gibt es



Christine Lackner vom ORF findet, dass ein ‚Gold Plating‘ dem Kreativ- und Produktionsstandort Österreich am Ende schaden würde.

© ORF / Thomas Ramstorfer

keine Werke und Leistungen, die die Kreativwirtschaft vermarkten, mit denen Onlineplattformen Werbeerlöse erzielen und die Konsumenten und Konsumentinnen nutzen können. Das Urheber- und Leistungsschutzrecht ist primär das Recht der Kunstschaffenden. Jene Verwerter und Verwerterinnen, die einen entsprechenden Beitrag zur Verwertung leisten, sind ebenfalls angemessen zu beteiligen. Es sollte aber nicht umgekehrt sein. Diese Situation haben wir jedoch derzeit im Onlinebereich.“ Ausübende Musiker, Regisseure, Schauspieler und viele andere Kreative erhielten aus Sicht von Schödl für die massenhaften Onlinenutzungen ihrer Werke und Leistungen, die tagtäglich passieren, keine Vergütung. „Das ist ein untragbarer Zustand. Nicht nur, aber vor allem in Zeiten der Coronapandemie, in denen aufgrund der Schließung von Kinos und Theatern, der Absage von Livekonzerten et cetera urheberrechtlich geschützter Content mehr als je zuvor online genutzt wird.“

Gold Plating

Der ORF, als Vertreter des größten österreichischen Mediums in der Allianz Zukunft Kreativwirtschaft, unterstützt eine „maßvolle Umsetzung der Richtlinie in Österreich“, wie Christine Lackner, ORF-Stabsstelle Public Affairs, sagt. „Ein ‚Gold Plating‘, wie es von einigen gefordert wird, würde dem Kreativ- und Produktionsstandort Österreich am Ende schaden. Wenn die vorhandenen Mittel in Reserven für nicht planbare Eventualitäten oder in überschießende Administration fließen, kann insgesamt weniger produziert werden.“ Vertragsfreiheit, Rechtssicherheit und Planbarkeit sind aus Sicht von Lackner die drei Schlüssel, „um die Ausgewogenheit zwischen Kreativen – die unstrittig eine faire Vergütung erhalten sollen – und der Kreativwirtschaft – die das wirtschaftliche Risiko trägt – zu erhalten.“

Allianz-Sprecher Medwenitsch sieht das ähnlich: „Die größte Gefahr liegt darin, dass die Umsetzung der Richtlinie nur zum Anlass dafür genommen wird, umstrittene und überschießende Neuregelungen zu verlangen, wie etwa beim Urhebervertragsrecht.“

Schödl warnt jedoch vor einer „Minimalumsetzung, die zentrale Fragen offen beziehungsweise den Gerichten zur Klärung überlässt“. Das hieße für alle Beteiligten Rechtsunsicherheit für viele Jahre. „Freilich kann der Gesetzgeber nicht alles regeln, er hat jedoch einen großen Gestaltungsspielraum, auch über die zwingenden Vorgaben der Richtlinie hinaus“, so Schödl.

Plattformhaftung

Ein zentrales Thema bei der Umsetzung der Richtlinie stellt auch die Platt-

formhaftung dar. Auch hier sind die Interessen unterschiedlich gelagert. „Die Internetplattformen nehmen ihre Verantwortung für den Content ernst, setzen sich mit den Content-Inhabern an einen Tisch, erwerben Lizenzen und ermöglichen es den Kreativbranchen so, an Erträgen und Wertschöpfung teilzuhaben. Kurz gesagt, wollen wir eine faire und gerechte Lösung“, sagt Medwenitsch.

Aus Sicht von Schödl ist dies jedoch zu wenig. „Die Lösung ist durch den europäischen Gesetzgeber bereits vorgegeben – die großen ‚User-Generated-Content Plattformen‘ haften zukünftig für nicht lizenzierten Content und können sich nicht mehr auf ihren ‚Safe Harbour‘ berufen.“ Die Userinnen bekämen so in Bezug auf ihre Uploads Rechtssicherheit. „Wichtig ist aus unserer Sicht, dass nicht nur die Verwerter – Labels, Filmproduzenten, Rundfunkanstalten, et cetera –, sondern auch die Kunstschaffenden an den zukünftigen Lizenzerlösen für Onlinenutzungen angemessen beteiligt werden.“ Dabei sollten die Kreativen nicht weiterhin auf ihre individuellen Verträge angewiesen sein, die in der Regel keinerlei finanzielle Beteiligungen vorsehen, sondern es bedarf auch im Onlinebereich einer kollektiven Rechtswahrnehmung durch eine Verwertungsgesellschaft. „Ein solcher Vergütungsanspruch für Onlinenutzungen, der direkt am oberen Ende der Verwertungskette gegenüber Streamingdiensten (Spotify und Co) – beziehungsweise in gewissen Bereichen auch gegenüber den großen Onlineplattformen (YouTube und Co) – geltend gemacht werden kann, ist die einzige Lösung, um auch tatsächliche Zahlungsflüsse an die Kunstschaffenden sicherzustellen.“

Erste Entwürfe

Das Justizministerium hat bereits zu mehreren Kapiteln erste Entwürfe geschickt. Hier sind sich die Vertreter der beiden Lager einig: Die bisherigen Entwürfe sind zu begrüßen, die heißen Eisen wurden jedoch noch nicht angegangen.

Zu den Themen „Plattformhaftung“, „Vergütungsanspruch für Onlinenutzungen“ und „Urhebervertragsrecht“ gibt es noch keine offiziellen Entwürfe des Justizministeriums. „In Deutschland gibt es bereits zwei Umsetzungsentwürfe, die unter anderem einen Direktvergütungsanspruch der Kunstschaffenden für Nutzungen auf Onlineplattformen vorsehen, was aus unserer Sicht sehr zu begrüßen ist. In der Schweiz hat man diesen auch von uns vorgeschlagenen Weg ebenfalls gewählt“, so Schödl.



Gernot Schödl betont, dass es nicht um einen Verteilungskampf, sondern um eine bestmögliche Umsetzung für alle Rechte-Inhaber – Kunstschaffende und Kreativwirtschaft – geht.

Aus dem Ministerium heißt es dazu: „Bei der Umsetzung des Artikels 17 über die urheberrechtliche Verantwortlichkeit von Plattformen wird sich das Bundesministerium für Justiz von dem Anliegen einer alle beteiligten Interessen (Urheber und ihre Vertragspartner, Nutzer, Plattformen) wahren Lösung unter besonderer Berücksichtigung auch der Grund- und Freiheitsrechte leiten lassen.“

Gemeinsam statt gegeneinander?

Die Positionen sind also je nach Interessen durchaus unterschiedlich,



Das Bundesministerium für Justiz unter der Führung von **Alma Zadic** nimmt in Aussicht, das Begutachtungsverfahren über eine Urheberrechts-Novelle 2021 im ersten Quartal 2021 durchzuführen.

© Parlamentsdirektion / PHOTO SIMONIS

ob eine gemeinsame Linie gefunden werden kann, ist fraglich. Die „Initiative Urhebervertragsrecht“ hat jedenfalls zu einem runden Tisch am 20. Oktober geladen. „In Österreich hat man manchmal den Eindruck, dass das Verhältnis zwischen Kunstschaffenden und Kreativwirtschaft jenem einer gescheiterten Ehe gleicht, in der sich die Partner nichts mehr zu sagen haben. Eine Scheidung kommt hier jedoch nicht in Betracht, weil beide Seiten aufeinander angewiesen sind“, sagt Schödl abschließend.

Audiovisuelle Mediendienste

Ebenfalls auf der Agenda in den kommenden Wochen steht die Umsetzung der EU-Richtlinie für audiovisuelle Mediendienste (AVMD). Die türkigrüne Regierung hat sich Anfang September auf einen Gesetzesentwurf geeinigt. Damit werden unter anderem Vorschriften, die bereits für das Fernsehen gelten, auch auf Anbieter von Videosharing-Plattformen ausgeweitet. Betroffen sind aber auch der ORF und die Privatsender. So sollen künftig Werbebeschränkungen für alkoholische Getränke, ungesunde Lebensmittel und Einschränkungen für Inhalte, die Darstellungen von Gewalt oder Sex enthalten, die bereits für das Fernsehen bestehen, auch für Abrufdienste wie Onlinemediatheken, YouTube-Kanäle und Videosharing-Plattformen gelten, hieß es aus dem Büro des Kanzlerbeauftragten für Medienthemen, Gerald Fleischmann (ÖVP), gegenüber der APA. Künftig müssen auf Abrufdiensten außerdem im Jahresdurchschnitt mindestens 30 Prozent europäische Werke angeboten werden.

Auch die Barrierefreiheit soll gestärkt werden. „Künftig müssen alle Mediendienste-Anbieter im Online- und Offlinebereich mehr tun, um den Anteil an barrierefreien Inhalten kontinuierlich zu erhöhen“, hieß es dazu aus dem Bundeskanzleramt.

Privatmedien müssen der KommAustria Aktionspläne vorlegen und über die jährliche Steigerung berichten. Der ORF muss darüber hinaus eine jährliche Steigerung des barrierefreien Programmanteils von 2,5 bis vier Prozent sicherstellen und soll so „bis 2030 vollständig barrierefrei werden“. Generaldirektor Alexander Wrabetz kritisierte in diesem Zusammenhang die Mehrkosten: „Es ist natürlich ein wichtiges Ziel, die Barrierefreiheit auszubauen“, so Wrabetz. Allerdings werde die Umsetzung dieser Vorgaben „schon einige Millionen“ kosten. „Der Gesetzgeber trifft keine Auskunftei darüber, wie er sich allenfalls daran zu beteiligen gedenkt“, kritisierte Wrabetz.

Digital Services Act

Das dritte große Thema dieser Tage und Wochen ist der „Digital Services Act“. Mit dem Gesetzespaket will die EU-Kommission neue Regeln für große Onlineplattformen wie Google, Apple, Facebook, Amazon, Microsoft, Airbnb und Booking.com aufstellen. Einem internen Papier zufolge, das das Onlinemagazin Politico veröffentlicht hat, sollen den dominanten „Gatekeepern“ weitreichende Auflagen gemacht werden, um „unfaire Praktiken“ zu unterbinden. So sollen die betroffenen Plattformen etwa nicht mehr exklusiv ihre eigenen Anwendungen vorinstallieren dürfen. Ein Beispiel: Die Google-Suchmaschine könnte damit von dem US-Konzern nicht mehr automatisch auf Smartphones mit dem von ihm herausgegebenen Betriebssystem Android angezeigt werden. Oder: Facebook könnte gezwungen werden, sich so in seinem sozialen Netzwerk wohl auch für andere Messenger zu öffnen. Der Vorschlag der Brüsseler Behörde sehe unter anderem auch vor,



Gerald Fleischmann erwartet im Dezember den Entwurf zum Digital Services Act der EU.

© Bundeskanzleramt

Branchengrößen notfalls zur Zerschlagung oder zum Verkauf europäischer Ableger zu zwingen, wenn ihre Marktdominanz die Interessen der Kunden und kleinerer Konkurrenten bedrohe, berichtete die *Financial Times*.

Auch hier sind Auswirkungen auf Österreich zu erwarten. So ist ja im Regierungsprogramm verankert, dass der ORF im digitalen Bereich die „Schranken los wird, die ihm jetzt auferlegt“ sind, wie Fleischmann im Rahmen der Österreichischen Medientage noch einmal bestätigte. Darüber werde aktuell verhandelt – selbstverständlich unter Berücksichtigung anderer heimischer Medien. „Ich bin zuversichtlich, dass es heuer noch knusprig wird“, so Fleischmann. Ein wenig dauern könnte das noch. Denn im Dezember sei der Digital Services Act der EU zu erwarten. „Ich glaube, es ist vernünftig, das einfließen zu lassen.“