

hen die Nutzerfreundlichkeit gegenüber den illegalen Angeboten, deren aggressive Anzeigenpraxis oftmals die Porno- und Glückspielindustrie bewerben.

4.3 Gesetzliche Lizenzen

Legale wie auch illegale Geschäftsmodelle verfügen über komparative Vor- und Nachteile. Der größte Nachteil der legalen Angebote im Verhältnis zu illegalen ist die Reaktionsgeschwindigkeit, mit der auf die Nachfrage reagiert werden kann, und das durch Lizenzvereinbarungen limitierte Angebot an verfügbaren Titeln je Anbieter. Da in der aktuellen Situation auch die größten Anbieter derzeit nicht in der Lage sind, das gesamte verfügbare Repertoire bereitzustellen, werden NutzerInnen dazu gezwungen, verschiedene Dienste in Anspruch zu nehmen. Aus Konsumentensicht ist eine *One-Stop-Lösung* interessant, die, wie auch bei illegalen Angeboten, einen möglichst niederschweligen Zugang zu einem möglichst breiten Angebot bietet. Spotify und Deezer sind zwei legale *Streaming*-Dienste, die beide in Österreich angeboten werden. Ihr Repertoire ist nahezu identisch. Verfügt jedoch der eine Dienst über Lizenzen, die der andere nicht hat, so ist man gezwungen, wegen eines marginalen Unterschieds entweder beide Dienste zu abonnieren und auch in der Nutzung permanent zwischen den verschiedenen Applikationen beziehungsweise Abspielprogrammen hin- und herzuschalten oder auf einen Teil des Repertoires zu verzichten. Bei Filmen stellt sich die Lage noch komplexer dar, da die Anbieter Streamingrechte für bestimmte Territorien ersteigern. Demzufolge sind Hulu, Netflix, Amazon Prime und andere Anbieter quasi komplementäre Güter. *Streaming*-Dienste stehen zueinander im Wettbewerb um das attraktivste Repertoire, wodurch sie einander im gemeinsamen Wettbewerb gegen illegale Angebote noch weiter schwächen. Zu einem ähnlichem Schluss gelangt auch Hilty (2009) für wissenschaftliche Publikationen und die Frage, warum trotz des Internets und verbesserter technologischer Vertriebsmöglichkeiten das Angebot für akademische Literatur zum einen nach wie vor beschränkt ist und zum anderen die Preise für die Zugänge überhöht wurden. Hilty schlägt hier Zwangslizenzen als Lösung vor, eine ähnliche Konstruktion wie gesetzliche Lizenzen, mit dem Unterschied, dass nicht etwa Verwertungsgesellschaften einen Tarif festsetzen, sondern über die Angebote frei verhandelt werden kann.

Im Wesentlichen umspannt der Wettbewerb im Vertrieb drei Kategorien, Nutzbarkeit (*usability*), Repertoire und Preis. Nachdem die legalen Angebote nicht nur die administrativen Kosten von *Hosting* und Bereitstellung decken müssen, sondern auch die Lizenzgebühren einbringen, stehen sie den illegalen Angeboten hinsichtlich des Preises nach. Die abzudeckenden Kosten sind höher und wirken sich entsprechend auf den Preis aus. In

Punkto Nutzbarkeit gibt es keinen Grund, warum legale Angebote den illegalen nachstehen sollten. Im Gegenteil, gibt es hier einen komparativen Vorteil, da legale Angebote als vertrauenswürdiger gelten und deshalb leichter an Nutzerdaten kommen bzw. NutzerInnen selbst Abspiellisten anlegen, sich über soziale Netzwerke austauschen und neue Inhalte auf Basis der Profile vorgeschlagen werden können. Der Vorteil beruht darauf, dass es keine Notwendigkeit gibt, versteckt zu agieren. Zusätzlich geben legale Angebote den NutzerInnen Rechtssicherheit und verringern so auch die Kosten des Konsums. Bleibt zu guter Letzt noch das Kriterium des angebotenen Repertoires, das, wie oben erwähnt, durch die derzeitige Praxis der Lizenzvergabe bei legalen Anbietern wesentlich geringer als bei illegalen ist. Wie wichtig ein benutzerfreundlicher Zugang zu legalen Angeboten ist, zeigte eine Untersuchung um die Auseinandersetzungen zwischen dem TV-Sender NBC und iTunes. NBC drohte seine Inhalte von iTunes zu entfernen, wenn Apple nicht bereit sei, höhere Lizenzgebühren zu zahlen. Da es zu keiner Einigung kam, wurde der gesamte Inhalt von NBC zu einem Stichtag aus dem Internet genommen. Bei der Messung der illegalen Nachfrage vor und nach dem Stichtag wurde evident, dass die illegale Nachfrage durch die Absenz einer legalen Alternative sprunghaft anstieg.¹⁴ Das Vorhandensein einer legalen Alternative wirkt sich wesentlich auf die illegale Nachfrage aus – das bedeutet, dass es eine Zahlungsbereitschaft für legale Angebote gibt und legale und illegale Angebote in Abhängigkeit der Zugänglichkeit substituiert werden. In eine ähnliche Kerbe schlägt die Untersuchung von Danaher und Waldfogel (2012) hinsichtlich der sequenziellen Distribution.

Eine mögliche Lösung, um der Problematik des beschränkten legalen Angebots entgegenzuwirken, sind gesetzliche Lizenzen mit Vergütungsanspruch, wie sie auch aus dem Radiobereich bekannt sind. Radiostationen schließen Verträge mit Verwertungsgesellschaften, die sie dazu berechtigen, Musik ohne weitere Genehmigung durch RechteinhaberInnen zu senden. Das Argument dafür war, dass die Transaktionskosten für Radiostationen zu hoch wären, wenn bei jedem Musikstück alle Rechte abgeklärt werden müssten. Im Gegenzug senden die Radiostationen Abspiellisten an die Verwertungsgesellschaften, damit diese die pauschal bezahlten Gelder entsprechend verteilen können. Eine ähnliche Vorgangsweise ist auch für den Internethandel denkbar. Vertriebe würden mit Verwertungsgesellschaften Verträge abschließen und je nach Vertrag einen bestimmten Teil des Umsatzes, einen bestimmten Betrag pro Nutzung oder eine monatliche Pauschale bezahlen. Dadurch können alle Vertriebe, ebensogut wie die illegale Konkurrenz, das gesamte Repertoire anbieten und Geschäftsmodelle entwickeln. Das Element des Wettbewerbs konzentriert sich somit auf die Bereiche Nutzbarkeit und Preis, wodurch sich vor allem der Markt der legalen Angebote dynamisieren könnte.