

## **7. Musiksymposium Fürigen (Bürgenstock) 15.-16. Juni 2007**

Der nachfolgende Text ist eine Zusammenfassung des Musiksymposiums 2007.

Moderation und Leitung: Jürg Metz

Kurzbiografien der Referenten sind in der Beilage zu finden.

### **Inhaltsverzeichnis**

<b>1</b>	<b>Abkürzungen</b> .....	<b>2</b>
<b>2</b>	<b>Keynote Prof. Jäncke – Wer Musik macht, hat mehr vom Gehirn.</b> .....	<b>2</b>
<b>3</b>	<b>Roger Chevallaz – URG Revision im Wechsel der Jahre – Klimawandel?</b> .....	<b>2</b>
<b>4</b>	<b>Dr. Jürgen Nützel – Neue Vertriebsmodelle im Internet</b> .....	<b>5</b>
<b>5</b>	<b>Paneldiskussion – Neue Vertriebswege im Internet</b> .....	<b>6</b>
<b>6</b>	<b>Sven Gábor Jánkiy – Musikindustrie 3.0, Zukunft 2017</b> .....	<b>9</b>
<b>7</b>	<b>Prof. Zöllner – Zukunft des Formatradios</b> .....	<b>10</b>
<b>8</b>	<b>Paneldiskussion: Herkömmliches Radio vs. Internetradio, Podcasts</b> .....	<b>12</b>
<b>9</b>	<b>procast.ch</b> .....	<b>14</b>
<b>10</b>	<b>RA Beat Högger - Aktion „Game Over“</b> .....	<b>14</b>
<b>11</b>	<b>Andy Renggli – „Die Single ist tot – es lebe der Song“</b> .....	<b>16</b>
<b>12</b>	<b>Christine Egerszegy – Initiative „Jugend und Musik“</b> .....	<b>16</b>
<b>13</b>	<b>Paneldiskussion: Unterhaltungsindustrie im Kampf gegen Piraterie</b> .....	<b>17</b>

## 1 Abkürzungen

CMS	Content Management System
URG	Urheberrechtsgesetz
2L	SecondLife
DRM	Digital Right Management
Homepage	Startseite einer Website, die erscheint, wenn man eine Webadresse aufruft, ohne ein genaues Webdokument zu bezeichnen.
IFPI	In diesem Text ist die CH-Abteilung der International Federation Of Producers Of Phonograms And Videograms gemeint, <a href="http://www.ifpi.ch">www.ifpi.ch</a>
IGE	Institut für geistiges Eigentum, <a href="http://www.ige.ch">www.ige.ch</a>
RBÜ	Berner Übereinkunft
WIPO	World Intellectual Property Organisation

## 2 Keynote Prof. Jäncke – Wer Musik macht, hat mehr vom Gehirn.

Herr Prof. Jäncke präsentierte diverse Studien, welche die Veränderungen der Gehirnmasse von musizierenden Menschen aufzeigen. Mittels eindrücklichen Illustrationen veranschaulichte der Professor für Neuropsychologie diese messbaren Veränderungen und deckte verschiedene Zusammenhänge auf, welche als Gerücht schon seit längere Zeit bestanden haben, aber nie exakt nachgewiesen werden konnten. So konnte, wie schon erwähnt, eine Zunahme der aktiven Hirnmasse festgestellt werden, bei Leuten die über einen länger anhaltenden Zeitraum musizieren. Ebenso der positive Einfluss des Musizierens auf Altersdemenz (vgl. auch Interview mit Prof. Jäncke in der Weltwoche).

--> <http://www.weltwoche.ch/artikel/?AssetID=14940&CategoryID=62>

## 3 Roger Chevallaz – URG Revision im Wechsel der Jahre – Klimawandel?

Rechtsanwalt Rogar Chevallaz ([www.advo56.ch](http://www.advo56.ch)) hielt einen Vortrag über die URG-Revision mit dem Titel: „Klimakatastrophe oder Sturm im Wasserglas?“

Zuerst gab der Referent eine Übersicht der geplanten Änderungen und erklärte anschliessend den sog. 3-Stufentest der Berner Übereinkunft (RBÜ), wonach Ausnahmen vom Urheberrecht im nationalen Recht vorgesehen werden können, wenn sie sich auf

bestimmte Sonderfälle mit grundsätzlich geringer Bedeutung beziehen, welche die normale Verwertung des Werkes und die berechtigten Interessen der Rechteinhaber nicht unzumutbar beeinträchtigen.

An dieser Stelle wies er auf die Botschaft des Bundesrates hin, welcher auf S. 25 festhält, dass der 3-Stufentest auch im Digitalen Bereich Geltung habe.

Danach ging Herr Chevallaz pointiert auf einen Satz der genannten Botschaft (S. 42) ein, wonach der Bundesrat die Aussage mache: „legal oder illegal – ist doch egal“. Es geht hierbei um die vorgesehene Regelung, dass der Download weiterhin erlaubt sein soll, selbst wenn die Inhalte illegal zur Verfügung gestellt werden und einzig der Upload verboten werden soll. Die Einen (u.a. der Bundesrat) vertreten die Ansicht, dass es für Nutzer – die Rede ist stets von 16 Jährigen Schülern – nicht immer klar erkennbar sei, ob die Inhalte illegal oder legal zur Verfügung gestellt werden, weshalb man dies auch nicht bestrafen könne, währenddessen die Anderen (u.a. IFPI) der Meinung seien, dass selbst 16 Jährige dies ganz klar erkennen würden.

Er bezeichnet die Ansicht des Bundesrates als realitätsfremd und betont, er habe sich daher über Insiderquellen erkundigt, wie denn der Bundesrat zu dieser haarsträubenden Äusserung gelangt sei. „Der Bundesrat habe vor der URG Debatte entschieden, sie müssten selber mal schauen, wie denn diese Downloadseiten aussehen würden“. Chevallaz präsentiert anschliessend mit zynischem Unterton die nachfolgenden Webseiten, welche der Bundesrat bei seiner Entscheidungsfindung zu Rate gezogen haben soll.

Auf diesen Webseiten stehe jeweils ein „Disclaimer“ mit folgendem Inhalt:

[www.goldesel.to](http://www.goldesel.to) --> „Auf dieser Seite sind lediglich Links zu einer Tauschbörse! Diese Links sagen dem Programm nur wie die Datei heisst, das Programm sucht dann selber danach und wir haben dann damit nichts mehr zu tun! Ihr benötigt die Tauschbörse eDonkey 2000! Wenn ihr auf { ENTER } klickt, seid ihr mit dem Disclaimer einverstanden und bestätigt, dass ihr die Originalversion von den Dateien die ihr herunterladet besitzt! Ich bringe auch die Filme nicht in Umlauf und verteile sie nicht! „

[www.saugstube.to](http://www.saugstube.to) --> „Auf dieser Seite sind lediglich Links zu einer Tauschbörse!!! ... Wir bringen auch die Filme nicht in Umlauf und verteilen sie nicht! ... „

[www.eselfilme.com](http://www.eselfilme.com)--> „**Distanzierung I:** Der Verfasser dieser Seite trägt keine Verantwortung für die Art, in der dir hier zur Verfügung gestellten Informationen genutzt werden. Dateien und alles andere auf dieser Seite sind nur für den privaten Gebrauch bestimmt und sollten darum

nicht heruntergeladen oder gelesen werden. Wenn Sie irgendwie in Verbindung mit der Regierung, Anti-Pirate Gruppen, der MPAA, CCA, Premiere, Mediavision oder anderen ähnlichen Gruppen stehen, ist der Zugang zu den Dateien und das Lesen der HTML-Seiten verboten. Alle Objekte dieser Seite sind privater Eigentum und somit nicht zum Lesen bestimmt. Es ist also verboten diese Seite zu betreten. Wenn Sie diese Seite dennoch betreten, verstoßen Sie gegen den "Code 431.322.12 of the Internet Privacy Act", der 1995 von Bill Clinton verabschiedet wurde. Das heißt Sie können gegen die Personen, welche diese Dateien verwalten, nicht vorgehen. Wenn Sie dieser Vereinbarung nicht zustimmen, sind Sie gezwungen diese Seiten wieder zu verlassen. „

sowie [www.saugstube.to](http://www.saugstube.to) - [www.nzb.to](http://www.nzb.to) - [www.maultier-power.com](http://www.maultier-power.com) - [www.audio-esel.com](http://www.audio-esel.com)

Chevallaz fordert anschliessend, dass Abs. 6 zu neu Artikel 19, wonach die Verfielfältigung unerlaubter Inhalte als verboten erklärt wird, dringend beibehalten werden müsse.

Nachfolgend wirft der Referent die Frage auf, ob DRM's Salvator oder Terminator seien? Er definiert hierbei DRM als technische Massnahmen, welche der Identifikation und Zuweisung von Inhalten und Rechten an einen Nutzer dienen. Er erklärt, DRM regle nur das Klonen, nicht das Aufführen von Inhalten und spricht sich ganz klar für den verbreiteten Einsatz von DRM's ein. Dabei betont er, die Privatkopie sei auch im Zeitalter von DRM weiterhin möglich und kommt an dieser Stelle zur WIPO zurück, welche wirksame Rechtsbehelfe gegen die Umgehung technischer Massnahmen fordere.

Ziff. 4 von neu Art 39a besage allerdings, dass die Umgehung ohne Knackprogramm erlaubt würde. Die sei nicht tolerierbar. Und da die Umgehung *mit* einem Knackprogramm bereits nach Ziff. 3 illegal sei, sei Ziff. 4 ohnehin überflüssig. Er fordert daher, dass Ziff. 4 ersatzlos gestrichen werde. Es sei fernerhin unnötig, dass der Schweizer Gesetzgeber eine Austarierung der Interessen der Urheber und Nutzer vornehme, eine solche sei bereits durch die WIPO vorgenommen worden.

Das immer wieder gehörte Gegenargument, dass mit dem Einsatz von DRM die Nutzung eingeschränkt werde, sei deswegen verfehlt, weil eine solche Einschränkung absolut gerechtfertigt und fair sei. Er verteidigt dies mit einem Beispiel aus den Zeiten der analogen Musikträger, wonach seine Grossmutter, wenn sie die gleiche Platte zu Hause und in der Ferienwohnung hören, diese aber nicht hin und her tragen wollte, die Platte auch zweimal kaufen musste.

Abschliessend kommt er zur Titelfrage des Referats zurück: „Hat ein Klimawandel stattgefunden?“ Ergänzend fragt er, ob man glaube, dass die Verkäufe physischer

Tonträger zunehmen werde? Warum Leute überhaupt Musik kaufen sollen, wenn man die Musik auch streamen könne? Er selber habe ein Miet-Abonnement, welches ihm erlaube über 2 Millionen Songs beliebig oft und von jedem Rechner aus zu streamen. Dies sei doch eine super Sache. Und ja, es habe wenigstens aus technischer Sicht ein Klimawandel stattgefunden, wobei das Recht hinterher hinke. Dies alles sei erst der Anfang und er sei überzeugt, dass rund um diese Thematik noch deutlich heftigere Gewitter aufkommen werden.

#### 4 Dr. Jürgen Nützel – Neue Vertriebsmodelle im Internet

Der Informatikforscher Herr Dr. Nützel, stellt einfürend seine Firma 4friendsonly ([www.4fo.de](http://www.4fo.de)) vor. Es sei dies ein Spin-Off Unternehmen des Fraunhofer Instituts, wo im Jahr 2004 das Potatosystem entwickelt wurde.

Er stellt zuerst fest, dass praktisch keine Labels, Musiker etc. das Internet für den Verkauf von Musik nutzen würden und dass sie ihre Kunden für den Weiterverkauf von Musik nicht einbinden würden.

An dieser Stelle erklärt der Referent das Potatosystem ([www.potatosystem.com](http://www.potatosystem.com)).

Es handelt sich hierbei um das „*user generated marketing*“. Käufer von Musik werden motiviert für die von ihnen gekaufte Musik zu werben, indem sie bei einem Weiterverkauf der Musik am Gewinn beteiligt werden. Dies alles geschieht zentral über die Potatoplattform, welche die ganze Verwaltung, Abrechnung etc. abwickelt.

Dr. Nützel erklärt wie sich die Gewinneinnahmen verteilen, wobei die Weiterverkäufer kaskadenartig bis zu max. 35% beteiligt werden. Die Grafiken zu diesem Abläufen können unter <http://www.potatosystem.com/info/de/wiki/Provisionen> eingesehen werden. Er meint, dieses System können einen positiven Effekt auf das Kauf- bzw. Shareverhalten der Musikhörer bewirken, denn die Nutzer werden durch den Umstand, dass Sie am Weiterverkauf beteiligt seien, davon abgehalten, den content in p2p filsharingnetzwerke einzuspeisen.

Das Potatosystem kann fernerhin auf die Musik Community Plattform mySpace integriert werden, [www.myspace.com/potatosystem](http://www.myspace.com/potatosystem). Hierfür bietet Potato neuerdings ein sog. „community widget“ an. Dieses Grafik-Tool ermöglicht und vereinfacht die grafische Anpassung innerhalb mySpace. Zudem lässt sich mit diesem Widget ein Flashplayer generieren, welcher in andere Blogs, Webseiten etc. eingebunden werden kann, womit auch an diesen Orten, die unter mySpace zum Verkauf dargebotenen Songs, beworben

werden können.

Das Potatosystem werde nun auch für andere Labels, welche Musikdownloadshops anbieten, zur Verfügung gestellt, in der Schweiz sei dies bisher z.B. [www.bakara.ch](http://www.bakara.ch).

Dr. Nützel fährt mit einer neuen Entwicklung weiter, den sog. „Freebies“.

[http://www.emt.iis.fhg.de/de/projekte\\_themen/freebies.htm](http://www.emt.iis.fhg.de/de/projekte_themen/freebies.htm)

Es handelt sich hierbei um eine neuartige Verschlüsselungstechnologie, mittels welcher ein content ein zweifaches Gesicht erhält. Der Content wird teilverschlüsselt und kann legal via p2p ausgetauscht werden. Die DRM freie Vollversion erhält man erst durch Freischaltung nach erfolgter Bezahlung.

„Ein Ergebnis der Überlegungen ist, verkaufsfördernde Effekte von p2p Systemen für den legalen Musikvertrieb zu verwenden. Freebies sind spezielle Promotion-Files, die bedenkenlos getauscht werden können, ohne dass Urheberrechte verletzt werden“, meint Dr. Nützel. Er betont, man wolle positive Effekt des Kopierens nutzen (user rating, Nutzung sozialer Netzwerke) und Anreize schaffen (siehe Potatosystem).

Abschliessend erwähnt Dr. Nützel, dass 4fo ein Modell erarbeiten möchte, in welchem Avatare in secondLife für den Vertrieb von Musik eingesetzt werden können. Man würde den Download mit 3D-Objekten verknüpfen, welche über Kiosksysteme und Avatare bezogen werden können. Er hebt hervor, dass Besondere an 2L sei, dass es kein Spiel im eigentlichen Sinne sei. Es gäbe kein Spielziel, es sei eher ein Spiel des Spieles wegen und wiedergebe eine zweite Realität, mit einer eigenen Ökonomie. Man würde Labels eigene Plätze anbieten, welche diese zu einer Art „Entertainment Parks“ aufbauen könnten. Das Fraunhofer Institut arbeite an einer Technologie, damit Avatare Tanzschritte ausführen können, damit diese auch musikalisch kommunizieren können. Die Entwicklung sei bereits weit fortgeschritten und werde im Spätsommer 2007 in 2L integriert werden.

## **5 Paneldiskussion – Neue Vertriebswege im Internet**

Teilnehmer: Dr. Nützel (Ingenieur - [www.4fo.de](http://www.4fo.de)), Markus Gabriel ([www.angelink.ch](http://www.angelink.ch)), Marion Freudenschuss ([www.6degrees.ch](http://www.6degrees.ch)), Peter Fink (Singer-Songwriter)

Moderator: Wie schätzt Ihr Effekte von Web-Communities ein?

Frau Freudenschuss: Die Musik Band Arctic Monkeys sei ein völlig unbekannte Band gewesen, welche alleine durch die enorme Fangemeinde in mySpace den globalen Durchbruch geschafft habe ([www.myspace.com/arcticmonkeys](http://www.myspace.com/arcticmonkeys)).

Herr Gabriel: Der Viral-Spiral Kopiereffekt wie auf mySpace oder flickr sei die Zukunft. Die PR-Effekte seien phänomenal und die Industrie komme nicht nicht umhin diese auch zu nutzen. Von der SecondLife Idee (vgl. Referat Dr. Nützel) halte er hingegen nichts. Dies sei viel zu kompliziert und er glaube nicht, dass sich Leute begeistern lassen, zuerst 2L rum zu fliegen, um so zu einem Song zu kommen. Genauso wenig, wie der User Lust habe sich in 2L einzuloggen und zum Bahnhof zu fliegen um dort den SBB Fahrplan zu konsultieren. Wer eine Zugverbindung suche, mache dies direkt auf der SBB Seite.

Dr. Nützel: Bestätigt in diesem Zusammenhang, dass die Grafik von 2L auf einer völlig veralteten Technologie basiere. Er rechtfertigt sein Vorhaben jedoch über die Interaktion in 2L, welche den speziellen Reiz ausmache und wiederholt, dass Besondere, sei die eigene Währung und damit Ökonomie. Zudem sei 2L ein offenes System, was Entwicklern ermögliche zusätzliche Applikationen zu konstruieren, was er als Schlüsselrezept für den Erfolg von 2L betrachte.

Herr Gabriel: 2L sei ein klassisches Beispiel eines Medienhypes, böse Zungen würden gar behaupten, dass 40% der Registrierten Journliasten seien, welche andauernd über 2L berichten. Er bezeichnet 2L als „farbigen Chatroom“ der absolut keine Unterhaltung biete. Zudem seien die Auswertungen der Zahlen bzgl. realen Firmen die PR-Investitionen in 2L getätigt hätten, sehr ernüchternd. Er gehe davon aus, dass der Hype bald kippen werde und 2L längerfristig keine Überlebenschance habe. Vermutlich sei 2L in einem Jahr bereits Geschichte.

Moderator: Ist Menschheit nicht mit einer Flut communities , virtuellen Welten konfrontiert?

Frau Freudenschuss: Jeder Mensch habe pro Tag nur 24h und es gäbe immer mehr Angebote. Sie orte die Hauptkonkurrenz des Webs, mithin Communités etc., in der herkömmlichen Freizeitgestaltung. Die Leute wollen sportlich Aktiv sein, Leute treffen, in Ausgang gehen etc. daher sei die verbleibende Zeit für Communities etc. stark limitiert. Sie hält allerdings die „sozialen Suchfunktionen“ durch Communities für eine der grossen Änderungen und misst diesen eine hohe Bedeutung zu.

Moderator: Wer also gefunden werden will setzt vermehrt auf communities und nicht nur Google?

Gabriel: Es gäbe im Bereich der Suchmaschinenoptimierung eine enormes, von den meisten nicht genutztes Potential. Man könne beispielsweise den ganzen Index mit allen Keywords einer Webseite bei Google hochladen. Mangels Wissen werde diese Möglichkeit

nur selten genutzt. Die Suche werde jedoch erheblich verbessert. Beides Googleoptimierung sowie Soziale Suche hätten eine grosse Bedeutung ->> Net Promotions.

Moderator: Was hat mySpace für eine Bedeutung für Dich als Musiker?

Fink: Immer wenn er Zeit habe, pflege er die Fangemeinschaft auf mySpace und schreibe auch viele Kommentare bei anderen Bands, was wiederum zu Links führe. Ihre Band sei über mySpace in Australien bekannt geworden und Sie hätten immer mehr anfragen erhalten, ob Sie auch Konzerte in Australien planen würden. Schlussendlich sei die anstehende Australien Tournée einzig über mySpace zustande gekommen. Der Flug werde von einem Reisebüro als Sponsor finanziert. Die ganze Band (3 Personen) fliegt jetzt für je 2 Konzerte in je 4 Städten nach Australien. Weiter sei über mySpace eine Person aus Neuseeland an sie gelangt, welche einen Remix des einen Songs gemacht habe, was ohne Internet ebenfalls nie möglich gewesen wäre. Die Publikumsfrage, wieviel er bisher über mySpace verdient habe, beantwortet Fink mit: „nichts“. Und er gebe weiter zu, dass ihn dieses Networking in mySpace sehr viel Zeit koste, es sei aber wie bereits erwähnt wert.

Dr. Nützel: Die Erfahrung sei, dass das soziale Networking nur solange funktioniere, als man selber aktive Beiträge leiste. Portal mit nur automatisierten Funktionen hätten daher nach einem Erfolg zumeist Probleme.

Herr Chevelaz: Fragt nach, wie das mit den von Dr. Nützel vorgestellten Freebies genau funktioniere und meint kritisch, dass diese nach dem entpacken, da ohne DRM, gleich wieder in p2p-Netzwerke gelangen würden.

Dr. Nützel: Es seien zwei zu unterscheidende Sachen: Potato System sei völlig offen und Freebies sei halb geschlossen. Wie bei Potato werden auch bei Freebies Anreize geschaffen, indem die Käufer mitverdienen können, daher glaube er nicht, dass alles in p2p Börsen enden werde. Er weist an dieser Stelle darauf hin, dass Verkäufe der Downloadshops wie iTunes um 30% angestiegen seien, seit sie Songs ohne DRM anbieten.

Aus dem Publikum kommen diverse Stimmen wie sowohl mySpace wie auch 2L veraltete Systeme seien und grafisch nicht ansprechend seien.

Dr. Nützel: Dies sei absolut richtig, aber es habe sich schon mehrfach erwiesen, dass nicht die Grafik und auch nicht die allerneuste Technologie Match entscheiden seien. Wichtig sei, insbesondere bei communities, dass sie so einfach wie möglich zu bedienen seien, daher seien wohl mySpace und 2L gerade wegen ihren relativ bescheidenen Technologie derart erfolgreich.

Moderator: Was ist den nun wichtiger- eigene Bandwebseite oder mySpace?

Herr Fink: Bei der eigenen Webpage bringe man niemals die Verlinkungen wie bei mySpace zustande. Die eigene Webpräsenz entbinde nicht von einem Auftritt unter mySpace.

Alec von Tavel: Bringt an dieser Stelle die Feststellung ein, mySpace sei inzwischen wie eine globale und interaktive Musikzeitschrift.

Herr Gabriel: Man könne den mySpace Auftritt auch in das eigene CMS einbinden, somit sei die Frage, ob das eine oder andere besser bzw. wichtiger sei, im Grunde überflüssig.

Moderator: Wird die CD aussterben?

Herr Gabriel: CD habe schon jetzt absolut keine Existenzberechtigung mehr.

Diverse Gegenstimmen aus dem Publikum:

Es gäbe heute noch Vinyl, es würden sogar wieder vermehrt Plattenspieler verkauft etc.

Herr Gabriel: Dies seien reine Randerscheinung und nicht der Markt.

Erneut Gegentsimmen aus dem Publikum:

Z.B. im HighEnd Segment gäbe es immer noch viele Leute, die nicht auf die Qualität verzichten wollen und daher weiterhin CD's kaufen. Z.B. das Jazz Label EMC, verspähre bis heute keine Einbrüche der CD-Verkäufe.

## **6 Sven Gábor Jánkiy – Musikindustrie 3.0, Zukunft 2017**

Herr Jánkiy stellt eingangs den Kongress [www.forward2business.com](http://www.forward2business.com) vor. Es handelt sich um einen exklusiven Klub verschiedener Forscher und Unternehmer, welche sich jährlich in einem zwei Tages Kongress der Zukunftsforschung widmen.

Forward2busniess wurde vor 6 Jahren gegründet und die 200 Teilnehmer seien alles Zukunftsforscher, welche nach vorne schauend neue Geschäftsmodelle und Visionen entwickeln. Einer der Hauptmotivationsgründe sei, dass diese Personen des „Gejammers“ der (Musik)-Industrie überdrüssig seien.

Er betone nochmals die Branchen übergreifende Zusammensetzung des Kongresses mit Leuten aus der Film-, Musik-, Mode-, Medien- und Autoindustrie etc.

Der Ablauf der Veranstaltung sei immer gleich: Man diskutiere darüber, wie die Welt in 10 Jahren aussehen werde.

Der Referent stellt die Visionen anschliessend anhand eines Tagesablauf im Jahr 2017 vor.

Die erwähnten Innovationen sind insbesondere folgende:

-Badezimmerspiegel ist ein vernetzter multifunktions Screen. Dies sei bereits heute Realität.

-Wandtapeten verfügen über integrierte Screens. Diese können auch zur individuellen Beleuchtung genutzt werden.

-TV-Frequenzen gibt es nicht mehr.

-Nachfolger von „user generated content“, werde „behavioral generated content“ sein. Ermöglicht durch lernende Software, welche einem als intelligente Suchassistenten jederzeit zur Verfügung stehen. Diese Suchassistenten können auch miteinander kommunizieren. Z.B. sucht der eigene Suchassistent nicht nur, sondern kann auch andere Suchassistenten anfragen, welche dann wiederum selber suchen etc.

-Prof. Urban entwickelt einen Handschuh, welcher die Emotionen des Trägers misst (wütend, fröhlich etc.). Der clevere Suchassistent stellt sodann massgeschneiderte, auf die Situation angepasste contents zusammen.

-Geschäftsmeetings finden in virtuellen 3D Welten statt.

Insgesamt hält er er 4 Trends fest:

1. technische Fernsehrevolution -> ab 2007 ist jeder TV webfähig
2. Avatare & künstliche Intelligenz
3. virtuelle Welten
4. emotional profiling – behavioral targeting

## **7 Prof. Zöllner – Zukunft des Formatradios**

Prof. Zöllner definiert zuerst den Begriff Format als „Standardisierung, Normierung und Industrialisierung“. Anschliessend präsentiert er in einem historischen Rückblick die sozioökonomischen Hintergründe des Formatradios.

50er Jahre: Übergang von Nachfrage zu Angebot prägt Verhalten der Gesellschaft und der Märkte - Galbraith Begriff der „Überflusgesellschaft“. Dies führt zu Konkurrenz und dies wiederum zu Profilierung, Bildung von Marken etc.

80er Jahre: Individualisierung, Ökonomisierung, Einführung kommerzieller Rundfunk, Übergang zu Risiko-, bzw. Erlebnisgesellschaft. Gewissheiten schwinden.

-> Wandel vom Broadcasting (für alle) zum Narrow Casting (Zielgruppe), was ökonomisch sinnvoll ist.

-> Fragmentierung und Segmentierung der Gesellschaft führt zu Segmentierung des Publikums und Konfektionierung der Programme.

Er erwähnt 4 Faktoren, welche das Programradio bestimmen:

- Hörer
- Sender
- Werber (Absatz)
- Gesetz (Regulierungen)

Das Formatradio verfolge das Ziel, im Hörfunkmarkt auf der Grundlage von Marktforschungsinformationen und einer daraus resultierenden Marketingstrategie ein unverwechselbares Radioprogramm als Markenprodukt zu etablieren. Dies diene dazu die Hörbedürfnisse der Zielgruppe möglichst optimal zu befriedigen, um so möglichst viele Hörer an das Programm zu binden und im Falle der Werbefinanzierung des Senders diese Einschaltquoten gewinnbringend an Werbekunden zu verkaufen.

Kritiker bezeichnen dies als „Variation des Immergleichen“ bzw. „Formatradio als Langweilesystem“.

Als Zwischenfazit hält er folgende Faktoren fest: -Konstanz, -Erwartbarkeit, -Rückversicherung, -neue Musik als (ökonomisches) Risiko.

Zukunft?

Er bezeichnet die heute aktuelle Phase als als Radio 2.0 mit den Eigenschaften narrowcasting und user generated.

Es sei dies die Generation des iPod und Podcasting. Charakteristische Probleme seien hier die -Rechte, -Findbarkeit, -Rezeptions- und Produktionsinteressen. In diesem Zusammenhang verweist er auf eine Studie der Ofcom (Office of Communications). Gemäss dieser Studie wünschen sich die mit iPod sozialisierten Rezipienten mehr Flexibilität, Mobilität und Kontrolle über das Musikrepertoire. Es bestehe in diesen Kreisen eine nur geringe Senderloyalität, wichtiger sei die musicclustanalyse (personal DJ) wie sie von den Portalen [www.gnoosic.com](http://www.gnoosic.com), [www.last.fm](http://www.last.fm), [www.pandora.com](http://www.pandora.com) angeboten werden.

(vgl. -> [http://www.ofcom.org.uk/research/radio/reports/ipod\\_gen/](http://www.ofcom.org.uk/research/radio/reports/ipod_gen/))

Er wirft die Frage auf, ob dies überhaupt noch Radio sei? Er betont, die Kernkompetenz des Hörfunks sei das Anbieten sinnvoller Informationen (Journalismus). Dies sei bei diesen Formaten nicht mehr Vorhanden.

Hinsichtlich der Zukunft wagt Prof Zöllner keine Aussage, da es keine seriöse Prognose gäbe, wagt aber gleichwohl einige Thesen zu nennen.

- Radio als Berieselung .
- Interaktivität ->Konzept der Geräteindustrie.
- Mobile Anwendungen werden stark ansteigen.
- individualisierte Programme werden erfolgreiche Geschäftsmodelle.

## **8 Paneldiskussion: Herkömmliches Radio vs. Internetradio, Podcasts**

Teilnehmer: Michael Schuler (Radio DRS3), Guisepppe Scaglione (Radio105&Monte Carlo), Michel Erisman (Radio Argovia), Günter Sahr (Rockstation/ISI Vorstand), Prof. Zöllner.

Moderator: Was ist der Stand um das Projekt „Musikland Schweiz“?

Herr Erisman: Es habe inzwischen ein erstes Treffen von rund 12 Programmchefs diverser Schweizer Radiosender stattgefunden, was bereits eines grossen Efforts bedurft habe und daher im Sinne eines Startschuss als erster Erfolg gewertet werden könne. Nun sei ein zweites Treffen im Herbst 2007 vorgehesen, an welchem erste konkrete Nägel mit Köpfen beschlossen werden sollen.

Moderator: Hat eine Entwertung der Musik stattgefunden?

Prof. Zöllner: Er meint es habe ganz klar eine Entwertung stattgefunden, was sich darin manifestiere, dass die Sammler von Musik via p2p wahllos alles runterladen und anschliessend nicht einmal ordnen, was aufzeige es sei ihnen nichts wert.

Moderator: Bietet Ihr Podcasts an? Warum sind es zumeist nur Textbeiträge?

Herr Sahr: Es seien rechtliche Probleme, weshalb Podcasts keine Musik enthalten.

Herr Erisman: Argovia habe einige Podcasts im Angebot. Neu sei unter dem Titel „De Sänf dezue“ ein Podcast eingeführt worden, in welchem der Chefredaktor seinen Kommentar abgebe und vergleicht es mit dem Editorial in den Printmedien. Dies sei bisher ein grosser Erfolg.

Herr Schuler: Insbesondere Radio Virus verfüge über eine grosse Webcommunity und

insgesamt sei der populärste Podcast der SRG „Echo der Zeit“. In Zukunft werde man ganz klar Podcasts mit Musik anbieten wollen.

Herr Scaglione: Radio105 würde gerne Podcasts mit Musik anbieten, was allerdings aus rechtlichen Gründen bisher nicht möglich sei und nur Text sei für sie nicht interessant.

Moderator: Streamradio – Erfolg?

Herr Scaglione: Man habe im Jahr 2006 gesammthaft 810'000 Streamdownloads verbucht, nicht berücksichtigt sei hierbei die Verweildauer, dafür würde nur IP's gezählt, weshalb ein IP durchaus mehrer Hörer beinhalten könne. Auf die Frage des Moderators, weshalb diese Downloads notariell beglaubigt publiziert wurde, führt Scaglione aus, dass er den Statistiken der RadioControll nicht glaube und man habe damit den Widerspruch aufzeigen wollen, dass die eine Statistik fortwährend schlechter werde, währenddessen die messbaren Downloads explosiv nach oben gestiegen seien.

Herr Erisman: Für ihn sei das Streamradio nichts besonderes, quasi „nice to have“, aber nichts weltbewegendes.

Moderator: Er stelle fest, dass er in seinem Umfeld von niemandem gehört habe, dass man die enorme Auswahl Streamradios (d.h. Musikauswahl) nutzen würde. Auf globaler Eben betrachte er Streamradios für einen Lokalsender nicht als Konkurrenz. Die Zuhörer würden den Sender wegen der lokalen News, dem lokalen Wetter etc. einschalten, was durch internationale Streamsender nicht gefährdet sei.

Prof. Zöllner: Man könne hierzu eine Deutsche Studio beiziehen, wonach der durchschnittliche Radiohörer 1,6 Radiostationen höre, d.h. praktisch immer denselben Radiosender einschalte. Jene Hörer die das enorme Angebot effektiv nutzen, seien daher Exoten.

Modertaor: Stellt fest, dass Web somit gar keine Veränderung herbeigeführt habe?

Scaglione: Er betont, dass das Web durchaus eine gar enorme Änderung herbeigeführt habe. Dank dem Web seien z.B. Vorhaben möglich geworden, welche bisher an technischen und politisch Hürden scheiterten.

Publikum: Betreiber von swissgroove ist auch der Ansicht, dass das Web durchaus Änderungen herbeigeführt habe, insbesondere im Bereich der Nischenmusik. Solche Plattformen seien sehr erfolgreich und aufgrund deren Erfolg könne es gar nicht sein, dass nur seltene Exoten nicht standardisierte Radioprogramme hören würden. Er fügt weiter

hinzu, dass auch die Anzahl und Vielfalt der angebotenen und besuchten Konzerte in der Schweiz ein anderes Abbild ergeben. Es sei nicht richtig, wenn man zum Schluss komme, das Interesse sei nicht vorhanden.

## 9 procast.ch

Die Herren Leuthold und Schudel präsentierten das Podcast Portal [www.procast.ch](http://www.procast.ch). Interessant sind insbesondere die Taggingmöglichkeiten, mit welchen einzelne Abschnitte eines Streams gekennzeichnet und anschliessend danach gesucht werden kann. Die einzelnen Referate und Paneldiskussionen werden hier ebenfalls zur Verfügung gestellt, leider nur den Teilnehmern des Symposiums.

## 10 RA Beat Högger - Aktion „Game Over“

Herr Högger berichtet in seinem Referat über die Aktion „Game Over“, welche die IFPI im Jahr 2006 lanciert hat. Es wurden 137 Strafanzeigen wegen Verletzung von Leistungsschutzrechten eingereicht. Die Auswertungen der Hausdurchsuchungen und Überprüfungen der beschlagnahmten Rechner habe folgende Erkenntnisse zu Tage gefördert:

- Nutzer von p2p-Börsen seien keine zahlende Musikkonsumenten, da weder CD's noch legal gekaufte Musikfiles gefunden worden seien.
- p2pNutzer würde nicht zwischen Major und Independent Repertoire unterscheiden.
- Installation der p2p Software erfolge zumeist blind, d.h. sämtliche Warnhinweise würden ignoriert.
- Die meisten p2p Nutzer würden keinen Unterschied zwischen Download und Upload machen und da der Download immer wieder als legal bezeichnet werde, seien diese Nutzer der Ansicht Ihr Handeln sei legal, was sie jeweils mit Zeitungsartikeln etc. belegen würden.
- Es sei auch nicht wahr, dass p2p Börsen nur für das Aufspüren bzw. Auffinden neuer Musik genutzt und anschliessend die Titel legal gekauft würden. Vielmehr p2p Börsen als öffentlicher Selbstbedienungsladen betrachtet.

Herr Högger betont während seiner Referats mehrfach, dass die Pirateriebekämpfung ein sehr aufwendiges Unterfangen sei und erläutert detailliert wohin die 137 Strafanzeigen geführt haben:

- 4 Verurteilungen -> Strafbefehle
- 59 Vergleiche
- 3 Einstellungen wegen fehlenden Vorsatzes
- 5 hängige Gerichtsverfahren
- 49 hängige Untersuchungsverfahren
- 3 Einstellungen wegen Absetzens ins Ausland
- 2 Einstellungen in Fällen wo Schulzugänge missbraucht wurden

Herr Högger stellt fest, dass p2p Nutzer zumeist ein schlechtes Gewissen hätten, da es Ihnen bewusst sei, dass sie auf diesem Weg etwas gratis erhalten, wofür sie im Geschäft etwas zahlen müssten. Jedem p2p Nutzer sei daher im Inneren klar, dass etwas nicht stimmen, dies nicht mit dem herkömmlichen Rechtsempfinden übereinstimmen könne.

An dieser Stelle beklagt der Referent eine Manipulation des Rechtsempfindens durch diverse Widersacher, welche den Kampf gegen die Piraterie erschweren und teilweise gar vereiteln würden. Konkret nennt er den Konsumentenschutz, das IGE, die Verwertungsgesellschaften und die Medien, welche in der Berichterstattung und auf ihren Webseiten unentwegt behaupten würden, der Download sei legal. Man sei sich jedoch sicher, dass die erfolgten Anstrengungen bereits grosse generalpräventive Wirkung gezeigt hätten.

Wie weiter?

Die IFPI werde die Bekämpfung mit aller Härte weiterführen und sei für dieses Jahr noch eine zweite Klagewelle vorgesehen.

Zudem wolle man das Problem mit einer Sensibilisierungskampagne bekämpfen und habe hierfür ein Lehrmittel geschaffen, welche für den Unterricht in Schulen etc. frei zu Verfügung gestellt werde.

<http://www.ideensindetwaswert.ch/content/lehrmaterialien/lehrmaterialien-download.php>

Auf die Publikumsfrage, was er von DRM's halte, meint Herr Högger, dies werde der Markt regeln. Er persönlich habe hierzu weder eine positive noch eine negative Meinung.

Auf Publikumsfrage, ob in jenen Fällen, die zu Verurteilungen geführten hätten, genannt werde sei, ob der Der reine Download legal oder illegal sei, meint Herr Högger, es seien bloss allg. Strafbefehle wegen Verletzung des URG ergangen. Leider habe man bisher kein

Urteil mit solch einer Passage erwirken können.

## **11 Andy Renggli – „Die Single ist tot – es lebe der Song“**

Herr Renggli erklärt einleitend die Arbeit der mediacontrol, welche die CH-Charts erstellt. Es handle sich um einen international tätigen Marktforschungskonzern im Bereich Entertainment. Es werde also nicht nur der Musikmarkt, sondern auch die Filmbranche und weitere Felder analysiert.

Der Referent erklärt in einem Schnelldurchlauf wie sich die CH-Charts entwickelt haben. Weiter deutet er an, was das Unternehmen im Bereich des Web- und p2p-Monitorings für Aktivitäten entfaltet, dessen Ergebnisse bzw. Daten unter anderem der IFPI zur Verfügung gestellt werden.

Zum Abschluss präsentiert er verschiedene Grafiken, unter anderem ein Diagramm, welches die Zunahme der Downloads in Webshops aufzeigt. Er untermauert, dass der Trend exponentiell nach oben zeigt und Wachstumsraten bis zu 30% pro Monat aufweist. Man könne derzeit sehr optimistisch sein, dass die Nutzer vermehrt zu legalen Shopangeboten wechseln und es sei daher von elementarer Bedeutung, dass nun keine falschen Signale gegeben werden, wonach beispielsweise der Download legal sei und schliesst sich damit den Forderungen der IFPI an.

Auf die Frage, ob die Einnahmen die Verluste der Einbrüche bei den Verkäufen physischer Tonträger kompensieren würden, meint er, dass dies nicht der Fall sei, denn es würden meistens nur Einzelsongs gekauft und nicht ganze Alben.

Die Frage, was für Faktoren die CH-Charts beeinflussen bzw. ob es mind. Verkaufslimiten gäbe etc., beantwortet Herr Renggli aufgrund interner Geheimhaltungsrichtlinien der mediacontrol und der IFPI nicht. Begründet wird dies damit, dass Manipulationen der CH-Charts verhindert werden sollen.

## **12 Christine Egerszegy – Initiative „Jugend und Musik“**

Nationalratspräsidentin Egerszegy präsentiert in Ihrem Referat die Volksinitiative „Jugend und Musik“. Auf das Eröffnungsreferat von Prof. Jäncke verweisend knüpft sie an die Zusammenhänge zwischen Musik, Intelligenz und sozialen Kompetenzen an. Kurgesamt geht darum, dass in Schulen der Musikunterricht zugunsten anderer Fächer und Angebote (Sprachen, Sport, Suchtprävention etc.) immer weiter reduziert werde. Der Musikunterricht

habe immer mehr an Bedeutung verloren. Nicht zuletzt mit Blick auf das immer bedeutendere Problem mit verhaltensauffälligen Schülern, sei diese Entwicklung zu bedauern. Aus den genannten Gründen setze sich das Intitativkomitee dafür ein, dass eine Klausel in der Bundesverfassung eingeführt werde, welche den Musikunterricht, analog zur Klausel Jugend und Sport, stärke.

Zwischen dem 19. Juni und 19. Dezember 2007 läuft die Unterschriftensammlung.

[www.musikinitiative.ch](http://www.musikinitiative.ch)

### **13 Paneldiskussion: Unterhaltungsindustrie im Kampf gegen Piraterie**

Teilnehmer: Nationalratspräsidentin Christine Egerszegy, Roger Frei (SonyComputer Entertainment – Gamebranche), Jürg Hofmann (Warner Home Video – Filmbranche), Urs Wäckerlin (Universal Pictures Switzerland GmbH – Filmbranche), Dr. Peter Vosseler (IFPI Schweiz), RA Roger Chevallaz

Branchen übergreifende Kampagne -> [www.stop-piracy.ch](http://www.stop-piracy.ch)

Moderator: Wie wichtig ist das gemeinsame Vorgehen?

Herr Hofman: Die Musik-, Film- sowie Gamebranche seien gleichermassen vom Problem der Raubkopiererei betroffen, daher sei es sinnvoll und begrüßenswert, dass ein gemeinsames Vorgehen zustande gekommen sei.

Herr Frei: Man sei der Kampagne schon vor einigen Jahren beigetreten und der Kampf gegen die Piraterie sei ein Dauerthema, welches sehr viel Zeit und auch Budget verschlinge.

Herr Chevallaz: Die Schweiz kenne einen starken Patentschutz sowie Markenschutz, was darauf zurück zu führen sei, dass die insbesondere die Pharmaindustrie ein wichtiger Exportfaktor sei. Hinsichtlich des Urheberrechtsschutzes agiere die Schweiz hingegen wie ein Importdrittland, das Freude daran habe, wenn alles möglichst billig importiert werden könne. Daher sei die Anti Piracy Kampagne von elementarer Bedeutung und es werde ein massives Lobbying aufgebaut. Er verweist auf die Liste der Mitglieder der Kampagne (<http://www.stop-piracy.ch/de/about/a30.shtm>), in welcher Behörden, Zollämter sowie Unternehmern aus den unterschiedlichsten betroffenen Branchen aufgeführt seien. Die Initiative sei letzten Sommer mit einer Ansprache von Bundesrat Blocher eröffnet worden und man werde diesen Sommer eine zweite Plakatwelle starten, mit welcher Ferienreisende bzgl. Kauf gefälschter Markenartikel im Ausland sensibilisiert

werden sollen. Abschliessend kritisiert er erneut den Bundesrat und mein dessen Haltung hinsichtlich der Download-Debatte bzw. URG Revision sei der Schweiz nicht würdig.

Moderator: Weshalb denn in der Regierung diese Forderungen nicht stütze?

Frau Egerszegy: Sie stellt zuerst klar, dass diesen Forderungen seit längerer Zeit diverse Liberalisierungsbestrebungen gegenüber stehen. Jeder Bereich habe sein eigenes Lobbying und es sei von grosser Bedeutung, dass man die unterschiedlichen Branchen einzeln betrachte. Man könne nicht alles in einem Topf werfen. Selbst in den einzelnen politischen Parteien gäbe es zumeist Vertreter beider Strömungen, welche Liberalisierung fordern oder Branchen stärken wollen. Die einen seien selber Produzenten, die anderen Händler und würden daher konsequenterweise unterschiedliche Auffassungen vertreten. Zudem habe die Bevölkerung handfeste finanzielle Interessen. Sie wirft die Frage auf, weshalb so viele Leute nach Deutschland einkaufen gehen. Und bzgl. Downloads erwähnt sie, dass dies technisch nicht einfach zu lösen sei und daher auch eine Überprüfung auf gesetzlicher Ebene nicht einfach sei.

Moderator: Hat die Musikindustrie im Vergleich zur Pharmaindustrie ein zu schwaches Lobbying?

Dr. Vosseler: Im analogen Zeitalter sei ein Lobbying von Seiten der Musikindustrie gar nie nötig gewesen, denn man habe damals mit dem kleinen Anteil Piraterie leben können, daher sei man vermutlich in der Tat im Lobbyieren zu wenig geübt. Man habe den Umstand, dass gewisse Gegner, wie z.B. der Konsumentenschutz, in der Legislative eine derart starke Positionierung hätten, ernüchert zur Kenntnis genommen. Ebenso sei man erstaunt gewesen, wie ausserordentlich schwierig es, Politiker zu überzeugen.

Herr Chevallaz: Es seien in der Vergangenheit in den Debatten um das URG teilweise auch ungeschickte Forderungen durchgesetzt worden, welche falsche Signale ausgelöst hätten. Z.B. würde sich die EconomieSuisse seit der Einführung der Abgabe auf Fotokopiergeräte dauerhaft gegen das URG stemmen.

Frau Egerszegy: Sie stellt klar, dass in der Schweiz 1.2 Mio Menschen Ihr Geld direkt oder indirekt im Gesundheitswesen verdienen würden und es daher nicht weiter erstaune, dass diesem Bereich eine gesteigerte Bedeutung zugemessen werde.

Herr Frei: Er stelle fest, dass man auf politischer Ebene schlichtwegs nicht gehört werde. Solange es um Käse oder Pharma ginge, seien die Politiker über die Probleme informiert, aber sobald es um neue technologische Medien gehe, seien die Politiker nicht informiert

und würden das Problem auch nicht debattieren. Er teilte weiter mit, dass man Ausland über die Schweiz lache, wenn diese die Konsumenten schützen wolle, während dessen der Rest der Welt in eine andere Richtung drehe.

Herr Hofmann: Er stellt fest, das Lobbying enorm teuer und schwierig sei und die Schweizer Film- sowie Kinoindustrie sei mit einer Milliarde Umsatz einfach zu klein um richtig Lobbying betreiben zu können. Es sei erwiesen, dass 35% aller Filme die im Kino gespielt werden mehr Downloads als Kinobesuche verbuchen würden und in der Regel seien die Filme 3 Tage nach dem Kinostart im Netz zu finden. Die Filmhersteller würden jede Filmkopie mit andere Wasserzeichen versehen, um eruieren zu können in welchem Kino der Film abgefilmt worden sei und es gäbe immer mehr Fälle, in welchen die Kopie aus der Schweiz stamme. Er fügt sarkastisch bei, dass das Problem in der Filmindustrie nicht ganz so prekär wie in der Musikindustrie sei und er sei froh, dass er vor Jahren von der Musik in die Filmindustrie gewechselt sei.

Dr. Vosseler: Im Grunde sei die Rechtslage in der Schweiz genügend. Ein Tausch bestehe dann, wenn zwei Personen Gegenstände austauschen würden, also z.B. ein Fahrrad gegen ein Fernseher. Beide Personen hätten anschliessend einen anderen Gegenstand. Beim p2p Sharing aber, hätten nach dem Tausch beide Beteiligten beide Gegenstände, somit dürfe man nicht von Tauschbörsen, sondern müsse von Kopierbörsen sprechen. Wenn sich allerdings wildfremde Personen via Kopierbörsen Raubkopien zuhalten, sei dies kein Privatgebrauch und damit illegal. Man habe dies bisher nie gerichtlich feststellen lassen können, weil es den reinen Download gar nicht gäbe, es werde immer gleichzeitig upgeloaded.

Herr Chevallaz: Es sei technisch gar nicht möglich *nur* runterzuladen ohne gleichzeitig raufzuladen, dies können nur Experten. Es bestehe ein Kommunikationsproblem, denn das IGE schreibe der reine Download sei legal erlaubt, aber dem durchschnittlichen 16 Jährigen sei nicht bewusst, dass er immer gleichzeitig auch uploade.

Frau Egerszegy: Sie schägt vor, dass wenn man ihr einen Kurztex gebe, den auch ein 16 Jähriger verstehe, sie sich dafür einsetze, dass dieser behandelt werde.

Herr Chevallaz: Er werde Ihr solch einen Text zukommen lassen.

Moderator: Wissen Politiker überhaupt worüber sie Sprechen?

Frau Egerszegy: Es sei gut möglich, dass sich nicht alle Politiker in alle diesen Fragen detailliert auskennen. Dies sei ein Generationenproblem. Aber es gebe zu solchen Fragen ja

Kommissionen, welche sich vertieft mit den Angelegenheiten befassen würden.

Moderator bittet Frau Egerszegy um ein Schlusswort.

Frau Egerszegy: Sie wolle mit einem kroatischen Sprichwort abschliessen, welches besage, es sei besser ein neues Licht anzuzünden, als ihm Dunkeln zu jammern. Sie wolle damit folgende Botschaften signalisieren:

1. Man müsse Verknüpfungen schaffen -> Wirtschaft
2. Wenn man gegenüber Politikern Forderungen stelle, könne man sich nicht über deren Unwissen beklagen und von einer Holschuld ausgehen, sondern müsse selber aktiv, im Sinne einer Bringschuld, um die Informationsübermittlung bemüht sein.
3. Man müsse die Anliegen des Konsumentenschutzes ernst nehmen und einen vermittelnden Dialog suchen, den deren Gewicht sei nicht zu unterschätzen.