

Frank Linde, Nicole Ebber

Stakeholder-Dialoge mit Creative Commons Lizenzen positiv lenken

Nonprofit-Organisationen (NPOs) möchten ihre Umwelt mit Informationen und Wissen zu speziellen Themengebieten versorgen und dadurch einen wichtigen Beitrag zur gesellschaftlich relevanten oder gar lebensnotwendigen Aufklärung leisten. [1] Dabei gilt: Je mehr Menschen Zugang zu diesen Informationen erhalten, desto nachhaltiger können diese auch die Ziele der NPO unterstützen. Darüber hinaus möchten NPOs ihre Umwelt über Marketingmaßnahmen zu persönlicher, ideologischer und finanzieller Unterstützung anregen. Der zweite Teil der Beitragsserie zum Thema Creative Commons Lizenzen (CCL) erläutert, welche Chancen CCL den Nonprofit-Organisationen in diesem Zusammenhang eröffnet, zeigt aber auch mögliche Risiken auf.

Einfluss der CCL auf interne Prozesse

Die Einführung von CCL in einer Organisation ist zunächst verbunden mit einem gesteigerten Ressourcenbedarf. So gilt es, die internen Gruppen zu informieren, Diskussionen anzustoßen, gemeinsam Lösungen zu finden und sie im Umgang mit den Lizenzen zu schulen. Darüber hinaus müssen die Institutionen Inhalte und Websites an die Lizenzierung anpassen, Verträge neu gestalten und Verwaltungsprozesse justieren. Ist dieser Initialaufwand bewältigt, sinkt der bürokratische Aufwand jedoch merklich und damit werden Kosten gespart. So werden Mitarbeiter z.B. dadurch entlastet, dass Externe in Publikations- oder Marketingprozesse eingebunden werden oder vorhandenes Material kollaborativ weiterentwickelt wird. Darüber hinaus wird der Abstimmungsaufwand zu urheberrechtlichen Bestimmungen oder erlaubten Verwendungsarten der

Inhalte durch die explizite Ausweisung der Nutzungsrechte minimiert.

Bei der Einführung sind stets die teils divergierenden Interessen der Organisationsumwelt zu berücksichtigen. Hier ist es Aufgabe des Managements, die externen Stakeholder wie Öffentlichkeit, Medien oder Partner in Diskussionsprozessen über die Vorzüge einer freien Lizenzierung aufzuklären und deren Akzeptanz herzustellen. Wichtiges Argument ist in diesem Fall die Konsistenz von theoretischen Werten einer NPO und ihrem praktischen Umgang mit Informationsgütern.

CCL im Dialog mit der Öffentlichkeit

Neben der erhöhten Verbreitung, der flexiblen und unbürokratischen Handhabung sowie der Rechtssicherheit offenbaren die CCL im Dialog mit der Öffentlichkeit ein weites Spektrum an Anwendungsmöglichkeiten. So lassen sich z.B. wissenschaftliche Gutachten oder Newsletter, die die NPO nur zum Lesen bereitstellt, mit dem Lizenzelement ND (keine Bearbeitung) kennzeichnen. Andere Formen wie Wikis, Foren oder Kampagnen sind wiederum auf die Partizipation und Interaktion der Öffentlichkeit angewiesen und sollten eine möglichst freie Lizenz verwenden. Als innovatives Beispiel gilt hier das Open-Source-Marketing [2], in dem die Organisation ihre Zielgruppe z.B. auffordert, ihre Logos, Werbespots und -anzeigen zu remixen oder mit eigenen Ideen anzureichern. Gerade hier schafft der Einsatz der CCL rechtlich abgesicherte Rahmenbedingungen.

Kritiker bemängeln in diesem Kontext häufig, dass auch qualitativ minderwertige oder subjektive Inhalte bzw. Spam den Weg ins Web finden. Damit sieht sich allerdings das Internet als Ganzes

Kurz gefasst:

- Die Einführung von Creative Commons Lizenzen (CCL) in einer Organisation erfordert die sorgfältige Abwägung der Chancen und Risiken einer freien Lizenzierung sowie eine Analyse der Auswirkungen auf die Stakeholder.
- CCL können dazu beitragen, den Dialog zwischen der Organisation und den internen und externen Stakeholdern zu verbessern, neue Formen der Kommunikation und des Marketings anzuregen und sie rechtlich abgesichert zu gestalten.
- Die Chancen kommen vor allem bei erhöhter Akzeptanz und gesteigertem Bekanntheitsgrad der CCL im Umfeld der Organisation zum Tragen, während die Risiken in CC-affinen Umgebungen eher zu vernachlässigen sind.

konfrontiert und verlangt von seinen Nutzern ohnehin ein gewisses Maß an Medienkompetenz. Außerdem regen Meinungsvielfalt und Diskussion den Wettbewerb unter den NPOs an und können sich wiederum positiv auf die Qualität und Transparenz der Inhalte auswirken. Ein weiterer Vorteil liegt in der Vergabe von Metadaten nach dem Dublin Core [3] Standard, welche die Indexierung sowie die gezielte Suche nach CC-lizenzierten Inhalten ermöglicht. Die CC-fähigen Suchdienste erleichtern den Zugriff auf diese Inhalte und fördern ihn zudem durch eine Platzierung auf den höheren Rängen. Für den Nutzer liegt der Vorteil hier in der effizienteren Suche und dem präziseren Suchergebnis. Die gesteigerte Präsenz und die höhere Relevanz wirken sich überdies positiv auf den Verbreitungsgrad der Inhalte und somit auch auf die Reputation aus.

Medienarbeit mit Creative Commons

Im Dialog mit der Öffentlichkeit dienen einer NPO sowohl traditionelle (Massen-) Medien als auch Online-Medien und Netzpublikationen als Sprachrohr oder Schnittstelle zu ihrer Umwelt. Neben in-

Chancen der CCL	
✓	Rechtssicherheit für Urheber und Nutzer
✓	flexible, unbürokratische Handhabung
✓	standardisierte Metadaten für optimierte Indexierung und Suche
✓	international einheitliche Symbolik
✓	Steigerung des Verbreitungsgrades von Inhalten
✓	Erhöhung des Wirkungsgrades von Marketingaktivitäten
✓	Verlinkung und Namensnennung erhöht Website-Traffic und Reputation
✓	kommerzielle Verwertung parallel möglich
✓	Einbindung externer Kräfte
✓	Entlastung eigener Ressourcen
✓	legale Basis für kollaborative Publikationsprozesse
✓	Minimierung von Abstimmungsprozessen
✓	Anreize zur ideologischen, personellen und finanziellen Unterstützung bei CC-Affinität der Stakeholder
✓	Einleitung eines Bewusstseinswandels
✓	Umsetzung theoretischer Werte in die Praxis
Risiken der CCL	
✗	erhöhter Ressourcenbedarf bei Einführung
✗	Verletzung von Lizenz und Urheberrecht
✗	inhaltlicher Missbrauch
✗	Qualität der Inhalte nicht gesichert (Spam etc.)
✗	Skepsis der Stakeholder
✗	Kostenvorteil für Konkurrenten
✗	Authentizität und Integrität nicht gesichert
✗	Definition von NC unklar
✗	Bestätigung vor deutschem Gericht fehlt

Chancen und Risiken der CCL

novativen Internetmedien springen heute immer mehr klassische Medien auf den Zug des Mitmach-Web auf und ergänzen ihr Programm durch Weblogs, Pod- und Videocasts sowie Foren oder interaktive Plattformen. Obwohl sich hier eine CC-Lizenzierung noch nicht etabliert hat, gibt es immer wieder Ansätze, Inhalte flexibler zu handhaben, als es das reguläre Urheberrecht erlaubt. [4] Der Austausch von Pressematerialien wie Texten oder Bildern, aber auch kollektive Publikationsprozesse werden durch eine CC-Lizenzierung erleichtert und rechtlich abgesichert.

Da der Erfolg der CC-Lizenzierung von Pressematerialien anhand der Menge publizierter Artikel oder am Feedback der Leser gemessen werden kann, sollte

eine der kulanteren Lizenzvarianten gewählt werden. So lässt sich kaum ein öffentliches Presseorgan als nicht-kommerziell bezeichnen, wodurch eine Verwendung des NC-Elementes von vornherein auszuschließen ist. Darüber hinaus ist die Einschränkung ND für Pressematerialien nur dann sinnvoll, wenn diese nicht verändert werden oder in andere Werke einfließen sollen. Über die Verwendung von Share Alike versichert sich der Urheber, dass sein Inhalt auch in modifizierter Form frei verfügbar bleibt. Stimmen die Medienpartner einer CC-Veröffentlichung trotz aller Überzeugungsarbeit nicht zu, erlaubt die Nicht-Exklusivität der Lizenzbestimmungen auch eine individuelle Absprache der Nutzungsrechte: Ein Artikel wird so beispielsweise regulär in einer Zeitschrift

veröffentlicht, steht aber parallel auch CC-lizenziert auf der organisationseigenen Website zum Abruf bereit.

CCL unterstützen die Zusammenarbeit

Kooperationen mit anderen Organisationen haben im Nonprofit-Bereich einen hohen Stellenwert. Um den Austausch und die gemeinsame Bearbeitung von Dokumenten während und auch nach Abschluss von Kooperationsprojekten zu vereinfachen sowie die rechtlichen Rahmenbedingungen explizit zu artikulieren, bietet sich auch hier eine freie Lizenzierung an. Die Verbreitung CC-lizenzierter Inhalte über zwei Netzwerkknoten sowie die obligatorische Namensnennung samt Link zum Original bescheren beiden Partnern einen höheren Website-Traffic.

Ein weiterer Vorteil des kooperativen Austausches entsteht durch die Ergänzung von Kompetenz und Wissen durch die CC-spezifischen Interaktions- und Remix-Optionen. Infolge dieser Synergieeffekte kann den Kooperationspartnern ein Wissens- und Wettbewerbsvorsprung gegenüber konkurrierenden Organisationen entstehen. Die CC-Affinität der Beteiligten muss indes stets berücksichtigt werden: So steigert sich die Attraktivität der NPO für Partner, die der CCL positiv gegenüber stehen, während diejenigen, die rein kommerzielle Interessen verfolgen, eher von einer Kooperation absehen. Ebenso ist bei Projekten, in denen ein Partner mit der Lieferung der Inhalte beauftragt ist, zu unterscheiden, ob dieser Lieferant der reputativen Anerkennung mehr Bedeutung zuspricht als einer monetären.

Risiken der CCL im Stakeholderdialog

Eine Organisation, die ihre Inhalte CC-lizenziert publiziert, sieht sich mit den Risiken potenzieller Urheberrechtsverletzungen wie unerlaubter Verwendung oder inhaltlichen Missbrauchs konfrontiert. Stellen Sie sich vor, ein Konkurrent stellt seinen Kunden ein von Ihnen NC-lizenziertes Dokument gegen Entgelt bereit und unterlässt noch dazu den





obligatorischen Link auf Ihr Original. Oder er verwendet Ihre CC-lizenzierten Werbematerialien, um Ihr Produkt in vergleichender Werbung gegenüber seinem abzuwerten. Darüber hinaus lassen sich einzelne Gruppen nicht von der Nutzung dieser Inhalte ausschließen, die Freiheiten werden ausnahmslos allen Nutzern gewährt. Skeptiker geben zu bedenken, dass den Konkurrenten, welche die fremden Inhalte übernehmen und publizieren, durch die Reduzierung ihrer Forschungs- oder Beschaffungskosten ein monetärer Vorteil entsteht.

Mit zwei Argumenten lassen sich diese Bedenken allerdings leicht entkräften: Zum einen gilt es trotz rechtlicher und technischer Schutzmaßnahmen als nahezu unmöglich, Dritte gänzlich von der Nutzung digitaler und öffentlich verfügbarer Inhalte auszuschließen. So sieht sich das gesamte Internet dieser Problematik ausgesetzt, die eine gewünschte Verbreitung von Info- oder Marketingmaterialien mit sich bringt. Zum anderen erhöht jeder weitere Nutzer die Chancen, die durch eine größere Zielgruppe und einen höheren Verbreitungsgrades der Inhalte entstehen. Hier kommen Netzwerkeffekte und Nicht-Rivalität von Informationsgütern zum Tragen und bei lizenzkonformer Verwendung werden selbst Konkurrenten zu Multiplikatoren.

Fazit

Zwar stellt diese Darstellung den Einsatz der CCL in NPOs in den Vordergrund, viele der Anwendungsmöglichkeiten und Chancen lassen sich jedoch auch auf Unternehmen übertragen. Diese müssen dann jeweils abwägen, ob sie mit den Inhalten selbst Gewinne erzielen möchten oder ob sie einen höheren Nutzen bringen, wenn sie frei zugänglich sind und verbreitet werden. So können Unternehmen mittels einer CC-Lizenzierung einzelne Inhalte sozusagen als Appetithappen zugänglich machen und dadurch kostenpflichtige Mehrwertangebote bewerben. Ebenso bleibt eine parallel kommerzielle Verwertung CC-lizenzierter Inhalte weiterhin möglich und schafft so die Grundlage für innovative Geschäftsmodelle.

Zusammenfassend ist festzuhalten, dass

	Attribution – Namensnennung (BY)		No derivative works - Keine Bearbeitung (ND)
	Share Alike – Weitergabe unter gleichen Bedingungen (SA)		Non-commercial - Keine kommerzielle Verwertung (NC)

Lizenzsymbole und ihre Bedeutung

die Chancen der CCL voll zum Tragen kommen, wenn

- die Organisation die Potenziale des Internets erkannt hat und nutzt,
- die inhaltlichen Werte der Organisation eine gewisse Konsistenz mit der Intention der Lizenzen aufweist,
- die Verbreitung der CCL weiter fortschreitet, das Bewusstsein und die Akzeptanz der Öffentlichkeit zunimmt und das Erreichen einer kritischen Masse die Netzwerkeffekte verstärkt,
- die Stakeholder eine hohe CC-Affinität aufweisen, d.h. die CCL in ihrer Arbeit selber einsetzen oder zumindest deren Hintergrund und Nutzen erkannt haben, sowie
- Diskussion und Aufklärung die Einführung der CCL erfolgreich unterstützen.

Sind diese Faktoren nicht gegeben, ist individuell abzuwägen, ob eine CC-Lizenzierung für die Organisation überhaupt in Frage kommt, oder ob bspw. lediglich einzelne Inhalte frei zur Verfü-

gung gestellt werden. Schlussfolgernd wird also deutlich, dass eine abschließende Bewertung niemals losgelöst vom Dialog zwischen der NPO und ihren Stakeholdern erfolgen darf.

Literatur:

[1] Vgl. Theuvsen, Ludwig (2001): Stakeholder-Management - Möglichkeiten des Umgangs mit Anspruchsgruppen. <http://www.aktive-buergerschaft.de/vab/resources/diskussionspapiere/wp-band16.pdf>.

[2] Vgl. Langner, Sascha; Wiedmann, Klaus-Peter (2006): Open-Source-Marketing – ein schlafender Riese erwacht. In: Open Source Jahrbuch 2006. Zwischen Softwareentwicklung und Gesellschaftsmodell. Berlin: Lehmanns, S. 139–150. http://www.opensourcejahrbuch.de/download/jb2006/OpenSourceJahrbuch2006_online.pdf.

[3] <http://dublincore.org/>

[4] Z.B. Citizen Journalism in der Readers Edition der Zeitung, das BBC Creative Archive oder Wikinews.

Die Autoren:



Prof. Dr. Frank Linde ist Dozent am Institut für Informationswissenschaft der Fachhochschule Köln. Nach mehrjähriger Tätigkeit in verschiedenen Funktionen im Konzern Deutsche Telekom AG lehrt und forscht er an der Fachhochschule Köln zu den Themen Wissensmanagement und Informationsökonomie. Während dieser Zeit hat er verschiedenste Projekte zur Einführung von Wissensmanagement in Unternehmen geleitet.

linde@wissensmanagement.net



Nicole Ebber studierte Informationswirtschaft an der Fachhochschule Köln und beschäftigt sich mit aktuellen Trends der Wissensgesellschaft und der Rechtgestaltung im digitalen Raum.

ebber@wissensmanagement.net