

Eigentum und Diebstahl – Stichwort Urheberrecht

Text – Berthold SELIGER

Immer wieder gern genommen wird von den Verfechtern eines strengen Urheberrechts das banale Argument: Den Kaffee im netten Straßencafé am Eck bezahlt man ja auch, warum soll also Musik frei verfügbar sein? Die moralischen Codices der bürgerlich-kapitalistischen Gesellschaft des 21. Jahrhunderts scheinen da intakt zu sein, wer macht schon gern den Zechpreller? Freilich, wie heikel diese moralischen Normen sind, die ja nebenbei gesagt auch ständig neu definiert werden, das zeigt ein anderes Beispiel: Europäische Pharmakonzerne klagen in Indien gegen das dortige Patentgesetz, wonach nur wirklich neue, innovative Medikamente Patentschutz erhalten. Indien stellt weltweit 70 Prozent aller wirkstoffgleichen Kopien von teureren Markenarzneien gegen Aids oder Krebs her und hat damit eine „Apotheke der Armen“ eröffnet. Die Fragen, die sich hier stellen, können nur am Rande gestreift werden, zeigen aber den Kern des Problems: Soll Medizin gegen Aids oder Krebs tatsächlich weiterhin in erster Linie den Profitinteressen der „Ersten Welt“ dienen, sollen die Armen in Afrika oder Asien von den Errungenschaften der medizinischen Forschung ausgeschlossen bleiben? Sollen weiterhin Millionen von Menschen in Afrika an Aids sterben, weil die Medikamente dank internationaler Patentrechte (zu) teuer bleiben? So ziemlich jeder, der es moralisch verwerflich findet, den Kaffee in der Kneipe oder die Schmerztabletten in der Apotheke ums Eck nicht zu bezahlen, wird es für moralisch sinnvoll halten, daß Schwerkranke etwa in Afrika auch mit Medizin versorgt werden, für die die Hersteller nicht die Patentrechte an die Pharmakonzerne der Ersten Welt bezahlt haben.

„Moral“ also scheint als ein von einer Gruppe oder Gesellschaft definierter (und veränderbarer) Begriff von Handlungsmustern und von Konventionen wenig hilfreich in der Diskussion um das Urheberrecht. Noch unsinniger ist der von den Claqueuren der Verwertungsindustrie immer wieder gerne verwendete Begriff des „geistigen Diebstahls“. Als ob es ein „geisti-

ges Eigentum“ gebe, und als ob nicht jeder Gedanke eines Menschen auf den Abermillionen Gedanken anderer Menschen vor ihm fußen würde. Schon US-Präsident Thomas Jefferson, der auch maßgeblich die amerikanische Unabhängigkeitserklärung formulierte, stellte klar: „Wer eine Idee von mir empfängt, mehrt dadurch sein Wissen, ohne meines zu mindern, ebenso wie derjenige, der seine Kerze an meiner entzündet, dadurch Licht empfängt, ohne mich der Dunkelheit auszusetzen.“ Auf das 21. Jahrhundert übertragen, formuliert der Sozialforscher Michael Hutter: „Hat die Schriftstellerin, die zitiert, ohne die Quelle zu nennen, „geklaut“? Ist der Schüler, der einen Film herunterlädt, ein Dieb? Ich schlage vor, mit der Schauermär vom geistigen Diebstahl aufzuhören. Geist wird nicht gestohlen. Geist wird schlimmstenfalls erschlichen – so, wie man in ein Konzertzelt schleicht und mithört, ohne dafür bezahlt zu haben. Der Dieb stiehlt Sachen. Das gestohlene Fahrrad ist weg, es ist nicht mehr an seinem Platz, es fehlt seinem Besitzer. Geistige Inhalte – Geschichten, Lieder, Bilder in allen möglichen Kombinationen – sind nicht weg, wenn sie erschlichen worden sind. [...] Geistige Inhalte sind öffentliche Güter, das heißt, sie können von vielen gleichzeitig genutzt und sie können leicht erschlichen werden.“ [Michael Hutter, „Die erschlichene Zündung – Wenn Inhalte keine Behälter mehr haben: Zur falschen Rede vom geistigen Eigentum“ (SZ v. 26.3.2010)]

Dass heutzutage jeder Song, jede Liedzeile bis 70 Jahre nach dem Tod des Autors urheberrechtlich geschützt und somit zum Besitz deklariert und daher nicht frei verfügbar ist, ist eine geistesgeschichtlich relativ neue Vereinbarung. Was von der Verwertungsindustrie propagiert wird, ist keinesfalls ein Naturgesetz. Ganz im Gegenteil – dieses „romantische Konzept des Autors“ [Woodmansee] entspricht einer Geisteshaltung, die bürgerliche Souveränität stets an Tauschwert und Besitz bindet, und mithin nicht einer Vorstellung einer „fortschreitend gemeinschaftlich-

kollektiven kreativen Produktion“, die sich spätestens seit Roland Barthes' Essay „Der Tod des Autors“ (1968) nicht nur in der Wissenschaft durchgesetzt hat. Dass die heutige Verwertungsindustrie ausgerechnet für Popmusik das strenge Copyright propagiert, für eine Musik also, die flapsig gesagt harmonisch im 17. Jahrhundert [plus der „blue note“ des frühen 20. Jahrhunderts] und rhythmisch im 18. Jahrhundert [plus einiger aus Afrika oder der Karibik geklauter Neuerungen] stehengeblieben ist, ist fast schon eine ironische Fußnote. Nein, das Urheberrecht in der bestehenden Form ist einzig und alleine dazu da, Rechteverwerter und ihre rückwärtsgewandten Geschäftsmodelle zu schützen. Dies zeigt sich besonders, wenn man das von der Verwertungsindustrie und ihren Vasallen in den Medien immer wieder gehörte Ruhrstück, Urheberrechte seien für die Künstler, für die Einkünfte der Kreativen da, einer genaueren Betrachtung unterzieht. Seit jeher haben Plattenfirmen und Verlage Künstler um ihren Lohn betrogen. Man beschäftige sich etwa mit den Zigtausenden von schwarzen US-Bluesmusikern, denen Konzerne der Unterhaltungsindustrie buchstäblich für einen Appel und ein Ei ihre Kompositionen abgeluchst haben, um sich dann Jahrzehnte lang daran zu bereichern. Bis heute ist es so, dass die meisten Verträge, die die großen Player der Verwertungsindustrie abschließen, de facto einem Buyout gleichkommen [Bands – schaut, dass ihr einen guten Vorschuss bekommt!]. Das Urheberrecht in der jetzigen Form nützt einigen wenigen Großkünstlern, für die Masse der Bands, für den größten Teil von Komponisten und Textdichtern bleiben Almosen übrig, während die Verwertungsindustrie Riesengewinne schreibt. Das Urheberrecht nutzt den Monopolisten und den ihnen verbundenen, monopolgleichen Verwertungsgesellschaften wie der VG Wort oder der GEMA, die etwa 2009 über 841 Millionen Euro eingenommen hat [wovon allein die Verwaltung etwa 120 Millionen Euro verschlingt]; der Vorstandschef der GEMA, Harald Heker, erhält ein Jahresgehalt von 380.000 Euro, während laut Künstlersozialkasse das durchschnittliche Jahreseinkommen eines Künstlers hierzulande 13.288 Euro [und das eines Musikers sogar nur 11.521 Euro!] beträgt. Den Profiteuren, Funktionären und Lobbyisten der Verwertungsindustrie schwimmen

die Felle weg, kein Wunder, dass sie Sturm laufen gegen neue Geschäftsmodelle – die aber so oder so kommen werden. „In der Welt der vernetzten Inhalte werden die Verwerter eine geringere Rolle spielen“, weiß Michael Hutter. Die Vergütungen werden direkt zu den Urhebern fließen – neue Techniken haben immer schon neue „Geschäftsmodelle“ kreiert. „Wer heute nicht global denkt, macht einen Riesenfehler.“

Und mal ehrlich: Hat irgendjemand etwas dagegen, wenn die Sklavenverträge der weltweit agierenden Musikmonopolisten in Kürze der Vergangenheit angehören? Wenn monopolistische Kraken wie die GEMA ins Aquarium kommen? Eine direkte Beziehung zwischen Künstler und Käufer ist ein Stück Fairness – und wenn ein Käufer über ein modernes Transfersystem sein Album direkt beim Künstler digital erwirbt, dann ist das gut für alle Beteiligten: Der Käufer kann sich für das gleiche Geld mehr Alben kaufen. Und der Künstler erhält statt derzeit durchschnittlich 0,64 Euro pro verkauftem Album [bei einem angenommenen Preis von 16 Euro] deutlich mehr. Und während die Monopolisten der Musikindustrie bei diesem Modell eigentlich nicht mehr vorkommen [und ja in der Praxis auch längst schon neue Geschäftsmodelle erproben; nur wird davon wenig geredet ...], wird die Rolle der engagierten Indie-Musikfirmen nach einer Übergangsphase sogar eher gestärkt – denn dort werden nicht so sehr Backkataloge erworben, die man am Ende an irgendwelche Hedgefonds verkauft [oder weiß irgendjemand, in wessen Besitz sich gerade die Rechte zum Beispiel an den Beatles-Songs befinden?]. Diese unabhängigen, kleinen Firmen sind viel mehr faire und gleichberechtigte Berater und Partner der Künstler – dass genau diese Beratung und Serviceleistung „ohne Abzocke“ benötigt wird, zeigt bereits heutzutage, wo wir noch am Anfang der Entwicklung von neuen Geschäftsmodellen stehen, die Vielzahl neuer Beratungsfirmen, die Umwandlung von unabhängigen „Plattenfirmen“ in „Serviceunternehmen“ ihrer Künstler. „Komm! Ins Offene, Freund!“ ☺