

Gedanken zum Thema Urheberrecht

von Anne Alter aka Jinx, Hamburg

Erklärung: Dieser Text stellt meine persönliche Meinung als Autorin und Mitglied der Piratenpartei Deutschlands dar, repräsentiert aber nicht die Thesen oder Auffassungen dieser Partei; ich spreche hier also nicht in ihrem Namen und auch nicht für sie.

Als Buchautorin, die von diesen Einkünften nicht leben kann, interessiert mich das Thema Urheberrecht natürlich ganz besonders. Ich habe ein (inzwischen vergriffenes) Buch veröffentlicht und arbeite gerade an meinem zweiten. Da mag es als Widerspruch erscheinen, dass jemand, den diese Frage persönlich betrifft, ausgerechnet der Piratenpartei beitrifft; ich sehe das Problem des veralteten Urheberrechts jedoch vielschichtig und bin der Meinung, dass es auch im Interesse der Kulturschaffenden einer Neubewertung und Anpassung der Rechtslage bedarf.

1. Die Vermischung von Vermarktung und Urheberrecht

Kultur wird allgemein von Dritten vermarktet, die Werbung, Distribution und teilweise auch Herstellung des Kulturgutes übernehmen. Das sind z. B. Verlage, Musikverlage und Publisher (für den Gaming-Bereich). Sie zahlen im Allgemeinen – bei seriösen Firmen – die Honorare an die Urheber, also die Künstler, aus, und tragen dafür das finanzielle Risiko, falls der Artikel sich nicht verkauft. Zwar kann man als Künstler das Urheberrecht nicht veräußern, aber man tritt die Verwertungsrechte ab. Das bedeutet, dass ich zwar eines meiner Belegexemplare meines nicht mal mehr erhältlichen Buches verschenken darf, es mir aber nicht erlaubt ist, es für die Allgemeinheit zugänglich im Internet zu veröffentlichen oder Kopien für Kindertagesstätten etc. zu machen, um sie den interessierten Lesern dort zur Verfügung zu stellen – und das, obwohl ich die Urheberrechte innehabe und mein Verlag an dem Buch nichts mehr verdienen kann.

Bei der aktuellen Diskussion geht es daher auch nur vordergründig um die Kulturschaffenden selbst; gemeint sind jedoch die, die an den Werken den Löwenanteil verdienen, also Verlage, Musikverlage und Game-Publisher. Dabei muss man jedoch im Kaufverhalten zwischen Büchern, Spielen, Musik und Filmen unterscheiden, und das Buch nimmt hier in verschiedener Hinsicht eine Sonderstellung ein.

2. Sonderfall Buch

Bücher werden – wie so vieles – immer teurer; dennoch halten sich die Klagen der Verlage über illegale Kopien in Grenzen, obwohl Bücher durchaus kopiert werden, ob in elektronischer oder in Papierform. Bücher finden dennoch ihre Käufer, wenn auch bei Weitem nicht jedes veröffentlichte Buch für den Verlag zu einem kommerziellen Erfolg wird oder auch nur seine Kosten einspielt. Ein

Grund hierfür mag sein, dass das Vervielfältigen eines Buches relativ aufwändig ist, im Vergleich zum Kopieren eines Films oder Musikstücks, aber vor allem sind Bücher eines: Sie sind sinnlich. Menschen, die gern lesen, wollen meist auch Bücher besitzen, sie sammeln, sie immer wieder in die Hand nehmen, selbst wenn sie sie nie wieder lesen werden. Sie werden in gewisser Hinsicht zu Sammelobjekten. Obwohl nun digitale Lesegeräte auf den Markt kommen, die unbestreitbar praktisch sind und hohe Speicherkapazitäten aufweisen, ist in absehbarer Zeit nicht damit zu rechnen, dass sie das traditionelle Buch in Papierform verdrängen werden. Das liegt nicht nur an der besseren Lesbarkeit, sondern auch am Genussfaktor, den das Blättern in einem wohlgestalteten Buch unbestreitbar aufweist. Das Problem der Verlage liegt somit nicht in kursierenden Kopien, sondern eher in der Tatsache, dass nicht mehr so viel gelesen wird wie früher. Doch auch dieses Problem scheint sich bislang in Grenzen zu halten.

3. Sonderfall Schallplatte

Der sinnliche Faktor ist übrigens nicht auf Bücher beschränkt, er galt auch für Schallplatten. Die wurden, als sie das Hauptmedium der Musik waren, auch gesammelt und präsentiert, obwohl es durch Kassetten durchaus die Möglichkeit zur Vervielfältigung gab, auch wenn diese ähnlich aufwändig war wie das Kopieren eines Buches. Obwohl Schallplatten wesentlich anfälliger waren als CDs, wurden sie mit Begeisterung gekauft, gesammelt und abgespielt; die Gestaltung der Cover bot Stoff für ästhetische Betrachtungen und Diskussionen und so manches Jugendzimmer wurde durch an die Wand gepinnte Hüllen verschönert. Die Industrie begriff das Potential des Sammelobjektes Schallplatte durchaus und legte manchen Erstpressungen Poster bei (die man unbedingt haben musste, selbst wenn man sie nicht aufhängen wollte) oder brachte Picture Discs heraus, die klanglich an das schwarze Pendant nicht heranreichten, was der Lust am Besitz jedoch keinen Abbruch tat.

Entgegen den Prognosen der Industrie ist die Schallplatte übrigens nicht tot, sondern erfreut sich eines durchaus vitalen Nischendaseins: DJs und Liebhaber kaufen dieses technisch veraltete Medium durchaus und werden von einer kleinen Herstellergemeinde nach wie vor bedient.

Die Liebe zur schwarzen Scheibe treibt sogar eine seltsame Blüte: In vielen Haushalten finden sich noch Reste der alten Plattensammlung, obwohl gar kein Plattenspieler mehr vorhanden ist und die Platten damit eigentlich sinnlos geworden sind und längst als CD daneben im Regal stehen.

4. Probleme der Vermarktung bei CDs und DVDs

Obwohl eine CD auch nichts anderes tut als eine Schallplatte, wird niemand ihr sinnliche Qualitäten zusprechen; die Verkaufszahlen sind inzwischen dramatisch eingebrochen. Nun ist der Einzelhandel mit dem Phänomen, dass ein einstmals begehrter Artikel nicht mehr nachgefragt wird, durchaus vertraut und reagiert flexibel darauf: CD-Regale in den Warenhäusern oder

Medienkaufhäusern werden reduziert, um besser verkäuflichen Waren Platz zu machen. Diese natürliche Entwicklung betrifft eine Vielzahl von Artikeln, z. B. Modesportgeräte oder Waren allgemein, die nicht mehr den Bedürfnissen der modernen Zeit und ihrer Kundschaft entsprechen.

Dabei werden Tonträger nach wie vor käuflich erworben, sei es als CD oder als digitale Kaufkopie. Wer einen Interpreten oder ein Album schätzt, will es oft im Regal stehen haben und ist auch bereit, dafür zu zahlen, auch wenn sich das sinnliche Vergnügen bei CDs oder MP3s – abgesehen vom akustischen Erlebnis – in sehr überschaubaren Grenzen hält. Es ist übrigens auch ein Trugschluss, zu glauben, dass jeder Film oder jedes Musikstück, das illegal heruntergeladen wird, den Verkauf um ein Exemplar vermindert. Beispielhaft mag der berühmte Satz dienen: „Ich sehe mir den Film nicht im Kino an, ich warte, bis meine Videothek die DVD hat oder er im Fernsehen kommt.“

Eigentlich ist es ein völlig normales und gesundes Konsumverhalten, nur das zu kaufen, was man auch wirklich haben möchte, doch vor allem die Musik-, aber auch die Filmindustrie delegieren ihre wirtschaftlichen Probleme an Künstler bzw. angebliche Käufer: Es ist nicht ihr veraltetes Konzept von Vermarktung, das zu einem Einbruch der Umsätze führt, sondern das Verhalten der angeblichen Käufer, die einem immer beliebigeren Angebot distanziert gegenüberstehen.

Dabei gäbe es durchaus Möglichkeiten, auch eine CD bzw. eine DVD für einen potentiellen Käufer attraktiv zu machen. Denkbar wären:

- das Beilegen von Fanartikeln (Buttons, Aufkleber, Autogrammkarten etc.)
- liebevoller gestaltete Booklets
- Bonusmaterial, das den Namen auch verdient
- für Musik-CDs: Gutscheine mit einem Preisnachlass für den Besuch der entsprechenden Konzerte

Anstatt sich neuen Formen der Vermarktung zu öffnen, macht sich gerade die Musikindustrie zum Sprachrohr der Künstler und ihrer Rechte, und das, obwohl viele Künstler trotz Verträgen, erfolgreicher CD-Verkäufe und regelmäßiger Konzertauftritte von ihrer Musik nicht ausschließlich leben können. Dafür erhebt die GEMA auch Gebühren bei Konzerten, bei denen die Interpreten weder bei dieser Gesellschaft registriert sind noch überhaupt GEMA-pflichtige Musik spielen.

Nun gehört zwar die Frage des Urheberrechts durchaus in die Hände der Gesetzgebung; dies gilt jedoch nicht für die Wahrung der Interessen von Wirtschaftszweigen, deren Verantwortliche schlicht versäumen, auf die Veränderung des Marktes kreativ zu reagieren.

Viele Musiker gehen übrigens bereits neue Wege bei der Vermarktung und bieten ihre Musik direkt im Internet an, wo Fans die Alben probenhören und gegen Gebühr ganz oder teilweise herunterladen können.

5. Die soziale Komponente

Ich denke, dass unser zeitgenössisches Urheberrecht auch an einer Gruppe vorbeigeht, und das ist der Urheber selbst, also der Künstler. Gerade die, die nicht durch ihre Kunst reich und berühmt werden (und das sind die meisten), sehen sich unübersichtlichen Bestimmungen und übermächtigen, behördenähnlich agierenden Gesellschaften und Konzernen gegenüber, die weniger an der Wahrung der Rechte der von ihnen Vertretenen interessiert sind, sondern ausschließlich an Gewinnmaximierung, was dazu führt, dass in immer kürzeren Zeiträumen immer beliebiger Produkte auf den Markt geworfen werden. Eine Neubewertung und Novellierung des Urheberrechts ist auch die Chance für eine größere Vielfalt auf dem Kultursektor, wo sich dann wieder eines durchsetzen kann, das man heute als anspruchsvollerer Konsument vermisst: Qualität. Dann entscheidet nämlich nicht mehr in erster Linie der Betrag, den ein Konzern in ein Produkt bzw. dessen Interpreten zum Zwecke der Werbung hineinpumpt.

In der aktuellen Diskussion vermissen ich einen wichtigen Punkt, und das ist die Frage, wie finanziell schlecht gestellte Menschen bei den herrschenden Verhältnissen am kulturellen Leben teilnehmen können. Waren Bibliotheken und Bücherhallen (wo man oft auch Musik-CDs, Computerspiele und Filme leihen kann) noch vor einigen Jahren kostenlos zu nutzen, so werden heute praktisch überall Gebühren erhoben. Nun ist einem Geringverdienendem oder gar einem Hartz-IV-Empfänger ohnehin der Besuch eines Konzertes, oder Kinos praktisch nicht möglich, da die zur Verfügung stehenden Geldmittel kaum für die Wahrung der Grundbedürfnisse reichen; nun rückt durch die Gebühren für die Nutzung einer Bibliothek auch dieses Bildungsangebot in unerreichbare Ferne oder wird zu einem seltenen Vergnügen. Die Politik nimmt hier eine zweifelhafte Position ein, denn einerseits wird eine gewisse Bildungsferne der sozial und finanziell Schwachen beklagt, andererseits aber der Zugang zur sogenannten „Volksbildung“, die ein zentrales Anliegen aller sein sollte, die sich über das sich vergrößernde sogenannte Prekariat echauffieren. Das Recht auf eine private Kopie (der rechtlich sehr eng gesteckte Grenzen gesetzt sind; viel enger, als Industrie und Politik uns glauben machen wollen) würde diesem offensichtlichen Missstand, der eine immer größer werdende Menschengruppe ohne Lobby betrifft, zumindest teilweise abhelfen können.

Aus diesen Gründen plädiere ich für eine Revision des Urheberrechts, wobei es sicherlich DIE Lösung nicht gibt, die alle zufriedenstellt. Vielleicht wird es den Umständen und den jeweiligen Branchen angepasste Teillösungen geben, jedenfalls wird sich vieles ändern müssen, denn die Zeit und die technische Entwicklung lassen sich nicht zurückdrehen, auch wenn Politik und Industrie dies zu beschwören versuchen.

Dieser Text steht unter der folgenden Creative-Commons-Lizenz:

