

“Das schlechte Gewissen ist der einzige Fehler”

Mit ihrer Befürwortung des freien Musikdownloads in ihrer aktuellen Kampagne polarisiert die Österreichische HochschülerInnenschaft (ÖH).¹

Spätestens mit der Einführung der Compact-Disc war die digitale Zukunft der Musik besiegelt. Und für die Musik-Industrie begann mit damit ein goldenes Zeitalter: Bessere Qualität konnte billiger vervielfältigt und teurer verkauft werden. Doch dann kam das Internet und MP3. Seitdem ist die Party der Industrie vorbei. Für MusikerInnen und KonsumentInnen hat sie dagegen gerade erst begonnen.

„Nichts auf der Welt ist so mächtig, wie eine Idee deren Zeit gekommen ist.“ (Victor Hugo, Schriftsteller)

MP3-Musik ist einfach praktisch: Keine beweglichen Teile, keine zerkratzten Datenträger, unglaublich viel Musik auf kleinstem Raum. In Verbindung mit einem Internet-Anschluss war es niemals leichter und schneller möglich, Musik anzubieten und/oder Musik zu konsumieren. Die Vorteile von Musik im MP3-Format für die NutzerInnen sind so groß, dass selbst Drohungen mit Gefängnis und drakonischen Strafen, Kampagnen gegen das „Raubkopieren“ und Klagen gegen Tauschbörsenanbieter wie Kazaa bisher nicht das geringste ausrichten konnten.

Mehr als solche Drohungen und Kampagnen stoßen Musik-LiebhaberInnen abere andere Maßnahmen der Musik-Industrie sauer auf: Mit dem Schlagwort „Digital Rights Management“ (DRM) verbinden sich verschiedene technische und rechtliche Neuerungen, die aus Sicht der Industrie die Musik fit für das Internet machen sollen. Konkret reicht die Palette von immer neuen Kopierschutzsystemen für CDs über Rechte-Management-Chips in sämtlichen technischen Geräten bis hin zur Vision des/der gläsernen Konsumenten/in.

„Endlich“ für jede Kopie zahlen?

Für die Musik-KonsumentInnen führen diese Pläne zu einer paradoxen Situation: Obwohl es dank Internet nie einfacher und billiger war, Musik zu vertreiben und zugänglich zu machen, soll in

Hinkunft für jede einzelne Kopie eines Musik-Stücks bezahlt werden und selbstständiges Kopieren völlig unmöglich gemacht werden. „Endlich“ soll auch für die Kopie fürs Auto-Radio, die Mix-CD für die beste Freundin und die Kopie für den tragbaren Music-Player bezahlt werden. Jedenfalls, wenn es nach den VertreterInnen der Musik-Industrie geht.

Dass die große Mehrheit auch der studentischen Tauschbörsen-NutzerInnen trotz dieser konsumentInnenfeindlichen Entwicklungen ein schlechtes Gewissen beim Download von Musik plagt, dürfte auch weniger an den Verzweiflungs-Kampagnen der Musik-Industrie liegen. Vielmehr beschwören VertreterInnen größerer und kleinerer Labels und manch KünstlerIn (z.B. Metallica) in Fernseh- und Zeitungsinterviews ständig den Untergang der Musikbranche, der Vielfalt und den Verlust des Einkommens der MusikerInnen.

Download (k)ein Verbrechen?

Angesichts dieses medialen Umfelds ist es kein Wunder, dass Plakate mit dem Slogan „Download gefährdet den Profit der Musikindustrie, nicht die KünstlerInnen“ der Österreichischen HochschülerInnenschaft (ÖH) für Aufsehen, Verwirrung und bisweilen Unverständnis sorgen. Die ÖH-Vorsitzende Patrice Fuchs (VSSStÖ) beschreibt das Problem so: „Nirgends wird soviel so bewusst falsch informiert wie im Bereich der Musik-Downloads. Eine kleine Minderheit mit sehr viel Geld, vor allem die Major Labels wie BMG oder Sony, hat ein großes Interesse daran, dass die derzeitige Verwertungslogik auch im Internet aufrecht bleibt. Draufzahlen tun dabei KünstlerInnen und KonsumentInnen.“

Mit dieser Sicht der Dinge steht die ÖH aber schon längst nicht mehr alleine da: So formieren sich auch immer mehr KünstlerInnen, wie beispielsweise der US-Sänger Ian Janis (vgl. www.janisian.com), die vehement für freien Download im Internet kämpfen und sich vom derzeitigen System der Musik-Verwertung eher behindert denn unterstützt sehen. Der Interessenskonflikt ist offensichtlich: Während KünstlerInnen und KonsumentInnen Vielfalt fordern und schätzen, profitiert die Musik-Industrie derzeit davon, dass wenige KünstlerInnen soviel als möglich verkaufen.

Rätselhaft bleibt aber, zumindest für die „ÖH-Kunstministerin“ Constanze Griebler, der Umstand, dass „auch kleinere Indie-Labels und deren KünstlerInnen an die ‚Download-ist-Diebstahl‘ Propaganda der großen Major-Labels glauben“. Für Griebler bieten Downloads und das Internet eine ideale Vermarktungsplattform gerade auch für Nischenprodukte kleinerer Labels und sie verweist auf zahlreiche Studien, die den Vorteil von Downloads für die Indie-Szene belegen.

¹ Die ÖH ist die gesetzliche Interessensvertretung aller Studierenden an österreichischen Hochschulen, die mit Stand Mai 2004 seit 3 Jahren von einer rot-grünen Exekutive bestehend aus den Grünen und alternativen Studierenden (GRAS) und dem Verband Sozialistischer StudentInnen Österreichs (VSSStÖ) geführt wird.

Richtungsweisender FM4-Soundpark

Dass zahlreiche (vor allem junge) KünstlerInnen längst im Internet mehr Chancen als Risiken sehen, zeigt auch das Beispiel des „FM4-Soundparks“. Unter der Schirmherrschaft des öffentlich-rechtlichen Jugendradiosenders „FM4“ findet sich unter „<http://fm4.orf.at/soundpark>“ eine stetig wachsende Plattform unabhängiger KünstlerInnen, die mp3-Musikstücke kostenlos zum Download anbieten. Im zweiten Jahr seines Bestehens ist dieser „Soundpark“ um mehr als 100% auf über 1000 InterpretInnen angewachsen. Einige der MusikerInnen schafften es auf diesem Weg schon in die FM4-Charts, auf den regelmäßig und erfolgreich erscheinenden FM4-Sampler oder schließlich zum eigenen Plattenvertrag.

Ob Plattenverträge und Musikvertrieb über CDs aber letztlich der hauptsächliche Vertriebsweg für Musik im 21. Jahrhundert bleiben, muss auch abseits der Existenzängste der großen Plattenkonzerne thematisiert werden. So formuliert auch Janko Röttgers in seinem Standardwerk über „Das Ende der Musikindustrie“², dass eine Generation heranwächst, für die Platten und CDs längst nicht mehr primäre Quelle für ihre Musik darstellt: „Rip, Mix und Burn wird für die Musikwirtschaft damit zunehmend zu Burn, Mix und R.I.P. – sie muss mehr und mehr erkennen, dass sie das Netz nicht überleben wird.“

Netzlabels

Die NachfolgerInnen stehen mit unzähligen „Netzlabels“ bereits in den Startlöchern, die den Begriff „Indie“ mit neuem Inhalt füllen. Die Geschäftsmodelle sind vielfältig, gemeinsam ist ihnen aber eine Philosophie, die Derek Sivers vom Pionier www.cdbaby.com wie folgt formuliert: „Die Idee ist, dass der Musiker der Boss ist und die Industrie in seinem Auftrag arbeitet, nicht umgekehrt.“ Aber während Sivers‘ Label noch immer auf den Vertrieb herkömmlicher CDs setzt, boomen seit Ende der Neunziger Netzlabels, die ausschließlich auf den Online-Vertrieb von Musik setzen. Wie die Beispiele „Language Lab“ (Drum & Bass), Noisemusic (Ambient) und Tokyo Dawn (Hip Hop) zeigen, konzentrieren sich diese Labels meist auf ein spezielles Musikprofil und helfen KonsumentInnen sich im Online-Musik-Dschungel zurechtzufinden.

Weitere Informationen zur Kampagne der Österreichischen HochschülerInnenschaft finden sich Online unter www.oeh.ac.at/free.

² Röttgers, Janko (2003): Mix, Burn & R.I.P. – Das Ende der Musikindustrie, Verlag Heinz Heise

Meinung:

Wünschenswert ist, dass möglichst viele KünstlerInnen von ihren (musikalischen) Werken leben können.

Wünschenswert ist eine möglichst große Vielfalt an sich gegenseitig befruchtenden Musikstilen und –richtungen.

Wünschenswert ist, dass MusikkonsumentInnen ihre Musik einfach und ohne Mehrkosten auch im Auto oder Unterwegs hören können.

Nicht wünschenswert ist, dass eine Handvoll Konzerne auf Kosten der KonsumentInnen, KünstlerInnen und der Kunst enorme Profite einfährt.

Ein kurzer Blick in die Charts zeigt, wie es um diese Wünsche steht: Casting-Show-Einheitsbrei kämpft mit ohne Show gecasteten Barbie&Ken-Karaoke-SängerInnen um die Spitze. Egal ob KünstlerInnen bei großen oder kleinen Labels unter Vertrag stehen, sie leben meist von ihren Konzerten und nicht von CD-Verkäufen. Vielfalt und Innovation findet überall dort statt, wo die Musikindustrie ihre Finger nicht im Spiel hat, insbesondere über Netlabels im Internet. Und immer neue Kopierschutzsysteme verhindern, die teuer auf CD erstandene Musik auch im Autoradio, am PC oder am tragbaren MP3-Player zu hören.

Die Probleme der Musikindustrie mit MP3-Download und Musik-Tauschbörsen sind die beste Nachricht für MusikerInnen und Musik-LiebhaberInnen seit Erfindung der Schallplatte. Möge sie schnell und schmerzvoll dahinscheiden. Jeder Download ist ein Schritt in Richtung größerer Freiheit für KünstlerInnen und KonsumentInnen. Ironie der Geschichte, dass sich die Musikindustrie mit Digital Rights Management (DRM) und Kopierschutz des digitalen Maschinensturms bedient, um den technischen Fortschritt zu ihrem eigenen Vorteil und Schaden der riesigen Mehrheit aufzuhalten.