

## Von Musik leben

Bericht über das Fachgespräch im Gerhart-Hauptmann-Haus am 12. November 2019  
von Matthias Hornschuh

### Abstract

Das Fachgespräch von 80 Kreativen und Musikbranchenvertreter\*innen aus ganz NRW forderte politisches Handeln. Im Austausch mit NRW-Wirtschaftsminister Prof. Dr. Andreas Pinkwart verständigten sich die Diskutierenden dabei auf Kernsätze für die zweijährige Umsetzung der EU-Urheberrechtsrichtlinie in nationales Recht:

- Wir müssen sicherstellen, dass musikalische Arbeit auch künftig noch auf professionellem Niveau möglich ist.
- Ein zentrales Problem besteht darin, dass die Internet-Plattformen, die den Markt disruptieren, bislang nicht in die Pflicht genommen werden, die Erlöse in den Markt zurückzuführen.
- Eine national gut umgesetzte EU-Urheberrechtsrichtlinie muss dazu führen, dass die musikalisch Kreativen an den Erlösen zwingend teilhaben und die Nutzer\*innen der Plattformen Rechtssicherheit erhalten.
- Wir brauchen eine Debatte darüber, dass musikalische und generell kreative Inhalte Werte darstellen, die nicht nur für die Kultur, sondern auch für die Demokratie zentral sind und auch monetär gewertschätzt werden müssen.

Eingeladen hatten der Landesmusikrat NRW, das Kompetenzzentrum Kreativwirtschaft CREATIVE.NRW und das Kompetenzzentrum Kultur- & Kreativwirtschaft Düsseldorf.



Minister Pinkwart im Gespräch. Foto: Thomas Ahrendt

## Begrüßung

Reinhard Knoll, Präsident des Landesmusikrats NRW, drückte zu Beginn der Tagung seine Freude über die konstruktive Zusammenarbeit mit dem Kompetenzzentrum für Kreativwirtschaft Creative.NRW aus und dankte dem Referat Kreativwirtschaft des nordrhein-westfälischen Wirtschaftsministerium für die Finanzierung des Fachgesprächs.

Matthias Hornschuh, Komponist und Vizepräsident des Landesmusikrats, berichtet von der Reeperbahn Festival Convention im September 2019 in Hamburg. Dort wurde berichtet, dass es Mitte der 1990er Jahre weltweit 260.000 Neuveröffentlichungen pro Jahr gegeben habe, während heute rund 40.000 Stücke Musik allein auf Spotify veröffentlicht würden - an jedem einzelnen Tag. Betrachtet man den resultierenden Musikmarkt von 14 bis 16 Millionen Neu-Veröffentlichungen pro Jahr als riesige Torte, drängt sich die Frage nach den daraus resultierenden Tortenstücken auf – wie groß sind die, und wem stehen sie zu? Was der kulturellen Vielfalt rein quantitativ zuträglich sein mag (was zu überprüfen bliebe), ist für die einzelnen Musikschaffenden zusehends existenzbedrohend, denn trotz digitalen Wachstums bringt die Vermarktung sog. *Recorded Music* den Autor\*innen und Interpret\*innen der Musik immer weniger Erlöse ein. Wenig erstaunlich, dass empirische Studien zum britischen Musikmarkt belegen, dass Pop dort immer mehr zu einem Elitenprojekt des besser betuchten Mittelstandes wird, was wiederum ganz sicher nicht im Sinne einer Vielfaltsgewährleistung ist. Will man solchen Entwicklungen entgegenwirken, wird man sich um die Rahmenbedingungen künstlerischen Schaffens und seiner Verwertung kümmern müssen. Der Verfassungsrechtler Udo di Fabio betont die Bedeutung der Pflichtvergütung: diese sei konstitutiv für die im Grundgesetz garantierte Kunstfreiheit.

Der Rechtsanspruch auf „angemessene Vergütung“ ergibt sich aus dem geltenden Urheberrecht - einem Bundesrecht. Warum also über NRW sprechen? Die Betroffenen, die Urheber\*innen und Leistungsschutzberechtigten sowie ihre Partner\*innen aus der Musikwirtschaft, leben, arbeiten und leiden nicht abstrakt im Bund, sondern konkret vor Ort, in den Kommunen und Bundesländern. Werden sie von den Erlösen ihrer Arbeit abgeschnitten, fallen sie durch jedes Netz. Die Folgekosten jeder unzulänglichen Regelung in diesem Bereich bedeuten daher unmittelbare Belastungen für kommunale und Landeshaushalte. Wenn also mit der nationalen Umsetzung der EU-Urheberrechts-Richtlinie das Marktrecht für Kultur und Medien, beide in Landeshoheit, überarbeitet wird, dann wäre das Land NRW gut beraten, den Prozess zu beobachten, zu begleiten und ggf. über den Bundesrat zu intervenieren.

## Impuls: „Komponieren für Film und Fernsehen“ (Dr. Anselm Kreuzer, Komponist)

Moderator Peter Grabowski, der „Kulturpolitische Reporter“, stellt den Komponisten Anselm Kreuzer vor. Der Filmkomponist, der vor allem für das Fernsehen arbeitet, engagiert sich im *Composers Club* und tritt auf nationaler wie europäischer Ebene für die EU-Urheberrechtsrichtlinie.

„Wovon lebt eigentlich so ein Komponist?“, will Grabowski wissen. Angefangen habe es bei ihm mit der Titelmusik für eine RTL-Show, so Kreuzer. Das Honorar musste er für die Produktion der Musik aufwenden; verdient hat er erst später, und zwar an den Tantiemen für die Nutzung seiner Musik, d.h. den GEMA-Ausschüttungen. Diese bildeten ab dem folgenden Jahr eine finanzielle Grundlage für ihn; bis heute sind sie der wichtigste Teil seines Einkommens, das aus 90 % Tantiemen und 10 % Auftragshonoraren besteht.

„Production Music“ ist das Geschäftsmodell, dem sich sein Startup *Music Sculptor* widmet. Musik, die eigens für Mediennutzungen geschaffen wird, vertrieben als Library. Das Unternehmen umfasst Verlag und Label und vergibt Nutzungsrechte der Musik an Lizenznehmer, welche die Nutzung über die GEMA vergüten. Es brauche ein bisschen, bis das Geschäftsmodell in Schwung komme, aber dann sei es recht stabil. Eine entsprechend spezialisierte Library ist ideal auf die Bedürfnisse konkreter Anwendungen zugeschnitten, etwa Sportberichterstattung, Reportagen, Trailer oder Serienproduktion in verschiedenen Genres usw. Wie kommt er an das Geld? Ohne die GEMA geht nichts.

Ein sog. *Senderprivileg* gesteht den Sendern zu, jegliche veröffentlichte Musik zu nehmen, ohne fragen zu müssen. Jede Nutzung ist im Gegenzug zu vergüten und zu melden. Aktuell wird großflächig auf automatische Meldung umgestellt – ein digitaler Fingerprint jeder Musikaufnahme ermöglicht es zu ermitteln, was im Rundfunk wo wie

lange und wie oft läuft. In der Diskussion um das europäische Urheberrecht war genau dieses Prinzip unter dem Schlagwort „Uploadfilter“ heftig umkämpft.

Kreuzer beschreibt fundamentale Missverständnisse: Die Plattformen sollen zur Lizenzierung gezwungen werden; die zur Abrechnung notwendige Inhalteerkennung funktioniert in der Musik bereits. Die Privat-Uploader werden durch die Richtlinie aus der Haftung genommen und gewinnen dadurch an Freiheit. Derzeit machen die Plattformen die Uploader für Lizenzierung und Haftung verantwortlich. So werde eigentlich durch die Urheberrechtsrichtlinie ein *Nutzerprivileg* geschaffen. Voraussetzung dafür ist, dass die Plattformen vergütet, im Falle des deutschen Markts an die GEMA. Das muss durchgesetzt werden, damit das Nutzerprivileg entsteht.

Grabowski fragt: Die Umsetzung in nationales Recht muss bald erfolgen – was ist dabei Kreuzers dringender Wunsch? Kreuzer fordert Transparenz: Bislang sind Schweigeverpflichtungen die Regel; die GEMA etwa darf, als Treuhänderin ihrer Wahrnehmungsberechtigten, diese aktuell nicht darüber aufklären, wie viel Geld sie von YouTube eingenommen hat. Zudem hat die Vergütung natürlich angemessen i.S.d. Gesetzes zu sein.

### **Impuls: „Lizenzierung und juristische Rahmenbedingungen“ (Reinher Karl, Jurist, VUT)**

Reinher Karl ist Fachanwalt für Medienrecht und Justitiar des *Verbands unabhängiger Musikunternehmer\*innen* (VUT). Diese kommen insgesamt auf einen Marktanteil von 35% aller genutzter Musikaufnahmen; sie produzieren etwa 80 % der Neuerscheinungen im Jahr. Sony, Universal und Warner, die sog. „Major Companies“, sind die Branchen-Größen. Doch die Masse der Neuerscheinungen kommt von den vielen kleineren Unternehmen, von denen wiederum viele in NRW arbeiten. Die Lizenzierung von Titeln und die juristischen Rahmenbedingungen dieser Arbeit sind Karls Thema.

Drei Thesen stellt Karl auf:

1. Die Waschmaschine hat die Welt mehr verändert als das Internet (Ha-Joon Chang)
2. Wer Begriffe wie „Uploadfilter“ oder „Zensurmaschine“ benutzt, bekommt keine Lösungen sondern Probleme.
3. Das Urheberrecht entfaltet sich als Antwort auf die Technik (Elmar Wadle), die Grundrechte-Charta tut es nicht.

Ein Fallbeispiel: Der Hersteller Jägermeister will sein Getränk nach vorne bringen. Eine Kampagne soll lanciert werden, basierend auf dem Song einer Band. Die Firma legt Geld auf den Tisch, doch die Vereinbarungen bezüglich der Band gestalten sich schwierig. Die Welt der Urheber, Künstler und Label hat komplexe Rechtspositionen. Man braucht nicht einen Lizenzvertrag, sondern man muss mit mehreren Akteuren sprechen, den so genannten Rechteinhabern. Man braucht Verwertungsrechte und das grundsätzliche Verfügungsrecht der Urheber. Dazu kommen die Rechte von Dritten, die sich möglicherweise eher sperrig verhalten. Zwei Verwertungsgesellschaften sind im Spiel: die GVL für die Leistungsschutzberechtigten und die GEMA für die Urheberrechtsinhaber. Labels vertreten die interpretierenden Künstler, Verlage die Urheber von Text und Musik.

Die Marketingabteilung von Jägermeister bekommt schlechte Laune, weil der Rechteerwerb so kompliziert ist. Die *Chain of Rights* muss vollständig erworben werden; es darf keine Lücke geben.

Drei Strategien tun sich für den potenziellen Lizenznehmer auf:

1. Ich suche mir eine Agentur, die mir alles aus einer Hand geben kann.
2. Ich versuche einige Rechte aus einem Topf zu kriegen.
3. Ich erwerbe alles einzeln.

Je exklusiver das Repertoire, desto höher der Marktwert der zu handelnden Lizenzen, und umso komplizierter wird der Rechteerwerb. Die einfachste Möglichkeit eines (in der Regel nichtexklusiven) Rechteerwerbs bieten sog. *Music Libraries*.

Karl gibt drei Empfehlungen:

1. Die Urheberrechtsrichtlinie sollte wörtlich umgesetzt werden.
2. Keinesfalls darf die Schadensersatzhaftung YouTubes von einem vorherigen Hinweis auf den konkreten Content abhängen. Die vorliegenden Informationen

- über Werk und Aufnahme müssen ausreichen.
3. Sprechen Sie mit den Praktikern, die Ahnung von Musik haben.

### **Impuls: „Live is Life? Als Pop-Act zwischen Studio und Club“ (Christopher Annen - Musiker & Songwriter, AnnenMayKantereit)**

Peter Grabowski interviewt Christopher Annen von der sehr jungen und sehr erfolgreichen Kölner Band AnnenMayKantereit: Wovon leben die drei Musiker, die auch die Autoren aller ihrer Songs sind, und wovon die, die mit oder für die Band arbeiten?

- 45 % der Einnahmen bestehen aus Gagen von Konzerten und Festivals;
- 25 % sind Nutzungsvergütungen für Medien- und Livenutzungen des Bandrepertoires, kommen also von GEMA und GVL, den beiden deutschen Verwertungsgesellschaften für Musik;
- 20 % stammen aus Lizenzvergütungen, darunter auch Masterlizenzen (Honorare für die Übertragung der Nutzungsrechte an den Aufnahmen der Musik) von Labels und Streamingdiensten;
- 10 % werden durch den Verkauf von T-Shirts und anderen Fan-Artikeln (*Merchandise*) erwirtschaftet.

Streaming ist für die Sichtbarkeit jeder Band bedeutend, doch Annen beschreibt ein Dilemma: Er empfindet die Streaming-Umsätze als zu niedrig: Das sei kein fairer Deal. „Wir als Urheber liefern den Inhalt für deren komplettes Geschäftsmodell.“ Ein ausgeklügeltes Verteilungssystem wie bei der GEMA wäre wünschenswert. Mit Spannung erwartet er daher die am selben Nachmittag anstehende Präsentation eines innovativen Abrechnungsmodells durch den Streaminganbieter Deezer.

Was brauchen die Kreativen, die es nicht so weit gebracht haben wie seine Band? Das Fördernetzwerk *PopNRW* und die *Initiative Musik* auf Bundesebene sind gute Einrichtungen, findet Annen. Sie bieten Beratung und Förderung an. Aber die Einrichtungen sind nicht genug ausgestattet; umso mehr freut ihn die Aufmerksamkeit des Wirtschaftsministeriums. Die finanzielle Ausstattung müsse besser werden, um da, wo es eine lebendige Musik- und Bandszene gibt, noch intensiver und gezielter fördern zu können. Gerade in der Popmusik gibt es Hilfsbedarf, wenn es etwa um den Zugriff auf Infrastrukturen geht: Vor allem anderen brauchen Bands Proberäume! Dort entstehen Urheberrechte, die wieder in Geld umgesetzt werden können.

Sorgen macht Annen, dass ein großer Teil derjenigen, die Musik und insofern notwendigerweise Urheberrechte schaffen und auf Plattformen anbieten, de facto gar keine Gelder erwirtschaften können, etwa weil sie nicht Mitglied einer Verwertungsgesellschaft sind. Auch hier gibt es Grund zu der Hoffnung, dass die EU-Urheberrechtsrichtlinie neue Möglichkeiten schafft.

### **Impuls: „Recording Performing Artists...zwischen Heimstudio und Bühne, Plattenladen und Plattform, DeHoGa und GEMA...“ (Dorette Gonschorek - Roof Music Bochum, Musikverlegerin)**

Dorette Gonschorek arbeitet beim Bochumer Musikverlag *Roof Music* und engagiert sich ehrenamtlich beim *Musikbüro Bochum*. Roof Music ist ein Indie-Unternehmen und arbeitet vorwiegend mit selbstaufführenden Musikern zusammen. Götz Alsmann und Helge Schneider sind dabei, aber auch upcoming Artists. Ein kontinuierlicher Austausch ist für Gonschorek wichtig. Roof Music ermöglicht im Markt eine Art 360-Grad-Angebot, weil das Unternehmen viele Standbeine hat.

Manche Musiker haben Angst vor den rechtlichen Anforderungen, Erlöse durch ihre Musik nach machen. Newcomer, die einige tausend Streams verzeichnen, haben unter Umständen höhere Unkosten im Versuch, an dieser Verwertung teilzuhaben, als Einnahmen.

Der GEMA-Bereich ist davon abhängig, dass die Lizenzzahlungen auch wirklich fließen. Die Rahmenbedingungen und die Perspektiven für die Besserstellung der Künstler sind schwierig, sie erfordern eine gute Infrastruktur wie Proberäume, grundsätzlichen Marktzugang und angemessene Vergütung und Erlösung. Nicht nur Digital-Erlöse, sondern auch Gagen für Live-Auftritte sind von Bedeutung. Die Lizenzzahlungen müssen in jedem Falle sichergestellt werden. Oft stehen ihnen schlechte Abrechnungsmechanismen entgegen, doch diese Probleme sollten nicht zu Lasten

gerade der Künstler gehen. Gonschorek weist darauf hin, dass es andernorts effektive Musikverlagsförderungen gibt – vor allem für Verlage, die sich für Newcomer einsetzen. Vorbildlich sind Hamburg und Berlin. Diese Modelle sollten sich verbreiten.

Es ist sehr viel Desinformation auf Konsumentenseite zu beobachten. Dem muss man zugunsten des Prinzips „Musik hat ihren Wert“ entgegenwirken. Gonschorek: „Unser Ziel ist insgesamt, dass Künstler besser von Musik leben können.“

## **Diskussionsrunde mit Impulsgeber\*innen**

Reinher Karl erklärt einem Fragesteller aus dem Publikum, wie die Streaming-Dienste abrechnen. Grabowski nennt die Zahlen, die die Margen der Plattformen belegen. Sie sind außerordentlich hoch. Es gibt aber keine gemeinsame Front im öffentlichen Auftreten der Künstler für die Erlöse, kritisiert Grabowski. Gonschorek benennt die GEMA-Mitgliederversammlungen als positives Beispiel, bei denen einige Künstler sich engagieren, aber es sind zu wenig. Es geht auch um eine Außenwirkung für sich selbst. Es gibt auch oft persönliche Gründe sich nicht zu äußern, beispielsweise Angst vor Informationsmängeln oder einer aggressiven Reaktion seitens der Fans. Kreuzer arbeitet als Künstler hinter den Kulissen, das macht es für ihn einfacher, er bekommt keine Image-Probleme durch seinen branchenpolitischen Einsatz. Manche Kolleg\*innen wollen sich überhaupt nicht mit irgendwie politischen Dingen gemein machen.

Den hartgesottenen Gegnern des Urheberrechts kann man es nie recht machen. Die Erfolgreichen werden ebenso in eine Schublade gesteckt, wie die, bei denen man sagt, der verdient ja sonst auch nichts. Annen erinnert daran, wie massiv aufgeladen diese Diskussionen um das Urheberrecht gewesen sind. Immer wieder musste man Beruhigung anmahnen. Der Tod des Internets stand nicht bevor. Auch Kreuzer erinnert an die Shitstorms.

Wer entscheidet eigentlich, wann jemand von Musik leben können muss?, fragt Grabowski. Karl meint, dass jemand, der Musik macht, die kein Publikum findet, auch keinen Anspruch darauf hat, von Musik leben zu können. Wenn sie aber gehört wird, dann muss die angemessene Vergütung auch gezahlt werden. *RockCity* in Hamburg hilft den Musiker\*innen, die auf dem Sprung zum Profitum stehen, erreicht aber immer weniger Leute, die diesen Sprung letztlich schaffen. Kreuzer erinnert daran, dass vor 2010 diese Frage unnötig war. Erst als die Piratenpartei kam und das System in Frage stellte, fing die Legitimationskrise an.

## **Impuls: „Clubmusik zwischen Abendgage und Streamingerlösen“ (Michael Mayer, Kompakt)**

Michael Mayer feiert am Tag der Konferenz seinen 48. Geburtstag. Er ist als DJ, Remixer und Produzent weltweit erfolgreich. Die eigene Veröffentlichung „DJ-Kicks“ war der Ritterschlag der Branche. Neben der künstlerischen Tätigkeit leitet er das Kölner Techno-Label Kompakt. Grabowski fragt, welche Zustände sich in der Musikwirtschaft so geändert hätten, dass Mayer festgestellt, er seinerseits müsse Dinge ändern? „Als wir auf digitale Techniken umgestiegen sind, hatte dies zur Folge, dass die Download-Erlöse entscheidend wurden, bis Streaming wiederum die Download-Erlöse auffraßen. Die Piraterie tat ihr übriges,“ stellt Mayer ernüchtert fest. „Alles ist umsonst – so lautet das Bewusstsein der Szene.“

Elektronische Tanzmusik wird für den Einsatz im Club hergestellt. So gut wie jeder Track hat am Anfang nur eine Kick, um den DJs den Einstieg zu ermöglichen. Dieses Kontextes beraubt, also etwa als Einzeltrack in einer Playlist, funktioniert die Musik nicht.

Anders ist es auf SoundCloud, der wichtigsten Streaming-Plattform für diese Musik - und der aktuellen Heimat für DJ-Mixes, direkt aus dem Club, die genau diesen Kontext bieten. Die Plattform ist damit ein so wichtiges Promo-Tool für die DJ-Producer und ihre Labels, dass sie nicht darauf verzichten können, auf ihr präsent zu sein, auch wenn sie de facto keine Einnahmen mit dieser Nutzung erzielen.

Dabei stünde ihnen laut geltendem (Urheber-)Recht eine „angemessene Vergütung“ für die Nutzung ihrer Werke und Aufnahmen zu. Doch oft sind selbst Stücke, die für erfolgreiche Mixe genutzt werden, nicht lizenziert. Und selbst wenn: Als Teil des Mixes werden sie weder einzeln (bei Verwertungsgesellschaften und/oder Labels) gemeldet, noch technisch erkannt, sodass die Schöpfer der Tracks an den mit dem Mix

erwirtschafteten Erlösen überwiegend nicht beteiligt werden. Unrechtsbewusstsein gibt es kaum.

Mayers Einkünfte haben sich verändert; seine Haupteinnahmequelle liegt heute in der Livemusik. Gerade für Newcomer ist es sehr schwer geworden, in diesen Markt hineinzukommen. Wie man das verändern könnte? YouTube und SoundCloud müssten viel stärker in die Pflicht genommen werden zu vergüten. „Diese Firmen wurden auf unserem Rücken aufgebaut; wir hatten den „Content“, den sie zwingend benötigen,“ so Mayer. Gerade diese Unternehmen haben zur Marginalisierung physischer Verkäufe beigetragen.

Das Event- bzw. Livegeschäft ist in den letzten zwanzig Jahren gewachsen. Bedeutet das mehr Bookings für alle - oder konzentriert sich der Zuwachs auf wenige Etablierte? Mayer schildert die Reisefreudigkeit einer zusehends globalisierten Szene. Der Markt ist umkämpft, man fliegt nach Singapur, wo man früher nach Hamburg fuhr.

Wie sieht es aus mit der EU-Urheberrechtsrichtlinie: Hat Mayer sich dafür engagiert? Mayer schildert, dass er in der eigenen Firma dafür Kämpfe austrägt. Die Bookingagentur von Kompakt leidet unter seinem Engagement; sie bekommt Künstler zuweilen nicht mehr untergebracht.

### **Impuls: „Musikalische Kreativität, digitale Distribution und Streaming“ (Richard Wernicke, Deezer)**

Richard Wernicke, ist *Head of Content* Central & Eastern Europe beim französischen Musikstreamingdienst Deezer. Er kennt beide Seiten, denn bevor er vor zehn Jahren ins Streaming einstieg, hat er u.a. als Künstler-Manager gearbeitet und den VUT beraten. Für ihn war der Übergang von Downloads zu Streaming eine Revolution. Streaming ist in Bezug auf das globale Umsatzwachstum des Musikmarktes mit einem Plus von jährlich ca. 40 Prozent ein Marktantreiber, zudem mit einem Umsatzanteil von 38 Prozent mittlerweile die größte digitale Erlösquelle der Gesamtbranche. Allein in Deutschland stieg der Streaming-Umsatz 2017 um 46 Prozent im Vergleich zum Vorjahr.

Da nur wenige wissen, wie Streaming-Erlöse überhaupt berechnet werden, „werfen die Medien oft wilde Zahlen an die Wand,“ so Wernicke. Den derzeit üblichen mit Verzerrungen behafteten Abrechnungsmodalitäten stellt sein Unternehmen nun ein innovatives neues Abrechnungsmodell entgegen: Das von Deezer entwickelte und bislang erst in Frankreich etablierte *User Centric Payment System UCPS*, ein nutzerbasiertes Abrechnungsmodell, wird eine erhebliche und nachhaltige Umverteilung der Abrechnungen bewirken, die letztlich den Künstler\*innen zugute kommen soll.

Wernicke erläutert: Bislang wird allein die absolute Anzahl erfolgter Klicks pro Track für die Höhe der Vergütung herangezogen. Dabei bleibt unberücksichtigt, welche Abonnenten überhaupt welches Repertoire nutzen, sodass es passieren kann, dass die Abogebühr eines Abonnenten einem Track (bzw. einem Künstler und/oder den entsprechenden Rechteinhabern) zugute kommt, den er überhaupt nicht oder kaum angehört hat. Das relativiert die Beziehung der Nutzer zu ihren präferierten Acts; den Fans ist es nicht möglich, ihre Künstler durch ihr Nutzungsverhalten gezielt zu unterstützen. *UCPS* soll die verloren gegangene „Künstler-Fan-Beziehung“ neu etablieren, indem es den Fokus statt auf die Klickzahl eines Tracks auf die Anzahl der Nutzer richtet, die ihn anhören. Die Branche reagiert elektrisiert auf diese Neuerung, die bis vor kurzem technisch noch gar nicht realisierbar gewesen wäre.

Bei aller Abhängigkeit von digitalen Techniken geht es in Wernickes Geschäft um Menschen. Die Musikbranche ist ein „people's business“. Der Streaming-Manager hat nicht nur mit unterschiedlichsten Arten von Musik zu tun, sondern auch mit vielen unterschiedlichen Persönlichkeiten, sodass es sich auf die Charaktere einzustellen gilt.

### **Abschlussdiskussion „Der Musikmarkt und seine Akteur\*innen in NRW. Wo ist (politischer) Handlungsbedarf?“ - mit Wirtschaftsminister Prof. Andreas Pinkwart, Dorette Gonschorek, Anselm Kreuzer und Matthias Hornschuh, Moderation Peter Grabowski**

Andreas Pinkwart, Dorette Gonschorek, Anselm Kreuzer und Matthias Hornschuh bestreiten die Schlussdiskussion, die Peter Grabowski moderiert.

Minister Pinkwarts Sohn ist Popmusiker. „Kann er von Musik leben?“, fragt Grabowski.

Nein, schüttelt Pinkwart den Kopf, aber das ist sein großes Thema. Mit welchen Hürden hat er zu kämpfen; wo kann man eingreifen? Pinkwart abstrahiert zwei Effekte der Digitalisierung: 1. Vergütung. Er selbst hat früher noch Schallplatten gekauft und wusste bei jedem Kauf, dass der Künstler davon seinen Anteil erhält. 2. Produktionsmittel. Die Digitalisierung hat eine Situation geschaffen, in der man mit vergleichsweise geringen materiellen Ressourcen auf hohem Niveau produzieren und das Ergebnis theoretisch einem globalen Publikum nahebringen kann. Das war vor zwanzig Jahren undenkbar. Die niedrige Markteintrittsschwelle führt zugleich dazu, dass viel mehr Menschen Inhalte produzieren und veröffentlichen können.

Wer ordnet den Markt? Das waren früher vor allem die Labels und Verlage. In gewissem Umfang funktioniert das auch heute noch, so Pinkwart: Es gibt noch Kanäle, die einen Künstler erfolgreich aufbauen können, doch die Bedingungen sind erschwert. Und es stellt sich durchaus die Frage, was mit den 99 % ist, denen diese Kanäle nicht zur Verfügung stehen ... Während sich also die Möglichkeiten der Selbstvermarktung deutlich verbessert haben, ist das Angebot dem Umfang nach regelrecht explodiert. „Wer dringt da noch durch? Wer ist noch bereit, dafür Geld zu bezahlen? Das haben wir nicht nur bei der Musik,“ überlegt Pinkwart, „sondern auch bei Journalisten und anderen, die Beiträge ins Netz stellen, für die keiner bezahlt.“

Hornschuh äußert in einigen wesentlichen Punkten Bedenken: Die alten Player, die Verlage und Labels, sind weiter unverzichtbare Partner der Autor\*innen und Musiker\*innen, doch sie funktionieren keineswegs mehr als marktstrukturierende, ordnende Kräfte, denn die Regeln machen heute alleine die Plattformanbieter. „Ich finde heute oft gar nicht mehr heraus, wer Gitarre in der Band gespielt hat, was mir früher das Booklet eines Vinylalbums selbstverständlich mitteilte.“ Nicht umsonst heiße es *Ohne Wertschätzung keine Wertschöpfung!* „Die Nische der elektronischen Popmusik hat, wie von Michael Mayer berichtet, durch und auf YouTube und SoundCloud eine ungeheure Reichweitenerweiterung erfahren, doch die, die die Musik schaffen, sind von diesen Erlösen de facto abgeschnitten. Irgendjemand verdient aber damit ... Das Problem liegt da, wo diejenigen, die die wesentliche Wertschöpfung betreiben, nicht in die Pflicht genommen werden, die Erlöse in den Markt zurückzuführen.“ Hornschuh fordert: „Wir müssen ermöglichen, dass musikalische Arbeit - ebenso wie auch Journalismus - auch künftig in der Gesellschaft noch auf professionellem Niveau möglich ist.“ Aufgrund der Digitalisierung haben sich die Strukturen des Journalismus radikal verändert und denen der Musik angenähert: Erstmals gibt es nun Selbstaufführer auch im Journalismus: Autor\*innen, die ohne Auftraggeber arbeiten und sich selbst über Blogs und Podcasts vermarkten. So entstehen neue, unabhängige Strukturen, doch eine Heilungschance für die strukturellen Probleme ist einstweilen nicht in Sicht.

Dorette Gonschorek widmet sich bei Roof Music nicht zuletzt dem Künstleraufbau - mittlerweile einer typischen Indieaufgabe. Gibt es da einen typischen Verlauf, bis jemand von Musik leben kann? Was muss verbessert werden? „Ich glaube, dass die Musiker heutzutage im Vorfeld viel mehr leisten müssen, bis sie für den Musikmarkt wirklich relevant werden. Sie müssen organisatorisch vieles regeln, ihren Social Media Auftritt pflegen, dann kann es reichen“, resümiert Gonschorek.

Grabowski fragt Anselm Kreuzer nach dem Status quo im digitalen Raum. Die vielbeschworene Demokratisierung der Produktionsmittel bedeutet eine größere Unabhängigkeit von den alten Gatekeepern. Doch es sind neue hinzugetreten, und die übernehmen keine Verantwortung für die übrigen Marktteilnehmer\*innen; sie halten sich nicht an die Regeln. Privatnutzer, die als solche kein Recht dazu haben, laden Inhalte hoch auf Plattformen, die mit der Musik Wertschöpfung betreiben und zu wenig davon wieder abgeben. Wenn überhaupt.

Es handelt sich also um eine Scheindemokratisierung, denn nur die Großunternehmen haben das Wahlrecht. Also geht es um die Regeln, die Rahmenbedingungen: Eine gut umgesetzte Urheberrechtsrichtlinie wird dazu führen, dass die Rechteinhaber angemessen vergütet werden und dass die Nutzer Rechtssicherheit erhalten. Darin liegt die wirkliche Freiheit.

Kreuzer weist noch einmal auf das *Senderprivileg* der Fernseh- und Radiosender hin; diese müssen bei der Verwendung bereits veröffentlichter Musiktitel nicht vorher fragen (Einzellizenzierung), sondern lediglich die Nutzung nachträglich bei der zuständigen Verwertungsgesellschaft melden. Nun könnten die Privatnutzer der Plattformen durch die EU-Urheberrechtsrichtlinie eine Art *Nutzerprivileg* erhalten: Sie dürften dann bereits veröffentlichte Musik auf der Plattform verwenden, während der Plattformbetreiber die Lizenzierung und Vergütung zu gewährleisten hat. Im Sinne des dt. Urheberrechts hat die dabei fließende Vergütung der Höhe nach „angemessen“ zu sein. Angemessen i.S.d.

Gesetzes sind kleine einstellige Prozentbereiche der Umsätze der Plattformen, durch die diese sicher keinen Schaden nehmen werden.

Wie bereiten Sie sich auf die Verhandlungen um die Urheberrechtsrichtlinie in der Länderkammer vor, möchte Grabowski vom Wirtschaftsminister wissen: „Eine Vorbereitung ist diese Veranstaltung hier bei Ihnen,“ meint Pinkwart. Es gibt noch keinen Entwurf der Bundesregierung. „Nach den beiden Parteitag von SPD und CDU werden wir da mehr wissen. Dann werden wir wissen, was Sie und die Musikbranche davon halten. Wir schauen, wo wir ansetzen können. Bundesratsinitiativen werden wir mit den anderen Ländern abstimmen, um ggf. eine Mehrheit zu organisieren.“

Pinkwart weist auf Bezahlmodelle in der digitalen Welt hin. Die Blockchain-Technologie sei spannend. Man könnte wie die Wikipedia Spenden sammeln, um Qualität zu sichern. Es gibt weitere Systeme, die im Internet Geldflüsse ermöglichen. Niederschwellige Bezahlssysteme etwa könnten digital gut funktionieren. „Wir müssen da auch über neue Formen nachdenken.“

Hornschuh weist auf darauf hin, wie viele Bezahlssysteme bereits entstanden und wieder eingegangen sind, weil sie nicht angenommen wurden. Gerade für den Bereich Micropayment gilt das. Crowdfunding hat sich für die Musik als Prinzip erwiesen, das in manchen Fällen hilfreich ist, aber keinesfalls eine nachhaltige Lösung darstellt. Die Blockchain-Technologie sei, obwohl eine überaus spannende Technologie, nicht der Heilsbringer, als der sie verkauft werde, zumal viele Versuche, sie marktfähig zu machen, die Regeln angemessener Vergütung außer Acht und ein tiefes Verständnis der spezifischen Probleme der Urheber\*innen und Interpret\*innen vermissen ließen. Die Spender für Wikipedia schließlich lassen sich recht einfach recherchieren: gerade die Großspender. Unabhängigkeit entstehe durch solch vermeintliche Gönner mit wirtschaftlichem Eigeninteresse sicher nicht, so Hornschuh.

Gonschorek stellt fest, Nutzer von Pop müssten letztlich einfach lernen, dass Musik einen Wert hat. Grabowski ergänzt, er sehe eine politische Pflicht, das Eigentum der Bürgerinnen und Bürger zu sichern und zu unterstützen - auch das der Musik- und Kulturschaffenden. Pinkwart entgegnet, die Zahl der Bucherscheinungen steige ständig weiter an; früher hätten Verlagsverträge, die nur wenige ergattert hätten, im Wesentlichen die Erlöse geregelt. Heute kann hingegen jeder sein Buch ins Netz stellen, im Wissen darum, dass er womöglich niemals Geld dafür erhält, während die Verfügbarkeit der Inhalte und die Sichtbarkeit des Autors bzw. der Autorin aber gewährleistet sind. Wie kann man nun dafür sorgen, dass alle zu ihrem Recht kommen? „Ich kann den Plattformen sagen, Ihr müsst Verträge machen und zahlen. Man müsste sogar die Höhe regeln, damit Musiker davon leben können. Wir haben den Fehler gemacht – auch die Medien –, im Internet erst einmal alles gratis online anzubieten. Wir müssen eine Debatte darüber führen, dass Content einen Wert darstellt. Wir müssen Bezahlmodelle ausprobieren, denn wir werden mit gesetzlichen Regelungen alleine nicht viel weiter kommen,“ so der Minister.

Anselm Kreuzer hat nichts gegen das Ausprobieren neuer Geschäfts- und Bezahlmodelle. Es müsse halt gewährleistet werden, dass die wirtschaftlichen Effekte technischer Innovation nicht weiter an den Urhebern vorbeigehen; die Diskutanten auf dem Podium scheinen dieses Anliegen durchweg zu teilen. Minister Pinkwart appelliert abschließend an das Publikum, in seinen Netzwerken für diese Standpunkte zu werben. Das mache es ihm leichter, den politischen Diskurs erfolgreich zu führen.

---

Die Veranstaltung wurde vom Landesmusikrat NRW in Kooperation mit CREATIVE.NRW und dem KomKuK - Kompetenzzentrum Kultur- & Kreativwirtschaft der Wirtschaftsförderung Düsseldorf durchgeführt. Das Ministerium für Wirtschaft, Innovation, Digitalisierung und Energie NRW förderte.