

Faire Kartoffeln statt Kopierschutz

Während die Musikbranche stur auf Kopierschutz setzt, zeigt ein neues Geschäftsmodell, wie es auch anders geht und selbst unbekannte Künstler zu Geld kommen.

Von Simone Luchetta

Alexandra Zvekan ist Musikerin. Die Baslerin in Zug hat Jazz und Gesang studiert, schlägt den E-Bass und streichelt die Violine, wirkte in etlichen Musikprojekten mit und hat Preise gewonnen. Trotz dieses Rucksacks haben Künstlerinnen wie Aleksz kaum eine Chance, in herkömmlichen Plattenfirmen unterzukommen. Wollen sie dennoch ihre Musik aufnehmen und verkaufen, bleibt nichts anderes übrig, als ein eigenes Label zu gründen und auch noch die Musik ihrer Freunde unter die Leute zu bringen oder ihre Songs direkt über das Web zu vertreiben. Zum Beispiel mit dem Potatosystem. Alexandra Zvekan (www.scorfish.ch) tut beides: «Nach so etwas wie Potato habe ich lange gesucht.»

Wie Aleksz' Lieder stehen immer mehr Musikstücke im Internet zum kostenpflichtigen Download. Seit Apple vorgebracht hat, dass sich mit Onlinemusik Geld verdienen lässt, poppen die Musicshops nur so aus den Tiefen des World Wide Web. Mittlerweile existieren laut dem Internationalen Verband der Phonoindustrie (IFPI) über 230, davon sind 150 in Europa. Der Markt für Onlinemusik hat sich im letzten Jahr in den USA, Grossbritannien und Deutschland auf rund 200 Millionen heruntergeladene Titel verzehnfacht. Mit 330 Millionen Dollar Umsatz und einem Anteil bis zwei Prozent am Gesamtmarkt steckt der Onlinemusikmarkt aber noch in den Kinderschuhen. Laut Prognosen soll er im Jahr 2010 ein Viertel des Gesamtmarktes ausmachen, der heute ein Volumen von 32 Milliarden Dollar beträgt.

DRM: Absolute Kontrolle

Es ist noch nicht lange her, da raubte das Schreckgespenst – die Digitalisierung der Daten – Musikmanagern den Schlaf. Seit die Branche darin aber die andere Seite erkannt hat, nämlich die Möglichkeit eines im analogen Zeitalter nie da gewesen Massen an Kontrolle, nutzt sie sie: Legale Downloads sind fast durchs Band DRM-kodiert (Digital Rights Management). Das heisst, die Songs sind keine Musikdateien mehr, mit der jeder Nutzer machen kann, was er will, sondern sie sind verschlüsselt. Sie enthalten nicht nur Daten zur Musik, sondern auch Infos darüber, wie diese zu nutzen ist: Darf das Stück nur auf dem Computer abspielen, auf den ich es geladen habe? Darf ich es auf eine CD brennen, auf einen Musicplayer übertragen? Und wie oft? Ein Formatwettbewerb ist das Resultat: WMA-Dateien (Windows Media Audio) von Microsoft, Apple setzt auf AAC-Dateien (Advanced Audio Coding) und viele andere mehr. Die Dateien können auch nicht mit irgendeinem Programm geöffnet werden, sondern nur mit jenem, das diese Infos auch lesen kann: Windows Media Player für WMA-, Apple iTunes für AAC-Files.

Kritiker halten fest, dass DRM die Konsumenten verärgert, weil sie gekaufte Musik nicht mehr abspielen und privat kopieren können, wo und wie sie wollen. Zudem lässt sich jeder Kopierschutz früher oder später knacken. Weiter hindert das Formatdurcheinander das Geschäft mit digitaler Musik. Mehr denn je sind deshalb Geschäftsmodelle und Alternativen zum herkömmlichen Downloadshop gefragt. Zum Beispiel Aleksz' Potatosystem.

Die Potato-Idee: Vertrieb via Fans

Das «Kartoffelding» kommt aus dem thüringischen Städtchen Ilmenau, genauer aus den Labors der dortigen Technischen Universität und des Fraunhofer-Instituts für Digitale Medientechnologie (IDMT), das der MP3-Erfinder Karlheinz Brandenburg leitet. Dozent Jürgen Nützel, ausgestattet mit einem Herz für junge Autoren und Musikerinnen, Portale und unabhängige Labels und mit einer kritischen Einstellung zu DRM, hatte eine zündende Idee: Wenn die Leute schon so gerne Musik tauschen, dann müssen wir sie animieren, die getauschten Songs zu bezahlen. Der Anreiz besteht darin, dass die Käufer mit dem MP3-File auch das Recht erwerben, am Vertrieb des Stücks mitzuverdienen. «Erstmals bekommen die Hörer die Möglichkeit, aktiv an dem legalen Vertrieb von Musik teilzunehmen und dabei Geld zu verdienen», so Nützel.

Und das geht so: Der Künstler meldet seine Songs auf dem Potatoserver des aus



BILD ALESSANDRO DELLA BELLA

Alexandra «Aleksz» Zvekan lässt mit Potatosystem ihre Töne im Internet vertreiben – von den Fans.



BILD PD

Indie-Label Louisville Records: «Potato ermöglicht Gerechtigkeit.»

der TU Ilmenau gegründeten Startups 4FriendsOnly.com an und setzt den Verkaufspreis fest. Der Download läuft gleich wie bei einem herkömmlichen Webshop. Bezahlt wird über verschiedene Micropayment-Systeme. Obendrein erhält der Käufer einen Link, mit dem er das gekaufte MP3 wieder im Internet, zum Beispiel auf der eigenen Website, zum Kauf anbieten kann. Wenn jemand den Song über diesen Link bei ihm ersteht, wird er mit 20 Prozent am Kaufpreis beteiligt. Wenn der Käufer den Song weiterverkauft, bekommt er 10 Prozent, dann 5, schliesslich fällt er raus. Verkauft ein Urheber seine Songs auf der eigenen Website, fliessen ihm so bis zu 78 Prozent des Erlöses zu, in jedem Fall erhält er mindestens 30 Prozent.

Einer, der auf diese lukrative Weise Musik «weitergibt», ist Oliver Schütz. Vor einem Jahr war der Betreiber des Berliner Onlinemusikmagazins «Dorfdisco.de» der Erste, der das Potatosystem einsetzte. Heute finden sich Stücke von 21 in Berlin angesagten Künstlerinnen und Künstlern. Nicht gerade viel, verglichen mit Apples iTunes-Shop – ein Vergleich, der Schütz nicht interessiert: «Wir arbeiten mit Künstlern zusammen, Apple mit iPods. Bei uns gibt es Songs, die es nicht bei iTunes und auch nirgendwo anders gibt, und das in anständiger Qualität ohne DRM.»

Zwei prominente Neuzugänge

Heute zählt das Potatosystem rund 30 aktive Partner, die 900 Songs von 150 Künstlerinnen und Künstlern anbieten. Mit der deutschen Verwertungsgesellschaft Gema steht ein Vertrag, mit Andreas Wegelin vom Schweizer Pendant Suisa führte Nützel schon Gespräche. Auch zwei prominente Neuzugänge sind zu verzeichnen: Das am 1. Februar auf Sendung gegangene Radio Motor FM steht unter dem Patronat keines Geringeren als Tim Renner, dem ehemaligen Chef der Plattenfirma Universal Deutschland. Renner will mit seinem Berliner Sender «überraschen und fesseln», wie es in der Pressemitteilung heisst, indem er auf die deutsche Alternative-/Independent-Szene setzt. Motor FM ist werbefrei – der Sender will sich langfristig mit dem Potatosystem über Down-

loads finanzieren. Louisville Records (www.louisville-records.de) heisst der zweite neue Schlüsselpartner und ist das neue Label von Ex-Surrogat-Frontmann Patrick Wagner, Mitbegründer des bekannten Berliner Independent Labels Kitty-Go, und seiner Frau Yvonne Franken. Damit ist die erste Plattenfirma mit Bekanntheitsgrad am System angedockt.

In der hiesigen Szene ist der Schneeball aus Ilmenau noch nicht angelangt. Nebst Alexandra Zvekan, die an Potato schätzt, dass auch die Bezahlabläufe geregelt sind, sind erst zwei andere Partner eingetragen. «Wir machen mit, weil uns vor allem die Technologie interessiert», sagt Peter Dobler. Der Hobby Musiker aus Zürich und sein Bruder Daniel machen Techno und Trance unter dem Brand Aliens (www.aliens.ch). Es sei wirklich sehr simpel, das Potatosystem zu implementieren, man müsse allerdings HTML-Codes ver-

stehen. Und der Absatz? «Es gibt tatsächlich Käufer, aber das Ganze hält sich sehr in Grenzen», so Peter Dobler. In den ersten drei Monaten zählte er 50 Downloads.

Skeptische Netlabels

Wenig können Netlabels dem Potatosystem abgewinnen. Sie vertreiben elektronische Musik junger Talente ausschliesslich über Internet, ohne Kopierschutz, als nackte MP3-Dateien. Gratis und legal, meist mit einer Creative-Commons-Lizenz (CC) versehen (siehe Kasten). Die Künstler verdienen damit nichts, erhoffen sich aber via Web schnellere Bekanntheit und Liveauftritte. Der Berner Markus Koller, Musiker bei Starfrosch.ch, hält fest, dass der grosse Reibach mit Potato ja nicht zu machen sei. «Solange eine Band nicht bekannt ist, sind die Leute nicht bereit zu zahlen», meint er. Wichtiger sei es deshalb, mit einem Netlabel bis kurz vor den Durchbruch zu gehen. Früher hätten Fans 100 Downloads gehabt, heute seien es 8000 pro Monat. Amin Khatir vom Zürcher Netlabel Alpinechic.net versteht nicht, warum die Käufer mitverdienen sollen, und Oliver Hagmann von Interdisco.ch findet es «etwas seltsam, dass aus jedem Musikkäufer gleich ein Geschäftlmacher werden soll». Zudem sieht er ungern einer möglichen «Ökonomisierung des Freundeskreises» entgegen. Könnte sich Interdisco vorstellen, wie Louisville Records Potato einzusetzen? «Für uns kommt das eher nicht in Frage. Wir bleiben vorerst beim Verschenken. Einen Platz ausserhalb gängiger Ökonomieformen einzunehmen, hat doch auch seinen Reiz.»

Ob sich das «Kartoffelsystem» je durchsetzen wird, steht und fällt mit seiner Bekanntheit und Verbreitung. Das schneeballartige Prinzip der Selbstvermarktung dürfte allerdings für eine Lawine nicht reichen. Aus Ilmenau müsste in Sachen Marketing unbedingt mehr kommen. Dass auch eine kleine Firma mit Erfindungsreichtum viel erreichen kann, haben die Leute hinter dem Internetbrowser Firefox der ganzen Surferwelt kürzlich gezeigt.

www.potatosystem.de

Lizenz zum Faken

Wer die Arbeit von anderen nutzen möchte, beisst bei DRM auf Granit. Das geltende Urheberrecht verhindert das Kopieren oder gar Verändern von Inhalten. Diese restriktive Praxis stehe aber der Bildung und der Wissenschaft im Wege und behindere Kreativität, meint Lawrence Lessig, Rechtsprofessor an der Universität Stanford. Deshalb rief er 2001 das Creative-Commons-Projekt (CC) ins Leben. Damit ist es Urhebern möglich, ihre veröffentlichten Texte, Bilder, Musikstücke, Filme und so weiter zur freien und kostenlosen Nutzung freizugeben. Es sind je nach Lizenz verschiedene Abstufungen des Urheberrechts möglich. Zuerst waren die Lizenzen auf die rechtlichen Verhältnisse in den USA bezogen, heute gibt es weltweit an das Recht der Länder angepasste Versionen. Mit einer CC-Lizenz verzichten die Künstler nicht auf ihre Rechte. (luc)

<http://creativecommons.org>