

## OFFENER BRIEF

An: Berthold Seeliger  
cc: Wolfgang Schneider, Marit Hofmann, Hermann L. Gremliza

**Betr.:** KONKRET 11/2011 Berthold Seeliger

Lieber Berthold Seeliger,

Anmerkungen und Korrekturen zu Deinem Artikel in der KONKRET.

Es besteht in der Tat Diskussionsbedarf - über die Auswirkungen aktueller technologischer Entwicklungen, nicht nur auf die Produktion kultureller Güter und die Situation insbesondere junger Künstler, sondern auf uns alle, über das Urheberrecht, über Interessenkonflikte zwischen Teilen der Technologiebranche einerseits, Künstlern und Produzenten von Inhalten andererseits.

Dein Artikel ist in diesem Zusammenhang ärgerlich, weil

- Du die politischen und ökonomischen Zusammenhänge der derzeitigen Urheberrechtsdiskussion entweder nicht verstanden hast oder verschweigst;
- Du schlecht recherchierst und der Artikel deshalb zahlreiche schlicht falsche Informationen ungeprüft weiterverbreitet;
- Der Artikel nicht einen einzigen erkennbaren Lösungsansatz enthält, sondern sich vollständig auf Polemik beschränkt.

KONKRET ist die einzige linke Publikumszeitschrift Deutschlands. KONKRET Autoren sollten in der Lage sein, ökonomische Hintergründe gesellschaftlicher Konflikte zu erkennen.

Neben vielen sachlich falschen Darstellungen auf die ich später eingehe, gibst Du auch meine persönliche Meinung falsch wieder. Ich stelle deshalb richtig:

### 1. Worin besteht der zentrale Interessenkonflikt hinter der Urheberrechtsdebatte?

**Der grundlegende und offensichtliche Interessenkonflikt besteht seit einigen Jahren zwischen Technologiekonzernen, die von der Verbreitung von Inhalten profitieren OHNE in Künstler oder die Produktion neuer Inhalte zu investieren einerseits und Medienunternehmen und Künstlern, die diese Inhalte produzieren, andererseits.**

Es liegt im einfach nachzuvollziehenden **Profitinteresse von Konzernen** wie

- Google, die substantielle Werbeeinnahmen aus der Verwertung von Inhalten generieren,
- Telekommunikationskonzernen, Access Providern etc., deren Breitbandverkäufe seit vielen Jahren von der leichten Zugänglichkeit zu unvergüteten Inhalten profitieren<sup>1</sup>,

---

<sup>1</sup> "P2P system applications (...) are one of the major reasons cited by Internet users for upgrading their Internet access to broadband" (T. Mennecke "DSL Broadband Providers perform Balancing Act" zitiert nach Vinay Aggarwal, Anja Feldmann, Christian Scheideler: "Enabling Co-Operation between ISPs and P2P systems" Technical Report No.2, Deutsche Telekom Laboratories (3/2007))

- Online Plattformen wie Megaupload, Rapidshare, kino.to etc., deren Geschäftsmodelle ganz oder fast ausschließlich auf der technischen Ermöglichung massenhafter Urheberrechtsverletzungen beruhen u.a.,

**nichts oder möglichst wenig für Inhalte zu vergüten** und **möglichst geringen Aufwand** mit dem Einholen von Freigaben etc. zu haben.

Dem gegenüber stehen logischerweise die Interessen der Produzenten von Inhalten – also der Medienunternehmen und der Künstler, die hieraus ihren Lebensunterhalt bestreiten, in die Produktion und Vermarktung von Inhalten investieren und ebenfalls versuchen – zumindest im Erfolgsfall - Profite zu erwirtschaften.

Man muss diesen Konflikt nicht ideologisieren, aber ein paar Fakten sind festzuhalten:

- I. Es ist völlig legitim zu diskutieren, ob Medienunternehmen Künstler angemessen vergüten - diese Interessenkonflikte sind so alt wie die Produktion kultureller Güter. Neu ist hingegen, dass die oben genannten „neuen Verwerter“ vom Vertrieb von Inhalten profitieren OHNE in Künstler und die Entwicklung neuer Inhalte zu investieren.
- II. Die Produktion kultureller Güter ist schon immer ein hochriskantes Geschäft gewesen und erfordert selbstverständlich Investitionen. Auch wenn technologischer Fortschritt erfreulicherweise einige der Produktions- und vor allem Vertriebskosten gesenkt hat, müssen, beispielsweise, Künstler ihren Lebensunterhalt bestreiten (was offensichtlich nicht günstiger geworden ist) und die Kosten, eine Band von Berlin auf eine Bühne in Hannover zu bringen, sind auch nicht wesentlich gesunken.

Wir sollten alle mit plumpen Analogien vorsichtig sein, aber um das derzeitige Problem der Produzenten von Inhalten am Beispiel des altbekannten Geschäftsmodells von TV Sendern zu erläutern: Wenn die Unternehmen, die Vertrieb und Verbreitung von TV Inhalten leisten – bei uns also beispielsweise Kabel Deutschland und die Betreiber des Astra Satelliten – die Werbeeinnahmen erheben und größtenteils behalten würden, hätten rtl, Sat 1, der WDR etc. innerhalb kurzer Zeit Probleme, das Programm zu produzieren und würden sich weigern, es weiter einzuspeisen. (Mit Dir kann man wahrscheinlich lange diskutieren ob das ein Verlust wäre, aber das ist hier nicht der Punkt.)

## **2. Warum müssen wir Lösungen finden?**

Das Kernproblem besteht darin, dass die Produktion interessanter neuer Inhalte ohne eine Lösung des oben genannten Interessenkonflikts zunehmend gefährdet ist.

Beispiel Musik: Die Situation von - auf Grund früherer Millioneninvestitionen – bekannten Künstlern ist nicht problematisch: Die Rolling Stones werden Konzertkarten verkaufen solange sie auf Tour gehen, Bob Dylan und Mark Knopfler auch weiterhin die Konzertsätze insgesamt stabilisieren. Für bereits etablierte Künstlern wie Radiohead und NIN stellt der technologische Fortschritt vor allem fantastische neue Werkzeuge zur Verfügung.

Als Veranstalter von Konzerten könnte Dir allerdings aufgefallen sein, dass das Durchschnittsalter der 50 erfolgreichsten Live-Künstler 2010 mittlerweile 46 Jahre beträgt, mit mehr Künstlern in ihren 60ern als in ihren 20ern<sup>2</sup>. Und dass nur 2 der 10 erfolgreichsten Livekünstler 2010 in den letzten 20 Jahren populär geworden sind (Lady Gaga und Michael Buble)<sup>3</sup>.

<sup>2</sup> <http://digitalmusicnews.com/stories/112910averageage>

<sup>3</sup> <http://www.pollstar.com/blogs/news/archive/2010/12/29/751701.aspx>

Die DSDS Produkte von Dieter Bohlen werden weiterhin auf den Markt kommen – das sind wegen monatelanger TV Präsenz vergleichsweise sichere, wenn auch kurzlebige Wetten. Solange Johnny Depp mitmacht, werden auch „Pirates of the Caribbean“ 7, 8 und 9 in die Kinos kommen. Und Millionen von Menschen werden weiterhin Werke unterschiedlichster Qualität auf ihren Laptops erzeugen und ins Internet stellen (wo es allerdings in den meisten Fällen kaum noch von jemandem wahrgenommen wird, aber auch das ist ein anderes Thema.)

Aber jeder, der heutzutage erwägt in junge Musiker zu investieren, jeder der darüber nachdenkt, den Job aufzugeben um sich der Musik mit aller Kraft und Energie zu widmen - in meiner Welt fast immer eine Voraussetzung für Weiterentwicklung und herausragende Ergebnisse - jeder, der versucht die Finanzierung für einen etwas ungewöhnlichen oder bahnbrechenden Film zusammenzubekommen und Augen, Ohren und ein Hirn dazwischen hat, weiß, dass hier massive Probleme entstanden sind, die wir lösen müssen.

Und nein, das hat nichts mit Mangel an neuen Geschäftsmodellen zu tun (von denen es bereits mehr gibt als Du weißt, aber die wir natürlich auch weiterhin entwickeln müssen), es liegt ökonomisch vor allem daran, dass immer mehr der Einnahmen aus der Verwertung von Inhalten an Konzerne fließen, die Künstlern bestenfalls Almosen anbieten und selbst kreative Inhalte weder produzieren wollen noch können.

### **3. Propaganda und Wirklichkeit**

Es braucht nicht viel Recherche um festzustellen, dass über diesen - eigentlich offensichtlichen und leicht nachvollziehbaren - zentralen Interessenkonflikt im Netz erstaunlich wenig gesprochen wird.

Die Darstellung der Situation in zahllosen Blogs, Foren und auch traditionellen Medien verschleiert die ökonomischen Hintergründe: Hier werden die Interessen hochprofitabler, monopolistischer Internetkonzerne, deren Profitmaximierung das Urheberrecht häufig im Weg steht, komplett ausgeblendet. Diskutiert werden sollen stattdessen ausschließlich:

- a) Ein Konflikt zwischen einer „Rechteverwerterindustrie“ und „Nutzern“ bzw. „der Gesellschaft“.
- b) Die Schwächen des Urheberrechts.

Die PR Strategie der Technologiekonzerne ist einfach:

- a) **Stelle Deine Interessen als öffentliche Interessen dar.**

Der von Dir mit „Die Demokratie und das menschliche Recht auf Kommunikationsfreiheit und auf Teilhabe am kulturellen Leben sind in Gefahr“ zitierte Joost Smiers liefert ein typisches Beispiel.

Diese PR Strategie ist nicht neu: „You always want to say what you are doing is in the public interest and not your own mercenary interests. So (the fair use ideologues) were very helpful for the technology companies.“ Later, technology companies would return the favor with significant funding“<sup>4</sup>

---

<sup>4</sup> Lobbyist J. Band, zit. n. Levine, Levine “Free Ride” S.27 Random House London 2011

Google spielt in diesem Zusammenhang eine prominente Rolle. Der Konzern nutzt einen Teil seiner riesigen Profite um Organisationen und Instituten, die in seinem Interesse argumentieren und arbeiten, Finanzierung zur Verfügung zu stellen. Manche Spenden sind frei verwendbar, andere zweckgebunden. Manche Organisationen kontrolliert Google, andere finanziert es nur indirekt und tritt kaum in Erscheinung.

Die Liste der Empfänger ist lang und selten publiziert. Dazu gehören beispielsweise Lobbyorganisationen wie die New America Foundation (Spende 2008: \$1.000.000, von Google Executive Chairman und ex-CEO Eric Schmidt – er wurde im selben Jahr Chairman of the Board) PublicKnowledge.org, das Berliner Internet und Gesellschaft Co:llaboratory; Creative Commons (2008: \$1.500.000, 2009: \$ 500.000, letztere privat von Google Co-Gründer Sergey Brin, Brins Schwiegermutter Esther Wojcicki war bis September 2010 Chairman of the Board, jetzt Vice Chair); Institute wie das Stanford Center for Internet and Society (2006: \$2.000.000), das Berkman Center for Internet and Society (\$280.000, \$500.000) und, aktuell in Deutschland, das neugegründete Berliner Institut für Internet und Gesellschaft (2011: EUR 4.500.000); zukünftige online Aktivisten werden mittels des „Google Policy Fellowship“ Programms, das mehr als einem Duzend Studenten \$7,500 gibt um einen Sommer lang bei solchen Organisationen zu arbeiten, entwickelt. In Deutschland recherchieren unabhängige Journalisten bisher nicht einmal, woher beispielsweise die Finanzierung von irights.info und netzpolitik.org kommt.

Um keine Missverständnisse aufkommen zu lassen: Viele dieser Organisationen machen auch sinnvolle und nützliche Arbeit, aber man müsste schon sehr naiv sein um zu glauben, solche Geldsummen würden interessen- und einflussfrei fließen. Zu kritisieren ist die weitgehende Intransparenz wessen Interessen von diesen Organisationen vertreten werden. Denn die Interessen von NutzerInnen werden hier häufig vorgeschoben.

Google hat andere Interessen. Der Konzern wird wissen, warum es sein ursprüngliches Credo „don't be evil“ hierzulande kaum noch benutzt, das aktuelle Mantra „Der Nutzer steht für uns immer im Vordergrund“ ist zutreffender – allerdings nicht so wie es die meisten verstehen. Denn **Nutzer sind nicht die Kunden von Google – sie sind das Produkt** das Google seinen Werbekunden verkauft. Deshalb haben Internetkonzerne kein Interesse an Privatsphäre, Datenschutz, informationeller Selbstbestimmung und derartigen Bürgerrechten. Unternehmen wie BlueKai und Acxiom haben Daten über 96% aller US BürgerInnen - durchschnittlich 1.500 Daten pro Person, die unkontrolliert ge- und verkauft werden. **Das ist die Ware.**

Die objektiven Interessen der Künstler und Produzenten sind ebenfalls offensichtlich: Für die Nutzung der von Ihnen hergestellten Inhalte eine angemessene Vergütung zu erhalten und – im Erfolgsfall – Profite zu erzielen. Künstler und Medienunternehmen sind Nutzer und Lieferanten von Inhalten des Internets wie alle anderen inklusive derjenigen, die hieraus eine Weltanschauung machen. **Aus objektiver Sicht gibt es kein spezifisches Interesse von Künstlern oder Musikunternehmen, bürgerliche Freiheiten einzuschränken.** Ihr Interesse besteht darin, für die Nutzung ihrer Werke Vergütungen zu erhalten. Hier gilt es Lösungen zu finden.

**b) Vermeide die Diskussion um die Durchsetzung von Urheberrechten – sprich stattdessen von den Schwächen des Urheberrechts.**

Selbstverständlich muss das Urheberrecht einfacher verständlich und nutzerfreundlicher werden. Aber in einer Zeit, in der es offensichtliche Probleme mit der Um- und Durchsetzung gibt, ist es zynisch die Probleme zu ignorieren und stattdessen ausschließlich darüber zu

sprechen, was einem am UrHR nicht gefällt. Benötigt wird eine Diskussion über BEIDES – Anpassungen und demokratisch akzeptable Formen, geltendes Recht auch durchzusetzen. Dies ist der Kompromiss der aus gesellschaftlicher Sicht erarbeitet werden muss.

Diskussionsbeiträge, die ausschließlich die PR Strategie der Technologiekonzerne so kenntnisfrei und unreflektiert umsetzen wie Dein Artikel sind mittlerweile glücklicherweise eher selten.

#### **4. Desinformation**

Wir beobachten täglich wie massenhaft teils absurde und abwegige Fehlinformationen gestreut und weiterverbreitet werden – vor allem online, in Blogs und Foren (wobei sich dort mittlerweile zunehmend qualifiziertere Stimmen zu Wort melden die sich, im Gegensatz zu den früheren Jahren, nicht mehr von anonymen Lynchmobs unsachlich niederbrüllen lassen) und vor allem von selbsternannten „Internet-Evangelisten“ von Beckedahl bis Kreuzer, aber auch in traditionellen Medien.

Das Prinzip von Propaganda hat sich nicht verändert - man muss Dinge vor allem oft genug wiederholen, dann glaubt die Mehrheit der Bevölkerung sie irgendwann - unabhängig vom Wahrheitsgehalt.

Auch hier fügt sich Dein Artikel nahtlos ein. Eine Handvoll von zahllosen Beispielen:

- (1) *„Das sogenannte Urheberrecht dient nämlich keineswegs (...) den Kreativen, sondern es dient als Schutzrecht der Entertainment- und Verlagswirtschaft **fast ausschließlich den Interessen der Kulturindustrie.**“*

Fakten:

##### a) Urheberrechte von Musikautoren

Die GEMA nimmt in Deutschland bekanntermaßen die allermeisten musikalischen Urheberrechte wahr. Niemand muss ihr beitreten und sie damit beauftragen. Sie ist ein Verein, dessen oberstes Organ die Versammlung ihrer Mitglieder - Komponisten, Textautoren und Verleger – ist. (Autoren haben in dieser übrigens die Mehrheit gegenüber den Verlegern.)

Man kann und sollte viele Dinge an der Arbeit der GEMA kritisieren, m.E. konstruktiv, d.h. dann auch mit umsetzbaren Verbesserungsvorschlägen, denn es gibt weder für Nutzer von Musik noch für Urheber und insbes. kleine, unabhängige Musikunternehmen eine bessere und realistische Alternative zu kollektiver Wahrnehmung. Deshalb sollten die Mitglieder der GEMA dafür sorgen, dass sie auch in der digitalen Welt funktioniert – und wir sind uns wahrscheinlich sogar darüber einig, dass dies noch nicht der Fall ist.

Der sog. „Verteilungsplan“, der die Verteilung der Einnahmen aus urheberrechtlichen Vergütungen regelt, mag Dir zu kompliziert erscheinen (vielen Mitgliedern einschließlich mir übrigens auch) ABER die wichtigsten Fakten sind dann doch einfach:

**Urheber erhalten 60% aller Einnahmen aus „Vervielfältigungen“ (=Tonträgerverkäufen, downloads etc.) und 66,66% aller Einnahmen aus Sendung und Aufführung (TV, Radio, streaming etc.).** (Ja, nach Abzug der Kosten der GEMA (lagen 2010 bei 14,2%<sup>5</sup>). **Diese 60% bzw.**

---

<sup>5</sup> GEMA Geschäftsbericht 2010 , S.6

**66,66% sind Mindestbeteiligungen.** Erfolgreiche Autoren verhandeln häufig höhere Beteiligungen, gründen ihre eigenen Verlage etc..

#### b) Rechte an Musikaufnahmen

Auch die GvL, die Verwertungsgesellschaft für Leistungsschutzrechte verteilt Einnahmen in etwa zu gleichen Teilen zwischen Künstlern und Labels.

Du hast es wahrscheinlich noch nicht bemerkt: Die Musikwirtschaft ist schon seit Jahren überwiegend „independent“ geprägt. Der Forschungsbericht des BMWi hat bereits 2009<sup>6</sup> bei der Analyse der 2006er Zahlen festgestellt, dass

- weit mehr als 60% aller Unternehmensumsätze der Musikwirtschaft von kleinen, mittleren und Kleinstunternehmen erzielt werden;
- 95% der 3.884 damals tätigen Musikunternehmen weniger als 2 Mio. Euro Umsatz erzielten;
- es nur 9 Unternehmen gab die mehr als 50 Mio. Euro Umsatz erzielten – darunter die vier (bald wohl nur noch 3) Majors – die in Deutschland nun auch eher mittelständische Größenordnungen haben.

Die von Dir pauschal als „Verwerterindustrie“ verunglimpftete Branche besteht im Musikbereich aus Menschen, die überwiegend in kleinen, mittelständischen, Tausenden von Kleinstunternehmen oder selbstständig ihren Lebensunterhalt versuchen zu verdienen. Viele davon sind Künstler, die sich selbst vermarkten – teils bereits bekannte, die kleine Unternehmen betreiben in denen die Arbeit getan wird, die traditionell von Labels übernommen wurde, teils die wachsende Anzahl junger Künstler, die einfach niemanden mehr finden, der in ihre Karrieren investieren könnte oder wollte. Die von Dir versuchte Spaltung von Künstlern und „Verwerterindustrie“ ist - vor allem im independent Bereich - ein längst überholtes Klischee aus den 80er Jahren.

Und der häufigste Deal zwischen Künstlern und independents ist? Der sog. „klassische Indiedeal“: **Alle Einnahmen werden nach Abzug der Kosten 50/50 geteilt.**

Das ist heutzutage alles Basiswissen jedes Berufsanfängers in der Musikwirtschaft. Dass Du 2011 einen Artikel veröffentlichst und trotz dieser leicht recherchierbaren Fakten behauptest, Urheberrechte dienen „fast ausschließlich den Interessen der Kulturindustrie“ belegt vor allem Deine frappierende Unkenntnis.

#### c) Beispiel: Film

Wenn Du Dich für qualifiziert genug hältst, Vorschläge zur Ausgestaltung des Urheberrechts zu machen, solltest Du bedenken, dass Deine Aussagen die Lebensumstände aller betreffen, die kreative Güter produzieren. In Deutschland sind das mehr als 1 Mio. Menschen<sup>7</sup>.

Auch als Konzertveranstalter könntest Du am Abspann bemerkt haben, dass hunderte von Mitwirkenden an der Entstehung von Filmen arbeiten. Filme werden hochgradig arbeitsteilig erstellt, benötigen umfangreiche Vorfinanzierung, Planung, und nach Fertigstellung leistungsfähige Vermarktung wenn sie erfolgreich werden sollen. Sie sind nicht das Produkt einzelner, selbstfinanzierter Urheber. Der urheberrechtliche Schutz des fertigen Films sichert nicht nur den Lebensunterhalt der Drehbuchautoren und anderen beteiligten Urheber, sondern

---

<sup>6</sup> Forschungsbericht Gesamtwirtschaftliche Perspektiven der Kultur- und Kreativwirtschaft in Deutschland, Anhang, Statistische Daten, 9. Umsatzgrößenklassen der Kultur- und Kreativwirtschaft 2006, S.24 BMWi (2/2009)

<sup>7</sup> ebd.

auch den der Kameralleute, Beleuchter, Schauspieler, Maskenbildner, Cutter, Cateringunternehmen, Regisseure, Produzenten und aller anderen Mitwirkenden.

Wie eingangs erwähnt, sind in Deinem Artikel nicht einmal im Ansatz Lösungsvorschläge erkennbar. Willst Du ernsthaft behaupten, die Bezahlung aller Mitwirkenden wäre auf Dauer ohne urheberrechtlichen Schutz des Films finanzierbar? Mit oder trotz zunehmender Kino.to und torrent Nutzungen?

- (2) *„Das Urheberrecht soll eigentlich die Leistungen von Kreativschaffenden schützen. (...)sie sollen an jeder wirtschaftlich relevanten Nutzung ihrer Werke finanziell beteiligt werden.“* Absolut richtig. Aber dann: *„In der Praxis lassen sich Verwerter wie Plattenfirmen oder Verlage jedoch meist sehr weitgehende oder ausschließliche Nutzungsrechte übertragen. **Oft darf der Urheber danach sein eigenes Werk nicht mehr nutzen.**“*

Wie bitte? „Oft“ darf der Urheber sein Werk nicht mehr nutzen wenn er einem Verlag eine Beteiligung an Nutzungsrechten verkauft oder übertragen hat (was der Kern deutscher Verlagsverträge ist)? Wofür nutzt ein Urheber sein Werk denn „meist“? Wenn er auch Interpret ist, zumeist doch wohl für

- Konzerte - willst Du jemandem weismachen Urheber dürften ihre Werke dann „oft“ nicht mehr spielen? Unsinn.
- Musikaufnahmen - soll das heißen er kann die Werke dann nicht mehr aufnehmen? Sie nicht auf Tonträgern, bei itunes, simfy, emusic, etc. selbst oder von einem (selbst gewählten) Labelpartner veröffentlichen lassen? Ebenfalls Unsinn.
- Sendungen - dürfen Urheber ihre Werke nach Veräußerung einer Beteiligung an Nutzungsrechten „oft“ nicht mehr beim rbb oder auf byte.fm spielen lassen? Kompletter Unsinn.

Wovon sprichst Du? Ich kann nur raten welche seltenen Situationen Du hier versuchst zu verallgemeinern. Wenn Urheber sich – selbstverständlich freiwillig - entscheiden, Beteiligungen an Nutzungsrechten zu veräußern, müssen sich die Geschäftspartner natürlich in der Folge bei einigen (aus Sicht der meisten Autoren viel zu selten stattfindenden) Nutzungen abstimmen. Will man die Musik für die nächste Coca Cola Kampagne sein und wenn ja, was soll man dafür verlangen etc.. Auch dabei entscheidet - zumindest bei uns und den Verlagen mit denen wir arbeiten - letztlich immer der Urheber.

Und natürlich gibt es aus offensichtlichen Gründen für Interpreten zeitlich begrenzte sog. „re-recording restrictions“ – für Urheber, wie Du zu behaupten scheinst, ist das abwegig.

Schließlich bedeutet – auch wenn sich „Plattenfirmen oder Verlage jedoch meist sehr weitgehende oder ausschließliche Nutzungsrechte übertragen“ lassen, dies keinesfalls, dass Kreative nicht „an der wirtschaftlich Nutzung ihrer Werke finanziell beteiligt werden“. Wie jeder der auch Künstler vertritt, streite ich mit Labels gern für höhere Beteiligung der Künstler – das liegt in der Natur der Geschäftsbeziehung. Aber es gibt Gesetze, Verträge und notfalls Gerichte um solche Konflikte zu lösen. Und diese Konflikte sind bisher alle gelöst worden, ohne dass das Urheberrecht dem im Wege gestanden hätte – im Gegenteil.

**Dagegen ist 100% sichergestellt, dass Künstler ÜBERHAUPT KEINE Beteiligung erhalten, wenn Unternehmen wie Rapidshare, Megaupload (aber auch Google<sup>8</sup>) unlicenziert substantielle Beträge mit ihren Werken verdienen.**

- (3) *„Ist es richtig(...) daß ein Künstler bei jeder Kopie den Urheber um Einverständnis bitten muß, wie es in Europa gang und gäbe ist?“*

Nein, es ist nicht richtig und deshalb auch nicht „gang und gäbe“ bei jeder „Kopie“ (Du musst „Coverversion“ meinen, sonst macht der Satz überhaupt keinen Sinn) den Urheber um Einverständnis zu bitten.

Für Coverversionen müssen Künstler keine Genehmigungen einholen. Nur bei substantieller Veränderung und auch nur wenn man das substantiell veränderte Werk kommerziell veröffentlichen will, ist die Einwilligung des Urhebers zur Werkveränderung nötig. Darüber was eine substantielle Veränderung darstellt kann man in der Tat streiten und der VUT spricht sich für eine Überarbeitung des Zitat- und Bearbeitungsrechts aus um der Realität zu entsprechen, dass viel mehr Nutzer als früher Werke zu ihrem Vergnügen oder auch kommerziellen Zwecken verändern.

Ob deshalb jeder Nationalsozialist ohne zu fragen Dein Werk mit neuem Text versehen können sollte ist die zu Recht häufig gestellte, weiterhin zu beantwortende Frage.

- (4) *„Ein Ammenmärchen der Kulturindustrie besagt, illegale Downloads seien schuld daran, daß Künstler nicht mehr von ihrer Kunst leben können.“*

Die Auswirkungen unvergüteter Musikknutzungen wurden seit Jahren in unabhängigen wissenschaftlichen Studien untersucht und dokumentiert. Alle nachstehend genannten Untersuchungen sind nach wissenschaftlichen Richtlinien entstanden und von anerkannten Fachzeitschriften mit peer review publiziert worden.

Die negativen Auswirkungen von unvergüteten Musikknutzungen auf Musikverkäufe wurden in folgenden Studien nachgewiesen und veröffentlicht:

Liebowitz „Creative Destruction or just Plain Destruction“ (2004a, 2006a, Theorie), Liebowitz „Testing File-Sharing's Impact on Music Sales in Cities“ (2008a, Pure Survey Based Approach, Secondary Data), Zentner „Measuring the Effect of File Sharing on Music Purchases“ (2006, Pure Survey Based Approach, Secondary Data), Rob und Waldfogel “Music Downloading, Sales Displacement and Social Welfare” (2006, Pure Survey Based Approach, Primary Data), Lee “The Effect of File Sharing on Consumers Purchasing Patterns” (2006, Pure Survey Based Approach, Primary Data), Leung “Should the Music Industry Sue Its Own Customers?” (2008, Pure Survey Based Approach, Primary Data), Huygen et al. “Ups And Downs. Economic And Cultural Effects Of File Sharing On Music, Film And Games“ (2009, Pure Survey Based Approach, Primary Data), Michel “The Impact of File Sharing On The Music Industry” (2005, Theory and Survey Based Approach), Hong “Measuring the Effect of Napster on Recorded Music Sales” (2009, Theory and Survey Based Approach), Peitz und Walbroeck “The Effect of Internet Piracy on Music Sales” (2003,2004, Theory and Survey Based Approach).

Spezifische Schäden durch File Sharing, etwa in Bezug auf ihre Verursachung durch bestimmte Konsumentengruppen oder in Bezug auf den Bekanntheitsgrad der betroffenen Künstler oder

---

<sup>8</sup>[http://www.digitalmusicnews.com/stories/102411adwords?utm\\_source=twitterfeed&utm\\_medium=facebook](http://www.digitalmusicnews.com/stories/102411adwords?utm_source=twitterfeed&utm_medium=facebook)

auch in Bezug auf zu definierende (theoretische) Umstände unter denen die (von keinem der u.g. Autoren geleugneten Schäden) theoretisch ausgeglichen werden könnten wurden durch die folgenden Untersuchungen dokumentiert:

Curien und Moreau „The Music Industry in the Digital Era“ (2005, Theorie), Bayaan „Technology and the Music Industry“ (2004, Theorie), Peitz und Walbroeck “Why the Music Industry may gain from free Downloading” (2006, Theorie), Boorstin “Music Sales in the Age of File Sharing” (2004, Pure Survey Based Approach, Secondary Data), Mortimer und Sorensen “Supply Responses to Digital Distribution: Recorded Music and Live Performances” (2005, Pure Survey Based Approach, Secondary Data), Bounie et al. (2005, Pure Survey Based Approach), Gopal et al. “Do Artists Benefit from Online Music Sharing” (2006, Theorie und Survey Based Approach), Bhattacharjee et al. “The Effect of Digital Sharing Technologies on Music Markets. A Survival Analysis of Albums on Ranking Charts” (2007, Approach Based on Empirical Data from P2P File Sharing Usage), Blackburn “On-line Piracy and Recorded Music Sales” (2004, Approach Based on Empirical Data from P2P File Sharing Usage).

Im Februar 2011 wurde der BASCAP-Report „Estimating the global economic and social impacts of counterfeiting and piracy“ der Internationalen Handelskammer veröffentlicht. Die Befunde dieses Reports dokumentieren ebenfalls das Ausmaß der Schäden die durch unlicenzierte Musikknutzungen entstanden sind. Da die Autoren Befunde aus der wissenschaftlich anerkannten Literatur nutzen um die aus Marktdaten gewonnenen Ergebnisse nach unten zu korrigieren, Schäden durch Streaming noch nicht mit einbezogen wurden und jeder Download als Single (nicht als Album) gewertet wurde können ihre Daten als relativ zuverlässige Einschätzung der unteren Grenze betrachtet werden; auch wurde durch die Auswertung der Daten von weltweit 19 verschiedenen Instituten in 16 Ländern sichergestellt, dass eine manipulative oder tendenziöse Befragung oder Auswertung sehr schwierig durchführbar gewesen wäre. Eine weitere Stärke des Reports besteht in einer klaren Abgrenzung des „commercial value“ von digitaler Musik-Piraterie von den tatsächlich aufgetretenen „business losses“, d.h. der BASCAP-Report schließt Überschätzungen der Verluste durch fälschliche Interpretationen der Downloads als 1:1 Kaufverluste konsequent aus.

Bislang liegen nur zwei Veröffentlichungen vor, die zu dem Ergebnis kamen File Sharing würde die Musikverkäufe positiv beeinflussen: Chi (2008) kam zu diesem Befund in dem Kirchenbesuche und Strafzettel als proxy für File Sharing genutzt wurden, ihr lagen keine (!) Daten zum tatsächlichen File Sharing Verhalten der Befragten vor. Andersen und Frenz (2007) kamen zu ihrem Befund durch eine methodische Vorgehensweise die es ausschloss, dass der Zusammenhang zwischen File Sharing und Musikverkäufen durch eine dritte Variable hätte beeinflusst werden können, daher wurden die Autorinnen bereits frühzeitig in Bezug auf ihre Methodik kritisiert. Eine Re-Evaluation ihres Datensatzes durch Barker (2011) ergab aber sogar darüber hinaus schwerwiegende neue Erkenntnisse: **Andersen und Frenz hatten bereits herausgefunden, dass bei Abwesenheit von P2P Netzwerken 75% der umsonst konsumierten Musik gekauft worden wäre. Diese Information lag den Autorinnen also bereits 2007 vor, sie zogen es jedoch vor, diese Befunde nicht zu veröffentlichen.**

Weitere zwei Studien kamen zu dem Schluss, dass File Sharing und Musikverkäufe voneinander unabhängig sind. Tanaka (2004) erzeugt diesen Befund durch den Einsatz einer dummy Variable nach der vorherige Albenverkäufe eines Künstlers nicht vorliegen; das hierdurch gewonnene Ergebnis ist natürlich nicht haltbar – entsprach aber vermutlich den Wünschen des japanischen Mobile-Konzerns der das Institut finanziert. Oberholzer-Gee und Strumpf (2007) kamen zu ihrem Ergebnis auf bisher nicht nachvollziehbare Weise da die Autoren sich bis heute mit verschiedenen Begründungen weigern ihre Rohdaten einer erneuten Analyse zur Verfügung zu stellen. Liebowitz (2010) wies jedoch ausführlich auf die gravierenden Unstimmigkeiten der

statistischen Auswertungen hin: So müsste nach den Befunden von Oberholzer-Gee nämlich ein Erliegen des amerikanischen Download-Verhaltens außerhalb der deutschen Schulferien (!) eintreten bzw. sogar ein Abrutschen des Download Verhaltens in einen Minusbereich: Der von Oberholzer-Gee präsentierte Regressionskoeffizient betrug das Dreifache der Standardabweichung. Da inhaltlich eine Download-Tätigkeit im Minusbereich keinen Sinn ergibt, wurde eine Überprüfung der Rohdaten angestrebt um die Fehler in der Datenerhebung bzw. Datenauswertung nachzuweisen – dies ist durch die Weigerung Oberholzer-Gees bis heute nicht möglich.

Zusammenfassung:

Obwohl an vier dieser Studien Kritik geäußert werden muss, sollten sie doch abgegrenzt werden von selbsterstellten Tabellen auf Blogs, Diplomarbeiten ohne korrespondierende peer review Veröffentlichungen, emotional gefärbten Ansichten auf eigenen Homepages oder auch gezielt als PR eingeschleusten Werken.

Man kann davon ausgehen, dass es wie immer multiple Ursachen für Umsatzrückgänge gibt, nur wurden andere Faktoren bisher nicht zuverlässig identifiziert und nachgewiesen. Der gegenwärtige Stand der Forschung spricht dafür, dass unlicenzierte Musikknutzungen den größten bisher bekannten Anteil an den Schäden und Einkommensminderungen verursacht haben.

**Du hältst Dich als Konzertveranstalter für qualifiziert die vorliegenden Forschungsergebnisse als „Ammenmärchen“ abzutun und ohne eigene methodische Kenntnisse die einzige Dir wohl vorgelegene Studie mit der geborgten Meinung zweier Journalisten zu beurteilen?**

**Dein Mangel an Kompetenz wird nur von Deiner Überheblichkeit übertroffen. Das ist so ärgerlich, dass hier ein paar klare Worte nötig sind: Minimalvoraussetzung für eine qualifizierte Auseinandersetzung mit den vorliegenden Befunden ist Methodikwissen und Sicherheit im Umgang mit statistischen Methoden. Du bist nicht in der Lage festzustellen ob die in der FAZ genannten Befunde aus einer wissenschaftlichen Untersuchung stammen oder der Feder eines Lobbyisten. Du bist nicht kompetent genug um einzuschätzen wie die Ergebnisse entstanden sind und wie sie interpretiert werden sollten. Unstimmigkeiten in der Analyse wie auch Interpretation der Befunde würden Dir entgehen und Du wärest deshalb auch nicht qualifiziert die Arbeit der SPIEGEL- oder FAZ-Journalisten zu beurteilen. Du würdest nicht einmal bemerken, wenn der FAZ-Autor oder der SPIEGEL-Autor die zugrundeliegenden Daten verändert oder falsch dargestellt hätten.**

Ich erzähle Dir mal ein echtes Ammenmärchen:

„Die Norwegische Studie“

Im Frühjahr 2009 kam Rabea Weiser in der ZEIT in ihrer Darstellung einer „norwegischen Studie“ zu dem Schluss, diese Studie hätte herausgefunden „Musikpiraten...sind die größte Kundengruppe der legalen Download-Plattformen“. Sie formulierte ihren Artikel auf der Grundlage einer Pressemitteilung, dabei übernahm sie nicht nur unkritisch die darin enthaltenen Zahlen, sondern fügte (unglücklich) noch eigenständig weitere Fehlinformationen hinzu. So bezogen sich die Autoren der Pressemitteilung z.B. noch auf einen kleinen Ausschnitt ihrer gesamten Stichprobe, nämlich die Gruppe der 15-20 Jährigen. Rabea Weiser formulierte diesen Befund jedoch schon in der Überschrift als generellen Befund bezüglich aller „Musikpiraten“. Sie sprach von 2000 befragten Nutzern, tatsächlich bezogen sich die Ergebnisse nur auf die Aussagen von 323 Personen etc. Eine genauere Betrachtung der „Studie“ ergab, dass die Zahlen der Pressemitteilung derart erhebliche Lücken aufwiesen dass eine Einordnung der Befunde unmöglich war. Stattdessen ergab die triviale Methodik (soweit erkennbar) auch nur triviale

Befunde: So waren etwa Personen die sich gar nicht für Musik interessierten auch (erwartungsgemäß) kaum Nutzer illegaler Tauschbörsen.

Nachfragen bei den Autoren der angeblichen „norwegischen Studie“ um diese und andere Probleme der Untersuchung anzusprechen ergab dann überraschenderweise Folgendes: Nach Auskunft des Ko-Autoren Molde an der BI Norwegian School of Management am 22. 06.2009 handelte es sich bei den Darstellungen auf der institutseigenen Homepage nur um eine „Pressemitteilung“ und eine veröffentlichte Studie gäbe es noch gar nicht. Die einer Telefonbefragung entnommenen Befunde hatten also bisher weder einer unabhängigen Prüfung standgehalten noch war die Studie abgeschlossen. Es hatte keine methodische Überprüfung der Untersuchung gegeben. Es lagen keine Signifikanzprüfungen vor, Angaben zur Literatur fehlten ebenso wie eine Einordnung der Befunde in Bezug auf andere Studien.

Die Hintergründe der an dieser Untersuchung beteiligten Institutionen ließen allerdings einen Blick „hinter die Kulissen“ zu. Es stellte sich ja die Frage, wie es dazu kommen konnte einige so zweifelhafte und wenig aussagefähige Unterbefunde einer noch nicht abgeschlossenen Telefonbefragung als Ergebnisse einer „wissenschaftlichen Studie“ zu präsentieren.

Die verantwortliche Prof. Gran war neben ihrer Tätigkeit an der BI Norwegian School of Management auch Partner und Senior Advisor der PR-Firma Perduco Kultur, eine Tochterfirma der PR- und Lobbyfirma Perduco AS, die, wie sich herausstellte, auch mit der eigentlichen Durchführung und Auswertung der Untersuchung beauftragt war. Perduco AS ist nach eigenen Aussagen spezialisiert auf „strategic communication“ durch Forschungsprojekte die von ihren Kunden in Auftrag gegeben wurden. Für die anspruchsvollen Kunden („demanding clients“) im privaten und öffentlichen Sektor werden Forschungsprojekte gezielt entworfen, durchgeführt und ausgewertet. Perduco führt jährlich ca. 20.000 Interviews durch. Zu den Spezialgebieten der Perduco AS zählen laut ihrer Eigendarstellung u.a. „Meinungsbildung“ und „reputation building“. Perduco verspricht, zu diesem Zweck die geeigneten „Kommunikationsstrategien“, Texte und Pressemitteilungen zu entwerfen. Auf der Firmen Webpage wird nicht ohne Stolz auf mehr als 1600 „media stories“ hingewiesen die allein im Jahr 2008 aufgrund der von Perduco erstellten Studien und Berichte in 185 verschiedenen Medien erschienen seien. Die Auftraggeber werden auf Perducos Webseite übrigens in keinem Fall genannt.

Die von Perduco erzeugten Ergebnisse der angeblichen „norwegischen Studie“ konnten erfolgreich in folgenden Medien lanciert werden: Guardian (UK), El Pais (Spanien), AFP, der Freitag, London Daily News, Music Week, Le Monde (Frankreich), Hip Hop Law (USA), Politiken (Dänemark), Die Zeit (Deutschland). Die Pressemitteilung zur „norwegischen Studie“ wurde am 22.04.2009 lanciert – das Urteil im vielbeachteten Verfahren gegen die Pirate Bay Betreiber erging am 17.04.2009.

Lobbyfirmen wie die o.g Perduco AS versuchen meist nach dem gleichen Prinzip passende „wissenschaftliche Befunde“ zu lancieren. Das Strickmuster für die Erzeugung dieses „Befundes“ ist denkbar einfach – meist handelt es sich um einen Vergleich der Gruppe A (mögen keine Musik/Filme/Bücher) und der Gruppe B (mögen Musik/Filme/Bücher). Dann wird verglichen in welcher der beiden Gruppen mehr Käufer sind (Oh, Überraschung, Gruppe B) und in welcher Gruppe mehr Nutzer illegaler Downloads oder Streaming Seiten sind (Oh, Überraschung, Gruppe B). Voila - Piraten sind die besten Kunden. Dich hat das offensichtlich überzeugt.

Es gibt Variationen dieses Grundmusters und meist wird ausgiebig mit zusätzlichen Auswertungen die alles etwas kompliziert machen und das Grundmuster etwas verstecken sollen garniert. Wissenschaftlich ist dieses Konstrukt natürlich leicht angreifbar, wird aber vom interessierten Laienpublikum, zu dem auch die Journalisten gehören, selten in Frage gestellt.

Gut möglich, dass auch in der Kreativwirtschaft jemand glaubt es sei sinnvoll Gefälligkeitsstudien in Auftrag zu geben. Ernstzunehmender Journalismus setzt jedoch fachlich qualifizierte Auseinandersetzung mit der Originalliteratur voraus. Mit dem ungeprüften Abschreiben von anderen Journalisten ist es nicht getan.

## **5. Zum VUT**

Schließlich Deine Äußerungen zum VUT und mir persönlich. Sie haben dasselbe Muster wie der Rest Deines Artikels – schlecht recherchiert, unreflektiert und ausschließlich polemisch.

Meine persönliche Sichtweise zu den angesprochenen Themen habe ich oben dargelegt. Wenn Du glaubst sie mit „eisernem Verfechten knallharter Law-and-Order Positionen“ treffend zusammengefasst zu haben, habe ich dem nichts hinzuzufügen<sup>9</sup>. Meine persönliche Meinung ist für die Arbeit des VUT ohnehin nicht relevanter als die der anderen Vorstände und Mitarbeiter.

Wir sprechen und ringen im VUT um die richtigen Antworten und gehören nicht zu denjenigen, die behaupten alle zu kennen. Wir haben zu vielen Themen sehr unterschiedliche Meinungen und das ist, wie man in Berlin gern sagt, gut so. Wir arbeiten transparent, wenn wir uns auf etwas verständigen können, veröffentlichen wir es. Wenn nicht, dann nicht. Alles was wir beschließen ist öffentlich zugänglich.

Zu den Mindestanforderungen an jemanden, der sich qualifiziert zu Positionen des Verbandes äußern will, gehört die öffentlich zugänglichen Dokumente zum Thema zu lesen. Wir wissen nicht, worauf Du Dich mit „komischen Vorlagen“ beziehst, aber falls Du etwas Strukturiertes sagen möchtest solltest Du Dich mit den veröffentlichten Texten auseinandersetzen.

Wir haben wenig zum Urheberrecht veröffentlicht, die Stellungnahme zu den Fragen der Enquete Kommission Internet und digitale Gesellschaft zum Urheberrecht, die mittlerweile seit fast einem Jahr online steht<sup>10</sup>, ist eines der wenigen ausführlicheren Dokumente. Weil die Dinge sich in diesem Bereich schnell entwickeln ist sie aus unserer Sicht teilweise schon wieder überholt, aber falls Du an einer ernsthaften Auseinandersetzung statt selbstgefälliger Polemik interessiert gewesen wärest, wäre das ein Ausgangspunkt gewesen.

Wenn Du Dich weitergehend informiert hättest, wüsstest Du, dass der VUT sich FÜR eine Anpassung des Urheberrechts an die digitale Welt ausspricht – beispielsweise für eine Reform des Bearbeitungs- und Zitatrechts und grundsätzlich für Vereinfachungen des Urheberrechts und des Umgangs damit - weil es auch aus unserer Sicht zutrifft, dass jetzt mehr nicht-professionelle Nutzer damit zu tun haben. Wir unterstützen non-invasive Vorschläge zur Überarbeitung der Haftungsprivilegierung bei gewerblich betriebenen Urheberrechtsverletzungen. Und ja, auch aus unserer Sicht gibt es kontraproduktive Auslegungen des Urheberrechts, die auf den Prüfstand gehören.

Es ist nicht nachvollziehbar, warum es problematisch sein sollte wenn Dich ein VUT Vorstandsmitglied nach Deiner Meinung fragt. Alle Vorstände tauschen Gedanken mit anderen zu diesen Themen aus - auch und gerade mit Menschen, die abweichende Meinungen haben. Es gibt schon genug die glauben, das algorithmisierte Ergebnis Ihrer Google Suche gäbe tatsächlich das Wissen der Menschheit objektiv wieder<sup>11</sup>. In Anbetracht Deiner oben aufgezeigten

---

<sup>9</sup> Deine Implikation, ich könne 1.300 VUT Mitglieder durch Androhen von Prügel auf Kurs halten ist so abstrus, dass sie zumindest für Heiterkeit und Scherze im VUT sorgt, vielen Dank. Träfe sie zu, müsstest Du ja geradezu darauf aus sein.

<sup>10</sup> <http://vut-online.de/cms/index.php?s=stimmungnahme+zu+Fragen+Enquete>

<sup>11</sup> Google hat seit Dezember 2009 die Algorithmen seiner Suchmaschine verändert. Suchanfragen werden entsprechend sozioökonomischem Status des Nutzers, Wohnort, Freunden, Geodaten / Streetview, vorherigen Suchanfragen etc.

Informationenlücken bezüglich des Urheberrechts stellt sich allerdings die Frage ob eine Unterhaltung gerade mit Dir zu diesem Thema sinnvoll ist.

Die Behauptung, der VUT würde „hierzulande“ Forderungen „durchwinken“, soll offensichtlich suggerieren, dass independents in anderen Ländern andere Positionen vertreten. Auch hier muss ich Dich auffordern, Deine Hausaufgaben zu machen wenn Du ernst genommen werden willst. Die Stellungnahmen unserer internationalen Schwesterorganisationen sind online zugänglich, Positionen der englischen AIM<sup>12</sup>, wie die der amerikanischen independents A2IM<sup>13</sup> (auch zur freiwilligen Vereinbarung zwischen ISPs und Inhalteproduzenten - einem Konzept für das wir uns in der Tat auch hierzulande ausgesprochen haben) und zum Protect IP Act der Obama Administration, der über das hinausgeht, was wir gefordert haben. Ditto die diversen Stellungnahmen unserer europäischen IMPALA Organisation.

Du zitierst Don Henley, den Mitbegründer der Recording Artists Coalition mit »*Die Musikindustrie hat Unmengen von Geld mit diesen Masterbändern verdient, viel mehr als die Künstler*«. **Dann unterschlage doch nicht was er noch zum Thema Deines Artikels sagt: „ Today, I would say that I find the huge internet companies to be more of a threat. I am still not a fan of the large record companies, but on this issue of copyright and protection of creative works, I find myself on the same side of the table with them“.**

Du solltest Dich fragen warum Künstler, die sich, wie unabhängige Musikunternehmen auch, über alle möglichen Dinge mit Majors streiten, im zentralen Interessenkonflikt gemeinsam mit allen anderen, die kulturelle Güter produzieren und intelligent genug sind Propaganda zu erkennen und Zusammenhänge zu verstehen, gegen die einseitige Durchsetzung der Interessen von Technologieunternehmen aussprechen.

Und Vorsicht mit der unreflektierten Verwendung von „reaktionär“. Nicht alles was den Interessen von Technologiefirmen dient ist automatisch progressiv. Wir wissen spätestens seit den 70er Jahren, dass Technologie nicht in sich emanzipatorisch ist, sondern ein Werkzeug - wie ein Schraubenschlüssel, mit dem man Sinnvolles, Progressives und auch Reaktionäres tun kann. Frag den iranischen Geheimdienst – oder die Tor Entwickler beim amerikanischen.

Wenn Du intelligentere Lösungsvorschläge als eine Kulturflattrate hast, kannst Du Dich gern zurückmelden. Ansonsten kann die Welt m.E. auf Deine Stammtisch Beiträge verzichten.

Mit besten Grüßen,

Mark Chung

**An die KONKRET Redaktion:**

**Als ehemaliger Leser der KONKRET, die zu Recht stolz ist, Vertreter der politischen und literarischen Intelligenz zu ihren Autoren zu zählen, sei mir eine Anmerkung erlaubt.**

---

beantwortet. Kognitive Dissonanzen, etwa durch abweichende Meinungen werden zugunsten effizienterer Werbung ausgeblendet, d.h. es gibt keine gemeinsamen Suchergebnisse für dieselben Fragen mehr. Stattdessen werden zunehmend bereits bestehende Ansichten und Vorurteile verstärkt. Der Vorgang ist für Nutzer komplett intransparent – sie bemerken den Unterschied in aller Regel gar nicht. Veränderung / Differenzierung / opt-out sind unmöglich.

<sup>12</sup> Beispiel: zu DEA und Hargreaves Report: <http://www.musicindie.com/search?keywords=DEA&x=21&y=11>

<sup>13</sup> Beispiel Press release zu stop online piracy act <http://a2im.org/2011/10/27/a2im-press-release-a2im-applauds-the-u-s-house-of-representatives-house-proposed-stop-online-piracy-act-legislation/>

**Von KONKRET wäre eine intelligente Analyse politischer und ökonomischer Zusammenhänge der aktuellen Debatte zum Urheberrecht von einer linken Perspektive begrüßenswert gewesen.**

**Ein so schlecht recherchierter, ausschließlich polemischer Artikel, der unreflektiert, einseitig und fehlerhaft die PR Strategie monopolistischer Großkonzerne wiederkaut hätte einer redaktionellen Überprüfung des Inhalts von Beiträgen m.E. nicht standhalten sollen.**

**Ich kann nur hoffen, dass KONKRET - trotz der kostenlosen online Verfügbarkeit der Inhalte – über ausreichende Mittel verfügt, um Beiträge redaktionell zu bearbeiten.**