


Zur Änderung der Lebensbedingungen von Künstlerinnen und Künstlern in der digitalen Welt

Ich weiß, man sieht es mir nicht an: Aber ich gehöre zu den alten Häsinnen der schreibenden Branche. Gut, vor einer Stunde hätte man es mir noch angesehen. Ich arbeite, seit ich achtzehn bin, seit 1991, als Journalistin und Schriftstellerin. Den Rest können Sie sich jetzt leicht ausrechnen.

Zur Einführung nehme ich Sie mit auf eine Zeitreise. Unterwegs werden ein Frosch, mindestens ein rustikales Schimpfwort und ziemlich viele Zahlen auftauchen. Ein Spoiler vorab: Mehr denn je werden Kulturwerke digital begehrt und genutzt. Spiele, Fotos, Bücher, Filme, Musik, Games, Hörbücher, journalistische Texte – sie sind das Benzin, mit dem die Maschine Internet läuft. Und gleichzeitig haben wir es mit der beispiellosesten Entwertung unserer Arbeit zu tun, der wir uns je stellen mussten. Abschließen möchte ich mit einem Fazit und einigen Aufgaben für die Politik und für uns selbst.

1987. Ich bin 14 und verliebt in Markus Klose, genannt Commodore-Klosi. Um ihn zu beeindrucken, lernte ich die Programmiersprache Pascal. Die, die sich an Pascal erinnern können, wissen vermutlich noch, wer André Rieu war. Im selben Jahr erschien das erste Hyperlink-eBook der Welt: „Afternoon“ von Michael Joyce. Es war auf Diskette erhältlich und eröffnete einen futuristisch anmutenden Ausblick in eine Zukunft, die uns weit weg und wahnsinnig unpraktisch erschien. Commodore-Klosi zeigt mir an einem schwülen Sommernachmittag im Usenet, ein Newsgroup-Netzwerk, das wie Schwarze Bretter im Schützenverein funktioniert, den Zugang zu „data heavens – Daten-Paradiese“. Das war meine erste Begegnung mit dem Fötus des heutigen Internet, und es war voll von verwackelten Softporno-Filmen. Ich entliebte mich schlagartig.



„Heute sind User dreieinhalb Stunden pro Tag im Netz, greifen 214 Mal zum Smartphone. Songs können in 18 Sekunden geladen werden, Bücher in 12.“

Zeitsprung. Ich lernte mein Handwerk 1991 bei einem zutiefst intellektuellen Magazin, was der eine oder andere hier womöglich gelesen hat, natürlich aufgrund der klugen Interviews und sophisticated Witzeseite – Penthouse. Wir hatten einen festen Tisch in Schumanns Bar, zahlten für eine Doppelseite



Nina George

Text eintausend D-Mark, puzzelten die Layouts per Klebtechnik zusammen, schrieben Texte an winzigen Apple-Würfeln und beugten uns in chiropraktisch bedenklicher Position über den Leuchttisch, um die neuesten Dias aus den USA zu begutachten und zu hoffen, nicht unfreiwillig mit einem gynäkologischen Tiefenfokus überrascht zu werden. Wir bezahlten Fotografen Honorare im vierstelligen Bereich, plus Assistenten, plus Visagistin, plus Spesen. Heute schmiert sich der Fotograf selbst ein Brötchen. Mein Kollege Armin Hierstetter testete 1995 für unsere Heftrubrik „Es kommt nur auf die Technik, nicht die Größe an“- den Apple Newton, ein PDA. Er war eher als Geduldstest zu verstehen. Niemand von uns konnte sich vorstellen, dass es eines Tages kaum erdnussgroße Geräte geben sollte, deren Rechnerleistung die der NASA problemlos überstieg.

Vermutlich waren wir da schon der Kadaver der Zukunft; Pornografie stellt den größten Traffic im Netz. Ich registrierte meine erste E-Mail-Adresse, und kannte keinen, an den ich hätte schreiben können. Mit 22 unterschrieb ich meinen ersten Buchvertrag, der war mit fünfundzwanzig-

tausend Mark dotiert. Ich dachte: Wow, jetzt geht's aber los! Ich ahnte nicht, dass ich ein Frosch im Kochtopf war, unter dem langsam die Hitze erhöht wurde. Bitte merken Sie sich den Frosch.

1998 digitalisierte sich die Kulturbranche für die Öffentlichkeit. Breitbandzugänge, günstige PCs, und Provider, die per CD durch den Anmeldeprozess leiteten, eröffneten schlagartig 559 Millionen Menschen weltweit das Netz. Und Bobbele, mit mehr Haaren und weniger Gewicht, fragte erstaunt: „Wat? Bin isch schon drin?“. 48 Minuten am Tag verbrachte der geduldige User täglich online und ließ sich vom lieblichen Fiepen des 56-k-Modems einullen. Wollte man einen Song downloaden, dauerte das 15 Minuten, für einen Film malochte die Maschine zwei Tage. Heute sind User dreieinhalb Stunden pro Tag im Netz, greifen 214 Mal zum Smartphone. Songs können in 18 Sekunden geladen werden, Bücher in 12. Heute bedienen sich 400 Millionen Menschen täglich gratis und illegal aus dem Netz, um Filme zu sehen, Musik zu hören, Bücher zu lesen, Fotos zu klauen und als ihre eigenen auszugeben. Flatrate und Abo-Modelle, von Netflix über

Spotify und Kindle Unlimited suggerieren, dass es möglich ist, ein All-you-can-eat-Buffett aus Kunst leer zu fressen, während die Künstlerinnen und Künstler mit ein paar Erdnüsschen nach Hause gehen.

1998 verkaufte die Gründerin des Marktführers im Online-Buchhandel, Ulrike Stadler, ihre ABC Buchdienst GmbH für einen zweistelligen Millionenbetrag an ein Unternehmen aus Seattle. Wer heute www.relentless.com, – relentless heißt so viel wie unerbittlich, erbarmungslos – als URL eingibt, landet auf der Seite von ... na? Erzählen Sie mir nicht, dass hier keiner gerade im Netz rumdaddelt. (Zwischenrufe aus dem Publikum: „Nein!“)

Telebuch.de wurde am 15.10.1998 in amazon.de umbenannt. Jeder zweite Euro, der im Netz in Deutschland ausgegeben wird, landet bei Amazon. Die Steuern von Amazon leider nicht in Deutschland.

Ebenfalls 1998 gründete sich im kalifornischen Städtchen Mountain View, einst Hauptstadt religiöser Buchverlage, ein Unternehmen, das sich nach der Zahl Googol benannte; der 1 mit 100 Nullen: Google Inc. Am Anfang bot die Suchma-

„Das sich Ende der 1990er entwickelnde, nicht gerade überlaufene und kreuzlahme Netz besaß den Hoffnungsschimmer eines Ortes von Demokratie und freier Meinungsäußerung, von der Utopie einer Welt, in der alle mit allen vernünftig reden, Ideen, Konzepte und Liebe austauschen.“

schine 25 Millionen indexierte Seiten an. Heute über 30 Billionen.

Es heißt, dass diese 30 Billionen Seiten nur fünf Prozent der digitalisierten Inhalte aller weltweiten Netze widerspiegeln; im deepweb seien es 500 Mal mehr.

Das Jahr 1998 war das Zäsurjahr für die Kulturbranche. Verschiedene Ereignisse trafen in einem denkbar ungünstigen Winkel aufeinander. Parallel zu den Firmengründungen in den USA entstanden der Digital Millennium Copyright Act (DMCA) aus den USA und das europäische Pendant, die E-Commerce Richtlinie (in Deutschland im Telemediengesetz TMG verankert).

Das implementierte Haftungsprivileg, die so genannte „Notice-Take-down-Regelung“ (oder auch „Safe-Harbour-Gesetz“) besagt, dass Service Provider, also Anbieter, als auch Datenspeicher-Dienste, nicht für die gehosteten oder verlinkten Inhalte verantwortlich sind. Sie müssen sie „nur“ auf Aufforderung löschen.

Der junge Markt sollte nicht in seiner innovativen Experimentierphase gestört werden. Außerdem bemerkten einige gewichtige Rechtsberater, dass eine legitimierte Verantwortung für einen ISP, gleichzeitig „Judge and Jury“ zu sein, die Möglichkeit von Zensur erleichtere. So erschienen im Jahr 2000 mehrere mahnende Artikel, wie im The Guardian, dass mit Notice-take-down ein Missbrauchs-Einfallstor geschaffen würde, um unliebsame Texte löschen zu lassen; Anlässe waren ein Löschgesuch der britischen Behörden an einem kritischen Bericht über Polizeieinsätze sowie die Entfernung der Webseite eines regierungskritischen Journalisten.



„Hätte jemand absehen können, dass Hörbuch-Uploadern 35 Euro für das Cracken einer geschützten Datei bezahlt wird, eine Provision fürs Klauen?“



Das sich Ende der 1990er entwickelnde, nicht gerade überlaufene und kreuzlahme Netz besaß den Hoffnungsschimmer eines Ortes von Demokratie und freier Meinungsäußerung, von der Utopie einer Welt, in der alle mit allen vernünftig reden, Ideen, Konzepte und Liebe austauschen. War da nicht die Sorge nachvollziehbar, dass frühzeitig implantierte Löschinstrumente als Knebel der freien Meinungsäußerung missbraucht werden könnten?

Ich denke: ja. Aber ist dieses Argument heute noch angemessen? Und wenn ja: für welche Zensur? Die findet doch längst statt. Amazon etwa lässt jedes eBook, das in Asien und Vorderasien erscheint, mit demselben Filter scannen wie es die iranischen Mullahs nutzen. Oder auch Apple, die auf Geheiß der chinesischen Regierung bestimmte Apps zum Aufruf regimekritischer Seiten löschten.

Hätte jemand absehen können, dass bis gestern, 20:52 Uhr, bei Google 3 Milliarden 695 Millionen 778 Tausend und 913 Löschanfragen aufgrund von Urheberrechtsverletzungen wegen illegaler Distribution von Filmen, Songs, Games, Theateraufführungen, Büchern, missbräuchlich genutzten Fotos, Hörbüchern, Videospiele eingehen würden, von denen nicht mal die Hälfte erfolgt? Dass über den Google-Dienst „Drive“ zahllose Filmdateien illegal ausgetauscht werden? Dass es zwei Millionen illegal distribuierte Kulturwerke gibt, die auf knapp 2000 Portalen, Torrent-Netzwerken, Servern, Rechnern hinterlegt, getauscht, illegal vervielfältigt werden? (Und das sind nur die, von denen wir es wissen). Dass sich Piratennetzwerke bilden wie in Russland, die durch Werbeeinnahmen auf ihren Seiten mehr verdienen als die Bundesliga? Dass weltweit kein anderes Unternehmen so viel Geld mit der Vermittlung

von Werbebannern auf Piratenseiten verdient wie Google? Dass Paid-Piracy-Anbieter sich mit 10-Dollar-Abos auf illegal distribuierten digitalisierten Kulturwerken und einer Briefkastenfirma auf Belize eine goldene Nase verdienen, komplett an allen Finanzämtern und uns vorbei? Dass auf YouTube jeden Tag so viele Filme und Musik hochgeladen werden, deren Abspielzeit, würde man alles hintereinander abspielen, im Schnitt acht Jahre dauern würde? Jeden Tag? Dass Hörbuch-Uploadern 35 Euro für das Cracken einer geschützten Datei bezahlt wird, eine Provision fürs Klauen?

Dass Google im Jahr 2011 31 Millionen Dollar in Lobbying gegen den Schutz geistigen Eigentums und gegen Urheberrecht investierte, und in Europa systematisch Initiativen finanzieren wird, die sich kritisch bis unhöflich mit geistigem Eigentum auseinandersetzen und teilweise seine Abschaffung fordern? So, wie die Wikimedia-Tochter „Creative Commons“, wie die Initiative gegen ein Leistungsschutzrecht (IGEL), wie die falsche Bürgerinitiative „Le Quadratur du Net“, das „Humboldt-Institut für Internet und Gesellschaft“, das regelmäßig verlauten lässt, Urheberrechte seien keine Einkommensgrundlage für Künstler? War es absehbar, dass ein Kommunikationsdienst wie Facebook von einem Schwall rechter Hetze, Fake-News und Propaganda vergiftet wird, dass Twitter-Bots eines Tages so tun, als seien sie echte Menschen mit brauner Meinung? War es absehbar, dass sogenannte „Politik-Hacks“, wie jüngst bei der Debatte um den Entwurf zur Europa-Urheberrechtslinie, Meinungen beeinflussen – Meinungen, die per Bots und der unheiligen Allianz von Tech-Firmen, Internetmonopolisten, data-religiösen Piratenpolitikerinnen dafür sorgen, dass wir uns darauf verlassen können, dass

Kultur im Digitalen weiterhin genutzt wird – aber die, die sie schaffen, weder Vergütung, noch Schutz erhalten? (*nachlesbar in der FAZ)

Wer das im Jahr 1998 ahnen konnte, hebe bitte die Hand. (Keine Meldung aus dem Publikum)

1998. Seitdem geht die Sache schief. Natürlich: es ist immer so furchtbar unangenehm, Kulturpessimistin zu sein, und ich bin es, und bin es gleichzeitig nicht; zur DNA jeder freien Künstlerin – Männer sind hier mitgemeint – gehört es dazu, sich auf eine rumpelige Biografie einzurichten, in der man nie das bekommt, was man will, und zu viel von dem, was man wirklich nicht gebrauchen kann. Es gehört dazu, keine Angst vor Veränderung zu haben und das Beste aus dem zu machen, was da ist. Für eine Änderung des Berufes ist es zu spät, niemand, der Kunstwerke geschaffen hat, kann jemals auf die Muggel-Seite zurück.

Mein Freund Roger Willemsen hielt Anfang des Jahrtausends einen Vortrag bei Bertelsmann. Ich zitiere, was ihm widerfuhr: „Da war auch ein Programm-Macher aus Amerika da und es gab einen Empfang bei Middelhoff im Garten. Middelhoff sagte zu dem Amerikaner in meiner Gegenwart: Did you listen to his speech? Dieser Mr. Jones oder wie er hieß sagte: No, what was it about? Middelhoff summarisch: Content. Da wandte sich Mr. Jones an mich und fragte: And? Are you for or against? Ich sagte: I'm for. Und er sagte: Oh, shame on you. Alles lachte. Das war wahrhaftig. Machst du uns immer noch Probleme mit Inhalten?! Dann

Jörg Biesler



hast du nicht begriffen, dass es in einem Massenmedium ausschließlich um Erfolg geht. Wenn ich Kultur so betrachte, muss ich zu Gottfried Benn zurück und sagen: Penthesilea wäre nie geschrieben worden, wenn vorher darüber abgestimmt worden wäre. Und da unsere Kultur eine Kultur der Abstimmung geworden ist, sitzen wir hier für Kultur und Kulturwerke, über die sich der Daumen senkt.“

Dank einer Gesetzgebung, die Anbieter und Vermittler von Inhalten von Anfang an mehr schützte als Lieferanten von Inhalten, veränderten sich die Lebensbedingungen für Kulturschaffende ab 1998 rasant.

Lassen Sie mich einige Beispiele aus verschiedenen Kulturbranchen vorbringen, und vorher einflechten: Wir Frösche, die in den vergangenen 20 Jahren so langsam gar geköchelt wurden: Wir sind jederzeit bereit, durch den Kuss von Politik und Publikum wieder aufzuerstehen. Und, ja: Wir leben auch gerne mit den Möglichkeiten des Netzes. Aber darum geht es heute nicht.

Werfen wir einen Blick in die Musik

1999 wurde die erste Musik-Piraterie-Börse bekannt: Napster. Hier könnten die Musikschaaffenden bitte einmal kurz ausfallend werden.

80 Millionen User bedienten sich bis 2001 und pickten sich ihre Lieblingssongs aus dem Peer-to-peer-Netzwerk, und rechtfertigten es damit, dass die Musikindustrie selbst schuld sei, wenn sie keine technisch einheitlichen Standards liefern wolle oder Singles kostengünstig online anböte. Alben kaufe eh keiner mehr. Der Beginn des Häppchen-Konsums setzte ein, der Umsatz der Musikbranche sank in den USA vom Höhepunkt 14 Milliarden Dollar im Jahr 2000 auf sechs Milliarden Dollar in 2017 – ein Rückgang um fast 60 Prozent.

Die Einstiegshürden in der Branche sind gleichzeitig niedriger geworden. Man braucht nur ein Midi-Keyboard, einen Laptop und die richtige Software. Dann kann man produzieren. Eine Stunde später kann man die Musik im Internet veröffentlichen. Aber wenn man das nächste Level erreichen will, braucht man einen professionellen Partner, zum Beispiel ein Label. Und es ist durchaus dienlich, zu wissen, was man da eigentlich tut und Verträge lesen kann. Spotify ist die Nummer eins im Streaming-Geschäft mit mehr als 50 Millionen zahlenden Abonnenten, Apple Music folgt mit 27 Millionen. Das Spektrum der Vergütung soll je nach Vertrag bei 0,006 bis 0,0084 Dollar pro Stream für Musiker, Textdichter oder ganze Bands liegen.



Netflix ist ein Zwitter-Parasit: Selbst bei den größten Erfolgen von Serien werden Künstlerinnen – Drehbuch, Filmkomponisten, Kameramänner, Schauspieler – nicht oder nur marginal am Erfolg beteiligt. Wenngleich auch die Vorschüsse unbestreitbar hoch sind – immerhin.

Ein Blick in die Buchbranche

2001 veröffentlichte Stephen King seine nur als E-Book erhältliche Novelle „Riding the Bullet“, sie kostete 2,50 Dollar, wurde in zwei Tagen eine halbe Million Mal geladen; ein Großteil gratis bei amazon.com. Nach zwei Tagen wurden die ersten illegalen Kopien herumgereicht und die Computer-Zeitschrift PC Welt brüstete sich, einen Weg zum Ausdrucken des 2,50-Dollar-Werkes gefunden zu haben. Auch andere Computerzeitschriften begannen mit ihren praktischen Leitfäden, wie ihre Leser im Internet an Umsonst-Kulturwerke kommen können. Illegal? Ist doch egal. Hier ein höfliches: „Ihr seid doch die Stradivaris unter den Arschgeigen“ fürs Protokoll und für Matthias Hornschuh, der es mag, wenn ich öffentlich ausfallend werde.

In der Buchbranche sanken die vertraglich vereinbarten Erlöse für die elektronische Buchverwertung; 2008 – also noch vor Einführung von Tablets und leistungsstarken Smartphones mit Lese-App – lagen sie bei 25 % auf den Verkaufspreis für die Autoren, inzwischen sind es 20 % des so genannten Nettoverlagserlöses – Kaufpreis minus Rabatte minus Kosten, die der Distributeur zwar nicht aufschlüsselt, aber in Rechnung stellt. Die Technik diktiert den Wert der Kultur.

Bei einem meiner Experimente in den 37 Märkten, in die ich zurzeit Lizenzen verkaufe, erhielt ich bei einem Flatrate-Mo-

- „Google investierte im Jahr 2011 31 Mio. Dollar in Lobbying gegen den Schutz geistigen Eigentums und gegen Urheberrecht.“
- „80 Mio. User bedienten sich bis 2001 und pickten sich ihre Lieblingssongs aus dem Peer-to-peer-Netzwerk.“
- „15 Mio. urheberrechtlich geschützte Bücher von 35.000 Verlagen, 40 Universitätsbibliotheken und in 400 Sprachen, die GoogleBooks eingescannt und veröffentlicht hat.“
- „Debütautorinnen erhalten heute im Schnitt zwischen 0 und 1500 Euro Vorschuss. Jeder zweite Vorschuss spielt sich nicht ein.“

dell 1 Cent pro Download. Mein Steuerberater weinte sehr. Bezahlen musste ich ihn trotzdem in voller Höhe.

Debütautorinnen erhalten heute im Schnitt zwischen 0 und 1500 Euro Vorschuss. Jeder zweite Vorschuss spielt sich nicht ein.

In den USA und Großbritannien haben sich die Einkommen der Schriftstellerinnen in zehn Jahren halbiert. Als Gründe werden sinkende Vorschüsse, Flatrate-Kannibalisierung und Piraterie angegeben.



Sieben Prozent des weltweiten Piraterie-Traffics sind E-Books und Scans, es geistern rund zwei Millionen Werke auf illegalen Portalen umher, dazu kommen noch 15 Millionen urheberrechtlich geschützte Bücher von 35.000 Verlagen, 40 Universitätsbibliotheken und in 400 Sprachen, die GoogleBooks eingescannt und veröffentlicht hat – und dabei das Europäische Urheberrecht ignoriert (die Klage gegen Google wurde 2015 zurückgewiesen). Ein beliebtes Weihnachtsgeschenk ist ein E-Book-Reader wie ein Kindle oder Tolino, aufgefüllt mit eintausend illegal kopierten E-Book-Dateien.

Frohes Fest allerseits.

Wer denkt, super, geh doch ins Selfpublishing: Die beliebtesten Bücher bei Amazon kosten zwischen 99 Cent und 2,99 Euro. Das ist jene Preiskategorie, in der Amazon 70 Prozent der Erlöse für sich behält. Und das Recht auf ewige Nutzung. Ja, ewig. Es leben die AGB in Augenstreuschrift. Natürlich, es gibt sie, die erfolgreichen Selfpublisher oder die gewieften Hybrid-Autorinnen. Aber auch ihnen schnürt Amazon das Einkommen nach und nach ab, mindert die Ausschüttung für gelesene Seiten, ignoriert Betrüger und Plagiatoren, und promotet inzwischen mehr seine eigenen Verlagslabels als Selfpublisher.

Debütantinnen wissen, dass sie, in Zeiten, in denen jedes Jahr 400.000 deutschsprachige Werke erscheinen – ja, 400.000: traditionell verlegte, selbstverlegte, wiederaufgelegte – zwecks Sichtbarkeit mehr Zeit mit Selbstbewerbung im Netz zu tun haben werden als mit Schreiben.

Werbung ist für sie eine existierende Währung, während es für mich nur eine faule Ausrede ist. Als die Lufthansa mich neulich fragte, ob ich meine Audible-Hörbuch nicht 25 Millionen Gästen jährlich auf Langstreckenflügen zur Verfügung stellen wollte, fragte ich nach den Konditionen. 150 Euro. Pauschal. Einmalig. Weil: es sei ja Werbung für mich. Wenn ein Hörbuch mit acht Stunden Länge auf einem Flug von zwölf Stunden gehört wird.

Meiner Argumentation, dass ich dann gerne unbegrenzte Freiflüge hätte, weil: das sei ja Werbung für Lufthansa, wollten sie seltsamerweise nicht folgen.

„Meine jungen Kolleginnen finden 0-Euro-Promo-Aktionen normal und dass es dazu gehört, ständig Bücher, Lesezeichen und bestickte Kissen zu verlosen.“

Wenn sie ins Selfpublishing gehen, zahlen sie Cover-Art, Lektorat, Typo, Satz und ISBN, einen digitalen Videotrailer und plagen sich mit Fake-Rezensionen ihrer Konkurrentinnen herum, die auf Amazon Verrisse texten.

Sie wissen, dass kaum fünf Prozent unserer Zunft, egal ob Verlagsautorin oder Indie, ausschließlich vom Veröffentlichenden Alltag zahlen kann, und dass die meisten einen Hauptberuf haben, das Finanz-Modell „Ehepartner“ oder schreibnahe Zusatz Tätigkeiten wie Lehren und Übersetzen ausüben.

Selfpublishing professionalisiert sich, ja, und jüngst habe ich Perlen entdeckt, wie das Tagebuch einer Ärztin der Flüchtlingshilfe, oder das ultimative Thermomix-Rezeptebuch. Auch genießen neunzig Prozent aller Autoren und Autorinnen, die Kommunikation digital – mit Kollegen, mit Leserinnen, sie recherchieren mit dem Finger auf der Google-Map-Karte und lieben das Prokrastinieren bei Facebook. Früher war eben auch nicht alles lustiger.

Debütantinnen wissen allerdings auch, dass bei jedem Onlinekontakt mit dem Distributor eines E-Books, das Lesegerät Nutzerdaten an den Server funkt. Der Flatrate-Anbieter readyf weiß z.B., dass die Zielgruppe für ihre erotischen SM-Schmonzetten Männer über 59 und Frauen zwischen 21 und 29 ist. Ob man sich das so intensiv vorstellen will, ist eine andere Sache.

Der US-Verlag Coliloquy verkauft Erkenntnisse aus Leserdaten an Autorinnen zurück. Welche Eigenschaften schätzen

sie an Protagonisten? Heldinnen, die sowohl stark als auch sensibel sind, langhaarig und langbeinig, und männliche Protagonisten, die groß sind, dunkel, grünäugig und moderat behaart auf der Brust. Das ist ganz wichtig: Haare auf dem Kopf ja, Haare auf der Brust: nein.
Jemand Alkohol an dieser Stelle?

In England schließen die Hälfte der Buchläden. Jeff Bezos verdient 260 Millionen Dollar am Tag. Die GAFA-Connection, Google, Apple, Facebook und Amazon, setzen zusammen mehr um als die ersten dreißig DAX-Unternehmen. Mediatheken der öffentlich-rechtlichen Sender nutzen unsere Arbeit, von Fernsehkomponistinnen, Hörfunkjournalisten, Fotografen, Kameramännern, Dokumentationsfilmern, Synchronsprechern – ohne die Nutzung zu dokumentieren oder zu vergüten. Sprecher für Hörbücher haben immer weniger Jobs für weniger Geld, da der Gigant Audible, eine Amazon-Tochter, 98 Prozent des digitalen Vertriebs hält und Verlage zwingt, Hörbücher in die Flatrate, sein Abomodell, zu geben und damit seine Marktmacht auszubauen. Als ich jüngst dagegen protestierte, verlangte der zwischengeschaltete Hörbuchverlag fünfzig Prozent meines Vorschusses zurück. Die Erpressung Amazons wurde unmittelbar an mich weitergegeben.

Am selben Tag erhielt ich einen Brief einer Leserin aus Indien. Er war sehr zärtlich. Ich genieße die virtuelle Nähe zu Menschen, die mich lesen. Egal auf welchem Weg.

Als freie Journalistin erhalte ich nur noch zwischen 25 und 50 Prozent dessen an Texthonorar, was noch 2003 üblich gewesen ist. Ich beendete meine Kolumne beim Hamburger Abendblatt 2011; mein Nachfolger erhielt 0 Euro, da, Zitat der Redaktion, eine Kolumne mit Bild doch „Werbung“



für ihn sei. Journalisten, die Anfang des Jahrtausends mit der Hälfte des Printhonorars entlohnt wurden, wenn ihre Texte online erschienen, erhalten heute für die Online-Verwertung: nichts.

Selbständigkeit für Journalisten, Literaturkritikerinnen, Fußballblogger ist eine Option, natürlich: nur funktionieren die Bezahlmodelle nicht breitflächig, weder freiwilliges Zahlen der Leser, noch Crowdfunding. Aber sie machen sich einen Namen. Sie stärken ihr Profil – Sichtbarkeit und unbezahlte Eigenleistung werden so zur Ersatzwährung, zur Investition in eine ungewisse Zukunft.

„Fotografen der freien Tageszeitungen dürfen froh sein, wenn ihr Name unter einem Bild steht und sie fünfundzwanzig Euro erhalten.“

(Sie wissen schon: ist doch Werbung). Fotografien, die bei Facebook erscheinen, dürfen laut AGB geteilt werden, so wurde eine Aufnahme meines Kollegen Leander Wattig von dem Panorama der Lutherstadt Wittenberg auf der Facebook-Fanseite der AFD Sachsen verwendet, ohne dass er gefragt worden wäre.

Insgesamt

Unsere Werke werden benutzt, aber ihre Schöpferinnen gelten als lästig. Autorinnen und Künstler werden als „Besitzstandswahrer“ (Malte Spitz) verunglimpft, als „Urheber-Rechts-Extremisten“ (Leonard Dobusch), als Copyright-Faschisten und Urheberrechtsverschärfungs-Lobbyisten.

Julia Reda zitierte nach einem Besuch bei ihrem inhaftierten Freund Peter Sunde, dem Pirate-Bay-Gründer, dessen Aussage, Gefängnis sei „ein bisschen wie Urheberrecht“. Reda wurde zur Haupt-Berichterstatteerin über eine Änderung des Europäischen Urheberrechts.

Ja, insgesamt ist die Debattengrundlage eher suboptimal.

Und schaut man in die Öffentlichkeit, sieht man, wie wenig sexy und Konsens es ist, für digitale Kultur zu bezahlen. Als ich 2017 in Berlin Steglitz bei Saturn einen neuen Fernseher kaufen wollte, empfahl mir der Geiz-ist-geil-Verkäufer einen Sony. Mit eingebautem Zugang zu Google Chrome. Und der praktischen Voreinstellung mit Zugang zu der Piraterie-Plattform Kinox.to. Mit Suchfunktion. Sie können sich meiner Replik vorstellen - und das mir erteilte Hausverbot erscheint mir im Nachhinein durchaus schlüssig.



Fazit:

1. Das Vorleistungsprinzip

Künstlerinnen und Künstler gehen heute (ich beziehe mich auf das freie Dasein, nicht im geschützten Raum staatlich geförderter Einrichtungen und Institutionen oder als Angestellte) permanent in Vorleistung, nicht nur bei ihrem Berufsstart. Sie arbeiten auf eigenes Risiko, nehmen unvergütete Arbeiten in Kauf, versuchen, sich „sichtbar“ zu machen. Im Internet entspricht die Eigenbewerbung, das Ausstellen unvergüteter Arbeit, einer Art öffentlichem Bewerbungsschreiben. Und auch wenn es Positiv-Beispiele gibt – der Satiriker, der über einen eigenen YouTube-Channel ein großes Publikum um sich schart, bevor er beim TV engagiert wird, der Comiczeichner, der sich im Internet einen Namen macht, weit bevor es nur einen einzigen bezahlten Auftrag gibt – so legen sie die Latte gleichzeitig höher: Um engagiert oder beauftragt zu werden, sollte man am besten schon sein Publikum mitbringen.

2. Das Gefällt-mir-Syndrom

Kunst richtet sich im Digitalen nach dem Markt, nach der Wertung „gefällt mir“ – und nicht nach der Kunst. Was gefällt, geliked, geteilt wird, bei Instagram getaggt oder von „Influencern“ (immerhin ein kreatives neues Geschäftsmodell) gefangirt wird, kommt durch. Nischen, Verstörendes, Komplexes, Kompliziertes, Massenfernes, und alles, was länger als eine kurze Zeitspanne dauert, kommt nicht durch. So sehen wir nur, was scheinbar bewertbar ist – und nicht mehr das, was jenseits von Bewertungen möglich ist.

3. Der Amateurmythos

Natürlich kann jeder und jede Kunst machen. Und das Internet, so hieß es, mache die Kunst unabhängig, frei, demokratisiere den Prozess. Bis zu einem gewissen Punkt ist das auch so; aber erst die Professionalisierung generiert Vergütung. Will eine Autorin, ein Musiker oder ein Schauspieler den Amateurstatus, das hobbyhafte Nebenbei ernsthaft verlassen und das Level von der Liebhaberei und des gelegentlichen Spaßes überspringen, brauchen er und sie professionelle, solvente Partner. Es ist eine Mär, dass durch Technik, Distributoren, Likes oder Followers die Partner der Kulturschaffenden unnötig geworden seien. Das sind sie nicht – wir brauchen sie zur Veredelung, zum Vertrieb, um uns mit Lizenzverhandlungen auseinanderzusetzen, um Zeit für die Leistung Kunst zu haben. Daran hat sich auch nichts durch ein paar Programme und neue digitale Vertriebsformen geändert.

4. Das Unveränderbare

Was sich nicht verändert hat, ist die Art, wie wir arbeiten. Eine Geschichte muss immer noch gut erzählt werden. Komponieren muss gelernt werden. Schauspieler haben lange Ausbildungen. Ich habe Ihnen heute mit derselben Erzähltechnik, wie sie schon Aristoteles benutzte, meine Geschichte erzählt. Ich muss mich genauso wie zu Schreibmaschinenzeiten quälen, nichts geht leichter im Kopf.



Was also tun wir jetzt, 2018?

1. Das Urheberrecht stört die großen Verteiler in ihrem Geschäftsmodell. Hier müssen wir Systeme entwickeln, die verlässlich sind und Missbrauch ausschließen. Ob dies mit Klassifizierungsmodellen von Anbietern und Portalen ist, ob mit international einheitlichen Standards der Markierung oder Meldemöglichkeit der Werke.

2. Julia Reda und ähnlich gelagerte Aktivisten wollen die Verwertungsgesellschaften abschaffen, weil sie den kostenfreien Datenfluss im digitalen Binnenmarkt stören würden. Hier gilt es, verbindliche gesetzliche Regelungen zu finden, da Verwertungsgesellschaften die einzige bis jetzt funktionierende Administration bieten, um Kulturwerke im Netz per Lizenz zu verwalten.

3. Der Konsument ist daran gewöhnt, im Internet auf billigen Konsum von Kulturwerken zu stoßen. Wir sollten mehr darüber reden, wie nötig Kunst ist, wie sie eine Gesellschaft, ein Individuum prägt, stärkt und stabilisiert, wer beteiligt ist – und was sie jenseits der Wertschöpfung wert ist.

4. Von der Distribution im Web profitieren nicht wir, sondern Monopole und illegale Geschäftsmodelle. Wir müssen, zur Not auch branchenübergreifend, Distributionsformen finden, die uns von Monopolen lösen.

5. Unter diesem asymmetrischen Markt reagiert die Kulturbranche mit dem Drang, investitionssichere Werke zu produzieren. Wir müssen uns selbst daran erinnern, nicht nur marktgleitfähiges Material zusammen zu klatschen.



Nina George

Wir müssen uns auch erinnern, dass wir mehr denn je gebraucht werden.

Am Montag sah ich in Chemnitz wen Gesicht zeigen? Musiker und Autorinnen.

Wer nimmt Trump aufs Korn und entzaubert ihn? Journalisten, Bibliothekare und Comedians. Wer organisierte Protest und Sichtbarkeit für in der Türkei inhaftierte regimekritische Journalistinnen? Autoren und Verlage.

Im Angesicht dieser Gegenwart wäre nicht mehr zu schreiben, wie nicht mehr zu atmen, nicht mehr zu küssen, nicht mehr zu leben. Das ist keine Option.

Danke.



Es gilt das gesprochene Wort.

Die Rede liegt in der schriftlichen Fassung als umfassenderer Ursprungstext als der vor Ort gekürzte Vortrag vor.