zu, dass du dazugehörst! Jetzt ist das Ende des Ellenbogens erreicht.

Der ewige Kampf passt nicht mehr in eine Zeit, in der selbst aus dem einst von Michael Douglas gespielten „Wallstreet"-Finanzhai in der Fortsetzung ein geläuterter Langweiler wurde. In der alle von „Work Life Balance" reden und Chefs daran gemessen werden, wie gut sie ihre Untergebenen verstehen.

Wie sehr sich die Welt – und mit ihr das Fernsehen – gewandelt hat, lässt sich auch am völligen Verschwinden von Castingsendungen wie „Big Boss" ablesen. Damals mussten Bewerber vor einer Manager-Jury rund um Reiner Calmund antreten und sich Woche für Woche anhören, was für Versager sie doch seien – und das alles für ein zweifelhaftes Karriereversprechen. Heute sendet das Privatfernsehen Formate wie „Undercover Boss". Nun mühen sich die Chefs von Burger-Bratereien, Putzkolonnen und Hotelketten als Praktikanten auf den untersten Stufen ihrer eigenen Firmen ab. Es geht um Verständnis und das Ich-bin-doch-einer-von-euch-Gefühl.

Selbstverständlich interessiert sich das Privatfernsehen für gesellschaftliche Umbrüche gar nicht, es reagiert aber aus Quotengründen dennoch oft überraschend sensibel. Und neuerdings sind alle furchtbar nett zueinander. Angefangen hatte das schon vor zwei Jahren mit Stefan Raabs „Unser Star für Oslo". Die Show war als Gegenentwurf zu „DSDS" konzipiert. Während Dieter Bohlen sich in der Pose des knallharten Musik-Business-Manns präsentierte, mimte Raab den freundlichen Arbeitgeber, dem am Wohl seiner Leute tatsächlich etwas liegt.

Gut in diese neue Zeit passt auch Nena. Bei „The Voice of Germany" war sie nur Casting-Mama, nie Scharfrichterin. Fast immer fand sie alles „super", was auf der Bühne so zusammengesungen wurde. Und wenn sich die Jury stritt, dann höchstens darüber, wer den jeweiligen Kandidaten noch mehr ins Herz geschlossen hatte. Die Juroren der neuen Kuschel-Castings verstehen sich – wie die neuen Chefs – nicht als Drill-Sergeants, sondern als Brüder und Schwestern und größte Fans der eigenen Schöpfungen.

Anfangs stellte „The Voice of Germany" das ganze Spiel auf den Kopf. In der ersten Runde kämpften nämlich nicht nur die Kandidaten um die Anerkennung der Jury. Besonders gute Sänger konnten unter den Juroren auswählen, wen sie als Mentor wollten. Auf einmal mussten die Chefs um das Wohlwollen der Kandidaten streiten. Das war neu und amüsant. Aber irgendwann hatten sie ihre Kandidaten ausgesucht. Und alles war wieder wie in „DSDS". Nur ein bisschen netter. Schon ließen die Quoten nach. Nur lieb ist auch langweilig.

Markus Brauck, Alexander Kühn

DEBATTE

Digitales Freibier

Ein funktionierendes Urheberrecht ist dringend nötig.

Von Martin Moszkowicz

Wie kann, wie muss in der Internetära der Schutz der Urheberrechte gewährleistet werden? Oder soll es überhaupt keine Barrieren mehr geben, wie ein Teil der Netzgemeinde fordert? Vergangene Woche attackierte SPIEGEL-Autor Stefan Niggemeier die Verwertungsindustrie. Ihm antwortet einer der bekanntesten Filmproduzenten des Landes.

Ist das Urheberrecht die Erfindung einer profitgierigen Rechteindustrie? Ist das illegale Herunterladen von Filmen, Musik und Büchern legitim oder doch zumindest verständlich, weil legale Angebote künstlich verknappt und nur unzureichend zur Verfügung gestellt werden? Haben die Verwerter, also Verlage oder Plattenfirmen, nicht das Gemeinwohl im Sinn, sondern nur ihren Profit?

Mit bemerkenswerter Ignoranz sprechen viele Netzaktivisten den Verwertern das Recht ab, mit Inhalten Geld zu verdienen. Die Argumentation dieser kleinen, aber lautstarken Gruppe lautet, dass die Vertriebsarbeit von Verlagen, Filmauswertern und Fernsehanstalten im Zeitalter des Internets nicht mehr notwendig sei. Es könne ja jeder direkt alle Inhalte aus dem Netz heraus konsumieren.

Der grundsätzliche Irrtum basiert auf der naiven Vorstellung, dass jedes Werk – egal ob Artikel, Buch, Song oder Film – nicht einzigartig ist, sondern heute von jedem konzipiert, hergestellt, vertrieben und verwertet werden kann. Jeder kann Künstler sein. Jeder könnte also auch zum Beispiel „Let it be" schreiben – kann doch nicht so schwer sein! Auf jeden Fall ist es nicht so viel wert, dass man den Zugang dazu gegen Bezahlung einschränken sollte.

Deshalb ist aber das Netz voll von Videos tanzender Katzen und beißender Kleinkinder. Dieser „User-generated-Content" wird milliardenfach konsumiert, gezahlt wird mit der Währung, die heute wertvoller ist als Gold: Aufmerksamkeit und persönliche Daten – am besten beides. Die irrwitzig hohen Bewertungen von Google, Facebook & Co. basieren darauf, dass dieses Geschäftsmodell unverändert weitergeführt werden kann.

Die Hersteller und Verwerter sollen also nichts von dem Kuchen abbekommen. Allenfalls die Urheber ein bisschen, aber dann nur direkt vom Konsumenten. Dass Google oder Facebook durch die Werbeschaltungen Milliardengewinne erzielen wie auch die Telekom-Konzerne durch die Gebühren fürs Netz, wird seltsamerweise von den Vertretern einer digitalen Freikultur nicht in Frage gestellt.

Unser Urheberrecht schützt jeden Urheber, also auch das beißende Baby beziehungsweise seine Eltern. Sie haben sich als Urheber zu einem kostenfreien Verwertungsweg entschlossen. Das ist ihr gutes Recht, denn das Urheberrecht hat nichts mit dem Schutz von Filmfirmen zum Beispiel und deren vermeintlicher Gewinnsucht zu tun. Im Gegenteil: Wenn Verlage, Musik-Labels und Filmfirmen künftig überflüssig werden sollten, weil die Autoren, Musiker und Filmemacher ihre Werke selbst herstellen und vermarkten, dann werden die Künstler umso mehr darauf angewiesen sein, dass ihre Werke geschützt werden. Denn auch das Recht zu entscheiden, wie die Verwertung stattfindet, ist nur mit einem funktionierenden Urheberrecht gewährleistet.

Verlagsstand auf der Leipziger Buchmesse:

Als Filmproduzent bin ich eher nicht bereit, für das beißende Baby zu zahlen, sondern hoffe auf das einzigartige, das außergewöhnliche Werk. Dafür bin ich

bereit, den Urheber, also Künstler, vorab zu bezahlen und ihn dann auch an der Verwertung zu beteiligen. Seine Vergütung misst sich an seinem Marktwert und seine Beteiligung an dem Erfolg seines Werks. Auch ein Künstler hat einen Marktwert, aber nur er als Urheber hat ein ausschließliches Recht an seinem Werk. Er trifft die Entscheidung über die Wiedergabe in der Öffentlichkeit. Er entscheidet, wann und wie und ob überhaupt mit seinem Werk Geld verdient wird – und er ist auch frei, es zu verschenken. Oder eben nicht.

Grundsätzlich werden von den Vorkämpfern einer digitalen Freikultur jedoch die Verwerter angegriffen, weil sie das Gemeinwohl nicht im Sinn hätten: Durch die neue Technologie müsse dem Kunden gegeben werden, was er für einen „fairen" Preis hält, und zwar zu dem Zeitpunkt, den er sich wünscht. Bitte? Soll in Zukunft nicht der „Markt", also das Zusammenspiel von Angebot und Nachfrage, sondern der Kunde allein die Preise von Produkten bestimmen? Cool, oder? Wirklich? Es wird so getan, als würde die Diktatur durch den Kunden die Situation automatisch verbessern. Den Milchbauern ist das zum Beispiel gar nicht gut bekommen.

SEBASTIAN WILLNOW / DAPD

Auch ein Künstler hat einen Marktwert

Das alleinige Argument für die Vergesellschaftung digitaler Inhalte ist also, dass das Urheberrecht dem Gemeinwohl dienen soll. Und wenn es ihm nicht freiwillig dient, hol ich's mir selbst.

Die billige Polemik, die gierigen Platten-, Filmfirmen und Verlage zum Sündenbock machen zu wollen, erinnert an die Rechtfertigung vom Teenager, der im Kaufhaus klaut: Es trifft ja nur die reichen Bonzen. Oder das Argument des Schwarzfahrers: Die U-Bahn fährt ja sowieso. In Wahrheit gibt es nur einen einzigen Grund, warum das Urheberrecht in Gefahr ist: Die neuen technischen Gegebenheiten machen es so leicht, es zu verletzen.

Natürlich muss sich das Urheberrecht neuen Herausforderungen und technischen Entwicklungen anpassen, was es seit Anbeginn auch kontinuierlich getan hat. Hätte nicht der Staat die Pflicht, bei einem versagenden Markt genau dann einzugreifen, wenn er die bestehende Situation verbessern kann? Eine entsprechende Anpassung des Urheberrechts steht zur Entscheidung an, liegt aber schon lange auf Eis, weil Justizministerin Sabine Leutheusser-Schnarrenberger die Dringlichkeit nicht erkennt.

Das Angebot legaler Möglichkeiten, Unterhaltung im Netz zu konsumieren, hat sich in den vergangenen Jahren vervielfacht. Trotzdem werden in Deutschland beim heimischen Filmkonsum weniger als fünf Prozent mit legalen Downloads umgesetzt. Gleichzeitig ist auch Musik weltweit zu historisch niedrigen Preisen erhältlich. Das Netz braucht also neue Geschäftsmodelle, aber solange der Preis von Plattformen wie Megaupload und Kino.to vorgegeben wird, die die Inhalte zum eigenen Gewinn, aber ohne Beteiligung von Urhebern, Herstellern und Verwertern verbreiten, wird das nicht möglich sein.

Ohne rechtliche Rahmenbedingungen, die mit der technologischen Entwicklung Schritt halten und die es Urhebern und Verwertern ermöglichen, ihre Produkte effektiv zu schützen, schreitet die Gratis-Mentalität weiter voran. Und das Unrechtsbewusstsein schwindet. Viele nehmen inzwischen den Gratis-Download als ihr gutes Recht wahr, das es gegen die sogenannte Content-Mafia zu verteidigen gilt. Diese Haltung hat mit entsprechender publizistischer Begleitung eine ungeheure Eigendynamik entfaltet bis hin zu einer eigenen Partei, deren Name den Internetdatenklau romantisch verklärt, und einer populistischen Sogwirkung bis weit in die etablierten Parteien hinein.

Verständlich ist ja, dass die digitale Variante von „Freibier jederzeit und für alle" unwiderstehlich verlockend ist. Doch gleichzeitig ist offensichtlich, dass diese Rechnung nicht aufgehen und es am Ende gar kein Bier mehr geben kann.

Moszkowicz, 53, ist Filmproduzent („Das Parfum", „Die Päpstin", „Wickie") und sitzt im Vorstand der Münchner Constantin Film AG.