

# Grundeinkommen statt Urheberrecht?

Warum kommt so wenig vom Umsatz der Kreativwirtschaft bei den Kreativen selbst an?

ILJA BRAUN

Als 2012 in Deutschland die große Debatte um das Urheberrecht im digitalen Zeitalter geführt wurde, ist immer wieder ein angeblicher Mangel an Respekt vor dem »Wert der Kreativität« beklagt worden. Meist stand dieser Vorwurf im Zusammenhang mit der allgegenwärtigen Piratediskussion – die einzige Diskussion in Sachen Urheberrecht, für die eine Mehrheit von Urhebern sich je interessiert hat. Jene Mehrheit nämlich, die von ihrer Arbeit unbestrittenermaßen nicht oder nur schlecht leben kann. Früher war daran immer die »Kulturindustrie« schuld, jetzt mussten die Piraten den Kopf hinhalten.

Zu Recht? Der Umsatz der deutschen Kreativwirtschaft betrug im Jahr 2012 142,83 Milliarden Euro. Die von den Verwertern an die Künstlersozialkasse gemeldete Gesamtsumme der im selben Jahr an Kreative gezahlten Honorare betrug hingegen nur 4,8 Milliarden Euro, und das Durchschnittseinkommen der 177.219 bei der Künstlersozialkasse gemeldeten Kreativen lag sogar bei nur 14.557 Euro – insgesamt also bei etwa

2,6 Milliarden Euro und somit nicht einmal 2 Prozent des Gesamtumsatzes der Branche. Von dem Wert, den Kreative schaffen, kommt offenbar nur wenig bei ihnen an. Ganz im Gegensatz zum Grundgedanken des Urheberrechts, dass dem Kreativen der wirtschaftliche Gegenwert seiner Leistung zukommen soll.

Dass daran Piraten und Raubkopierer schuld sein sollen, kann man bestenfalls als weit hergeholt bezeichnen. Der Höhepunkt der Urheberrechtsdebatte liegt weit genug zurück, um eine kritische Bilanz zu ziehen. Das muss

**Früher war die »böse« Kulturindustrie schuld an der Misere, jetzt sind es die Piraten**

auch aus Urhebersicht möglich sein. Dass Urheberinnen und Urheber ein Bedürfnis haben, das Ansinnen einer umfassenden Sozialisierung kreativer Arbeit zurückzuweisen, ist verständlich. Unverständlich ist ihr Mangel an

analytischer Sorgfalt. Und fatal ist, dass sie sich haben einreden lassen, an ihrer prekären Situation seien das Internet und die dort verbreitete »Gratismentalität« schuld.

Nur wenigen ist offenbar noch in Erinnerung, dass die Verwerter im Jahr 2002 eine Gesetzesnovelle, die für Urheberinnen und Urheber ganz reale Verbesserungen gebracht hätte, mit einer großen Medienkampagne fast zu Fall gebracht haben. Die Rede ist natürlich von dem rot-grünen Urhebervertragsrecht, das, als es schließlich in Kraft trat, so verwässert war, dass seine Wirkung bis heute gleich Null ist. Damals gab es, zumindest aus Sicht der meisten Urheber, noch kein Internet, dem man die Schuld daran hätte geben können. Sehr wohl gab es aber Akteure, die damals wie heute ein großes Interesse daran haben, dass Urheber die Schuld für ihre prekäre Lebenslage überall suchen, nur nicht in den Kräfteverhältnissen auf dem freien Markt.

Der Schulterchluss der Urheber mit den Verwertern, wie er am deutlichsten in der von einem Literaturagenten in Kooperation mit dem ZEIT-Verlag initiierten Urheber-Kampagne zum

Ausdruck kam, kann rückblickend als der Todesstoß gesehen werden, den die Urheber selbst dem Urhebervertragsrecht versetzt haben. Sie brauchen sich angesichts ihrer öffentlich zur Schau gestellten Solidarität mit den Verwertern nicht zu wundern, wenn die Politik jetzt glaubt, sie hätte sich in die Kräfteverhältnisse auf dem freien Markt nicht mehr einzumischen. Kein Wunder, dass dann bei einer Urheberrechtsreform nicht mehr herauskommt als eine Eindämmung des Abmahnungswesens.

Am schwersten wiegt jedoch, dass die Urheberinnen und Urheber die wesentliche Umwälzung, die die Digitalisierung mit sich gebracht hat, nicht nur ignoriert, sondern bisweilen sogar abgestritten haben: die Verallgemeinerung der Kreativität. »WIR sind die Urheber«, riefen sie dieser Entwicklung entgegen. Deutlicher kann man nicht zum Ausdruck bringen, dass man sich mit dem Pöbel nicht gemein machen möchte. Was freilich an der Faktenlage wenig ändert: Es gibt im Internet eine blühende Kultur von Remixen und Mash-ups, und es gibt Publikations- und Distributionsmöglichkeiten für eigene Inhalte, von denen man vor 20

Jahren nur träumen konnte. Und es gibt jede Menge digitale Gatekeeper, die sich die Rechte an diesen Werken, vor allem aber die Daten der Nutzerinnen und Nutzer ohne nennenswerte Gegenleistung aneignen.

Wenn man sich vergegenwärtigt, dass zwischen »Mein Werk gehört mir« und »Meine Daten gehören mir« gar kein so großer Unterschied liegt, hätte es hier durchaus die Chance auf eine neue Art von Solidarität gegeben. Wer weiß, vielleicht hätten Urheberinnen und Urheber, Nutzerinnen und Nutzer sich sogar darauf verständigen können, gemeinsam für ein bedingungsloses Grundeinkommen einzutreten – mit der Begründung, dass wir schließlich alle einen Beitrag zur digitalen Allmende leisten.

Stattdessen haben sie sich für die Verteidigung ihrer Privilegien entschieden. Wem das nützt, ist klar.

Ilja Braun ist Literaturübersetzer und Journalist. Sein Buch »Grundeinkommen statt Urheberrecht? – Zum kreativen Schaffen in der digitalen Welt« ist im März 2014 bei transcript erschienen