

# Internet und “Independent Labels”

Magisterarbeit an der Freien Universität Berlin  
Institut für Publizistik- und Kommunikationswissenschaft

Erstgutachter: Prof. Dr. Gernot Wersig  
Zweitgutachter: Prof. Dr. Hermann Haarmann

vorgelegt von Peer Göbel  
am 28.04.2004

Danziger Straße 65  
10435 Berlin  
030/ 44 03 24 19  
pgoebel@mi.fu-berlin.de

# Inhaltsverzeichnis

<b>1. Einleitung</b> .....	<b>4</b>
<b>2. Musik im Industriezusammenhang</b> .....	<b>7</b>
<b>2.1 Gegenwärtige Struktur der Musikindustrie</b> .....	<b>7</b>
<b>2.2 Geschichte</b> .....	<b>11</b>
2.2.1 Die Anfänge.....	11
2.2.2 Radio.....	12
2.2.3 Das Vinyl-Zeitalter .....	14
2.2.4 Digitalisierung und Internet.....	16
<b>2.3 Grundzüge des Urheberrechts</b> .....	<b>18</b>
<b>2.4 Independent Labels</b> .....	<b>27</b>
2.4.1 Überblick .....	27
2.4.2 Entstehung – Die ersten unabhängigen Plattenfirmen .....	27
2.4.3 Philosophie – Gegenmodell und Dissidenz.....	31
2.4.4 Mainstream der Minderheiten – Postmoderne Tendenzen .....	33
<b>3. Computer und Internet</b> .....	<b>39</b>
<b>3.1 Geschichte</b> .....	<b>39</b>
<b>3.2 Entwicklungen und Merkmale im Zusammenhang mit Musik</b> .....	<b>47</b>
3.2.1 Digitale Kopie .....	47
3.2.2 CD-Laufwerke und -Brenner .....	47
3.2.3 Kompressionsverfahren .....	48
3.2.4 Peer-to-Peer-Tauschbörsen.....	49
3.2.5 Aufmerksamkeit im World Wide Web .....	53
<b>3.3 Internet-Kultur</b> .....	<b>55</b>
3.3.1 Entwicklung .....	55
3.3.2 Zentrale Gruppierungen .....	57
3.3.2.1 Hacker.....	57
3.3.2.2 Open Source-Bewegung .....	59
3.3.2.3 Free Speech-Bewegung.....	61
3.3.2.4 Cracker- und Warez-Szene .....	62
3.3.2.5 MP3-Szene .....	63
3.3.2.6 Tauschbörsen und die „Generation Copy“ .....	64

<b>4. Internet-Kultur und Independent-Philosophie.....</b>	<b>68</b>
4.1 Parallelen – Anspruch, Organisation und Mythen .....	68
4.2 Konflikte – Freiheit der Information.....	70
4.3 Derzeitige Situation – „Generation Copy“ und Chancen für Independent Labels.....	73
<b>5 Zusammenfassung und Ausblick.....</b>	<b>83</b>
<b>6. Literatur .....</b>	<b>85</b>

# 1. Einleitung

Mit der Digitalisierung von Musik und der Verbreitung von internetfähigen Personal Computern sieht sich die Musikindustrie einer neuen Situation gegenüber. Die neue Medienkonstellation betrifft sowohl die Bereiche der Produktform, der Nutzung und der Rechteverwertung, eröffnet aber auch neue Möglichkeiten für Distribution und Marketing. Musik kann ohne klanglichen Qualitätsverlust kopiert und auf eigene Träger gebrannt werden. Der Computer wird zum Abspiel-, Informations-, Bezugs- und Kopiergerät. Über Tauschbörsen wie Kazaa, Edonkey und Gnutella wird ein weltweiter privater Dateitransfer mit urheberrechtlich geschütztem Material in großem Ausmaß möglich.

Der weltweite Umsatz mit Tonträgern war nach den expandierenden 90er Jahren ab 1999 rückläufig, im Jahre 2002 fiel er im Vergleich zum Vorjahr um 7,3%<sup>1</sup>, im Jahre 2003 erneut um 7,6%<sup>2</sup>. In Deutschland, dem weltweit fünftgrößten nationalen Tonträgermarkt, sanken die Verkaufszahlen im Jahr 2003 um 19,8%, im Vergleich zum Umsatz von 1999 summiert sich der Rückgang auf ein Drittel.<sup>3</sup> Gleichzeitig überstieg die Anzahl von mit Musik bespielten CD-Rohlingen seit 2001 die Menge der verkauften Musik-CDs - im Jahre 2003 sogar um mehr als das Doppelte (325 Millionen gegenüber 133,6 Millionen Stück)<sup>4</sup>. Für den deutschen Verband der Phonographischen Industrie ist die Sache klar: Die Krise der Musikindustrie sei direkt auf den Tausch von Musik im Internet und das private Brennen von CDs zurückzuführen<sup>5</sup>.

Das Internet entstand ursprünglich für eine enge wissenschaftliche Nutzergruppe, war technisch für einen unregulierten Datentransfer angelegt und wurde kulturell vom Hacker-Ethos und der Idee des frei zugänglichen Quellcodes bestimmt. Für eine kommerzielle Nutzung, wie sie im Laufe der 90er Jahre nach der Verbreitung des Netzes im Zuge der Euphorie um das World Wide Web und der rasanten technologischen Entwicklung angestrebt wurde, bereiteten die dezentrale und transnationale Struktur sowie die offenen Standard-Protokolle Schwierigkeiten. Vor diesem Hintergrund entwickelte sich in den Computernetzen eine Kultur, die anhand der technischen Möglichkeiten eigene

---

<sup>1</sup> Vgl. Bundesverband der Phonographischen Wirtschaft e.V., Deutsche Landesgruppe der IFPI e.V., Deutsche Phonoakademie e.V. (im folgenden: BV Phono) (2003a): Phonographische Wirtschaft. Jahrbuch 2003. Starnberg. S.54

<sup>2</sup> International Federation of the Phonographic Industry (im folgenden: IFPI) (2004a): Global music sales fall by 7.6% in 2003 – some positive signs in 2004. 7.4.2004. <http://www.ifpi.com/site-content/statistics/worldsales.html> [2004-04-18]

<sup>3</sup> Vgl. BV Phono (2004a): Jahreswirtschaftsbericht 2003. Starnberg. S.7

<sup>4</sup> Von den 714 Millionen gebrannten Rohlingen wurden laut der „Brennerstudie“ der Gesellschaft für Konsumforschung (GfK) 44% mit Musik bespielt. Vgl. Gesellschaft für Konsumforschung (im folgenden: GfK) (2004): Brennerstudie 2004. 30.3.2004. <http://www.ifpi.de/news/379/brennerstudie2004.pdf> [2004-04-22] S.7

<sup>5</sup> Vgl. BV Phono (2004a), S.16ff.

Interaktionsformen und Wertsysteme ausbildete, die auch im Zusammenhang mit der Musikindustrie relevant sind.

Die Selbstverständlichkeit, mit der im Internet mit kostenlosen digitalen Kopien und Tauschbörsen umgegangen wird, gründet zum Teil im Hacker-Ethos und der Quasi-Anonymität der Computernetze, zum Teil in einem der großen Mythen der Popkultur, dem des Widerstands und der Ablehnung von Kommerzialisierung und Vereinnahmung.

Der Tonträgermarkt ist durch Konzentrationsprozesse und z.T. spektakuläre Übernahmen gekennzeichnet und wird seit den 50er Jahren von einigen wenigen global organisierten Unternehmen der Medien- und Elektronikbranche, den sogenannten „Major Labels“ (oder „Majors“), oligopolistisch dominiert. Die derzeit fünf Majors (Bertelsmann Music Group, Sony Music, Warner Music, EMI, Universal Music) vereinen etwa drei Viertel der weltweiten Tonträgerverkäufe<sup>6</sup>, das restliche Viertel wird von kleinen Plattenfirmen, den „Independent Labels“ (oder „Independents“/„Indies“) eingenommen. Die Unterscheidungslinie wird primär anhand des Vorhandenseins eines firmeneigenen Vertriebsnetzes gezogen, aber auch hinsichtlich der einfachen Größe, der Entscheidungen aufgrund von ästhetischen oder kommerziellen Aspekten und der Firmenkultur. Während die Indies vor allem spezialisierte Szenen bedienen und neue Künstler aufbauen, profitieren die schwerfälligen Majorlabels von den Innovationen und Marktsegmentierungen, indem sie erfolgreiche Künstler und Konzepte übernehmen. Independent Labels haben häufig den Ruf eines authentischen Gegenmodells, bei dem die Künstler fair am Gewinn beteiligt werden.

Die Literatur ist sich weitgehend darüber einig, dass das Internet die Strukturen der Musikindustrie verändern wird. Dabei wird der Fokus vor allem auf die Major Labels gelegt. Die Einschätzungen ziehen sich von apokalyptischen Visionen eines Endes der bisherigen Musikindustrie bis zu geringfügigen Schwerpunktverlagerungen in den Aufgabenbereichen der beteiligten Akteure. Für die spezifischen Problemfelder der Indies hingegen - die Distribution und die geringen Mittel für Werbung und Medienpräsenz - könnte das Internet jedoch entscheidende Vorteile bieten. Die derzeitigen Umstrukturierungen verweisen nicht nur auf einen technologischen Wandel, sondern auch auf die generellen soziokulturellen Veränderungen des ausgehenden 20. Jahrhunderts, von der die Internet-Gruppierungen einerseits Erscheinungsformen sind und zu der die neuen Technologien andererseits beitragen.

---

<sup>6</sup> IFPI (2003): IFPI releases comprehensive yearbook on the global market for recorded music. 9.9.2003. <http://www.ifpi.org/site-content/press/20030909.html> [2004-02-09]

In dieser Arbeit soll der Zusammenhang von Independent Labels und Internet untersucht werden, indem ihre kulturellen Formationen und deren Wertvorstellungen vor dem Hintergrund der gesellschaftlichen Veränderungen der letzten Jahrzehnte verfolgt und schließlich miteinander in Beziehung gesetzt werden. Es soll argumentiert werden, dass die Computernetze maßgeblich durch ihre Nutzerkultur gekennzeichnet und strukturiert sind, ebenso wie sich die spezifischen Merkmale von Independent Labels von ihrer Verortung in spezialisierten Szenen und der Orientierung an einer Independent-Philosophie ableiten lassen. Daher wird neben den technologischen und ökonomischen Rahmenbedingungen insbesondere eine Charakterisierung von Netzkultur und Independent-Formation entworfen, um aus ihren Konflikten und Parallelen eine Einschätzung der Folgen der neuen Mediensituation für unabhängige Labels zu entwickeln.

Im ersten Teil der Arbeit wird zunächst eine Einführung in die Strukturen und Geschichte der Musikindustrie und in das Urheberrecht gegeben. Da Independent Labels und ihre Philosophie in der Literatur noch wenig zusammenfassend beleuchtet wurden, sollen sie vor diesem Hintergrund ausführlich dargestellt werden (Kapitel 2).

Der Komplex Internet wird am Anfang des zweiten Teils mit seiner Technologiesgeschichte eröffnet. Daran anschließend werden die besonderen Merkmale und Entwicklungen der Computernetze in Bezug auf Musik dargestellt sowie die Entwicklung der Netzkultur nachgezeichnet und deren zentrale Gruppierungen charakterisiert (Kapitel 3).

Im dritten Teil werden die beiden Argumentationslinien zusammengebracht, indem die strukturellen Gemeinsamkeiten und Konflikte der beiden Wertsysteme untersucht werden. Schließlich wird auf dieser Darstellung aufbauend erörtert, wie sich die beschriebenen technologischen, kulturellen und ökonomischen Tendenzen für die Independent Labels auswirken (Kapitel 4).

## 2. Musik im Industriezusammenhang

### 2.1 Gegenwärtige Struktur der Musikindustrie

Der Begriff Musikindustrie konnte sich in den 1920er Jahren etablieren<sup>7</sup> und beschreibt die „Gesamtheit der an Musik gebundenen Prozesse der industriellen Produktion und Verbreitung von Trägermedien“<sup>8</sup>. Es besteht weitgehend Einigkeit darin, dass es „die Plattenfirmen sind, die das Machtzentrum der [Musik-]Industrie besetzen“<sup>9</sup>. An dem gesamten Produktkreislauf sind allerdings weit mehr Akteure beteiligt als nur die zentrale Tonträgerindustrie (Labels, Musikverlage, Studios und Presswerke). Neben dem Groß- und Einzelhandel geraten insbesondere die Massenmedien Rundfunk und Fernsehen sowie diverse Begleitmedien (Zeitschriften, Werbung etc.) in ihrer absatzprägenden Funktion ins Blickfeld. Der musikalisch-kreative Prozess wird meist außerhalb der Musikindustrie im engeren Sinne verortet, und die Künstler bilden in diesem Zusammenhang eine eigene Interessengruppe, die von kollektiven Verwertungsgesellschaften, die treuhänderisch die Erlöse aus Rundfunk, Konzerten und Leermedien unter den Urhebern verteilen, vertreten wird.

Die Musikindustrie hat sich seit der Weltwirtschaftskrise 1929-33 und insbesondere in den Jahrzehnten nach dem Zweiten Weltkrieg zu einem hochgradig integrierten und global organisierten Industriezweig entwickelt, der von wenigen, meist der Elektronik- oder Medienbranche angehörigen Unternehmen dominiert wird.

Die fünf großen Plattenfirmen („Majors“ oder „Major Labels“) nahmen wie erwähnt 2002 etwa 75% des Tonträgermarkts ein<sup>10</sup>, wobei sich auf Universal Music<sup>11</sup> 25,9% des Umsatzes, auf Sony Music<sup>12</sup> 14,1%, auf Electrical and Music Industries Ltd. (EMI)<sup>13</sup> 12,0%, auf Warner Music<sup>14</sup> 11,9% und auf die Bertelsmann Music Group (BMG)<sup>15</sup> 11,1% verteilen.

---

<sup>7</sup> Vgl. im folgenden Wicke, Peter (1997a): Musikindustrie im Überblick. Ein historisch-systematischer Abriss. <http://www2.rz.hu-berlin.de/fpm/texte/musikind.htm> [2004-02-09]

<sup>8</sup> Wicke, Peter (1997b): Gesamtübersicht. [http://www2.hu-berlin.de/fpm/graf\\_tab/gesamt.htm](http://www2.hu-berlin.de/fpm/graf_tab/gesamt.htm) [2004-02-09]

<sup>9</sup> Garofalo, Reebee (1994): Die Relativität der Autonomie. In: PopScriptum 2/94, S.9-30. Online: <http://www2.rz.hu-berlin.de/fpm/texte/garofalo.htm> [2004-04-22] S.11

<sup>10</sup> Insgesamt sind die Verhältnisse auf dem Tonträgermarkt schwer überschaubar, da die Independents zum Teil nicht organisiert sind und die einzigen vorliegenden Zahlen auf nicht offengelegten Bezugsgrößen basieren. Vgl. IFPI (2003).

<sup>11</sup> Muttergesellschaft: Vivendi Universal. Geschäftsfelder: Medienbranche: Film, PayTV, Computerspiele; Telekommunikation.

<sup>12</sup> Muttergesellschaft: Sony. Geschäftsfelder: Unterhaltungselektronik: Audio, Video, TV, Computer, Komponenten.

<sup>13</sup> Geschäftsfelder: Tonträger und Verlag

<sup>14</sup> Muttergesellschaft: AOL Time Warner. Geschäftsfelder: Medienbranche: Online, Film, TV, Print.

<sup>15</sup> Muttergesellschaft: Bertelsmann. Geschäftsfelder: Medienbranche: Rundfunk, Print, Dienstleister, Buchclub.

Diese oligopolistische Struktur kann trotz Umstrukturierungen in Krisenzeiten, die meist mit der Einführung neuer Medien und kulturellen Brüchen zusammenhängen<sup>16</sup>, und z.T. spektakulären Übernahmen als maßgebliche Schablone der Musikindustrie bis in die 50er Jahre zurückverfolgt werden. Der Schluss von der monolithisch angelegten Gesamtstruktur des Tonträgermarkts auf seine Inhalte, kulturellen Wirkungen und Kalkulierbarkeit ist allerdings nicht zulässig. „Überzogene[n] Vorstellungen von der Manipulationskraft dieses Zusammenhangs“<sup>17</sup> steht der Fakt entgegen, dass sich die Erfolgsquote mit einem Anteil von 10% an den jährlich veröffentlichten Produktionen (7% kostendeckend, 3% mit Gewinn, der die übrigen 90% verlusthaften Veröffentlichungen finanziert) seit Mitte der fünfziger Jahre nicht mehr verändert hat<sup>18</sup>.

Um den Prozess operationalisierbar zu machen, geht die Musikindustrie nicht von vorhandenen Musikbedürfnissen aus, sondern versucht, „für ein auf Tonträger am Markt präsenten Stück Musik so kontrolliert wie möglich ein Publikum aufzubauen“<sup>19</sup>. Die Marketing- und Promotionmechanismen und vielfältigen Chartssysteme erfüllen deshalb Schlüsselfunktionen für die Tonträgerfirmen.

Die Independents sind dadurch gekennzeichnet, dass sie im Gegensatz zu den Majors kein eigenes Vertriebsnetz besitzen und auf Verträge mit unabhängigen Vertrieben angewiesen sind. Ihre Formen erstrecken sich von Ein-Personen-Enthusiasten-Unternehmen bis zu sog. „Major-Indies“, die in verschiedenem Grade den Marktmechanismen folgen. Während für die großen Labels das Material „nicht in seiner besonderen musikalischen Gestalt, sondern nur als Verkörperung eines Bündels verwertbarer Rechte von Interesse“<sup>20</sup> ist, entwickeln sich die meisten Independent Labels aus einer bestimmten Szene heraus und konzentrieren sich auf eine Musikrichtung. Sie gelten als musikalische Innovatoren, die neue Marktnischen erschließen und Künstler aufbauen. Die schwerfälligen Majors folgen in die neuen Absatzgebiete mit Nachproduktionen, Künstlerübernahmen oder ganzen Labelaufkäufen.

Die Verwertungskette von Musik mit Tonträgern<sup>21</sup> spannt sich von der Schaffung des Werks (Textdichter, Komponisten, Musiker, Verleger) über die Aufnahme, Vervielfältigung und das

---

<sup>16</sup> Vgl. Kapitel 2.2 Geschichte

<sup>17</sup> Wicke (1997a)

<sup>18</sup> Vgl. ebda. Andere Autoren sprechen von einem Verhältnis von 10 zu 10 zu 80% oder 5 zu 95%, entscheidend bleibt trotz der Problematik der genauen Datenbasis der große Anteil der unrentablen Veröffentlichungen. Vgl. etwa Burnett, Robert (1996): *The Global Jukebox – The International Music Industry*. London, New York. S.72ff. und Röttgers, Janko (2003): *Mix, Burn & R.I.P. Das Ende der Musikindustrie*. Hannover. S.119

<sup>19</sup> Wicke (1997a)

<sup>20</sup> Wicke (1997a)

<sup>21</sup> Vgl. Kulle, Jürgen (1998): *Ökonomie der Musikindustrie. Eine Analyse der körperlichen und unkörperlichen Musikverwertung mit Hilfe von Tonträgern und Netzen*. Frankfurt a.M. S.249

Marketing (Labels) zum Vertrieb in den Handel. Die Majors integrieren im Regelfall die Bereiche vom Verlag über die Produktion zum Vertrieb. Im Gegensatz zur Filmindustrie, die eine mehrgliedrige Verwertungskette (Kino, DVD/Video, PayTV, Fernsehen) besitzt, ist das Kernfeld der Musikindustrie die Erstverwertung, der Tonträgerverkauf. Die öffentliche Wiedergabe ist vor allem in ihrer Werbewirkung relevant, an Konzerten und Sendungen sowie an den Einnahmen durch Leermedienabgaben sind die Plattenfirmen nur marginal über die Verwertungsgesellschaften, in Deutschland die GVL und GEMA<sup>22</sup> (auf der Verlagsseite), beteiligt, während diese Erlöse für die Künstler einen wichtigen Teil des Verdienstes ausmachen. Vom Verkaufspreis einer CD verbleiben etwas mehr als ein Viertel im Einzelhandel, 40% bei der Plattenfirma und ca. 16% auf der Künstlerseite (10% Gage/Tantiemen, 6% werden von der GEMA verteilt, wovon der Verlag die Hälfte erhält)<sup>23</sup>.

Der „industrielle Prozeß der Herstellung, Verbreitung und Verwertung von Tonträgern [ist] keineswegs [...] die unmittelbare Organisationsform der Musikkultur“<sup>24</sup>, und der Tonträger stellt auch in seiner Reichweite nur einen Ausschnitt der Vorgänge dar, in denen uns Musik gegenübersteht. So wird Radio (mit einem durchschnittlichen Musikanteil von 75%<sup>25</sup>) wöchentlich von 82,4% der deutschen Bevölkerung gehört, durchschnittlich 195 Minuten täglich, während nur 43,1% Tonträger anhören, im Durchschnitt 24 Minuten täglich<sup>26</sup>. Der Käufermarkt für Tonträger ist gesamtgesellschaftlich gesehen ein Minderheitenmarkt. Während 40,1% der deutschen Bevölkerung überhaupt einen oder mehr Tonträger im Jahr 2003 erworben haben, verteilt sich der Umsatz typischerweise ungleich, so dass die 4,1% Intensivkäufer (9 oder mehr Tonträger im Jahr) für 38% des Umsatzes sorgen<sup>27</sup>.

Die hier skizzierte Musikindustrie im engeren Sinne ist auch in ihrem ökonomischen Gewicht nicht der bedeutendste Zweig im übergeordneten Zusammenhang der Musikwirtschaft<sup>28</sup>. So

---

<sup>22</sup> In Deutschland nimmt die Gesellschaft für musikalische Aufführungs- und mechanische Vervielfältigungsrechte (GEMA) treuhänderisch die Rechte der Urheber wahr, während die Gesellschaft zur Verwertung von Leistungsschutzrechten (GVL) die Zweitverwertungsrechte für ausübende Künstler und Tonträgerunternehmen verwaltet.

<sup>23</sup> Die fehlenden Prozente ergeben sich durch die Mehrwertsteuer. Vgl. Musikmarkt (1994): Exemplarische Aufteilung der Deckungsbeiträge aus dem Verkaufserlös einer CD. In: Musikmarkt 16/94, S.22. Online: [http://www2.rz.hu-berlin.de/fpm/graf\\_tab/cdpreis.htm](http://www2.rz.hu-berlin.de/fpm/graf_tab/cdpreis.htm) [2004-03-22] und Merck, Alex (2000): Einkommensstrukturen bei Musik. <http://www.mebis.com/werted.htm> [2004-03-22]

<sup>24</sup> Wicke (1997a)

<sup>25</sup> Vgl. BV Phono (2003b): Radio in Deutschland. Spiegel der Vielfalt? Eine Umfrage des Deutschen Phonoverbandes/IFPI. 7.4.2003. [http://www.ifpi.de/news/280/radioquote\\_emnid\\_praesentation.pdf](http://www.ifpi.de/news/280/radioquote_emnid_praesentation.pdf) [2004-04-17], S.4

<sup>26</sup> Media-Analyse 2004/I. Hier nach: Arbeitsgemeinschaft der öffentlich-rechtlichen Rundfunkanstalten der Bundesrepublik Deutschland (ARD) (2003): Medien Basisdaten. Dezember 2003. Hier: Zeitbudget für audiovisuelle Medien. [http://www.ard.de/intern/index\\_view.phtml?k2=4&k3=4&k4=1](http://www.ard.de/intern/index_view.phtml?k2=4&k3=4&k4=1) [2004-04-22] und: Mediennutzung und Freizeitbeschäftigung 2004. [http://www.ard.de/intern/index\\_view.phtml?k2=4&k3=4&k4=2](http://www.ard.de/intern/index_view.phtml?k2=4&k3=4&k4=2) [2004-04-22]

<sup>27</sup> Vgl. BV Phono (2004a), S.34f.

<sup>28</sup> Vgl. Wicke (1997b)

wurde etwa im Jahr 2000 in Deutschland mehr Geld für Konzerte ausgegeben (2,8 Mrd. Euro) als für Tonträger (2,6 Mrd. Euro)<sup>29</sup>, und mit der Herstellung und dem Verkauf von phonotechnischen Geräten ein weitaus größerer Umsatz erzielt als mit Tonträgern<sup>30</sup>. Dies führt zu in einer komplexen Interessenlage, die sich teilweise auch innerhalb der vertikal integrierten Unternehmen konfliktuell ausdrückt.

Die Tonträgerindustrie verkauft nicht nur Unterhaltungsprodukte, sondern auch Bausteine für Identitäten. Im „Differenzkapitalismus der Neunziger“<sup>31</sup> und des neuen Jahrhunderts steht sie damit in verschärfter Konkurrenz um das Budget für Luxusgüter, für Kleidung, Mobiltelefonen, Computerspielen, Filmen; zu anderen und neuen Kultur- und Medienbranchen. Während der Prozess der Musikindustrie am *point of sale* endet, erlangt die Musik erst in ihrer aktiven Nutzung im Alltag Bedeutung. Die Rezeption und die Bedeutungen, die dem klanglichen Material darin zugeschrieben werden, sind durch soziale und psychische Prozesse bestimmt, die nur schwer kalkulierbar sind. Und vor dem Hintergrund der technologischen Entwicklung sind die „Kernprodukte [der Musikindustrie,] [...] Träume und Emotionen“<sup>32</sup> zunehmend auch von Einzelpersonen selbst produzierbar.

An dem Komplex Musikindustrie partizipieren somit verschiedene Branchen und Parteien mit divergierenden Interessen. Seine Form, Vorgänge und Konflikte ergeben sich aus einem schwer kalkulierbaren Wechselspiel aus kulturellen, gesellschaftlichen, technologischen und ökonomischen Entwicklungen.

---

<sup>29</sup> Vgl. Tresp, Joachim (2002): Musik-Marktgrößen - Live-Veranstaltungsmarktgrößen. Präsentation auf dem Kongress „Musik als Wirtschaft“. 22.4.2002. <http://www.trenz.de/dateien/11872/Zahlen%20Herr%20Tresp.pdf> [2004-03-24]

<sup>30</sup> Nach Statistiken des Deutschen Musikinformationszentrums setzte die Musikindustrie (die „Musikwirtschaft im engeren Sinne“) im Jahre 2000 5797,7 Millionen Euro um, der Phonomarkt (die Musikwirtschaft im weiteren Sinne) 9048 Millionen Euro, wobei der Handel und die Herstellung von Rundfunk- und phonotechnischen Geräten zu 50% dem Musikbereich (gegenüber Fernseh-/Filmwirtschaft) zugerechnet wurden. Vgl. Deutsches Musikinformationszentrum (2002): Musikwirtschaft im Vergleich zur Kultur- und Gesamtwirtschaft 1996 und 2000. Juni 2002. [http://themen.miz.org/statistik\\_print.php?id=44](http://themen.miz.org/statistik_print.php?id=44) [2004-04-21]

<sup>31</sup> Gurk, Christoph (1996): Wem gehört die Popmusik? Die Kulturindustriethese unter den Bedingungen postmoderner Ökonomie. In: Holert, Tom/Terkessidis, Mark (Hg.) (1996a): *Mainstream der Minderheiten. Pop in der Kontrollgesellschaft*. Berlin. S.20-40. Hier: S.20

<sup>32</sup> James, Peter (1999): Dock 11 - Plattform für Independent-Labels. Musikforum 91/1999. Online: <http://www.miz.org/musikforum/mftxt/mufo9105.htm> [2004-04-27]

## 2.2 Geschichte

### 2.2.1 Die Anfänge

Die Geschichte der Musikindustrie ist eng mit der Entwicklung und Verbreitung von Träger-, Aufnahme- und Abspieltechnologien verbunden. Die elektromechanische Revolution<sup>33</sup> ermöglichte die Speicherung von Schall, gab der Musik ihre Warenform und veränderte den alltäglichen Umgang mit Musik.

Zwar war auch die Musik der vorindustriellen Zeit in ökonomische Zusammenhänge eingebettet - auch die Musici des Mittelalters, Hof- und umherziehende Musiker, Komponisten und Verlage handelten mit der Ware Musik - von einer Musikindustrie kann allerdings erst mit der massenhaften Herstellung von Trägermedien gesprochen werden, die Ende des 19. Jahrhunderts begann. Bis zur Entwicklung von Aufnahmetechnologien war der zentrale Faktor im Musikmarkt das Geschäft mit den Aufführungsrechten und Noten, um das sich Verlage und Druckereien formierten. Erst Mitte des 20. Jahrhunderts verlagerte sich „das Machtzentrum von den Verlegern auf die Plattenfirmen“<sup>34</sup>.

Als 1877 Thomas Alva Edison den ersten Phonographen anfertigen ließ<sup>35</sup>, ein handbetriebenes mechanisches Aufnahme- und Abspielgerät, das zuerst Wachswalzen, später Hartwachsylinder als Träger verwandte, dachte er nur sekundär an Musikaufzeichnungen, sondern zunächst an die Nutzung als Diktiergerät. Wie das Telefon den Schall von seiner Bindung an einen ursprünglichen Ort im Raum löste, befreite der Phonograph den Schall von „seine[m] ursprünglichen Ort in der Zeit“<sup>36</sup>.

Die entscheidende Weiterentwicklung gelang zehn Jahre später Emile Berliner, der den Hauptnachteil der Walze bzw. des Zylinders erkannte, nämlich die Grenzen der Vervielfältigung. Der Notwendigkeit, nach 125 Kopien qualitätsbedingt eine neue Aufnahme zu erstellen, setzte er eine Zinkplatte entgegen, von der nahezu unbegrenzt Hartgummikopien hergestellt werden konnten. Das Abspielgerät, das aus einer auf der Schallplatte ruhenden Nadel mit einem Schalltrichter und einer Handkurbel bestand, nannte er „Gramophone“.

Die Vorteile der Vervielfältigung, des Transports und der Lagerung sowie die Einführung des leistungsfähigen Materials Schellack machten die Schallplatte zur Grundlage des heutigen

---

<sup>33</sup> Vgl. Schafer, Richard Murray (1988): Klang und Krach. Eine Kulturgeschichte des Hörens. Frankfurt am Main. S.119

<sup>34</sup> Garofalo (1994), S.10

<sup>35</sup> Vgl. im folgenden Wicke (1997a) und Wicke, Peter (1992): Jazz, Rock und Popmusik. In: Stockmann, D. (Hg.): Volks- und Populärmusik in Europa. Neues Handbuch der Musikwissenschaft Bd. 12. Laaber. S.445-447

<sup>36</sup> Schafer (1988), S.120

komplexen Systems der Musikindustrie. Die Produktion von Tonträgern erfolgte unter einem Dach mit den dazugehörigen Wiedergabegeräten und war in erster Linie als Verkaufshilfe für die Geräte gedacht. Die Auswahl des Repertoires beruhte neben technischen Erwägungen auf den Zielmärkten; einerseits wurden die populären Musikformen dieser Zeit für Münzautomaten in Gaststätten, auf Jahrmärkten etc. aufgenommen (meist für Blaskapelle oder Klavier arrangiert), andererseits für die zahlungskräftigen Schichten des Bürgertums Vokalstücke, insbesondere Opernarien. Musikverlage und Schallplattenindustrie begannen, eine Symbiose einzugehen, und die ersten beiden Jahrzehnte des 20. Jahrhunderts waren im expandierenden Tonträgersektor durch Konzentrationsprozesse geprägt, in denen sich in den USA die marktbeherrschenden Schallplattenfirmen mit den Großen der Verlagsbranche verbanden.

Die meisten Medieninnovationen, Modelle und Bewegungen der Musikindustrie nahmen in den USA, dem weltweit größten nationalen Tonträgermarkt, ihren Ausgangspunkt und fanden dann ihre Entsprechung in den Strukturen in Europa und der kapitalistischen Welt. Vor dem Hintergrund der im Verlauf des 20. Jahrhunderts immer mehr global agierenden Musikindustrie werden die Entwicklungen hier meist paradigmatisch für die USA dargestellt und im Einzelfall die entscheidenden Unterschiede (etwa im Urheberrecht<sup>37</sup>) herausgearbeitet.

## **2.2.2 Radio**

Die Erfindung der Verstärkerröhre ermöglichte die Entwicklung des Radios, dessen Verbreitung in den 20er Jahren zu einer ersten Krise der Musikindustrie führte: Das Hören von Musik über den Äther war nicht nur von überlegener Klangqualität, sondern zudem (nach der Einführung des kommerziellen Rundfunks) kostenfrei, was sich drastisch auf den Tonträgermarkt auswirkte. Die Allianz zwischen Schallplattenindustrie und Verlagen drohte auseinanderzubrechen, da die Verlage die Lizenzierung ihres Materials für die Live-Aufführungen im Radio begrüßten.

Drei Entwicklungen wiesen den Weg aus der Krise: Einerseits führte der Erfolg der ersten Blues-Aufnahmen 1920 unter farbigen Käufern zu einer Hinwendung zu kleinteiligeren zielgruppenorientierten Repertoireentscheidungen, die bis Ende der 20er Jahre die Segmente Blues, Country Music (für die ca. 70% der US-Gesamtbevölkerung umfassend weiße Landbevölkerung), Classic (für die gehobenen Ansprüche des Bürgertums) und den an absoluten Verkaufszahlen orientierten Popular-Music-Sektor entstehen ließen. Mit

---

<sup>37</sup> Vgl. Kapitel 2.3 Grundzüge des Urheberrechts

Aufnahmen von afro- und euroamerikanischer Volksmusik, die nicht auf Notenschrift basierte, löste sich die Tonträgerindustrie auch von der Abhängigkeit von den Verlagen.

Andererseits begannen die Plattenfirmen, den Rundfunkhäusern Musik zur Verwendung in ihrem Programm zu überlassen, und somit den Werbeeffect der Ausstrahlung zu nutzen. Mit der Übernahme der Victor Talking Machine Company in die Radio Corporation of America vollzog sich dieses Interessenbündnis 1929 auch institutionell.

Durch die Einführung des elektrischen Aufzeichnungsverfahrens 1925 (Mikrofon) konnte drittens die Qualität der Aufnahmen verbessert werden, was insbesondere den Verkäufen im Klassik-Sektor zugute kam.

Das Radio leitete eine Entwicklung ein, die Musik als selbstverständliche „Schallwand“<sup>38</sup> in den Alltag einziehen ließ. Funktionelle Musik, „Muzak“, wurde ab 1922 in Kaufhäusern abgespielt und verbreitete sich als Klangtapete in Hotels, Restaurants, Büros, Wartesälen, Zügen, Bussen, Fahrstühlen, Toiletten. Die Dauerbeschallung am Arbeitsplatz, im öffentlichen und privaten Raum veränderte den Wert von Musik, die nicht mehr selektiv ausgesucht wurde, sondern trotz oder gerade wegen ihrer Omnipräsenz in den Hintergrund trat.

Mit dem ersten Tonfilm von 1928 geriet auch die Filmbranche als Akteur im Bereich der Musikindustrie ins Blickfeld. Der Musikfilm erwies sich als ideale Form, dem Tonfilm sprachübergreifend ein Forum zu schaffen und ergab Interessenallianzen mit den Verlagen sowie der Plattenindustrie, die von der Werbewirkung und den Lizenzen des neuen Mediums profitieren konnten.

Der integrierte und international vernetzte Zusammenhang von Film-, Verlags-, Musik-, Rundfunk- und Elektroindustrie wandelte sich in der Weltwirtschaftskrise zu einer hochzentralisierten um den Tonträger organisierten Branche: In den USA standen sich in den 30er Jahren mit der Columbia Broadcast System (CBS) und RCA Victor nur noch zwei relevante Unternehmen gegenüber, in Europa ergab sich mit der britischen Electrical and Music Industries Ltd. (EMI) und der deutschen Telefunken-Platte GmbH ein ähnliches Bild; das Oligopol von vertikal integrierenden Major Labels entstand.

Der Zweite Weltkrieg brachte den Entwicklungsprozess der Musikindustrie zunächst zum Erliegen, doch vor allem technologische Fortschritte bescherten der Branche Ende der 40er Jahre wieder einen Aufschwung.

---

<sup>38</sup> Schafer (1988), S.130

### 2.2.3 Das Vinyl-Zeitalter

Die Einführung von elektromagnetischen Aufnahmeverfahren und insbesondere der Mehrspurtechnik ermöglichte die nachträgliche Abmischung und Manipulation eines Klangmaterials, das weder in einer Notenschrift festgehalten werden konnte noch musste, so dass die Position der Musikverlage sich endgültig auf den Bereich zwischen Tonträgerindustrie und Autoren reduzierte.

Mit dem leichteren und bruchsicheren Kunststoff Vinyl (Polyvinylchlorid (PVC)) konnten die Laufzeit von Schallplatten verlängert und die Transportkosten verringert werden. Die Formate der Vinyl-Langspielplatte (LP) (1948 vorgestellt von CBS) mit 33 und der Single (vom Konkurrenten RCA im selben Jahr) mit 45 Umdrehungen pro Minute wurden als neue Standards eingeführt. Während die LP vor allem dem Absatz in exklusiven Käuferschichten zugute kam, eröffnete die Single auch durch den niedrigen Preis einen Massenmarkt, „der sich in Verbindung mit den populären Musikformen als nahezu grenzenlos expansionsfähig erwies“<sup>39</sup>.

Mit dem Erfolg von Rock'n'Roll wandte sich die Musikindustrie einem Teenagerpublikum der weißen Mittelschichten zu. Popmusik wurde zum genuinen Ausdruck von Jugendkultur, von Protest gegenüber der Elterngeneration. Die Transistorisierung von Radio und Plattenspieler in den 50er Jahren entführte den Musikkonsum aus dem Wohnzimmer und von öffentlichen Orten an die privaten Plätze von Jugendkultur. Musik wurde mehr und mehr Teil der Identitätskonstruktion, von Abgrenzung, Gruppendefinition und Individualität.

Die Etablierung von Fernsehen als neuem Massenmedium und Werbeträger ließ die Radiosender in den 50er Jahren einen ähnlichen Umorientierungsprozess durchlaufen wie die Tonträgerfirmen in den 20ern: Sie wandten sich zielgruppenspezifischen Programmkonzepten zu und nutzten aus Kostengründen nahezu ausschließlich Tonkonserven, womit ihnen zugleich ein Instrument an die Hand gegeben wurde, mit der eine differenzierte Publikumsselektion vorgenommen werden konnte.

In der Folge kam es zu einem Boom von Firmenneugründungen, die sich meist als flexible Kleinstunternehmen mit musikalischen Nischen beschäftigten und die Musikindustrie fragmentierten und differenzierten. Diese Independent Labels konnten im Rock'n'Roll-Segment die Charts Ende der 50er Jahre dominieren<sup>40</sup>. Durch Firmen- und Künstlerübernahmen und die Einrichtung spezieller Sublabel konnten sich die Majors ihre führende Marktposition in den 60er Jahren wieder sichern. In diesem Prozess lösten sich die Firmennamen von den Labelbezeichnungen, die oft unter neuem Dach mit dem alten Warenzeichen weitergeführt wurden. Die Musikindustrie entwickelte sich in den USA und

---

<sup>39</sup> Wicke (1997a)

<sup>40</sup> Vgl. Kapitel 2.4.2 und Gillett, Charlie (1983): *The Sound of the City. The Rise and Fall of Rock and Roll*. Revised Edition. London. S.64ff.

auch in Europa zu einem attraktiven Investitionsfeld, das von z.T. aufsehenerregenden Übernahmen, branchenfernen Diversifikationen und großem Wachstum geprägt war.

Nachdem Tonbandgeräte bereits in den 50er Jahren Einzug in die Haushalte hielten, erwuchs der Schallplatte mit der Musik-Kompaktkassette (MC), die 1963 von Philips vorgestellt wurde, als einer kostengünstigen und mobilen Trägertechnologie Konkurrenz. Die MC war nicht nur kleiner und mit einer Länge von 60 bis zu 120 Minuten der LP überlegen, sondern konnte als Leermedium mit Kassettenrekordern selbst bespielt werden. Das Volumen des Tonträgermarktes wurde durch die Kassette erweitert, es kam jedoch auch zu einer „Substitutionsbeziehung zwischen den Tonträgerkategorien“<sup>41</sup>: 1972 überstieg in der Bundesrepublik der Umsatz von Tonbandgeräten den der Plattenspieler, der Erlös von LP-Verkäufen blieb jedoch noch bis 1987 höher als der des Kassettenformats<sup>42</sup>.

1979 verzeichnete die Musikindustrie nach einer seit den 50er Jahren anhaltenden Wachstumsphase Umsatzrückgänge um 11%. Es dauerte bis 1984, um den Abwärtstrend aufzuhalten, und bis 1987, um die Zahlen von 1979 wieder zu erreichen<sup>43</sup>. Dafür wurden von der Musikindustrie die immer günstiger werdenden Leerkassetten verantwortlich gemacht, und Anfang der 80er Jahre wurden viele LPs der Major Labels mit „Hometaping is Killing Music“-Aufklebern versehen. In der wissenschaftlichen Bilanzierung spielen aber vor allem der Abschwung der Weltwirtschaft und demographische Veränderungen eine Rolle<sup>44</sup> – in den USA war die Baby Boomer-Generation erwachsen geworden und die primäre Käuferzielgruppe der 12-24-Jährigen geschrumpft. Auch Repertoireentscheidungen trugen zu der Entwicklung bei<sup>45</sup>. Die auf Authentizität basierende Rockmusik der späten 60er und 70er Jahre, die die kreative Seite dem Einfluss der Industrie weitgehend entzog und die Langspielplatte zum Ausgangspunkt des kommerziellen Prozess machte, hatte ein starres Feld von teuer aufgebauten Stars hinterlassen, das ausgereizt war. In der Krise reduzierte sich die Zahl der jährlichen Veröffentlichungen in den USA von etwa 5000 (1981) auf 1740 im Jahre 1984<sup>46</sup>. Während der Punkrock und seine Nachfolger an dem ästhetischen Stillstand rüttelten, stieß mit ihm die zweite Generation von diesmal teilweise explizit politisch aufgeladenen Independent Labels in die von den Major Labels hinterlassenen Lücke<sup>47</sup>.

Der 1981 von Warner Music, American Express und RCA gegründete Kabelfernsehsender Music Television (MTV) gab jedoch mit dem Musikvideo den Tonträgerfirmen ein neues

---

<sup>41</sup> Vgl. Kulle (1998), S.15

<sup>42</sup> Vgl. ebda.

<sup>43</sup> Vgl. Wicke, Peter (1993): Popmusik als Industrieprodukt. In: ders.: Vom Umgang mit Popmusik. Berlin. S.41-65  
Online: <http://www2.rz.hu-berlin.de/fpm/texte/popindu.htm> [2004-04-02]

<sup>44</sup> Vgl. etwa Wicke (1997a)

<sup>45</sup> Vgl. Wicke (1993)

<sup>46</sup> Vgl. Garofalo (1994), S.14

<sup>47</sup> Vgl. Kapitel 2.4.3 Philosophie – Gegenmodell und Dissidenz

Werbemittel an die Hand, das „Ehrlichkeit“ und „Unmittelbarkeit“ als verkaufsbestimmende Zuschreibung vergessen ließ und vielfältigen popmusikalischen Formen zum Durchbruch verhalf. Musik konnte zusammen mit Mode und Lebensstil präsentiert werden, und durch die visuelle Verknüpfung waren weitergreifende kulturelle Einschreibungsmöglichkeiten gegeben. Im Laufe der 80er und 90er Jahre konnte das Musikvideo die Single als primären Werbeträger für Albenverkäufe ablösen.

Zwei technische Entwicklungen, die zu einer erneuten Allianz zwischen Musikindustrie und Unterhaltungselektronik führten, spielten in der Konsolidierung des Marktes eine entscheidende Rolle.

Einerseits löste der von Sony 1979 vorgestellte Walkman einen erneuten Siegeszug der Kassettenteknik aus. Die bereits erfolgte Mobilisierung von Musik durch Transistorradios (Ende der 50er Jahre) und Auto-Kassettengeräte (1968) wurde mit dem Walkman individualisiert. Selbst gewählte Musik konnte als persönlicher Soundtrack überall hin mitgenommen und die Umgebung per Kopfhörer ausgeschlossen werden.

Andererseits legte die Musikindustrie mit der Einführung der Compact Disc (CD) 1982 von Philips und Sony den Grundstein für einen erneuten anhaltenden Boom, leiteten aber mit der Digitalisierung von Musik einen tiefgreifenden Umbruch ein.

## **2.2.4 Digitalisierung und Internet**

Die Digitalisierung von Musik ist in Verbindung mit der fortschreitenden Entwicklung von Computertechnologie als entscheidender Einschnitt in der Musikindustriegeschichte zu sehen: „Populäre Musik meint im zwanzigsten Jahrhundert die populäre Schallplatte.“<sup>48</sup> Die Ökonomie der Musikindustrie verlangt in ihrer ursprünglichen Form die Bindung von Musik an ein Trägermedium. Die unkörperliche Übertragung von Musik durch Computernetze sowie die Möglichkeit, Tonträger im privaten Raum ohne klanglichen Verlust selbst herzustellen, führten zu einer gänzlich neuen Situation.

Die elektromechanischen und -magnetischen Aufzeichnungs- und Wiedergabeverfahren beruhen auf der analogen Abbildung von Schallwellen und sind verhältnismäßig störanfällig. In den 70er Jahren gerieten sie an die Grenzen der Weiterentwicklung<sup>49</sup>. Die durch die fortschreitende Computerentwicklung ermöglichte Digitalisierung von Klang, also die Umwandlung eines analogen Signals in diskrete, binär codierte Werte, eröffnete neben einer

---

<sup>48</sup> Frith, Simon (1987): *The Industrialization of Popular Music*. In: Lull, J. (Hg.): *Popular Music and Communication*. London, Beverly Hills. S.53-79. Hier: S.54. Übersetzung nach Wicke (1993), S.47.

<sup>49</sup> Vgl. Wersig, Gernot (2000): *Informations- und Kommunikationstechnologien. Eine Einführung in Geschichte, Grundlagen und Zusammenhänge*. Konstanz. S.157

Qualitätssteigerung auch weitergehende Eingriffs- und Korrekturmöglichkeiten. Das optische Trägermedium CD konnte sich im Laufe der 80er Jahre zum neuen Standard entwickeln, da es der Schallplatte und der Musikkassette in Handhabung und Klangqualität überlegen war. Gegenüber der Schallplatte war die Herstellung billiger, durch das kleinere Format waren Lagerung und Transport günstiger, und ähnlich wie bei der MC eine längere Spielzeit sowie eine persönliche Mobilität durch den tragbaren Discman (Sony 1984) gegeben. Die CD verhalf insbesondere durch die Nachfrage nach Wiederveröffentlichungen der Musikindustrie zu einem erneuten Aufschwung.

Die Weiterentwicklungen der Compact Disc-Familie mit dem Datenträger CD-ROM, CD-Recordable und –Brennern fanden in den 90er Jahren Einzug in die Heimcomputer und ermöglichten im Zusammenhang mit Ripping-Software auch das „Klonen“ von Musik-CDs<sup>50</sup>. Die Konsumententechnologien Tonband und Leerkassette hatten zwar auch schon eine private Vervielfältigung ermöglicht, waren aber immer mit größerem Zeitaufwand und einem Verlust an Tonqualität verbunden.

Mit der Verbreitung der weltweiten Computernetze und wachsender Übertragungskapazitäten eröffnete sich auch ein neuer, unkörperlicher Distributionsweg. Doch die Musikindustrie reagierte nur langsam auf die neuen Technologien, und während im Internet bereits eine aktive Musikausch-Szene florierte, stritten sich die Geräte- und Tonträger-Hersteller noch um das richtige, „sichere“ Format. Während die Internet-Tauschbörse Napster ab 1998 und seine Nachfolger mit Millionen von Nutzern zeigten, dass hier ein neuer Markt entstand, wurden funktionierende Modelle digitaler Distribution von der Musikindustrie erst Ende 2001 angeboten<sup>51</sup>.

Die Umsätze der Musikindustrie sind seit den späten 90er Jahren rückläufig, und dafür werden von Seiten der Tonträgerunternehmen die Internet-Tauschbörsen und CD-Brenner verantwortlich gemacht. Die Auswirkungen der Computertechnologie treffen die Tonträgerindustrie nicht nur in einer Zeit generellen wirtschaftlichen Abschwungs, sondern auch in einer sozio-kulturellen Umbruchphase. Einerseits findet sich die Musikwirtschaft in einem veränderten medialen Gesamtfeld wieder, in dem sie in Konkurrenz um das Freizeitbudget - sowohl im Sinne von Geld als auch von Zeit - zu Mobiltelefonen, Computerspielen, Videotechnologien, Eventisierung etc. steht. Andererseits fragmentiert sich der Hörermarkt seit den 80er Jahren in immer kleinere, spezialisierte Szenen, in denen Musik vor allem als Ausdruck von Individualisierung und zur Abgrenzung dient.

---

<sup>50</sup> Vgl. Kapitel 3.2.2 CD-Laufwerke und -Brenner

<sup>51</sup> Die ersten Angebote der Major Labels, „Musicnet“ und „Pressplay“, gingen im Dezember 2001 online. Vgl. Röttgers, Janko (2001): Zwei Schritte vorwärts, einer zurück. Sony und Universal starten ihren Pressplay-Aboservice. Telepolis. 20.12.2001. <http://www.heise.de/tp/deutsch/inhalt/musik/11395/1.html> [2004-04-28]

Im Jahre 2003 wurden mit Musik-Audio- und Videoformaten weltweit Umsätze von 32 Milliarden US-Dollar erzielt, was im Vergleich zum Vorjahr einen Rückgang um 7,6% bedeutet<sup>52</sup>. Die Major-Labels befinden sich in der derzeitigen Krisenphase in einem Prozess der Umstrukturierung, die vor allem den Rückzug aus nationalen Märkten und eine generelle Verschlinkung beinhaltet, aber auch eine Hinwendung zum digitalen Vertrieb<sup>53</sup>. Die Independents konnten sich einhergehend mit der von Punk ausgelösten Diversifikation von Musikstilen und -szenen als „sechster Major“<sup>54</sup> etablieren. Diese Hinweise auf die Veränderung der Marktstruktur werden im Verlauf der Arbeit, insbesondere in Kapitel 4.3, weiter verfolgt werden.

Es scheint jedoch problematisch, aus der regelmäßigen Konsolidierung der Dominanz der Major-Labels nach Irritationen der Marktstruktur durch die Einführung neuer Medien (Radio, Fernsehen, Leerkassette) abzuleiten, dass diese Bewegung als Grundprinzip der Musikindustrie auch bei den Internet-Technologien einsetzen wird. Die musiktechnologischen Entwicklungslinien Mobilität, Individualisierung und Multimedialisierung werden in miteinander vernetzbaren digitalen Geräten verschiedenster Art zusammengeführt. Die Einschnitte der Digitalisierung greifen tiefer und betreffen auch generell den gesellschaftlichen Stellenwert und Umgang mit geistigem Eigentum.

### **2.3 Grundzüge des Urheberrechts**

Die gesamte Musikindustrie wäre ohne die Verwertung von Rechten an geistigem Eigentum undenkbar. Die Diskussion über den Umgang mit Musik im digitalen Zeitalter berührt auch gesellschaftspolitische Fragen und kann nur vor dem Hintergrund der Urheberrechtsgeschichte und der sich darin widerspiegelnden Zielsetzungen geführt werden. Hier treten auch die an dem musikindustriellen Prozess beteiligten Interessengruppen deutlich hervor.

Aus der aufklärerischen Überzeugung heraus, dass eine Gesellschaft von der Vermehrung und Entwicklung von Wissen und Kultur profitiert, will das moderne Urheberrecht einerseits Anreize schaffen, intellektuell zu arbeiten und damit ein Auskommen zu haben (Urheber- und Investitionsschutz), und andererseits garantieren, dass die Öffentlichkeit einen Zugang zu

---

<sup>52</sup> IFPI (2004a)

<sup>53</sup> Vgl. etwa Balzer, Jens (2004): Pop til you drop - Die Musikindustrie reist in die Hölle. Wir wünschen ihr gute Fahrt. Berliner Zeitung vom 26.1.2004. S.11 und Dallach, Christoph/Schulz, Thomas (2004): Deutscher Blues. In: Der Spiegel 15/2004. S.194-195.

<sup>54</sup> Kern, Philippe (2003): Online Strategies and Perspectives for Independent Labels. Independent Music Companies Association (IMPALA) Position Paper. Juli 2003. [http://www.impalosite.org/docum/02-position/posit\\_0307\\_2.html](http://www.impalosite.org/docum/02-position/posit_0307_2.html) [2004-04-21]

diesen Erzeugnissen erhält und von dort ausgehend Neues geschaffen werden kann.<sup>55</sup> Da der Ausdruck von schöpferischen Ideen immer an einen materiellen Träger, ein Medium, gebunden ist, muss diese Balance zwischen den persönlichen und öffentlichen Schutz- und Freiheitsrechten durch die Gesetzgebung in einem sich wandelnden Medien- und Gesellschaftsumfeld immer wieder angepasst und neu ausgehandelt werden.

Das Recht an geistigem Eigentum entwickelte sich entlang zweier eigenständiger Begründungslinien, die auch heute noch bestehen, dem angloamerikanischen Copyright und dem kontinentaleuropäischen Droit d'auteur/Urheberrecht. Während sich das Copyright an utilitaristischen Prinzipien für das Gemeinwohl ausrichtet, leitet sich das Autorenrecht aus einem naturrechtlichen Verständnis der Persönlichkeitsrechte ab. Trotz der internationalen Angleichung im Rahmen der Revidierten Berner Übereinkunft (RBÜ) und der Organisationen World Intellectual Property Organization (WIPO) und World Trade Organization (WTO) bleibt der zentrale Unterschied erhalten, der sich aus den Begründungstraditionen speist: Während im Autorenrecht nur die Nutzungsrechte veräußerbar sind, die Urheberrechte jedoch beim Autor verbleiben, kennt das Copyright keine „moralischen“ Autorenrechte - ein Werk kann mit sämtlichen Rechten an einen Verwerter übertragen werden.

Die ersten Copyrightregelungen waren staatlich verliehene Monopolrechte in der Folge der Erfindung der Druckerpresse im ausgehenden 15. Jahrhundert und dienten vornehmlich Zensur Zwecken. Ausgehend von Venedig, das bereits 1476 Druckprivilegien für bestimmte Bücher verlieh, verbreitete sich diese Praxis über England in ganz Europa<sup>56</sup>.

Das britische Copyright ermöglichte den Mitgliedern der Buchhändlergilde, gegen eine Gebühr den Titel eines Manuskripts eintragen zu lassen und somit das alleinige Recht zu erhalten, das Werk zu drucken. "Copyright entstand somit als ein Kopierrecht der Verlage, nicht als ein Eigentumsrecht der Autoren."<sup>57</sup>

Die Begründung des Urheberrechts als ein dem Autor zufallendes Naturrecht, überhaupt der Gedanke des geistigen Eigentums, trat als Folge der Durchsetzung „eines neuen Wissens- und Autorenbegriffs in der Renaissance“<sup>58</sup> auf. Der Gedanke einer allumfassenden göttlichen Urheberschaft verschwand zugunsten eines neuen Persönlichkeits- und Werkbegriffs, einer Auffassung des Menschen, der sich als Individuum erkannte. Das neuzeitliche Interesse an der Welt und ihren Vorgängen verlangte nach dem Zugang zu Wissen einerseits und der Möglichkeit der Entlohnung für neue Kulturgüter andererseits. In dieser Doppelbewegung

---

<sup>55</sup> Vgl. im folgenden Grassmuck, Volker (2002): Freie Software zwischen Privat- und Gemeineigentum. Themen und Materialien der Bundeszentrale für politische Bildung. Bonn. S.51 ff.

<sup>56</sup> Vgl. Peer, Ralph, II. (2001): Kleine Geschichte des Copyrights, in: Reinhard Flender und Elmar Lampson (Hg.): Copyright. Musik im Internet. Berlin. S.39-47. Hier: S. 41

<sup>57</sup> Grassmuck (2002), S.51

<sup>58</sup> Grassmuck (2002), S.36

entstanden die ersten öffentlichen Bibliotheken und die ersten Kopierrechte für das typographisch gedruckte Buch, das "erste auf moderne Weise massenproduzierte Industriegut"<sup>59</sup>.

Zentral für die moderne Urheberrechts-Gesetzgebung im 18. und 19. Jahrhundert war neben den aufkeimenden Ideen von Aufklärung und Demokratie die Anerkennung des „natürlichen Rechts“ als substantielles Element politischer Philosophien.<sup>60</sup> Die wichtigste Ausformulierung lieferte dazu John Locke in „Treatise on Government“ 1690, unter dessen Eindruck der *Act of Anne* 1710 verabschiedet wurde, nach dem die Urheber selbst sich in das Register eintragen konnten und erstmals eine zeitlich begrenzte Schutzfrist von 28 Jahren eingeführt wurde, die dem öffentlichen Interesse an freiem Zugang zum Wissen gerecht werden sollte.

Das US-amerikanische Copyright orientierte sich am britischen Konzept, jedoch wollten die Gestalter der Verfassung sichergehen, dass es nicht als Mittel der Unterdrückung und Zensur eingesetzt werden würde. Daher formulierten sie in der Verfassung von 1787 einen ausdrücklichen Zweck: Den Autoren und Erfindern wird ein ausschließliches Recht an ihren geistigen Werken eingeräumt, um „den Fortschritt der Kunst und Wissenschaft dadurch zu fördern“.<sup>61</sup> Das Copyright sollte den ökonomischen Anreiz liefern, Ideen zu schaffen und zu verbreiten, wovon die gesamte Gesellschaft profitieren würde. Die Urheber erhielten das vermarktbarere Recht an ihren Werken, um ihnen ein Einkommen und die Entwicklung neuer Werke zu ermöglichen.<sup>62</sup> Obwohl die Blickrichtung auf den gesamtgesellschaftlichen Fortschritt und auf Prosperität zielt, steht beim angloamerikanischen Copyright das Werk als Handelsware im Vordergrund.

Die *Droit d'Auteur*-Tradition speist sich aus den Ideen der Aufklärung und der französischen Revolution. In Frankreich wurde in den Gesetzen von 1791 und 1793 ein untrennbares Persönlichkeitsrecht an "literarischem und künstlerischem Besitz"<sup>63</sup> anerkannt. Die erste gesamtdeutsche Regelung von 1870 leitete das Eigentumsrecht des Urhebers am Ausdruck seiner Ideen substanziell vom Naturrecht ab und "zog weder ein öffentliches Interesse noch einen besonderen pekuniären Anreiz für das kreative Schaffen in Betracht"<sup>64</sup>.

---

<sup>59</sup> Grassmuck (2002), S.43

<sup>60</sup> Vgl. Peer (2001), S.42ff.

<sup>61</sup> Artikel 1, Sektion 8, Klausel 8 der Verfassung der Vereinigten Staaten von Amerika vom 17. September 1787. United States of America (o.D.): Verfassung der Vereinigten Staaten von Amerika vom 17. September 1787. <http://www.usembassy.de/usa/etexts/gov/gov-constitutiond.pdf> [2004-04-17]

<sup>62</sup> Unter diesem Gesichtspunkt scheint es bemerkenswert, dass die aktuelle US-Gesetzgebung, die im Sonny Bono Copyright Term Extension Act 1998 eine Verlängerung der Schutzzeit festsetzte, weniger den Urhebern ein Auskommen sichert, sondern vielmehr den Rechteinhabern. „Tatsächlich zeigt die kontinuierliche Ausweitung der Schutzfrist in Deutschland und den USA auf 70 Jahre nach Tod des Autors, dass es nicht um die Interessen der Autorinnen oder der Öffentlichkeit geht, sondern um diejenigen der Rechteindustrie.“ (Grassmuck (2002), S. 71)

<sup>63</sup> Grassmuck (2002), S.58

<sup>64</sup> Grassmuck (2002), S.59

Die Einführung von neuen Medien verlangte immer wieder nach einer Anpassung der Urheberrechts-Gesetzgebung. Der Schutz wurde von literarischen Werken auf Musik erweitert, Photographie, Radio, Film und Fernsehen schlossen vielfältige Einzelrechte ein, die geschützt und vergütet werden mussten. Aus der Schwierigkeit für einzelne Urheber, die Verwertung ihrer Werke (etwa Aufführung, Sendung und Vervielfältigung) zu kontrollieren, gründeten sich zur kollektiven Wahrnehmung der Rechte Verwertungsgesellschaften, die auch in der öffentlichen Diskussion als Sprachrohr der Urheber auftreten. Während in den USA mehrere Organisationen in Konkurrenz zueinander stehen, nimmt in Deutschland die "Gesellschaft für musikalische Aufführungs- und mechanische Vervielfältigungsrechte" (GEMA) als staatlich anerkannte Treuhänderin die Nutzungsrechte der Musikschaftenden wahr. Aufführungsorte und Rundfunksender zahlen meist Pauschalen, die anhand eines gewichteten Systems von Auflistungen der gespielten Titel durch die GEMA an die Komponisten und Textdichter bzw. ihre Verlage verteilt werden.

Für die Herstellung von Reproduktionen war bis zur Mitte des 20. Jahrhunderts ein großer finanzieller Aufwand vonnöten, daher richtete sich der Fokus der Gesetzgebung und der Verwertungsgesellschaften auf die Medienindustrie. Mit der Einführung von Konsumententechnologien wie Tonband, Audiokassette und Fotokopierer wurde es erstmals für Privatpersonen möglich, Werke zu kopieren, einfach zu vervielfältigen und zu verbreiten, ohne dass die Urheber davon wissen konnten.<sup>65</sup> Die beiden Rechtstraditionen entwickelten verschiedene Ansätze für das Problem der privaten Kopie: Während das Autorenrecht eine Pauschalvergütung an die Geräte und Leermedien koppelte, die dann durch Verwertungsgesellschaften verteilt werden, kennt das Copyright eine generelle Lizenzierungspflicht für jeden Einzelfall mit der Ausnahme des gebührenfreien "Fair Use", der im Zweifelsfall anhand von gesetzlich verfassten Kriterien richterlich interpretiert wird. Damit legalisieren beide Systeme Vervielfältigungen etwa für „Bildung, Kritik, Rezension und Berichterstattung“<sup>66</sup>, beziehen sich aber einerseits auf klar definierte Rechte, andererseits auf Fallrechtsurteile. Es ist umstritten, ob es sich bei der Privatkopie/Fair Use um ein „positives Recht“<sup>67</sup> handelt oder nur um eine Lösung für ein Versagen des Marktes, da es unpraktikabel wäre, jede dieser Nutzungen mit einem eigenen Vertrag zu regeln.

---

<sup>65</sup> Nicht zufällig entstanden infolge dieser neuen Möglichkeiten auch die idealistischen Independent-Labels Ende der 70er Jahre (vgl. Kapitel 2.4.3).

<sup>66</sup> Grassmuck (2002), S.70

<sup>67</sup> ebda.

Durch Computertechnologie und Digitalisierung<sup>68</sup> vervielfältigten sich die Möglichkeiten der Verletzung von Schutzrechten im privaten Raum, theoretisch aber auch die Möglichkeiten ihrer Überwachung. Die Gesetzgebung und die Rechteindustrie mussten auf das verlustfreie Kopieren, die nahezu beliebige Modifizierbarkeit des Materials sowie die körperlose Erscheinungsform in den weltweiten Datennetzen reagieren.<sup>69</sup>

Mit dem Kauf eines Datenträgers erwirbt ein Konsument keineswegs das Werk selbst, sondern nur ein Werkstück mit bestimmten Nutzungsrechten daran, die durch das Urheberrecht eingeschränkt sind. Die Softwareindustrie als erste von der digitalen illegalen Kopie betroffene Branche flankierte ihre Werkstücke einerseits mit technischen Schutzsystemen, andererseits mit einem Lizenzsystem. Während das *Werkstück* im Laden gekauft oder immateriell über das Internet bezogen wird, muss der Käufer für die *Nutzung* des darin enthaltenen Werkes in einen zweiten Vertrag einwilligen, in dem häufig der Verzicht auf ihm urheberrechtlich zustehende Rechte festgeschrieben wird<sup>70</sup>. Die Möglichkeit, etwa das Verleihrecht, die Schutzdauer oder das Weiterverkaufsrecht vertraglich zu regeln, überträgt zentrale Bereiche des Urheberrechts in eine Marktlösung. "Während Urheberrecht und Copyright theoretisch darauf zielen, das Verhältnis zwischen Autorinnen und Öffentlichkeit zu regeln, ist es tatsächlich die Rechteindustrie, die mit Hilfe von Verträgen einerseits den Autorinnen und andererseits der Öffentlichkeit die Nutzungsbedingungen diktiert."<sup>71</sup>

Seit den frühen 80er Jahren konnten technische Kopierschutzmechanismen der Softwareindustrie immer wieder von Crackern<sup>72</sup> umgangen werden, und es entspann sich eine Spirale von verbesserten Kopierschutzmechanismen/juristischen Strategien und Umgehungsverfahren, die sich bis heute auch bei CD- und DVD-Kopierschutz fortsetzt. Während die Softwarebranche von dieser Problematik durch die Bindung von Kunden auch profitiert hat und sich bisher darauf beschränkt, das Verhältnis von kopierter zu gekaufter Ware in den Schranken zu halten, hat sich mit der Verbreitung von Internet-Tauschbörsen<sup>73</sup> auch für den Musik-, Video- und Büchermarkt die Situation verschärft. Obwohl „bislang [...] noch jedes Schutzsystem gebrochen worden“<sup>74</sup> ist, besteht die Strategie der Rechteindustrie darin, in einer ständigen Weiterentwicklung der Schutzsysteme zumindest für viele Normalnutzer das Umgehen zu unterbinden. Da „technische Maßnahmen [allein] untauglich

---

<sup>68</sup> Zur genauen Entwicklung vgl. Kapitel 3.1

<sup>69</sup> Vgl. Grassmuck (2002), S.94

<sup>70</sup> Vgl. Grassmuck (2002), S.123

<sup>71</sup> Grassmuck (2002), S.130

<sup>72</sup> Vgl. Kapitel 3.3.2.4

<sup>73</sup> Vgl. Kapitel 3.2.4

<sup>74</sup> Grassmuck (2002), S.159

sind, digitale Werke zuverlässig zu schützen“<sup>75</sup>, muss die Gesetzgebung flankierend eingreifen.

In den WIPO-Verträgen von 1996 verpflichten sich die Unterzeichnerstaaten, auch das Umgehen der technischen Schutzsysteme unter Strafe zu stellen.<sup>76</sup> Die USA setzten mit dem Digital Millennium Copyright Act (DMCA) diese Vorgabe im Oktober 2000 um. Nach langen Verhandlungen beschloss die EU im Mai 2001 eine ähnliche Richtlinie zur Harmonisierung des Urheberrechts, deren Ratifizierung in Deutschland mit dem „Gesetz zur Regelung des Urheberrechts in der Informationsgesellschaft“<sup>77</sup> am 13.9.2003 in Kraft trat. Darin werden das Umgehen der technischen Schutzmechanismen, die Verbreitung von Programmen und Geräten, die diesem Zweck dienen, sowie das Kopieren von einer "offensichtlich rechtswidrig hergestellte[n] Vorlage“<sup>78</sup> verboten.

Da aber das Problem der Durchsetzung des Schutzes erhalten bleibt, verabschiedete das EU-Parlament im März 2004 die „Enforcement“-Direktive, die nicht nur die Auskunftspflicht der Internet Access Provider und die Möglichkeit zu Haussuchungen und Kontopfändungen erweitert<sup>79</sup>, sondern auch die umstrittene Patentierung von Software und Algorithmen legitimieren könnte<sup>80</sup>. Die Bundesregierung bereitet in diesem Zusammenhang einen „Zweiten Korb“ zur Reformierung des Urheberrechts vor, der den Rahmen für eine technologisch erzwungene Durchsetzung bieten könnte. In der Vorbereitung wird diskutiert, ob das Recht auf Privatkopie mit den Vergütungsregelungen von Kopier- und Leermedienabgaben zugunsten einer Digital Rights Management(DRM)-Lösung aufgegeben wird.<sup>81</sup>

DRM dient der Kontrolle über die Verbreitung und Nutzung digitaler urheberrechtlich geschützter Werke<sup>82</sup>, indem jeder Datei eindeutige Identifikationen und Nutzungsregeln

---

<sup>75</sup> Grassmuck (2002), S.132

<sup>76</sup> Grassmuck (2002) spricht hier von einem „juristischen Overkill“ (S.162), da die Umgehung des Rechteschutzsystems mehrfach gegen Urheberrecht, Patentrecht und das zusätzliche Umgehungsverbot verstößt.

<sup>77</sup> Bundesministerium der Justiz (2003a): Bundesgesetzblatt Nr. 46/2003. 12.9.2003. S.1774-1788. Online: <http://www.bmj.bund.de/images/11650.pdf> [2004-02-16]

<sup>78</sup> Auch diese Formulierung aus §53 scheint in ihrer Auslegung umstritten und birgt weitere Rechtsunsicherheit. Vgl. Mühlbauer, Peter (2003): Gesetzbuch zu ... und alle Fragen offen. Telepolis. 23.09.2003. <http://www.heise.de/tp/deutsch/special/copy/15690/1.html> [2004-02-16]

<sup>79</sup> Krempf, Stefan (2004): Copyright-Krieg in der EU. In: Telepolis. 10.03.2004. <http://www.heise.de/tp/deutsch/special/copy/16931/1.html> [2004-03-29]

<sup>80</sup> Die von der EU-Kommission befürwortete Gesetzesvorlage für Software-Patente wurde vom EU-Parlament im November 2003 abgelehnt. Vgl. dazu Jaensch, Annett (2004): Die Waffen des Kapitalismus. Patente und die neue EU-Richtlinie. In: De:Bug 81, April 2004. S.27

<sup>81</sup> Bundesministerium der Justiz (2003b): Pressemitteilung vom 16.9.2003, <http://www.bmj.bund.de/ger/service/pressemitteilungen/10000790/> [2004-02-16]

<sup>82</sup> Vgl. für diesen Absatz Bechtold, Stefan (2002): Vom Urheber- zum Informationsrecht. Implikationen des Digital Rights Management. Schriftenreihe Information und Recht, Band 33. München. Online: <http://www.jura.uni-tuebingen.de/bechtold/drm/index.html> [2004-02-16] sowie Grassmuck, Volker (2004): Einleitung zum Symposium "DRM und Alternativen" vom 30./31.1.2004. <http://waste.informatik.hu-berlin.de/Grassmuck/drm/> [2004-02-16]

zugeordnet werden und ihre gesamte Distributionskette verfolgt werden kann. Ein solches Gesamtsystem, das in seiner stärksten Form einen personalisierten Abrechnungsmechanismus ähnlich der Telefonrechnung einschließen würde, bedürfte zur Wirksamkeit wahrscheinlich einer hardwareseitigen Verankerung, wie sie unter dem Stichwort „Trusted Computing“ derzeit ausgearbeitet wird, und impliziert eine Einschränkung der Universalmaschine Computer zu einem Spezialgerät mit genau definierten Abspielfunktionen. In dieser Ausprägung müsste ein Gerät vor der Ausführung einer Applikation oder dem Öffnen eines Files zunächst beim Rechteinhaber bzw. einer zentralen Datenbank abfragen, ob die Nutzung zugelassen ist. Eine solche Architektur ist sehr komplex, und die bisherigen Versuche, sie sicher zu implementieren, scheiterten. Auch DRM wäre auf eine rechtlich gefasste Durchsetzung angewiesen<sup>83</sup>.

Für die Rechteindustrie ist eine strikte Kontrolle der Hardware und Software ein verlockender Weg, die Geschichte der illegalen digitalen Kopie zu beenden. In ihrer Darstellung waren die Pauschalabgaben auf Leermedien nur eine Notlösung für das Versagen des Markts; mit Hilfe von DRM-Systemen wäre jedoch die Nutzung im digitalen Raum genau nachvollziehbar und somit eindeutig vergütbar.

Kritiker sehen in strikten DRM-Systemen eine Einschränkung von Grund- und Nutzungsfreiheiten und einen Einbruch in die Privatsphäre der User. Sie argumentieren weiterhin, dass auch Hardware-verankerte Schutzsysteme in einer digitalen Welt nicht sicher sein können, und auch auf dem Markt nicht nachvollziehbar scheint, warum ein Nutzer einen Computer mit beschränkten Funktionen einer Universalmaschine vorziehen sollte<sup>84</sup>, und warum Computerhersteller dieser Empfehlung folgen sollten. Hier wäre ein massives Zusammenspiel von rechtlichen und ökonomischen Machtpositionen erforderlich, um die Technologie durchzusetzen. Zwar sind noch „keine Vorschläge (öffentlich) geäußert worden, Universalcomputer gesetzlich zu verbieten“<sup>85</sup> oder auch Abspielgeräte, die nicht auf DRM basieren, doch wäre das die Voraussetzung für die Wirksamkeit der Konzepte. Denn „überall, wo es Konkurrenz gibt, werden die *Trusted-Client*-Systeme im Nachteil sein“<sup>86</sup>.

Ein alternatives Lösungsmodell für eine Vergütung in Computernetzen, insbesondere Tauschbörsen, lehnt sich an die Einführung des Radios an; wie damals mittels Abgaben von Elektronikherstellern und Rundfunksendern die Künstler über Verwertungsgesellschaften

---

<sup>83</sup> Vgl. Spielkamp, Matthias (2004): Mit Technik allein lässt sich DRM nicht durchsetzen. Telepolis, 3.2.2004. <http://www.heise.de/tp/deutsch/special/copy/16673/1.html> [2004-02-16]

<sup>84</sup> Vgl. Grassmuck (2002), S.164

<sup>85</sup> Grassmuck (2002), S.164

<sup>86</sup> „Wherever competition exists, trusted-client systems will be at a disadvantage.“ Bell, Bruce (2000): The Coming Storm. 3.6.2000. <http://freshmeat.net/articles/view/164/> [2004-04-18]

vergütet wurden, könnten auch jetzt „Hersteller von Computern, Heimelektronik und Speichermedien, Telefon- und Internetprovider sowie Hersteller von Medienplayer-, Messaging- und eben auch Tauschbörsen-Software“<sup>87</sup> und damit deren Kunden ausgleichend zur Kasse gebeten werden, und durch eine anonyme Verfolgung der Distributionsvorgänge in Tauschbörsen und Webangeboten eine genaue Abrechnung erfolgen, die im Sinne der Künstler und Autoren wäre.

Die Lösung durch Pauschalabgaben wird insbesondere von Netz-Aktivisten wie der „Free Speech“-Bewegung<sup>88</sup> und Datenschützern befürwortet. Die Computerkultur befürchtet, dass „Trusted Computing“ Monopolstellungen begünstigen und das Open-Source-Modell<sup>89</sup> gefährden könnten. Bürgerrechtler sehen in DRM eine Gefahr für Informations- und Meinungsfreiheit, für das Recht auf Privatsphäre und Datenschutz. In einer breiteren Perspektive geht es um die gesellschaftliche und weltweite „Verteilung von Wissen“<sup>90</sup>, das im Rahmen von strikten DRM-Systemen bei einigen wenigen Rechteinhaber-Unternehmen konzentriert sein könnte, die Nutzungen je nach Bezahlung gestatten und ausgestalten. Diese Situation wäre nicht nur für öffentliche Bildungsinstitutionen wie Bibliotheken und Universitäten problematisch, sondern könnte in der Globalisierungstendenz „in zunehmendem Maße ganze Kontinente von europäischen und US-amerikanischen Technologien und Zugangsbeschränkungen abhängig“<sup>91</sup> machen.

Die Musikindustrie befürwortet aus verständlichen Gründen DRM-Systeme, da ihr Kerngeschäft im Verkauf von Musik besteht und sie an den Pauschalabgaben nur vermittelt verdient, da der größte Anteil an die Komponisten und Textdichter geht.

Die Verwertungsgesellschaften haben sich noch nicht eindeutig positioniert. Im Namen der Künstler befürworten sie eine genaue Abrechnung, die sowohl im Rahmen von DRM wie auch von Pauschalabgaben umgesetzt werden könnte. DRM-Systeme würden das bisherige Industriemodell in ein digitales Zeitalter übertragen, und somit in der Stärkung der Tonträgerfirmen zum Teil auch für die Künstler von Vorteil sein. Die Forderung der deutschen Landesgruppe der IFPI im Januar 2004<sup>92</sup>, die Künstler-Tantiemen bei Tonträgern von 9% auf 5,6% des Händlerabgabepreises nach unten zu korrigieren, und die Widerstände

---

<sup>87</sup> Röttgers (2003), S.146

<sup>88</sup> Vgl. Kapitel 3.3.2.3

<sup>89</sup> Vgl. Kapitel 3.3.2.2

<sup>90</sup> Röttgers (2003), S.157

<sup>91</sup> Röttgers (2003), S.158

<sup>92</sup> In der deutschen Landesgruppe der IFPI sind vor allem die Major Labels organisiert. Der deutsche Verband der Independent Labels distanzierte sich von dem Vorstoß. Vgl. Verband Unabhängiger Tonträgerunternehmen, Musikproduzenten und Musikverlage e.V. (VUT) (2004): Verband Unabhängiger Tonträgerunternehmen, Musikverlage und Musikproduzenten (VUT) steht zu GEMA-Vertrag. Der VUT-Vorstand zum Lizenzstreit zwischen der Deutschen Landesgruppe der IFPI und der GEMA. 27.2.2004. <http://www.themen.miz.org/musikwirtschaft/neuigkeiten.php?id=948> [2004-04-18]

der GEMA<sup>93</sup> verdeutlichen allerdings, dass die Interessen der Tonträgerhersteller nicht mit denen der Musiker gleichgesetzt werden können, auch wenn der Vorsitzende des Bundesverbandes Phono eine „Solidargemeinschaft“<sup>94</sup> der Künstler mit den Plattenfirmen einfordert.

Das lobbyistische Gewicht scheint zumindest im deutschen Gesetzgebungsverfahren schon für eine Vorentscheidung in dieser Frage gesorgt zu haben. Die Presseerklärung zur Vorbereitung des „Zweiten Korbs“ des Urheberrechtsgesetzes legt einen „Wechsel von der kollektiven Wahrnehmung der Rechte zur individuellen Verwertung“<sup>95</sup> nahe, da laut Aussage der Gerätehersteller ein Digital Rights Management technisch möglich sei. Auch wenn noch nicht abzusehen ist, welche Folgen DRM-Systeme nach sich ziehen und ob sie überhaupt durchgesetzt werden könnten, würde der oben skizzierte Paradigmenwechsel vom gesetzlich verankerten Urheberrecht zu wirtschaftlich organisierten Lizenz-Systemen durch technische Kontrolle damit im deutschen Recht implementiert werden.

Wie die Ausweitung der Copyright-Schutzfrist in den USA verweisen auch die neuen Gesetzespläne auf eine Veränderung der Zielrichtung des Urheberrechts, auf die generelle Tendenz „der Verschiebung des Urheberrechts/Copyrights als einer Interessensabwägung der verschiedenen beteiligten Parteien hin zu einem Investitionsschutz“<sup>96</sup>, die staatlich garantierte Rechte in Marktmechanismen, Code und Lizenzen auflöst.

Ralph Peer sieht darin eine Rückkehr zum Copyright der Vormoderne als Lizenzprivileg, in diesem Fall als Privileg der Unternehmen mit den größeren ökonomischen Mitteln gegenüber kleinen Firmen und Einzelpersonen: „Im Zusammenhang mit dem Internet ist es besonders wichtig, dass das moderne Copyright allen Autoren den gleichen Schutz bietet und nicht nur den königlichen ‚stationers‘.“<sup>97</sup>

---

<sup>93</sup> Vgl. Kreile, Reinhold (2004): Offene Antworten der GEMA auf einen offenen Brief der IFPI zur Höhe der Tonträger-Lizenzierung. 12.2.2004. <http://www.gema.de/kommunikation/pressemitteilungen/pm20040212.shtml> [2004-04-18]

<sup>94</sup> BV Phono (2004b): Veränderungen der Lizenzbedingungen nötig - IFPI hat Schiedsstelle angerufen. Gerd Gebhardt zur Tarifaueinandersetzung mit der GEMA. Pressemitteilung. 6.2.2004. <http://www.ifpi.de/news/news-359.htm> [2004-04-18]

<sup>95</sup> Bundesministerium der Justiz (2003b)

<sup>96</sup> Grassmuck (2002), S.71

<sup>97</sup> Peer (2001), S.46f.

## **2.4 Independent Labels**

### **2.4.1 Überblick**

Nachdem die technologischen, historischen und rechtlichen Hintergründe der musikindustriellen Zusammenhänge in Grundzügen dargestellt wurden, will ich genauer auf die Formation der Independent Labels eingehen. Ökonomisch und insbesondere kulturell unterscheiden sich ihre Entwicklungslinien und Mechanismen von der massenmarktbezogenen Major-Industrie.

Im Fortgang der Arbeit wird diskutiert werden, wie die spezifischen Hintergründe der Independent Labels im Zusammentreffen mit den Internettechnologien und -kulturen eine Bedeutung erlangen, daher sollen sie hier ausführlich behandelt werden.

Die Entwicklung von Independent Labels lässt sich in ihrer ökonomischen und diskursiven Verfassung in drei Phasen unterteilen, die ich in den folgenden drei Unterkapiteln darstellen will.

### **2.4.2 Entstehung – Die ersten unabhängigen Plattenfirmen**

In einer Analyse der Aktivitäten der Plattenfirmen in den USA prägt Charlie Gillett 1970<sup>98</sup> die Unterteilung der Tonträgerindustrie in „Major Labels“, die ein eigenes landesweites Vertriebsnetz besitzen, und „Independent Labels“, die Verträge mit unabhängigen, regionalen Vertrieben abschließen müssen. Er verortet die ersten Indies schon in den 20er Jahren<sup>99</sup>, als sich für die Produktion von sog. „race music“, afroamerikanischer Blues-Musik, unabhängige Plattenfirmen formierten. Zu dieser Zeit dominierten die Verlage die Musikindustrie; Konzerte, Bühnenmusik und Radio-Live-Aufführungen waren noch wichtiger und lukrativer als das Geschäft mit Tonträgern. Im Zuge der Konzentrationsprozesse und spätestens der Wirtschaftskrise wurden die meisten kleinen Firmen aufgekauft oder gingen bankrott. Die Indies produzierten Musik, die sonst keine Präsenz bei den etablierten Firmen fand und oft nur für Minderheiten von Interesse war, zu dieser Zeit also vor allem (schwarze) Jazz- und Bluesmusik. Gillett schreibt als wesentliches Bewegungsprinzip der Musikindustrie die progressiven Entwicklungen den Independents zu.

Der Schwerpunkt seiner Untersuchung liegt allerdings auf den kleinen Labels der späten 50er Jahre, die von vielen Autoren als erste Independentgeneration gesehen werden<sup>100</sup>, da

---

<sup>98</sup> Gillett (1983)

<sup>99</sup> Vgl. Gillett (1983), S.7f.

<sup>100</sup> Vgl. etwa Alsmann, Götz (1985): Nichts als Krach. Die unabhängigen Schallplattenfirmen und die Entwicklung der amerikanischen populären Musik 1943-1963. Münster. Sowie Gruber, Siegfried (1993): Das Konsumentenverhalten bei Independent-Tonträgern. Eine empirische Untersuchung der Käuferschaft von „unpopulärer Populärmusik“. Frankfurt a.M. und Ullmaier, Johannes (1997): What's so funny about L'age

sie im Zuge des Erfolgs von Rock'n'Roll den Major Labels kurzzeitig den Rang ablaufen konnten.

Die einflussreichste Beschreibung des Zusammenhangs von Marktkonzentration und musikalischer Vielfalt formulieren Peterson und Berger<sup>101</sup> 1975 anknüpfend an die Kulturindustrie-These von Adorno und Horkheimer<sup>102</sup>: Je größer die Konzentration der Charteinträge auf wenige Labels, desto kleiner die progressiven musikalischen Entwicklungen. Dabei identifizieren sie als zyklische Bewegung der Musikindustrie Phasen der Erschließung neuer Territorien durch Independent Labels und Phasen der Konsolidierung durch Major Labels mit einer einhergehenden Homogenisierung des musikalischen Materials.

Im ersten untersuchten Zeitraum von 1948 bis 1955 können sie eine Dominanz der Majors feststellen, die als entscheidende Faktoren nicht nur die Kontrolle über die Distribution, sondern auch über den Zugang zu den Marketing-Kanälen Radio und Tonfilm besaßen. Dank dieser Position bestand eine „Standard-Taktik“<sup>103</sup> darin, erfolgreiche Songs von anderen Labels, seien es Indies oder direkte Konkurrenten im Oligopol, mit eigenen Künstlern als sog. „Cover“-Versionen neu einzuspielen, und die Originale unter Umständen in den Verkaufszahlen zu übertreffen. In den Jahren 1946-50 waren 70% der Lieder in den Charts mit mehr als einer Version vertreten<sup>104</sup>. Peterson/Berger sehen darin einen Hinweis auf die Homogenität der Produkte dieser Periode, und leiten aus den trotz günstiger Voraussetzungen stagnierenden Absatzzahlen eine unbefriedigte Nachfrage ab, die erst mit den kulturellen Umbrüchen Mitte der 50er Jahre von den Independents realisiert wurde.

Bereits 1952 existierten in den USA über hundert Indies<sup>105</sup>, die mit ihrem Rhythm and Blues-Repertoire dem Klang der damaligen Popmusik entgegenstanden. Den mehrheitsfähigen Mitsing-Balladen der (weißen) Bigband- und Crooner-Stars der ausgehenden Tin-Pan-Alley-Ära<sup>106</sup> wie Frank Sinatra und Bing Crosby setzten sie eine individualisiert-persönliche

---

Polyd'or? Zur Independent/Major-Konstellation. In: Testcard – Beiträge zur Popgeschichte #5/1997. S.94-104. Hier: S.98

<sup>101</sup> Peterson, Richard A./Berger, David G.(1990): Cycles In Symbol Production. The Case Of Popular Music. In: Frith, Simon/Goodwin, Andrew (Hg.): On Record. Rock, Pop And Written Word. London/New York. S.140-159.

<sup>102</sup> Die Implikationen des Kulturindustrie-Kapitels in der „Dialektik der Aufklärung“ (New York 1944) können hier nicht umfassend dargestellt werden, vgl. einfürend Gurk (1996) und Behrens, Roger (1997): Kulturindustrie. Ein Revisionsbericht in den Abteilungen der Konkursverwaltung. In: Testcard – Beiträge zur Popgeschichte #5/1997. S.76-85. Adorno, Theodor W./Horkheimer, Max (1988): Dialektik der Aufklärung. Philosophische Fragmente. Frankfurt am Main.

<sup>103</sup> Peterson/Berger (1990), S.144

<sup>104</sup> ebda.

<sup>105</sup> Vgl. Gillett (1983), S.10

<sup>106</sup> „Tin Pan Alley“, der Verlagsdistrikt in Manhattan, wurde zum Synonym für die amerikanische Popmusik-Produktion seit Ende des 19. Jahrhunderts. Live-Aufführungen waren primär als Werbung für den Verkauf von Noten, die sog. „sheet music“, relevant. Die Kompositionen sollten ein Massenpublikum ansprechen und einfach zu spielen sein, deshalb folgten sie musikalisch einfachen Strukturen und textlich unverbindlichen Themen. Vgl. Wicke (1997a)

Interpretation der schwarzen Musiktradition entgegen. In der weißen Bearbeitungsform Rock'n'Roll erschloß sich ab 1955 der Musikindustrie ein breites Teenagerpublikum. Der Erfolg des Rock'n'Roll war nur denkbar im Zusammenhang mit der gesellschaftlichen Durchsetzung von Jugend als eigenständiger Lebensphase – ebenso wie das Alltagsleben eine Entwicklung der bürgerlichen Gesellschaft im 19. Jahrhundert – die als „soziale Praxis unmittelbar nach dem Zweiten Weltkrieg ihren größten Grad von Allgemeinheit“<sup>107</sup> erreichte. Von den Rock'n'Roll-Top-Ten-Hits von 1955-59 waren mehr als zwei Drittel von Independent Labels produziert<sup>108</sup>, denn die damaligen sechs Majors reagierten vor allem aufgrund von kulturkonservativen Vorbehalten nur langsam (und „unsympathisch“<sup>109</sup>) auf die veränderte Situation.

Der Verlust der Majors erklärt sich aber auch aus der verlorenen Kontrolle über die Promotion-Standbeine Tonfilm und Radio, die sich durch die Verbreitung von Fernsehen umorientieren mussten. Die Radiosender wandten sich zielgruppenorientierten Konzepten zu und griffen zur Programmgestaltung auf die kostengünstigen Tonkonserven zurück. Disk Jockeys wurden zu Prominenten, und der Wettbewerb um die Entdeckung der neuesten Künstler beschleunigte und verkürzte den Prozess der Tonträgerauswertung. Insbesondere Teenager-orientierte Programme konnten einen Boom verzeichnen, und entgegen pessimistischer Voraussagen erhöhte sich die Zahl der Radios von 1955-1960 durch den Durchbruch von tragbaren und preiswerten Transistorgeräten in den USA um 30%<sup>110</sup>.

In dieser Umbruchphase stieg die Zahl der pro Jahr in den wöchentlichen Top Ten vertretenen Firmen von 1955-1962 von 14 auf 41, und die Konzentration der vertretenen Titel auf die vier größten Labels fiel von 74 auf 25, auf die acht größten Labels von 91 auf 46 Prozent<sup>111</sup>.

Diese ersten erfolgreichen Indies waren vor allem durch ihre Größe gekennzeichnet. Oft bestanden sie nur aus einem Produzenten, der sich für einzelne Single-Veröffentlichungen Musiker sucht und auch für die ökonomische Seite allein zuständig ist, und wuchsen erst mit ihrer Etablierung. Eine Ablehnung von Marktmechanismen ist nicht identifizierbar, vielmehr ist in „der großen Mehrzahl der Fälle [...] die Motivation der *Independents*, selbst der von Gilletts angeführten, ohne Abstriche kommerziell.“<sup>112</sup>

Obwohl die verlorene Hegemonie im Singlesmarkt für die vier Majors dank der expandierenden Verkaufszahlen nicht notwendigerweise Umsatzrückgänge bedeutete,

---

<sup>107</sup> Holert, Tom/Terkessidis, Mark (1996b): Einführung in den Mainstream der Minderheiten. In: dies. (Hg.) (1996a), S.5-19. Hier: S.12

<sup>108</sup> Vgl. Gillett (1983), S.64

<sup>109</sup> ebda.

<sup>110</sup> Vgl. Peterson/Berger (1990), S.148f.

<sup>111</sup> Vgl. Peterson/Berger (1990), S.142

<sup>112</sup> Garofalo (1994), S.16, Hervorhebung im Original.

mussten sie Anfang der 60er Jahre realisieren, dass Rock'n'Roll nicht nur eine vorübergehende Phase darstellte, sondern einen größeren Umbruch markierte: Es wurde deutlich, dass der sich zum kaufkräftigsten Segment entwickelnde Teenager-Markt vor allem von Neuheiten lebt, und diese Trends in einer komplexen Wechselwirkung von Marktmaßnahmen und kulturellen Entwicklungen entstehen, also nicht vollständig kontrolliert werden können. Daher begannen die Majors 1962 einerseits, etablierte Independent-Künstler einzukaufen, und andererseits, ihre Artist- and Repertoire(A&R)-Strategien zu ändern, indem sie verstärkt unbekannte Künstler unter Vertrag nahmen, wie etwa 1963 die Beach Boys (Capitol) und Bob Dylan (Columbia)<sup>113</sup>, denen weitgehende kreative Selbständigkeit zugestanden wurde. „Die großen Firmen lernten aus den 50er Jahren. In [...] den 60er Jahren ließ man sich in den Chef[e]tagen COLUMBIAS oder CAPITOLS nicht mehr von den Pionierleistungen unabhängiger Produzenten oder Labels inspirieren; man wollte vielmehr selbst Trends aufspüren, wollte selbst den musikalischen Puls der Zeit darstellen.“<sup>114</sup>

Als die 1964 einsetzende „Beatlemania“ und der psychedelische, durchaus gesellschaftskritische (Folk-)Rock ab 1967 die maßgeblichen Jugendkulturströmungen wurden, geschah dies im Rahmen von Major-Verträgen. Den Künstlern wurde mit selbst geschriebenen Songs kreativ freie Hand gelassen und damit die Kategorie Authentizität in die populäre Musik eingeführt. Die Majors konzentrierten sich auf den weitergehenden Aufbau von Stars, die durch mehrjährige Verträge an sie gebunden wurden. Mit dem erfolgreichen Eintritt von Filmunternehmen in den Musikmarkt, die verschiedene Indies erwarben, waren 1973 unter den zehn im Singlemarkt stärksten Firmen nur noch zwei Independents vertreten<sup>115</sup>. Anfang der 70er Jahre wurde der Popmusik, die an Teenager adressiert war, der Rock als ambitioniertes Segment für eine reifere Zielgruppe entgegengesetzt, der sich im Selbstbild in die Nähe von Kunst rückte<sup>116</sup>.

Schon in dieser Phase deutete sich an, dass die von Peterson/Berger identifizierte zyklische Bewegung des Zusammenhangs zwischen Major/Indie-Konstellation und Vielfalt des musikalischen Angebots zwar für Jazz und Rock'n'Roll Gültigkeit beanspruchen konnte, aber in Fragen der „Progressivität“ des Materials viel mehr mit gesellschaftlichen Entwicklungen verknüpft war als mit ökonomischer Dominanz.

---

<sup>113</sup> Vgl. Peterson/Berger (1990), S.151

<sup>114</sup> Alsmann (1985), S.129

<sup>115</sup> Peterson/Berger (1990), S.154

<sup>116</sup> Vgl. Gillett (1983), S. 402f.

### 2.4.3 Philosophie – Gegenmodell und Dissidenz

Die zweite Generation von Independent Labels setzt in der zweiten Hälfte der 70er Jahre ein. Kulturell kann sie mit dem Aufkommen von Punkrock als Reaktion auf die Hippie-Bewegung gelesen werden, die als naive, pseudo-dissidente und systemstärkende Strömung wahrgenommen wurde, die mit dem (Art-)Rock ein hierarchisches, kommerzielles und starres Musikfeld zurückgelassen hatte. Die „zweifelhaft gewordene 68er-Ideenbasis“<sup>117</sup> wurde von der Punk-Bewegung, die sich ab Ende 1975 von London aus verbreitete, zugleich „nihilistisch torpediert und in eine neue, nüchternere ‚Solidarität des Subversiven‘ transformiert“<sup>118</sup>. In der Rohheit und Simplizität der Musik war Punkrock unter dem Banner des „No Future“-Slogans der Sex Pistols ein Ausdruck von Ablehnung sowohl der musikalischen und kulturindustriellen wie auch gesellschaftlichen Verhältnisse. „Die Sex Pistols schlugen eine Bresche in das Pop-Milieu, in die Mauer überkommener kultureller Voraussetzungen, die Hörerwartungen und zu erwartende Reaktionen bestimmten.“<sup>119</sup> Mit Punk fand „eine Negation aller gesellschaftlichen Fakten statt, die eine Behauptung beinhaltete, dass alles möglich war.“<sup>120</sup> Als radikaler Umbruch machte Punk niemanden und jeden zum Star und stellte ästhetisch-praktisch eine Absage an Elitekonzepte und Kommerzialisierung dar.

Zunächst schien es undenkbar, dass die Musikindustrie Interesse an dieser dilettantischen Musik hätte, und für die Produktion und den Vertrieb der Punk-Aufnahmen formierten sich Kleinstlabel, Vertriebsnetze, eigene Medien (lokale Radiosender, Fanzines) und Auftrittsorte. Es schien nicht mehr nötig, zur Produktion von Musik auf die herkömmlichen Strukturen zurückzugreifen, sondern möglich, alles selbst zu machen. In der anfangs „explizit antiprofessionelle[n] Haltung gegenüber dem Plattenmachen“<sup>121</sup> verbarg sich eine Demokratisierung der Popmusik - die Punk-Independents „lenkten die Aufmerksamkeit vom Markt zurück auf die Musiker, zu der Art und Weise wie die Musik bei der Symbolisierung von und Konzentration auf Gemeinschaften funktioniert.“<sup>122</sup>

Der Punk und sein Nachfolger New Wave sozialisierten in ihrem (medial produzierten und von den Protagonisten z.T. kalkulierten) zerstörerischen und selbstbewussten Gestus eine Generation von jungen Musikern und Enthusiasten, die sich als „Underground“ gegen den

---

<sup>117</sup> Ullmaier (1997), S.100

<sup>118</sup> Ullmaier (1997), S.100

<sup>119</sup> Marcus, Greil (1992): Lipstick Traces. Von Dada bis Punk – kulturelle Avantgarden und ihre Wege aus dem 20.Jahrhundert. Hamburg. S.9

<sup>120</sup> Marcus (1992), S.12

<sup>121</sup> Frith, Simon (1981): Sound Effects: Youth, Leisure and the Politics of Rock'n'Roll. New York. S.156f. Übersetzung nach Garofalo (1994), S.27

<sup>122</sup> ebda.

„Mainstream“, die massenmarktbezogene Major-Musik, gegen seine Mechanismen und Ästhetik abgrenzen wollten.

Das „Do-it-yourself“(DIY)-Konzept wurde zum Leitgedanken einer politisch aufgeladenen Independent-Philosophie, die bis heute zentraler Bezugspunkt im Diskurs um das emanzipatorische Potential im Musikgeschäft ist<sup>123</sup>. Der Unterscheidung auf Grundlage des Vertriebsnetzes und der einfachen Größe wurden soziale, ästhetische und dezidiert weltanschauliche Aspekte zur Seite gestellt. In den 80er Jahren entwickelten sich mehr oder weniger von diesem Paradigma ausgehend eine Vielzahl von Independent Labels, die maßgeblichen Anteil an der weiteren Ausdifferenzierung der Popmusik in Subkulturen und minoritäre Szenen hatten.

Durch die sich im Punk ausbildende „Vision einer *umfassenden* Antithese“<sup>124</sup> wurden „unabhängige Produktions- und Vertriebsform, authentische Szeneanbindung, ästhetische Vorreiterschaft und subversive Weltanschauung [...] *als einander notwendig bedingend* zusammengedacht“<sup>125</sup>.

Der Ausgangspunkt der Independent-Idee liegt in der kreativen Selbständigkeit, in der „weitgehende[n] bis völlige[n] künstlerische[n] Kontrolle durch die Musiker“<sup>126</sup>, die hedonistisch und selbstverwirklichend agieren, und nicht aus kommerziellen Erwägungen. Damit ist der Independent-Geist als Kreativitätsbegriff „mit europäischen Kunstauffassungen gekoppelt“<sup>127</sup>, indem er vehement den Widerspruch von Kunst und Kommerzialisierung vertritt. Aus der ökonomischen Not, dass an dieser Art von Musik anfangs kein etabliertes Plattenlabel Interesse gefunden hätte, wurde zunächst beim Punkrock, später in diversen musikalischen Nischen eine Tugend gemacht.

Ästhetisch konnte den Indie-Produktionen somit „Innovation, Avantgarde, [...] authentische Gehalte [...] und Glaubwürdigkeit“<sup>128</sup> zugeschrieben werden, während das Gegenkonzept der von Markterfordernissen bestimmten Major-Musikindustrie als „tendenziell risikolos, durchschaubar, seicht, verwässert, klischeeverhaftet und verlogen“<sup>129</sup> wahrgenommen wurde.

---

<sup>123</sup> Vgl. etwa Gruber (1993), S.37

<sup>124</sup> Ullmaier (1997), S.101, Hervorhebungen im Original

<sup>125</sup> Ullmaier (1997), S.100, Hervorhebungen im Original

<sup>126</sup> Gruber (1993), S.37

<sup>127</sup> Vormehr, Ulrich (1999): Independents. In: Moser, Rolf/Scheuermann, Andreas (Hg.): Handbuch der Musikwirtschaft, Starnberg, München. S.201-213. Hier: S.211

<sup>128</sup> Ullmaier (1997), S.96

<sup>129</sup> ebda.

Sozial begriffen sich die Indies als „Teil eines intensiven und authentischen, bohémienhaft-libertinären (Sub-)Kulturvollzugs“<sup>130</sup>, entwickelten sich aus und für lokale, minoritäre Szenen, während die Majors diese Anbindung allenfalls von außen in Besitz nehmen oder simulieren konnten. Diese Verortung führte auch in der Unternehmensstruktur zu „unbürokratischen Organisationsformen“<sup>131</sup> und einem „kollektive[n] Charakter des Vertriebes“<sup>132</sup>. Hierarchien wurden abgelehnt und auf solidarische Konzepte gesetzt.

Die Independent-Formation sah sich nicht nur als Alternative zu der kommerziellen Musikindustrie, sondern wollte auch ein Gegenmodell zu kapitalistischer Ausbeutung und Entfremdung bieten. In weltanschaulichen Aspekten definierten sich diese Indies als subversiv und selbstbestimmt, wollten Freiräume schaffen und die Ordnung destabilisieren.

Mit dem Aufbau funktionierender Vertriebe (etwa Rough Trade in England, EFA in Deutschland) und sich etablierender Indie-Labels (z.B. Mute, SST, SubPop) gelang es im Laufe der 80er, das „Ziel, eine tatsächliche Alternative anzubieten“<sup>133</sup>, weitgehend zu verwirklichen.

Die Independent-Philosophie lässt sich als Möglichkeitsgefüge von ästhetischen, sozialen, ökonomischen und weltanschaulichen Aspekten lesen, das vielfach von Mythen durchzogen ist und durch sie erhalten wird. Die Idealform des ästhetisch avantgardistischen, sozial solidarischen und nichthierarchischen, ökonomisch kleinen und antikapitalistischen Independent Labels kann eher als Bezugspunkt denn als real verwirklicht gelten. Dass viele wichtigen Punkbands (allen voran die Sex Pistols und The Clash) als musikalisch-kulturelle Wegbereiter der Independent-Bewegung von Anfang an bei Majors veröffentlichten, verdeutlicht die Widersprüche des Independent-Ansatzes.

#### **2.4.4 Mainstream der Minderheiten – Postmoderne Tendenzen**

Schon Anfang der 80er Jahre wurde Kritik an der starren Dichotomie Indie-Major laut. Simon Frith spricht 1981 von der Unzulänglichkeit des „big/small split“<sup>134</sup> im Bezug auf seine Mechanismen, Inhalte und Wirkungen.

Die Illusion, unabhängig produzierte Musik könnte einen kapitalismusdistanzierten Raum einnehmen und würde zwingend politisch/ästhetisch progressivere Inhalte tragen, ließ sich

---

<sup>130</sup> Ullmaier (1997), S.96

<sup>131</sup> Gruber (1993), S.37

<sup>132</sup> Thompson, Mayo (1989): Was ist eigentlich Indie-Musik? In: Spex 3/89, S.44/45. Hier: S.44

<sup>133</sup> Vormehr (1999), S.201

<sup>134</sup> Frith (1981), S.91

mit dem Anwachsen der Punk- und New Wave-Szenen und der Expansion und einhergehenden Professionalisierung der Independent Labels nicht aufrecht erhalten.

Sowohl in ihrer kulturellen Funktion als auch „hinsichtlich der Marktbeherrschung [...] sind *Majors* und *Independents* praktisch nicht unterscheidbar.“<sup>135</sup> Auch das Independent-Spektrum entwickelt – wenn auch im kleineren Rahmen – Stars, Hierarchien und einen eigenen Werte- und Werke-Kanon, und auch „die Existenz von Indies [ist], wie bei allen anderen Teilen des Marktes, [...] abhängig von der Effektivität ihres Produktes, von Produkten überhaupt.“<sup>136</sup> Die Kalkulation für Indies gestaltet sich unter Umständen sogar verschärfter als für die Majors, da diese mit der Querfinanzierung durch einen größeren Katalog rechnen können.

Auch der Glaube, dass unabhängig produzierte Musik authentischer sei als die vereinnahmten und damit verfälschten Produktionen der Major Labels, musste mit der Etablierung von Punk und „Independent Rock“ als Musikstile, die auch bei den Majors verwertet wurden, hinterfragt werden. „Der Fehler in diesem Argument liegt in der Vorstellung, daß Musik der Ausgangspunkt des industriellen Verwertungsprozesses ist — gleichsam das Rohmaterial, um das alle streiten — während sie in Wirklichkeit das Resultat dieses Prozesses ist. Die 'Industrialisierung' von Musik kann nicht als ein Prozeß verstanden werden, der sich *an* der Musik vollzieht, sondern es ist der Prozeß, *in* dem Musik entsteht — ein Prozeß, der ökonomische, technologische und musikalische Kriterien vermischt (und durcheinander bringt).“<sup>137</sup>

Popmusik kann sich nicht ihrem Warencharakter entziehen, sie „war nie eine unschuldige Substanz, die durch das Hinzutreten von Marktgesetzen nachträglich verunreinigt wird“<sup>138</sup>. In bewusst sich vom „Mainstream“ abgrenzenden Aufnahme- und Veröffentlichungsformen „wird die Warenform als Nostalgie ihrer versuchten Überwindung zementiert.“<sup>139</sup>

Der direkte Wettbewerb mit den Majors, die in die neu entstehenden Märkte drängten, führte „zu einem Verfall der ursprünglichen Organisationsformen, oder – je nach Standpunkt – zu einer steigenden, gegenseitigen Vermischung und Durchdringung von Interessen von Majors und Indies“<sup>140</sup>. Im Laufe der 80er Jahre gingen einige Independent-Labels Kooperationen mit den Vertriebsnetzen der großen Labels ein. Die Erfolgreichsten wuchsen zu der „neue[n] Mischform [...] Major-Indie“<sup>141</sup> an, die herkömmliche Unterscheidungsmerkmale infrage stellte

---

<sup>135</sup> Garofalo (1994), S.16. Hervorhebungen im Original.

<sup>136</sup> Thompson (1989), S.44

<sup>137</sup> Frith (1987), S. 54. Übersetzung nach: Wicke (1993), S.46. Hervorhebungen im Original.

<sup>138</sup> Gurk (1996), S.21

<sup>139</sup> Ullmaier (1997), S.99

<sup>140</sup> Thompson (1989), S.45

<sup>141</sup> ebda.

und teilweise obsolet machte. Auf der anderen Seite übernahmen die Majors nicht nur Künstler, ganze Labels, A&R-Personal und Musikstile, sondern auch die kleinteiligen Arbeitsweisen von den Independents.

Robert Burnett argumentiert in „The Global Jukebox“<sup>142</sup>, dass sich die von Peterson/Berger für Jazz und Rock'n'Roll festgestellte zyklische Bewegung der Musikindustrie „während der 80er Jahre radikal ins Gegenteil verkehrt“<sup>143</sup> hat. Die Konzentration und Marktkontrolle der Majors sei noch nie so hoch gewesen, dem gegenüber die Diversifikation in Musikstile, die Unterschiedlichkeit der Produkte ebenfalls. Der zuvor als ästhetisch monolithisch begriffene „Mainstream“, der auf Massenpublika setzt, wurde durch einen ökonomisch genauso konzentrierten „Mainstream der Minderheiten“ ersetzt. Diese Minderheiten grenzen sich in ihren musikalischen Vorlieben, Haltungen und Codes voneinander ab, funktionieren aber nach denselben (kapitalistischen) Prinzipien.

Die Indies übernahmen die Rolle als Zulieferer für die Majors, leisteten „Forschungs- und Entwicklungsarbeit im Austesten des Marktes“<sup>144</sup>. Einige Indies wurden mit größtmöglicher Entscheidungsfreiheit durch „Labeldeals“ in die Major-Industrie integriert. „Das frühere Konkurrenzverhältnis zwischen Major und Indies hat sich also zu einer symbiotischen Beziehung gewandelt, die Wettbewerb unter Bedingungen hoher Kapitalkonzentration *künstlich erzeugt*.“<sup>145</sup> Funktionierende Modelle wurden in der Diversifikation von Subkulturen von den Majors ohne inhaltliche Vorbehalte adaptiert - Rebellion und Verweigerung erwiesen sich als am Markt extrem erfolgreiche Produkte.

Während noch in den 80er Jahren „kommerzielle Interessen und subkulturelle Solidarität [...] klar voneinander abgrenzbar“<sup>146</sup> schienen, erfolgte mit der Umarmung von Dissidenz durch die Majors in den drei zentralen musikalischen Strömungen der 90er Jahre die Ernüchterung. Im HipHop, der zuvor als das zentrale Beispiel von nicht-vereinnahmbarer Musik von Marginalisierten stilisiert wurde, setzten sich mit Gangsta-Rap die Paradigmen „Erfolg und ‚Männlichkeit‘“<sup>147</sup> gegenüber afroamerikanischer Positionsbildung durch. Elektronische Musik wurde mit Massenveranstaltungen wie der Loveparade als sich minoritär gebendes Spektakel inszeniert, in dem von den demokratisierenden, Körper-befreienden und Geschlechterrollen auflösenden Tendenzen nur ein sinnentleerter konsumistischer Karneval übrig blieb<sup>148</sup>. Mit dem Major-Erfolg der Grunge-Band Nirvana 1992, dem das zugkräftige

---

<sup>142</sup> Burnett (1996)

<sup>143</sup> Gurk (1996), S.33

<sup>144</sup> Garofalo (1994), S.17

<sup>145</sup> Gurk (1996), S.34. Hervorhebungen im Original.

<sup>146</sup> Mayer, Ruth (1996): Schmutzige Fakten. Wie sich Differenz verkauft. In: Holert/Terkessidis (1996a), S. 153-168. Hier: S. 154

<sup>147</sup> Mayer (1996), S.155

Genre „Alternative Rock“ als wohlfeile Dissidenz folgte, musste endgültig von den ästhetisch begründeten Abgrenzungen Abschied genommen werden.

Die Etablierung des „Mainstream der Minderheiten“ ist auch Ausdruck der soziokulturellen und ökonomischen Umbrüche Ende des 20. Jahrhunderts. Hier verdichten sich die gesellschaftlichen Entwicklungen, die sich mit der Entdeckung des „teenage consumer“ in den 50er Jahren angedeutet hatten. In der Etablierung von Jugend und „ihrer erfolgreichen Artikulation von Protest via Rock’n’Roll verkörperte sich ein Bruch in den sozialen Anforderungen der kapitalistischen Gesellschaft.“<sup>149</sup> Die bisher um die Produktion organisierte Lebensweise des Fordismus brachte als Forderung der Jugend eine Einlösung der Versprechen der Kulturindustrie hervor. „Ob sie es wollten oder nicht, die Jugendlichen und ihre Musik wurden zur gesellschaftlichen Avantgarde der Durchsetzung der neuen Werte des Konsumismus.“<sup>150</sup>

Das Konzept Jugend war maßgeblich an der Destabilisierung von Familie und Tradition beteiligt, an deren Stelle vielfach gebrochene und kleinteilige soziale Bezugssysteme traten, die durch einen „Lebensstil“<sup>151</sup> definiert sind. Die Individualisierungstendenz der Moderne schlug hier um in eine Differenz, die sich vor allem durch Konsum konstituiert. Die Jugend- und Subkulturen trugen nicht nur zur Umwandlung in eine kapitalistische Gesellschaft bei, in der „die Individuen [...] zuallererst als Konsumenten und nicht als Produzenten gefragt“<sup>152</sup> sind, sondern destabilisierten in ihrer Rebellion auch die tradierten Arbeiterpositionen und -sicherheiten. „Die Befreiung von den Zwängen der bürgerlichen Gesellschaft unter der Anleitung des Sozialisationsagenten „Popkultur“ war immer auch eine Befreiung des Marktes von ethischen Regulativen.“<sup>153</sup>

Während die maßgebliche These zum Zusammenhang von Kultur, Ökonomie und Macht in den Nachkriegsjahren, die Kulturindustrie-These von Adorno und Horkheimer<sup>154</sup>, vor ihrem historischen Hintergrund eine Homogenisierung von Inhalten und eine einhergehende Anpassung und Manipulation der Gesellschaft konstatierte, spiegelt sich dieser Zusammenhang im „Mainstream der Minderheiten“ anders wider. Nicht „Anpassung, sondern

---

<sup>148</sup> Vgl. Weber, Annette (1996): Miniaturstaat Rave-Nation. Konservatismus im Kontext der Techno-Community. In: Holert/Terkessidis (1996a), S. 41-54

<sup>149</sup> Holert/Terkessidis (1996b), S.12

<sup>150</sup> ebda.

<sup>151</sup> Vgl. zusammenfassend Wersig, Gernot (1998): Individualisierung und Postmoderne (Theorie und Methodik der Informationswissenschaft II). Skript einer Vorlesung im Fach Informationswissenschaft im WS 1996/97 mit Ergänzungen aus dem WS 1997/98. Oktober 1998. Unveröffentlichtes Vorlesungsskript an der Freien Universität Berlin. S.57ff.

<sup>152</sup> Bauman, Zygmunt (1995): Ansichten der Postmoderne. Hamburg. S.79

<sup>153</sup> Gurk (1996), S.23

<sup>154</sup> Vgl. Adorno/Horkheimer (1988). Zur Diskussion in unserem Zusammenhang vgl. etwa Holert/Terkessidis (1996a), Testcard – Beiträge zur Popgeschichte #5/1997 und Frith (1981).

Differenz im weitesten Sinne [...] [ist] die Definition und Triebfeder des postmodernen Konsumismus.“<sup>155</sup> Der Markt selbst erwies sich „als Erzfeind der Gleichförmigkeit“<sup>156</sup> und profitierte von der Destabilisierung herkömmlicher „Kriterien für Wahrheit, Moral und Schönheit“<sup>157</sup>. Schien in der kulturwissenschaftlichen und postmodernen Debatte die Kulturindustrie-These angesichts der Pluralisierung von Produkten und Lebensstilen und der aktiven Rolle der Rezipierenden zunächst an Bedeutung zu verlieren, gewann sie in der Möglichkeit zur Abarbeitung und Identifikation von Veränderungen Mitte der 90er Jahre wieder an Gewicht<sup>158</sup>: in den Fragen, ob sich gesellschaftlich-ökonomische Totalität nur anders darstellt, und ob und wie sich Freiräume konstituieren können. Denn durch die Etablierung der „Konsumtion als Zentrum und Spielwiese der individuellen Freiheit [...] *erscheint die Zukunft des Kapitalismus gesicherter als je zuvor.*“<sup>159</sup> Zu dieser veränderten „Existenz, die einer lebenslangen Gefangenschaft im Einkaufszentrum gleicht“<sup>160</sup>, trugen Jugend- und Popkultur maßgeblich bei, und diese Erkenntnis verunsicherte auch das Selbstverständnis der Independent-Formation.

Auch die politischen Veränderungen Anfang der 90er, die faktische Unmöglichkeit einer Alternative zum Kapitalismus, das Ende der utopistischen Umwelt- und Friedensbewegungen der 80er Jahre und ihre Institutionalisierung, die zunehmende Schwierigkeit von eindeutigen politischen Einordnungen erschwerten die idealistischen Perspektiven der Independents.

In Deutschland ließen die Pogrome von Hoyerswerda und Rostock-Lichtenhagen und das Entstehen einer regional dominanten rechten Jugendkultur von der Vorstellung Abschied nehmen, Protest und Rebellion wären per se emanzipatorisch. Die neue Subversion kam von rechts, und sie hörte dieselbe Musik. Es war kein Widerspruch, wenn rechte Skinheads den ursprünglich jamaikanischen Ska zu ihrer Musik machten, oder Punkrock hörten, der sich nur textlich von den ursprünglichen Formen unterschied. Hier gab sich eine dominante Protesthaltung als authentische Dissidenz, vertrat aber letztlich Positionen des konservativen Mainstreams. Diederich Diederichsen forderte 1992 in dem Artikel „The kids are not alright“ den Abschied „vom Konzept Jugendkultur mit allen angegliederten Unter-Ideen wie Pop, Underground, Dissidenz durch symbolische Dissidenz, Tribalismus, Revolte, Abgrenzung etc.“<sup>161</sup> Die „fundamentale Differenz zwischen Nazis und ihren Gegnern“<sup>162</sup> sei durch den

---

<sup>155</sup> Gurk (1996), S.34

<sup>156</sup> Bauman (1995), S.82. Hervorhebungen im Original.

<sup>157</sup> ebda.

<sup>158</sup> Vgl. insbesondere Holert/Terkessidis (1996a) und Testcard – Beiträge zur Popgeschichte #5/1997

<sup>159</sup> Bauman (1995), S.83. Hervorhebungen im Original.

<sup>160</sup> Bauman (1995), S.5

<sup>161</sup> Diederichsen, Diederich (1992): The kids are not alright. Abschied von der Jugendkultur. In: Spex Nr. 11/1992. S.28-34. Hier: S.30

Begriff Jugendkultur nicht mehr zu fassen. Die Diskussion stürzte nicht nur die „Pop-Linke“ in eine Krise, sondern ließ auch eine generelle weltanschauliche Verortung von Independents qua ökonomischer Strukturen hinfällig werden.

Das Indie-Spektrum konstituiert sich somit um die Jahrhundertwende als Kristallisationspunkt für die postmodernen Widersprüche und Perspektiven in ihnen, als Austragungsort des Abschieds von herkömmlichen politischen Modellen und der Frage nach der Möglichkeit von Freiräumen und gegenhegemoniellen Praktiken. Unter den Bedingungen der Postmoderne verlaufen „die Demarkationslinien nicht mehr entlang der klassischen Unterscheidung zwischen Underground und Mainstream“<sup>163</sup>. Ästhetische, weltanschauliche und ökonomische Aspekte sind nur noch bruchhaft als Teil einer Definition unabhängiger Labels zu sehen. Im Differenzkapitalismus findet sich der Independent-Begriff in unterschiedlichsten Ausprägungen als Marke und als Fluchtlinie wieder.

Die letzte aufrechtzuerhaltende Unterscheidung stellt trotz der graduellen Verläufe die prinzipielle Logik der Unternehmensphilosophien dar: Für Majors ist das musikalische Material vollkommen egal, solange sich daraus ein Gewinn erwirtschaften lässt; Independents gehen von musikalischen Präferenzen (oder zumindest Hintergründen) aus und verorten sich in Form der Kleinstlabel weiterhin als Teil bestimmter regionaler oder virtueller Szenen.

„Independent“ ist am Anfang des 21. Jahrhunderts schließlich als Nebeneinander von pragmatischen und idealistischen Konzepten zu denken, für die der Bezugspunkt die vielfach kulturell überzeichnete Independent-Philosophie bleibt.

Aus dieser spezifischen Ausgangslage der Independent Labels ergeben sich im Hinblick auf die Einflüsse der Internet-Technologien und ihrer Kulturen, auf die ich im folgenden Kapitel eingehen will, andere Perspektiven und Fragestellungen als für die Major-Industrie. Diese besonderen Anknüpfungspunkte werden in Kapitel 4 zusammengebracht.

---

<sup>162</sup> ebda.

<sup>163</sup> Gurk (1996), S.36

## 3. Computer und Internet

### 3.1 Geschichte

Der hier skizzierte Entwicklungsprozess von Computertechnologie soll verdeutlichen, wie eine Technologie in ihrer Geschichte nicht nur durch technische Innovationen gekennzeichnet ist, sondern durch die Vorstellungen und Zielsetzungen, die an sie herangetragen werden, und vor allem durch die Art und Gruppe der Nutzung strukturiert ist. Dies gilt insbesondere für das Internet in seiner besonderen Position zwischen persönlichem und öffentlichem Raum als ein Medium, das dezentral ausgefüllt und mitgestaltet wird. Für den Zusammenhang mit der Musikindustrie im allgemeinen und Independent Labels im speziellen ergeben sich die Konfliktlinien und Möglichkeiten aus dieser spezifischen technologischen und kulturellen Konstellation, die daher grundlegend dargestellt werden soll.

Zunächst wird die Technologiesgeschichte von Computern und Computernetzwerken nachgezeichnet, um in den folgenden Abschnitten herauszuarbeiten, welche spezifischen Implementationen und strukturellen Bedingungen für das Spannungsfeld Musikindustrie und Internetkultur von Bedeutung sind. Anschließend werden diese Entwicklungen in Zusammenhang mit den Nutzern und ihrer Kultur gebracht sowie einige zentrale Gruppierungen eingehender dargestellt.

Die erste Generation von Computern wird mit den Relais- und Elektronenröhrenrechnern der 30er Jahre und 40er Jahre angesetzt, die zunächst von Bastlern und Ingenieuren entwickelt wurden. Im Zweiten Weltkrieg wurde die Wissenschaft den militärischen Zielen untergeordnet und die Entwicklung von Dechiffrier- und Flugberechnungsmaschinen vorangetrieben. Das Paradigma der ersten Computergenerationen bestand in einer automatisierten Rechenmaschine, einem „Elektronengehirn“<sup>164</sup>, das Berechnungen in einer dem Menschen weit überlegenen Geschwindigkeit und Genauigkeit ausführen konnte. Die rasante technologische Entwicklung (volltransistorisierte Rechner 1955, „Zweite Computergeneration“; Chip-Rechner 1961, „Dritte Computergeneration“) ermöglichte den Gedanken an eine Maschine zur universellen „Informationsverwaltung“ (Datenbanken, Buchungssysteme, Textverarbeitung<sup>165</sup>). Weitere Miniaturisierung und Kapazitätserhöhung<sup>166</sup>

---

164 Vgl. Mocigemba, Dennis (2003): Die Ideengeschichte der Computernutzung. Metaphern der Computernutzung und Qualitätssicherungsstrategien. Dissertation an der Technischen Universität Berlin. [http://edocs.tu-berlin.de/diss/2003/mocigemba\\_dennis.pdf](http://edocs.tu-berlin.de/diss/2003/mocigemba_dennis.pdf) [2004-04-27] S.91ff.

165 Vgl. Wersig (2000), S.135

166 Die 1965 von Gordon Moore getroffene Prognose, dass sich die Kapazität von Computerchips jedes Jahr verdoppeln würde („Moore'sches Gesetz“), erwies sich für zehn Jahre als gültig, später verlangsamte sich der Prozess auf eine Verdoppelung alle zwei Jahre. Vgl. Hiebel, Hans H. (Hg.) (1997): Kleine Medienchronik. Von den ersten Schriftzeichen zum Mikrochip. Graz. S.241

sowie die Entwicklung des Mikroprozessors prägten die „Vierte Computergeneration“ und legten den Grundstein für Mikro- und Personalcomputer. Das Bild vom „Rechner als Werkzeug“ wandelte sich spätestens in den 80er Jahren zu der Idee eines universellen Mediums für Schrift, Bild, Ton und Film, Sprachverarbeitung und „Wissensverarbeitung“<sup>167</sup>, zum Schlagwort „Multimedia“. Nachdem eine fünfte Generation in Verbindung mit Künstlicher Intelligenz nicht realisiert wurde und da die heutige Computertechnologie weiterhin auf Mikrochips basiert, wird die Zählung von Generationen inzwischen nicht mehr verfolgt<sup>168</sup>. Die wichtigste Neuerung, deren Entwicklung innerhalb der „vierten Generation“ erfolgte, machte den Computer als Bestandteil eines Netzwerks zu dem Kommunikationsmedium, als das er mit der globalen Ausbreitung der Technologie spätestens in den 90er Jahren auch in der Öffentlichkeit wahrgenommen wird.

Als direkter Vorläufer des Internets wurde 1969 das Arpanet installiert. Als Reaktion auf den erfolgreichen Start des Sputnik, der im Kalten Krieg einen drohenden Vorsprung der sowjetischen Forschung markierte<sup>169</sup>, rief das Amerikanische Verteidigungsministerium 1958 die „Advanced Research Projects Agency“ (ARPA) ins Leben, die „im Dienste der Landesverteidigung den technologischen Vorsprung der Vereinigten Staaten durch Förderung hierzu geeigneter Projekte“<sup>170</sup> sichern sollte. Die ARPA unterhielt keine eigenen Forschungseinrichtungen, sondern arbeitete mit universitären und industriellen Vertragspartnern zusammen, die sich keineswegs nur an konkreten Militärprojekten orientieren, sondern auch Grundlagenforschung betrieben.<sup>171</sup>

Trotz fortschreitender Miniaturisierung waren die Computer bis zur dritten Generation teure Großrechner, deren Ressourcen knapp bemessen und in Closed-Shop-Systemen<sup>172</sup> organisiert waren. Verschiedene Systeme waren im Einsatz (etwa von IBM, Digital

---

<sup>167</sup> Vgl. Wersig (2000), S. 136

<sup>168</sup> Vgl. Wersig (2000), S.125.

<sup>169</sup> Zur Computerentwicklung in der UdSSR gibt es vergleichsweise wenig Material. Unabhängig von der westlichen Entwicklung wurde mit MESM/SECM 1950 der erste elektronische Computer auf dem europäischen Kontinent in Betrieb genommen (Thomas Thaler (2003): Archäologie des sowjetischen Computers, 2003. [http://matrix.orf.at/bkframe/030427\\_1.htm](http://matrix.orf.at/bkframe/030427_1.htm) [2004-01-09], dem Vernehmen nach war die Forschung um Sergej Lebedev mindestens auf derselben Höhe mit den amerikanischen Programmen und trug zum „Sputnik-Schock“ bei (ebda.). Auch die Einteilung in Generationen entspricht zeitlich etwa der westlichen Entwicklung (Tarkhov, S. (1999): Museum of the USSR Computers history. 1999. [http://www.bashedu.ru/konkurs/tarhov/english/index\\_e.htm](http://www.bashedu.ru/konkurs/tarhov/english/index_e.htm) [2004-04-22]). Mathematisch (Markov, Kolmogorov) und kybernetisch (Viktor M. Glushkov) avancierte Forschung stand ideologischen und materiellen Einschränkungen gegenüber (Trogermann, Georg (2000): ARIFMOMETR - Eine Archäologie des Computers in Rußland August 2000. <http://www.lmr.khm.de/georg/projekte.htm> [2004-01-09]). 1972 wurde entschieden, sich dem westlichen IBM-Standard anzupassen, und die eigenständige Forschungslinie beendet (Thaler 2003). Aufgrund der Literaturlage kann hier nur wenig darauf eingegangen werden.

<sup>170</sup> Musch, Jochen (2000): Die Geschichte des Netzes: ein historischer Abriß. In: Bernad Batinic (Hg.): Internet für Psychologen, 2., überarbeitete und erweiterte Auflage 2000. Göttingen. S. 15-37. Online: <http://www.hogrefe.de/buch/online/netpsycho/lprobe/kap3.pdf> [2004-04-22] Hier: S.15

<sup>171</sup> Vgl. ebda.

<sup>172</sup> Vgl. Wersig (2000), S.133.

Equipment, Univac, SDS<sup>173</sup>), die aber teilweise nicht einmal zu der eigenen Baureihe kompatibel waren. Datenaustausch geschah meist auf umständlichem Weg durch Lochkarten und Magnetbänder.

Als in der ARPA in den Jahren nach der Gründung einer neuen Koordinationsstelle für Computertechnologie („Information Processing Techniques Office“, IPTO) 1962 Ideen zu graphischen Terminals, Time-Sharing-Systemen und schließlich zur Vernetzung von räumlich weit entfernten Computern entwickelt wurden, ging es vornehmlich um diese Problematiken. Die entwickelten Time-Sharing-Netzwerke beruhten auf einer Stern-Topologie, die durch ihren zentralisierten Aufbau und die Notwendigkeit einer dauerhaft funktionierenden Leitung (Leitungsvermittlung) störanfällig waren<sup>174</sup>.

Paul Baran schlug 1964 eine alternative Topologie mit einer neuen Vermittlungstechnik vor, ein „vermaschtes“ oder „verteiltes“ Netzwerk von redundanten Leitungen zwischen gleichberechtigten Computern, in dem die Daten in kleine „Pakete“ zerteilt werden und auf verschiedenen Wegen ihr Ziel erreichen sollten<sup>175</sup>. Während die Idee beim US-Verteidigungsministerium zunächst auf Ablehnung stieß, installierte die Société Internationale de Télécommunications Aéronautiques (SITA) bereits 1965 für die Kommunikation der ihr angeschlossenen 175 Fluggesellschaften erfolgreich ein auf packet-switching basierendes Netz mit neun Knotenpunkten<sup>176</sup>.

Die Planungen zum Arpanet wurden 1966 begonnen und griffen auf Barans Überlegungen zurück. Obwohl Baran seine Topographie, die eine Funktionalität des Netzes auch beim Ausfall mehrerer Verbindungspunkte gewährleisten würde, vor allem anhand eines Bedrohungsszenarios des Kalten Krieges entwickelt hatte, um die militärisch verfassten Entscheidungsgremien zu überzeugen, bestand die Motivation der ARPA vor allem in praktisch-technologischen Erwägungen<sup>177</sup>: Unterschiedliche Systemtypen sollten verbunden werden, auf teure Computerressourcen von verschiedenen Standorten zugegriffen und der Transport von Daten vereinfacht werden<sup>178</sup>.

---

<sup>173</sup> Vgl. Musch (2000), S.20

<sup>174</sup> Vgl. Musch (2000), S.17 und Wersig (2000), S.185

<sup>175</sup> Vgl. Baran, Paul (1964): On Distributed Communications. RAND-Memorandum RM-3420-PR. <http://www.rand.org/publications/RM/baran.list.html> [2004-01-09]

<sup>176</sup> Hirsch, P. (1974). SITA: Rating a Packet-Switched Network. In: Datamation, April 1974: 112-113. Zit. nach: Musch (2000), S.19

<sup>177</sup> Bis zur Veröffentlichung der Dokumentation „Where Wizards Stay Up Late“ (Original 1997, hier: Hafner, Katie/Lyon, Matthew (2000): Arpa Kadabra. Die Geschichte des Internet. 2., korrigierte Auflage. Heidelberg.) gehörte die Rückführung der Topographie des Internets auf dieses Bedrohungs-Szenario zu den verbreitetsten Mythen der Computergeschichtsschreibung.

<sup>178</sup> Vgl. Musch (2000), S. 20.

Die Verbindung von unterschiedlichen Hardware-Plattformen wurde beim Arpanet durch das Konzept von „Interface Message Processors“ (IMPs) bzw. Routern ermöglicht<sup>179</sup>: Jeder Rechner wurde an einen Minicomputer angeschlossen, der sich um die Paket-Vermittlung, die Netzwerkumgebung und Fehlerkontrolle kümmerte und nur über die richtige Schnittstelle angesprochen werden musste<sup>180</sup>. Daraus ergab sich für die Programmierung das hierarchische Netzwerkschichten(Layering)-Konzept, das eine elegante Trennung von klar definierten Aufgabenbereichen und die unabhängige Optimierung von Teilschichten ermöglichte<sup>181</sup>. Diese Struktur ist insofern von großer Bedeutung, als dass sie prinzipiell eine Gestaltungsmöglichkeit für jeden Nutzer eröffnet, eigene Anwendungen für das Netzwerk zu programmieren. Die mit dem Transport befassten unteren Schichten können nicht zwischen zulässigen und unzulässigen Applikationen unterscheiden, sie verlangen lediglich, dass die neue Anwendung auf der Sender- und Empfänger-Maschine läuft und über die definierte Schnittstelle auf sie zugreift. Dieses „end-to-end“-Prinzip<sup>182</sup> auf den höheren Schichten entfaltet eine innovationsfördernde Wirkung und kann als entscheidender Faktor im Wachstum des Internets angesehen werden.

Die ersten Anwendungen des Arpanet, das im September 1969 mit vier verbundenen Computerstandorten begann, waren neben der Stapelverarbeitung von Anweisungen durch ferne Rechner (Remote Job Entry) die Terminal-Fernsteuerung durch Telnet (Telecommunications Network) und das Dateiaustauschprogramm FTP (File Transfer Protocol). Zum größten Wachstumsfaktor entwickelte sich allerdings ein Dienst, der anfangs nur zur Verwaltung des Netzes gedacht war und als nicht essentiell eingeschätzt wurde<sup>183</sup>: die elektronische Post („E-Mail“), die 1972 eingeführt wurde<sup>184</sup>.

Während das Arpanet zur Verbindung von Computerressourcen installiert worden war, „verdankte es seinen durchschlagenden Erfolg schließlich seiner nicht vorhergesehenen Fähigkeit, auch Menschen miteinander in Kontakt zu bringen.“<sup>185</sup> Bereits kurz nach der Veröffentlichung überstieg das Datenvolumen des Mailverkehrs die der anderen Dienste, die

---

<sup>179</sup> Im allgemeinen setzt sich ein Rechnernetz aus Teilnehmercomputern (Hosts) und einem Subnet zusammen, das aus Nachrichtenkanälen (transmission lines, hier: gemietete Telefonleitungen) und einem System aus Steuer- und Kommunikationskomponenten besteht (switching elements, router; hier: IMPs). Vgl. Tanenbaum, Andrew S. (1988): Computer Networks. Second Edition. Englewood Cliffs, New Jersey. S.6f.

<sup>180</sup> Vgl. Musch (2000), S. 21.

<sup>181</sup> Vgl. Tanenbaum (1988), S.9ff.

<sup>182</sup> Vgl. Tanenbaum (1988), S.17f.

<sup>183</sup> Vgl. Musch (2000), S. 21.

<sup>184</sup> Mailbox-Programme hatte es bereits für Time-Sharing-Systeme gegeben. Die Arpanet-E-Mail-Programme (das erste: MAIL/MLFL) basierten zunächst auf FTP (vgl. Hafner/Lyon (2000), S.225ff.), das Simple Mail Transfer Protocol (SMTP) wurde erst 1982 entwickelt (vgl. Hafner/Lyon (2000), S. 298).

<sup>185</sup> Musch (2000), S. 22.

vernetzten Computer kündigten erstmals die Vorstellung von einem Zusammenrücken des Raums an, die ersten Mailinglisten waren Vorboten von „Virtuellen Gemeinschaften“.

Der nächste Schritt der ARPA bestand 1973 im „Internet Program“, das derselben Philosophie wie zuvor das Arpanet folgen sollte, um jedoch nicht nur Computer unterschiedlicher Systeme zu verbinden, sondern ganze Computernetze, die auf unterschiedlichen Technologien und Übertragungswegen, etwa auf Rundfunkwellen (Alohanet 1970, PRnet 1972) oder Satellitenübertragung (Satnet 1975) basieren konnten. Das 1975 realisierte „Netz der Netze“ wurde durch das Transmission Control Protocol (TCP) ermöglicht, aus dem 1980 das Routing in das Internet Protocol (IP) ausgegliedert wurde.

TCP/IP wurde in den USA schnell zu einem de-facto-Standard, da die Spezifikation der Protokolle kostenlos zur Verfügung gestellt und in die Berkeley-Version des UNIX-Betriebssystems integriert wurde, das an den meisten Universitäten Verwendung fand<sup>186</sup>.

In Europa vollzog sich die Einführung von Computernetzen mit zeitlicher Verzögerung gegenüber den Vereinigten Staaten. Viele Staaten entschieden sich für die 1976 von der internationalen Normierungsbehörde CCITT (Comité Consultatif International Téléphonique et Télégraphique) definierte X.25-Protokollfamilie.<sup>187</sup> Die International Standard Organisation (ISO) erarbeitete Ende der 70er Jahre zusammen mit CCITT ein von TCP/IP unabhängiges Schichtenmodell namens OSI (Open Systems Interconnection), das 1983 vorgestellt<sup>188</sup>, jedoch erst 1988 fertig implementiert wurde. Während 1983 das gesamte Internet nach Entscheidung des US-Verteidigungsministeriums<sup>189</sup> auf TCP/IP umgestellt wurde, legten nach der Fertigstellung von OSI 1988 viele europäische Staaten, die US-Regierung, IBM, Digital und Hewlett Packard die OSI-Protokolle als offiziellen Standard fest<sup>190</sup>.

Trotz der breiten Unterstützung des OSI-Modells konnte sich TCP/IP international durchsetzen, was einerseits an der nachgewiesenen Funktionalität und der durch Berkeley-Unix erlangten Verbreitung, andererseits an der größeren Kompatibilität zu unterschiedlichsten Netzwerken lag, die auch die sich in vielen Universitäten und Firmen durchsetzenden Ethernet-LANs (Local Area Networks) einschloss<sup>191</sup>.

Im Erfolg von TCP/IP spiegeln sich auch kulturelle Hintergründe der Computernutzer wider; eine Ablehnung von bürokratischen Entscheidungen „von oben“, die nicht auf

---

<sup>186</sup> Vgl. zur UNIX- und Usenet-Entwicklung Kapitel 3.3.2.1 Hacker

<sup>187</sup> Etwa beim französischen Datennetz TRANSPAC 1978, beim PSS-Netz in Großbritannien 1980, in Deutschland als Datex-P und später auch beim deutschen Forschungsnetz WiN. Vgl. Musch (2000), S.28f.

<sup>188</sup> Vgl. Payer, Margarete (2003): Computervermittelte Kommunikation. Kapitel 3. OSI - Open Systems Interconnection Model. Fassung vom 2003-10-08. <http://www.payer.de/cmcs/cmcs03.htm> [2004-04-22]

<sup>189</sup> Hafner/Lyon (2000), S.293.

<sup>190</sup> Hafner/Lyon (2000), S. 295.

<sup>191</sup> Vgl. Musch (2000), S.29 und Hafner/Lyon (2000), S.296f.

Expertenwissen, sondern auf ökonomischen und politischen Erwägungen beruhen; die Skepsis gegenüber nie realisierten komplizierten Entwürfen, die ein erprobtes und funktionierendes System ersetzen sollten; die Überlegenheit einer in kooperativer Forschung entwickelten und frei erhältlichen „offenen“ Software gegenüber proprietären Systemen<sup>192</sup>.

In den USA waren weitere Netzwerke entstanden, darunter das Usenet, das die Newsgroup-Kultur begründete<sup>193</sup>, BITNET und das CSNet, die in das Internet integriert wurden. Die National Science Foundation konstruierte mit dem NSFNET-Backbone 1984 das erste TCP/IP-WAN (Wide Area Network), das die Kapazität des fünfzehn Jahre älteren Arpanet bei weitem überstieg.

Infolge von divergierenden Interessen der militärischen Betreiber und der universitären Forschergemeinde wurde 1983 der militärische Datenverkehr als MILNET vom Arpanet abgetrennt, und 1990 schließlich die Arpanet-Hardware abgeschaltet, deren Funktionen vollständig vom NSFNET übernommen wurde<sup>194</sup>.

Der entscheidende Schritt zur Öffnung des Internets für ein Massenpublikum war die Entwicklung des World Wide Web (WWW). Tim Berners-Lee schlug im März 1989 ein Hypertextsystem<sup>195</sup> mit einfach zu bedienender Oberfläche vor, das Dokumente innerhalb des Europäischen Labors für Teilchenphysik (CERN) einfach zugänglich machen sollte. Trotz geringer Rückmeldung vom CERN, wo er anfangs vor allem von Robert Cailliau unterstützt wurde, programmierte er das nötige Protokoll HTTP (HyperText Transfer Protocol), die Auszeichnungssprache HTML (Hypertext Markup Language), den ersten Web-Server sowie einen ersten Browser und stellte diese schließlich 1991 für CERN und im Internet zum Download bereit.<sup>196</sup> Schnell verbreitete sich die Idee unter Wissenschaftlern und Hypertext-Enthusiasten, die von der Möglichkeit begeistert waren, per Knopfdruck interessant erscheinenden Querverweisen auf der ganzen Welt folgen und das „World Wide Web“ selbst erweitern zu können. Im Jahre 1993 verzehnfachte sich die Zahl von Web-Servern weltweit auf 500<sup>197</sup>, und der erste graphische Browser, Mosaic, wurde freigegeben.

---

<sup>192</sup> Vgl. Hafner/Lyon (2000), S. 292ff. und zur Internetkultur Kapitel 3.4

<sup>193</sup> Siehe auch Kapitel 3.3.2

<sup>194</sup> Vgl. Musch (2000), S.30.

<sup>195</sup> Hypertext ist die nicht-lineare Organisation und elektronische Wiedergabe von Dokumenten, die durch Querverweise verbunden sind. Neben Vannevar Bush haben vor allem Douglas Engelbart, der bei seinem „Augment“-System auf eine mehrfenstrige graphische Oberfläche mit Maussteuerung setzte, und Ted Nelson, der 1965 den Begriff „hypertext“ einführte, die Vision eines hypertextuellen Zugriffs auf Daten verfolgt.

<sup>196</sup> Griffin, Scott (o.D.): Internet Pioneers. Tim Berners-Lee. <http://www.ibiblio.org/pioneers/lee.html> [2004-03-02]

<sup>197</sup> Vgl. Centre Européen pour la Recherche Nucléaire (CERN) (2002): History of the WWW. 2002. <http://public.web.cern.ch/public/about/achievements/www/history/history.html> [2004-03-02]

Nach der ersten WWW-Konferenz 1994 erreichte der Dienst eine größere Öffentlichkeit, und das W3-Konsortium wurde zur Verwaltung gegründet.

Mitte der 90er Jahre erhielt das Internet über die Berichterstattung in den traditionellen Medien eine breite Öffentlichkeit, und Tausende von Privatanwendern begannen, eigene Homepages zu erstellen, nach und nach drängten nahezu alle Firmen, Organisationen, Regierungen und Behörden mit eigenen Angeboten ins Web<sup>198</sup>.

Der Computersektor entwickelte sich zu einer der am stärksten wachsenden Branchen. Der Personalcomputer verbreitete sich in weiten Bevölkerungsschichten, die Homecomputer der 80er Jahre wurden durch den Windows-PC, der sich gegen Macintosh und Unix-Systeme als Marktführer durchsetzen konnte, ersetzt. Neben Software- und Hardwareunternehmen entwickelten sich auch Internet-Service-Provider zu *global players*<sup>199</sup>. Die Kommerzialisierungs- und Monopolisierungstendenzen der Softwarebranche ließen aber auch bewusste Gegenkonzepte wie Linux und andere Open-Source-Projekte entstehen.<sup>200</sup>

Das Internet schuf Arbeitsplätze, neue Geschäftsideen, Visionen von vernetzter Gesellschaft, eine Menge Fachliteratur, grenzenlosen Technogeloben und schürte Hoffnungen auf ewiges Wachstum. Ende der Dekade setzte ein regelrechter Goldrausch unter den sogenannten Dotcoms und Start-Up-Unternehmen ein, die mit wenig mehr als einer Idee und Risikokapital die Börse erobern konnten. Kernproblem der WWW-Ökonomie blieb jedoch die Schwierigkeit, in einem System, das ursprünglich auf freie Verfügbarkeit wissenschaftlicher Texte ausgelegt war, überhaupt ein Verwertungsmodell zu finden<sup>201</sup>. Nur wenige Unternehmen schrieben schwarze Zahlen, und 2000 platzten die Träume der New Economy: die Technologiebörse Nasdaq brach zusammen.

Trotz des Endes der überschwänglichen ökonomischen Euphorie hielten Computer und Internetzugang Einzug in die alltägliche Lebenswelt der Menschen in den westlichen Staaten. Das Internet wächst weiter, nach Schätzungen gab es 2003 12 Milliarden vernetzte Seiten im WWW, und 600 Millionen Menschen hatten Zugang zum Internet<sup>202</sup>. Laut

---

<sup>198</sup> Vgl. Münz, Stefan (2001): Entstehung des World Wide Web. 2001. <http://selfhtml.teamone.de/intro/internet/www.htm> [2004-03-02]

<sup>199</sup> So konnte etwa AOL dank des Börsenkapitals im Januar 2000 das fünfmal umsatzstärkere Unternehmen Time Warner übernehmen. Vgl. Heise-News (2000): AOL Time Warner: Vorreiter des neuen Web. 11.1.2000. <http://www.heise.de/newsticker/meldung/7568> [2004-03-02]

<sup>200</sup> Vgl. Kapitel 3.3.2.2 Open Source-Bewegung

<sup>201</sup> Vgl. Lovink, Geert (2002): Nach dem Dotcom-Crash. Der Internethype und die Kunst der Geldvernichtung. Eine Bilanz. In: Lettre International, Heft 57, II/2002, S. 46-53 <http://laudanum.net/geert/files/1037064960/> [2004-04-22]

<sup>202</sup> Eimeren, Birgit van/Gerhard, Heinz/ Frees, Beate (2003): ARD/ZDF-Online-Studie 2003. Internetverbreitung in Deutschland: Unverwartet hoher Zuwachs. In: Media Perspektiven 8/2003, S.338-358. Online: <http://www.zdf.de/ZDFde/download/0,1896,2000878,00.pdf> [2004-04-22] Hier: S. 338

Statistischem Bundesamt waren 61,4% aller deutschen Haushalte mit einem PC und 46% mit einem Internetanschluss ausgestattet<sup>203</sup>. Die „gelegentliche“ Online-Nutzung stieg laut der ARD/ZDF-Onlinestudie in Deutschland von 1997 bis 2003 von 6,5 auf 53,5% der Bevölkerung über 14 Jahre<sup>204</sup>, in den USA auf nahezu zwei Drittel<sup>205</sup>.

Die Internettechnologien sind Anfang des 21. Jahrhunderts aus der westlichen Informations-, Arbeits- und Freizeitumwelt nicht wegzudenken. Der Computer entwickelte sich von einer automatisierten Rechenmaschine zu einem universellen Medium für die Verwaltung und Bearbeitung von digitalen Inhalten jeglicher Art. Ähnlich kann das Internet als eine universelle Plattform für verschiedene Dienste, Betriebssysteme und Computernetze gesehen werden. In der Kompatibilität und Erweiterbarkeit der Strukturen des Internets spiegeln sich die wissenschaftlichen Hintergründe der Entstehung wider.

Die wesentliche Besonderheit des Kommunikationsmediums Computer liegt in seiner Programmierbarkeit. Das Protokollschichten-System erlaubt prinzipiell jedem Nutzer, an der Form der Dienste und damit der Ausgestaltung der möglichen Nutzung teilzuhaben. In seiner Offenheit entwickelte das Internet eine Eigendynamik, die sich in den Bewegungen der kulturellen Formationen ausdrückten. E-Mail schien zunächst eine zu vernachlässigende Nutzung, wurde aber zur „wichtigsten Ressource“<sup>206</sup> des Arpanets. Die Etablierung von TCP/IP kann als Ausdruck basisdemokratischer Strukturen gelten, in denen die einfache funktionale Verwendung über den Erfolg einer Technologie oder eines Formats entscheidet, und verweist somit auf ein spezifisches Merkmal der Netzkultur. Das World Wide Web war zunächst lediglich als Zugriffshilfe auf wissenschaftliche Dokumente gedacht, entwickelte sich aber zu einem Marktplatz und Publikationsraum.

Die Technologiesgeschichte liefert den Rahmen für das dynamische Feld von Anwendungen und kulturellen Formationen, das das Internet im wesentlichen kennzeichnet. Zunächst sollen einige im Bezug auf Musik wichtige Merkmale, technologische und strukturelle Entwicklungen der Computernetze dargestellt und diskutiert werden. Anschließend wird

---

<sup>203</sup> 1998 waren es noch 38,7% (Computer) bzw. 8,1% (Internet). Statistisches Bundesamt Deutschland (2003): Ausstattung privater Haushalte mit Informations- und Kommunikationstechnik. Ergebnis der Einkommens- und Verbrauchsstichprobe 1998 und 2003. 24.11.2003. <http://www.destatis.de/basis/d/evs/budtab6.htm> [2004-01-17]

<sup>204</sup> Vgl. Eimeren/Gerhard/Frees (2003), S.338. Auch die Erhebungen der Forschungsgruppe Wahlen, Allensbach, @facts und TNS Emnid weisen einen Nutzungsanteil von über 50% aus. Vgl. Kaiser, Margit (2004): Überblick über die wichtigsten Studien zur Internetnutzung in Deutschland und Europa. 7.1.2004. <http://www.digitalechancen.de/content/stories/index.cfm/key.399/secid.16/secid2.49> [2004-01-14]

<sup>205</sup> Nach einer Studie vom Pew Internet Project für August 2003 ergibt sich eine Nutzung von 63% der über 18 Jährigen und von 75% der 12-17jährigen. Pew Internet Project (2003): America's Online Pursuits: The changing picture of who's online and what they do. 22.12.2003. <http://www.pewinternet.org/reports/reports.asp?Report=106&Section=ReportLevel1&Field=Level1ID&ID=463> [2004-01-13]

<sup>206</sup> Musch (2000), S.21

herausgearbeit, welche dominierenden Kulturen sich um und mit dem Medium Internet entwickelt haben.

## **3.2 Entwicklungen und Merkmale im Zusammenhang mit Musik**

### **3.2.1 Digitale Kopie**

Die Unterscheidung von Original und Kopie verliert in einer digitalen Umgebung ihren Wert, da sie identisch sind<sup>207</sup>. Im Gegensatz zu trägergebundenen Musikaufzeichnungen ist eine Weitergabe ohne Verlust auf der Geberseite möglich, eine Eigenschaft, die alle nichtmateriellen, „geistigen“ Güter innehaben. Im Gegensatz zu analogen Verfahren findet eine Vervielfältigung ohne Qualitätsverlust und mit geringem Zeitaufwand statt.

Weiterhin ist der Modifikation des Materials nahezu keine Grenze gesetzt. Die Möglichkeiten, die bereits analoge Verfahren boten, z.B. Montage und Retusche in der Photographie oder Studio-Effekte bei Mehrspur-Bandmaschinen, sind insofern gesteigert, dass sie ohne Qualitätsverlust und im Prinzip ohne weitgehende Vorbildung durchgeführt werden können. Aus diesem Umstand entwickelten sich neue ästhetische Praktiken, für die das „Sampling“ nicht nur in der Musik, sondern auch im Grafik-Design, in Video und Text zum leitenden Paradigma wurde.<sup>208</sup> So tragen „die spurlosen digitalen Manipulationen den verbliebenen Glauben an die Authentizität eines Originals“<sup>209</sup> zu Grabe.

### **3.2.2 CD-Laufwerke und -Brenner**

Die Compact Disk (CD) war ursprünglich als Tonträger von Sony und Philips Ende der 70er Jahre entworfen und 1982 auf den Markt gebracht worden. Erst 1985 wurden die ersten CD-ROM-Laufwerke eingeführt, drei Jahre später der CD-Brenner vorgestellt<sup>210</sup>. Die neue digitale Trägertechnologie sorgte durch einfache Handhabung, hörbar bessere Klangqualität und Wiederverwertung von altem Material zunächst für einen erneuten Aufschwung der Musikindustrie. Gleichzeitig legte die CD mit der Etablierung als Standard für Musik- und Computerdatenträger die Grundlage für die Gefährdung der musikindustriellen

---

<sup>207</sup> Natürlich macht schon die industrielle (Re-)Produktion von Kunstwerken den Begriff „Original“ problematisch. In diesem Zusammenhang, in dem uns Musik als Ware entgegentritt, hat sich eine Bezeichnung als „Original“ für jedes standardisierte Werkstück einer Veröffentlichung (im Gegensatz zu Privat- und „Raub“-Kopien) eingebürgert.

<sup>208</sup> Vgl. Grassmuck (2002), S.101

<sup>209</sup> ebda.

<sup>210</sup> Vgl. Röttgers (2003), S.97ff.

Verwertungskette. In ihrer Eigenschaft als digitales Medium war die CD angesichts der Computerentwicklung „von Anfang an ein Medium mit Verfallsdatum“<sup>211</sup>.

Im Februar 1993 schrieb Jim McLaughlin das Programm CDDA (CD to digital audio), das erstmals "ripping", die Umwandlung von Audio-Daten in Computerfiles, auf MSDOS-Computern erlaubte.<sup>212</sup> In den 90er Jahren entwickelte sich nicht nur die CD zum Standard-Datenträger auch im PC-Bereich, sondern das Brennen von Audio-CDs wurde eine der alltäglichen Nutzungsarten des Computers. Den „Brennerstudien“<sup>213</sup> der Gesellschaft für Konsumforschung zufolge waren Ende 2002 28,6% aller deutschen Haushalte mit einem CD-Brenner ausgestattet, und von den 2003 714 Millionen in Deutschland gebrannten CD-Rohlingen wurden 44% mit Musik bespielt, was die Menge der verkauften Musik-CDs um mehr als das Doppelte überstieg<sup>214</sup>.

### 3.2.3 Kompressionsverfahren

Die verhältnismäßig niedrigen Übertragungskapazitäten im Internet stellten lange Zeit ein Problem für die Übermittlung von Audio-Inhalten dar, die gegenüber Texten auch ein hohes Speichervolumen verlangten. Verschiedene Komprimierungsverfahren wurden entwickelt, um die Daten mit möglichst geringem Qualitätsverlust auf eine übertragbare und geringeren Speicherplatz einnehmende Größe zu reduzieren. Unter diesen konkurrierenden Audio-Formaten hat sich MP3 in den letzten Jahren als Standard durchgesetzt.

Das Format wurde maßgeblich 1991 am Fraunhofer Institut für integrierte Schaltungen (IIS) in Erlangen entwickelt, im Rahmen der Moving Picture Experts Group (MPEG), einer Arbeitsgruppe der International Organization for Standards (ISO) und International Electrotechnical Commission (IEC), die sich mit der Standardisierung von Codierungsverfahren für digitales Audio und Video befasst<sup>215</sup>. MPEG-I Layer 3 (MP3) beruht auf dem Prinzip, dass in der Wahrnehmung „bestimmte Klanganteile andere ‚maskieren‘“<sup>216</sup>, einige Frequenzen also ohne hörbaren Verlust ausgespart werden können. So wird eine Kompression auf etwa ein Zwölftel der ursprünglichen Datenmenge erreicht.

Bereits 1995 gab es erste MP3-Communities mit FTP-Sites und Suchoptionen, und nachdem das IIS 1997 sowohl die MP3-Spezifikation als auch eine Referenzimplementation des Encoders im Netz veröffentlicht hatte, verbreitete sich MP3 sehr schnell durch das Internet.

---

<sup>211</sup> Röttgers (2003), S.6

<sup>212</sup> McLaughlin, Jim (o.D.): CDDA-readme-File. Online: <http://www.ncf.carleton.ca/~aa571/cdda.txt> [2004-04-22]

<sup>213</sup> Gesellschaft für Konsumforschung (GfK) (2003): Brennerstudie 2003. 15.4.2003. <http://www.ifpi.de/news/279/brennerstudie.pdf> [2004-04-22] sowie GfK (2004)

<sup>214</sup> Vgl. BV Phono (2004a), S.16ff.

<sup>215</sup> vgl. Grassmuck (2002), S.99

<sup>216</sup> ebda.

Da die Encoder zunächst frei erhältlich<sup>217</sup> und die Files nicht an die Software eines spezifischen Unternehmens gebunden waren, setzte sich MP3 als Quasi-Standard durch und trug maßgeblich zum Erfolg der Tauschbörsen bei, die im nächsten Abschnitt behandelt werden sollen. Die Versuche der Musikindustrie, „sichere“ Formate einzuführen, die Nutzungseinschränkungen erlauben und eindeutige Identifikatoren mit sich tragen, verzögerten sich lange Zeit durch Differenzen der beteiligten Branchen und Unternehmen. In den kommerziellen Online-Angeboten konkurrieren derzeit verschiedene, meist zueinander unkompatible DRM-Formate, etwa Windows Media Audio (WMA) von Microsoft und unterschiedlich geschützte Advanced Audio Coding(AAC)-Derivate (bei iTunes von Apple sowie dem RealPlayer-Music-Store). Diese Entwicklungen sind ebenso wie das Open-Source-Format Ogg-Vorbis dem relativ alten MP3 in Soundqualität und Kompressionsrate überlegen, doch MP3 bleibt zunächst aufgrund der Verbreitung von mobilen Playern und seiner von DRM uneingeschränkten Nutzung und Weitergabe das Primärformat.

### **3.2.4 Peer-to-Peer-Tauschbörsen**

Der Begriff Peer-to-Peer (auch peer2peer oder P2P) wurde im Zusammenhang mit Internet-Tauschbörsen allgemein bekannt. Wörtlich übersetzt etwa “gleich zu gleich” beschreibt er Netzwerke, die nicht auf einer Client/Server-Architektur, sondern auf einer Verbindung von gleichberechtigten Computern bestehen, die gegenseitig auf Dateien, Programme und Rechenleistungen zugreifen können.<sup>218</sup> Somit ist Peer-to-Peer keine revolutionäre Neuerung, was die Technik betrifft, da das Arpanet vor der Erfindung der Client/Server-Struktur im Prinzip ein Peer-to-Peer-Netzwerk war, sondern nur im Hinblick auf den Umfang der derzeitigen Rückwendung zu dieser Idee, auf die globale Verbreitung von Peer-to-Peer-Netzwerken zwischen (Privat-)Computern, die sonst Dienste in der Rolle eines Clients nutzen (WWW, E-Mail, Chat, etc.).

Tauschbörsen(oder Filesharing)-Software errichtet ein temporäres Peer-to-Peer-Netzwerk und ermöglicht Suchfunktionen und Dateitransfer zwischen den verbundenen Computern. Die rasante Verbreitung von Tauschbörsen-Systemen nach der Veröffentlichung von Napster, dem ersten Filesharing-Programm, verschärfte die Problematik von Urheberrecht im Internet<sup>219</sup> drastisch. Die Content-Industrie (Musik, Film, Software, Dokumente, etc.) reagierte mit öffentlichen Kampagnen und Klagen. Die wissenschaftlichen, politischen und juristischen Auseinandersetzungen spitzten sich auf Fragen nach der Kontrollierbarkeit, dem

---

<sup>217</sup> Das IIS begann 1998, Abmahnungen für das Anbieten von MP3-Encodern zu verschicken, die nicht lizenziert waren. (vgl. Grassmuck (2002), S.99f.)

<sup>218</sup> Vgl. Frascaria, Kareen (2002): Peer-to-Peer: Die Erneuerung des verteilten Rechnens. ZDNet. 22. März 2002. <http://www.zdnet.de/itmanager/tech/0,39023442,2107183,00.htm> [2004-04-14]

<sup>219</sup> siehe auch Kapitel 2.3 Grundzüge des Urheberrechts

Datenschutz, dem Recht auf Privatkopie und nicht zuletzt dem generellen Problem der Vergütung von Inhalten im Internet zu.

Die erste Musiktaschbörse, Napster von Shawn Fanning, erschien im Juni 1999 als Beta-Version im Netz und wurde zu einem der am schnellsten wachsenden Angebote in der Geschichte des Internets<sup>220</sup>. Der Erfolg erklärte sich nicht nur aus der einfachen Handhabbarkeit, dem kostenlosen Zugriff auf Millionen von Musikstücken, sondern auch aus einem Community-Gedanken. Nicht wenige Napster-Nutzer fühlten sich „als Teil einer Gemeinschaft“<sup>221</sup>, die sich allein dadurch konstituierte, Dateien anonym zu tauschen. Wicke (2000) sieht darin allerdings einen der zentralen Punkte des Erfolgs von Tauschbörsen: „In Form der Soundfile erhält der Song als Gegenstand weiträumig gefächerter Tauschbeziehungen eine kulturelle Dimension“<sup>222</sup>, die bestimmte netzspezifische Austausch-, Interaktions- und Kommunikationsmuster einschließt und die „Attraktivität im Unterschied zu netzunabhängigen Formen von Musik“<sup>223</sup> ausmacht. Zumindest die Vorstellung von Gegenseitigkeit ist für einen ausreichend großen Teilnehmerkreis handlungsleitend, sonst würden keine Dateien angeboten werden und Tauschbörsen nicht funktionieren.<sup>224</sup>

Angesichts der schnell über die Millionengrenze gestiegenen Zahl der Filesharer strengte die Recording Industry Association of America (RIAA) mehrere Klagen gegen Napster an und bekam Recht – im Juli 2000 erwirkte ein Gericht in einer einstweiligen Verfügung die Schließung von Napster. Deren Entwickler argumentierten, dass sie lediglich eine Suchmaschine zur Verfügung stellten, nicht nur illegal kopierte Dateien getauscht würden und sie nicht für die Inhalte der Nutzer haftbar gemacht werden könnten.

Napster arbeitete jedoch mit einer semizentralen Peer-to-Peer-Architektur: Während die Dateien zwischen gleichberechtigten Rechnern getauscht wurden, lief die Anmeldung und Suche dieser Dateien über die Serverfarm bei Napster, wo ein temporärer Index der angebotenen MP3s abgefragt werden konnte. Das bedeutete aber auch, dass das System durch ein Ausschalten der Napster-Server einfach unterbunden werden konnte.

Dagegen entstand mit Gnutella von Justin Frankel im März 2000 ein dezentrales Peer-to-Peer-Netzwerk, bei dem die Suchanfragen an die benachbarten Rechner weitergegeben wurden und somit nicht auf einen zentralen Server angewiesen waren. Problematisch waren

---

<sup>220</sup> Vgl. Röttgers (2003), S.16 ff.

<sup>221</sup> Röttgers (2003), S.17

<sup>222</sup> Wicke, Peter (2000): Vom Song zur Soundfile. Das Internet als musikalische Interaktionsplattform. In: Musikforum 92, Juni 2000. S.22-27. Online: <http://www2.hu-berlin.de/fpm/texte/wicke7.htm> [2004-04-22]

<sup>223</sup> ebda.

<sup>224</sup> Ob sich allerdings daraus eine „Gemeinschaft“ ableiten lässt, wird in Kapitel 3.3.2.6 weiter diskutiert.

das hohe Netzaufkommen und die relativ lange Wartezeit.<sup>225</sup> Der europäische Dienst Kazaa löste mit dem FastTrack-Netzwerk, auf das auch Grokster und iMesh zugreifen, diese Probleme, indem in diesem Konzept leistungsstarke Rechner, sog. „Supernodes“, die Rolle eines temporären Servers übernehmen.

Am 31.10.2000 verkündete Bertelsmann überraschend die Zusammenarbeit mit Napster, doch der Versuch, die 37 Millionen registrierten Nutzer<sup>226</sup> bei der Umwandlung in ein Abonnementsystem mitzunehmen, scheiterte nach langen technischen Schwierigkeiten und dem Widerstand der restlichen Majors kläglich. Die Idee, durch P2P-Systeme Distributionskosten zu sparen und den Community-Gedanken zu nutzen, schien unter diesen Voraussetzungen nicht umsetzbar. Nach dem Ende von „Napster“ konnten sich verschiedene dezentrale P2P-Netzwerke etablieren, die „Brennerstudie“ der GfK weist für Deutschland als momentan meistgenutzte P2P-Netzwerke Kazaa (57% Nutzerreichweite), Edonkey (16%) und WinMX (12%) aus<sup>227</sup>.

Da die dezentralen Peer-to-Peer-Netzwerke juristisch schwer anzugreifen sind, verfolgt die Musikindustrie auf verschiedenen Ebenen Strategien, das Kopieren von urheberrechtlich geschützten Dateien im Internet zu erschweren. Unter den technologischen Ansätzen, wie dem Versuch, CDs mit einem Kopierschutz zu versehen<sup>228</sup> und der Einführung von Audio-Formaten, die einen Kopierschutz ermöglichen, werden auch „Hacker-Methoden“<sup>229</sup> in Tauschbörsen benutzt, wie das Einspeisen von korrupten Dateien in großem Umfang. Nicht zuletzt soll ein Unrechtsbewusstsein durch Öffentlichkeitskampagnen verbreitet und mit einem Aufbau von legalen Musikdownloadseiten die Nachfrage erfüllt werden. Die seit Jahren laufenden Verhandlungen über ein einheitliches File-Format, etwa durch die Secure Digital Music Initiative (SDMI), scheiterten wegen den „Konflikte[n] zwischen Hardware-Herstellern und Plattenfirmen“<sup>230</sup>, und in der derzeitigen Umsetzung gibt es verwirrend viele konkurrierende Angebote, die unterschiedliche Nutzungseinschränkungen beinhalten und noch keine breite Öffentlichkeit erreichen konnten<sup>231</sup>. Als positives Gegenbeispiel wird oft der iTunes-Dienst von Apple genannt, der von April bis Dezember 2003 30 Millionen Downloads

---

<sup>225</sup> Vgl. Röttgers (2003), S.19ff.

<sup>226</sup> Vgl. Röttgers (2003), S.28

<sup>227</sup> GfK (2004), S.16

<sup>228</sup> Röttgers (2003) bezeichnet die Kopierschutztechnologien als „äußerst ineffektiv“ und zieht das Fazit: „Alle eingesetzten Methoden lassen sich mit entsprechender Software leicht austricksen.“ (S.95) Daran ändert auch die Illegalisierung der Umgehung des Kopierschutzes durch die aktuelle Gesetzgebung nichts.

<sup>229</sup> Röttgers (2003), S.69

<sup>230</sup> Röttgers (2003), S.63

<sup>231</sup> So wissen nur 25% der Menschen in Europa von diesen legalen Downloadangeboten. Vgl. Heise-News (2004a): Problematischer europäischer Online-Musikmarkt. 26.01.2004 <http://www.heise.de/newsticker/meldung/44005> [2004-03-02]

verzeichnen konnte und somit 70% des legalen Online-Musik-Markts einnahm. Sein Betrieb lohnt sich für Apple allerdings nur durch die Kopplung an den tragbaren Player iPod<sup>232</sup>, von dem im zweiten Quartal 2004 höhere Stückzahlen verkauft wurden als von Macintosh-Computern<sup>233</sup>.

Als derzeit zentrale Strategien lassen sich einerseits Klagen gegen einzelne Tauschbörsennutzer und andererseits die langfristig angelegte Einführung von Digital Rights Management(DRM)-Systemen identifizieren.

Ab Juni 2003 startete die RIAA in den USA eine Klagewelle gegen über 300 zufällig ermittelte P2P-Nutzer<sup>234</sup>, die mit außergerichtlichen Vergleichen endeten, jedoch nach Telefonbefragungen im Auftrag der Musikindustrie durchaus eine Wirkung entfalteten: Die Nutzung von Filesharing-Netzwerken ging nach der Ankündigung der Klagen in den USA zunächst um ein Drittel zurück<sup>235</sup>. Die Industrie konzentrierte ihre Klagen auf Filesharer, die rund 1000 Files zum Download anboten<sup>236</sup>. Als langfristige Reaktion weisen offizielle Zahlen der IFPI zwar einen Rückgang der angebotenen Files nach, aber einen weiteren Anstieg der Zahl der weltweiten Anbieter in Tauschbörsen bis zum Januar 2004<sup>237</sup>. Die RIAA eröffnete im Januar weitere 250 Verfahren, allerdings gegen unbekannt, da inzwischen die Herausgabe der Adressen durch Service-Provider als unrechtmäßig beurteilt wurde<sup>238</sup>. Auch in Europa kündigte die IFPI für 2004 auf der Grundlage der inzwischen allgemein ratifizierten EU-Richtlinie<sup>239</sup> eine Klagewelle an<sup>240</sup>, die Ende März vom deutschen Verband begonnen

---

<sup>232</sup> Vgl. Heise-News (2004b): Apple mit Deutschland-Geschäft zufrieden. 15.01.2004. <http://www.heise.de/newsticker/meldung/43666> [2004-03-02] und Guntzel, Jeff (2004): Talkin' 'bout a [platform] revolution. In: Punk Planet, Issue #59, Jan. und Feb. 2004, S. 64-71. S.70

<sup>233</sup> Chip (2004): Apple verkauft mehr iPod-Player als Mac-Rechner. 15.4.2004. [http://www.chip.de/news/c\\_news\\_11783757.html?tid1=9226&tid2=0](http://www.chip.de/news/c_news_11783757.html?tid1=9226&tid2=0) [2004-04-15]

<sup>234</sup> Vgl. Röttgers (2003), S.67

<sup>235</sup> Die Studie des Pew Internet Project weist einen Rückgang der Filesharing-Population von 28% (Juni 2003) auf 20% (November 2003) der amerikanischen Internetuser aus, die Ergebnisse der NPD-Group ergeben einen Rückgang von 20% (Mai 2003) auf 11% (September 2003) für die amerikanische Bevölkerung über 13, dem ein Anstieg auf 12% (November 2003) folgte. Vgl. Pew Internet Project (2004): Sharp decline in music file swappers: Data memo from PIP and comScore Media Metrix. 4.1.2004. <http://www.pewinternet.org/reports/reports.asp?Report=109&Section=ReportLevel1&Field=Level1ID&ID=474> und NPD Group (2004): The NPD Group notes recent increase in Peer-to-Peer Digital Music File Sharing. 16.1.2004 [http://www.npd.com/press/releases/press\\_040116.htm](http://www.npd.com/press/releases/press_040116.htm) [2004-03-02]

<sup>236</sup> Vgl. Röttgers, Janko (2004): Peer to Peer. Eine kurze Geschichte der Internettauschkultur. In: Jungle World Nr.4, 14.1.2004, S.D1-D3. S.D3

<sup>237</sup> Im April 2003 boten etwa 5 Millionen Nutzer eine Milliarde Files an, im Januar 2004 kamen auf 6,2 Millionen Nutzer 800 Millionen Files. Vgl. IFPI (2004b): IFPI Online Music Report 2004. 22.1.2004. <http://www.ifpi.org/site-content/library/online-music-report-2004.pdf> [2004-03-02] S.11

<sup>238</sup> Heise-News (2004c): US-Musikindustrie startet neue Klagewelle. 21.01.2004. <http://www.heise.de/newsticker/meldung/43867> [2004-04-11]

<sup>239</sup> Vgl. Kapitel 2.3 Grundzüge des Urheberrechts

<sup>240</sup> Heise-News (2004d): Musikbranche will Tauschbörsen-Nutzer in Europa verklagen. 26.01.2004. <http://www.heise.de/newsticker/meldung/44005> [2004-03-02]

wurde<sup>241</sup>. Die Anzahl der Klagen nimmt sich unter ca. 6-7 Millionen Tauschbörsennutzern<sup>242</sup> zunächst klein aus, die zufällige Auswahl macht aber denkbar, dass eine verstärkte Klage-Strategie durchaus den Umfang des Filesharing eingrenzen könnte.

Der umfassendere Entwurf, der in die generelle Software- und Hardware-Struktur eingreifen würde, sind Digital Rights Management(DRM)-Systeme, die das klassische Urheberrecht durch einen Umgehungsschutz via Technik und Lizenzen ersetzen würde<sup>243</sup>. Damit erhielte die Musikindustrie eine Möglichkeit, nichtautorisiertes privates Kopieren und File-Sharing zu unterbinden, indem die gesamte Distributionskette einer eindeutig identifizierbaren Musikdatei verfolgt werden kann. Die Einführung von DRM-Systemen ist hart umkämpft, nicht nur von Seite der Datenschützer und der Internet-Öffentlichkeit, sondern auch zwischen den beteiligten Industrien. Das traditionelle Zusammenwirken von Unterhaltungselektronik und Musikindustrie<sup>244</sup> scheidet sich an dieser Frage, da sich mit Mobilfunk- und Computertechnologien, die ihre Attraktivität aus einer möglichst breiten Anwendbarkeit ziehen, Märkte eröffnen, die den Umsatz mit Tonträgern vernachlässigbar erscheinen lassen<sup>245</sup>. Von den Widerständen und Sicherheitsschwierigkeiten abgesehen wären zudem noch die rechtlichen Rahmenbedingungen zu schaffen. Daher ist eine Aussage über die konkrete Umsetzung von DRM derzeit noch unsicher.

Trotz der Gegenkampagnen und der langsam anlaufenden legalen Downloadangebote haben sich Filesharingdienste als einer der wichtigsten und für die Musikindustrie kritischsten Internetmodi etabliert. So nutzten im Jahr 2003 11,5% der erwachsenen Deutschen Tauschbörsen<sup>246</sup>, und weltweit sind rund um die Uhr etwa 7-8 Millionen Rechner durch Filesharing-Netze verbunden<sup>247</sup>.

### **3.2.5 Aufmerksamkeit im World Wide Web**

In der für jeden Internetnutzer offenstehenden Möglichkeit, eigene Dokumente im World Wide Web zu veröffentlichen und erreichbar zu machen, sahen viele euphorische Stimmen

---

<sup>241</sup> BV Phono (2004d): Phonowirtschaft startet auch in Deutschland Verfahren gegen illegale Musikanbieter in sogenannten "Tauschbörsen". Pressemitteilung vom 30.3.2004. <http://www.ifpi.de/news/news-380.htm> [2004-04-11]

<sup>242</sup> Vgl. GfK (2003), S.30 und Röttgers (2003), S.51

<sup>243</sup> Vgl. Kapitel 2.3 Grundzüge des Urheberrechts

<sup>244</sup> Vgl. Kapitel 2.2 Geschichte der Musikindustrie

<sup>245</sup> Vgl. Gertis, Hubert (2003): Scheiden tut weh. 09/2003. Momag. [http://www.gertismedia.com/txt/momag\\_09-2003\\_scheidentutweh.htm](http://www.gertismedia.com/txt/momag_09-2003_scheidentutweh.htm) [2004-04-22]

<sup>246</sup> Vgl. GfK (2004), S.14

<sup>247</sup> Vgl. Röttgers (2004), S.D3

Mitte der 90er Jahre ein Aufbrechen der hierarchischen Sender/Empfänger-Struktur der Massenmedien. Nicht nur das Verhältnis Autor/Leser, aktiv/passiv wurde durch die Hyperlink-Struktur und hybride Formen wie Diskussionsforen, Gästebücher, Weblogs, offene Plattformen wie Indymedia, Wikipedia etc., infrage gestellt, auch die klassischen Gatekeeper-Funktionen wurden von niemandem eingenommen: Das Anwachsen der Datenmenge stellte neue Fragen nach Verlässlichkeit und Qualitätskontrolle und verschob die klassische Problematik vom Zugang zu Information zu einem Überangebot von Daten, die in einer nicht-hierarchischen Organisation erst eigene Zugriffs- und Suchstrukturen entwickeln mussten. Im Gegensatz zu herkömmlichen Recherchesystemen verschmelzen im WWW Katalog und Text, „Erschließungs- und Lektürebewegung [gehen] der Tendenz nach ineinander über“<sup>248</sup>.

Eine zentrale Rolle kommt hierbei den Suchmaschinen und Webverzeichnissen zu, bei denen sich Google, Yahoo! und Lycos als meistgenutzte Angebote etabliert haben<sup>249</sup>, sowie den Einstiegsseiten der Access-Provider (T-Online, AOL etc.) und der Webmail-Dienste (gmx, web.de, etc.). Die Aufmerksamkeitsverteilung im WWW bleibt jedoch stark durch die alten Medien beeinflusst, einerseits im Sinne einer Steuerungsfunktion durch die Publikation von Adressen offline, andererseits als Markennamen, die das Vertrauen auf ihre Internet-Ableger übertragen konnten.

Für den Musikbereich stellte die Euphorie der WWW-Plattform die Vision vor, dass Musiker keine Label und Vertriebe mehr brauchen würden, um ihr Material einem Publikum zugänglich zu machen. Trotz der Entstehung diverser Musiker-Portale, wie etwa MP3.com oder Vitaminic.de, E-Zines und Netzlabels gilt diese Einschätzung allerdings nur für bereits vorher bekannte Bands und spezialisierte Szenen im kleinen Rahmen. Das Internet hat anders als das Musikfernsehen oder einzelne Radiosender zwar neue Musikformen, aber noch keine eigenen Stars hervorgebracht.

Anhand der Tatsache, dass sich der Stellenwert von Musik nicht nur aus dem klanglichen Material ergibt, sondern auch aus Gruppen-, Identitätsprozessen und Stuserwägungen, aus der Kommunikation über Musik, lässt sich eine Doppelbewegung ausmachen.

Die eine Seite verweist auf eine Verschiebung des Referenzpunktes für Musikvorlieben weg von zentralisierten Medien hin zu lokalen oder virtuellen Gemeinschaften, die eine Zersplitterung in minoritäre Stil-Subkulturen, wie sie in der Popmusik in den letzten drei

---

<sup>248</sup> Winkler, Hartmut (2001): Über Computer, Medien und andere Schwierigkeiten. Erschienen In: Ästhetik und Kommunikation. Heft 96, Jahrgang 26, März 1997, Themenheft: Online-Verstrickungen, S. 54-58. Online: 08.12.96, update: 15.02.01. <http://www.uni-paderborn.de/~winkler/compmed.html> [2004-04-26]

<sup>249</sup> Vgl. Arbeitsgemeinschaft Internetresearch e.V. (AGIREV) (2003): AGIREV Online-Reichweiten-Monitor. ORM 2003 II. 28.8.2003. [http://www.agirev.de/download/AGIREV\\_ORM2003\\_I.pdf](http://www.agirev.de/download/AGIREV_ORM2003_I.pdf) [2004-04-26]. S.35

Jahrzehnten zu beobachten ist, weiter vorantreibt und beschleunigt. Wenn der zentrale Einflussfaktor für das Kennenlernen von Musik neben dem Radio in direkter Empfehlung durch Freunde/Bekannte besteht<sup>250</sup>, entsteht im Netz ein weiterer Raum für kleine Szenen, der nicht auf die Musik der großen Labels angewiesen und für diese auch nicht rentabel ist. Die andere Ebene wirft den Blick auf Popmusik als Gebrauchsgegenstand in großen Märkten; die potentielle Erreichbarkeit von Bands, Projekten und kleinen Labels bedeutet nicht, dass sie tatsächlich Aufmerksamkeit erreichen, ihre Webseiten auch gefunden und gelesen werden. Der größte Einfluss auf die Steuerungsmedien Presse, Musikfernsehen und Radio verbleibt über die Werbung und den Vertrieb bei den Major-Labels.

In „der postmodernen Heimat diffuser Angebote und freier Auswahl ist die öffentliche Aufmerksamkeit die knappste aller Waren“<sup>251</sup>. Die Aufmerksamkeitsökonomie<sup>252</sup> des Internets scheint diese Doppelbewegung der Popmusik zu verstärken, die einerseits in kleinen, minoritären Szenen stattfindet, die für die Major Labels nicht rentabel sind, andererseits auf globaler Ebene als Massenprodukt funktioniert. Diese Diskussionslinie wird in Kapitel 4.3 weiter verfolgt.

### **3.3 Internet-Kultur**

#### **3.3.1 Entwicklung**

Viele Darstellungen beschränken sich in ihrer Genealogie des Internets auf die militärischen und ökonomischen Hintergründe und sehen wahlweise "Krieg oder Geld als Vater aller Netze"<sup>253</sup>. Hier soll argumentiert werden, dass die Regulationen und Protokolle, als formbildender Bestandteil des Internets, aus den kulturellen Vorstellungen und realen Anwendungen der Nutzer hervorgingen, die Strukturen des Internets also auf der Kultur der Scientific Community und der "Hacker" beruhen. Für eine Untersuchung des Zusammenhangs von Internet und Independent Labels gibt diese in die Protokolle und Applikationen eingeschriebene Nutzungsgeschichte die Möglichkeiten und Problematiken des Umgangs mit Musik vor. Daher wird zunächst ein Abriss über die Entwicklung der Internetkultur gegeben, um anschließend den Fokus auf einzelne zentrale Gruppierungen zu richten.

---

<sup>250</sup> Vgl. Kulle (1998), S.155

<sup>251</sup> Bauman (1995), S.20

<sup>252</sup> Vgl. Goldhaber, Michael H. (1997): Die Aufmerksamkeitsökonomie und das Netz. Telepolis. 27.11.1997. <http://www.heise.de/tp/deutsch/special/eco/6195/1.html> [2004-04-27]

<sup>253</sup> Lovink, Geert/Schulz, Pit (1999): Aus den Schatzkammern der Netzkritik. In: Maresch, Rudolf/Werber, Niels (Hg.): Kommunikation, Medien, Macht, Frankfurt a.M. S. 299-328. Hier: S.299

Lovink/Schulz<sup>254</sup> identifizieren drei Stufen der Netzkultur, bei der die erste Phase den Zeitraum 1969-1989 umfasst, die aus ihrer von der militärischen Fundierung überzeugten Perspektive von der „Umwidmung von Militärtechnik unter Ausschluss öffentlicher Aufmerksamkeit“<sup>255</sup> geprägt ist. In diesem Zeitraum entwickeln sich die grundlegenden Strukturen, Protokolle und sozialen Codierungen des Internets. Die erste und ideale Nutzergruppe sind die „Wizards“<sup>256</sup>, denen kein Problem fremd ist. Der wissenschaftliche Hintergrund ergibt die Maxime des frei zugänglichen und für jeden lesbaren Quellcodes. In der verhältnismäßig kleinen Netzgemeinschaft bilden sich verschiedene Virtuelle Gemeinschaften aus, die sich auf Grundlage der Hacker-Kultur, Open Source und dem Gedanken des Free Flow of Information organisieren. Von den Universitäten und Forschungsanstalten verbreiten sich Computer in den privaten Bereich hinein, und parallel zur Netzkultur (Arpanet und Usenet) entstehen in den 80er Jahren enthusiastische Szenen um die mit BASIC programmierbaren Homecomputer, die ihre Programme über BBS- und vor allem greifbare soziale Netzwerke tauschen<sup>257</sup>.

Die zweite Phase von 1990-1995 umfasst erste Schritte zur Kommerzialisierung und die Öffnung für nicht technikorientierte Benutzerschichten. Mit dem Aufkommen vom WWW verbreitet sich der Mythos Internet durch die „alten“ Medien. Eine Avantgarde der „male white boys“ macht mit der Exklusivität des Internets Profite aller Art. Ein Konglomerat aus Erwartungen und Gerüchten entwirft eine Wunschökonomie und schafft die Voraussetzungen für die dritte Phase, die Lovink/Schulz als „Massifizierung der Netze“<sup>258</sup> beschreiben. Ein exponentielles Wachstum des Netzes, der Rechengeschwindigkeit und der Software korrespondiert mit den Zugangszahlen. Die relative Unabhängigkeit der Informationswelt von allen physischen Grenzen verheißt endloses ökonomisches Wachstum. In den Räumen des Netzes formieren sich die Nutzer in einerseits massenhaften, andererseits individuellen Bewegungsmustern. Die soziale Zersplitterung in Zielgruppen, Minderheiten und Subjektivierungen findet ihre Entsprechung in der Technologie.

In diesem Prozess der „Massifizierung“ des Internets kann ein Großteil der Nutzer sicher nicht mehr mit den Kulturen der Frühphase identifiziert werden, in den Strukturen, Prinzipien und Programmen durchdringen diese aber weiterhin das Netz. Die Maximen von Open Source wandelten sich zu der „Umsonstkultur“ des Internets. Im Vergleich zur Gesamtanzahl

---

<sup>254</sup> Vgl. im folgenden Lovink/Schulz (1999)

<sup>255</sup> Lovink/Schulz (1999), S.300

<sup>256</sup> Der Begriff „Wizard“ bezeichnet eine Person, die nicht nur besonders gute Programmierkenntnisse besitzt, sondern auch versteht, wie eine spezielle, komplexe Hard- und Softwarestruktur funktioniert. Vgl. Raymond, Eric S. (2003): The on-line hacker Jargon File, Version 4.4.7. 29.12.2003. <http://www.catb.org/~esr/jargon/> [2004-04-13] Hier: <http://www.catb.org/~esr/jargon/html/W/wizard.html> [2004-04-26]

<sup>257</sup> Raymond, Eric S. (2000): A Brief History of Hackerdom. 5.5.2000. <http://www.catb.org/~esr/writings/hacker-history/hacker-history.html> [2004-04-22]

<sup>258</sup> Lovink/Schulz (1999) S.302

der Internetnutzer machen die dezidierten Anhänger von Open Source und expliziten Hacker-Ideen nur einen kleinen Teil aus, aber „ihre Wirkung darf nicht unterschätzt werden.“<sup>259</sup> Zwar ist nicht davon auszugehen, dass die große Zahl der Nutzer „die Ziele und Ideale solcher Bewegungen teilt oder überhaupt kennt“<sup>260</sup>, doch gestalten diese Szenen, auch motiviert von einer potentiell breiten Verwendung, mit ihrem technischen Potential Anwendungen und Systeme, etwa Freeware-Alternativen zu kommerziellen Tools oder Umgehungen von kommerziellen Vertriebswegen und Kopierschutzmechanismen, die von einer größeren Usermenge in Anspruch genommen werden. Vor allem treten die vor diesem Hintergrund entstandenen Communities als Sprachrohr der „Netizens“ bei netzpolitischen Fragen in Erscheinung.

Im folgenden sollen diese Zusammenhänge in der Darstellung einiger maßgeblicher Nutzerszenen untersucht werden, anhand derer sich die Internetkultur entwickelte; angefangen bei den „Hackern“, den Wizards der ersten Stunde, deren Kultur sich in der Open-Source-Bewegung fortsetzte, über die Free-Speech-Bewegung zur Warez/Cracker-Szene, deren Maximen sich in der MP3-Szene widerspiegeln. Schließlich soll die Frage aufgeworfen werden, ob in der Nutzergruppe der Tauschbörsen, der für die Musikindustrie relevantesten Formation, eine neue kulturelle Qualität zu sehen ist, oder die Fortführung von bestehenden Wertvorstellungen.

### **3.3.2 Zentrale Gruppierungen**

#### **3.3.2.1 Hacker**

Der Begriff „Hacker“ kann auf die Aktivitäten einer Forschungsgruppe am Massachusetts Institute of Technology (MIT) zurückgeführt werden, die sich nach der Anschaffung eines ersten PDP-1-Computers im Jahre 1961 anhand einer Modelleisenbahnanlage mit komplexen Signalschaltungen beschäftigte und den Nukleus der Artificial Intelligence-Forschung am MIT ausmachte<sup>261</sup>. Ein „Hack“ bezeichnete die erfolgreiche Umsetzung einer guten Idee, einer eleganten oder unerwarteten Lösung. Die Enthusiasten sahen es als legitim an, für das Erweitern der Kenntnisse oder das Lösen einer Aufgabe sich Zugang zu den notwendigen Werkzeugen zu verschaffen – sei es wie in der Anfangszeit zu realen

---

<sup>259</sup> Haug, Sonja/Weber, Karsten (2002): Kaufen, Tauschen, Teilen. Musik im Internet. Frankfurt am Main, Berlin, Bern, Bruxelles, New York, Oxford, Wien. S.51

<sup>260</sup> ebda

<sup>261</sup> Vgl. für diesen Absatz Raymond (2000)

Räumen, in denen sich die Großrechner befanden, oder später im übertragenen Sinne als „Lock-Picking“ im virtuellen Raum<sup>262</sup>.

Die Bezeichnung „Hacker“ breitete sich unter der ersten Generation der Nutzer aus, und umfasst bis heute eher als Oberbegriff verschiedene (Sub-)Kulturen. Das in der Öffentlichkeit in den 80er Jahren entstandene und bis heute vorherrschende Bild von Hackern als illegal operierende Computerkids, die Programme knacken und Systeme bedrohen, bezieht sich auf eine Szene, die von der Hacker-Kultur als „Cracker“ oder „Warez-d00dz“ bezeichnet wird, die zwar auf ähnlichen Maximen beruht, aber deutlich unterschieden werden kann.

Das Arpanet ermöglichte eine Verbindung der lokalen Hacker-Szenen, die sich als einen „networked tribe“<sup>263</sup> (wieder-)entdeckten. Die ersten bewussten Artefakte der Hackerkultur – Slang, Satiren, Diskussionen einer Hackerethik – entwickelten sich im Arpanet, darunter auch das „Jargon-File“<sup>264</sup>, eine Art Hacker-Wörterbuch, das ab 1973 entstand und bis heute als wichtiger Bezugspunkt dieser Kultur gilt.

Das „Jargon-File“ definiert einen Hacker als eine Person, der es gefällt, die Details eines programmierbaren Systems, insbesondere Computer und Computernetze<sup>265</sup> zu erkunden und ihre Anwendungsmöglichkeiten auszureizen, und die es als intellektuelle Herausforderung sieht, Zugangsbeschränkungen kreativ zu umgehen<sup>266</sup>. Desweiteren orientiert sich die Person an einer Form der Hacker-Ethik, die durch zwei Punkte gekennzeichnet ist<sup>267</sup>: Erstens die Überzeugung, dass das Teilen von Information ein wertvolles positives Gut ist und daher Zugang zu Quellcode, Erfahrung und Ressourcen in jedem Bereich gewährt wird; zweitens, dass der Einbruch in ein System zum Spaß und zur Erforschung ethisch „OK“<sup>268</sup> ist, so lange der Vorgang keinen Schaden anrichtet. Aus dem Kooperationsgedanken erklärt der Jargon-Eintrag auch das Funktionieren des Internets ohne zentrale Kontrollinstanz.

Steven Levy dokumentiert in seinem Buch „Hackers“ von 1984 die frühe Geschichte dieser Szene und ihrer Ethik. Dabei stellt er insbesondere die Motivation der Hacker in den Vordergrund, die nicht auf Gewinnorientierung, sondern auf hedonistischen Prinzipien

---

<sup>262</sup> Vgl. Tzeck, D.R. (2002): Rezension von Steven Levys Buch "Hackers". Eine Buchbesprechung und gleichzeitig eine kleine Ethymologie des Wortes Hacker. 2002. <http://koeln.ccc.de/prozesse/writing/rezensionen/buecher/levy-hackers.html> [2004-02-04]

<sup>263</sup> Raymond (2000)

<sup>264</sup> Raymond (2003)

<sup>265</sup> „Hacker“ wird in dem Eintrag nicht auf den Computerbereich beschränkt verwendet, sondern auch für Enthusiasten und Experten aller Art, die sich auf eine ähnliche Ethik beziehen - Musik-Begeisterte ließen sich vor einem bestimmten Hintergrund auch als „music hacker“ bezeichnen. Vgl. Raymond (2003). <http://www.catb.org/~esr/jargon/html/H/hacker.html> [2004-04-19]

<sup>266</sup> Vgl. Raymond (2003). <http://www.catb.org/~esr/jargon/html/H/hacker.html> [2004-04-19]

<sup>267</sup> Raymond (2003). <http://www.catb.org/~esr/jargon/html/H/hacker-ethic.html> [2004-04-19]

<sup>268</sup> ebda.

beruht<sup>269</sup>: Aus Lust, Befriedigung und Spaß werden kreativ und schöpferisch Erfahrungen gemacht. Vor dem technikgläubigen Hintergrund, dass Computer in der Lage sind, Probleme zu lösen und „die Welt zum besseren zu verändern“<sup>270</sup>, hat die Auseinandersetzung mit und Programmierung von Rechnern gleichzeitig eine gemeinnützige Komponente. Damit verbunden ist die Forderung, dass Information „frei“ sein sollte und nicht beschränkt werden darf. Autoritäten und Hierarchien, die sich auf etwas anderes gründen als Kompetenz, werden wie zentralisierte Strukturen abgelehnt. Damit entfaltet die Ethik auch einen idealistischen gesellschaftlichen Standpunkt, der von basisdemokratischen Prinzipien ausgeht. Viele Autoren stellen diesen Gemeinschaftsaspekt in den Vordergrund und betonen die Unterscheidung zu einer neoliberalen Auffassung des Internets. Haug/Weber identifizieren als Teil der Ethik aber auch die Möglichkeit, dass ein erfolgreicher Hack durchaus ein „Gesellenstück“<sup>271</sup> für eine professionelle Karriere sein kann.

Neben der ersten Arpanetströmung, die mit Assembler und der Künstlichen-Intelligenz-Sprache LISP auf DEC-Computern programmierte, formierten sich zwei weitere Hacker-Szenen<sup>272</sup>. Mit Unix entwickelte sich ab 1969 ein Betriebssystem, das nicht in Assembler, sondern in der parallel entwickelten Sprache C geschrieben war – damit konnte die gesamte Programmierumgebung auf Rechner verschiedenen Typs übertragen werden, und C-Programme auf allen Unix-Maschinen benutzt werden. Zudem war C eine vergleichbar simple Sprache, und das in Unix integrierte UUCP-Protokoll ermöglichte die Verbindung von Einzelcomputern über eine einfache Telefonleitung – das Usenet als Bulletin Board System (BBS) entstand. Als Ende der 70er Jahre Homecomputer erschwinglich wurden, bildete sich um diese und die noch simplere Programmiersprache BASIC eine dritte Gruppe von Programmierenthusiasten. In dieser Zeit begann sich der Software-Markt auch für den privaten Bereich zu lohnen, und die „Cracking“- und Raubkopier-Problematik wurde zum öffentlichen Thema und band das Stichwort „Hacker“ an dieses Bild.

### **3.3.2.2 Open Source-Bewegung**

Gewissermaßen als Fortsetzung der ursprünglichen Hacker-Kultur entwickelte sich als Gegenkonzept zur Proprietarisierung von Software Anfang der 80er Jahre die Open-Source- oder Freie-Software-Bewegung. Der wissenschaftliche Hintergrund des Internets, der von einer Offenlegung der Ergebnisse, der Erzeugnisse, in diesem Fall der Software und des Quellcodes bestimmt war, schien von einer Kommerzialisierung verdrängt zu werden. Durch den Vertrieb von Software in kompilierter Form ohne Quellcode sah sich die Nutzergemeinde

---

<sup>269</sup> Vgl. im folgenden Tzeck (2002) und Haug, Sonja/Weber, Karsten (2002): Kaufen, Tauschen, Teilen. Musik im Internet. Frankfurt am Main, Berlin, Bern, Bruxelles, New York, Oxford, Wien. S.46 ff.

<sup>270</sup> Tzeck (2002)

<sup>271</sup> Haug/Weber (2002), S.48

<sup>272</sup> Vgl. für diesen und den folgenden Absatz Raymond (2000)

in eine passive Rolle versetzt. In die Funktionsweise konnte man weder Einsicht erhalten, noch sie bearbeiten und den eigenen Bedürfnissen anpassen. Richard M. Stallman gelang es mit der Gründung der Free Software Foundation (FSF) 1984, den Geist der Hackerkultur in eine neue Phase zu übertragen und die Aktivitäten auf ein ehrgeiziges Projekt zu lenken: die Erstellung eines freien Unix-Derivats namens GNU (GNU's Not Unix), das unter einer allgemeinen Lizenz für Freie Software, der General Public License (GPL), stand.

Die GPL formuliert die Berechtigung für prinzipiell jeden, eine unter ihr lizenzierte Software zu nutzen, zu modifizieren und weiterzugeben, unter der Voraussetzung, dass der Quellcode immer mitgeliefert wird und die Lizenz auch nach Veränderungen erhalten bleibt.<sup>273</sup> „Free“ bedeutet bei Freier Software (und auch bei der Free-Speech-Strömung) nicht „kostenlos“, sondern im Sinne von „Freiheit“<sup>274</sup> das Recht, in das Programm einzugreifen und es unter den beschriebenen Bedingungen weiterzugeben. Es ist ausdrücklich erlaubt, unter GPL lizenzierte Software entgeltlich zu distribuieren, wobei davon ausgegangen wird, dass sich die bezahlte Leistung in den Service-Bereich verschiebt, wenn die Programme prinzipiell von jedem verteilt werden können. Mit der Bedingung, dass ein bearbeitetes GPL-„Werk“ wiederum der GPL folgen muss, wird ein Bestandteil des herkömmlichen Urheberrechts außer Kraft gesetzt, wofür der Begriff „Copyleft“ eingeführt wurde.

Bis Anfang der 90er Jahre erarbeitete das GNU-Projekt einen großen Teil eines Unix-kompatiblen Betriebssystems, dem allerdings das Kernstück, der für die elementare Prozess- und Datenorganisation zuständige Kernel, fehlte. Die miteinander inkompatiblen, verhältnismäßig teuren und wenig anwenderfreundlichen proprietären Unix-Systeme konnten sich auf dem boomenden Markt der Heim-PCs auf Intel-x86-Chip-Basis nicht durchsetzen, und das zwar technisch unterlegene, aber billigere und in Zusammenarbeit mit der Hardware-Industrie ausgelieferte Microsoft-Windows konnte eine Monopol-ähnliche Position erreichen.

1991 veröffentlichte Linus Torvalds einen auf der Grundlage vom FSF-Toolkit erstellten GNU-Kernel für 386er namens „Linux“. Im Gegensatz zu der üblichen Organisation von großen Softwareprojekten, bei der sich (auch beim ursprünglichen GNU-Projekt) relativ kleine Gruppen koordinieren, entwickelte sich Linux nach der ersten Veröffentlichung durch eine große Zahl von Freiwilligen, die sich über das Internet austauschten. Die simple Strategie, jede Woche die Fortschritte zu veröffentlichen und Hunderte von Rückmeldungen zu erhalten, funktionierte erstaunlich gut, und bereits 1993 konnte GNU/Linux mit vielen proprietären Unix-Systemen mithalten. Linux entwickelte sich zum Beweis für die Leistungsfähigkeit der Open-Source-Idee par excellence. Das freie Betriebssystem wird rund um die Uhr von verschiedenen Programmierern weltweit bearbeitet, und es hat sich

---

<sup>273</sup> Vgl. GNU General Public License, <http://www.fsf.org/licenses/gpl.html> [2004-04-19]

<sup>274</sup> „Free as in Freedom“ ist auch der Wahlspruch der FSF. Vgl. <http://www.fsf.org> [2004-04-19]

herausgestellt, dass in diesem Feld durchaus Verdienstmuster möglich sind. Diverse Firmen gründeten sich für Linux-Distributionen, die neben dem Linux-Kernel und den GNU-Bestandteilen auch andere freie Software beinhalten, und Linux scheint sich zu einer ernstzunehmenden Alternative zu Microsoft sowohl auf Desktop- wie auch auf Serverebene zu entwickeln, was sich auch in der Entscheidung von IBM und diverser staatlicher Einrichtungen für Linux zeigt<sup>275</sup>.

Die Open-Source-Idee geht von einer Vervielfältigung der Produktivität, erhöhter Sicherheit und Stabilität durch die offene Mitarbeit aus. Da die Beteiligten gegenseitig von ihren Beiträgen profitieren, können sie auf eine direkte monetäre Vergütung zum Wohle des Gemeinguts verzichten, sie werden durch die persönliche Befriedigung und Erfahrung, durch das Teilhaben an einer Gemeinschaft, die Nutzung der weiterentwickelten Software und auch durch Anerkennung, kulturelles Kapital, bezahlt, das sie für andere Jobs empfiehlt.

Der zentrale Aspekt der Open-Source-Bewegung ist somit „die Infragestellung tradierter Vorstellungen des Urheberrechts, des geistigen Eigentums und der Art und Weise, wie Menschen ihren Lebensunterhalt erwirtschaften (sollen)“<sup>276</sup>. Anstelle von Maximierung monetärer Gewinne wird hier ein holistisches Bild entworfen, bei dem „Lustgewinn, Anerkennung, Erzeugung und Aufrechterhaltung sozialer Beziehungen, allgemeine Verbesserung der Lebensumstände, Herstellung von kollektiven Gütern und wechselseitige Hilfe“<sup>277</sup> im Vordergrund stehen. Dies lässt kulturelle Parallelen zur Independent-Formation, aber auch entscheidende Konflikte erkennen, die im 4. Kapitel herausgearbeitet werden sollen.

### 3.3.2.3 Free Speech-Bewegung

Eine der öffentlich für die Rechte der Netizens in die Diskussion eingreifenden Strömungen ist die in erster Linie US-amerikanische „Free Speech“-Bewegung, die für die „strikte Wahrung des Rechts auf freie und ungehinderte Meinungsäußerung“<sup>278</sup> eintritt. Zu den prominentesten Vertretern sind die Electronic Frontier Foundation (EFF), die American Civil Liberties Union (ACLU) und Lawrence Lessig zu rechnen, die im Internet eine Technik realisiert sehen, die momentan freie Rede unterstützt, und diese Eigenschaft gegen Überwachung und Regulierung verteidigen wollen. Damit liefern sie eine intellektuelle Grundlage, die von Hackern etwa beim Umgehen von DRM und Kopierschutz als „Free Flow of Information“ herangezogen wird. Lawrence Lessig entwirft in seinem Buch „The Future of

---

<sup>275</sup> Einer Studie vom Marktforschungsinstitut IDC zufolge war Linux im Jahre 2002 mit 23,1% nach Microsoft-Produkten (55,1%) das meistgenutzte Betriebssystem auf Serverebene. Vgl. Heise-News (2003): Microsoft-Betriebssysteme dominieren weiter. 10.8.2003. <http://www.heise.de/newsticker/meldung/40917> [2004-04-27]

<sup>276</sup> Haug/Weber (2002), S.50

<sup>277</sup> ebda.

<sup>278</sup> Haug/Weber(2002), S.48

Ideas“<sup>279</sup> die pessimistische These, dass „große Medienkonzerne die ursprüngliche dezentrale und kontrollfreie Struktur des Internets ihren Regeln unterwerfen werden“<sup>280</sup>. Er stellt heraus, dass die derzeitigen rechtlichen und technologischen Anstrengungen der Computer- und Rechteindustrie durchaus „als Zeichen einer aufkommenden Netz-Kontrollgesellschaft gelesen werden“<sup>281</sup> können. Die Free-Speech-Strömung ist maßgebliche Kritikerin von DRM-Technologien und fordert im Sinne einer freiheitlichen Informationsgesellschaft die Legalisierung von Tauschbörsen durch Pauschalabgaben.<sup>282</sup>

#### **3.3.2.4 Cracker- und Warez-Szene**

Die Bezeichnung „Cracker“ wurde etwa 1985 von der Hacker-Szene in Umlauf gebracht, um eine begriffliche Abgrenzung der Ursprungskultur zu den aufkommenden illegalen Computeraktivitäten zu erreichen. Das Knacken von Kopier- und Systemschutzmechanismen zum Zweck von „Diebstahl und Vandalismus“ wird im „Jargon-File“ als minderwertige Programmierarbeit angesehen<sup>283</sup>, da sie nicht sonderliche Kenntnisse, sondern nur ein Trial-and-Error-Verfahren verlangt. Weiterhin werden die elitären Strukturen dieser Gruppen, bei denen es nicht um die Entwicklung und Weitergabe von Wissen geht, und die Pseudonymisierung abgelehnt.

Eine Subkultur der Cracker sind die „Warez-d00dz“, die sich mit dem Umgehen von Kopierschutzmechanismen von Software beschäftigen. In der Hackerkultur wird davon ausgegangen, dass es sich größtenteils um adoleszente Halbwissende handelt, die sich in geheimen Gruppen organisieren und in einem sinnlosen Wettbewerb zueinander stehen, wer zuerst und am meisten Programme geknackt hat. Diese „Release-Groups“ entwickelten arbeitsteilige Strukturen, um die kopierte Software in Umlauf zu bringen, anfangs von Hand zu Hand bzw. auf postalischem Wege, ab Ende der 80er Jahre über Bulletin-Board-Systeme (BBS), lokale elektronische „Schwarze Bretter“, auf die mit Telefon und Akkustikkoppler bzw. Modem zugegriffen werden konnte<sup>284</sup>.

Für die Generation, die in den 80er Jahren mit Heimcomputern groß geworden ist, stellten diese Szenen die ersten Kontakte zu einer Programmier-Community und ihren Ideen dar. Die Warez-Gruppen waren anders als die früheren Hacker mit einer bereits voll kommerzialisierten Software-Produktion selbstverständlich aufgewachsen, und ihre

---

<sup>279</sup> Lessig, Lawrence (2001): The Future of Ideas. The Fate of The Commons in a Connected World. New York.

<sup>280</sup> Röttgers (2003), S.160

<sup>281</sup> Röttgers (2003), S.161

<sup>282</sup> Vgl. Kapitel 2.3 und 3.3.2.6

<sup>283</sup> Vgl. Raymond (2003), <http://www.catb.org/~esr/jargon/html/C/cracker.html> [2004-04-19]

<sup>284</sup> Vgl. Rockstroh, Jens (2001): Musik im virtuellen Raum. Überlegungen zur Auswirkung des Internets auf den Umgang mit Musik. Magisterarbeit an der Humboldt Universität zu Berlin. [http://www2.hu-berlin.de/fpm/works/mag\\_musik\\_internet.htm](http://www2.hu-berlin.de/fpm/works/mag_musik_internet.htm) [2004-04-22]. Hier: Kapitel 2.2.2

Maßnahmen bestanden nicht in prinzipiellen Gegenentwicklungen, sondern in einzelnen symptomatischen Guerilla-Akten. Die Parallelen zur Hacker-Ethik liegen in einer „Nichtanerkennung sämtlicher Autoritäten und zentralisierter Systeme“<sup>285</sup>, in einer hedonistischen Herangehensweise und der Einstellung, dass die Technik aktiv für die eigenen Zwecke umdefiniert werden kann. Auf der Grundlage der Ablehnung von Kommerzialisierung und der Propagierung von Slogans wie „Information ist frei“ entsteht hier aber eine wiederum hierarchische Verehrungs-Ökonomie, die mit Anerkennung und Verknappung handelt und durch Wettbewerbsprinzipien funktioniert.

Das Internet stellte die Warez-Szene vor die Tatsache, dass immer mehr Nutzer auf ihrem Feld agierten, die ihre „entstandenen kulturellen Werte nicht mehr anerkennen (bzw. nicht mehr anerkennen [mussten...])“<sup>286</sup>, und die ursprüngliche Übersichtlichkeit des Wettbewerbs nach der schnellsten Veröffentlichung wich einer Parallelstruktur in BBS und Internet. Als Mitte der 90er Jahre die BBS an Bedeutung verloren und z.T. geschlossen wurden, wandten sich immer mehr Gruppen der Veröffentlichung in exklusiven Sites im Internet zu, wo die Szene bis heute in einer Art Dienstleistungs-Funktion für ein motivierend großes Internetpublikum floriert.

### **3.3.2.5 MP3-Szene**

Etwa zur gleichen Zeit, als die Warez-Gruppen sich ins Internet verlagerten, bildeten sich mit der Verbreitung von MP3 ähnliche Strukturen einer Musik-Cracker-Szene aus. Zunächst agierten Enthusiasten auf öffentlichen WWW-Seiten, die ihre Faszination für das neue Format weitergeben wollten. Als die Musikindustrie auf die Websites aufmerksam wurde und juristische Schritte androhte, wurden die meisten Seiten aus dem Netz genommen. MP3 begann, „in den Untergrund abzutauchen“<sup>287</sup>, wo sich schon Release-Groups ähnlich der Warez-d00dz in speziellen Räumen im Internet Relay Chat (IRC) und FTP-Sites formiert hatten. Die Ripping- und Encoding-Software verlangte nach für damalige Verhältnisse großen Speicher- und Rechenressourcen und ließ sich nur per Kommandozeile steuern. Die Untergrund-MP3-Gruppen waren darauf bedacht, die knappen Ressourcen nur ihren Mitgliedern zur Verfügung zu stellen, sie agierten in geschlossenen Systemen. Diese elitäre Struktur war mit der zunehmenden Verbreitung des Internets nicht aufrechtzuerhalten, durch die technische Entwicklung wurden die Regeln hinfällig und das Agieren der Gruppen weniger exklusiv.

Eine neue, offenere MP3-Szene entstand, die auf Software zurückgriff, die im Sinne der Hacker-Kultur frei und frei erhältlich von verschiedensten Individuen zur Verfügung gestellt

---

<sup>285</sup> ebda.

<sup>286</sup> Rockstroh (2001), Kapitel 2.2.3

<sup>287</sup> Rockstroh (2001), Kapitel 2.3.2

wurde. Das Format MP3 erhielt, da es nicht an einen bestimmten Hersteller oder Betriebssystem gebunden war und maßgeblich von den Nutzern vorangetrieben worden war, von Anfang an „Bedeutungszuweisungen, die einen subversiven Charakter konnotierten“<sup>288</sup>, es stand „im Zentrum eines Diskurses, der auf ein „Wir“-Gefühl abhebt“<sup>289</sup>. Interventionen von Institutionen oder Firmen, seien sie auch berechtigt, wurden vor diesem Hintergrund als „Eingriff in die gewachsene Ordnung“<sup>290</sup> gesehen. Die fortschreitende Kommerzialisierung des Internet begünstigte die MP3-Szene insofern, als dass Ende der 90er Jahre viele Firmen kostenlos Webspaces anzubieten begannen, der von den Gruppen anonym angemeldet und so lange genutzt wurde, bis die Rechteindustrie die Sperrung des Accounts verlangte, um dann wieder auf anderen Webspaces umzusteigen. Bis heute gibt es laut der IFPI relativ stabil 200000 WWW- und FTP-Sites mit copyrightgeschützter Musik<sup>291</sup>, die ihre temporären Standorte durch Redirektoren verfügbar machen. Während die webbasierten MP3-Suchmaschinen boomten, die bis heute nicht von der RIAA verklagt werden konnten<sup>292</sup>, wurde die MP3-Szene von der Entwicklung der P2P-Tauschbörsen überholt<sup>293</sup>.

### **3.3.2.6 Tauschbörsen und die „Generation Copy“**

Das Anbieten von MP3s verlangte nicht einmal mehr nach einem rudimentären Wissen über die Netzstrukturen, sondern vereinfachte sich auf ein Herunterladen einer Software, um Teil einer unregulierten Tauschgemeinschaft zu werden, die das Auffinden von Musik in digitaler Form leichter als jemals zuvor machte. Damit öffnete sich die Teilnahme für eine große Zahl von Nutzern, die mehr als die technischen Eliten der vorausgehend beschriebenen Gruppen als Querschnitt durch die Internet-Population gesehen werden können.

Die Filesharing-Bewegung verfasst sich zunächst als einfache Möglichkeit des kostenlosen Downloads von gewünschter Musik, Software, Texten und Filmen. Durch die Anonymität ergeben sich im großen Rahmen keine Anerkennungs-Zirkel oder kommunikativen Netzwerke. Die Gemeinschaft wird nur durch die Tausch-Aktivitäten an sich konstituiert und geht nicht darüber hinaus; verbindend ist der hedonistische, eher egozentrische Zugriff auf die Angebote. Ansichten etwa über Kommerzialisierung und die eigene Position müssen nicht geteilt werden. Allerdings können Tauschbörsen nur funktionieren, indem auch Files zum Download angeboten werden, auch wenn dafür direkt keine persönliche Gegenleistung erbracht wird - durch die Konstruktion einer Gemeinschaft.

---

<sup>288</sup> Rockstroh (2001), Kapitel 2.6.3

<sup>289</sup> ebda.

<sup>290</sup> ebda.

<sup>291</sup> Vgl. IFPI (2004b), S.11

<sup>292</sup> Vgl. Röttgers (2004), S.D3

<sup>293</sup> Vgl. Kapitel 3.3.4 P2P-Tauschbörsen

Die Tauschbörsenpopulation ist eine Erscheinungsform einer postmodernen „vorgestellten Gemeinschaft“<sup>294</sup>. In einer Situation der Schwächung allgemein akzeptierter Moral- und Wertsysteme, die in Konzepten wie Nation, Klasse und Hochkultur verankert waren, bauen sich die Individuen ihre billigen Instanzen auf „DIY-Art“<sup>295</sup> selbst zusammen, deren Maximen sie temporär und nicht-ausschließlich folgen.

Tauschbörsen können als Ausdruck und Agent einer dominierenden Einstellung zu geistigem Eigentum, wie sie im Internet im großen Rahmen faktisch reproduziert wird, und ihre Teilnehmer als paradigmatisch für die neue Nutzerstruktur im „massifizierten“ Internet gelten, die ich im folgenden als „Generation Copy“<sup>296</sup> beschreiben werde.

In der „Generation Copy“ kristallisiert sich das diffuse Rechtsbewusstsein der digitalen Welt. Eine Weitergabe von Werken, bei der kein Verlust auf Geberseite entsteht, wird als legitim verstanden. Die Tauschbörsennutzer sind in einer Kultur aufgewachsen, in der „Raubkopien“ für den privaten Gebrauch allgemein Usus sind, und in der Internetangebote vermeintlich kostenlos, also etwa werbe- oder querfinanziert sind. Der „Kultur der Überproduktion und der Verschwendung“<sup>297</sup> stehen die Nutzer, die größtenteils oder zumindest paradigmatisch als jugendlich zu verorten sind, mit nie ausreichenden finanziellen Mitteln gegenüber. Die Individuen finden sich in einer Position, die sich die als unverhältnismäßig teuer empfundenen Produkte einer fernen Unterhaltungs- und Softwareindustrie für den privaten Gebrauch aneignet.

Das Gefühl der Rechtmäßigkeit von analogen Musik- und Fotokopien für private Zwecke, sei es gesetzlich verfasst oder als „Fair Use“, übersetzte sich auch in den Umgang mit digitalen Gütern. Dabei sind einerseits entscheidend die vermeintliche Nicht-Überwachbarkeit des privaten Raums, der sich in der Wahrnehmung auch auf das Handeln am eigenen Computer erstreckt, und andererseits die persönliche Verlustlosigkeit bzw. Kostenlosigkeit (vom Materialpreis der Rohlinge abgesehen), die auch in den breitbandigen pauschalen Internet-Anbindungen gewahrt ist.<sup>298</sup> In den Face-to-Face-Tauschvorgängen dienen die privaten Kopien dem Aufbau von Verbundenheit im Schenken von persönlich wichtiger Musik/Texten (analog) und tragen in der offiziellen Illegalität der Software-Raubkopien auch ein Verschworenheitsgefühl mit sich, das in dem Grade der Allgemeinheit über das Internet eher als imaginär, jedoch nicht weniger wirksam, beschrieben werden kann.

---

<sup>294</sup> Bauman (1995), S.

<sup>295</sup> Bauman (1995), S.19

<sup>296</sup> Den Begriff schulde ich Stefan Krempf, die folgenden Zuschreibungen stammen von mir. Vgl. Krempf (2004)

<sup>297</sup> Bauman (1995), S.60

<sup>298</sup> Einige Kritiker argumentieren, dass Tauschbörsen die maßgebliche Motivation für die Nutzung von breitbandigen Internetanbindungen darstellen, und ihre Illegalisierung somit weitere ökonomische Interessen berühren würde.

Haug/Weber (2002) können in ihrer Online-Umfrage unter 4300 Tauschbörsenbenutzern einen Einblick in die Motivations- und Rechtfertigungsstrategien dieser Gruppe geben. Dabei können sie trotz der unterschiedlichen Ausgangsvoraussetzungen auch Parallelen zwischen der im Vergleich großen P2P-Population und den bereits referierten Kulturen aufzeigen.

„Es kann festgestellt werden, dass trotz der Unbekanntheit der meisten anderen Teilnehmer ein gruppenspezifisches Gemeinschaftsgefühl eine hohe Bedeutung für das Verhalten im Internet hat.“<sup>299</sup> Obwohl für das Anbieten von Dateien von einzelnen keine direkte Gegenleistung erfolgt, ist die Zahl der „Trittbrettfahrer“, der Personen, die keine Dateien zum Download anbieten, in dieser Erhebung gering (18%)<sup>300</sup>. Auf der unkommerziellen Nutzerseite scheint sich „eine Art von moralischem Verhalten“<sup>301</sup> in Tauschbörsen auszubilden.

Weniger als 3% der typischen und Extremnutzer haben ein Unrechtsempfinden bei der Nutzung von Tauschbörsen, es werden eher Vergleiche zum CD-Brennen, zur Privatkopie gezogen.<sup>302</sup> Begründet wird dies auch aus der Ermangelung an kommerziellen Alternativ-Angeboten<sup>303</sup> sowie der Einschätzung von unangemessenen CD-Kauf-Preisen<sup>304</sup>, woraus sich eine „Robin-Hood-Mentalität“ ergibt, die mit der Nutzung von Tauschbörsen dem „Profitstreben der Musikkonzerne“<sup>305</sup> zu 54% (typische Nutzer) bzw. 69% (Extremnutzer) entgegentreten will. Die Suche nach Musik wird auch unter einem Hedonismus-Aspekt gesehen, aber vor allem wegen der Möglichkeit befürwortet, „Musik unter Gleichgesinnten zu teilen“<sup>306</sup> (zu 78% bzw. 87%).

Rockstroh (2001) stellt zusammenfassend fest, dass sich aufgrund des Wachstums des Netzes und der Nutzerzahlen um MP3 und Tauschbörsen eine neuartige Kultur ausgebildet hat, in der jedoch „die ursprünglichen Werte in modifizierter Form erhalten blieben“<sup>307</sup>. Obwohl die kulturellen Praxen aus dem Umfeld eines exklusiven Nutzerzirkels heraustreten, können „deutlich anti-kommerzielle und von dem Ideal der freien Information geprägte Tendenzen“<sup>308</sup> identifiziert werden. Entgegen der Annahme, dass durch die Technikentwicklung tradierte Orientierungsmuster obsolet geworden sind, vertritt er die

---

<sup>299</sup> Haug/Weber (2002), S.106

<sup>300</sup> ebda., S.80

<sup>301</sup> ebda., S.106

<sup>302</sup> ebda., S.89

<sup>303</sup> ebda., S. 91

<sup>304</sup> ebda., S.103

<sup>305</sup> ebda., S.91

<sup>306</sup> ebda., S.92

<sup>307</sup> Rockstroh (2001), Kapitel 2.7

<sup>308</sup> ebda.

Position, das „ursprüngliche Wertegebäude der ‚Netzpioniere der ersten Stunde‘ [erlebe] eine bislang ungewohnte und auf breiter Ebene stattfindene Renaissance“<sup>309</sup>.

Während jedoch die ursprüngliche Hacker-Kultur mit ihrem Ethos und der Freien Software ein klar definiertes Wertegebäude entworfen hat, verwirklicht sich die Hacker-Parole „Man kann es – also macht man es“<sup>310</sup> und der „Free Flow of Information“ in der „Generation Copy“ als ein selbstverständlicher Umgang mit der kostenlosen Nutzung und dem Austausch von mobilen digitalen Inhalten jeder Art. In der Tauschbörsen-Population existiert eine Vielzahl von Motivationen und reflektierten Positionen, aber für die Konstitution der Szene ist nur ein minimales Solidaritätsgefühl nötig.

Schließlich kann die Filesharing-Kultur als Kristallisationspunkt einer neuen Internet-Generation zwar kaum direkt an Hacker- und Freie-Software-Ideen rückgekoppelt, jedoch als postmoderne Folgeerscheinung vorangegangener Internet-Kulturen gelesen werden, anhand deren die Infrastruktur für Tauschbörsen entstand.

Welche Implikationen durch diese dominierende Einstellung zu digitalem geistigen Eigentum sich für Independent Labels in der veränderten Mediensituation ergeben, wird im Verlauf des nächsten Kapitels zu behandeln sein.

---

<sup>309</sup> ebda.

<sup>310</sup> Haug/Weber (2002), S.47

## 4. Internet-Kultur und Independent-Philosophie

### **4.1 Parallelen – Anspruch, Organisation und Mythen**

Sowohl die Independent-Philosophie, wie sie sich Ende der 70er Jahre ausbildete, als auch die Hacker-Kultur des Internets werden in den gesellschaftlichen und kulturellen Umschichtungen um die Jahrhundertwende neu formuliert. In der wachsenden Verbreitung der globalen Computernetze treffen hier zwei Meta-Kulturen aufeinander, die sich auf ähnliche Mythen beziehen und strukturell gleichen. Zunächst will ich die Gemeinsamkeiten und Konflikte der beiden in den vorangegangenen Kapiteln skizzierten ursprünglichen Systeme darstellen und ihre neuen modifizierten Formen an derzeitige soziale Veränderungen rückbinden. Am Ende des Kapitels will ich herausarbeiten, wie diese Entwicklungen ineinandergreifen und sich für die Independent Labels auswirken könnten.

Beide hier vorgestellten Wertgebäude lassen sich als Bezugspunkt lesen, der nach außen eine homogene Strömung suggeriert, unter dem sich aber eine Vielzahl von kleinen, lokalen oder virtuellen Gemeinschaften voneinander abgrenzen. Damit sind die Bewegungen paradigmatisch für die selbstgewählten, temporären Bindungsformen und die Pluralisierungstendenz von Wertgemeinschaften der Postmoderne.

Beide genannten Kulturen formieren sich in einem Raum, der von dem Hobby-Bereich in die Arbeitssphäre hineinragt. Die meisten Protagonisten beginnen als Jugendliche in ihrer Freizeit, an diesen Szenen teilzuhaben; also in einer Phase, in der sie meist ungebunden und noch nicht von Lohnarbeit abhängig sind. Die Hacker-Kultur lässt sich auf ein akademisches Feld zurückführen, während die Independent-Philosophie ursprünglich im britischen Punk als Verbindung aus Arbeiterklassen- und Studentenbewegung gesehen werden kann. Beiden gemein ist eine Ablehnung kapitalistischer Verwertungsmodelle. Kommerzialisierung wird als Kooptierung von Strukturen gesehen, die gemeinschaftlich aufgebaut wurden und den daran Beteiligten gehören<sup>311</sup>. Das gilt für die von den Nutzern selbst entwickelten Internet-Technologien wie für jede Musikszene. Was der Indie-Welt die Major Labels sind, sind der Hacker-Kultur die großen Softwareunternehmen wie z.B. Microsoft. Damit drückt sich nicht nur eine Ablehnung von Kommerzialisierung und Monopolisierung aus, sondern auch eine zumindest gefühlsmäßige Anbindung an Pluralität, Selbstbestimmung und Solidarität. In ihrer Metaphorik und Mythenbildung heben beide Formationen auf eine „Robin Hood“-Position ab, auf einen Gegensatz von Individuum/einer kleinen verschworenen Gemeinschaft zu der großen seelenlosen Verwertungsmaschine/dem System/der Mehrheit. Diese Narrative konstituieren maßgeblich die Gruppierungen. „Die

---

<sup>311</sup> Vgl. Rockstroh (2001), Kapitel 2.6.3

immer wieder aufgerollte Geschichte des jugendlichen Musikliebhabers Shawn Fanning, der durch eine simple Software eine global agierende Musikindustrie herausforderte, ist nur eine von vielen.<sup>312</sup>

Das DIY-Prinzip verkörpert wie die Freie-Software-Idee den Glauben an die mögliche Einflussnahme jedes Einzelnen, der gleichberechtigt und mit der Gemeinschaft eine Sache voranbringt; sei es durch Programmierung, ein Label, Auftrittsmöglichkeiten, eine Band oder szenerelevante Infrastruktur und Kommunikation.

Daran anknüpfend lässt sich die Ablehnung von Hierarchien und die prinzipielle Unterstützung zwischen Gleichberechtigten in beiden Kulturen identifizieren. Lediglich Respekthierarchien entstehen durch das, was für die Szene geleistet wird. So entwickeln auch Indie- und Computergemeinschaften zwangsläufig ihre eigenen „Stars“, und gruppeninterne Anerkennung kann als wichtiger Motivationsfaktor gesehen werden. Es wird eine Offenheit der Gruppierungen proklamiert, diese entwickeln aber durchaus starke eigene Codes, Sprache und internes Wissen und somit Abgrenzungs- und Identitätsmechanismen. Und auch hier wird Identität durch Konsum und Nicht-Konsum hergestellt; in den Musik-Subkulturen anhand von Kleidung, bestimmter Tonträger, Accessoires, ausgewählter Medien; im Computerbereich durch die Nutzung bestimmter freier Software, der richtigen Programmiersprache.

Beide Strömungen stellen in ihrer radikalen Ausprägung den Anspruch, eine Alternative zu kapitalistisch-entfremdeten Produktions- und Lebensmodellen zu bieten, und somit systemstörend zu wirken, indem der Ausgangspunkt kein kommerzielles Interesse, sondern Kunst bzw. Lust ist. Denn „Produzenten, die durch das Lustprinzip geleitet werden, wären für eine profitgeleitete Ökonomie eine Katastrophe“<sup>313</sup>. Doch die gesellschaftliche Realität scheint diesen Glauben an Gegenmodelle überholt zu haben - indem sich das Gewicht auf die Konsumseite verschoben hat, „setzt das kapitalistische System das Lustprinzip zu seiner eigenen Verewigung ein.“<sup>314</sup>

Beide genannten Kulturen sind damit auch symptomatisch für die Veränderungen, die ökonomisch-kulturell den Wechsel von Produktions- zu Konsumgesellschaft begleiten. Die Grenzen zwischen Freizeit und Arbeit verwischen zunehmend, in der Arbeitswelt wird Flexibilisierung und Identifikation mit dem Unternehmen verlangt<sup>315</sup>. Das hedonistisch betriebene Selbstaussbeutungs-Modell der Independent-Szenen kann als Wegbereiter für die Praktika- und Freie-Mitarbeits-Strukturen in der Unterhaltungs- und Medienbranche gelten. Wie für die Jugendkulturen in Kapitel 2.4.3 dargestellt, tragen auch die Internet-

---

<sup>312</sup> Rockstroh (2001), Kapitel 2.6.3

<sup>313</sup> Bauman (1995), S.80

<sup>314</sup> Bauman (1995), S.80

<sup>315</sup> Vgl. Holert/Terkessidis (1996b), S.15

Verhaltensformen zu der veränderten Struktur bei. Die Illusion der flachen Hierarchien der „Dotcoms“ ergibt sich maßgeblich aus dem tendenziell gleichberechtigten Umgang in den Computernetzen. Der unformelle Umgang, wie er sich einerseits durch E-Mail-Kultur und generell in Abgrenzung zur Arbeits- bzw. Erwachsenenkultur entwickelt hat, erhält auch Einzug in die veränderte Unternehmenskommunikation. Die Auflösung von Klassen- und Status-Identitäten im Sinne einer Individualisierung und nur noch temporären Bindungen destabilisiert auch die Möglichkeit einer klassischen Interessenvertretung der Arbeitenden. Die postmoderne Privatisierung von „Ängste[n] und den Umgang mit ihnen“<sup>316</sup> führte zu einem „Zeitalter *vorgestellter Gemeinschaften*“<sup>317</sup>, in dem sich Individuen anhand von Stilen gruppieren. Mit der sinkenden Bedeutung von Nationalstaaten und eines verbindlichen Kulturkanons lässt sich Gesellschaft mehr und mehr nur noch als ein Feld sozialer Bewegungen beobachten<sup>318</sup>. Das Billigung suchende Individuum konstruiert sich auch seine „billigenden Agenturen meist in der DIY-Art“<sup>319</sup>. Sowohl die Segmentierungen der Popmusik wie die virtuellen Gemeinschaften des Internets ersetzen den allgemeingültigen, intellektuell begründeten Hochkultur-Wertekanon weitgehend durch eigene ästhetische und ethische Codes.

Beide Formationen sind den postmodernen Umstrukturierungen ausgesetzt. Die Öffnung ihrer minoritären Sphären für ein breites Publikum zog auch eine Infragestellung der ursprünglichen Positionen und eine Neuorientierung nach sich, die wiederum in einer Segmentierung in großem Ausmaß resultierte. Damit einhergehend wichen die teilweise expliziten politischen Ansätze einer unverbindlicheren, pragmatischen Form.

## **4.2 Konflikte – Freiheit der Information**

Der entscheidende Konflikt zwischen Internet- und Independent-Kulturen verläuft anhand des Umgangs und der Verwertung von geistigem Eigentum. Wie dargestellt wurde, sind sowohl die Hacker-Kultur als auch die Independent-Strömung tendenziell anti-kommerziell, gehen aber durchaus von der Möglichkeit aus, mit dem Geleisteten einen Lebensunterhalt zu bestreiten, wenn auch eher als Notwendigkeit, denn als primäres Ziel. Die gemeinsame Idee ist, dass fair und direkt ohne weitere Hierarchien vergütet werden soll. Während die Open-Source-Szene die Verdienstmöglichkeiten im Service-Bereich ansiedelt, bleiben die Independent-Szenen jedoch um das Produkt, den Tonträger organisiert.

---

<sup>316</sup> Bauman (1995), S.19

<sup>317</sup> ebda.

<sup>318</sup> Vgl. ebda. S.85

<sup>319</sup> ebda. S.19

Die von einem wissenschaftlichen Hintergrund, dem freien Fluss von Information und dem Hacker-Ethos geprägten Gruppierungen schufen die Infrastruktur eines Computernetzes, in dem die dominierende Nutzerzahl selbstverständlich digitale Inhalte unentgeltlich kopiert und tauscht. Die Cracker- und MP3-Szenen, ihre Nutzer und schließlich die Tauschbörsenkultur sehen im Kopieren von digitalen Kulturprodukten keinen Raub, da das Original nicht verschwindet. Sie empfinden es in ihrer meist adoleszenten und mit geringen finanziellen Mitteln ausgestatteten Position als legitim, sich die Erzeugnisse einer in ihrer Wahrnehmung weit entfernten Großindustrie kostenlos anzueignen. Die „Generation Copy“ ist daran gewöhnt, einen Zugriff auf ein größeres Angebot von Gütern zu haben, als ihr Budget in Kaufvorgängen erlauben würde. Diese Einstellung betrifft auch Independent-Veröffentlichungen, deren potentielle Konsumenten auch in der „Generation Copy“ zu verorten sind.

Das Internet stellt für die Musikindustrie als die um den Tonträger organisierte Branche ein Problem dar, da es den Tonträger weitgehend obsolet werden lässt und durch die Trennung von Inhalten und Trägermedium keine Vergütung der Distribution in der bisherigen Form mehr zulässt.

Die originäre Internetkultur hat mit der Freien Software ein besonderes, ethisch hochstehendes Modell entwickelt, das einen Community-Gedanken, die Freiheit der Information, aber im Service-Bereich und über das Erwerben von Qualifikationen auch Verdienstmöglichkeiten einschließt.

Die Teilnehmer der Open-Source-Szene werden dadurch belohnt, dass sie einerseits als Teil einer Gemeinschaft auf gegenseitige Hilfe bei der Lösung von Programmier-Problemen zählen können, und andererseits Qualifikationen und Bekanntheit erreichen, die sie gewinnbringend in kommerziellen Zusammenhängen und im Servicebereich nutzen können. Auf die Musikszene übertragen sähe das Modell so aus, dass die Musiker/Urheber in den Aufnahmen/Soundfiles nur eine Qualifikation/Bekanntheit erwerben, und der direkte Verdienst aus Auftritten und Merchandising bezogen wird.

Verschiedene Modelle ähnlich der General Public License (GPL) für Software wurden auch für Musik entworfen, wie die Free Music Philosophy von Ram Samudrala (1994)<sup>320</sup>, die Open Audio License der Electronic Frontier Foundation (EFF) (2001)<sup>321</sup> und die inzwischen auch von der EFF favorisierte Creative Commons Music Sharing License<sup>322</sup>.

---

<sup>320</sup> Samudrala, Ram (o.D.): The Free Music Philosophy (v1.4). <http://www.ram.org/ramblings/philosophy/fmp.html> [2004-04-21]

<sup>321</sup> Electronic Frontier Foundation (2001): EFF Open Audio License. Version 1.0.1. 2001. [http://www.eff.org/IP/Open\\_licenses/eff\\_oal.html](http://www.eff.org/IP/Open_licenses/eff_oal.html) [2004-04-21]

<sup>322</sup> Creative Commons (o.D.): About the Creative Commons Music Sharing License. <http://creativecommons.org/license/music> [2004-04-21]

Alle diese Lizenzen erlauben die Weitergabe von Musik-Files unter bestimmten Bedingungen, etwa der Angabe der Urheber oder nur zu unkommerziellen Zwecken. Als avanciertestes Modell reformuliert die Creative Commons-Lizenz in ihren partiell wählbaren Nutzungsbedingungen Teile vom Urheberrecht und die Intention, die viele Musiker sowieso schon verfolgen, indem sie einzelne Lieder zum kostenlosen Download anbieten: Die Musik soll sich verbreiten, kann weitergegeben werden, je nach Ausgestaltung der Optionen bearbeitet und aufgeführt werden, die kommerzielle Nutzung ermöglicht oder untersagt werden. Damit werden die in ihrer Intention schon legalen, von den Rechteinhabern selbst in Umlauf gebrachten Download-Files legalisiert, und die von der Musikindustrie prominent vorgetragene Einschätzung entkräftigt, dass jegliche Musik im Internet illegal sei.

Diese Lizenz-Konzeptionen verweisen aber auch auf eine veränderte Sichtweise auf Musik; der abgeschlossene Werk-Charakter tritt zugunsten einer Anschlusskommunikation in den Hintergrund<sup>323</sup>. Sie sollen dem Umstand gerecht werden, dass auch neue musikalische Werke immer auf einen Pool von vorhergehenden Veröffentlichungen und kulturellen Entwicklungen aufbauen, und damit auch eine Verpflichtung der Künstler gegenüber der Öffentlichkeit besteht.

Im Gegensatz zu Software, insbesondere im Open Source-Modell, tritt uns Popmusik schon immer warenförmig gegenüber. Auch in den Indie-Szenen werden Musikstücke als abgeschlossene Werke wahrgenommen, die stärker als Kompositionen des Klassik-Segments als rechtmäßiges Eigentum der Urheber gesehen werden.

Während Software gemeinhin zu Erfüllung von Aufgaben genutzt wird, verkörpert das Musikfile in dieser Sichtweise das Ende an sich. „Der Wert eines Programms ergibt sich aus dem Gebrauchswert im jeweiligen Kontext“<sup>324</sup>, Programme werden aber ständig weiterentwickelt und aktualisiert.

Für die erste digitalisierte Branche, die Softwareindustrie, gesteht sogar der Vordenker der „Trusted Systems“, Mark Stefik, zu, dass „Raubkopien“ einen Nutzen im Diffusionsvorgang haben. „Ironischerweise haben die Verleger von Werken, die regelmäßig aktualisiert werden müssen, wie Computersoftware, festgestellt, dass eine gewisse Durchlässigkeit ihren Kundenstamm erweitert, selbst wenn oft berichtet wird, dass mehr unauthorisierte [sic!] Kopien eines Programms im Einsatz sind als authorisierte [sic!]. Softwareverleger haben entschieden, dass die Einnahmenverluste durch illegales Kopieren tragbar sind, auch wenn sie zu einer unfairen Gebührenstruktur führen“<sup>325</sup>.

---

<sup>323</sup> Vgl. Rockstroh (2001), Kapitel 4.1

<sup>324</sup> ebda.

<sup>325</sup> Stefik, Mark (1996): Letting Loose the Light: Igniting Commerce in Electronic Publication, in: ders. (Hg): Internet Dreams: Archetypes, Myths and Metaphors. Cambridge Mass. S.2-42. Online:

Man könnte argumentieren, dass auch Musiker über einen größeren Zeitraum durch neue Veröffentlichungen „aktualisiert“ werden. Ihr wichtigstes Kapital ist ihre Bekanntheit und die Bindung von Publika, die sich in Konzertbesuchen und späteren Tonträgerkäufen niederschlägt.

Daher richten sich die Vorschläge einer Open-Audio-Lizenz vornehmlich an Künstler, und nicht direkt an Labels - bzw. an die Teilgruppe der Musiker, die nicht von ökonomischem Erfolg abhängig ist, sondern im Hobby-Bereich agiert.

Die Umorientierung von Labels auf Dienstleistungen, die nur noch vermittelt mit dem Verkauf von Musik zu tun haben, findet zwar mehr und mehr statt, wie etwa bei der Independent-Plattform [sourcemusic.biz](http://sourcemusic.biz), die Musik für Filme und Werbung vermittelt. Sie können allerdings das zentrale Geschäftsfeld der Indie-Labels nicht ersetzen.

Auch Independent-Szenen mit ihren Labels, Vertrieben, Läden, Musikern gruppieren sich bisher selbstverständlich um den Tonträger. Während viele Kosten für Equipment, Proberaum etc. als im selbstverwirklichenden Hobby-Bereich angesehen werden, sind die Studio-Kosten bei Aufnahmen und die körperliche Produktion konkret an die Wiedereinspielung durch Tonträgerkäufe geknüpft. Während viele idealistisch und politisch orientierte Indies auch die Freiheit der Musik vertreten<sup>326</sup>, besteht in den meisten Indie-Szenen doch ein recht orthodoxes Gerechtigkeitsgefühl, das eine Vergütung für das Geleistete, für den Tonträger, als angemessen empfindet.

Das Modell von Freier Software ist nur im Hobby-Bereich auf Musik umzusetzen. Für die Independent Labels und Künstler, die von ihrer Musik leben, betrifft die kostenlose Weitergabe im Internet den Kern des Verwertungskonzepts.

### ***4.3 Derzeitige Situation – „Generation Copy“ und Chancen für Independent Labels***

Wie dargestellt werden konnte, verläuft die entscheidende Konfliktlinie zwischen Internet- und Independent-Kultur anhand des Vergütungsmodells, auf das auch unabhängige Labels nicht verzichten können. Von der Brennproblematik sind die Indies zunächst genauso betroffen oder nicht betroffen wie die Majors, und auch wenn teilweise Veröffentlichungen von unabhängigen Labels in den Tauschbörsen schwerer zu finden sind, sind gerade die geringeren Auflagen von Indies für Verkaufsausfälle anfällig. In den Computernetzen hat sich

---

<http://www2.parc.com/istl/groups/uir/pubs/items/UIR-1996-10-Stefik-InternetCommerce-IgnitingDreams.pdf> [2004-04-19] Hier: S.10. Übersetzung nach: Grassmuck (2002), S. 403

<sup>326</sup> Vgl. Guntzel (2004), S.71

eine Kultur entwickelt, die vor allem hedonistisch agiert und nur ein diffuses Unrechtsbewusstsein bei Vervielfältigung geistigen Eigentums im privaten Raum hat.

Im folgenden will ich den Gedankengang entwickeln, wie die Internet-Technologie und die „Generation Copy“ als dominierende Netzwerk-Kultur in ihrem Umgang mit Musik zu einer Situation beitragen, die sich für die Independent Labels dennoch positiv auswirken könnte.

Trotz der Komplexität der Zusammenhänge deuten die Anhaltspunkte darauf hin, dass CD-Brenner und Tauschbörsen zumindest einen Anteil an der derzeitigen Verkaufskrise der Musikindustrie haben<sup>327</sup>; allerdings nicht als singuläre Ursache, sondern als Erscheinungsform des technologischen und kulturellen Umbruchs des ausgehenden 20. Jahrhunderts. Die Digitalisierung verlangt eine Reorientierung im Umgang mit geistigem Eigentum. In der Destabilisierung von Nationalstaaten und Wertesystemen begreifen sich die Individuen als Teil von globalisierten, lokalen und imaginären Gemeinschaften. In Zeiten wirtschaftlichen Abschwungs und einem „Geiz ist geil“-Konsumklima findet sich die Musikindustrie auch in einer veränderten Freizeitangebotssituation wieder, in der sie in verschärfter Konkurrenz zu „Funsport, Videospiele und Handys“<sup>328</sup> steht.

Im Umgang mit Computernetzen verändern sich die Gebrauchsgewohnheiten von Musik. File-Sharing sozialisierte eine neue Generation von Musik-am-Computer-Nutzern, die auf Partys nicht mehr CDs mitnehmen, sondern ihren Laptop; die nicht mehr ihren Walkman, Diskman oder Mini-Disk-Player im Alltag dabei haben, sondern ihren MP3-Stick; die nach neuen Veröffentlichungen nicht im Plattenladen, sondern im Internet suchen; die keine Plattensammlung, sondern eine Festplatte voll mit Musik-Files haben; die einfach und schnell Musik mittels gebrannter CD-ROMs und über das Internet austauschen. Die „Generation Copy“ nimmt die Verfügbarkeit und Mobilität von Musik als selbstverständlich.

Kritiker und insbesondere Vertreter der Musikindustrie beklagen, dass Musik mit ihrer einfachen Verfüg- und Kopierbarkeit auch an Wert verliert<sup>329</sup>. Auf die Verkäufe bezogen mag die Aussage stimmen, gestützt wird die Vermutung vor allem durch die sinkenden

---

<sup>327</sup> So belegen diverse Erhebungen in der Selbsteinschätzung von Tauschbörsennutzern einen Rückgang der Kaufaktivitäten, auch wenn einige unabhängige Studien keinen Zusammenhang nachweisen konnten. Vgl. IFPI (2004a), PC-Welt (2002): Marktforscher: Online-Tausch ohne Einfluss auf Musikindustrie. 14.08.2002. <http://www.pcwelt.de/news/internet/25544/> [2004-04-15] sowie Rötzer, Florian (2004): Tauschbörsen haben keinen Einfluss auf CD-Verkäufe. Telepolis. 30.3.2004. <http://www.heise.de/tp/deutsch/special/copy/17076/1.html> [2004-04-15]

<sup>328</sup> Weber, Julian (2004): EFA. Abschied von Gestern. In: Intro 115, April 2004. S.42-45. Hier: S.45

<sup>329</sup> Vgl. etwa Weber (2004), S.44: „Der Wert von Musik ist [durch den alltäglichen Umgang mit CD-Brennern und Tauschbörsen] [...] gesunken.“ Oder Braun, Thomas (2001): Wert der Information: Ware oder öffentliches Gut. 30.11.2001. <http://www.bdbverband.de/hearing/braun.html> [2004-04-15] „Dies hat dazu geführt, dass der Wert von Musik häufig nicht mehr anerkannt wird.“ Oder Michael Bisping auf der Seite des BV Phono: „Illegale Angebote zerstören den ideellen und materiellen Wert von Musik.“ BV Phono (2004c): Unterstützer. 30.3.2004. <http://www.ifpi.de/news/380/stuetz.pdf> [2004-04-15]

Verkaufszahlen, hier wird Wert also im Sinne der Summe, die für etwas ausgegeben wird, gefasst. In diesen Kommentaren ist allerdings von einem Wertverlust „der Musik“ an sich die Rede.

Die Klage ist nicht neu; sich verändernde Mediensituationen werden immer von „Kulturschocks“<sup>330</sup> und Ausdrücken wirtschaftlicher Interessen begleitet. Wie die Schallplatte als Zersetzung der Konzert-, Theater- und damit Hochkultur galt, setzt diese Art von Kulturkritik zwar bei einem neuen Medium an, bezieht sich aber auf einen gefährdeten alten Wertemaßstab und ökonomische Positionen<sup>331</sup>. Schon die Einführung von Radio machte Musik quasi kostenlos, und das Lamento der Entwertung von Musik verdeckte schon damals nur unzureichend die Interessen der Musikindustrie. Bereits die Schallplatte wurde von vielen Käufern als zu teuer wahrgenommen<sup>332</sup>, eine Einstellung, die sich bei der CD im Vergleich zum Materialpreis eines Rohlings und auch für den derzeitigen Download von einzelnen Songs wiederholt. Wenn von einer verlorenen Bedeutung von Musik gesprochen werden kann, dann mit dem Einzug von „Muzak“ als Hintergrundtapete in Kaufhäuser, Wartezimmer und Toiletten – deren Wert ja gerade darin besteht, dass ihr nicht bewusst zugehört wird. Alle diese Phänomene führten jedoch nicht zum Ende des Kaufs von Musik.

Der kulturpessimistische Gestus nimmt sich genauso gegenstandslos aus wie der Erklärungsansatz der Krise durch die „mangelhafte Qualität“<sup>333</sup> der Major-Veröffentlichungen. Die Musik dieser Zeit hat in ihren mannigfaltigen Bewegungen nichts schlechteres oder besseres an Qualität zu bieten als die der letzten Jahrzehnte. Gesellschaftlich wird Musik deswegen nicht an Wert verlieren, und erst recht nicht persönlich – lediglich ihre Gebrauchszusammenhänge verändern sich. Hier soll argumentiert werden, dass die hohe Nachfrage in Tauschbörsen gerade den Wert von Musik beweist. Im neuen Jahrtausend wird zusätzlich zu den herkömmlichen Tonträgern „mehr Musik übers Netz verbreitet als über jeden anderen Vertriebskanal“<sup>334</sup>. Auch die Protagonisten der „Generation Copy“ suchen aktiv in Tauschbörsen nach Musik, investieren Zeit und Interesse. Im Umgang mit Musik-Files findet keine geringere Bindung an das Material statt. Die Musik kann genauso mit Bedeutungen aufgeladen werden, sie erfüllt als Statusobjekt und Kommunikationsgegenstand dieselben gruppenbezogenen und persönlichen Funktionen.

---

<sup>330</sup> Faulstich, Werner (1997): Jetzt geht die Welt zugrunde. Kulturschocks und Medien-Geschichte: vom antiken Theater bis zu Multimedia. In: Ludes, Peter/Werner, Andreas (Hg.) (1997): Multimedia-Kommunikation. Theorien, Trends und Praxis. Opladen. S.13-35

<sup>331</sup> Vgl. Faulstich (1997), S.24

<sup>332</sup> Vgl. Gruber (1993), S.248

<sup>333</sup> Hier etwa Spiegel-Online (2004): CCC-Boykottaufruf. „Musikindustrie verunglimpft ihre Kunden“. 31.3.2004. <http://www.spiegel.de/netzwelt/politik/0,1518,293331,00.html> [2004-04-15]

<sup>334</sup> Röttgers (2003), S.5

Nicht die Musik verliert an Bedeutung, sondern „eine Form des Wirtschaftens, die schon vor Napster nur für die wenigsten Sinn machte“<sup>335</sup>. Die „Idee, aus jeder Band Stars mit Millionen von Plattenverkäufen machen zu wollen, die 95 Prozent, für die es dann doch nicht klappt, und die Verträge, die Bands über Jahrzehnte an ihre Plattenfirma binden – all das wird zunehmend absurd erscheinen.“<sup>336</sup>

Die großen Labels haben mit ihrem CD-Kopierschutz und dem Agieren gegen Tauschbörsennutzer einen Vertrauensverlust erlitten, und auch die Legislative agiert bei der Umgestaltung des Urheberrechts in einen Investitionsschutz<sup>337</sup> an dem Rechtsempfinden ihrer Bürger vorbei. „Das Europaparlament hat der drastischen Verschärfung der Durchsetzungsmöglichkeiten von ‚geistigem Eigentum‘ zugestimmt und die Entfremdung der ‚Generation Copy‘ von der Politik damit auf die Spitze getrieben“<sup>338</sup>.

Doch mit moralischen Keulen à la „Copy kills music“ und Kopierschutzverfahren ist der „Generation Copy“ nicht beizukommen. Einen Vorgang, der allgemein als gutes Recht wahrgenommen wird, zu illegalisieren – das Rechtsempfinden von Menschen zu ihrem eigenen Nachteil zu verändern – ist schwerer, als mit praktisch vorteilhaften Angeboten zu überzeugen<sup>339</sup>. Die Möglichkeiten der Computertechnologie werden Kopierschutzmechanismen und auch DRM-Systeme nie vollkommen sicher machen können.

Das Kernprodukt der Musikindustrie, der Tonträger, verändert seinen Stellenwert im digitalen Zeitalter, und damit auch die Rolle der Plattenfirmen.

Mehr und mehr könnte ihnen eine Dienstleister-Funktion zufallen. Wenn Aufnahmen ökonomisch primär als Werbung für Live-Konzerte und Merchandise gesehen werden müssen, wie Radio, Musikfernseh-Auskopplungen und einzelne Gratisangebote auf Webseiten als Werbung für eine Veröffentlichung stehen, wird eine Musikwirtschaft entstehen, „die ihr Heil nicht mehr im Verkauf von Produkten sucht, sondern sich auf Service-Angebote konzentriert.“<sup>340</sup>

Musikern werden zwar durch die Technologie neue Möglichkeiten an die Hand gegeben, auch ohne Labels erreichbar zu sein, aber auch sie müssen sich umorientieren, denn für das klassische Modell der Vorfinanzierung und Veröffentlichung durch Verlage und Plattenfirmen wird weniger Geld vorhanden sein, und die Einnahmen durch Tonträger werden zurückgehen. Schon im körperlichen Musikgeschäft gab es nicht nur eine zentrale

---

<sup>335</sup> Röttgers (2003), S.7

<sup>336</sup> Röttgers (2003), S.122

<sup>337</sup> Vgl. Kapitel 2.3

<sup>338</sup> Krempf (2004)

<sup>339</sup> Eine weitere Erscheinungsform dieser Zeit, in der auch Wertesysteme warenförmig miteinander in Konkurrenz stehen und nach ihrem Nutzen angenommen werden.

<sup>340</sup> Röttgers (2003), S.146

Einnahmequelle für die Künstler. Die Vergütung bestand immer aus einer Mischkalkulation aus „Tourgagen, Plattenverkäufen, Merchandising und GEMA-Einkünften“<sup>341</sup>. Wenn „die wirtschaftliche Entlohnung für den Verkauf oder die Verbreitung von Aufnahmen geschwächt wird[, werden Musiker] [...], wie dies Künstler vor der Einführung von Massen-Aufzeichnungstechniken taten, ihre Zeit für Auftritte an realen oder virtuellen gebührenpflichtigen Orten nutzen [...], um so Einkünfte zu erzielen.“<sup>342</sup> Für einige Musiker könnte sich etwa das Geschäft mit Merchandising-Artikeln zum wichtigsten Faktor entwickeln, wie sich auch Musikzeitschriften mehr und mehr über Mode-, Lifestyle-Produkt- und Zigarettenwerbung finanzieren; so ist in der Musikzeitschrift Intro in den letzten Jahren „der Anzeigenteil der Musikindustrie von 80 auf 20% geschrumpft“<sup>343</sup>.

Die Rolle der Labels würde dann vor allem in der Organisation der Distributions- und Produktionsvorgänge sowie im Marketing bestehen, alles Bereiche, die auch von Agenturen übernommen werden können.

Es stellt sich die Frage, warum die Independent Labels von diesen ökonomischen, kulturellen und technologischen Umbrüchen weniger betroffen sein oder sogar von ihnen profitieren sollten. Zunächst einmal ist der Tonträger noch nicht aus den Zusammenhängen, wie Musik gedacht, gekauft, getauscht und diskutiert wird, verschwunden. Der Umorientierungsprozess wird einen längeren Zeitraum in Anspruch nehmen.

In seinen ökonomischen Folgen verursacht die derzeitige Krise einen Umschwung der Major Labels, die von der Strategie der 90er Jahre Abschied nehmen, „die Arbeit der Indies [zu imitieren]“<sup>344</sup>. Die deutsche Musikindustrie trennte sich seit 2000<sup>345</sup> nicht nur von Führungspersonal und „einem Viertel ihrer Mitarbeiter - sondern auch von über einem Drittel ihrer Künstler“<sup>346</sup>, darunter viele Musiker, die eine „gesunde Karriere absolvieren[, aber] [...] nicht genug für die Ansprüche einer großen Firma“<sup>347</sup> verkaufen. Diese z.T. schon in den Markt eingeführten Musiker werden von Independents im kleineren Rahmen erfolgreich übernommen werden können. Die deutschen Dependancen der Majors werden sich laut Aussage von BMG-Chef Maarten Steinkamp „auf ein weit kleineres deutsches Repertoire“<sup>348</sup>

---

<sup>341</sup> Röttgers (2003), S.152

<sup>342</sup> Peer (2001): S.46

<sup>343</sup> Hörstmann, Matthias (2004): Wort ab. In: Intro 115, April 2004. S.3

<sup>344</sup> Weber (2004), S.44

<sup>345</sup> Waren laut Angaben der deutschen Landesgruppe der IFPI im Jahre 2000 noch 13000 Menschen in der Phonowirtschaft beschäftigt, waren es 2003 nur noch 10400. Vgl. BV Phono (2004a), S.23

<sup>346</sup> Dallach/Schulz (2004), S.194

<sup>347</sup> Dallach, Christoph (2004): Schlechte Zeiten sind gute Zeiten. In: KulturSPIEGEL 3/2004. S.14-17. Hier: S.14

<sup>348</sup> Dallach/Schulz (2004), S.195

zurückziehen und sich auf international marktfähige Stars konzentrieren, für die ihre etablierten Mechanismen greifen.

„Pop, und das zählt zu den interessantesten Lehren, die man aus der gegenwärtigen Krise der Musikindustrie ziehen könnte, ist heute entweder global oder lokal; in der Größenordnung nationaler Märkte funktioniert er ebenso wenig wie im überkommenen ideologischen Raster der Nationalkultur.“<sup>349</sup>

Auf der einen Seite wird uns Musik in den Massenmedien als Verwertungsmodell der Majors mit wenigen Superstars gegenüberstehen, auf der anderen Seite verlagert sich Musik in die „weltweit verstreuten spezialisierten Szenen von Liebhabern, [...] deren Kommunikations- und Distributionswege sich weit jenseits dessen befinden, was die großen Konzerne profitabel handhaben könnten.“<sup>350</sup>

Die Major Labels befinden sich auf dem Rückzug, und vielfältige kleinere Labels werden sich in den nationalen und lokalen Märkten einnisten. Vermeintliche nationale Star-Rekrutierungs-Mechanismen wie „Deutschland sucht den Superstar“ und „Pop Stars“ sind nur ein Abglanz und die letzten verzweifelten Versuche, das Major-Modell am Laufen zu halten.

Auch kulturell deuten die Veränderungen in eine für die Indies vielversprechende Zielrichtung. Zwar gibt es keine konkrete Datenbasis, aber die öffentlichen Einschätzungen stimmen darin überein, dass Independent Labels allgemein von der Krise weniger betroffen sind. „Es ist kein Zufall, dass die meisten unabhängigen Labels von der Krise der Musikindustrie unberührt bleiben.“<sup>351</sup>

Eine Hauptargumentationslinie der Filesharing-Aktivitäten, der Internet-Kulturen und der Independent-Haltung besteht in der Ablehnung von Kooptierung durch eine rein kommerziell orientierte Industrie, in der Sichtweise, dass die Major Labels ihre Künstler ohne Interesse an Inhalten vereinnahmen und ausbeuten. Da diese von den Verkäufen sowieso nur einen Bruchteil des Verkaufspreises erhalten, wird das private Kopieren weniger als gegen die Musiker, sondern als gegen die musikindustriellen Firmenkonglomerate verstanden. Das weist darauf hin, dass durchaus eine Gratifikation von Künstlern als angemessen gesehen wird. Dieses Argument könnte sich im Bezug auf Independent- und selbstverlegten Veröffentlichungen in einen Vorteil verwandeln.

Es scheint nicht unwahrscheinlich, dass kleine Musikszene weiterhin einen Wertekanon ausbilden, der es für angemessen nimmt, für Musik zu bezahlen. Durch die Nähe von Produzenten und Konsumenten könnte sich hier eine Solidarität der fairen Vergütung entwickeln.

---

<sup>349</sup> Balzer (2004)

<sup>350</sup> ebda.

<sup>351</sup> ebda.

Durch identifikatorische Gruppenprozesse, involvierte Sammelleidenschaft und Prestigeprozesse könnten Teilnehmer der Indie-Szenen weiterhin einen Tonträger in der Hand halten wollen, dem zusätzlich zum Klang noch weitere Charakterisierungen eingeschrieben sind.

Die Einschätzung, dass Mehrkäufe durch Tauschbörsen vielleicht gültig seien „für den Musikfan Mitte zwanzig mit großer CD-Sammlung und einer Musik-Sozialisation ohne Napster und Gnutella [...] [, jedoch derzeit] eine ganze Generation mit Tauschbörsen als primäre Quelle für ihre Ohrwürmer“<sup>352</sup> heranwächst, könnte sich in kleinen Szenen in einer prinzipiellen Verbundenheit der Akteure als weitgehend irrelevant erweisen.

In einer Untersuchung zum Konsumentenverhalten bei Independent-Tonträgern liefert Siegfried Gruber (1993) einige Hinweise auf die Gruppe der Independent-Hörer. Er charakterisiert die „Käuferschaft von „unpopulärer Populärmusik““ - also Musik für Minderheitenmärkte, in denen inzwischen ein großer Teil des Musikkonsums stattfindet - als hoch involvierte Intensivkäufer und –tauscher<sup>353</sup>.

Er verortet die typischen Indie-Konsumenten als jugendlich. Sie befinden sich meist in der Ausbildung und haben noch keine familiären Verpflichtungen. „Absoluter Einkommensknappheit stehen anteilmäßig hohe Ausgaben für Tonträger und vergleichsweise rege Kaufaktivitäten gegenüber.“<sup>354</sup> Das hohe Involvement in die Musik, die Identifikation mit einer Szene sowie die Lebensentwürfe, die individualisiert und hedonistisch orientiert sind, lassen die Indie-Hörerschaft oft noch länger Käuferschaft sein bzw. weiten den Lebensabschnitt Jugend paradigmatisch aus. „Während das gesteigerte Interesse für kommerzielle Popmusik zumeist aus der Pubertät herrührt und häufig mit dem Eintritt in das Erwachsenenalter deutlich abfällt oder ganz verschwindet [...], dauert die Musikbegeisterung des Indie-Anhängers in der Regel über den im engeren Sinne als Jugend zu bezeichnenden Lebensabschnitt hinausgehend an“<sup>355</sup>.

Für den Austausch von Musik mit analogen Konsumententechnologien stellt Gruber zusammenfassend fest: „Die Erhebung lieferte einige Indizien dafür, dass sich Home Taping [...] insbesondere innerhalb der jüngeren, weniger kaufkräftigen Teile des Publikums [...] ereignet.“<sup>356</sup>

Grubers Ergebnisse können als Hinweise darauf gelten, dass in der derzeitigen Situation das Involvement in eine bestimmte Szene und die greifbaren Eigenschaften eines Tonträgers im

---

<sup>352</sup> Röttgers (2003), S.5

<sup>353</sup> Vgl. Gruber (1993), S. 248 und S.265

<sup>354</sup> Gruber (1993), S.145

<sup>355</sup> Gruber (1993), S.263f.

<sup>356</sup> Gruber (1993), S.249

Zusammenhang mit der länger andauernden Teilnahme und Gruppenprozessen in den Indie-Szenen weiterhin Kaufaktivitäten ergeben werden.

Für die sozialpsychologischen Motivationen beim Musikkaufl spielt die Weitergabe und der Austausch mit Gleichgesinnten eine zentrale Rolle. Die Independents werden davon profitieren, dass bisher nur die Major Labels mit CD-Kopierschutz arbeiten. Im Zweifelsfall bei zwei gleich präferierten Produkten werden sich die Konsumenten für das vielfältigbare entscheiden. Genauso werden sie auch die digitalen Dienste vorziehen, die eine Brenn- und Kopierbarkeit erlauben.

Auch die Internettechnologie selbst wirkt sich für die Independent Labels positiv aus. Die Chancen in Bezug auf Informationsvermittlung, Formung von Szenen, Kommunikation und Direktvertrieb liegen auf der Hand. Die spezifischen Probleme der Indies, der Vertrieb und die Medienpräsenz, erfahren hier neue Möglichkeiten. Ebenso erleichtern die Computernetze die kostengünstige Bereitstellung von Fan-bindenden Angeboten sowie das Kennenlernen von neuen Künstlern durch den Download von Songs. Das Internet gibt den Independents Möglichkeiten an die Hand, erreichbar zu sein, sich zu vernetzen und auch vermehrt überregional und international zu agieren, ohne „kräftezehrend und kostenintensiv physikalisch [...] expandieren“<sup>357</sup> zu müssen. Weiterhin eröffnen und vereinfachen sich Service-Geschäftsfelder, wie etwa das Angebot von Musik-Lizenzen für Film und Werbung in Online-Datenbanken<sup>358</sup>.

Die Preisentwicklung und Einstiegsfreundlichkeit bei Aufnahme- und Vertriebstechnologien wird weiterhin eine Vielzahl von Freizeitlabels und reinen Netzlabels hervorbringen, die in spezialisierten Szenen agieren. Auch wenn die DIY-Eintrittsschwellen für einzelne Künstler niedriger geworden sind und viele Bereiche von Agenturen übernommen werden können, bleiben Labels wichtig für die Erzeugung von Aufmerksamkeit, die Finanzierung von Aufnahmen, die Organisation von Vertrieb, sei es digital oder physisch, und der Produktion.

Music-On-Demand- und Abonnement-Dienste werden sich mit oder ohne DRMS neben dem Tonträgerhandel etablieren und zunehmend an Bedeutung gewinnen. Unter den vielfältigen und z.T. branchenfernen Anbietern (etwa Elektronikhersteller wie Apple, Kaufhäuser wie Karstadt etc.) werden sich sowohl zentralisierte als auch spezialisierte Vertriebe ausbilden, die unterschiedliche ökonomische Modelle und z.T. auch ideelle Motivationen haben, die auf die Inhalte von Independents nicht verzichten werden können. So begann Apple im Juni 2003, das Repertoire einiger Independent-Labels in den iTunes-Music-Store aufzunehmen,

---

<sup>357</sup> James (1999)

<sup>358</sup> Vgl. das seit Januar 2004 bestehende Angebot Sourcemusic von einem Zusammenschluß von Independent Labels. <http://www.sourcemusic.biz> [2004-04-21]

was von vielen unabhängigen Plattenfirmen euphorisch begrüßt wurde<sup>359</sup>. Apple folgte mit diesem Schritt auch ihrem Firmenimage und der Zielgruppe, die sich als exklusiv und individuell begreift und im kreativen Bereich mit dem Indie-Publikum übereinstimmt.

Nicht zuletzt zeigt der Erfolg von Tauschbörsen die Nachfrage nach einer unkörperlichen Distribution von Musik. Und entgegen der öffentlich zur Schau gestellten Haltung dienen den Major Labels P2P-Netze auch als Marketinginstrument und zur Ermittlung von Popularität<sup>360</sup>. Wenn es gelingen sollte, den bezahlten, legalen Download von Musik bequemer, schneller, in größerer Auswahl, in besserer Qualität und Archivierbarkeit sowie zu einem als angemessen empfundenen Preis zu ermöglichen, werden Tauschbörsen ein Randphänomen darstellen, das ähnlich wie die „Raubkopien“ bei Software toleriert werden kann, so lange das Verhältnis zu den verkauften Einheiten gewahrt bleibt. Die Tauschbörsen hätten einen unschätzbaren Dienst zur Eröffnung des digitalen Marktes geleistet.

Die von der Major-Industrie entwickelten Marketing-Mechanismen und Kompetenzen werden nicht von einem Tag auf den nächsten an Wirksamkeit verlieren. „So werden auch in Zukunft die Majors den meisten kleinen Konkurrenten in den Bereichen Vertrieb und Promotion überlegen sein - und ihre Macht dort weiter ausbauen.“<sup>361</sup> Der flächendeckende Vertrieb, auf dem die Marktdominanz der Majors beruht, verliert zwar zunehmend an Bedeutung, aber noch ist der Tonträger das Kernprodukt der musikindustriellen Vorgänge. Auch bei unkörperlicher Distribution ist der entscheidende Verkaufsfaktor Aufmerksamkeit, die Präsenz in den alten und neuen Medien. Auch wenn die Werbeaufwendungen rückläufig sind, besetzen die Majors mit einem größeren Marketing-Budget noch die klassischen Medienkanäle, die für das Erreichen von Massenmärkten notwendig sind.

Die in den 90er Jahren durchgeführte Annäherung der Majors an Verfahren der Indies scheint sich jedoch in ihrem groß angelegten Rahmen nicht mehr zu lohnen. Musik verlagert sich neben dem globalisierten, massenmarktbezogenen Star-Modell der Majors in einen kleinteiligen Raum in Szenennähe, den Independent Labels am besten besetzen können. Pop bewegt sich mit den technischen Möglichkeiten, selbst aufzunehmen, zu vervielfältigen und zu vertreiben durch Independent-, Internetlabel und die sie umgebenden Dienste in regionale und virtuelle Netzwerke hinein, in denen die bisherigen nationalen und

---

<sup>359</sup> Vgl. Guntzel (2004), S.67f.

<sup>360</sup> Vgl. Heise-News (2004e): Bericht: Musikindustrie nutzt Tauschbörsen für die Marktbeobachtung. 31.3.2004. <http://www.heise.de/newsticker/result.xhtml?url=/newsticker/meldung/46174> [2004-04-15] und Howe, Jeff (2003): BigChampagne is watching you. In: Wired 11.10. Oktober 2003. <http://www.wired.com/wired/archive/11.10/filesshare.html> [2004-04-15]

<sup>361</sup> Dallach (2004), S.16

internationalen Vermarktungsstrukturen nur noch eine untergeordnete Rolle spielen. Das Internet verstärkt die Tendenz der letzten Jahrzehnte, dass sich Popmusik in immer kleinere Minderheiten-Szenen zersplittert, die aber auch kleinere Verdienstmöglichkeiten bieten. „Bezahlung ist im Internet-Zeitalter freiwillig geworden. Der Schwerpunkt wird in Zukunft auf [...] dem Aufbau einer direkten Beziehung zu Musikfans liegen.“<sup>362</sup> In dem Nebeneinander von Wertsystemen besteht durch die Involviertheit und Gruppenprozesse in den Independent-Szenen die größere Affinität zu solidarischen Kaufaktivitäten. In den Formen der Major-Indies wird sich das Geschäftsmodell der Musikindustrie zwar in einen kleineren Rahmen verlagern, aber dennoch aufrechterhalten werden. Die Vision einer politisch aufgeladenen Alternative und vollkommen neuen digitalen Geschäftsmodellen wird wie bisher an den Rändern stattfinden und umgesetzt werden.

---

<sup>362</sup> „Payment has become voluntary in the Internet age. The emphasis in the future will be on rights trading and on building a direct relationship with music fans.“ Kern (2003)

## 5 Zusammenfassung und Ausblick

Independent-Philosophie und Hacker-Kultur sind zunächst zwei Beispiele von Subkultur-Wertsystemen, die sich in den letzten 50 Jahren mit der sich wandelnden Bedeutung des Lebensabschnitts „Jugend“ entwickelt haben, der sich ausgeweitet und als gesellschaftliches Modell an Bedeutung gewonnen hat. Sie sind weiterhin Meta-Erscheinungsformen von Retribalisierung, für Gemeinschaften, die sich auf eigene, virtuelle, minoritäre Moralvorstellungen beziehen und auf die Abgrenzung zu anderen Gruppierungen zielen. Im selben Maße, wie Freizeit und Konsum in der Informationsgesellschaft als bestimmende Paradigmen an Relevanz gewinnen, greifen diese Hobby-Szenen als Lebensstile in den Alltag ein.

Die Entwicklung der Internet-Technologie, ihrer kulturellen Formationen und insbesondere ein verändertes Verhältnis zu geistigem Eigentum in der digitalen Welt führen im Musikbereich zu einer Gefährdung der Marktstruktur und damit zu einem Umbruch, der Independent-Labels einen neuen Raum erschließt und ihre Konzepte als prinzipiell adäquater erscheinen lässt. Zu dem Umgestaltungsprozess tragen insbesondere die Filesharing-Netzwerke bei, die eine Nachfrage nach unkörperlicher Distribution beweisen und den Musikgebrauch einer neuen Generation prägen. Die „Generation Copy“ wird nicht mehr auf die digitale Distribution und Organisation von Musik verzichten wollen, und auch nicht auf die Möglichkeit, die erworbene Musik privat weiterzugeben.

Die Digital-Rights-Management-Technologien stellen sich als letzter Strohalm der Major-Musikindustrie dar, ihre Strukturen weitgehend zu erhalten. Selbst wenn ein solches System durch massive rechtliche und ökonomisch-technologische Maßnahmen durchgesetzt werden würde, was in seiner Komplexität und der Dynamik des digitalen Raums unsicher erscheint, hätte die kulturelle Entwicklung die Majors ein weiteres Mal überholt. Denn „wer nicht mehr raubbrennen kann, kehrt deswegen noch lange nicht zum legalen Plattenkauf bei den großen Konzernen zurück.“<sup>363</sup> Das Feld kleingliedriger Szenen, Zielgruppen und neotribaler Formationen wird vor allem von Independents bedient werden und in seiner Dynamik bedient werden können.

Das Ergebnis dieser Prozesse wird ein Nebeneinander von verschiedenen Modellen und Wertgebäuden sein. Auf der kleinen Ebene verhelfen die neuen Technologien zu florierenden Independent-Szenen, deren Kommunikation und Vernetzung fortschreiten wird. Für den Aufbau neuer Künstler wird bei den großen Labels weniger Geld vorhanden sein

---

<sup>363</sup> Balzer (2004)

und diese Funktion abgesehen von wenigen inszenierten Spektakeln nahezu ganz auf die Indies übergehen bzw. von Musikern selbst in die Hand genommen werden.

Musik wird auf vielfältige Weise erhältlich sein, auf Tonträgern und über digitale Vertriebswege. Die Strategien der Major Labels werden Tauschbörsen und CD-Kopien eingrenzen können, jedoch nicht ganz unterbinden. Ähnlich wie die Softwarebranche muss die Musikindustrie sich auf die Situation einstellen und darauf zielen, durch Kundenfreundlichkeit und besondere Ausgestaltung ihre physischen und unkörperlichen Verkäufe gegenüber den „Raubkopien“ in einem gesunden Maß zu halten. Teilnehmer von Independent-Szenen gehören zu den Intensivkopierern, aber auch zu den Intensivkäufern<sup>364</sup>. Durch die Involvierung und Nähe zu den Vorgängen wird hier ein Unrechtsbewusstsein von den nachwachsenden Generationen immer wieder neu modifiziert entwickelt werden und in die Independent-Szenen rückwirken.

Im Internet wird es weiterhin Gruppierungen geben, die sich explizit für die Freiheit des Mediums stark machen, und andere, die mehr eine nutzungsorientierte Position einnehmen. Im Independent-Bereich wird es Szenen und Labels geben, die sich als subversiv und politisch verstehen und agieren, und andere, die pragmatisch handeln.

Konzerte werden als Gegenbewegung zur Verfügbarkeit von aufgenommener Musik wieder an Bedeutung gewinnen. Bands werden zunehmend Liveauftritte und Merchandising als zentrale Verdienstbereiche sehen bzw. durch besondere Verpackung und Präsentation der Musik einen Mehrwert an die Seite stellen.

Für nationale und spezialisierte Märkte werden Major-Indies den Major Labels den Rang ablaufen, Indies mit diesen jedoch in ihren Kernkompetenzen - Distribution und Marketing - Kooperationen eingehen. Die Majors verschlanken sich zunächst weitergehend und konzentrieren sich auf die internationalen Stars, die durch die bisherigen Strukturen vermarktet werden können, werden aber in Konzentrationsbewegungen ihr Oligopol in einem kleineren Rahmen bewahren können.

„Mit der neuen (elektronischen) Do-it-yourself-Technologie“<sup>365</sup> wird nicht zuletzt der Markt gestärkt. Vor diesem Hintergrund wird es keine (Musikindustrie-)Revolution von einem Tag auf den anderen geben, sondern Bewegungen, die gleichzeitig in verschiedene Richtungen laufen und nebeneinander im Rahmen der Konsumgesellschaft existieren. Ein pragmatisch orientiertes Independent-Ethos wird infolge der neuen Medien- und Gesellschaftssituation einen ökonomisch größeren Raum für kleine Labels etablieren. Das Internet bedeutet nicht das vielzitierte „end of the music industry as we know it“, sondern verstärkt die Tendenz der Verlagerung in kleinere Bezugssysteme, die neue Modelle, florierende Musik-Szenen und Freiräume ermöglichen.

---

<sup>364</sup> Vgl. Gruber (1993), S. 248 und S.265

<sup>365</sup> Bauman (1995), S.132

## 6. Literatur

- Adorno, Theodor W./Horkheimer, Max (1988): Dialektik der Aufklärung. Philosophische Fragmente. Frankfurt am Main.
- Arbeitsgemeinschaft Internet Research e.V. (AGIREV) (2003): AGIREV Online-Reichweiten-Monitor. ORM 2003 II. 28.8.2003.  
[http://www.agirev.de/download/AGIREV\\_ORM2003\\_I.pdf](http://www.agirev.de/download/AGIREV_ORM2003_I.pdf) [2004-04-26]
- Alsmann, Götz (1985): Nichts als Krach. Die unabhängigen Schallplattenfirmen und die Entwicklung der amerikanischen populären Musik 1943-1963. Münster.
- Arbeitsgemeinschaft der öffentlich-rechtlichen Rundfunkanstalten der Bundesrepublik Deutschland (ARD) (2003): Medien Basisdaten. Dezember 2003. Hier: Zeitbudget für audiovisuelle Medien. [http://www.ard.de/intern/index\\_view.phtml?k2=4&k3=4&k4=1](http://www.ard.de/intern/index_view.phtml?k2=4&k3=4&k4=1) [2004-04-22] und: Mediennutzung und Freizeitbeschäftigung 2004.  
[http://www.ard.de/intern/index\\_view.phtml?k2=4&k3=4&k4=2](http://www.ard.de/intern/index_view.phtml?k2=4&k3=4&k4=2) [2004-04-22]
- Balzer, Jens (2004): Pop til you drop - Die Musikindustrie reist in die Hölle. Wir wünschen ihr gute Fahrt. Berliner Zeitung vom 26.1.2004. S.11
- Baran, Paul (1964): On Distributed Communications. RAND-Memorandum RM-3420-PR.  
<http://www.rand.org/publications/RM/baran.list.html> [2004-01-09]
- Bauman, Zygmunt (1995): Ansichten der Postmoderne. Hamburg.
- Bechtold, Stefan (2002): Vom Urheber- zum Informationsrecht. Implikationen des Digital Rights Management. Schriftenreihe Information und Recht, Band 33. München. Online: <http://www.jura.uni-tuebingen.de/bechtold/drm/index.html> [2004-02-16]
- Behrens, Roger (1997): Kulturindustrie. Ein Revisionsbericht in den Abteilungen der Konkursverwaltung. In: Testcard – Beiträge zur Popgeschichte #5/1997. S.76-85
- Bell, Bruce (2000): The Coming Storm. 3.6.2000. <http://freshmeat.net/articles/view/164/> [2004-04-18]
- Braun, Thomas (2001): Wert der Information: Ware oder öffentliches Gut. 30.11.2001.  
<http://www.bdbverband.de/hearing/braun.html> [2004-04-15]
- Bundesministerium der Justiz (2003a): Bundesgesetzblatt Nr. 46/2003. 12.9.2003 S.1774-1788. Online: <http://www.bmj.bund.de/images/11650.pdf> [2004-02-16]
- Bundesministerium der Justiz (2003b): Pressemitteilung vom 16.9.2003,  
<http://www.bmj.bund.de/ger/service/pressemitteilungen/10000790/> [2004-02-16]
- Bundesverband der Phonographischen Wirtschaft e.V., Deutsche Landesgruppe der IFPI e.V., Deutsche Phonoakademie e.V. siehe BV Phono

- Burnett, Robert (1996): The Global Jukebox - The International Music Industry. London, New York.
- BV Phono (2003a): Phonographische Wirtschaft. Jahrbuch 2003. Starnberg.
- BV Phono (2003b): Radio in Deutschland. Spiegel der Vielfalt? Eine Umfrage des Deutschen Phonoverbandes/IFPI. 7.4.2003.  
[http://www.ifpi.de/news/280/radioquote\\_emnid\\_praesentation.pdf](http://www.ifpi.de/news/280/radioquote_emnid_praesentation.pdf) [2004-04-17]
- BV Phono (2004a): Jahreswirtschaftsbericht 2003. Starnberg.
- BV Phono (2004b): Veränderungen der Lizenzbedingungen nötig - IFPI hat Schiedsstelle angerufen. Gerd Gebhardt zur Tarifaueinandersetzung mit der GEMA. Pressemitteilung. 6.2.2004. <http://www.ifpi.de/news/news-359.htm> [2004-04-18]
- BV Phono (2004c): Phonowirtschaft startet auch in Deutschland Verfahren gegen illegale Musikanbieter in sogenannten "Tauschbörsen". Pressemitteilung vom 30.3.2004.  
<http://www.ifpi.de/news/news-380.htm> [2004-04-11]
- BV Phono (2004d): Unterstützer. 30.3.2004. <http://www.ifpi.de/news/380/stuetz.pdf> [2004-04-15]
- Centre Européen pour la Recherche Nucléaire (CERN) (2002): History of the WWW. 2002.  
<http://public.web.cern.ch/public/about/achievements/www/history/history.html> [2004-03-02]
- Chip (2004): Apple verkauft mehr iPod-Player als Mac-Rechner. 15.4.2004.  
[http://www.chip.de/news/c\\_news\\_11783757.html?tid1=9226&tid2=0](http://www.chip.de/news/c_news_11783757.html?tid1=9226&tid2=0) [2004-04-15]
- Creative Commons (o.D.): About the Creative Commons Music Sharing License.  
<http://creativecommons.org/license/music> [2004-04-21]
- Dallach, Christoph (2004): Schlechte Zeiten sind gute Zeiten. In: KulturSPIEGEL 3/2004. S.14-17.
- Dallach, Christoph/Schulz, Thomas (2004): Deutscher Blues. In: Der Spiegel 15/2004. S.194-195.
- Deutsches Musikinformationszentrum (2002): Musikwirtschaft im Vergleich zur Kultur- und Gesamtwirtschaft 1996 und 2000. Juni 2002.  
[http://themen.miz.org/statistik\\_print.php?id=44](http://themen.miz.org/statistik_print.php?id=44) [2004-04-21]
- Diederichsen, Diederich (1992): The kids are not alright. Abschied von der Jugendkultur. In: Spex Nr. 11/1992. S.28-34.
- Eimeren, Birgit van/Gerhard, Heinz/ Frees, Beate (2003): ARD/ZDF-Online-Studie 2003. Internetverbreitung in Deutschland: Unverwartet hoher Zuwachs. In: Media Perspektiven

- 8/2003, S.338-358. Online: <http://www.zdf.de/ZDFde/download/0,1896,2000878,00.pdf>  
[2004-04-22]
- Electronic Frontier Foundation (2001): EFF Open Audio License. Version 1.0.1. 2001.  
[http://www.eff.org/IP/Open\\_licenses/eff\\_oal.html](http://www.eff.org/IP/Open_licenses/eff_oal.html) [2004-04-21]
- Faulstich, Werner (1997): Jetzt geht die Welt zugrunde. Kulturschocks und Medien-  
Geschichte: vom antiken Theater bis zu Multimedia. In: Ludes, Peter/Werner, Andreas  
(Hg.) (1997): Multimedia-Kommunikation. Theorien, Trends und Praxis. Opladen. S.13-35
- Frascaria, Kareen (2002): Peer-to-Peer: Die Erneuerung des verteilten Rechnens. ZDNet.  
22. März 2002. <http://www.zdnet.de/itmanager/tech/0,39023442,2107183,00.htm> [2004-  
04-14]
- Free Software Foundation. <http://www.fsf.org> [2004-04-13]
- Frith, Simon (1981): Sound Effects: Youth, Leisure and the Politics of Rock'n'Roll. New York.
- Frith, Simon (1987): The Industrialization of Popular Music. In: Lull, J. (Hg.): Popular Music  
and Communication. London, Beverly Hills. S.53-79
- Frith, Simon/Goodwin, Andrew (1990): On Record. Rock, Pop And Written Word.  
London/New York.
- Garofalo, Reebee (1994): Die Relativität der Autonomie. In: PopScriptum 2/94, S.9-30.  
Online: <http://www2.rz.hu-berlin.de/fpm/texte/garofalo.htm> [2004-04-22]
- Gertis, Hubert (2003): Scheiden tut weh. 09/2003. Momag.  
[http://www.gertismedia.com/txt/momag\\_09-2003\\_scheidentutweh.htm](http://www.gertismedia.com/txt/momag_09-2003_scheidentutweh.htm) [2004-04-22]
- Gesellschaft für Konsumforschung siehe GfK
- GfK (2003): Brennerstudie 2003. 15.4.2003. <http://www.ifpi.de/news/279/brennerstudie.pdf>  
[2004-04-22]
- GfK (2004): Brennerstudie 2004. 30.3.2004.  
<http://www.ifpi.de/news/379/brennerstudie2004.pdf> [2004-04-22]
- Gillett, Charlie (1983): The Sound of the City. The Rise and Fall of Rock and Roll. Revised  
Edition. London.
- GNU General Public License, <http://www.fsf.org/licenses/gpl.html> [2004-04-19]
- Grassmuck, Volker (2002): Freie Software zwischen Privat- und Gemeineigentum. Themen  
und Materialien der Bundeszentrale für politische Bildung. Bonn.
- Grassmuck, Volker (2004): Einleitung zum Symposium "DRM und Alternativen" vom  
30./31.1.2004. <http://waste.informatik.hu-berlin.de/Grassmuck/drm/> [2004-02-16]

- Griffin, Scott (o.D.): Internet Pioneers. Tim Berners-Lee.  
<http://www.ibiblio.org/pioneers/lee.html> [2004-03-02]
- Gruber, Siegfried (1993): Das Konsumentenverhalten bei Independent-Tonträgern. Eine empirische Untersuchung der Käuferschaft von „unpopulärer Populärmusik“. Frankfurt am Main.
- Guntzel, Jeff (2004): Talkin' 'bout a [platform] revolution. In: Punk Planet, Issue #59, Jan. und Feb. 2004, S. 64-71.
- Gurk, Christoph (1996): Wem gehört die Popmusik? Die Kulturindustriethese unter den Bedingungen postmoderner Ökonomie. In: Holert/Terkessidis (1996a), S.20-40
- Hafner, Katie/Lyon, Matthew (2000): Arpa Kadabra. Die Geschichte des Internet. 2., korrigierte Auflage. Heidelberg.
- Haug, Sonja/Weber, Karsten (2002): Kaufen, Tauschen, Teilen. Musik im Internet. Frankfurt am Main, Berlin, Bern, Bruxelles, New York, Oxford, Wien.
- Heise-News (2000): AOL Time Warner: Vorreiter des neuen Web. 11.1.2000.  
<http://www.heise.de/newsticker/meldung/7568> [2004-03-02]
- Heise-News (2003): Microsoft-Betriebssysteme dominieren weiter. 10.8.2003.  
<http://www.heise.de/newsticker/meldung/40917> [2004-04-27]
- Heise-News (2004a): Problematischer europäischer Online-Musikmarkt. 26.01.2004.  
<http://www.heise.de/newsticker/meldung/44005> [2004-03-02]
- Heise-News (2004b): Apple mit Deutschland-Geschäft zufrieden. 15.01.2004.  
<http://www.heise.de/newsticker/meldung/43666> [2004-03-02]
- Heise-News (2004c): US-Musikindustrie startet neue Klagewelle. 21.01.2004.  
<http://www.heise.de/newsticker/meldung/43867> [2004-04-11]
- Heise-News (2004d): Musikbranche will Tauschbörsen-Nutzer in Europa verklagen. 26.01.2004. <http://www.heise.de/newsticker/meldung/44005> [2004-03-02]
- Heise-News (2004e): Bericht: Musikindustrie nutzt Tauschbörsen für die Marktbeobachtung. 31.3.2004. <http://www.heise.de/newsticker/meldung/46174> [2004-04-15]
- Hiebel, Hans H. (Hg.) (1997): Kleine Medienchronik. Von den ersten Schriftzeichen zum Mikrochip. Graz.
- Hirsch, P. (1974). SITA: Rating a Packet-Switched Network. In: Datamation, April 1974, S. 112-113.
- Holert, Tom/Terkessidis, Mark (1996a): Mainstream der Minderheiten. Pop in der Kontrollgesellschaft. Berlin.

- Holert, Tom/Terkessidis, Mark (1996b): Einführung in den Mainstream der Minderheiten. In: dies. (Hg.) (1996a), S.5-19
- Hörstmann, Matthias (2004): Wort ab. In: Intro 115, April 2004. S.3
- Howe, Jeff (2003): BigChampagne is watching you. In: Wired 11. 10.10.2003. Online: <http://www.wired.com/wired/archive/11.10/filesshare.html> [2004-04-15]
- IFPI (2003a): IFPI releases comprehensive yearbook on the global market for recorded music. 9.9.2003. <http://www.ifpi.org/site-content/press/20030909.html> [2004-02-09]
- IFPI (2003b): Global sales of recorded music down 10.9% in the first half of 2003. 1.Oktober 2003. <http://www.ifpi.org/site-content/press/20031001.html> [2004-02-09]
- IFPI (2004a): Global music sales fall by 7.6% in 2003 - some positive signs in 2004. 7.4.2004. <http://www.ifpi.com/site-content/statistics/worldsales.html> [2004-04-18]
- IFPI (2004b): IFPI Online Music Report 2004. 22.1.2004. <http://www.ifpi.org/site-content/library/online-music-report-2004.pdf> [2004-03-02]
- International Federation of the Phonographic Industry siehe IFPI
- Jaensch, Annett (2004): Die Waffen des Kapitalismus. Patente und die neue EU-Richtlinie. In: De:Bug 81, April 2004. S.27
- James, Peter (1999): Dock 11 - Plattform für Independent-Labels. Musikforum 91/1999. Online: <http://www.miz.org/musikforum/mftxt/mufo9105.htm> [2004-04-27]
- Kaiser, Margit (2004): Überblick über die wichtigsten Studien zur Internetnutzung in Deutschland und Europa. 7.1.2004. <http://www.digitale-chancen.de/content/stories/index.cfm/key.399/secid.16/secid2.49> [2004-01-14]
- Kern, Philippe (2003): Online Strategies and Perspectives for Independent Labels. Independent Music Companies Association (IMPALA) Position Paper. Juli 2003. [http://www.impalosite.org/docum/02-position/posit\\_0307\\_2.html](http://www.impalosite.org/docum/02-position/posit_0307_2.html) [2004-04-21]
- Kreile, Reinhold (2004): Offene Antworten der GEMA auf einen offenen Brief der IFPI zur Höhe der Tonträger-Lizenzierung. 12.2.2004. <http://www.gema.de/kommunikation/pressemitteilungen/pm20040212.shtml> [2004-04-18]
- Krempl, Stefan (2004): Copyright-Krieg in der EU. In: Telepolis. 10.03.2004. <http://www.heise.de/tp/deutsch/special/copy/16931/1.html> [2004-03-29]
- Kulle, Jürgen (1998): Ökonomie der Musikindustrie. Eine Analyse der körperlichen und unkörperlichen Musikverwertung mit Hilfe von Tonträgern und Netzen. Frankfurt am Main.
- Lessig, Lawrence (2001): The Future of Ideas. The Fate of The Commons in a Connected World. New York.

- Lovink, Geert (2002): Nach dem Dotcom-Crash. Der Internethype und die Kunst der Geldvernichtung. Eine Bilanz. In: Lettre International, Heft 57, II/2002, S. 46-53  
<http://laudanum.net/geert/files/1037064960/> [2004-04-22]
- Lovink, Geert/Schulz, Pit (1999): Aus den Schatzkammern der Netzkritik. In: Maresch, Rudolf/Werber, Niels (Hg.): Kommunikation, Medien, Macht, Frankfurt a.M. S. 299-328.
- Marcus, Greil (1992): Lipstick Traces. Von Dada bis Punk – kulturelle Avantgarden und ihre Wege aus dem 20.Jahrhundert. Hamburg.
- Mayer, Ruth (1996): Schmutzige Fakten. Wie sich Differenz verkauft. In: Holert/Terkessidis (1996a), S. 153-168.
- McLaughlin, Jim (o.D.): CDDA-readme-File. Online:  
<http://www.ncf.carleton.ca/~aa571/cdda.txt> [2004-04-22]
- Merck, Alex (2000): Einkommens-Strukturen bei Musik.2000.  
<http://www.mebis.com/werted.htm> [2004-03-22]
- Mocigemba, Dennis (2003): Die Ideengeschichte der Computernutzung. Metaphern der Computernutzung und Qualitätssicherungsstrategien. Dissertation an der Technischen Universität Berlin. [http://edocs.tu-berlin.de/diss/2003/mocigemba\\_dennis.pdf](http://edocs.tu-berlin.de/diss/2003/mocigemba_dennis.pdf) [2004-04-27]
- Mühlbauer, Peter (2003): Gesetzbuch zu ... und alle Fragen offen. Telepolis. 23.09.2003.  
<http://www.heise.de/tp/deutsch/special/copy/15690/1.html> [2004-02-16]
- Münz, Stefan (2001): Entstehung des World Wide Web. 2001.  
<http://selfhtml.teamone.de/intro/internet/www.htm> [2004-03-02]
- Musch, Jochen (2000): Die Geschichte des Netzes: ein historischer Abriß. In: Bernad Batinic (Hg.): Internet für Psychologen, 2., überarbeitete und erweiterte Auflage 2000. Göttingen. S. 15-37. Online: <http://www.hogrefe.de/buch/online/netpsycho/lprobe/kap3.pdf> [2004-04-22]
- Musikmarkt (1994): Exemplarische Aufteilung der Deckungsbeiträge aus dem Verkaufserlös einer CD. In: Musikmarkt 16/94, S.22. Online: [http://www2.rz.hu-berlin.de/fpm/graf\\_tab/cdpreis.htm](http://www2.rz.hu-berlin.de/fpm/graf_tab/cdpreis.htm) [2004-03-22]
- NPD Group (2004): The NPD Group notes recent increase in Peer-to-Peer Digital Music File Sharing. 16.1.2004. [http://www.npd.com/press/releases/press\\_040116.htm](http://www.npd.com/press/releases/press_040116.htm) [2004-03-02]
- Payer, Margarete (2003): Computervermittelte Kommunikation. Kapitel 3. OSI - Open Systems Interconnection Model. Fassung vom 2003-10-08.  
<http://www.payer.de/cmccmcs03.htm> [2004-04-22]

- PC-Welt (2002): Marktforscher: Online-Tausch ohne Einfluss auf Musikindustrie. 14.08.2002.  
<http://www.pcwelt.de/news/internet/25544/> [2004-04-15]
- Peer, Ralph, II. (2001): Kleine Geschichte des Copyrights, in: Reinhard Flender und Elmar Lampson (Hg.): Copyright. Musik im Internet. Berlin. S.39-47.
- Peterson, Richard A./Berger, David G.(1990): Cycles In Symbol Production. The Case Of Popular Music. American Sociological Review 40, 1975. Hier in: Frith, Simon/Goodwin, Andrew (Hg.): On Record. Rock, Pop And Written Word. London/New York. S.140-159
- Pew Internet Project (2003): America's Online Pursuits: The changing picture of who's online and what they do. 22.12.2003.  
<http://www.pewinternet.org/reports/reports.asp?Report=106&Section=ReportLevel1&Field=Level1ID&ID=463> [2004-01-13]
- Pew Internet Project (2004): Sharp decline in music file swappers: Data memo from PIP and comScore Media Metrix. 4.1.2004.  
<http://www.pewinternet.org/reports/reports.asp?Report=109&Section=ReportLevel1&Field=Level1ID&ID=474> [2004-03-02]
- Raymond, Eric S. (2000): A Brief History of Hackerdom. 5.5.2000. Online:  
<http://www.catb.org/~esr/writings/hacker-history/hacker-history.html> [2004-04-22]
- Raymond, Eric S. (2003): The on-line hacker Jargon File, Version 4.4.7. 29.12.2003.  
<http://www.catb.org/~esr/jargon/> [2004-04-13]
- Rockstroh, Jens (2001): Musik im virtuellen Raum. Überlegungen zur Auswirkung des Internets auf den Umgang mit Musik. Magisterarbeit an der Humboldt Universität zu Berlin. [http://www2.hu-berlin.de/fpm/works/mag\\_musik\\_internet.htm](http://www2.hu-berlin.de/fpm/works/mag_musik_internet.htm) [2004-04-22]
- Röttgers, Janko (2001): Zwei Schritte vorwärts, einer zurück. Sony und Universal starten ihren Pressplay-Aboservice. Telepolis. 20.12.2001.  
<http://www.heise.de/tp/deutsch/inhalt/musik/11395/1.html> [2004-04-28]
- Röttgers, Janko (2003): Mix, Burn & R.I.P. Das Ende der Musikindustrie. Hannover.
- Röttgers, Janko (2004): Peer to Peer. Eine kurze Geschichte der Internetttauschkultur. In: Jungle World Nr.4, 14.1.2004, S.D1-D3. S.D3
- Rötzer, Florian (2004): Tauschbörsen haben keinen Einfluss auf CD-Verkäufe. Telepolis. 30.3.2004. <http://www.heise.de/tp/deutsch/special/copy/17076/1.html> [2004-04-15]
- Samudrala, Ram (o.D.): The Free Music Philosophy (v1.4).  
<http://www.ram.org/ramblings/philosophy/fmp.html> [2004-04-21]

- Schafer, Richard Murray (1988): Klang und Krach. Eine Kulturgeschichte des Hörens. Frankfurt am Main.
- Spiegel-Online (2004): CCC-Boykottaufruf. "Musikindustrie verunglimpft ihre Kunden". 31.3.2004. <http://www.spiegel.de/netzwelt/politik/0,1518,293331,00.html> [2004-04-15]
- Spielkamp, Matthias (2004): Mit Technik allein lässt sich DRM nicht durchsetzen. Telepolis, 3.2.2004. <http://www.heise.de/tp/deutsch/special/copy/16673/1.html> [2004-02-16]
- Statistisches Bundesamt Deutschland (2003): Ausstattung privater Haushalte mit Informations- und Kommunikationstechnik. Ergebnis der Einkommens- und Verbrauchsstichprobe 1998 und 2003. 24.11.2003. <http://www.destatis.de/basis/d/evs/budtab6.htm> [2004-01-17]
- Stefik, Mark (1996): Letting Loose the Light: Igniting Commerce in Electronic Publication, in: ders. (Hg): Internet Dreams: Archetypes, Myths and Metaphors. Cambridge Mass. S.2-42. Online: <http://www2.parc.com/istl/groups/uir/pubs/items/UIR-1996-10-Stefik-InternetCommerce-IgnitingDreams.pdf> [2004-04-19]
- Tanenbaum, Andrew S. (1988): Computer Networks. Second Edition. Englewood Cliffs, New Jersey.
- Tarkhov, S. (1999): Museum of the USSR Computers history. 1999. [http://www.bashedu.ru/konkurs/tarhov/english/index\\_e.htm](http://www.bashedu.ru/konkurs/tarhov/english/index_e.htm) [2004-04-13]
- Thaler, Thomas (2003): Archäologie des sowjetischen Computers. 2003. [http://matrix.orf.at/bkframe/030427\\_1.htm](http://matrix.orf.at/bkframe/030427_1.htm). [2004-01-09]
- Thompson, Mayo (1989): Was ist eigentlich Indie-Musik? In: Spex 3/89, S.44/45
- Tresp, Joachim (2002): Musik-Marktgrößen - Live-Veranstaltungsmarktgrößen. Präsentation auf dem Kongress „Musik als Wirtschaft“. 22.4.2002. <http://www.trenz.de/dateien/11872/Zahlen%20Herr%20Tresp.pdf> [2004-03-24]
- Trogemann, Georg (2000): ARIFMOMETR - Eine Archäologie des Computers in Russland. August 2000. <http://www.lmr.khm.de/georg/projekte.htm> [2004-01-09]
- Tzeck, D.R. (2002): Rezension von Steven Levys Buch "Hackers". Eine Buchbesprechung und gleichzeitig eine kleine Ethymologie des Wortes Hacker. <http://koeln.ccc.de/prozesse/writing/rezensionen/buecher/levy-hackers.html> [2004-04-13]
- Ullmaier, Johannes (1997): What's so funny about L'age Polyd'or? Zur Independent/Major-Konstellation. In: Testcard – Beiträge zur Popgeschichte #5/1997. S.94-104.

- United States of America (o.D.): Verfassung der Vereinigten Staaten von Amerika vom 17. September 1787. <http://www.usembassy.de/usa/etexts/gov/gov-constitutiond.pdf> [2004-04-17]
- Verband Unabhängiger Tonträgerunternehmen, Musikproduzenten und Musikverlage e.V. (VUT) (2004): Verband Unabhängiger Tonträgerunternehmen, Musikverlage und Musikproduzenten (VUT) steht zu GEMA-Vertrag. Der VUT-Vorstand zum Lizenzstreit zwischen der Deutschen Landesgruppe der IFPI und der GEMA. 27.2.2004. <http://www.themen.miz.org/musikwirtschaft/neuigkeiten.php?id=948> [2004-04-18]
- Vormehr, Ulrich (1999): Independents. In: Moser, Rolf/Scheuermann, Andreas (Hg.): Handbuch der Musikwirtschaft, Starnberg, München. S.201-213.
- Weber, Annette (1996): Miniaturstaat Rave-Nation. Konservatismus im Kontext der Techno-Community. In: Holert/Terkessidis (1996a), S. 41-54
- Weber, Julian (2004): EFA. Abschied von Gestern. In: Intro 115, April 2004. S.42-45.
- Wersig, Gernot (1998): Individualisierung und Postmoderne (Theorie und Methodik der Informationswissenschaft II). Skript einer Vorlesung im Fach Informationswissenschaft im WS 1996/97 mit Ergänzungen aus dem WS 1997/98. Oktober 1998. Unveröffentlichtes Vorlesungsskript an der Freien Universität Berlin.
- Wersig, Gernot (2000): Informations- und Kommunikationstechnologien. Eine Einführung in Geschichte, Grundlagen und Zusammenhänge. Konstanz.
- Wicke, Peter (1992): Jazz, Rock und Popmusik. In: Stockmann, D. (Hg.): Volks- und Populärmusik in Europa. Neues Handbuch der Musikwissenschaft Bd. 12. Laaber. S.445-447
- Wicke, Peter (1993): Popmusik als Industrieprodukt. In: ders.: Vom Umgang mit Popmusik. Berlin. S.41-65. Online: <http://www2.rz.hu-berlin.de/fpm/texte/popindu.htm> [2004-04-02]
- Wicke, Peter (1997a): Musikindustrie im Überblick. Ein historisch-systematischer Abriß. <http://www2.rz.hu-berlin.de/fpm/texte/musikind.htm> [2004-02-09]
- Wicke, Peter (1997b): Gesamtübersicht. [http://www2.hu-berlin.de/fpm/graf\\_tab/gesamt.htm](http://www2.hu-berlin.de/fpm/graf_tab/gesamt.htm) [2004-02-09]
- Wicke, Peter (2000): Vom Song zur Soundfile. Das Internet als musikalische Interaktionsplattform. In: Musikforum 92, Juni 2000. S.22-27. Online: <http://www2.hu-berlin.de/fpm/texte/wicke7.htm> [2004-04-22]
- Winkler, Hartmut (2001): Über Computer, Medien und andere Schwierigkeiten. Erschienen In: Ästhetik und Kommunikation. Heft 96, Jahrgang 26, März 1997, Themenheft: Online-

Verstrickungen, S. 54-58. Online: 08.12.96, update: 15.02.01. <http://www.uni-paderborn.de/~winkler/compmed.html> [2004-04-26]