

## **Gerd Leonhard**

**Futurist, Autor und CEO The Futures Agency**

[gerd@mediafuturist.com](mailto:gerd@mediafuturist.com)

Mobile: +41 79 79 353 84

Arlesheim, 1. Juni 2012

Offener Brief an:

Die Schweizer Musikschaftenden, Produzenten, Autoren und Urheber  
Die Schweizer Musikindustrie (Record Labels, Verlage, etc)  
Die Schweizer IFPI  
Den Schweizer Musikrat  
Die SUISA  
Die SuisseCulture  
Die Suisseperform  
Die SRG  
Bundespräsidentin Eveline Widmer-Schlumpf  
Den Schweizer Bundesrat

---

## **Die Musik-Flatrate - ein Schweizer Modell**

**Vorschlag von Gerd Leonhard, Autor, Futurist und Musiker**

In den vergangenen 10 Jahren wurde Musik im Internet tatsächlich 'wie Wasser', mehr oder weniger gemäss der 2002 von David Bowie gewagten Prognose: "Music will become like Water" ([New York Times](#)); ein Leitmotiv, das auch schon in meinem ersten Buch 'Die Zukunft der Musik' (2005 Berklee Press) ein zentrales Thema war.

Musik fliesst heute wirklich überall, jederzeit und in vielen Varianten und Kanälen; unabhängig davon ob wir einen Download oder einen Stream (also das einfache Anhören) wollen. Bei YouTube gibt es weltweit fast jeden Song - als Video verpackt - vollkommen gratis zum Anhören, und jeder halbwegs Internet-versierte Musikfan weiss wie man den YouTube Stream als MP3 (audio) oder MP4 (video) ganz einfach und schnell auf den Computer oder den iPod befördert (z.B. mit Downloadhelper in Firefox).

Tausende von Webseiten, Online Radiosendern, sozialen Netzwerken wie z.B. vKontake in Russland, und mobilen Softwareanwendungen bieten legal, halb-legal oder eben ganz unlizensiert kostenlose Streams an, und es bedarf schon lange keiner

speziellen Software mehr, wie z.B. BitTorrent oder LimeWire, um Musik umsonst zu bekommen.

Sämtliche Versuche dieses Problem mit rechtlichen Mitteln zu bekämpfen, die nicht früher oder später in einen Orwell'schen Überwachungs- und Polizeistaat münden, sind woanders bereits fehlgeschlagen - denn die sogenannte digitale Piraterie ist eben kein technisches Problem sondern die Konsequenz eines fortwährenden Versagens der freien Marktwirtschaft und der Politik. Konkrete Zahlen für die Schweiz belegen das Marktversagen (Billboard.biz am 6. April 2012): "Der Schweizer Musikmarkt verbuchte 2011 weitere dramatische Umsatzrückgänge von 16%. Der Umsatz aus dem CD Verkauf sank um weitere 23,2 Millionen Schweizer Franken auf 124,1 Millionen Franken. Die 18-prozentige Steigerung im digitalen Markt konnte dies nicht kompensieren, trotz der digitalen Umsatzsteigerung von 26,3 Mio. Franken auf 31,1 Mio. Franken. Im Jahr 2010 sank der Gesamtumsatz auch bereits um 12 Prozent auf 147,3 Millionen Franken".

Der bestehende Markt deckt eindeutig nicht wirklich die Bedürfnisse der Bevölkerung ab - das digitale Musikgeschäft wird so niemals erfolgreich genug sein.

Ich möchte zunächst kurz zusammenfassen an welchem Punkt wir uns befinden:

- Das Internet - und nun das mobile, soziale und cloud-basierende WorldWideWeb - ist eine gigantische Kopiermaschine, die immer besser, schneller und einfacher wird. Musik-Streams unterscheiden sich de-Fakto (aber nicht de-Juro!) überhaupt nicht mehr von Downloads; die digitale Aufführung bzw. das simple Anhören eines Songs online erzeugt nun immer auch Kopien, und dies immer hochwertiger und einfacher. Der Vertrieb (also das Verkaufen von Kopien) eines musikalischen Werkes ist damit bald nicht mehr kommerziell als die treibende Kraft nutzbar - die Musikindustrie bewegt sich unaufhaltsam vom Kopien-Verkaufen zum Zugang-Anbieten, und desto früher diese Wandlung öffentlich geregelt wird und wirklich marktgerecht stattfinden kann, desto besser für alle Beteiligten.
- Das kostenlose Streaming und das sogenannte Zwischenspeichern (Caching), also das kostenlose Benutzen von Musik, wird sich nicht durch neue Gesetze so lückenlos regeln lassen, dass tatsächlich auch neue Einnahmen für die Urheber und die Industrie generiert werden. Ein noch gezielterer und dramatischerer Versuch in diese Richtung (ähnlich wie bei SOPA, Hadopi, 3-Strikes etc. vorgesehen) - also letztendlich die totale Überwachung der persönlichen Internetnutzung zum Zweck der Verhinderung von Copyrightverletzungen - würde ohne Zweifel einen eklatanten Verstoß gegen das Grundrecht der Meinungsfreiheit darstellen. Selbst Länder wie die Schweiz könnten durch einen solchen Ansatz - falls realisiert - zu einem bizarren digitalen Überwachungsstaat werden, und dies nur um die veralteten Vertriebsmodelle und vollkommen überholten Preis- und Vertriebsstrukturen der traditionellen Musikindustrie zu schützen.

- Die bestehenden Alternativen zu 'Online und Gratis' und dem sogenannten Freeloaden (welches ja bis jetzt in der Schweiz nicht verboten ist) - also hauptsächlich CDs und bezahlte Downloads über iTunes - sind zwar eine mögliche Option für die wenigen Konsumenten, die zu einem grossen Mass Preis-unsensibel sind und darüber hinaus auch noch die drastischen technischen Beschränkungen der legalen Anbieter akzeptieren können und wollen, aber sie kommen wohl für viele Schweizer Konsumenten nur sehr begrenzt in Frage (siehe die 2011 Umsätze). Die neuen, legalen Streamingplattformen wie z.B. Spotify und Simfy, stellen auch eine hervorragende Alternative und oft attraktive Möglichkeit dar, werden aber aufgrund der relativ hohen Fixkosten für ein Premiumkonto (z.B. 12,95 Schweizer Franken pro User pro Monat für Spotify) ganz bestimmt auch nicht mehr als 5% Marktanteil in der Schweiz erreichen - und deswegen auch nicht wirklich nennenswerte Einnahmen für die Industrie und die Urheber erzeugen können. Die Spotify und Simfy-Angebote sind technisch gesehen hervorragend, werden sich aber wirtschaftlich nur als fast-gratis + Premium, oder als komplett gebündelter Teil eines Telekomangebots (siehe Telia & Spotify in Dänemark) breitflächig umsetzen lassen.
- In den letzten 2 Jahren haben sich viele neue Einnahmemöglichkeiten (die sogenannten 'New Generatives' siehe Kevin Kelly / [Gerd Leonhard](#)) für Urheber und deren Partner und die Musikindustrie entwickelt. Ob high-definition Angebote für Klassik und Jazz, Live-Streaming, Webcasts und Video-On-Demand von Konzerten, Fanclubs oder Mobile Applications (gewissermassen die neue CD) - hier werden viele neue Möglichkeiten entstehen, die auf einer Art von Grundabdeckung (also die hier vorgeschlagene Musik-Flatrate) basierend extrem erfolgreich werden könnten und viele neue Einnahmen für Künstler und Urheber generieren könnten. Die Zukunft der Musikindustrie liegt eindeutig immer weniger im traditionellen Vertrieb der Songs sondern in einem breiten Angebot von Mehrwerten die weit über eine Kopie dieses einen Songs hinaus gehen.

Mein Vorschlag versucht das Marktversagen der digitalen Musik aufzulösen und basiert auf meiner 15-jährigen Erfahrung im Bereich der digitalen Musikbranche, weltweit, sowie auf meinen [3 Büchern zu diesem Thema](#) (Die Zukunft der Musik, Music 2.0, und The Future of Content).

Das Ziel einer realistischen Lösung muss m.E. sein:

- ◆ Die Urheber, Künstler und Produzenten fair, schnell und transparent für ihre Arbeit und ihre Relevanz zu vergüten und somit zukünftige Schöpfung zu ermöglichen bzw. zu unterstützen.
- ◆ Die Konsumenten bzw. die breite und gesamte Öffentlichkeit mit einem legalen, fairen und wirklich attraktivem Musikangebot zu versorgen, das ähnlich wie die Wasser- oder Stromversorgung funktionieren könnte, also gemäss dem Grundsatz "Alle Musik-Nutzer zahlen für Musik (wichtig: direkt oder indirekt) und alle bekommen Musik".

- ◆ Internet-Nutzer von Musik vollkommen zu entkriminalisieren, legal einzubinden und dann Anreiz für weiteres Engagement und das Nutzen von zusätzlichen, kommerziellen Angeboten zu schaffen.
- ◆ Das Entstehen und Wachsen einer neuen, digital-orientierten und lukrativen Musikindustrie zu ermöglichen, die sich primär um eine zeitgemässe Verknüpfung von Künstlern und Konsumenten kümmert anstatt ausgedienten Modellen nachzutruern.

Hier nun mein Vorschlag wie dies konkret umgesetzt werden könnte - ich bitte dabei zu beachten, dass an dieser Stelle aus Platzgründen natürlich nicht sämtliche Details komplett ausgeführt werden können.

1) Die Tonträgerindustrie (also die Record Labels), die Verlage und die Verwertungsgesellschaften sowie die Künstlerorganisationen einigen sich auf eine Flatrate von 1 Schweizer Franken pro Woche pro Schweizer Nutzer. Dieser Tarif wird als öffentliche Standardlizenz (also als sogenannte 'voluntary collective license') allen interessierten Parteien zur Verfügung gestellt und legalisiert das Streamen oder Downloaden von (fast) allen verfügbaren Werken in allen Katalogen (also nationale als auch internationale Werke), mit Ausnahme von Live-Konzerten, Webcasts, speziellen Vorveröffentlichungen, High-Definition Versionen etc., denn diese könnten u.U. als Premiums angeboten werden. Bei einer konservativ geschätzten Gesamt-Reichweite von 3 Millionen Schweizer Nutzern würden sich damit die Einnahmen auf 3 Millionen Franken pro Woche bzw. 156 Millionen Franken pro Jahr belaufen - dies ist bereits deutlich mehr als die geschätzten 124 Millionen Franken, die laut IFPI 2011 in der gesamten Schweiz an Musik umgesetzt wurden. Da CDs einen physischen Besitz von Musik erlauben und somit für viele Schweizer Konsumenten immer noch einen entscheidenden Mehrwert darstellen, ist m.E. nicht zu erwarten, dass als direkte Folge der Musik-Flatrate mehr als 10-20% Verlust an CD Verkäufen zu erwarten ist.

2) Alle kommerziellen Anbieter, welche diese neue Musik-Flatrate nutzen wollen (also z.B. Telekoms und Mobile Operators, ISPs, Radiosender, Internetportale, etc.), sollten selber entscheiden können wie genau die Gebühr von 1 Franken pro Woche pro Nutzer finanziert bzw. aufgebracht wird.

Dazu kommen u.a. folgende Option in Betracht:

A) Der Anbieter zahlt selber oder subventioniert die Musik-Flatrate aus Marketinggründen, d.h. als komplette oder anteilige Gratislösung für den Konsumenten, wie zum Beispiel bei einem Mobiltelefon-Anbieter wie der Swisscom oder Orange, welche die Musik-Flatrate als 'Churn Reduction', also als wichtigen und kommerziell relevanten Mehrwert bündeln könnten.

B) Werbung und sogenanntes Data-Mining (also ['bezahlt durch Aufmerksamkeit'](#)).

C) Beiträge der User. In den meisten Fällen steht aber m.E. zu erwarten, dass der Endnutzer wenig oder überhaupt nicht extra für die Musik-Flatrate zahlen müsste, denn für den Anbieter könnte sich der Mehrwert des Musikangebotes in den meisten Fällen auf wesentlich mehr als 1 Franken pro Woche belaufen, wie z.B. in der Fallstudie des [dänischen Anbieters TDC bereits dargelegt wurde](#). Das breite Engagement der Telekomanbieter wird sich in jedem Fall nicht ohne eine Standardlizenz wie hier vorgeschlagen realisieren lassen; denn wie der bisherige freie Markt international ja bereits ausgiebig bewiesen hat, konnte es in 95% aller Fälle nicht zu einer Tarifeinigung zwischen der Musikindustrie und den Telekomfirmen kommen.

3) Aus Gründen des antizipierten Mehrwertes der durch die Musik-Flatrate auch ohne hundertprozentige Nutzerabdeckung erzeugt würde, sollten zwar manche Anbieter die Musik-Flatrate auch selektiv anbieten dürfen (z.B. Radiosender) - also jeder Kunde dieser Anbieter könnte selber wählen ob er die 'Musik-Flat' will oder nicht - aber andere Anbieter wie z.B. Telekoms, ISPs und Mobile Operators sollten die Flatrate nur kollektiv anbieten können, also entweder für alle Nutzer oder für keine.

4) Da die Musik-Flatrate Lizenz allen Anbietern in der Schweiz zur Verfügung gestellt werden müsste, würden sich konkurrenzierende Anbieter in den gleichen Segmenten (z.B. Telekom) dadurch nachhaltig differenzieren, dass sie zusätzliche Services und Mehrwerte anbieten z.B. mobile Applications, Empfehlungen ("recommendations"), Verknüpfungen und Integration mit den sozialen Netzwerken, Design und Interface, etc. Ähnlich wie beim Radio wäre letztlich nicht nur die Lizenz für die Nutzung der Musik der ausschlaggebende Erfolgsfaktor sondern was genau mit dieser Lizenz gemacht wird.

5) Als Anbieter für technische bzw. Software-Lösungen könnten u.U. auch die bisherigen Marktführer Spotify und Simfy in Betracht gezogen, oder auch Lösungen von 3. Parteien evaluiert werden. Die jetzigen Lösungen wären durchaus noch konkurrenzfähig, obwohl sich sicher auch das Geschäftsmodell ändern müsste, da die Lizenz und der Preis für die Nutzung der Musik ja bereits integriert wäre.

6) Der Pool der gesamten Lizenzzahlungen (also die geschätzten 156 Millionen Franken bei 3 Millionen Schweizer Nutzern) würde von einer dafür qualifizierten Verwertungsgesellschaft, möglicherweise der SUISA, für nicht mehr als ca. 3-5% Gebühren ausgewertet und ausgezahlt, und zwar basierend auf einer pro-rata Methode, monatlich und in Real-Time (also in einem Online Dashboard) nachvollziehbar. Pro-rata bedeutet also, dass jedes genutzte musikalische Werk einen proportionalen Prozentsatz am gesamten Lizenzpool bekommen würde, den es insgesamt mit allen Streams und Downloads (hier als gleichberechtigt behandelt) in jedem Monat erworben hat. Zum Beispiel würde ein Musiktitel der 3% aller Plays und Downloads in einem jeweiligen Monat erworben hat auch 3% des gesamten Pools für diesen Monat bekommen. Ich würde zum Thema Splitting des Pools vorschlagen, dass alle Einnahmen zu jeweils 50% zwischen dem Verlag / Komponist und dem Record Label / Performer / Produzent verteilt werden sollten.

7) Um wichtige neue Geschäftsbereiche - die sogenannten New Generatives (siehe Kevin Kelly und [Gerd Leonhard](#)) - die auf der Musik-Flatrate basieren auch schnell und konsequent zu entwickeln, müssten sich die Tonträgerfirmen, Verlage und Serviceanbieter zusammenfinden, um gemeinsame neue Angebote zu lancieren, wie z.B. Live-Konzerte, High-Definition Angebote für Klassik und Jazz, On-demand Videos und Webcasts, Tickets, Virtual Products, Social Games, Social Commerce, etc.). Dies wäre unerlässlich damit der Musikmarkt in der Zukunft nicht einfach bei einer Maximalsumme (also der potentiell maximalen Flatrate falls 100% der Bevölkerung engagiert ist) fixiert ist. Der zukünftige Wert der Musik wird also nicht (nur) durch den digitalen Vertrieb geschaffen sondern das Anbieten von attraktiven Mehrwerten.

Die Musik-Flatrate hätte folgende klare Vorteile:

- ◆ Es ist keine grundsätzliche Änderung des Urheberrechts notwendig.
- ◆ Die Umsätze der Musikindustrie und der Urheber könnten potentiell verdoppelt werden.
- ◆ Bestehende Anbieter, wie z.B die SUISA oder auch Spotify, könnten als Dienstleister integriert werden.
- ◆ Die Schweizer Internet-Nutzer könnten bei dem Thema Musik endgültig entkriminalisiert werden, und eine neue Struktur könnte für eine digitale Musikindustrie entstehen.
- ◆ Das Schweizer Modell könnte in ganz Europa oder sogar weltweit Anwendung finden.

Ich würde mich freuen, wenn dieser Vorschlag bei den Schweizer Muskschaffenden in allen Segmenten begrüsst würde, und stehe gerne für weitere Ausführungen und allfällige Diskussionen zur Verfügung.

## Gerd Leonhard

+41 79 793 53 84

[gerd@mediafuturist.com](mailto:gerd@mediafuturist.com)

Weitere Ressourcen:

- Mein Buch Musik 2.0 [als PDF](#) (Englisch), [für mobile Leser](#)
- Video: [Zukunft der Medien](#)
- Video: [Future of Music](#) (update)