

Ein Anderes oder keines: Urheberrecht am Wendepunkt

Parlamentarier-Dinner der
parlamentarischen Gruppe
„Digitale Nachhaltigkeit“

Felix Stalder
Professor für Digitale Kultur
Zürcher Hochschule der Künste
Bern, 15.04.2013

Das Urheberrecht passt
nicht mehr zur gesellschaftlichen
Wirklichkeit

Zahl der UrheberInnen wächst rasant

Soziale Medien

Kommunikationsparadigma in der Wirtschaft

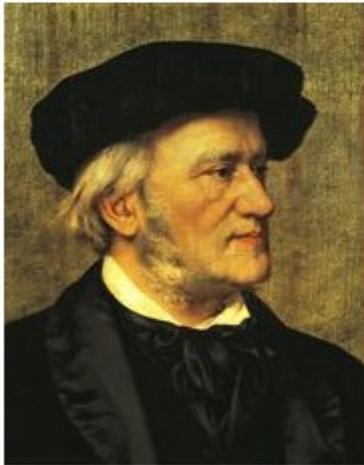
Neue Ziele in der Ausbildung

Charakter der Werke verändert sich

Remix, Mash-ups, Versionen, Referenzen

Alles nur geklaut?

Sind Wagners Kompositionen wirklich so originell, wie seine Bewunderer behaupten? Oder hat er sich nur geschickt bei anderen bedient? Diese Frage plagte schon den "Meister" selbst.



© dpa

Der ältere Richard Wagner auf einem Porträt von Giuseppe Tivoli

Es klang so alt und war doch so neu«, sinniert der erfahrene Schuster und Poet Hans Sachs in Wagners Oper *Die Meistersinger von Nürnberg*. Er ist verwirrt von der Originalität des schönen, neuartigen Liedes, das der junge Ritter Walther von Stolzing vorgetragen hat. Aber anders als die übrigen Mitglieder seiner Zunft hat er nicht nur ein sinn- und regelloses Durcheinander gehört. Sixtus Beckmesser, dem partiischen Kritiker und Merker (der Fehler und Abweichungen ver-merkt), wirft er vor, hinter lauter Regelverstößen die Schönheit der Musik nicht mehr zu hören. Und doch geht es auch Hans Sachs um

Die Zeit
17.03.2013

Private und öffentliche Nutzungen lassen sich
nicht mehr unterscheiden

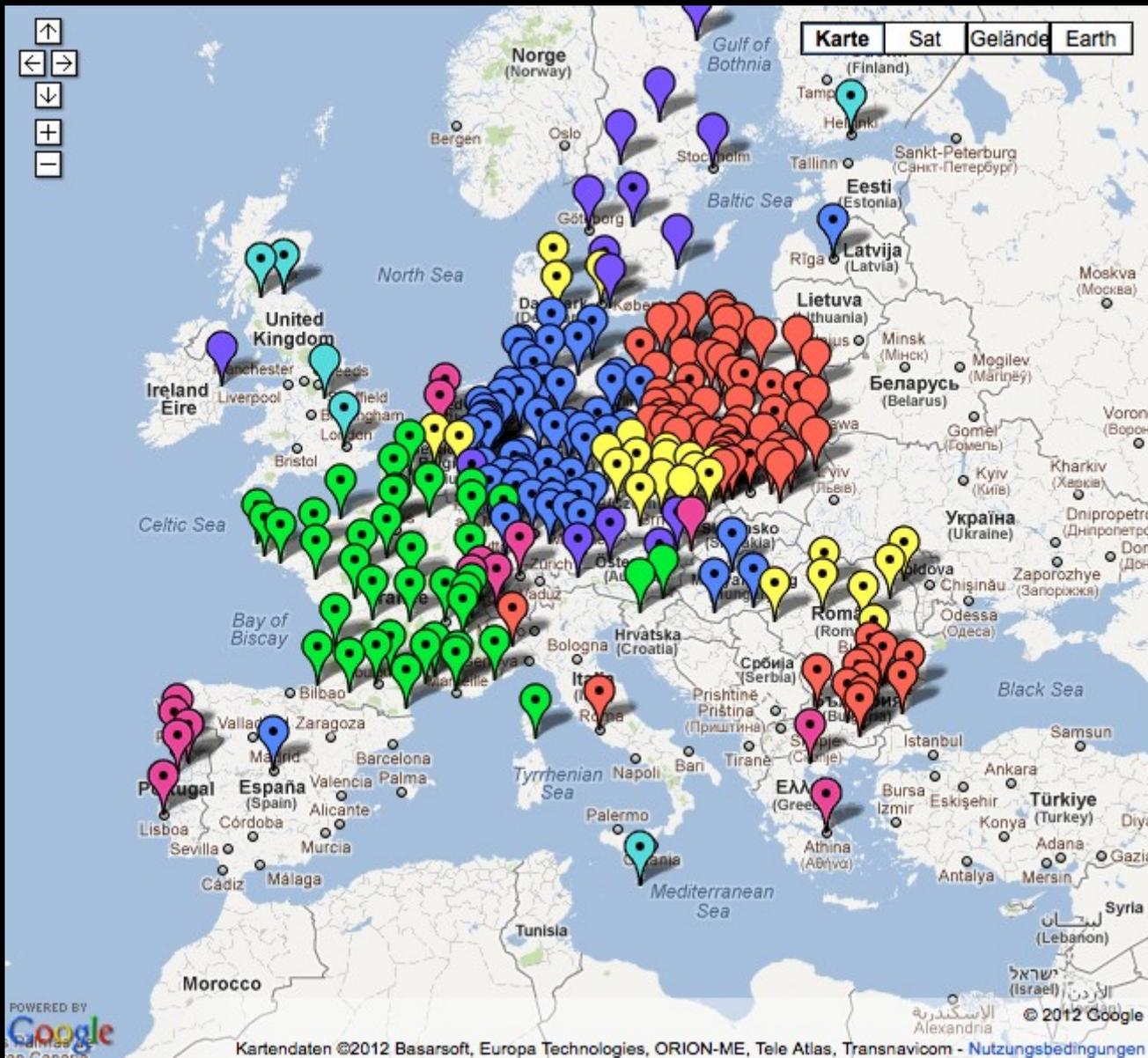
3'000'000 nutzen Facebook
420'000 nutzen Twitter

Kaum mehr möglich, den Alltag zu bewältigen,
ohne dabei das Urheberrecht zu verletzen

„Abmahnwert“ einer Facebook Timeline:
€10'000.- (Schätzung DE)

Delegitimierung des Urheberrechts

Wird wahrgenommen
als Instrument der Fremdbestimmung und der
Willkür.



Anti-ACTA Demonstrationen 11.2.2012

Aufgabe der Politik, das UHR den historischen Entwicklungen anzupassen.

Ziel 1:

Entkriminalisierung
der Alltagskultur

Ziel 2:

Erleichterung der „transformativen
Werknutzung“

Ziel 3:

Strukturwandel in der
„Kreativwirtschaft“ gestalten

Ziel 4:

Verhinderung neuer
Monopole (Google etc)