

Unterrichtsmaterial 3. Zyklus

«Ideen sind etwas wert!»





Geistiges Eigentum – Ideen sind etwas wert

Lektionsplan

Nr.	Thema	Worum geht es? / Ziele	Inhalt und Action	Sozialform	Material	Zeit
1	Präkonzept	<p>Begriffsklärung, Überlegungen zu «Ideen und Produkte» Die SuS</p> <ul style="list-style-type: none"> kennen die Definition von «Eigentum» und den Unterschied zwischen physischem und geistigem (digitalem) Eigentum. erfahren verschiedene, persönliche Ansichten zu Musik und wissen, wofür Musik neben Unterhaltungszwecken auch noch genutzt werden kann. wissen, durch welche Konsummöglichkeiten heute der Zugang zu Musik ermöglicht wird. 	<p>Brainstorming Diskussion über Eigentumsarten und über Musik allgemein</p>	<p>Plenum bzw. GA, dann Sammeln im Plenum</p>	<p>Blatt mit Fragen/weiteren Überlegungen</p>	45'
2	Kunst vs. Kommerz	<p>Aspekte der Musik, Kunst und Wirtschaft Die SuS</p> <ul style="list-style-type: none"> erfassen die Bedeutung und Funktionen von Musik. kennen die wichtigsten Zahlen betreffend Beschäftigung in der Kreativwirtschaft und wirtschaftlichem Ertrag. können darlegen, wie sich Kunst und Kommerz zueinander verhalten. kennen die Einnahmequellen und den Verdienst eines Musikers / einer Musikerin. wissen, welche Aufgaben einem Label zukommen. 	<p>Lesen Fragen/Anregungen notieren für Diskussion über «Kunst vs. Kommerz» Diskussion Evtl. Einladung einer im Musikbereich tätigen Person, die erzählt und Fragen beantwortet (auch zum Diskussionsthema)</p>	<p>EA PA Plenum</p>	<p>Blatt «Hintergrundinformationen» Arbeitsblatt «Kunst vs. Kommerz»</p>	45'
3	Digitale Vertriebswege	<p>Streaming und Online-Einkäufe (Downloads) Die SuS</p> <ul style="list-style-type: none"> kennen die digitalen Vertriebswege und die Unterschiede zwischen Streaming und Downloads. wissen, inwiefern sich Streaming im Vergleich zu physischen Verkäufen auf das Einnahmemodell auswirkt. kennen die Vorteile, welche die digitalen Vertriebswege für Musikschafter und Konsumierende haben. kennen die aktuellen Umsatzzahlen digitaler Musik. 	<p>Lesen Recherche: Zusammentragung von verschiedenen Materialien</p>	<p>EA GA Plenum</p>	<p>Blatt «Hintergrundinformationen» Arbeitsblatt «Digitale Vertriebswege» Computer/Internet</p>	45'



Geistiges Eigentum – Ideen sind etwas wert

Lektionsplan

4	Piraterie vs. Recht	<p>Begriffsklärung, Rechtliche Grundlagen zu geistigem Eigentum, Folgen von Piraterie</p> <p>Die SuS</p> <ul style="list-style-type: none"> wissen, was unter dem Begriff «Piraterie» zu verstehen ist. wissen, dass Piraterie auch zwischen Musikschaaffenden (z.B. Sampling) stattfinden kann. lernen die zentralen Aspekte des Urheberrechts kennen. lernen, welche Rechtsfolgen bei Urheberrechtsverletzungen (Piraterie) eintreten. sind sich der Folgen von Piraterie für Musikbranche (finanziell, Schutzmassnahmen), Produkte (Angebot, Preise) und Gesellschaft/Kultur (Werteverlust) bewusst. 	<p>Brainstorming</p> <p>Überblicksverschaffung</p> <p>Über zentrale Punkte des Urheberrechts</p> <p>Aufgaben lösen zum Urheberrecht</p> <p>Videoinputs zu Piraterie</p> <p>Diskussion: Wie viel Einfluss haben wir auf den Fortbestand von Musik(angeboten)?</p>	PA Plenum	<p>Blatt «Hintergrundinformationen»</p> <p>Kurze Videoinputs zu Piraterie</p> <p>Arbeitsblatt «Piraterie vs. Recht»</p>	45'
5	Musikindustrie in der Schweiz	<p>Entwicklung, Verkaufszahlen, Musikvertreter</p> <p>Die SuS</p> <ul style="list-style-type: none"> kennen den Entwicklungsverlauf betreffend Umsatz und Digitalmarkt sowie die Gesamtmarktanteile. sind über aktuelle Verkaufszahlen von CDs und Vinyls informiert. kennen die bedeutendsten Musikvertreter. 	<p>Versuch einer Skizzierung der Entwicklungskurve</p> <p>Betrachtung der Grafiken, inkl. Lesen der zugehörigen Informationen</p> <p>Recherche</p>	EA GA Plenum	<p>Blatt «Hintergrundinformationen»</p> <p>Arbeitsblatt «Musikindustrie in der Schweiz»</p> <p>Liste mit Musikvertretern</p> <p>Computer/Internet</p>	30'
6	Musik hören	<p>Internet, Live, Radio, physische Tonträger</p> <p>Die SuS</p> <ul style="list-style-type: none"> wissen, wie Musik ins Radio kommt und welche Regelungen (Wiedergaberecht, -frist etc.) eingehalten werden müssen. kennen die Risiken, die bei Live-Shows für MusikerInnen und Fans bestehen. kennen die legalen Musikangebote des Internets. erkennen trotz Digitalisierung den weiterbestehenden Wert von CDs und Vinyl. 	<p>Lesen</p> <p>Diskussion: Vor- und Nachteile betreffend Musik aus den verschiedenen Quellen</p>	EA Plenum	<p>Blatt «Hintergrundinformationen»</p> <p>Arbeitsblatt «Musik hören»</p> <p>Liste mit legalen Musik Anbietern</p> <p>Computer/Internet</p>	45'
7	Kreativität und künstliche Intelligenz	<p>Die SuS setzen sich kritisch mit dem Thema auseinander und verstehen die Bedeutung von KI für die Musikbranche, ihre Vorteile und Herausforderungen sowie die Rolle des Urheberrechts.</p>	<p>Analyse eines Blog-Beitrags zu KI und Kreativität durch Lektüre, Reflexionsfragen und Diskussion</p>	EA PA Plenum	<p>Text «Kreativ sein in Zeiten künstlicher Intelligenz»</p> <p>Arbeitsblätter</p> <p>Lösungsvorschläge</p>	45'



Geistiges Eigentum – Ideen sind etwas wert

Lektionsplan

8	Forschungsfragen	<p>Verfolgung individueller Interessen Die SuS wählen aus vorgegebenen Fragen oder erstellen eigene, um bestimmte Aspekte zu vertiefen oder zuvor nicht angesprochene Themen zu behandeln, und versuchen die Antworten darauf selbst zu erschliessen, z.B.:</p> <ul style="list-style-type: none"> ▪ Wie funktioniert die Hitparade? ▪ etc. 	<p>Recherche, Bearbeitung, Präsentationserstellung Präsentation der Ergebnisse</p>	<p>EA/PA/GA Plenum</p>	<p>Arbeitsblatt «For- schungsfragen» Computer/Internet</p>	
Die Zeitangaben sind Annahmen für den ungefähren Zeitrahmen und können je nach Klasse, Unterrichtsniveau und -intensität schwanken!						

Lehrplanbezug:

Die Schülerinnen und Schüler können...

- sich in der physischen Umwelt sowie in medialen und virtuellen Lebensräumen orientieren und sich darin entsprechend den Gesetzen, Regeln und Wertesystemen verhalten.
 - Funktion und Bedeutung der Medien für Kultur, Wirtschaft und Politik beschreiben und darlegen, wie gut einzelne Medien diese Funktion erfüllen (z.B. Manipulation, technische Abhängigkeit, Medien als vierte Gewalt).
- Bedeutung und Folgen technischer Entwicklungen für Mensch und Umwelt einschätzen.
 - die Bedeutung von technischen Entwicklungen von Geräten und Anlagen für das Leben im Alltag heute erkennen und einschätzen (z.B. Armbanduhr, elektrische Zahnbürste, Geschirrspüler, Seilbahnen, Baumaschinen, Internet).
- Rahmenbedingungen von Konsum wahrnehmen sowie über die Verwendung von Gütern nachdenken.
 - an Beispielen den Wandel von Konsumgewohnheiten untersuchen sowie Auswirkungen auf den Alltag aufzeigen (z.B. Schultutensilien).
- verschiedene Bedeutungen, Funktionen sowie emotionale und physische Wirkungen von Musik in ihrem Umfeld, in der Gesellschaft und in den Medien erfassen.
 - die Wirkung eines Musikstückes aus persönlicher Sicht darlegen und begründen.

Ergänzungen/Varianten	
Legende	EA = Einzelarbeit / Plenum = die ganze Klasse / GA = Gruppenarbeit / PA = Partnerarbeit / SuS = Schülerinnen und Schüler / LP = Lehrperson
Kontaktadressen	<p>IFPI Schweiz Berninastrasse 53 CH-8057 Zürich</p> <p>info@ifpi.ch www.ifpi.ch</p>
Projekte	<p>Einen lokalen Musiker / eine lokale Musikerin in den Unterricht einladen Ein Ton- / Musikstudio in der Nähe besuchen</p>



Arbeitsauftrag	Die SuS überlegen sich, was ihnen zum Begriff «Eigentum» in den Sinn kommt, und notieren ihre Punkte. Dabei nehmen sie das Blatt mit Fragen bzw. weiteren Überlegungen zur Hilfe. In einem zweiten Schritt tragen sie ihre Überlegungen zusammen und besprechen diese.
Ziel	Begriffsklärung, Überlegungen zu Eigentum und Musik Die SuS <ul style="list-style-type: none"> • kennen die Definition von «Eigentum» und den Unterschied zwischen physischem und geistigem (digitalem) Eigentum. • erfahren verschiedene, persönliche Ansichten zu Musik und wissen, wofür Musik neben Unterhaltungszwecken auch noch genutzt werden kann. • wissen, durch welche Konsummöglichkeiten heute der Zugang zu Musik ermöglicht wird.
Lehrplanbezug	<ul style="list-style-type: none"> • ERG.1.2: Die Schülerinnen und Schüler können philosophische Fragen stellen und über sie nachdenken. • ERG.2.1: Die Schülerinnen und Schüler können Werte und Normen erläutern, prüfen und vertreten. • ERG.5.1: Die Schülerinnen und Schüler können eigene Ressourcen wahrnehmen, einschätzen und einbringen. • MU.2.C.1: Die Schülerinnen und Schüler können verschiedene Bedeutungen, Funktionen sowie emotionale und physische Wirkungen von Musik in ihrem Umfeld, in der Gesellschaft und in den Medien erfassen.
Material	<ul style="list-style-type: none"> • Arbeitsblatt «Eigentum»
Sozialform	PA Plenum
Zeit	45'



Eigentum



Aufgabe

Zu zweit: Was fällt euch zum Begriff «Eigentum» ein?

Notiert eure Überlegungen und besprecht diese anschliessend. Die untenstehenden Anregungen könnt ihr als Hilfe nutzen.

Anregungen:

- Ab wann kann man sich EigentümerIn nennen? Ab wann wird etwas zum Eigentum?
- Seid ihr auch EigentümerIn? Wovon?
- Was passiert, wenn Eigentum verkauft/verschenkt wird? Geht das überhaupt?
- Kann Eigentum mehrere EigentümerInnen haben?
- Ist Eigentum etwas Sichtbares, Berührbares?
- Ist ein finanzieller Wert eine Voraussetzung für etwas, um Eigentum zu sein?



Diskussion

Schaut euch im Plenum an, welche Überlegungen entstanden sind. Erfahrt und besprecht die korrekte Definition von «Eigentum», und welche Eigentumsart es neben der physischen noch gibt. Klärt, inwiefern sich die beiden Eigentumsarten voneinander unterscheiden.



Diskussion

Tauscht im Plenum eure Meinungen zu Musik aus.

**Welche Bedeutung misst ihr Musik bei?
Wann hört ihr Musik und wofür setzt ihr sie ein?
Was sind eure Erfahrungen mit Musikhören / Musikmachen?
Ist das Empfinden beim Musikhören mit dem Empfinden beim Musikmachen vergleichbar?
Wie gelangt ihr zu Musik?**



Arbeitsauftrag	Die SuS lesen den Hintergrundtext aufmerksam durch. Zur Diskussionsvorbereitung zu «Kunst vs. Kommerz» notieren sie sich Fragen und Argumente. Zur Hilfe dienen die Anregungen. Dann wird die Diskussion durchgeführt. Als Abrundung der Diskussions und für die Klärung weiterer Aspekte, hören sie der Präsentation/Erzählung eines Musikers/einer Musikerin zu und stellen dazu Fragen.
Ziel	Aspekte der Musik, Kunst und Wirtschaft Die SuS <ul style="list-style-type: none"> • erfassen die Bedeutung und Funktionen von Musik. • kennen die wichtigsten Zahlen betreffend Beschäftigung in der Kreativwirtschaft und wirtschaftlichem Ertrag. • können darlegen, wie sich Kunst und Kommerz zueinander verhalten. • kennen die Einnahmequellen und den Verdienst eines Musikers/einer Musikerin. • wissen, welche Aufgaben einem Label zukommen.
Lehrplanbezug	<ul style="list-style-type: none"> • MU.2.C.1: Die Schülerinnen und Schüler können verschiedene Bedeutungen, Funktionen sowie emotionale und physische Wirkungen von Musik in ihrem Umfeld, in der Gesellschaft und in den Medien erfassen. • ERG.1.2: Die Schülerinnen und Schüler können philosophische Fragen stellen und über sie nachdenken. • ERG.2.1: Die Schülerinnen und Schüler können Werte und Normen erläutern, prüfen und vertreten.
Material	<ul style="list-style-type: none"> • Blatt «Hintergrundinformationen» • Arbeitsblatt «Kunst vs. Kommerz»
Sozialform	EA PA Plenum
Zeit	45`



Kunst vs. Kommerz



Aufgabe

Einzelarbeit: Lies den Text durch und bereite dich auf die anschließende Diskussion zum Thema Kunst und Kommerz vor, indem du Fragen und Argumente aufschreibst. Als Anregung kannst du die untenstehenden Fragen verwenden.

Anregungen:

- Wie würdest du Kunst definieren?
- Was ist der Nutzen von Kunst? Für wen ist etwas Kunstvolles nützlicher, für den Kunstschaffenden oder für den Kunstkonsumierenden?
- Sind wir alle in der Lage, Kunst zu erschaffen? Hast du etwas gemacht, das du als Kunst bezeichnen würdest?
- Muss Kunst verkaufbar sein?
- Warum würdest du Geld für Kunst ausgeben? Ist etwas Teures automatisch etwas Einzigartiges? Ist etwas Einzigartiges automatisch etwas Teures?
- Muss Kunst auffällig oder anders sein als das, was bereits vorhanden ist?



Diskussion

Zuerst in Gruppen: Diskutiert das Thema Kunst und Kommerz. Inwiefern kann man diese zwei Aspekte einander gegenüberstellen? Sagen sie dasselbe aus, ergänzen sie sich oder sind sie zu trennen?

Im Plenum: Überträgt die Diskussionsergebnisse der Gruppen ins Plenum und diskutiert im Plenum weiter.



Aufgabe / Diskussion

Höre der Erzählung des Besuches zu und notiere dabei, was du die Person danach fragen möchtest. Deine Fragen können, müssen aber nicht mit gelesenen Text und geführter Diskussion zusammenhängen. Es besteht die Möglichkeit, die vorherige Diskussion in Anwesenheit dieser Person fortzuführen.



Anregung, wie die Aufgabe gelöst werden könnte

Anregungen zur Diskussion:

Um in Musik investieren zu können, muss Musik vorhanden sein. Musik ist Kunst und Kultur. Gibt es keine Kunst, keine Kultur, kann in diese weder investiert, noch kann diese verwertet werden, was wiederum bedeutet, dass Musik nicht gefördert werden kann. Investitionen ermöglichen Professionalität, und Professionalität kann zu kommerziellem Erfolg führen. Kommerz bedingt professionelle Musik und umgekehrt.

Es stellt sich die Frage, inwiefern etwas Kunstvolles etwas Kommerzielles sein kann. Alles, was als Resultat von Kreativität entsteht, kann als eine Kunst betrachtet werden. Aber: Droht etwas Kunstvollem, der Verlust von künstlichen/kulturellen Werten, wenn es einen finanziellen Wert erhält? Anders ausgedrückt: Wenn etwas einen kommerziellen Erfolg erzielt, ist dann dieses Etwas eine Kunst, oder nur ein Mittel zum Erfolg?

Diese Fragen lassen sich einfacher beantworten, wenn Klarheit darüber besteht, worum es geht. Beides kann ein Ziel sein, also eine Kunst zu erschaffen, die zugleich einen finanziellen Wert hat und verkauft werden kann. Es muss kein «Entweder-Oder» sein, denn es handelt sich nicht um zwei unvereinbare Extreme. Im Gegenteil, diese zwei Aspekte fließen ineinander. Dementsprechend kann ein Produkt, wie es im Bereich der Musik viele Songs darstellen, beides sein: Kunst, die kommerziell erfolgreich ist.



Bedeutung und Funktionen von Musik

Musik besteht, seit es Menschen gibt. Rhythmus, Harmonie und Melodie lösen Emotionen aus und können uns Menschen in ihren Bann ziehen. Musik berührt Geist und Seele, sie wühlt uns auf und beruhigt uns. Sie dient als Ausdrucksmittel von Freude, Trauer, Liebes-schmerz etc. Musik ist oft Begleiterin in oder Bestandteil von verschiedenen Erlebnissen. Sie kann Unterhaltung sein, Entspannung und Rückzugsort, Bewältigungshilfe, ja sogar ein Aus-druck einer Lebensphilosophie.

Seit langer Zeit ist Musik auf Eroberungszug. Sie ist durch Smartphones, Radio, Fernsehen und Internet allgegenwärtig und überall abrufbar. Sie hat einen besonderen Kommunikati-onsstatus erreicht, sie erfüllt eine «Style»-Funktion. Wie die Schuhe einer Person, die Felgen eines Autos oder das Aussehen von zubereitetem Essen (das Auge isst mit) hinsichtlich einer Gesamtbeurteilung zentral sind, so gestaltet es sich heute auch mit dem Musikgeschmack einer Person, nach dem Motto: «Sage mir, was du hörst, und ich erfahre, wer/wie du bist».

Besonders bei Jugendlichen hat Musik einen hohen Stellenwert. Wer informiert ist, der weiss auch, welche Gruppen und Musikstile gerade im Trend liegen. Der Musikgeschmack ist aller-dings weit gestreut und beschränkt sich bei weitem nicht auf aktuelle Musikrichtungen und gegenwärtige Stars. Immer beliebter werden Streamingangebote und dadurch vorgefertigte oder nach dem eigenen Musikgeschmack zusammengestellte Playlists.

Musik ist die Trägerin unzähliger Funktionen. So wird sie z.B. im Gesundheitsbereich im Rahmen der Musiktherapie eingesetzt. Sie findet in Filmen, Theatern, Werbungen, sogar als Manipulationsmittel (z.B. zur Anregung der Kauflust) Anwendung. In wirtschaftlicher Hinsicht ist sie ein wesentlicher Faktor unserer Gesellschaft.

In Angesicht der enormen Wirkung und verschiedenen Funktionen von Musik, ist ihr unum-strittener Wert hervorzuheben. Musiker¹ schaffen ein Produkt, das sowohl einen ideellen, durchaus aber auch einen finanziellen Wert hat. Es ist «geistiges Eigentum».

Was aber wird vorausgesetzt, um so etwas Wertvolles zu erschaffen?²

Einerseits erfordert Musikmachen Leidenschaft, Inspiration, Emotionen und Kreativität. Ne-ben diesen Eigenschaften sind andererseits auch ein Wille zur Anstrengung und harten Ar-beit, hoher Zeitaufwand sowie nachhaltige Investition zentrale Bedingungen.

Der Erfolg von Musik und Musikern hängt von mehr als den menschlichen Eigenschaften ei-ner Person ab. Alleine etwas Grosses zu erschaffen, ist ein äusserst schwieriges, wenn nicht oftmals unmögliches Ziel. Dies aus dem einfachen Grund, dass eine Person sich nicht an mehreren Orten zugleich befinden, nicht verschiedenste Aufgaben auf einmal bearbeiten und nicht so viel Wissen und Können beinhalten kann, wie es eben eine Gruppe zu tun vermag. Und darum geht es: Musikmachen ist nicht ausschliesslich eine Einzelarbeit, Musikmachen umfasst unzählige Tätigkeitsbereiche und setzt daher eine Menge Arbeitskräfte voraus, um dem Anspruch des Musikmachens und Erfolgs gerecht zu werden. Es ist also nicht nur die Rede von «Musik machen», es werden Leute benötigt, die «Musik möglich machen».

¹ In der Folge wird aus Gründen der besseren Lesbarkeit ausschliesslich die männliche Form verwendet. Sie bezieht sich auf Personen beiderlei Geschlechts.

² Inhalt bzw. Ideen aus: IFPI 2016, Investing in Music

Geistiges Eigentum – Ideen sind etwas wert

Kunst vs. Kommerz

Hintergrundinformationen



Diese Leute agieren mehr oder weniger aus dem Hintergrund heraus und setzen alles daran, um Musikmachenden den Weg in den Vordergrund, ins Rampenlicht, zu ebnen. In einer Welt, in der digitale Vielfalt dominiert, sind diese Hintergrundkräfte wichtiger denn je.

Kunst und Wirtschaft³

Die Ausübung von Kunst erfordert wirtschaftliche Grundlagen und entsprechende Rahmenbedingungen, welche die kreativen Leistungen und deren Verbreitung fördern. Wirtschaftspolitisch gesehen sind Komposition, Interpretation, Produktion und Distribution in der Wertkette der Musikwirtschaft die zentralen Auslöser für alle weiteren wirtschaftlichen Effekte, wie z.B. Beschäftigung, Einkommen, Investitionen und Steuereinnahmen. Musikproduktionsfirmen stellen die grössten Investoren für Musik dar. Ihre Unterstützung von Musik und Musikschaffenden setzt sich aus Ausbildung, Betreuung, Werbung etc. zusammen. Entstehung, Etablierung und Entfaltung von Musik und Karrieren, also auch die Existenz als Musiker und Mensch, hängen von den Labels und ihrer Finanzierung ab. Die ganze Arbeit um einen Musiker ist sehr kostenaufwändig. Eine unter Vertrag genommene Person, mit dem Ziel, im Musikmarkt Fuss zu fassen, kostet die Firma zwischen 0.5 und 2 Millionen US-Dollar. Die Investitionen in Musiker belaufen sich jährlich auf 4.5 Milliarden US-Dollar. Die zwei Hauptbereiche, in welche investiert wird, sind A&R (Artist & Repertoire, Entdeckung und Entwicklung von Musikern, 2.8 Milliarden US-Dollar) und Marketing (1.7 Milliarden US-Dollar).

Um aufzuzeigen, welche Dimensionen solch ein Prozess annehmen kann: An der Vermarktung von Justin Bibers Album «Purpose» waren über 1500 Marketing Experten beteiligt. Zwischen 2013 und 2016 wuchs der Investitionsanteil für A&R um 300 Millionen US-Dollar. In keinem anderen Sektor wird in den Bereich «Entdeckung und Entwicklung» mehr investiert als in der Musikbranche (16.9%). Zum Vergleich: Pharmaindustrie 14.4%, Software & Computerdienstleistungen 10.1%, Automobilindustrie 4.4%.

Laut einer von der GESAC (European Grouping of Societies of Authors and Composors) initiierten Studie waren im Jahr 2014 EU-weit rund 7.1 Millionen Menschen in der Kreativwirtschaft beschäftigt. Dieser Sektor erwirtschaftete einen Anteil von 4.2% des EU-Bruttoinlandsprodukts. Auch in der Schweiz kommt der Kreativwirtschaft eine immer stärkere Position zu, da diese im Gegensatz zu anderen Wirtschaftszweigen nicht auf billige Produktionsstätten angewiesen ist. Hier trägt der kreativwirtschaftliche Sektor massgeblich zum volkwirtschaftlichen Ertrag bei.

Laut der Taschenstatistik «Kultur in der Schweiz»⁴ waren 2013 über 275'000 Personen in der Kultur- und Kreativwirtschaft tätig (davon arbeiten ca. 30'862 Menschen in der schweizerischen Musikwirtschaft). Die Kultur- und Kreativwirtschaft erwirtschaftete 2013 eine Bruttowertschöpfung von rund 22 Milliarden Franken und einen Gesamtumsatz von knapp 69 Milliarden Franken. Der Anteil an der Bruttowertschöpfung der Schweiz beträgt ca. 3.9%.

³ Inhalt bzw. Ideen aus: IFPI 2016, Investing in Music

⁴ Bundesamt für Kultur (BAK) 2017



Aufgaben eines Labels⁵

Ein professionelles Label investiert in die Qualität der Musik. Um die höchstmögliche Qualität zu erzielen, muss alles rund um die Entstehung von Musik seine Richtigkeit haben. Ein Label finanziert professionelle Aufnahmen, begleitet und betreut Musiker, vermarktet und verbreitet die Musik. Weil die Digitalisierung Anpassungen der Arbeits- und Vorgehensweisen von Labels erfordert, werden die klaren Rollenaufteilungen aufgelöst und die Labels mit Zusatzaufgaben verpflichtet, so z.B. Künstler Management, Buchungen etc. Der Kern ihres Vorhabens bleibt dabei derselbe: Entdeckung und Hervorbringung neuer Musiker, Aufbau von Karrieren, Verbreitung von und Zugangssicherung zu Musik.

Einnahmequellen und Verdienst von Musikmachenden⁶

Drei wesentliche Einnahmequellen sind zu nennen: Urheberrechte (Komposition und Text); diese Zahlungen werden von der Verwertungsgesellschaft SUIZA oder den Verlagen getätigt. Leistungsschutzrechte (ausübender Künstler); dies sind aus den Verkäufen von Tonaufnahmen (CD, Download, Streaming) erzielte Einnahmen.

Durch eine verkaufte CD erhalten Musiker ca. zehn Prozent des Verkaufspreises als ausübende Künstler (Leistungsschutzrecht). Dieser Betrag ist jedoch abhängig vom Vertrag mit dem Label und kann deshalb auch höher oder tiefer sein. Des Weiteren erhält der Künstler eine Entschädigung der SUIZA als Urheber des Werkes, sofern die Songs selber komponiert wurden (Urheberrecht). Der Ertrag aus Downloads ist ähnlich gross. Streaming ist heute die bekannteste Angebots- und Konsumform, wobei ein Song ungefähr 148 mal gestreamt werden muss, bis ein Musiker so viel daran verdient wie an einem Download. Wird der Song mehr gestreamt, verdient der Musiker mehr daran als an einem Download. In der Schweiz wurden 2019 ungefähr 12 Milliarden Streams bei Anbietern wie Spotify, Apple Music und Co gemessen (ohne YouTube).

Ein Stream hat einen Wert von 1.1 Rappen, dieser Umsatz wird aufgeteilt auf den Streaminganbieter (ca. 35%), das Label (ca. 50%) und die Urheber/Verleger (ca. 15%). Die Interpreten sind bei den Labels unter Vertrag und bekommen von ihnen je nach Abmachung ca. 20-50% von ihrem Anteil von ca. 50%. Der Anteil, welcher ein Künstler vom Label erhält, variiert stark nach den Leistungen, welche ein Label für den Künstler erbringt. Als Faustregel gilt: Je mehr ein Label für den Künstler tut, desto weniger Prozente erhält der Künstler von den Einnahmen. Umgekehrt erhält der Künstler natürlich mehr von den Einnahmen, wenn das Label weniger für ihn arbeiten muss.

Nebst Tonträgerverkäufen stellen Live-Auftritte eine wichtige Einnahmequelle dar. Sie sind von besonderem Wert, denn sie schaffen eine Nähe und stärkere Verbindung zwischen Musiker/Band und Fans. Zusätzliche Möglichkeiten um Einnahmen zu generieren, sind Merchandising oder Verträge mit weltbekannten Marken bzw. Werbeverträge (Endorsement)⁷. Letzteres kann mit der Musik der Musiker zu tun haben – z.B. indem eine Firma die Lizenzen für

⁵ Inhalt bzw. Ideen aus: IFPI 2016, Investing in Music

⁶ Ideen aus: <http://www.murphyslaw.ch/musicbiz/verdienst.htm> und https://www.ifpi.org/wp-content/uploads/2024/03/GMR2025_SOTI.pdf

⁷ IFPI 2016, Investing in Music

Geistiges Eigentum – Ideen sind etwas wert

Kunst vs. Kommerz

Hintergrundinformationen



einen Song für den Einsatz in einem Film oder Videospiel erwirbt –, oder mit dem Status dieser Person, welcher genutzt wird, um ein Firmenprodukt bekannt zu machen.



Arbeitsauftrag	Die SuS lesen den Hintergrundtext aufmerksam durch. Anschliessend lösen sie Rechercheaufgaben, deren Ergebnisse sie zusammentragen und besprechen.
Ziel	Streaming und Online-Einkäufe (Downloads) Die SuS <ul style="list-style-type: none">• kennen die digitalen Vertriebswege und die Unterschiede zwischen Streaming und Downloads.• wissen, inwiefern sich Streaming im Vergleich zu physischen Verkäufen auf das Einnahmemodell auswirkt.• kennen die Vorteile, welche die digitalen Vertriebswege für Musikschaaffende und Konsumierende haben.• kennen die aktuellen Umsatzzahlen digitaler Musik.
Lehrplanbezug	<ul style="list-style-type: none">• WAH.2.1: Die Schülerinnen und Schüler können Prinzipien der Marktwirtschaft aufzeigen.• WAH.2.2: Die Schülerinnen und Schüler können die Bedeutung des Handels für die Verfügbarkeit von Gütern erklären.
Material	<ul style="list-style-type: none">• Blatt «Hintergrundinformationen»• Arbeitsblatt «Digitale Vertriebswege»• Computer/Internet
Sozialform	EA GA Plenum
Zeit	45`



Digitale Vertriebswege



Aufgabe

Einzelarbeit: Lies den Text durch.



Recherche

Partnerarbeit: YouTube genießt eine hohe Beliebtheit. Sucht im Internet nach alternativen legalen Plattformen (kostenpflichtige sowie nichtkostenpflichtige), auf welchen per Streaming Songs/Musikvideos angeboten werden. Findet daraufhin heraus, wie viel ein Onlinekauf (Download) eines einzelnen Songs und eines ganzen Albums kostet. Stellt ihr zwischen neuen und älteren Songs/Alben von MusikerIn X einen (grossen) Kostenunterschied fest? Hängen die Preise vom Status (Erfolg/Bekanntheitsgrad) eines Musikers / einer Musikerin ab? Haltet alle Suchergebnisse schriftlich fest.



Diskussion

Im Plenum: Diskutiert folgende Aussagen:

1. «Ich bezahle lieber mehr (Download bzw. Kauf einzelner Songs oder Alben), dafür besitze ich die Songs, und zwar auf unbeschränkte Zeit.»

vs.

2. «Mir geht es um die Musikmenge und den günstigen Preis. Daher benutze ich Streaming und gehe das Risiko ein, dass gewisse Songs evtl. plötzlich nicht mehr verfügbar sind.»

Geistiges Eigentum – Ideen sind etwas wert

Digitale Vertriebswege

Hintergrundinformationen



Digitalisierung: Möglichkeiten für die Musik¹

Die Investitionen der Musikproduktionsfirmen beeinflussen das Angebot und sind massgebend beteiligt an der Eröffnung neuer Wege für die Musik. Dem Übergang in die digitale Welt folgte schnell ein enormer Ausbau des Systems, womit mittlerweile ein riesiges Angebot von mehr als 40 Millionen digitalen Songs besteht. Dadurch ergeben sich für die Konsumierenden neue Konsumvarianten ihrer Lieblingsmusik, in Form von Online-Einkäufen (Downloads) und Streaming-Abonnements.

Für online Musikanbieter gibt es also zwei unterschiedliche Geschäftsmodelle. Einerseits kann die Zahlung pro Song bzw. pro Album erfolgen (Download). Andererseits gibt es Streaming-Dienste: Konsumierende laden dabei die Lieder nicht herunter, sondern lassen sich die ausgewählten Songs streamen; sie haben somit eine Art persönlich konfiguriertes Radio (Playliste). Diese Streaming-Angebote sind entweder werbefinanziert und somit für Konsumierende kostenlos oder basieren auf einem Abo-Modell. Mit den Online-Angeboten bekommen Musikkonsumierende also die Chance, sich ihre Musik individuell zusammenzustellen. Sie können wählen, ob sie die Musik besitzen (Kauf per Download) oder mittels Streaming nur auf diese zugreifen wollen.

Durch das stark aufkommende Streamingangebot vermögen Künstler² mehr Fans zu erreichen, überall auf der Welt. Profitiert wird nicht nur im Sinne von mehr Fans und grösserer Reichweite, sondern Künstler aus verschiedensten Teilen der Welt wird so die Möglichkeit geboten, ihre Musik zu verbreiten und zu präsentieren. Die Folge davon ist unzählige neue Musik, die der breiten Masse zugänglich ist. Wichtig aber bleibt weiterhin, dass das «Geistige Eigentum» anerkannt ist und bleibt. Die Rechteinhaber sollen entscheiden können, was mit ihren Werken passiert.

Musik ist heute nicht nur fast überall und in riesigen Mengen vorhanden und einfacher zu konsumieren, sondern auch einfacher selber zu produzieren. Eigenproduktionen bringen viele Vorteile, so wird dadurch zum Beispiel die Vielfalt gefördert. Jedoch können sie auch negative Auswirkungen haben, beispielsweise auf die Qualität.

Durch Streaming ist die Präsenz von Musikern enorm, wodurch ihre Musik über eine längere Zeit nicht an Beliebtheit einbüsst. Allerdings erfordert dies auch eine länger anhaltende Vermarktung. Das Einnahmemodell hat sich verändert: Bisher stieg die Verkaufskurve unmittelbar nach der Veröffentlichung (z.B. CD) steil an und fiel relativ rasch wieder ab. Durch Streaming ist der Anstieg der Verkäufe zwar weniger steil, dafür hält die Verkaufsphase länger an, was wiederum die Musik länger präsent bleiben lässt. Neue Präsenz erhalten auch ältere Produktionen der Künstler. Aufgrund der leichten Zugänglichkeit und ständigen Promotion von aktuellen sowie bereits vorhandenen Songs, erfahren letztere einen Konsumanstieg um ca. einen Drittel. Verglichen mit physischen Verkäufen und Downloads, dauert es beim Streaming dreimal länger, bis die Firmen ihre Investitionskosten für einen Künstler wieder

¹ Inhalt bzw. Ideen aus: IFPI 2016, Investing in Music

² In der Folge wird aus Gründen der besseren Lesbarkeit ausschliesslich die männliche Form verwendet. Sie bezieht sich auf Personen beiderlei Geschlechts.

Geistiges Eigentum – Ideen sind etwas wert

Digitale Vertriebswege

Hintergrundinformationen



.....

eingonnen haben. Der Grund dafür ist, dass die Einnahmen davon abhängen, wie oft ein Song angehört wird. Um keine Finanzierungslücken zu erhalten bzw. um diese zu schliessen, sind die Firmen um neue Geldquellen bemüht, wie z.B. Crowdfunding, Live Auftritte, Merchandising etc.

Laut IFPI³ lagen die digitalen Musikumsätze im Jahr 2018 bei 11.2 Milliarden US-Dollar (im Jahr 2008: 3.7 Milliarden). Der digitale Markt macht 59% des Gesamtmarktes aus, der Streaming-Markt 80% des digitalen Marktes. Die Umsätze von Musikstreaming-Abonnementdiensten wie Spotify oder Deezer lagen im Jahr 2018 auf rund 8.9 Milliarden US-Dollar.

³ IFPI Webseite: <https://www.ifpi.org/news/>



Arbeitsauftrag	Die SuS überlegen sich, was ihnen zum Begriff «Piraterie» in den Sinn kommt, und notieren ihre Punkte. Sie lesen zentrale Aspekte des Urheberrechts durch. Anschliessend werden Fragen/Unklarheiten und Gelesenes besprochen, gefolgt von kurzen Videoinputs zu Piraterie und dem Aufgabenblatt zum Urheberrecht. Zum Abschluss wird eine Diskussion geführt zu «Unser Einfluss auf den Fortbestand von Musik(angeboten)».
Ziel	Begriffsklärung, rechtliche Grundlagen zu geistigem Eigentum, Folgen von Piraterie Die SuS <ul style="list-style-type: none">• wissen, was unter dem Begriff «Piraterie» zu verstehen ist.• wissen, dass Piraterie auch zwischen Musikschaffenden stattfinden kann.• lernen die zentralen Aspekte des Urheberrechts kennen.• lernen, welche Rechtsfolgen bei Urheberrechtsverletzungen (Piraterie) eintreten.• sind sich der Folgen von Piraterie für Musikbranche, Produkte und Gesellschaft/Kultur bewusst.
Lehrplanbezug	<ul style="list-style-type: none">• RKE.2.2: Die Schülerinnen und Schüler können Regeln, Situationen und Handlungen hinterfragen, ethisch beurteilen und Standpunkte begründet vertreten.• WAH.3.2: Die Schülerinnen und Schüler können Folgen des Konsums analysieren.• WAH.3.3: Die Schülerinnen und Schüler können kriterien- und situationsorientierte Konsumententscheidungen finden.• MI.1.1: Die Schülerinnen und Schüler können sich in der physischen Umwelt sowie in medialen und virtuellen Lebensräumen orientieren und sich darin entsprechend den Gesetzen, Regeln und Wertesystemen verhalten.
Material	<ul style="list-style-type: none">• Blatt «Hintergrundinformationen»• Kurze Videoinputs zu Piraterie• Arbeitsblatt «Piraterie vs. Recht»
Sozialform	PA Plenum
Zeit	45`



Piraterie und Recht



Aufgabe 1

Zu zweit: Was fällt euch zum Begriff «Piraterie» ein? Tauscht euch darüber kurz aus, und geht dann zum Text über. Schreibt auf, was euch unklar ist oder sonst auffällt, um es danach mit der Klasse besprechen zu können.



Aufgabe 2

Zu zweit: Löst die folgenden Aufgaben.



Link / Video

Videoinputs zu Piraterie in der Musikbranche:

<https://www.youtube.com/watch?v=D74RGjD5YF0>

<https://www.srf.ch/play/tv/srf-school/video/piraterie-copyright--co-?urn=urn:srf:video:1934d766-7a18-40ab-9e0c-3954a62b4004>



Urheberrecht kurz erklärt:

<https://www.ige.ch/de/uebersicht-geistiges-eigentum/die-schutzrechte-im-ueberblick/urheberrecht.html>

<https://www.ige.ch/de/etwas-schuetzen/urheberrecht.html>

Bundesgesetz über das Urheberrecht und verwandte Schutzrechte:

<https://www.admin.ch/opc/de/classified-compilation/19920251/index.html>



1. Folgende Aussagen können richtig oder falsch sein. Falls sie falsch sind, korrigiert sie.

1. Sampling ist eine Form von Musikdiebstahl und wird von Musikkonsumierenden vollzogen.
2. Die Voraussetzung dafür, dass ein Werk geschützt werden kann, ist ein finanzieller Wert des Werks.
3. Stream-Ripping stellt heute das grösste Problem für die Musikindustrie dar.
4. Bei einem Urheberrecht gibt es keine zeitliche Begrenzung. Das heisst, wer einmal Urheber eines Werks bzw. eines musikalischen Werks wurde, ist dies für immer und bleibt es auch nach dem Tode.
5. Etwas, das sehr viele Menschen tun, ist nicht automatisch etwas Gutes.
6. Geistiges Eigentum kann gar nicht gestohlen werden, weil es nicht greifbar ist.
7. Das Urheberrechtsgesetz ist die gesetzliche Grundlage für den Schutz des geistigen Eigentums.
8. Urheberrechtsverletzungen können verschiedene Folgen nach sich ziehen, allerdings können diese nicht extrem ausfallen. So kann ein Rechtsverletzer nicht z.B. mit sehr hohen Geldbussen oder Gefängnis bestraft werden.
9. Wenn ein Werk entsteht, muss dieses nicht registriert/angemeldet werden, um dafür ein Urheberrecht zu erwerben.



2. Welche der folgenden Verhaltensweisen verstossen gegen das Urheberrecht?

- a) Jemand fotografiert eure Zeichnung und hängt sie sich über sein Bett.
- b) Jemand singt euer Musikstück vor einem Publikum, das Eintritt bezahlt.
- c) Jemand lädt euren Film runter und speichert ihn auf seiner Festplatte ab.
- d) Jemand schreibt euren Text in sein Tagebuch und liest ihn jeden zweiten Tag.
- e) Jemand bearbeitet euer Foto und schickt es an einen guten Freund weiter.
- f) Jemand findet euer Foto im Internet und veröffentlicht es auf seiner Homepage.
- g) Ein Lehrer zeigt, ohne euch zu fragen, eure Werke in einer anderen Schulklasse.
- h) Eine Person aus eurer Gruppe vernichtet euer Werk, ohne die anderen Gruppenteilnehmer zu fragen.



Diskussion

Im Plenum: Wie viel Einfluss haben wir darauf, wie das Musikangebot sich in Zukunft gestalten wird?

Geistiges Eigentum – Ideen sind etwas wert

Piraterie vs. Recht

Lösungen



Anregung, wie die Aufgabe gelöst werden könnte

Aufgabe 2.1:

Die Richtigkeit der Aussagen kann allein anhand des Hintergrundtextes erfasst werden. Die Videoinputs können für ausführlichere Antworten und weitere Informationen dienen.

Lösungen

Aufgabe 2.1

1. Sampling ist eine Form von Musikdiebstahl und wird von Musikkonsumierenden vollzogen.
→ ... und wird von *Musikmachenden* vollzogen.
2. Die Voraussetzung dafür, dass ein Werk geschützt werden kann, ist ein finanzieller Wert des Werks.
→ ...kann, ist *ein über das Alltägliche hinausgehende Mindestmass an Originalität und Individualität sowie ein erkennbares geistiges Konzept. Die Werke / geistigen Schöpfungen sind unabhängig von ihrem Wert und Zweck urheberrechtlich geschützt.*
3. Stream-Ripping stellt heute das grösste Problem für die Musikindustrie dar. *richtig*
4. Bei einem Urheberrecht gibt es keine zeitliche Begrenzung. Das heisst, wer einmal Urheber eines Werks bzw. eines musikalischen Werks wurde, ist dies für immer und bleibt es auch nach dem Tode.
→ ...gibt es *eine zeitliche Begrenzung. Das heisst, wer einmal Urheber eines Werkes bzw. eines musikalischen Werkes wurde, ist dies 70 Jahre nach dem Tod bzw. 70 Jahre nach der Aufnahme des Musikwerkes nicht mehr.*
5. Etwas, das sehr viele Menschen tun, ist nicht automatisch etwas Gutes. *richtig*
6. Geistiges Eigentum kann gar nicht gestohlen werden, weil es nicht greifbar ist.
→ *Kunst ist ein Produkt von umgesetzten Ideen und Vorstellungen. Sie entstammt einem geistigen Konzept. Wenn jemand solche Produkte an sich nimmt, ohne dafür zu bezahlen, begeht diese Person Diebstahl, unabhängig davon, ob die Produkte etwas Materielles, also Berührbares und Sichtbares, sind.*
7. Das Urheberrechtsgesetz ist die gesetzliche Grundlage für den Schutz des Geistigen Eigentums. *richtig*
8. Urheberrechtsverletzungen können verschiedene Folgen nach sich ziehen, allerdings können diese nicht extrem ausfallen.
→ ...sich ziehen, *und diese können extrem ausfallen. So kann ein Rechtsverletzer im schlimmsten Fall mit sehr hohen Geldbussen oder Gefängnis bestraft werden.*
9. Wenn ein Werk entsteht, muss dieses nicht registriert/angemeldet werden, um dafür ein Urheberrecht zu erwerben. *richtig*



Aufgabe 2.2

- a) nein
- b) ja
- c) nein
- d) nein
- e) nein (wenn der Freund das Foto nicht weiterverbreitet)
- f) ja
- g) ja
- h) ja



Piraterie und ihre Folgen¹

Illegale Downloads machen der Musikindustrie schwer zu schaffen. Es ist der leichte Zugang und die riesige Auswahl, die den Menschen in Versuchung bringen, etwas Riskantes zu tun. «Filesharing» ist der verwendete Begriff für den Vorgang, Dateien über das Internet zum Kopieren und zum Herunterladen anzubieten. Auf diesem Prinzip beruhen «Tauschbörsen» im Internet.

Das Problem: Die meisten Programme besitzen keine Inhalts- bzw. Copyright-Kontrollen. Internetnutzer² tauschen mehrheitlich geschützte Inhalte und ignorieren damit «geistiges Eigentum», es wird mit Produkten gehandelt, die nicht den Handelnden gehören. Dadurch entstehen Urheberrechtsverletzungen, und diese sind stark zunehmend. Geistiges Eigentum ist geschütztes Eigentum, und wer es missachtet, begeht eine Form von Diebstahl.

Stream-Ripping ist heute die am häufigsten verwendete Form von Piraterie. Musik, die per Stream zur Verfügung steht, z.B. auf Spotify oder YouTube, wird in eine herunterladbare Datei umgewandelt und für private Weiterverwendung behalten. Mehr als ein Drittel aller Internetnutzer (im Jahr 2016 waren es 30%) betreibt Stream-Ripping, die Gruppe der 16- bis 24-Jährigen bildet den grössten Anteil, nämlich 53%. Suchmaschinen spielen dabei eine zentrale Rolle. 54% derjenigen, die unlizenzierte Musik herunterladen, verwenden Google für die Musiksuche.

Zwischen Dienstleistungen, die lizenzierte Musik anbieten, und Stream-Ripping-Unternehmen spielt sich auf diese Weise ein unfairen Konkurrenzkampf ab. Diese Unternehmen profitieren von der Werbeplatzierungen auf ihren Websites und zahlen an diejenigen, die Musik überhaupt ermöglichen, erschaffen und zugänglich machen, nichts. Diese gratis Selbstbedienung hat ernste wirtschaftliche Folgen für die Musikbranche, denn durch Piraterie bleiben 30% der Umsätze aus. Allein in der Schweiz beträgt der jährliche Schaden durch Online-Piraterie über CHF 25 Mio. Ein grosser nachhaltiger Schaden wird angerichtet, denn die Einnahmen von heute finanzieren die Musik von morgen. Ohne ausreichende Einnahmen aus dem Verkauf von Musik fehlt das Geld, das in neue Musik investiert werden kann, was wiederum heisst, dass das musikalische Angebot kleiner wird, und die Preise sich erhöhen, worunter diejenigen leiden würden, die Musik finanziell unterstützen möchten und sie deshalb auf legalem Weg beziehen. Das Ausmass des Schadens ist gewaltig. Arbeitsplätze sind gefährdet, die Gesellschaft sieht sich mit der Gefahr konfrontiert, an kulturellem Wert einzubüssen.

Tatsache ist: Das Internet ist kein rechtsfreier Raum. Urheberrechte sind im Internet genauso zu respektieren wie in der Offline-Welt, denn die kreative Arbeit der Künstler bleibt dieselbe. Die Gratis-Selbstbedienung im Internet erweckt den Eindruck, Musik wäre nicht mehr viel wert. Das Gegenteil ist aber der Fall. Ideen sind etwas wert. Musiker und alle anderen Beteiligten verdienen es, für ihre kreative Arbeit entlohnt zu werden. Für Musik zu bezahlen, bedeutet nicht nur, einen Materialwert abzugelten. Es geht vor allem auch um den kreativen

¹ Inhalt bzw. Ideen aus: IFPI 2017, Connecting with Music

² In der Folge wird aus Gründen der besseren Lesbarkeit ausschliesslich die männliche Form verwendet. Sie bezieht sich auf Personen beiderlei Geschlechts.

Geistiges Eigentum – Ideen sind etwas wert

Piraterie vs. Recht

Hintergrundinformationen



Mehrwert, um die Idee, Emotionen und mehr. Für Künstler ist es fast unmöglich, gegen illegale Gratis-Angebote zu bestehen und den Lebensunterhalt zu finanzieren. Die Schadensquellen vollständig zu beseitigen, ist wohl eine Utopie. Von der Musikindustrie wird aber etwas unternommen, um den Schaden zu begrenzen. Für den Kampf gegen Piraterie wurde ein System zur Identifizierung, Lokalisierung und Beseitigung von Uploads und Distribution unlizenzierter Musik implementiert³. Allein im Jahr 2016 wurden so über 500'000 illegal angebotene Musikprodukte entfernt.

Illegale Handlungen tauchen nicht nur im Rahmen des Beziehens von Musik aus dem Internet auf, und sie werden nicht nur von Musikkonsumierenden begangen. Zwischen Musikern können auch – ob durch Fehler, Missverständnisse oder gewisse Absichten – nicht erlaubte Aktionen geschehen. Ein Beispiel dafür ist eine ungeplante Veröffentlichung eines Produkts (leak) vor seinem offiziellen Veröffentlichungsdatum. Der Schaden zeigt sich in Form einer Gefährdung des Vermarktungsprozesses und eines Wert- und Effektverlusts der Arbeit sowie des Produkts der Musiker. Es muss zudem betont werden, dass das «Stehlen» von Musik selbst zwischen Musikern vorkommt. Immer wieder werden Fälle von «Sampling» bekannt. Mit Sampling ist die Übernahme von Teilen einer bereits fertigen Ton- oder Musikaufnahme gemeint, um diese in einem neuen musikalischen Kontext zu verwenden. Dieses Thema gehört zu den umstrittensten der Musikindustrie, denn heute wird sehr häufig «gesamplet». Problem ist jedoch, dass es dem rechtlichen Rahmen im Bezug auf «Sampling» an Vollständigkeit fehlt bzw. viele Rechtsfragen ungelöst sind.

Urheberrecht⁴

Die Kreativität von Technikern wird durch die Patentierung einer Erfindung geschützt. Wer aber schützt das Ergebnis künstlerischer Kreativität? Kreativität hat ihren Wert – das gilt nicht nur in wirtschaftlicher, sondern auch in ideeller Hinsicht. Das geistige Eigentum schützt daher neben den vermögensrechtlichen auch die persönlichkeitsrechtlichen Interessen der Kreativen.

Gesetzliche Grundlage für den Schutz des geistigen Eigentums ist das Urheberrechtsgesetz. Es regelt die Entstehung, den Schutz und die Verwertung geschützter Werke und Leistungen und gehört – ebenso wie das Sacheigentum – zum verfassungsrechtlich verankerten Grundrecht auf Eigentum. Urheberrechtlich als Werke geschützt sind geistige Schöpfungen der Literatur und Kunst mit individuellem Charakter, und zwar unabhängig von ihrem Wert oder Zweck. Voraussetzung für den Schutz ist, dass ein über das Alltägliche hinausgehendes Mindestmass an Originalität und Individualität sowie ein erkennbares geistiges Konzept vorliegen. Es muss sich allerdings nicht um Kunst im engeren Sinn handeln.

Neben den Werken fallen auch bestimmte Leistungen unter den Schutz des geistigen Eigentums. Das Urheberrechtsgesetz bezeichnet diese Rechte als *verwandte Schutzrechte* oder *Leistungsschutzrechte*. Konkret handelt es sich um die Leistungen von ausübenden Künstlern

³ IFPI 2017, Global Music Report

⁴ IFPI Austria Homepage: <https://www.ifpi.at/?section=inhalt&inhaltid=12>

Geistiges Eigentum – Ideen sind etwas wert

Piraterie vs. Recht

Hintergrundinformationen



(Musiker/Sänger), von Tonträgerherstellern (Musikproduzenten), Tonbildträgerproduzenten und von Sendeunternehmen.

Am Beispiel eines Songs lässt sich anschaulich zeigen, dass geistiges Eigentum mehrerer Rechteinhaber bestehen kann: Komposition und Text eines Songs fallen unter den Werksschutz der Musikautoren, die Darbietung ist durch das Leistungsschutzrecht der ausübenden Künstler (Interpreten) und die Musikaufnahme durch das Leistungsschutzrecht des Tonträgerherstellers (Produzenten) geschützt.

Urheberrechte und Leistungsschutzrechte entstehen bereits durch die Schöpfung des Werks bzw. durch die Erbringung der Leistung selbst (Realakte) – einer Registrierung oder Anmeldung bedarf es nicht. Daher können auch Schüler – unabhängig von ihrem Alter – an den von ihnen erstellten Arbeiten Urheberrechte oder Leistungsschutzrechte erwerben.

Anders als das zeitlich unbegrenzte Sacheigentum, ist der urheberrechtliche Schutz zeitlich begrenzt. Das Urheberrecht an Werken endet grundsätzlich 70 Jahre nach dem Tod des Urhebers (bzw. des letzten lebenden Miturhebers). Die Schutzfrist für Musikaufnahmen (Leistungsschutzrechte der Produzenten und Interpreten) beträgt in der Schweiz 50 Jahre ab der Darbietung des Werks durch die ausübenden Künstler, der Herstellung der Tonträger sowie der Ausstrahlung der Sendung. Nach Ablauf der Schutzfrist steht das Werk bzw. die Leistung für alle zur beliebigen Nutzung zur Verfügung.

Revision 2020:

Um dem veränderten Umgang mit Kultur im digitalen Zeitalter gerecht zu werden, wurde das Urheberrechtsgesetz per 1. April 2020 revidiert. Die Revision stärkt die Rechte der Kulturschaffenden und verbessert gleichzeitig den Zugang der Öffentlichkeit zu Werken. Neu müssen Hosting-Provider, die eine besondere Gefahr für Urheberrechtsverletzungen darstellen, dafür sorgen, dass einmal entfernte Inhalte dauerhaft entfernt bleiben (sog. «Stay-down»-Pflicht). Zudem wurde klargestellt, dass die Datenbearbeitung zur strafrechtlichen Verfolgung von Urheberrechtsverletzungen zulässig ist. Für Konsument:innen bleibt die Nutzung illegal veröffentlichter Werke für den privaten Gebrauch erlaubt. Weitere Neuerungen sind der Schutz auch für einfache Fotografien, die Verlängerung der Schutzdauer für Interpreten und Produzenten sowie eine effizientere Verwertung der Video-on-Demand-Rechte. Zur Verbesserung des Zugangs zu Werken wurden u. a. neue Schrankenregelungen (z. B. für die Wissenschaft) und die Möglichkeit für erweiterte Kollektivlizenzen eingeführt. Mit der Revision konnten auch zwei internationale WIPO-Abkommen (Vertrag von Peking und Marrakesch) ratifiziert werden.

Geistiges Eigentum – Ideen sind etwas wert

Piraterie vs. Recht

Hintergrundinformationen



Das Urheberrecht ist ein Bündel vermögensrechtlicher und persönlichkeitsrechtlicher Befugnisse, die auch als *Verwertungsrechte* und *Urheberpersönlichkeitsrechte* bezeichnet werden.

Verwertungsrechte:

- Vervielfältigungsrecht (Recht, Vervielfältigungsstücke des Werkes herzustellen)
- Verbreitungsrecht (Recht, das Werk der Öffentlichkeit anzubieten oder in den Verkehr zu bringen)
- Bearbeitungs- und Übersetzungsrecht (Recht, das Werk abzuändern bzw. zu übersetzen)
- Senderecht (Recht, Werk durch Funk der Öffentlichkeit zugänglich zu machen)
- Vortrags-, Aufführungs- und Vorführungsrecht (Recht, über das Ob und Wie von Aufführungen seines Werkes zu entscheiden)
- Zugänglichmachung (Recht, Werke und Leistungen über das Internet zu übertragen)

Urheberpersönlichkeitsrechte (schützen die ideellen Interessen der Rechteinhaber):

- Erstveröffentlichungsrecht (Recht zu bestimmen, ob, wann, wie und durch wen sein Werk erstmals der Öffentlichkeit zugänglich gemacht wird)
- Recht auf Anerkennung der Urheberschaft (Recht, eine Bestreitung und Anmassung der Urheberschaft abzuwehren und Namensnennungsrecht)
- Recht auf Urheberbezeichnung (Recht, über die Urheberbezeichnung zu entscheiden)
- Recht auf Werkschutz (Schutz vor ungenehmigten Werkveränderungen)

Das Urheberrecht ist vererblich und als Nutzungsrecht übertragbar. Das Urheberpersönlichkeitsrecht ist jedoch nicht übertragbar und verbleibt beim Urheber.

Urheber und Leistungsschutzberechtigte können anderen – in Lizenzverträgen – gestatten, ihre Werke und Leistungen auf einzelne oder alle ihnen vorbehaltenen Verwertungsarten zu nutzen. Diese in der Regel vertraglich gegen Entgelt erteilte Erlaubnis kann mit non-exklusiver (Werknutzungsbewilligung) oder mit exklusiver Wirkung (Werknutzungsrecht) erfolgen. Die Erlaubnis zur Werknutzung kann zeitlich, räumlich oder inhaltlich beschränkt werden.

Im Interesse der Allgemeinheit erlaubt das Urheberrecht bestimmte Nutzungen von Werken und Leistungen. Diese erlaubten Werknutzungen sind Ausnahmen (sog. Schutzausnahmen) und Einschränkungen (sog. Schranken) der sonst ausschliesslichen Verwertungsrechte der Rechteinhaber. Der Urheber muss diese Nutzungen dulden, in manchen Fällen erhält er als finanziellen Ausgleich einen Anspruch auf angemessene Vergütung, der von Verwertungsgesellschaften wahrgenommen wird. Beispiele für erlaubte Werknutzungen sind etwa das Zitierrecht, die Vervielfältigung zum eigenen Schulgebrauch, die Filmvorführung zu Unterrichtszwecken, in engem Rahmen die Privatkopie, die Reprografie, die Berichterstattung über Tagesereignisse, bestimmte Kopien in Bibliotheken und Sammlungen und kurzfristige Vervielfältigungen bei technischen Übertragungsvorgängen.

Geistiges Eigentum – Ideen sind etwas wert

Piraterie vs. Recht

Hintergrundinformationen



Verlage, Labels oder Filmproduzenten verwerten Werke zumeist individuell, d.h. es werden einzelne oder eine kleinere Anzahl von Produktionen oder Werken verwertet. Verwertungsgesellschaften nehmen dagegen alle Rechte wahr, die vom Gesetz unter Verwertungsgesellschaftenzwang gestellt sind, also von den Verwertungsgesellschaften anstelle des ursprünglichen Rechteinhabers wahrgenommen werden müssen. Der ursprüngliche Rechteinhaber hat damit auch keine Verbotsrechte mehr, sondern nur noch einen Vergütungsanspruch. Diesen nimmt die Verwertungsgesellschaft wahr. Sie sind Treuhänder der Rechteinhaber, schliessen für die Gesamtheit ihrer Bezugsberechtigten Verwertungsverträge mit Nutzern ab, inkassieren das dafür vereinbarte Entgelt und verteilen dieses wieder an die Rechteinhaber. Verwertungsgesellschaften kontrollieren auch die Nutzung der Rechte der von ihnen vertretenen Urheber und Leistungsschutzberechtigten – eine Aufgabe, die vor allem bei Massennutzungen von den Rechteinhabern selbst nicht wahrgenommen werden könnte (z. B. Wiedergabe von Musik im Radio).

Eine Verwertungsgesellschaft in der Schweiz ist z.B. die SUISA. Sie ist für die Wahrnehmung der Rechte der Urheber musikalischer, nicht-theatralischer Werke zuständig. Seit 1980 nimmt sie auch die sog. mechanischen Vervielfältigungsrechte wahr. Die SUISA erteilt an rund 90'000 Kunden (Konzertveranstalter, Plattenproduzenten, Radio- und Fernsehstationen etc.) die Bewilligung zum Aufführen, Senden, Weiterverbreiten und Vervielfältigen von Musik.

Verstösse gegen das Urheberrechtsgesetz sind keine «Kavaliersdelikte», denn es sind sowohl zivilrechtliche als auch strafrechtliche Rechtsfolgen vorgesehen. Zivilrechtlich drohen dem Rechtsverletzer Unterlassung, Beseitigung (z.B. Löschung illegaler Dateien), Urteilsveröffentlichung, Auskunft (z.B. über die Herkunft illegalen Materials) sowie Zahlung eines angemessenen Entgelts oder Schadenersatz. Die Zahlung von Schadenersatz setzt ein Verschulden voraus, alle anderen zivilrechtlichen Ansprüche bestehen auch ohne Verschulden des Rechtsverletzers. Unterlassungsansprüche können mittels vorsorglicher Massnahmen gesichert werden. Vorsätzliche Urheberrechtseingriffe sind sogar strafbar und können Geldstrafen bis 100'000 Schweizer Franken und Gefängnisstrafen zur Folge haben.

Häufig gestellte Fragen zum Thema Urheberrecht

Wie kann ich mein Werk schützen lassen?

Bereits mit ihrem Entstehen – also bei ihrer Schaffung – sind Werke durch das Urheberrechtsgesetz geschützt. Eine eigene Registrierung oder Anmeldung der Werke ist dafür nicht notwendig.

Wer hat Rechte an einem Musikstück?

An Musik haben Komponisten, Textautoren, ausübende Künstler (z.B. Musiker, Sänger, Orchester) und Tonträgerhersteller (Labels) Urheber- bzw. Leistungsschutzrechte. Für die Nutzung von Musik (z.B. Vervielfältigung, Verbreitung, online Anbieten im Internet) ist die Zustimmung aller dieser Berechtigten notwendig.



Woher weiss ich überhaupt, ob ein Musikstück geschützt ist?

Jedes Musikstück und jede Musikaufnahme ist urheberrechtlich geschützt. Oft findet man auf CDs Copyright-Vermerke (wie z.B. ©) oder ähnliches. Diese Vermerke erleichtern die Identifikation des Rechteinhabers, der urheberrechtliche Schutz besteht aber auch ohne diese Hinweise.

Wann ist Musik im Internet illegal?

Wenn die Rechteinhaber der Veröffentlichung im Internet nicht zugestimmt haben. Urheberrechtlich geschützte Werke dürfen ohne Zustimmung der Rechteinhaber nicht online zur Verfügung gestellt oder kopiert werden. Der Rechtsschutz gilt auch für das Internet.

Ist es auch illegal, wenn ich Musik anbiete oder verbreite, ohne Geld dafür zu nehmen?

Ja. Denn die Musik gehört den Rechteinhabern, und die müssen in jedem Fall gefragt werden, ob sie mit der Verbreitung einverstanden sind.

Darf ich legal erworbene Musikstücke in diversen Filesharing-Diensten zum Download freigeben?

Nein. Songs von anderen dürfen ohne deren Einverständnis keinesfalls freigegeben werden, auch wenn diese gekauft oder für den persönlichen, privaten Gebrauch kopiert werden. Privatkopien dürfen generell nicht dazu verwendet werden, ein Werk damit der Öffentlichkeit zugänglich zu machen, was mit der Freigabe im Internet jedenfalls erreicht wird.

Geistiges Eigentum – Ideen sind etwas wert

Musikindustrie in der Schweiz

Infos für Lehrpersonen



Arbeitsauftrag	Die SuS versuchen sich an der Skizzierung der Entwicklungskurve des Umsatzes von der Schweizer Musikindustrie und vergleichen diese mit der tatsächlichen Entwicklungskurve. Zudem betrachten sie weitere Grafiken und lesen die dazugehörigen Erläuterungen aufmerksam durch.
Ziel	Entwicklung, Verkaufszahlen, Musikvertreter Die SuS <ul style="list-style-type: none">• kennen den Entwicklungsverlauf betreffend Umsatz und Digitalmarkt sowie die Gesamtmarktanteile.• sind über aktuelle Verkaufszahlen von CDs und Vinyls informiert.• kennen die bedeutendsten Musikvertreter.
Lehrplanbezug	<ul style="list-style-type: none">• BG.2.1: Die Schülerinnen und Schüler können eigenständige Bildideen zu unterschiedlichen Situationen und Themen alleine oder in Gruppen entwickeln.
Material	<ul style="list-style-type: none">• Blatt «Hintergrundinformationen»• Arbeitsblatt «Musikindustrie in der Schweiz»• Liste mit Musikvertretern• Computer/Internet
Sozialform	EA GA Plenum
Zeit	30`

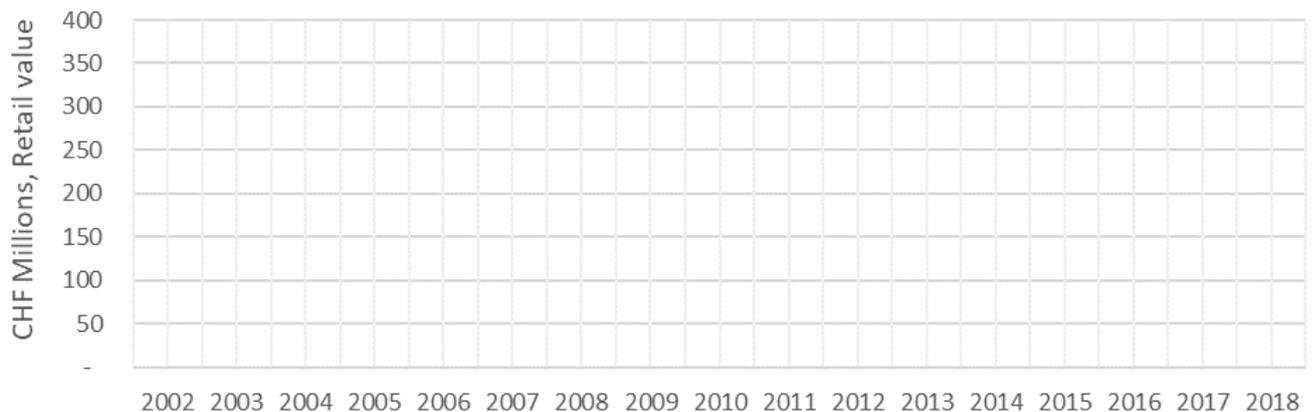


Musikindustrie in der Schweiz

Aufgabe



Einzelarbeit: Was denkst du, wie hat sich der Verkauf und somit der Umsatz physischer und digitaler Musik in der Schweiz über die letzten 10 Jahre verhalten? Versuche, unten die beiden Verlaufskurven (physische und digitale Musik) zu zeichnen. Vergleiche dann deine Kurven mit der Abbildung auf dem Blatt und lies den Text durch.



Recherche



Gruppenarbeit: Sucht im Internet ein paar wichtige Informationen über drei der aufgelisteten Musikvertreter zusammen. Anschliessend stellt ihr kurz die von euch gewählten Musikvertreter der Klasse vor, und die anderen Gruppen, sollten sie dieselben Musikvertreter bearbeitet haben, bringen Ergänzungen dazu.



Anregung, wie die Aufgabe gelöst werden könnte

Recherche-Aufgabe:

Die Präsentation der Musikvertreter lebt unter anderem durch die Ergänzungen derjenigen Gruppen, welche dieselben Vertreter bearbeitet haben.

Die Präsentationsphase ist vorbei, sobald alle Musikvertreter, die ausgewählt wurden, vorgestellt wurden, was nicht voraussetzt, dass alle Gruppen präsentieren müssen, aber alle Gruppen immerhin durch Ergänzungen zu Wort kommen.

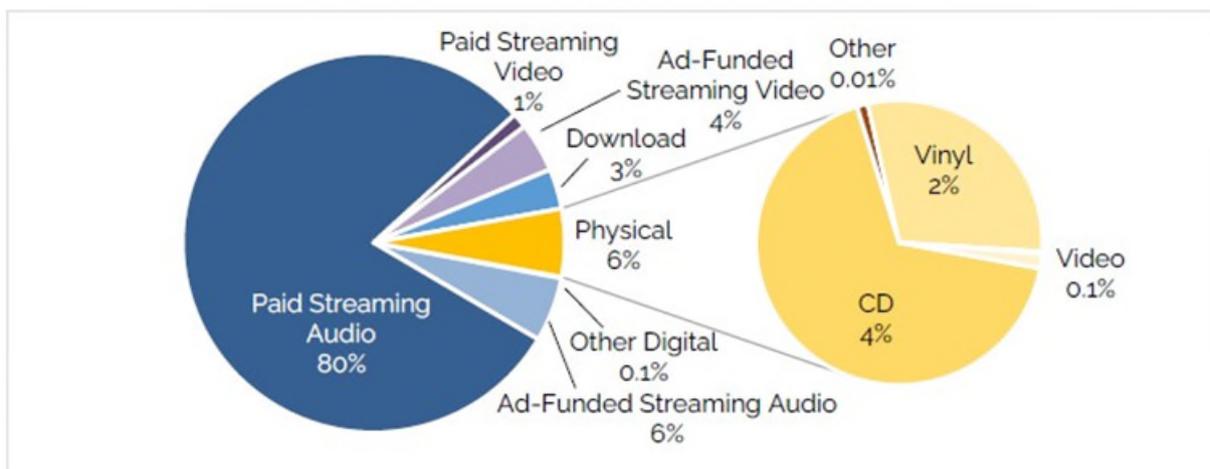


Entwicklung der Musikumsätze¹

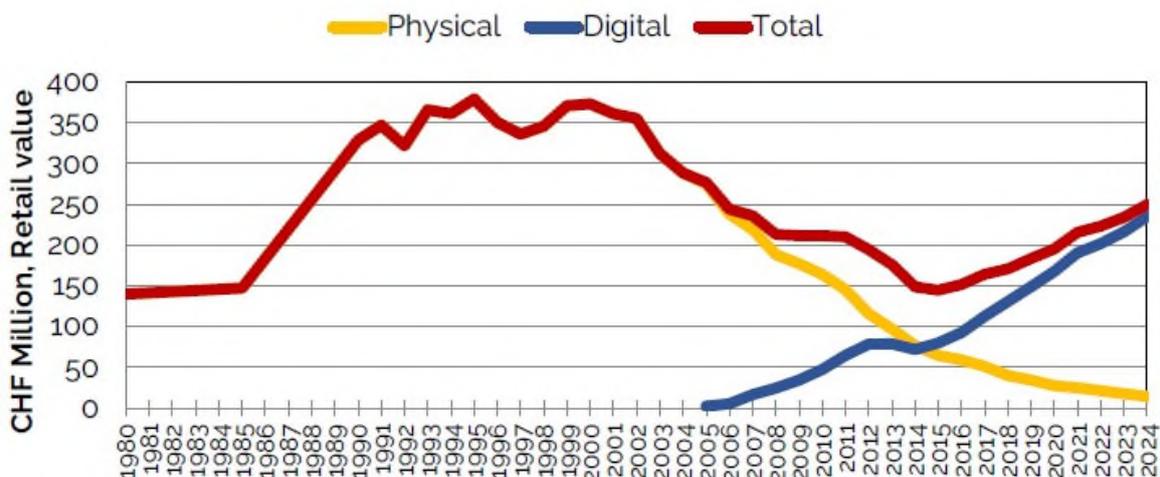
Der Schweizer Musikmarkt wuchs 2024 zum neunten Mal in Folge und hat in dieser Zeit ein grosses Wachstum von 72% hingelegt. 2024 wurde in der Schweiz ein Gesamtumsatz von über CHF 249 Mio. erwirtschaftet, was im Vergleich zum Vorjahr einen Anstieg um 7% bedeutet. Ein starkes Wachstum geniesst das Streaming-Segment. Die Umsätze, welche CD-Verkäufe und Downloads erbringen, verringern sich weiterhin. Der Verkaufumsatz physischer Tonträger sank um 19% und beläuft sich auf CHF 14 Mio. (6% des Gesamtmarktes). Dieser Umsatzrückgang war zu erwarten und entspricht dem allgemeinen Trend der Ablösung der CD durch den Musikkonsum im Internet. Das digitale Geschäft erzielte CHF 235 Mio. (94% des Gesamtumsatzes), wovon der Anteil des Streamingmarktes CHF 226.2 Mio. (91% des Gesamtmarktes) beträgt.

Seit 2013 erlebt der Vinyl-Verkauf eine Steigerung. Im Jahr 2021 brachte Vinyl einen Umsatz von CHF 4.8 Mio. (2% des Gesamtmarktes) ein. Ein höherer Umsatz wurde mit Vinyl letztmals 1991 erzielt. Seit 2022 stagniert der Umsatz bei rund CHF 4.5 Mio.

MARKET SHARE BY SECTOR 2024



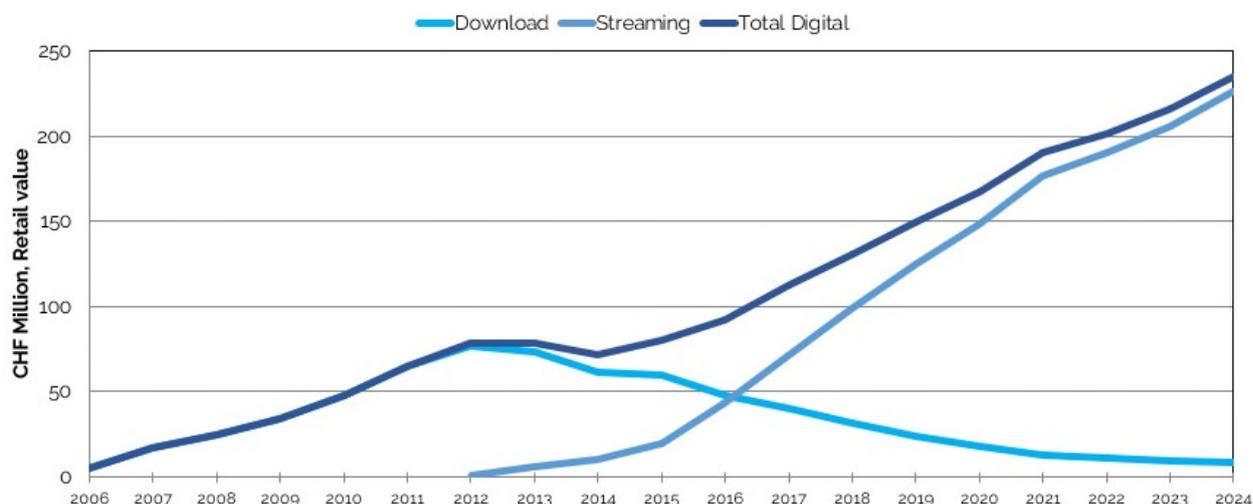
RECORDED MUSIC REVENUES, 1980-2024



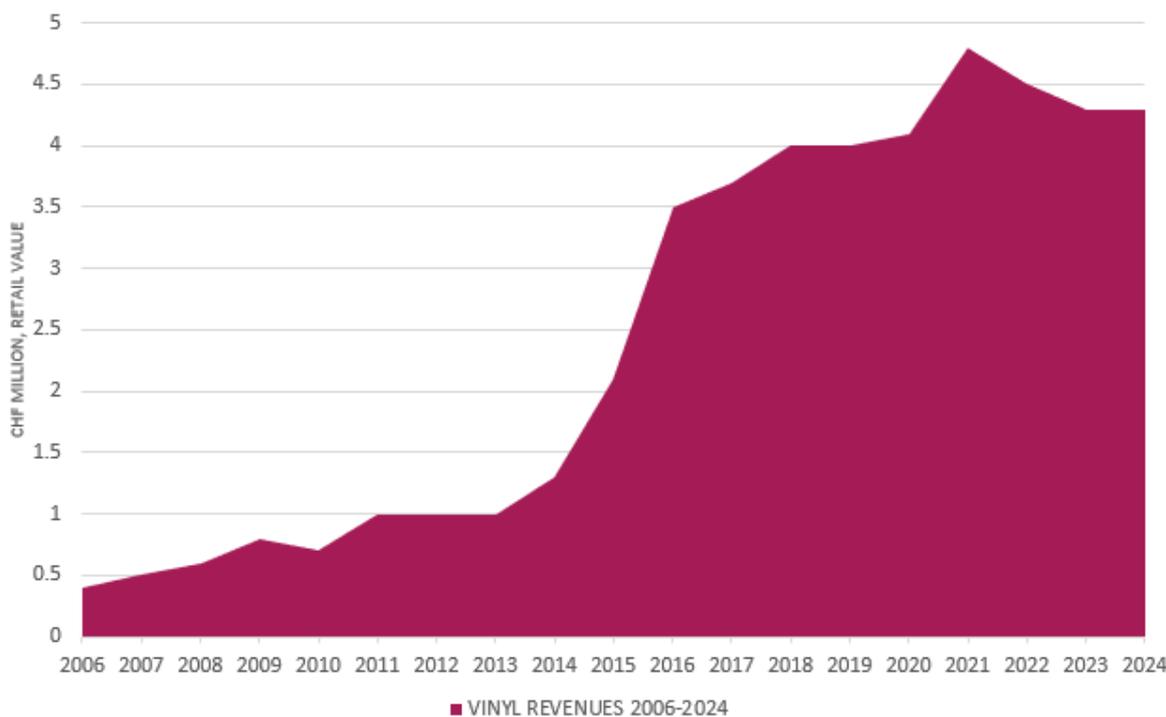
¹ IFPI Schweiz, Medienmitteilung 2025



DIGITAL MARKET, 2006-2024



VINYL REVENUES, 2006-2018



Seit 2013 erlebt der Vinyl-Verkauf eine Steigerung. Im Jahr 2021 brachte Vinyl einen Umsatz von CHF 4.8 Mio. (2% des Gesamtmarktes) ein. Ein höherer Umsatz wurde mit Vinyl letztmals 1991 erzielt. Seit 2022 stagniert der Umsatz bei rund CHF 4.5 Mio.



Arbeitsauftrag	Die SuS lesen den Hintergrundtext aufmerksam durch. In einem zweiten Schritt werden Vor- und Nachteile verschiedener Musikquellen aufgelistet und diskutiert. Sie erhalten zum Abschluss eine Liste mit den legalen Musikanbietern und machen sich unter Verwendung des Internets bzw. durch Erfahrungsberichte ein Bild davon.
Ziel	Internet, Live, Radio, physische Tonträger Die SuS <ul style="list-style-type: none">• wissen, wie Musik ins Radio kommt und welche Regelungen. (Wiedergaberecht, -frist etc.) eingehalten werden müssen.• kennen die Risiken, die bei Live-Shows für MusikerInnen und Fans bestehen.• kennen die legalen Musikangebote des Internets.• erkennen trotz Digitalisierung den weiterbestehenden Wert von CDs und Vinyl
Lehrplanbezug	<ul style="list-style-type: none">• MI.1.1: Die Schülerinnen und Schüler können sich in der physischen Umwelt sowie in medialen und virtuellen Lebensräumen orientieren und sich darin entsprechend den Gesetzen, Regeln und Wertesystemen verhalten.• MU.2.C.1: Die Schülerinnen und Schüler können verschiedene Bedeutungen, Funktionen sowie emotionale und physische Wirkungen von Musik in ihrem Umfeld, in der Gesellschaft und in den Medien erfassen.
Material	<ul style="list-style-type: none">• Blatt «Hintergrundinformationen»• Arbeitsblatt «Musik hören»• Liste mit legalen Musikanbietern• Computer/Internet
Sozialform	EA Plenum
Zeit	45`



Musik hören



Aufgabe

Einzelarbeit: Lies den Text durch und überlege dir danach, welche Musikquellen für dich am geeignetsten sind. Wie hörst du Musik, durch welche Quellen hast du bisher Musik mehrheitlich erlebt?



Diskussion

Im Plenum: Musik durch Internet, Radio, Live-Events, CDs/Vinyl: Welche Vor- und Nachteile ergeben sich durch die verschiedenen Konsum- und Erlebnisarten von Musik? Welche Erfahrungen habt ihr damit gemacht?



Aufgabe

Einzelarbeit: Gibt es auf der Liste der Download- und Streamingplattformen ein oder mehrere Angebot(e), die du selber nutzt? Falls ja, würdest du die Plattform/App weiterempfehlen? Warum? Falls nein, welche Möglichkeiten/Plattformen nutzt du sonst, um Musik zu hören?

Geistiges Eigentum – Ideen sind etwas wert

Musik hören

Hintergrundinformationen



Die Wiedergabe von Musik in der Öffentlichkeit begegnet uns in vielen Alltagssituationen. Im Radio und Fernsehen, bei Konzerten und Veranstaltungen, aber auch in Diskotheken, Bars oder als Hintergrundmusik in Restaurants und Warenhäusern wird Musik eingesetzt. Verschiedene Verwertungsrechte sind bei diesen Nutzungen betroffen: **Aufführungsrecht** (z.B. bei Konzerten und öffentlichen Veranstaltungen); **Wiedergaberecht** (z.B. in Diskotheken, Bars, Restaurants); **Senderecht** in Radio und Fernsehen; **Vervielfältigungsrecht** (wenn die Sendung oder öffentliche Wiedergabe von einer Kopie erfolgt).

Die Ansprüche der Urheber und Leistungsschutzberechtigten für diese Massennutzungen werden in der Regel von Verwertungsgesellschaften wahrgenommen. Voraussetzung dafür ist die Mitgliedschaft des Rechteinhabers bei einer Verwertungsgesellschaft. Die Verteilung der Einnahmen der Verwertungsgesellschaften tragen zum Lebensunterhalt von Kreativen und Kunstschaffenden sowie zum wirtschaftlichen Ertrag von Verlagen und Labels bei.

Radio¹

Radiostationen sind für die Labels ein bedeutsamer Bestandteil des «Bekanntmachungsinstruments» für Songs. Durch das Radio erlangen neue Songs in kürzester Zeit einen hohen Bekanntheitsgrad.

Wer das Radio einschaltet, entscheidet sich dafür, in diesem Moment betreffend Musikangebot offener zu sein. Will man bestimmte Songs hören, wird man kaum das Radio dafür benutzen und warten wollen, bis sie endlich gespielt werden, falls sie denn überhaupt gespielt werden. Eine Auswahl von verschiedenen Radiosendern steht zur Verfügung, und damit eine Wahl zwischen verschiedener Musik. Jedoch kann man sich nur für verschiedene Musikrichtungen und nicht für einzelne Songs entscheiden. Das bedeutet man kann einen Radiosender abspielen, der nur Hip-Hop bringt, kann aber nicht auswählen welcher Hip-Hop-Song abgespielt wird. Wer also Radio hört, nimmt die Einschränkung und die (unbekannte) Vorbestimmtheit der Songs in Kauf. Auf der anderen Seite erfährt man gerade dadurch, was gerade «in» ist, kann sich von neuer Musik überraschen lassen und Songtipps erhalten.

Wie gelangen Songs aber überhaupt ins Radio? Wer entscheidet darüber, welche Musik im Radio wiedergegeben wird?

Dafür sind die Musikredaktionen der Radiosender zuständig. Sie besitzen die Entscheidungsmacht darüber, welche Songs und Sänger oder Bands im Radio gespielt werden. Dies wird in sogenannten „Listening Sessions“ gemacht, bei denen sich die jeweilige Musikredaktion Songs anhört und bewertet. Dabei wird nicht nur die Qualität der Musik geprüft oder ob der Song begeistern kann, sondern auch, ob diese ins

¹ Inhalte bzw. Ideen teilweise aus: <http://www.murphyslaw.ch/musicbiz/radio.htm>

Musik hören

Hintergrundinformationen



jeweilige Programm des Radiosenders passt. Jede *Radiostation hat Vorgaben* in Sachen Musikauswahl und -stil, entsprechend ihres Ziel- und Stammpublikums.

Zusätzlich ist es wichtig, dass der Song sich abgrenzen kann von anderen Musikstücken, das heisst, er sollte einen Wiedererkennungswert besitzen. Das ist nicht nur für die Stationen von zentraler Bedeutung, sondern es ist auch im Interesse der Musiker, da wiedererkennbare Songs im Radio länger „überleben“.

In die Auswahl der Musikredaktion fliessen auch *Vorgaben der Musikindustrie*. Labels bemustern die Radiostationen mit verschiedenen Songs, die sie gerne in der sogenannten «Heavy Rotation» (Auswahl an Songs die mehrmals pro Tag und zu Hauptsendezeit gespielt werden) hätten. Von dieser Auswahl kann die Redaktion selber auswählen, welche Songs sie speziell pushen möchten.

Die Radiostationen und die Labels sind massgebend voneinander abhängig: Die Radios spielen die gewinnbringenden Hits, als Gegenleistung erhalten sie von den Labels die Tonträger, eine Vorauswahl und die PR-Informationen zur Verfügung. Wenn das nicht so wäre, müsste ein Radiosender sämtliche aktuelle Musik selbst kaufen, alles durchhören, beurteilen und sich zusätzlich die Hintergrundinformationen beschaffen. Dies ist aber für den Sender über längere Zeit nicht realisierbar aufgrund des zu grossen Aufwands.

Natürlich ist für die Musikauswahl auch zentral, dass im Radio gespielt wird, *was die Radiohörer mögen*. Die meisten Leute wollen neben dem aktuellen Mainstream auch andere Songs im Radio hören. Dies zeigt sich oft, wenn «Wunschkonzert» ist, bei welchem sich Hörer Songs wünschen können. Die Musik im Radio ist während diesen Sendungen anders und auch ältere oder unbekanntere Hits werden dann gespielt. Die Auswahl an gespielten Songs entspricht meist nicht der Interessen der Labels. Hier liegt die Schwierigkeit des Auswahlprozesses: Eine Playlist zusammenzustellen, die allen gerecht wird. Das ist die Aufgabe von Musikredaktionen.

Damit auch Nachwuchsmusiker die Chance haben im Radio gespielt zu werden, gibt es eigens dafür Plattformen (z.B. „Best Talent“ bei SRF3). Um davon profitieren zu können, muss eine Demo-Version der eigenen Musik an die Redaktion geschickt werden. Eine andere Variante besteht darin, sich entdecken zu lassen, indem dafür vorgesehene Plattformen zur Präsentation der eigenen Musik genutzt werden.



Live-Auftritte und Shows

Eine weitere Möglichkeit für Labels und Bands, um die Bekanntheit ihrer Songs zu vergrößern, sind Live Auftritte und Shows. Auch hier gibt es für Musiker sowie für die Fans Vor- und Nachteile. Auf der einen Seite erhalten die Künstler für ihre Auftritte eine Gage. Diese kann pauschal ausfallen oder sich an den Einnahmen aus Ticketverkäufen und Marketing orientieren. Hier versteckt sich auch schon das erste Risiko für die Künstler: Wird für eine Veranstaltung eine flexible Entlohnung vereinbart, welche sich an den Ticketeinnahmen orientiert, kann diese bei schlechten Verkaufszahlen (sehr) tief ausfallen.

Musikshows können live ein tolles Erlebnis für die Zuschauer darstellen und die Möglichkeit bieten, Musik und Musiker von einer anderen Seite kennenzulernen. Auf der anderen Seite birgt der Kauf einer Eintrittskarte für die Fans auch das Risiko, vom Dargebotenen enttäuscht zu werden. Ausserdem besteht bei einem Kauf auch das Risiko, dass ein Konzert aufgrund verschiedener Umstände (Krankheit, Unwetter bei einem Openair, usw.) ausfällt und die Tickets im schlimmsten Falle verfallen.

Die Künstler respektive die Verantwortlichen müssen des Weiteren sicherstellen, dass sie für die gespielte Musik im Besitz des entsprechenden Aufführungsrechtes sind. Es ist aber beispielsweise immer möglich an einem Konzert ein Lied eines bekannten Rockstars wiederzugeben (zu covern), sofern dieser entsprechend Geld für die Benutzung seines Werks erhält.

Download- und Streamingplattformen

Eine weitere Möglichkeit, in den Genuss seiner bevorzugten Musik zu gelangen, bieten sogenannte Download- und Streamingplattformen. Hier kann der gewünschte Titel oder Interpret bequem über das Internet gesucht und die entsprechende Musik gehört werden.

Bei den Downloadplattformen wird der Titel, wie der Name bereits verrät, heruntergeladen und lokal auf dem Gerät (z. B. Smartphone, Laptop, Tablet) gespeichert. So steht er anschliessend jederzeit und beliebig oft zur Verfügung. Je nach Anbieter wird pauschal (z. B. über eine Monatsgebühr) oder pro Song bezahlt. Achtung: Kostenlose Downloadplattformen sind oft illegal, da Musik dort ohne die entsprechenden Berechtigungen angeboten wird.

Streamingdienste bieten verschiedene Sendungen, Lieder und Alben an, welche direkt ab der entsprechenden Homepage oder dem entsprechenden Programm angehört werden können. Hier werden die Inhalte nicht heruntergeladen und gespeichert. Auch hier gibt es verschiedene Varianten und Modelle, was die Nutzung und Finanzierung angeht. In den meisten Fällen bezahlt man eine Monatsgebühr oder bezahlt nichts, muss sich aber alle paar Minuten Werbung anhören.



Physische Tonträger (CDs, Vinyl)

Neben den angesprochenen Möglichkeiten des digitalen Musikkonsums besteht auch die Möglichkeit, Musik auf physischen Tonträgern zu erwerben. In den meisten Warenhäusern findet man eine Musikabteilung, in welcher CDs verschiedenster Stilrichtungen angeboten werden. Vinylplatten, auch Langspielplatten genannt, werden hingegen in erster Linie in spezialisierten Musikgeschäften oder Secondhandläden verkauft. Nicht wenige Musikliebhaber bevorzugen physische Tonträger, da sich Tonqualität und Klang deutlich von einer Musikdatei unterscheiden.

Abgesehen davon gibt es noch weitere Aspekte, welche für CDs oder Langspielplatten sprechen. So können CDs und Langspielplatten weitergegeben, vererbt oder weiterverkauft werden. Dies ist bei Download- und Streamingangeboten nicht möglich.

Eine Plattensammlung wandert so oft von Generation zu Generation weiter.

Des Weiteren können Songs, welche heute noch auf einer Streamingplattform verfügbar sind, morgen verschwunden sein. Im extremeren Fall kann sogar die Streaming- oder Downloadplattform selbst verschwinden, beispielsweise im Falle eines Konkurses, rechtlicher Einschränkungen oder zu geringer Nachfrage. Die Beständigkeit spricht hier ebenfalls für die physischen Tonträger.



Um sicher zu sein, dass du deine Musik auf einem **legalen Weg** beziehst, findest du auf der nächsten Seite eine Auflistung mit verschiedenen Streaming- und Downloadangeboten aus der Schweiz, welche erlaubt sind.

Legale Download- und Streamingplattformen in der Schweiz³

Subscription Streaming Audio

- Apple Music <https://www.apple.com/chde/apple-music/>
- BeatportLink <https://stream.beatport.com/>
- Deezer <https://www.deezer.com/de/offers/premium>
- Highres Audio <https://www.highresaudio.com/de>
- Huawei Music <https://consumer.huawei.com/ch/mobileservices/>
- IDAGIO <https://app.idagio.com/de/discover>
- Napster <https://www.napster.com/ch/>
- Naxos <https://www.naxosmusiclibrary.com/login>
- Qello <https://qello.com/>
- Qobuz <https://www.qobuz.com/ch-de/discover>
- Soundcloud Go <https://checkout.soundcloud.com/go?ref=t1033>
- Spotify <https://www.spotify.com/de/premium/>
- Tidal <https://tidal.com/>
- YouTube Music <https://www.youtube.com/musicpremium>

Ad-Funded Streaming Audio

- Deezer <https://www.deezer.com/de/offers/free>
- MTV <https://www.mtv.de/>
- mx3 <https://mx3.ch/>
- Soundcloud <https://soundcloud.com/>
- Spotify <https://www.spotify.com/ch-de/free/>
- YouTube Music <https://music.youtube.com/>

Download Services

- 7digital <https://de-ch.7digital.com/>
- Amazon (mp3) <https://www.amazon.de/MP3-Musik-Downloads/>
- Bandcamp <https://bandcamp.com/>
- djshop <https://www.djshop.de/de/home/1>
- HD Tracks <https://www.hdtracks.com/>
- iTunes <https://www.apple.com/chde/itunes/>
- Linn <https://www.linnrecords.com/>
- Presto Music <https://www.prestomusic.com/classical>
- Qobuz <https://www.qobuz.com/ch-de/shop>
- Highres Audio <https://www.highresaudio.com/de>

³ IFPI Schweiz: <https://www.ifpi.ch/musik-und-urheberrecht/liste-legaler-musikdienste/>



Arbeitsauftrag	<p>Möglicher Einstieg: Abspielen eines Musikstückes / Werkes, welches von KI komponiert, verfasst oder verfremdet wurde.</p> <p>Die SuS befassen sich anhand eines Blog-Beitrages zu Kreativität und künstlicher Intelligenz mit dem Thema auseinander.</p> <p>Durch dazugehörige Fragen werden die Inhalte überprüft, hinterfragt und analysiert.</p> <p>Die Lösungen und insbesondere die Diskussionsresultate (eigene Vorschläge zur Regulierung von KI) können anschliessend im Plenum diskutiert und verglichen werden.</p>
Ziel	<p>Die SuS setzen sich kritisch mit dem Thema auseinander und verstehen die Bedeutung von KI für die Musikbranche, ihre Vorteile und Herausforderungen sowie die Rolle des Urheberrechts.</p>
Lehrplanbezug	<ul style="list-style-type: none">• MI.1.1: Die Schülerinnen und Schüler können sich in der physischen Umwelt sowie in medialen und virtuellen Lebensräumen orientieren und sich darin entsprechend den Gesetzen, Regeln und Wertesystemen verhalten.• MU.2.C.1: Die Schülerinnen und Schüler können verschiedene Bedeutungen, Funktionen sowie emotionale und physische Wirkungen von Musik in ihrem Umfeld, in der Gesellschaft und in den Medien erfassen.
Material	<ul style="list-style-type: none">• Text «Kreativ sein in Zeiten künstlicher Intelligenz»• Arbeitsblätter• Lösungsvorschläge
Sozialform	<p>EA PA Plenum</p>
Zeit	<p>45`</p>



Kreativität und künstliche Intelligenz in der Musikbranche

Künstliche Intelligenz (KI) spielt eine immer grössere Rolle in der Kreativbranche, insbesondere in der Musikindustrie. Sie kann Musik komponieren, Sounds erzeugen oder bestehende Aufnahmen verbessern.

Doch was bedeutet das für Künstlerinnen und Künstler?

Wie beeinflusst KI die Kreativität und das Urheberrecht?



Aufgabe

Lies den Text «Kreativ sein in Zeiten künstlicher Intelligenz - Widerspruch oder Symbiose?» genau durch und löse die Aufgaben dazu.

Wann ist für dich etwas «kreativ»? Verfasse eine eigene Definition mit konkreten Beispielen von kreativen Personen, Projekten, Ideen usw.

.....

.....

.....

.....

Wie wird KI in der Musikbranche eingesetzt? Erstelle eine entsprechende Aufzählung.

.....

.....

.....

.....

Was gehört zusammen? Verbinde die Sätze korrekt.

Um an möglichst viele Daten zu gelangen, werden Rechte verletzt, aber auch Einnahmen für die Künstler:innen gehen verloren.
Werden Werke und Aufnahmen, aber auch die Stimmen von Interpret:innen ungefragt verwendet ist noch ungeklärt. Dies spricht ebenfalls für eine Deklarationspflicht.
Ob KI-generierte Musik bei den Konsument:innen ankommen hat dies Vorzüge, bringt aber auch Herausforderungen mit sich.
Wird KI in der Musikbranche eingesetzt, verwenden KI-Apps regelmässig auch Daten ohne Zustimmung der Eigentümer:innen.



Was stimmt? Kreuze die korrekte Antwort(en) an.

Was schützt das Urheberrechtsgesetz genau?

- Musiktexte von Songwriter:innen
- Lieder von Interpret:innen
- Filme in Musikvideos
- Bilder auf den Hüllen von Tonträgern (z. B. CDs, Vinyl-Platten usw.)
- Frisuren von Sänger:innen

Was ist das Problem, wenn KI-Systeme Daten aus dem Internet nutzen und analysieren?

- Das Internet verfügt über zu viele Daten, so dass die KI-Systeme schnell überlastet sind.
- Teilweise werden Daten genutzt, ohne dass die Inhaber dies wissen oder zugestimmt haben.
- KI-Systeme verstehen nur Englisch und können mit anderssprachigen Inhalten nichts anfangen.
- KI-Systeme können keine Noten lesen und daher auch keine Lieder analysieren.

Welche Aussage stimmt?

- Wenn ein KI-System ein Lied komponiert, ist dieses anschliessend urheberrechtlich geschützt.
- KI dürfen für ihre Kreationen frei auf alle Inhalte im Internet zugreifen.
- Wird ein Werk von einem KI-System entwickelt, muss dies eindeutig gekennzeichnet sein.
- Arbeiten KI und Menschen gemeinsam an einem Werk (z. B. ein Lied), ist dieses anschliessend urheberrechtlich geschützt.



Diskussion

Diskutiert zu zweit, wie eine sinnvolle Regelung für KI und Musikbranche formuliert werden könnte. Schreibt eure Vorschläge auf die Linien unten.

.....

.....

.....

.....

.....

.....

.....

.....

Geistiges Eigentum – Ideen sind etwas wert

Kreativität und künstliche Intelligenz

Lösungen



Anregung, wie die Aufgabe gelöst werden könnte

Wann ist für dich etwas «kreativ»? Verfasse eine eigene Definition mit konkreten Beispielen von kreativen Personen, Projekten, Ideen usw.

Kreativität bedeutet für mich die Fähigkeit, neue und originelle Ideen zu entwickeln und diese auf eine innovative Weise umzusetzen. Kreative Menschen kombinieren oft Bestehendes auf ungewohnte Weise oder erfinden völlig Neues.

Beispiele:

- **Nemo:** Die Mischung verschiedener Musikstile in „The Code“ und die beeindruckende Performance machten den Song einzigartig.
- **Banksy:** Seine Street-Art verbindet gesellschaftskritische Botschaften mit künstlerischem Ausdruck.
- **LEGO:** Die Baukästen bieten unendlich viele Möglichkeiten zur kreativen Gestaltung.

Wie wird KI in der Musikbranche eingesetzt? Erstelle eine entsprechende Aufzählung.

- **Songwriting:** KI generiert Melodien, Texte oder Akkordfolgen.
- **Klangdesign & Arrangement:** KI hilft bei der Erstellung neuer Sounds oder verbessert bestehende Kompositionen.
- **Studioproduktion:** KI-gestützte Programme mischen und mastern Musikstücke.
- **Restauration alter Aufnahmen:** Beispiel: „Now And Then“ von den Beatles wurde mit KI-Technologie überarbeitet.
- **Verwaltung von Metadaten:** KI hilft Labels und Streaming-Diensten, Musik korrekt zu kategorisieren.
- **Optimierung der Streaming-Daten:** KI analysiert Hörverhalten, um personalisierte Playlists zu erstellen.
- **Simulation von Künstlerstimmen:** KI kann Stimmen von Sänger:innen imitieren (z. B. „Fake-Songs“ mit den Stimmen von Drake & The Weeknd).

Was gehört zusammen? Verbinde die Sätze korrekt.

Um an möglichst viele Daten zu gelangen, ...	<i>... verwenden KI-Apps regelmässig auch Daten ohne Zustimmung der Eigentümer:innen.</i>
Werden Werke und Aufnahmen, aber auch die Stimmen von Interpret:innen ungefragt verwendet ...	<i>... werden Rechte verletzt, aber auch Einnahmen für die Künstler:innen gehen verloren.</i>
Ob KI-generierte Musik bei den Konsument:innen ankommen ...	<i>... ist noch ungeklärt. Dies spricht ebenfalls für eine Deklarationspflicht.</i>
Wird KI in der Musikbranche eingesetzt, ...	<i>... hat dies Vorzüge, bringt aber auch Herausforderungen mit sich</i>

Was stimmt? Kreuze die korrekte Antwort(en) an.

Was schützt das Urheberrechtsgesetz genau?

- Musiktexte von Songwriter:innen
- Lieder von Interpret:innen
- Filme in Musikvideos
- Bilder auf den Hüllen von Tonträgern (z. B. CDs, Vinyl-Platten usw.)
- Frisuren von Sänger:innen

Geistiges Eigentum – Ideen sind etwas wert

Kreativität und künstliche Intelligenz

Lösungen



Was ist das Problem, wenn KI-Systeme Daten aus dem Internet nutzen und analysieren?

- Das Internet verfügt über zu viele Daten, so dass die KI-Systeme schnell überlastet sind.
- Teilweise werden Daten genutzt, ohne dass die Inhaber dies wissen oder zugestimmt haben.
- KI-Systeme verstehen nur Englisch und können mit anderssprachigen Inhalten nichts anfangen.
- KI-Systeme können keine Noten lesen und daher auch keine Lieder analysieren.

Welche Aussage stimmt?

- Wenn ein KI-System ein Lied komponiert, ist dieses anschließend urheberrechtlich geschützt.
- KI dürfen für ihre Kreationen frei auf alle Inhalte im Internet zugreifen.
- Wird ein Werk von einem KI-System entwickelt, muss dies eindeutig gekennzeichnet sein.
- Arbeiten KI und Menschen gemeinsam an einem Werk (z. B. ein Lied), ist dieses anschließend urheberrechtlich geschützt.



Diskussion

Diskutiert zu zweit, wie eine sinnvolle Regelung für KI und Musikbranche formuliert werden könnte. Schreibt eure Vorschläge auf die Linien unten.

Mögliche Vorschläge

- *KI-entwickelte Werke müssen als solche gekennzeichnet werden.*
- *Die Nutzung urheberrechtlich geschützter Werke für das Training von KI darf nur mit Zustimmung der Rechteinhaber:innen erfolgen.*
- *Künstler:innen müssen fair entlohnt werden, wenn ihre Musik oder Stimme von KI genutzt wird.*
- *KI darf nicht dazu eingesetzt werden, menschliche Kreativität zu ersetzen, sondern soll sie ergänzen.*
- *Fake-Songs und Fake-Streams müssen reguliert werden, um eine faire Musikindustrie zu gewährleisten.*



Kreativ sein in Zeiten künstlicher Intelligenz – Widerspruch oder Symbiose?

Was sind die Dos und Don'ts innerhalb der Schweizer Musikbranche?

Text: Nicolai Bleskie, IFPI Schweiz

Was ist Kreativität?

Nemos «The Code», Winner des Eurovision Song Contests 2024, würdigten viele als kreativ. **Aber was heisst Kreativität?**

Kreativität empfinden alle anders. Gemeint sind im Allgemeinen die schöpferische Kraft, der Einfallsreichtum, das kreative (Vorstellungs-)Vermögen; kurzum die Fähigkeit neuer Ideen. Bei Nemo war es wohl die originelle Mischung von Musik-Genres, kombiniert mit der atemberaubenden Performance.



Nicht von ungefähr kommt die Bezeichnung **Kreativbranche**, welche nebst Musik auch Literatur, Kunst, Schauspielerei, Gaming und vieles andere mehr umfasst. Das Beispiel im Duden für Kreativität lautet denn auch: «ein Künstler von grosser Kreativität». Der Bezug zum Menschen ist dabei eine Selbstverständlichkeit bzw. traditionell im Begriff der Kreativität enthalten.

In der **Sprachwissenschaft** wird Kreativität anders definiert: Es beschreibt die Fähigkeit, von endlichen sprachlichen Mitteln einen unendlichen Gebrauch zu machen. Aus beschränkten Wortzeichen bzw. der Sprache werden originelle Kombinationen geschaffen, die uns im Idealfall als kreative Meisterwerke erscheinen. Bei KI ist es nicht anders: Sie basiert auf mathematisch-statistischen Parametern, welche aus einer Datenbasis nahezu unbegrenzte Outputs generieren können.

Was ist KI?

Zwar ist es schon schwierig genug, menschliche Intelligenz zu definieren. Der Begriff «Künstliche Intelligenz» verrät uns aber bereits einiges, was dahintersteckt. Es ist die künstliche, technologisch-maschinelle Befähigung, **menschlich-natürliche Intelligenz nachzuahmen**. Eine künstliche Intelligenz eben. Sie basiert auf Rechenleistung, Algorithmen und Daten, die das Programm bereits im Vorfeld eingespeist erhält und/oder laufend aus der Umgebung aufnimmt.

Für KI gilt: **Je grösser und besser die Datenbasis, desto genauer ist das gewollte Ergebnis**. Wie beim Menschen ist diese Intelligenz der Schlüssel zu Lernen, Denken, Planen und allen voran Kreativität.

Geistiges Eigentum – Ideen sind etwas wert

Kreativität und künstliche Intelligenz

Arbeitsunterlagen



KI als Freund und Helfer für die Kreativbranche...

KI ist ein geschätzter **Freund und Helfer im kreativen Prozess**. Musik, Journalismus, Literatur, Fotografie, Gaming und viele andere mehr: Es ist eine lange Liste von Bereichen, in denen KI der Kreativbranche zur Seite steht.

Einsatz-Beispiele in der Musikwirtschaft sind z.B. Songwriting, Klangdesign, Arrangement, Studioproduktion, Restauration von Aufnahmen (man denke an das jüngste Beispiel „Now And Then“ von den Beatles), Verwaltung der Metadaten von Aufnahmen und Werken (Musiklabels, Verwertungsgesellschaften), Optimierung der Datenqualität usw.

Technische Innovation, Zeitersparnis und spielerisch anmutende Input-, Entwicklungs- und Optimierungsmöglichkeiten finden selbstredend grossen Anklang bei den Kreativen.

Es gibt jedoch auch berechtigte **Zweifel und Widerstände** gegenüber der neuen Technologie, die auch mit der aufgeführten Unterscheidung der verschiedenen KI-Arten (assistierend, generativ) zu tun hat.

... und bereitet ebenso Kopferbrechen



So toll manche Tools auf den ersten Blick erscheinen mögen – oftmals basieren ihre erstaunlichen Ergebnisse leider auf massenhaften **Rechtsverletzungen**. Teilweise bestehen überdies Ängste, bei deren Verwendung die menschlich-kreative Kontrolle zu verlieren. Da Quantität und Qualität der Datenbasis entscheidend für den generierten Output sind, werden für KI-Applikationen regelmässig Inputs ohne Einwilligung der Rechteinhaber:innen verwendet. Genau deswegen muss immer ihr Einverständnis eingeholt werden.

In der Musikbranche stellen solche Daten namentlich Werke und Aufnahmen dar. Es werden nicht nur die Rechte der Urheber:innen und Produzent:innen verletzt, sondern bzgl. Stimme auch die Persönlichkeit der Interpret:innen.

Offen ist, inwieweit Konsument:innen für rein KI-generierte Werke empfänglich sind. Bauen wir zu unseren Stars nicht eine Art Beziehung auf? Berühren uns Songs nicht wegen der Emotionen, die auf das Menschsein zurückgehen? Sollten wir aus solchen Gründen nicht erfahren dürfen, ob ein Produkt KI-generiert ist? Ansonsten können sich die Konsument:innen getäuscht vorkommen. Man denke nur an die vielen **Deepfakes** in verschiedensten Bereichen der Kreativbranche. Wellen schlagendes jüngstes Beispiel aus der Musikszene sind die KI-Vocals, die suggerierten, Drake und The Weeknd zu sein.

Und wollen wir rein KI-generierte Musik als Konkurrenz zu menschlich geschaffener Musik und so die Einnahmen zulasten der kreativen Menschen verkleinern?

All dies sind nur wenige von ganz vielen Fragen. Bereits diese kleine Auswahl zeigt eindrücklich, dass KI nicht nur Vorzüge, sondern auch grosse Herausforderungen mit sich bringt.

Geistiges Eigentum – Ideen sind etwas wert

Kreativität und künstliche Intelligenz

Arbeitsunterlagen



Was ist rechtlich geschützt?

Unser Urheberrechtsgesetz (URG) schützt geistige **Schöpfungen, die einen individuellen Charakter** haben. Das können **Texte, Musik, Filme, Bilder oder Fotos** sein. In der Musikbranche knüpfen daran u.a. die Rechte der Songwriter:innen, Interpret:innen als ausübende Künstler:innen und Labels als Hersteller:innen der Ton- oder Tonbildträger.

KI und das Urheberrecht: Wo liegen die Probleme?

KI arbeitet häufig mit riesigen Mengen an Daten. Dazu gehören auch urheberrechtlich geschützte Werke bzw. Aufnahmen von Musikstücken, die KI-Programme analysieren, um daraus neue Inhalte zu generieren.

Das Problem? **Oft wissen die Rechteinhaber:innen nicht, dass ihre Werke von KI-Systemen genutzt werden.** Und es gibt keine klare Regelung, die vorschreibt, dass Unternehmen, die KI entwickeln, diese Verwendung offenlegen müssen.

Wer hat das Sagen – Mensch oder Maschine?

Wichtiger Punkt im Urheberrecht ist die Frage, wer die Kontrolle über die Werke hat. Bei KI-generierten Inhalten gilt: **Solange ein Werk ausschliesslich von einer Maschine erschaffen wurde, genießt es keinen urheberrechtlichen Schutz.** Das bedeutet, dass diese Inhalte frei genutzt werden können. Anders sieht es aus, wenn menschliche Schöpfung mit im Spiel ist – dann greifen die Urheberrechte.

Das stellt Unternehmen, die KI-Systeme entwickeln, vor ein Dilemma. Auf der einen Seite wollen sie **so viele Daten wie möglich nutzen**, um ihre KIs zu verbessern. Auf der anderen Seite müssen sie sicherstellen, dass sie die **Rechte der Urheber nicht verletzen.**

Transparenz und Ethik: Ein offenes Thema

Eines der grössten Probleme ist die **fehlende Transparenz.** Weder Rechteinhaber:innen noch Konsument:innen wissen oft, ob ein KI-generierter Inhalt auf urheberrechtlich geschütztem Material basiert. Das erschwert die Rechtsdurchsetzung und stellt das Vertrauen auf die Probe. Viele Menschen sind skeptisch gegenüber KI, und diese Intransparenz verstärkt die Unsicherheit.



Hinzu kommen ethische Fragen: **Soll es Pflicht sein, zu kennzeichnen, ob ein Werk von KI oder einem Menschen stammt?** Welche Verantwortung tragen Unternehmen, die KI entwickeln und vermarkten?

Text (gekürzt und stellenweise vereinfacht): ifpi Schweiz, Nicolai Bleskie

<https://www.ifpi.ch/post/kreativ-sein-in-zeiten-k%C3%BCnstlicher-intelligenz-widerspruch-oder-symbiose>

Bilder: www.pixabay.com



Arbeitsauftrag	Die SuS folgen ihren Interessen und bearbeiten besprochene oder damit zusammenhängende Aspekte und Themen. Anschliessend werden Forschungsfrage(n) und Ergebnisse präsentiert.
Ziel	Verfolgung individueller Interessen Die SuS wählen aus vorgegebenen Fragen oder erstellen eigene, um bestimmte Aspekte zu vertiefen oder zuvor nicht angesprochene Themen zu behandeln, und versuchen die Antworten darauf selber zu erschliessen, z.B.: <ul style="list-style-type: none">• Wie funktioniert die Hitparade?• etc.
Lehrplanbezug	<ul style="list-style-type: none">• BG.1.1: Die Schülerinnen und Schüler können bildnerische Prozesse und Produkte dokumentieren, präsentieren und darüber kommunizieren.• MI.1.2: Die Schülerinnen und Schüler können Medien und Medienbeiträge entschlüsseln, reflektieren und nutzen.• MI.1.3: Die Schülerinnen und Schüler können Gedanken, Meinungen, Erfahrungen und Wissen in Medienbeiträge umsetzen und unter Einbezug der Gesetze, Regeln und Wertesysteme auch veröffentlichen.• MI.1.4: Die Schülerinnen und Schüler können Medien interaktiv nutzen sowie mit anderen kommunizieren und kooperieren.
Material	<ul style="list-style-type: none">• Arbeitsblatt «Forschungsfragen»• Computer/Internet
Sozialform	EA / PA / GA Plenum
Zeit	individuell



Forschungsfragen

Aufgabe



Wir haben bisher Vieles gelesen, gesehen und besprochen. Wurde deiner Meinung nach etwas vergessen, zu wenig ausführlich behandelt oder unverständlich vermittelt? Folge deinen Interessen und Fragen und wähle dementsprechend (oder aus unten vorgeschlagenen Fragen) aus, was du gerne näher betrachten und bearbeiten möchtest. Die Form der Bearbeitung und Gestaltung, und ob alleine oder in Zusammenarbeit, ist dir überlassen. Wer gerne möchte, darf am Schluss die eigenen Ergebnisse präsentieren.

Mögliche Forschungsfragen:

- Hitparaden/Charts: Wie entstehen sie?
- Musikstudium: Welche Möglichkeiten eröffnen sich dadurch?
- Welche Berufe gibt es in der Musikbranche?
- Ghostwriting: Ein Problem, ein Tabu? Weit verbreitet?
- ...