

DER LETZTE MOHIKANER

Professionelle Musiker wie Reto Burrell kämpfen gegen illegale Downloads und geraten damit in der Schweiz in Teufels Küche

VON BARNABY SKINNER (TEXT),
FRANCA PEDRAZZETTI (FOTO)

Der Musiker Reto Burrell schaut aus dem Fenster des ehemaligen Schulhauses in Wolfenschiessen auf das schöne untere Engelbergertal. Hier hat der 39-Jährige seine Musikwerkstatt eingerichtet. Eine heile Rockwelt. Links stehen diverse Gitarrenverstärker. Rechts an der Wand lehnen sieben elektrische Gitarren. Nur ein Buch auf dem Tisch in der Sofaecke verrät, dass wir uns im 21. Jahrhundert befinden. Auf dem Deckel steht: «Kultur digital».

Der eine oder andere wird sich über diese Lektüre wundern. In den letzten Monaten hat sich der Luzerner vor allem einen Namen damit gemacht, vom digitalen Wandel, den die Musikwelt durchmacht, keine Ahnung zu haben. Zumindest nicht in den Augen der Schweizer Webgemeinde.

So betitelte der Internetevangelist Andreas Von Gunten einen Weblog-Eintrag: «Lieber Reto Burrell, Dein Problem sind kaum illegale Downloads.» Gehässiger wurde der Futurist und Musiker Gerd Leonhard aus Basel. Er beschrieb Burrells Verhalten als das «Lamentieren eines Ewiggestrigen». Was hat der Luzerner getan, der auf dem soeben erschienenen Folk-Album «Sunshine & Snow» so sanfte Lieder singt wie «Let the Good Times Sing», um derart in die Schusslinie zu geraten?

Angefangen hat alles mit dem parlamentarischen Postulat der Lausanner SP-Ständerätin Géraldine Savary: «Braucht die Schweiz ein Gesetz gegen das illegale Herunterladen von Musik?» Nein, befand der Bundesrat klipp und klar kurz vor Weihnachten. Ein gesetzgeberischer Eingriff sei weder geboten noch sinnvoll.

«Unsere Arbeit hat einen Wert, man muss das verstehen»

Darauf kursierte unter Musikern ein E-Mail, das dazu aufrief, das Urteil nicht einfach zu schlucken. Der Komponist und Produzent Ben Mühlethaler schrieb: «Wenn ich im Migros einen Apfel klaue, krieg ich Ärger. Wenn uns jemand Hunderte Stunden unseres Schaffens, unserer Leidenschaft runtersaugt, ists scheissegal.»

Tatsächlich ist es so, dass in der Schweiz nur das Anbieten von Musik ohne Einverständnis der Urheber verboten ist. Beim Download gilt: Solange es für den Eigengebrauch ist, kann sich jeder so viel Musik (oder Filme oder Bücher) herunterladen, wie er will. In Resteuropa macht man sich mit dem blossen Download strafbar.

Das Mail von Mühlethaler war der Anstoss für mittlerweile 92 Musiker und Bands von Polo Hofer über Stefanie Heinzmann bis zu den DJs Antoine und Bobo, etwas dagegen zu tun, dass ihre Urheberrechte mit Füssen getreten werden.

Und wie macht man das am besten in der Schweiz? Man gründet einen Verein. Mitte Januar wurde Musikschaffende Schweiz ins Leben gerufen. Burrell sagt: «Irgendjemand hat mich als Präsidenten vorgeschlagen. Ich weiss nicht mehr, wer.» Burrell, der mit Schweizer Mutter und englischem Stiefvater in Luzern aufwuchs (sein leiblicher Vater ist ein Ureinwohner Nordamerikas), kennt alle Facetten des Profi-Musiker-



Reto Burrell: «Es ist unmöglich, mit diesem Modell vom Musikmachen zu leben»

Erstmals gibt der Musikdienst Spotify Auskunft über die Nutzung in der Schweiz

Spotify beansprucht bei seinen Schweizer Nutzern beinahe 20 Prozent der gesamten Mediennutzung.

Schweizer haben seit der Lancierung von Spotify im November 2011 1,8 Millionen Playlists angelegt, wobei jeder User den Dienst im Schnitt pro Tag 82 Minuten nutzt. Zur Einordnung: Das Marktforschungsinstitut Publicadata bezifferte die durchschnittliche Schweizer Mediennutzung auf 450 Minuten pro Tag. Spotify macht bei seinen Usern also gegen 20 Prozent des gesamten Medienkonsums aus. Ein Wert, der in der Werbebranche aufhorchen lassen wird. Dies gab Spotify gegenüber der SonntagsZeitung an. Damit spricht der schwedische Musikdienst erstmals über die spezifische Nutzung in der

Schweiz. Im August folgt eine detailliertere Statistik. Weltweit hat Spotify zehn Millionen Nutzer, davon drei Millionen zahlende. Spotify ist ein Streaming-Dienst. User kaufen keine Songs, sondern erhalten Zugriff auf eine Musikbibliothek, derzeit 18 Millionen Titel. In der Gratisversion wird dem Nutzer Werbung vorgesetzt. Für 13 Franken pro Monat fällt diese weg. Es gibt mittlerweile viele solcher Angebote: Simfy aus Deutschland zum Beispiel oder Deezer aus Frankreich. Doch keiner ist so erfolgreich wie Spotify. Allerdings steht Spotify wegen geringer Auszahlungen an einzelne Künstler immer wieder in der Kritik. Unklar ist, wie viel Musiker standardmässig pro gespieltem Song erhalten und wie viel an Spotify und die Plattenfirmen geht.



Mickriger Musikerlohn

Swissperform rechnet vor, wie viel ein Mitglied einer vierköpfigen Band pro Monat circa verdient. Annahmen pro Jahr: 36 Konzerte, 6000 CD-Verkäufe, 1200 iTunes-Song-Downloads, 120 000 Streams, täglich 3 Plays auf DRS3 während 2 Monaten, 1 Play auf Lokalradios während 10 Monaten. Die monatlichen Einkünfte für CD-Verkäufe kommen mit diesen Annahmen auf 281.25 Fr. pro Monat, Downloads 5 Fr., Streams 75 Rp. Am meisten verdienen Musiker mit Liveauftritten: 1200 von Total 1980.80 Franken pro Monat.

tums. Er lebt seit 1999 von seiner Gitarre und Stimme. Er hat eine eigene kleine Plattenfirma aufgebaut, mit der er als Produzent tätig ist. Dazu arbeitet er auch für Major Labels wie EMI. Mit seinem breiten Hintergrund ist Burrell ideal für das Amt des Vereinspräsidenten. Er akzeptierte bereitwillig. «Die Leute müssen endlich verstehen, dass das, was wir machen, einen Wert hat.»

Das Anliegen von Musikschaffende Schweiz ist komplexer, als es auf den ersten Blick erscheint. «Ich verwende gerne ein Bild aus der Verkehrswelt», sagt Burrell. «Das Web braucht Verkehrsschilder. Gleichzeitig aber bin ich gegen Radarfallen.» In anderen Worten: Downloads sollen zwar verboten werden. Wer dennoch Musik herunterlädt, soll dafür aber nicht bestraft werden. «Genau», sagt Burrell, «allein das Bewusstsein, etwas Verbotenes zu tun, wird dazu führen, dass viele damit aufhören.»

44 400 Ausstrahlungen für eine Cola und ein Sandwich

Die Widersprüche gehen weiter. So tritt Musikschaffende Schweiz gegenüber Streaming-Diensten wie Spotify skeptisch auf (siehe Kasten). Bei solchen Angeboten kauft der Kunde keine Songs mehr, sondern zahlt für den Zugang zu Musikbibliotheken. Die Auszahlung an Künstler richtet sich danach, wie oft ein Song gehört wurde. Burrell hat ausgerechnet, dass seine Songs 44 400-mal abgespielt werden müssten, damit er sich eine Cola und ein Sandwich leisten kann. «Es ist unmöglich, mit diesem Modell vom Musikmachen zu leben», sagt er.

Trotzdem glaubt er, dass Streaming die Zukunft ist. «Im Grunde sollten wir uns nicht allzu sehr mit Downloads beschäftigen. Sie werden bald so passé sein wie CDs oder Kassetten.» Würden sich die Streaming-Einkünfte aber nicht bessern, seien Profi-Musiker genauso vom Aussterben bedroht wie die Tonträger.

Er stellt fest: «Es ist seltsam. Wir erreichen heute mit Youtube, Facebook oder Twitter so viele Musikfans wie noch nie. Aber wir verdienen weniger.» Etwas irritiert blickt Burrell in die USA, wo Google derzeit für angeklickte Youtube-Videos einzelnen Urhebern bereits sechsstellige Beträge für Werbeeinblendungen auszahlt. In der Schweiz bleiben solche Zahlungen aus.

Um jährlich auf einen Bruttolohn von rund 70 000 Franken zu kommen, muss Burrell regelmässig ein Album herausgeben, damit seine Songs im Radio gespielt werden. Er braucht Livekonzerte. Als drittes Standbein arbeitet Burrell als Musikproduzent. Dabei ist er mit seinen Einkünften noch gut bedient. Die Swissperform, die Gesellschaft für Leistungsschutzrechte, hat kürzlich aufgezeigt, was ein Schweizer Musiker leisten muss, um auf einen Lohn zu kommen, der zumindest in der Nähe der Armutsgrenze von 2243 Franken liegt (siehe Kasten).

Welche Lösungen hat Burrell parat? Er zuckt mit den Schultern: «Es ist nicht unsere Aufgabe, Lösungen zu haben. Wir machen Musik.» In der Webgemeinde wird diese Antwort garantiert wieder für Kopfschütteln sorgen.