

„Es soll noch immer einige Individuen geben die Konsumverzicht für eine positive Eigenschaft von Kommunisten halten“ (Thomas Ebermann)

Den Anstoß für diesen Artikel gab mir eine Kolumne von crime inc. (nachzulesen unter <http://crimethinc.com/library/german/german.television.html>). Die Aussage dort ging in die Richtung, wie furchtbar unsere heutige Warenwelt doch sei und dass uns alle Produkte vom „wahren“ Leben abhalten würden. Festgemacht wurde dies an Rockstarkult und Comichelden, die angeblich den Einzelnen vom ganzen Übel des Kapitalismus ablenken sollen.

Irgendwie kann ich dieses Rumgejamere nicht ertragen. Offen gestanden halte ich diesen Standpunkt für dumme Hippie-Scheisse, die nichts mit der Realität zu tun hat, geschweige denn eine adäquate Lösung zur Überwindung des ganzen bietet. Als Grundproblem dieser Sichtweise sehe ich diese normativ-sakrale Komponente „wahres“ Leben- das ist die pure Übernahme protestantischer Ethik: Du wirst ein besserer Mensch, wenn du auf materiellen Besitz verzichtest. Basierend auf der Annahme: Materieller Besitz=schlecht; das halluzinierte „wahre“ Leben liegt woanders.

Als Leitbild dieser Menschenfreunde gilt dabei der immer kreative Mensch, dauernd dabei eigenständige Werke zu vollbringen und sich selbst zu verwirklichen. Nee, aber mein Menschenbild ist das nicht: Ich habe ein Bedürfnis nach Faulheit, mich von dümmlichen Medien berieseln zu lassen und Dosenbier zu trinken und nicht den ganzen Tag zwanghaft kreativ zu sein. „Destroy“ statt „Create“. Außerdem schwingt bei dieser Sichtweise jede Menge esoterischer Bullshit mit: Dein Leben ist leer, weil du zuviel Fernsehen siehst- tritt in unsere Sekte ein und dir geht es besser. Danke, aber auf so einen Quatsch kann ich verzichten. Wir alle sind Kinder der Konsumgesellschaft und nur weil du bestimmte Produkte nicht mehr kaufst, wird das ganze dadurch nicht besser: Das Gesamtbild ändert sich nicht. Wie haben die Politrockers von ...But alive das einst so schön formuliert: „weil wir alle hier nur eine Lüge leben“. Als ob ich ein schlechter Mensch wäre, weil ich „the Simpsons“ mag.

Hinter dem ganzen Rumgeheule steckt außerdem diese leidige, linke Zensursucht: Bestimmte Produkte sind so böse, jemand müsste sie doch eigentlich verbieten. Dass dabei der Schulterchluss mit konservativen Kräften in ihrem reaktionären, vormodernen Verständnis praktiziert wird, fällt dabei gar nicht weiter auf.

Sorry, aber so stelle ich mir den Weg in eine egalitäre Gesellschaft nicht vor. Ein Haufen Spaßbremsen will uns zu besseren Menschen bekehren, welche nur dem „wahren“ Leben fröhnen ohne von teuflischen Produkten verblendet zu sein. In dieser Sichtweise wird das Mittel zum Problem und nicht die Ursache thematisiert und darin liegt der Irrtum. Es verhält sich eher so: Die kapitalistische Produktionsweise ist das Problem, die Besitzverhältnisse und die daraus resultierende Spaltung der Menschen in BesitzerInnen und Nicht-BesitzerInnen von Produktionsmitteln (sprich: solche die sich für Lohnarbeit prostituieren müssen). Nicht die Produkte sind das Problem: Nicht dass Fernsehapparate hergestellt werden ist ein Übel sondern, dass von ihrer Produktion nur ein verschwindend geringer Teil der Menschheit profitiert. Die Bedingungen der Warenproduktion müssen grundlegend geändert werden- in anderen Worten: Vergesellschaftung der Produktionsmittel. Aufhebung des Kapitalismus, hin zu einem globalen ökonomischen System. Nachdem dann alle Menschen weltweit satt sind, muss die Forderung lauten: **6 Milliarden Playstations!**

So muss Kommunismus weltweit aussehen. Weg mit den Hütten, Paläste für alle- für ein Leben in Saus und Braus für alle ErdenbewohnerInnen! Einschränkungen möchte ich aber auch machen: Gegen 6 Milliarden PKWs würde ich mich doch entschieden zur Wehr setzen; ALLE Produkte sollten nicht sinnlos oft hergestellt werden. Außerdem möchte ich diesen Beitrag nicht als Aufruf zum hemmungslosen Konsum mißverstanden wissen- Verzicht auf gewisse Produkte (Stichwort: Nike/GAP und die Unterdrückung von Gewerkschaften in Süd-Ost-Asien) kann schon Sinn machen. In diesem Sinne: Gegen das Gute- für den Diskurs.

LFO

Musikindustrie – der süße Tod des Underground?

Schon wieder ein Artikel über den Underground. Mitnichten, viel zu schwer ist der Underground zu fassen als das er schriftlich fixiert werden könnte. Schließlich machen sich die wenigsten selber zum Underground. So entsteht musikalische Subkultur neben den Aktivisten die sich einer Kultur verschrieben haben abseits der großen Labels und chartbestimmten Musikgeschmack, durch Desinteresse mangels fehlender Vermarktungsmöglichkeiten durch die Musikindustrie. Selbige ist aber immer wieder ein Teil der identitätsbestimmenden und abgrenzenden Underground-Mainstream Diskussion innerhalb der „Szene“. Darum hier der Versuch einen Überblick zu geben über die große Krake Musikindustrie, die oft genug Feinbild Nummer 1 ist. Vorweg sei aber noch gesagt, dass alle recherchierten Zahlen und Fakten schwer nachprüfbar waren, da sie zum Teil auf Angaben der Musikindustrie selber beruhen. Im Idealfall existierten einige wenige wissenschaftliche Untersuchungen.

Als erstes gibt es ein großes Problem. Zum einen gibt es den Künstler der seine Kreativität ausleben will. Doch essen und wohnen muss er ja auch noch. Nun hat er zwei Möglichkeiten. So kann er seine Musik als seine Leidenschaft und Hobby betrachten und sich das zum Leben nötige Geld in einer anderen Erwerbs-sparte verdienen. Andererseits kann ein anstrengender Job die Kreativität hemmen. Ein Musiker kann also seine Leidenschaft zu seinem Leben machen und versuchen nur von seiner Musik zu leben. Doch beginnt hier der Punkt, an dem ihn die Strukturen eines Underground-Netzwerkes kaum tragen können. Die Musiker haben, wollen sie ihre kreative Leistung vermarkten, kaum eine Chance die Musikindustrie zu umgehen. Denn die Musikindustrie arbeitet global und ist unheimlich stark konzentriert.

Welche Interessen hat die Musikindustrie? Nun hauptsächlich will sie massenhaft Tonträger herstellen und gewinnbringend vermarkten. Der Musiker ist da nur der Anfang der Vermarktungskette. Kreativität und damit auch eine gewisse Unberechenbarkeit und Unplanbarkeit sind denkbar schlecht für die Strategen in den großen Firmenzentralen. Einfacher ist der Umgang mit Retortenbands wie den No Angels & Co. Doch sind sich die großen Labels bewusst das die meisten musikalischen Trends und Neuerungen aus dem Underground kommen. Wie etwa der Drum'n'Base Hype vor wenigen Jahren.

Natürlich wird jeder Musiker versuchen, sich so viele kreative Freiheiten zu erhalten. Doch welcher Macht steht er eigentlich gegenüber? Nun, es gibt 6 große Firmenkonglomerate die sich 95% des Weltmusikmarktes teilen. Selbst viele der sogenannten Independents haben Verträge mit den Majorlabels der Musikindustrie unterschrieben. Mit einem ungefähren Weltmarktanteil von 20% ist die Warner Music Group aus den USA die weltweit größte Gruppe. Dicht gefolgt von PolyGram, Sony Music Entertainment, EMI / Virgin, BMG (Bertelsmann Music Group) und der MCA (Music Entertainment Group) deren Mutterkonzern eigentlich Nahrungsgüter und Getränke produziert und praktischerweise auch noch ein paar Friedhöfe verwaltet. Diese 6 teilen sich den Großteil der über 4 Milliarden verkauften Tonträger weltweit. Man braucht da nur den normalen Preis für eine CD anlegen und kann man sich leicht die schwindelerregenden Umsatzzahlen vorstellen. Der größte Markt für Musikindustrie ist die USA, gefolgt von Japan und Großbritannien. Die BRD muss sich mit Platz 4 begnügen. Das bedeutet aber immer noch 262,2 Millionen verkaufte Tonträger mit einem Gesamtwert von 5,155 Milliarden DM. Marktführer ist hier die BMG mit rund 26% Marktanteil.

Die Struktur mit der sich die Musikindustrie heute zeigt, ist aber ständig in Bewegung. Schließlich ist sie durch Übernahmen und Firmenpleiten entstanden und wird sich auch durch solche weiter entwickeln. Warum herrscht aber solche Dynamik in der Musikindustrie? Zum einen sorgen technische Neuerungen immer wieder für Umstrukturierungen. Wer als erstes eine Neuerung auf den Markt durchsetzen kann, hat die Möglichkeit Lizenzen von den Wettbewerbern zu fordern. Wird allerdings eine Erfindung nicht angenommen, hat man das Problem die gigantischen Entwicklungskosten wieder amortisieren zu müssen. Ein Paradebeispiel für beide Fälle ist Sony. Zum einen entwickelte Sony zusammen mit Phillips die Musik-CD und sorgte damit für den Todesstoß vieler Pop-Plattenlabels. Andererseits konnte sich die MiniDisc, trotz neuerer Versuche, gar nicht bis schwer durchsetzen.

Manchmal werden aber Entwicklungen schlichtweg versäumt. So die Distribution von Musik über das Internet. Am Anfang wurde hier Napster und Co. das Feld kampflos überlassen. Um schließlich nach Umsatzeinbußen und der Bestrafung für zu hohe CD-Preise durch den Konsumenten, zurückzuschlagen. Napster wurde verklagt, geschlossen und von Bertelsmann aufgekauft. Nun wird krampfhaft versucht eigene Internetportale aufzubauen, die per Abomodel oder „pay per download“ versuchen die Konsumenten an der Stange zu halten. Im Gegenzug wird versucht mit aller Macht die verbliebenen Tauschbörsen niederzumachen. Das ist nicht leicht, da es keine zentrale Download-Rechner gibt. Doch soll den Tauschern die Suppe versalzen werden. So werden in den USA Mega-Tauscher mit mehreren GigaBytes an urheberrechtlich geschützten Material ausfindig gemacht und ihnen der Internetzugang gesperrt. In extremen Fällen wurden schon Klagen