

2. Privat oder Staat? Kulturökonomie und Ökonomie des Urheberrechts

Es gibt zwei ökonomische Subdisziplinen, die sich mit dem Kunst- und Kulturfeld auseinandersetzen: die Ökonomie des Urheberrechts und die Kulturökonomie. Während die Ökonomie des Urheberrechts sich auf die Schaffung von Märkten und Marktlösungen – großteils unter wohlfahrts-ökonomischen Gesichtspunkten – konzentriert und nachfrageseitige Anreize setzt, befasst sich die Kulturökonomie zumeist mit direkter staatlicher, finanzieller und angebotsseitiger Unterstützung. Die Kulturökonomie entstand in den 1960er-Jahren ausgehend vom Modell der Kostenkrankheit von Baumol und Bowen (1966) und wurde in den darauffolgenden Jahren und Jahrzehnten weiterentwickelt. Bis in die frühen 1990er-Jahre lag der Fokus des Interesses auf Kunst, Kunstfördermechanismen und der mikroökonomischen Untersuchung von Institutionen. Genauso wie in der Ökonomie des Urheberrechts wurde auch in diesem Feld Marktversagen attestiert und durch öffentliche Güter, externe Effekte, künftige Generationen, *option demand* und auch das meritorische Argument begründet. Die Lösung allerdings lag nicht in der Schaffung marktwirtschaftlicher Rahmenbedingungen für eine *second best solution*, sondern in direkten staatlichen Eingriffen und der ökonomischen Rechtfertigungen von Kultursubventionen und -finanzierung.

Die Unterschiedlichkeit der Ansätze ist von Bedeutung: Zwar wird in beiden Fällen das Kunst- und Kulturfeld analysiert, allerdings geht es der Kulturökonomie um die Ermöglichung von neuen Inhalten und Minderheitenprogrammen im Sinne der kulturellen Vielfalt, während es bei der Ökonomie des Urheberrechts um die Schaffung von Märkten für massentaugliche Produkte geht. Während Subventionen kulturelle Vielfalt fördern und hier bei der Unterstützung der Produktion ansetzen, bietet das Urheberrecht einen Anreiz, nachfrageorientiert zu agieren. Beide Ansätze sind für unterschiedliche Einsatzbereiche relevant. So können Subventionen insbesondere für künstlerische Experimente, Nachwuchsförderung, Minderheitenprogramme und alle künstlerisch, kulturell und gesellschaftlich erwünschten Bereiche eingesetzt werden, die nicht marktgängig sind und es auch nicht sein sollen oder können. Das Urheberrecht kann vor allem jene Kulturproduktion finanzieren, die marktgängige oder zumindest potenziell marktgängige Produkte hervorbringt. Wichtig ist festzuhalten, dass von beiden Marktinterventionen (Subventionen und Urheberrecht) Anreizwirkungen ausgehen. Ohne hier weiter ins Detail gehen zu können, soll auf den Hinweis nicht verzichtet werden, dass gerade in der Kultur- und Urheberrechtspolitik oft nicht auf die Kompatibilität der von ihnen ausgehenden Anreize geachtet wird, was immer wieder zu Problemen der Anreizkompatibilität in den Fördersystemen führt. Dies kann besonders an-

hand der österreichischen Filmwirtschaft veranschaulicht werden, wo die Förderpolitik teilweise die vom Urheberrecht ausgehenden Anreize eliminiert.²

An dieser Stelle geht es aber nicht darum, die beiden Ansätze zu vergleichen, es soll jedoch noch einmal betont werden, dass das Urheberrecht für massentaugliche Werke, die auf einem Markt reüssieren, finanzielle Auswirkungen hat und kein Instrumentarium für eine, wie immer definierte, gerechte Einkommensverteilung ist. Urheberrechtsmärkte sind „*Winner takes all*“-Märkte (Rosen [1981]), die zu einer sehr ungleichen Einkommensverteilung führen. Wenige Spitzenverdiener und noch weniger Spitzenverdienerinnen stehen einer breiten Masse aus wenig bis nichts Verdienenden gegenüber. Auch eine Reform des Urheberrechts wird in Österreich weder an dieser Einkommensverteilung noch an der sozialen Lage sämtlicher Kulturschaffenden substanzielle Veränderungen bewirken können. Eine empirische Untersuchung unter 5.000 MusikerInnen in den USA zeigt, dass die direkt auf dem Urheberrecht basierenden Einkommen lediglich für das oberste Einkommenssegment relevant sind, nicht aber für den Löwenanteil der Kulturschaffenden³ – eine Analyse, die die Superstartheorie von Rosen (1981) auch in der Gegenwart bestätigt.

Doch auch wenn es nicht möglich ist, die finanzielle Lage aller Kulturschaffenden über das Urheberrecht wesentlich zu verbessern, so gibt es eine Reihe von anderen Problemen, die durch die Digitalisierung entstanden sind, die es zu lösen gilt, wie zum Beispiel die Zugangsproblematik, Privatkopie, *user generated content*, derivative Werknutzung, *remixing* und *appropriation art*.

3. ... und dann noch die Digitalisierung

Das Urheberrecht war, wie oben kurz skizziert, auch schon vor der Digitalisierung in der Ökonomie nicht unumstritten. Dennoch gelang es damit, Werke zu verknappen und einen Markt zu schaffen, auf dem diese gehandelt werden konnten. Zwar stellte Arrow (1962) fest, dass es sich bei Information um ein öffentliches Gut handle, doch war im Fall von Kunst und Kultur die Verbreitung der Informationen an Trägermedien (Bücher, Schallplatten, CDs, VHS-Kassetten, DVDs etc.) gebunden. Literatur konnte in den frühen 1960er-Jahren nur auf Papier verbreitet werden, Musik lediglich auf Schallplatten und den ersten Tonbändern. Die einzige Ausnahme bildete der Rundfunk, der von Anfang an einem anderen Geschäftsmodell, nämlich dem eines zweiseitigen Marktes, gefolgt ist bzw. in Europa staatlich organisiert wurde. Die Digitalisierung machte es möglich, Inhalte von Trägermedien zu trennen und letztlich die Transformation hin zu einem echten öffentlichen Gut im Sinne von Arrow zu vollziehen. Digitale