

Efter mange års tumult og anarki på internettet begynder der nu, så småt at tegne sig et tydeligere billede af forskellige digitale forretningsmodeller for handel med tjenester der giver adgang til rettighedsbeskyttet indhold. I dette papir indhold hovedsageligt forstået som musikindhold.

Musikbranchen og rettighedshavernes forskellige forvaltningsselskaber indgår aftaler med mange af de store udbydere af musik, Spotify, iTunes og måske snart Google's YouTube

Fordeling af den opnåede økonomi i denne nye digitale virkelighed indopererer efterhånden de præcist samme delingsforhold, som vi har kendt fra den analoge fortid, hvor de store musikselskabers nøgle til markedet gav dem broderparten af omsætningen. Branchens mastodonter har - nu også på det digitale marked - demonstreret, at historisk hævdvunden kontrol over pengestrømmene, markedsindflydelse og økonomisk tyngde, igen bliver udslagsgivende for fordelingen.

Et nyt markedsområdes mulighed for en rimeligere fordeling af den opnåede økonomi mellem alle implicerede i "produktet" - indeholdende også en fair betaling af indholds skabere og udøvere - SAMT behørigt hensyn til kulturel diversitet - eksisterer kun i politikernes skåltaler, og finder ikke rigtigt rum i nogen industriel indholdsformidlers livsanskuelse.

Det fremstår nu tydeligt, at det er lykkedes de store pladeselskaber at undgå, at fordelingen af den opnåede økonomi mellem parterne overhovedet afspejler de enorme besparelser, der er opnået ved net distribution af musikken i forhold til tidligere tiders - i alle led - meget dyrere distribution af fysiske eksemplarer. De store spillere - de traditionelle gatekeepere - tager hele besparelsen selv.

For skabere og udøvere er dette endnu mere beklageligt idet de beløb, skaberens overførte "analoge" procentandel skal tages ud af, er så utroligt meget mindre på den digitale eksemplarløse handel.

Som komponister bliver vi derfor nødt til at understrege, at vi med ophavsretsloven i hånd insisterer på, altid at blive medregnet som en uafviseligpart i nettets nye forretningsmodeller, fuldstændigt som det har været lovens hensigt. Uden musikkens skabere og udøvere har pladeselskaberne og musikudbyderne ingen produkter at sælge, ligesom teleselskaberne har meget mindre "gods" at transportere/tilbyde gennem linjerne.

Alle ovennævnte spillere er økonomisk mægtige, og er til enhver tid i stand til at "tryne" sine meget svagere underleverandører, kunstnerne og derfor kalder vi på Jer, politikere for at fremme vores krav om fairness og hensyn til indholdets/ kunstens kilder.

Vi anmoder om, at lovgivere fokuserer på, at alle forretningsmodeller for internethandel med kunst, viden og underholdning altid har - og skal have skaberne og udøverne som en vægtig del af fordelingsnøglen. Fordelingen burde på fair vis

demonstrere udspringets og udøvelsens væsentlighed og nødvendighed for den opnåede samlede økonomi.

Vi foreslår derfor politikerne, at indgå i diskussion af – og i implementering af en nyordning af internethandel med rettighedsbeskyttet indhold.

Vi kan redegøre for løsninger, hvor det f.eks. på musikområdet ikke er producenterne, internet formidlerne, eller musiktjenesterne på internettet, der skal forhandle minimumsbetaling med os indholdsleverandører, og derefter indkassere hos brugerne og videreafregne den betaling til udøvere og indholds skabere, som de har fået os banket ned på, mens de selv akkumulerer uhæmmet.

viden og underholdning hos den enkelte IP adressat kan opkræves af teleselskaberne og videreafregnes af forvaltningsselskaberne fair, forsvarligt, lovmedholdeligt under udstrakt hensyn til privatlivets fred og respekterende brevhemmeligheden.

Dette via en anden, fair og mere præcis forretnings-model end de, der efter regler for en ukontrolleret markedsudvikling, begynder at vinde hævd netop nu.

Præcis, netop ved at afregne kun det faktiske forbrug hos den enkelte IP adressat og til den absolut lavest opnåelige pris, idet alle forbrugere – også tidligere pirater – vil være nødt til at betale teleselskabets opkrævning for medieforbrug. Den samlede mængde af betalt forbrug giver den lave pris. Ulovlig download og streaming udgør estimeret 90/ 95 % af forbruget, MEN hvis disse ulovligheder konverteredes til betalt brug, ville alle lovligt kunne opnå rettighedsbeskyttet indhold til stærkt reduceret pris.

Præcist også fordi de faktisk forbrugte rettighedshavere får betalingen og ikke de, der ikke har været anvendt hos brugeren.

Fair fordi den, der ikke bruger kunst vide og underholdning fra nettet ikke skal betale. Ikke for sig selv, fordi man intet forbrug har, og ikke for andre, fordi der ikke er tale om forhandlede lumpsums uden adresse eller i form af loyalitetsfremmende tiltag fra udbyderen, som alle jo betaler til.

Lovmedholdeligt, respekterende privatlivets fred og brevhemmeligheden fordi teleselskabet kun kender KUNDEN, og mængden af kundens forbrug af det mærkede indhold. Teleselskabet opkræver og videreafregner forbruget, med tilhørende mærkekoder, uden at vide HVILKET beskyttet indhold koderne dækker.

Forvaltningsselskaberne kender koderne, men ikke forbrugerne, og kan fordele det modtagne beløb til de rette rettighedshavere UDEN at kende forbrugerens tilbøjeligheder, forbrug og vaner m.h.t. indhold.

Som det er nu, sidder formidlerne af indholdet på omsætningen, og viden om kunderne – og har igen opnået en markedskontrol, som de nødtigt slipper. De kan forhandle med rettigheds-haverne om betaling for indholdet med hele vægten af deres markedsstyrke som pression, og kan gennemtvinge lumpsums afregninger med ringe præcision for det faktiske forbrug, som resultat

Desuden kan søgetjenesterne gøre deres indsamlede viden om forbrugernes vaner og præferencer til en handelsvare overfor forretningslivet, og til en faktor, de selv kan anvende i målrettede kampagner overfor brugeren.

HER er der – i modsætning til en uskyldig og stækket brevmodel, som den danske foreslåede - virkelig tale om Big Brother

MEN desuden findes der en omsætning - og en deraf afledt fortjeneste, som helt har undgået debattørernes opmærksomhed i diskussionerne her.

Hos f.eks. De Grønne i EU parlamentet har man også overset nedenstående guldgrube. I et nyt positionspapir hævder De grønne, at ophavsretten ikke må hindre brugere i frit at kunne nyde, dele og sprede rettighedsbeskyttet indhold mellem hinanden, og at de kan fortsætte hermed så længe, der ikke findes et økonomisk mellemværende mellem modtager og afsender.

Man overser jo, at de teleselskaber, som sælger brugeren sin adgang til nettet, tjener penge hver gang, der finder en transaktion af rettighedsbeskyttet indhold sted mellem to eller flere brugere. OGSÅ når det udvekslede er ulovligt. (eller som hos De Grønne er lovgivet til at være gratis)

Teleselskaberne MÅ jo vide at uden interessant (professionelt) kvalitetsindhold, er der ingen IP adressat, der virkelig har brug for bredbånds-adgang til verden. Hvis der kun var normal kommunikation gennem linjerne, var der jo ikke brug for den voldsomt udvidede hastighed i overførslen som datatunge kultur-filer kalder på.

Disse kæmpekoncerner arbejder målrettet på at udvide båndbredden ALENE for at kunne servicere abonnenternes krav om hurtigere adgang til indhold af kunst viden og underholdning, så f. eks en film kan tages ned på en tiendedel af den tidligere anvendte tid. Teleselskaberne skelner som sagt ikke mellem lovligt opnået adgang eller pirateri i fuldt flor – DE TJENER PENGE PÅ AT LEVERE BREDBÅND TIL AL SLAGS TRAFIK, OGSÅ DEN ULOVLIGE – MANGE PENGE.

Disse selskaber burde kunne formås til at tage et medansvar for, at de enorme summer, de opnår på trafikken med kunst viden og underholdning på nettet også tilbagebestøver skabelsen og udøvelsen af nyt originalt indhold.

Google har indset at denne parasitmodel ikke er bæredygtig. De er i gang med – på mange planer – at ændre kurs overfor de rettighedshavere, uden hvis produkter Googles tjenester ville være en sørgelig amputeret størrelse.

I en ny meningsmåling, som Green Analyseinstitut har foretaget for avisen, svarer 56 procent af danskerne, at det ville være en god ide med et politisk indgreb for at bremse piratkopieringen. 21 procent er imod. Mens 22 procent er i tvivl eller ikke ved det.