

Inhalt

Einleitung	07
I. <i>Creative Commons</i> als Lizenzierungsmodell	11
1. Begriffsklärung, Abgrenzung und Definition	11
a. Thematischer Einstieg	12
b. Abgrenzung von ähnlichen Lizenzmodellen	13
c. Definition <i>Creative Commons</i>	14
2. Grundgedanke – <i>Who owns culture?</i>	15
a. Kultur, Kommerz und Kontrolle	15
b. Die wichtigsten fünf Thesen zu <i>Creative Commons</i>	18
3. » <i>Copyright</i> means the artist gets to control«:	
Interview mit dem amerikanischen Rechtsprofessor <i>Lawrence Lessig (Foundation Creative Commons)</i>	21
4. Zur Geschichte von <i>Creative Commons</i>	26
a. <i>Creative Commons USA</i>	26
b. <i>Creative Commons Deutschland</i>	27
c. Die <i>International Commons</i>	27
5. »Kreativität ist kein Vakuum« –	
Interview mit <i>Christiane Asschenfeldt</i> <i>(Direktorin Creative Commons Deutschland / iCommons)</i>	28

6. Wie funktioniert <i>Creative Commons</i> '	
Ein Anleitung für die praktische Anwendung	35
a. Das modulare System	35
– Namensnennung.....	36
– Nicht-kommerzielle Nutzung	36
– Keine Bearbeitung	36
– Weitergabe unter gleichen Bedingungen	37
b. Lizenzvarianten – Kombination der Module	37
– Lizenzvariante 1	37
– Lizenzvariante 2	37
– Lizenzvariante 3	38
– Lizenzvariante 4	38
c. Das Lizenzierungsverfahren Schritt für Schritt	39
– Schritt 1: Vervielfältigung	39
– Schritt 2: Kommerzielle Verwertung'	39
– Schritt 3: Bearbeitung'	40
– Schritt 4: Lizenzierung für welches Land'	40
– Schritt 5: Kategorisierung des Inhalts	41
d. Die dreifache Ausführung der Lizenz	41
– Commons Deed	41
– Legal Code	41
– Digital Code.....	42
e. <i>Creative Commons</i> illustriert	42
7. Zwischenergebnis / Teil I	44

II. <i>Creative Commons</i> und die digitalisierte Musikbranche	46
1. »Musiker, die unter <i>Creative Commons</i> veröffentlichen, haben momentan nicht wirklich etwas davon.« – Ein Gespräch mit <i>Udo Raaf</i> (Herausgeber <i>Tonspion</i>)	46
2. Quo vadis, Musikbranche?	54
a. Zwölf Thesen zur Zukunft des digitalen Musikmarktes	55
b. <i>Next Generation Music Company</i> : Aus Plattenlabels werden Musikfirmen	59
– Grundsatz 1: Medienmix	59
– Grundsatz 2: Kopierfreiheit	59
– Grundsatz 3: Musikinteresse	61
c. <i>Digitaler Darwinismus</i> – Umstrukturierung des Musikmarktes	61
– Abschied vom physikalischen Tonträger	61
– Der <i>B(r)and Manager</i>	62
– Überangebot von Musik	62
– Globalisierung des Musikmarktes	62
– <i>Thethered Downloads</i> und Lizenzierung <i>pro-rata</i>	63
– Medienübergreifende Synchronisation von Lizenzen	63
– Direkte digitale Kommunikation	64
– Wertschöpfung von Livemusik	64
– Komplexes Angebot, einfache Handhabung	65
– Vision der <i>Kulturflatrate</i>	65
3. Zwischenergebnis / Teil II	66

III. Fazit / Endergebnis	70
1. Pro <i>Creative Commons</i>	70
2. Contra <i>Creative Commons</i>	71
3. Welche Auswirkung hat die <i>Creative Commons Lizenz</i> auf den digitalen Musikmarkt?	72
4. Schlusswort	73
IV. Quellenverzeichnis	74
1. Bücher	74
2. Zeitschriften	75
3. Zeitungen	76
4. Interviews	76
5. Internet	77
6. Sonstige	82
7. Abbildungsnachweis	82