



**E**s war einmal... ein Label einer Musik- und Filmproduktionsfirma, das sich in einem Rechtsstreit wieder fand, da die Produktionsfirma die Glasmaster der CD- und DVD-Produktionen zurückhaben wollte und das Presswerk die Herausgabe verweigerte.

Täglich werden hunderte von Produktionen weltweit hergestellt, gemastert und gepresst. Die von Auftraggebern (z. B. Musiklabel, Filmproduktionsfirma oder Softwarehersteller) und Auftragnehmern (Presswerk) verwendeten Fachwörter und Begriffe sind von der Auftragserstellung bis über den Produktionsablauf teilweise haarsträubend falsch gewählt.

Problematisch wird es, wenn Produktionsfirma und Presswerk in einen Streit geraten und die Produktionsfirma aus diesem Grund die Herausgabe der Produktionsmaterialien verlangt. Speziell die von Presswerken selbst hergestellten so genannten „Glasmaster“ sind dabei oft ein sensibler Streitpunkt. Warum das so ist, wird nachfolgend erläutert.

## „GEHEIMCODE GLASMASTER“

### DIE RICHTIGE AUFTRAGSERTEILUNG

In Aufträgen und Auftragsbestätigungen finden sich für die Herstellung eines Glasmasters viele unterschiedliche Begriffsbedeutungen wie z. B. Discmastering, Audio Mastering Cost, Mastering, Master, Gravur und Entwicklung, Matrizen etc., die zwar, gut gemeint, im Fertigungsprozess von Ton- oder Bildträgern alle das gleiche Ziel beinhalten, also die Herstellung einer Pressvorlage, bei genauerer Betrachtung technisch aber etwas anderes bedeuten.

Je detaillierter ein Auftrag gestellt wurde, desto einfacher wird es für die Beteiligten, sich bei anschließenden Streitigkeiten schneller zu einigen. Auch ist zu empfehlen, jeden neuen Auftrag immer wieder in der gleichen Detailtiefe neu zu formulieren. Nur so können im Vorfeld Gefahrenzonen ausgeräumt werden.

Die überwiegende Zahl der Presswerke verweigert eine Herausgabe der Glasmaster. Sie fürchten sich vor einer missbräuchlichen Verwendung

der Glasmaster durch Piraterie und der sehr exklusiv geschützten Fertigungstechnologie. Allerdings ist zur Durchführung einer vorsätzlichen Raubkopie kein Glasmaster notwendig; Informationen über die verwendeten Maschinen sind bei den jeweiligen Maschinenherstellern frei erhältlich. Vielmehr liegt die Zurückbehaltungspraxis in einer Konkurrenzabwehr der Mitbewerber, aber auch in der dauerhaften „Zwangs-Bindung“ des Kunden begründet.

### ALLES AUSREDEN?

Die Hauptargumente der Presswerke, warum ein Glasmaster nicht herausgegeben werden könne, werden meist mit dem Aufbringen eines IFPI-Codes, Werbelogos der Hersteller, der Berufung auf einen angeblichen Dienstvertrag (das Glasmaster sei eine Dienstleistung und falle nicht unter das Werkvertragsrecht) oder damit begründet, dass das Glasmaster ein Maschinenteil sei, meistens mit dem Zusatzvermerk, dieses bestünde aus purem Silber und sei somit fast unbezahlbar, sozusagen ein „wahrer Goldschatz“.

Oft wird auch mit der technischen Inkompatibilität bei anderen Presswerken argumentiert.

Grundsätzlich ist das Anbringen von Firmen- oder Werbelogos im Innenring des Glasmasters durch das Presswerk nicht statthaft, solange dazu kein Auftrag des Kunden vorliegt.

Das Presswerk unterliegt auch keiner Verpflichtung, einen IFPI-Code, eigene Firmenlogos und andere Firmendaten in den Innenring einzugravieren, die nichts mit dem Kundenauftrag zu tun haben. Sicherlich kann ein Presswerk einen IFPI-Code anbringen und an der freiwilligen Selbstkontrolle zur Verhinderung von Piraterie teilnehmen, darf dies aber nicht negativ gegen ihre Kunden argumentieren. Der IFPI-Code ist lediglich eine Referenznummer, die auf das „Glasmaster“ aufgebracht werden kann und grundsätzlich nichts mit dem Herstellen eines Glasmasterings als solches zu tun hat. Die Argumentation mancher Hersteller, ein Glasmaster könne genau aus diesem Grund nicht herausgegeben werden, ist eine Schutzbehauptung. Ganz im Gegenteil stärkt das Vorhandensein solch eines Codes die Trans-



Werde Audio-Techniker oder Audio-Producer

[www.schule-fuer-tontechnik.de](http://www.schule-fuer-tontechnik.de)

parenz und Sicherheit im Produktionsprozess und zeigt nach außen hin die rechtmäßige Lizenzierung (Philips Patent) einer Vervielfältigung.

Die fälschlicherweise immer wieder vorgebrachte Argumentation von Presswerken, dass der verwendete IFPI-Code eine Herausgabe von Werkzeugen verhindere, ist vorgeschoben und entspricht nicht dem eigentlichen Zweck bei dem Einsatz dieser Codierungen.

### MERKMALE VON FÄLSCHUNGEN, RAUBKOPIEN UND PIRATERIEPRODUKTEN

Phonoverbände, Industrie, IFPI und IRMA sowie viele weitere Unternehmen und Verbände kämpfen seit Jahren gegen Raubkopien und Fälschungen in der Branche. Einige Erkennungsmerkmale, die Original und Fälschung voneinander unterscheiden, sollte man kennen. Fälschungen sind grundsätzlich ohne Genehmigung hergestellt und ohne das Wissen der Rechteinhaber entstanden, tragen keine Trademarks, Logos, Copyrightangaben oder IFPI-Codes. Letztere sind entweder unkenntlich gemacht worden, gefälscht oder fehlen ganz. Die Verpackungsgestaltung ist überwiegend minderwertig, fehlerhaft und in schlechter Qualität.

Der Schwarzmarktwert beläuft sich auf rund 4,5 Mrd. US\$. Kanada, Griechenland und Italien gehören derzeit zu den „Top 10“-Piraterieländern, jedoch auch aus Hong Kong, China und anderen asiatischen Ländern kommen unlicenzierte Vervielfältigungen. Dem IFPI-Code wird zukünftig eine noch größere Bedeutung beigemessen, um gefälschte Medien zurückverfolgen zu können. Dies darf aber nicht dazu führen, dass der Rechteinhaber selbst seine eigenen Werkzeugmaterialien nicht mehr vom Hersteller zurückerhält.

Mehr als 1,7 Mrd. Musicdownloads wurden in 2007 im Internet getätigt (2004: 156 Mio.; 2005: 420 Mio.), das Verhältnis von einem unlicenzierten zu einem lizenzierten legalen Song liegt bei 20:1, also über 30 Mrd. Raubkopien (rund 885 Mio. Musiksongs waren es noch 2006, die auf „File-Sharing“-Plattformen illegal getauscht, heruntergeladen oder vertrieben wurden). Heute gibt es über 500 legale Downloadplattformen, die mit über 6 Millionen Songs einen Wert von rund 3 Mrd. US \$ erwirtschaften (2003: 20 Mio.). Mit über 100 verschiedenen Datenformaten werden Songs als Downloads, Ringtones, Mobile tracks, Videos etc. angeboten. Nach der „mechanischen“ Raubkopie wird die „digitale“

Raubkopie zunehmend an Bedeutung gewinnen, der sich Industrie, Hersteller und Rechteinhaber stellen müssen. ■

TEXT: **STEFAN BRAUN**

FOTO: **\*\*\*DJ\*\*\* / PHOTOCASE.COM**

### ÜBER DEN AUTOR:

Stefan Braun ist Dipl.-Ing. für Medien und Sachverständiger (Diplom BWA). Er studierte an der Hochschule der Medien in Stuttgart und der Europäischen BWA Hochschule für Wirtschaft und Management in St. Gallen/Schweiz. Er arbeitet heute als Verleger und Medienberater sowie Sachverständiger für Medienproduktion und Mediendesign in Frankfurt am Main.

In der Medienpolitik ist er als Experte in der „Kommission der Medien Hessen“ tätig und vertritt als Delegierter der GEMA in der „Berufsgruppe Verleger“ die Rechte und Interessen für die außerordentlichen und angeschlossenen Mitglieder.

Er ist Autor zahlreicher Fachveröffentlichungen.

Aktuelle Buchveröffentlichung:

„Technikjournalismus“.

Tel.: 069-7144 8649,

[stefanbraun@medien-sachverstaendiger.de](mailto:stefanbraun@medien-sachverstaendiger.de)



[www.beyerdynamic.de](http://www.beyerdynamic.de)



### BRILLANTER SOUND MUSS KEIN LUXUS SEIN.

OPUS 900 – DAS DRAHTLOS-SYSTEM VON BEYERDYNAMIC

Wir könnten Ihnen hier eine Menge besonderer Features aufzählen, die Sie ohnehin von einem professionellen Drahtlos-System von beyerdynamic erwarten. Deshalb sprechen wir lieber über das, was Sie nicht erwartet haben: Den attraktiven Preis von Opus 900. Sprechen Sie mit uns über Ihre Wunschkonfiguration – Sie werden überrascht sein, wie gut ein Angebot klingen kann.

**beyerdynamic** 