

**Wir haben bezahlt!**

## **Pressemitteilung**

27.07.2006



### **Wir haben bezahlt: gulli.com startet Kampagne für günstige, legale und DRM-freie Musik zum 25.7.2006**

Eine Kampagne gegen die permanente Entrechtung von Musikfans und für bessere und legale Angebote im Netz startete gulli.com am 25.7. mit "Wir haben bezahlt". Günstige Online-Musikangebote, überall lauffähige Musikdateien und die Abschaffung der sinn- und nutzlosen Kopierschutztechniken sind überfällig. Bereits am zweiten Tag der Aktion stieg sie bei blogscout.de unter die Top 10 der deutschen Blogs auf. 600 Unterzeichnungen nach nur 36 Stunden verzeichnet die Petition.

Musikfans werden fortgesetzt kriminalisiert, die Rechte der Kunden immer weiter beschnitten. Ein Ende des Trends ist nicht abzusehen. Die Kampagne macht auf einen Aspekt des Themas aufmerksam, der in der Regel unbeachtet bleibt: dass die Fans für ihre Musik bezahlen. In der ganzen Diskussion um angeblich sinkende Verkaufszahlen geht unter, über wie viele weitere Quellen mit Musik Geld verdient wird. Von Rundfunkgebühren über Leermedienabgaben, von den Konzerttickets über Merchandisingartikel bis hin zum Bier auf dem Festival: Fans zahlen für Musik, um im Gegenzug immer weniger zu erhalten.

Verkrüppelte Musik kostet bei iTunes 99 Cent pro Track und läuft nur auf Apples Hard- und Software. Musicload lässt sich einen Track, der nur auf Windows-Plattformen läuft, 1,29 Euro kosten. Mit Leermedien- und Rundfunkgebühren bezahlen Fans ständig für Musikkopien und Radioaufnahmen, die ihnen verwehrt werden sollen.

Günstige, legale Onlinemusik, ein Ende des Formatirrsinns und die Abschaffung von Kopierschutztechniken, ob auf Dateien oder auf CDs sind die zentralen Forderungen der Aktion. Musik kommt inzwischen aus dem Netz wie das Wasser aus der Leitung. Diesen alltäglichen Vorgang zu kriminalisieren ist unsinnig. Gerolsteiner verklagt auch keine Wasserwerke.

gulli.com berichtet seit 1998 regelmäßig über die Entwicklungen in Bezug auf Urheberrecht, Tauschbörsenkriminalisierung, die Wünsche und Pläne der Labels und Verwertergesellschaften und erreicht damit 70.000 Leser täglich. Mit 180.000 registrierten Nutzern ist das gulli:board eine der größten deutschsprachigen Communities.

**Website:**

<http://www.wirhabenbezahlt.de>

**Banner und Medien:**

<http://www.wirhabenbezahlt.de/banner/>

**Kontakt und Anfragen:**

Richard Joos

[mail@wirhabenbezahlt.de](mailto:mail@wirhabenbezahlt.de)

c/o gulli.com

Kortumstrasse 19-21

44787 Bochum

Fon: +49 (0)234 687 019 0

Fax: +49 (0)234 687 019 44