

Dieser Artikel ist Teil des  
Open Source Jahrbuchs 2006

Bernd Lutterbeck  
Matthias Bärwolff  
Robert A. Gehring (Hrsg.)

Open Source  
Jahrbuch 2006

Zwischen Softwareentwicklung und Gesellschaftmodell

erhältlich unter [www.opensourcejahrbuch.de](http://www.opensourcejahrbuch.de).

Die komplette Ausgabe enthält viele weitere interessante Artikel. Lob und Kritik zu diesem Artikel sowie weitere Anregungen können Sie uns einfach und unkompliziert mitteilen per E-Mail oder auf [www.opensourcejahrbuch.de/feedback/](http://www.opensourcejahrbuch.de/feedback/).

# Einleitung

MATTHIAS LIEBIG



(CC-Lizenz siehe Seite 499)

Das Internet ist zunehmend zu einer Dienstleistungsplattform geworden. Vom Handel, über Firmenrepräsentation bis hin zu eigenen Märkten – der wirtschaftliche Nutzen ist unbestreitbar. In den Hintergrund treten die ursprünglichen Ideen des World Wide Web (WWW): Der freie Informationsaustausch und das Anbieten von Texten, Grafiken, Fotos, Musik und anderen Materialien privater, beruflicher oder bildender Natur. Natürlich sind diese frei verfügbaren Dokumente nicht verschwunden. Das technische Wesen des WWWs steht jedoch in Konflikt mit dem auf internationalen Verträgen beruhenden Urheberrecht. Dieses erlaubt es nicht ohne Weiteres, dass man z. B. eine Abbildung aus dem Internet einfach nimmt und in einem Buch abdruckt oder etwa auf seiner eigenen Homepage zur Verfügung stellt. Viele private Webseitenbetreiber mögen zwar nichts dagegen einzuwenden haben, um Erlaubnis bitten muss man sie aber dennoch, sonst macht man sich der Urheberrechtsverletzung schuldig. Firmen und Verlage werden Nutzungsrechte auch nur selten unentgeltlich gewähren.

Angesichts dieser Problematik entstand analog zur Open-Source-Bewegung die Idee von *Open Content*: Inhalte wie Filme, Musikstücke oder Texte sollen wieder frei werden. Durch die Wahl einer Open-Content-Lizenz erlaubt man ausdrücklich die Weitergabe oder sogar die Bearbeitung eigener kreativer Werke. Mittlerweile sind ganze Filme entstanden, die kostenlos verfügbar sind, weitergegeben und verändert werden dürfen, etwa „Route 66“.<sup>1</sup>

Dieses Kapitel nimmt sich den Ideen von Open Content an und reflektiert neue Entwicklungen und Erkenntnisse in diesem Bereich. Das prominenteste Beispiel ist sicherlich die Online-Enzyklopädie Wikipedia, die darauf basiert, dass jedermann Artikel verfassen und bearbeiten kann, ohne sich dafür explizit anmelden zu müssen. Das Tempo, in dem sich Wikipedia entwickelt hat, ist enorm: So hat die deutsche Wikipedia die Grenze von 300 000 Artikeln schon längst überschritten. Ein Ende des Wachstums ist nicht abzusehen – im Gegenteil: Schwesterprojekte wie *Wikibooks* (freie Hand- und Lehrbücher) oder *Wikimedia Commons* (lizenzfreie Bilder, Sounddateien, Videos etc.) etablieren sich ebenfalls zusehends.

<sup>1</sup> „Route 66 – ein amerikanischer AlbTraum“: <http://www.route66-der-film.de>

Es gibt jedoch auch kritische Stimmen zu Open Content. Der CDU-Bundestagsabgeordnete Krings etwa bemerkte in einer Rede im Januar 2006,<sup>2</sup> dass die Open-Content-Befürworter den Musik-, Film- und seit neuestem den Buchmarkt erschlossen hätten. Er unterstellte ferner, diese würden für eine völlige Abschaffung des geistigen Eigentums<sup>3</sup> eintreten, was laut Krings „in letzter Konsequenz die Existenzberechtigung der gesamten Vermarktungsstrategie des deutschen Verlagswesens“ negiere. Dass allerdings Bücher wie dieses Jahrbuch, die nach dem Open-Content-Prinzip frei im Internet und zusätzlich auf konventionelle Weise veröffentlicht werden, durch Ersteres viel bekannter und somit auch erfolgreicher sind – das lässt er außer Acht. Auch das Probelesen im Buchhandel wurde schon seit langem als geeignete Maßnahme angesehen, Buchverkäufe zu erhöhen. Es ist bislang nicht widerlegt, dass Verlage letzten Endes davon profitieren, dass sie Bücher komplett im Internet frei verfügbar machen. Ähnliche marketingrelevante Aspekte sollten beachtet werden, wenn es um das Zur-Verfügung-Stellen von sonst kommerziell verwerteten Inhalten geht. Kleine Bands etwa fördern oft durch das Online-Stellen einzelner Stücke oder ganzer Alben ihren Bekanntheitsgrad.

Im ersten Artikel dieses Kapitels befasst sich der Autor Erik Möller mit den Creative-Commons-Lizenzen, die sehr häufig für die Lizenzierung von Open Content benutzt werden. So stehen auch viele Artikel dieses Buches unter CC-Lizenzen.<sup>4</sup> Möller diskutiert kritisch eine oft verwendete Option von CC-Lizenzen: den Ausschluss kommerzieller Nutzung. Dies hat Konsequenzen für Urheber, Lizenznehmer und Communitys, die den Zielen von Open Content abträglich sein können.

Über ein Archiv ganz besonderer Art berichtet Steffan Heuer im zweiten Beitrag. Wie oft hat man erlebt, dass man eine Internetseite aus seiner Lesezeichen-Sammlung oder aus den Quellenangaben eines Artikels aufrufen wollte und diese Webseite war verschwunden. Das *Internet Archive* hat es sich zur Aufgabe gemacht, das gesamte Internet auf Dauer „einzufrieren“. Es funktioniert ganz einfach: Man gibt auf der Webseite *archive.org* die Adresse des Dokuments ein, wählt dann ein Datum aus und bekommt die Seite zu sehen, wie sie zum jeweiligen Zeitpunkt online war. Der technische Aufwand dahinter ist enorm. Wie dieser bewältigt wird und welche anderen Archive freier Inhalte existieren, berichtet der Artikel „Ein Archiv für die Welt“.

Über die oben erwähnte freie Enzyklopädie Wikipedia gibt der letzte Artikel dieses Kapitels Aufschluss. Cormac Lawler betrachtet aus soziologischer Sicht, wie Dokumente durch gemeinschaftliche Arbeit vieler Autoren entstehen. „Wikipedia als Lerngemeinschaft“ sieht diese Zusammenarbeit als ein Prozess des Lernens an – ähnlich wie in einem Klassenraum. Er gibt Einblicke in die Community und erläutert, warum er die häufig auftretenden *Konflikte* für fruchtbar hält.

2 [http://www.boersenblatt.net/100552/template/b3\\_tpl\\_suche\\_detail/](http://www.boersenblatt.net/100552/template/b3_tpl_suche_detail/) [14. Feb 2006]

3 Geistiges Eigentum bezeichnet die Rechte eines Urhebers an seinen literarischen und künstlerischen Werken. Siehe hierzu auch den Artikel von Bernd Lutterbeck auf Seite 445.

4 Über Entstehung und Ziele der Creative-Commons-Initiative berichtet ihr Vorsitzender, der Jura-Professor Lawrence Lessig (*Stanford University*), im Kapitel „Gesellschaft im Wandel“ auf Seite 427.