



DR. EVA MARIA
STÖCKLER

Leiterin des Zentrums
für Zeitgenössische
Musik an der Donau-
Universität Krems und
wissenschaftliche Leiterin
des Masterstudiengangs
Musikmanagement, Mu-
sikwissenschaftlerin und
u.a. Mitglied des Editorial
Boards des International
Journal of Music Business
Research.

Musik erfolgreich managen

*Masterstudium Musikmanagement an der Donau-Universität Krems
(Österreich)*

Ein Beitrag von Eva Maria Stöckler, Krems

Paradigmenwechsel in Musikwirtschaft und Musikleben

Musik ist Kunst, Musik ist Ware, Musik ist Kommunikationsmittel, Medium für den Austausch persönlicher Erlebnisse, sozialer Beziehungen und kultureller Identität (vgl. Rösing 1998). Gemeinschaftliches Musizieren bedeutet Kommunikation, Kooperation und die Herstellung von sozialer Kohäsion. Musik hat in jeder menschlichen Gesellschaft eine wichtige Funktion, die sich – ebenso wie die Funktion der ausübenden MusikerInnen und aller, die in diesen Vermittlungsprozess eingebunden sind – im Laufe der Zeit stark verändert hat.

Zunächst hat die Verschriftlichung von Musik das Musikmachen vom Muskschaffen zeitlich und räumlich getrennt und zu umfangreich konzipierten Partituren und einem arbeitsteiligen Interpretations- und Aufführungsprozess geführt. Elektrifizierung und die Möglichkeit technischer Speicherung hat schließlich auch das Musikhören dem Musikmachen entkoppelt und gleichzeitig das Verhältnis von Original und Kopie neu definiert (vgl. Jauk 2009). Erst die Digitalisierung vermochte das Konzept „Original“ aufzulösen – was nicht nur zu fundamentalen Veränderungen in der Musikproduktion und Musikrezeption geführt, sondern über Jahrzehnte taugliche Geschäftsmodelle der Musikwirtschaft außer Kraft gesetzt hat. Mit der Aufhebung der Dichotomie von „Produzent“ und „Konsument“ im Konzept des „Prosumers“ (vgl. Smudits 2002) verschwand auch der Unterschied zwischen Kunst- und Unterhaltungsmusik, Amateur- und Profimusiker.

Technologische Innovationen seit Mitte der 1980er Jahre, der erleichterte Zugang zu Distributionsmöglichkeiten von Musik und eine beispiellose Globalisierung des Muskschaffens haben an allen Knotenpunkten des Wertschöpfungsnetzwerkes eine Verschiebung im gesamten Gefüge des Musikmarktes bewirkt. Die auf einem arbeitsteiligen Musikmarkt fußende Unterscheidung zwischen Musiker, Produzent, Techniker und Distributeur ist unbrauchbar geworden (vgl. Gensch/Stöckler/Tschmuck 2008).

Neue Herausforderungen – neue Berufsbilder

Digitalisierung von Musik und Globalisierung des Muskschaffens haben nicht nur die künstlerischen Produktionsbedingungen verändert, sondern, bedingt durch den erleichterten Zugang zu neuen Produktions- und Distributionsmitteln, auch die Strukturen des Musikmarktes. Ein Musiker, eine Musikerin



FAKTEN MUSIK- MANAGEMENT MA

Masterstudium, 120 ECTS

Berufsbegleitend (3 Mal

pro Semester eine Woche

Präsenzunterricht),

postgradual

4 Semester Präsenz-

unterricht und E-Learning,

1 Semester Masterthese

Studienbeginn:

6. Oktober 2014

Kosten:

€ 11.900,-, zahlbar in fünf

Semesterraten. Es besteht

die Möglichkeit einer steu-

erlichen Absetzbarkeit von

Weiterbildungskosten.

Informationen:

www.donau-uni.ac.at/

[musikmanagement](http://www.musikmanagement.net)

... Musik erfolgreich managen

muss Aufgaben des Managements übernehmen, Kontakte zu Agenturen pflegen, Selbst- und Projektmanagement beherrschen und professionelle Medienarbeit leisten. Das Musikmanagement muss hingegen in der Lage sein, optimale künstlerische Rahmenbedingungen für die MusikerInnen zu schaffen, einen Ausgleich zwischen künstlerischen Notwendigkeiten und ökonomischen Vorgaben schaffen und darüber hinaus Kommunikator zu Stakeholdern, Investoren und öffentlicher Förderung sein. Die besondere Herausforderung besteht darin, Universalist und Spezialist gleichermaßen zu sein, und – anstatt in der traditionellen Unterscheidung zwischen Musikschaffenden, Musikproduzenten, Musikvermittlern und Musikmanagern zu verharren – künstlerische und wissenschaftliche Kompetenzen mit Managementwissen zu vereinen. Dies ist umso wichtiger, als zukünftige Strategien und Handlungsfelder immer schwerer identifizierbar und prognostizierbar sind.

Musik stellt sich in diesem Kontext als paradigmatisches Feld, als Vorreiter heraus (vgl. Jauk 2009), in dem sich zahlreiche Problemlagen, die nun die gesamte Kulturwirtschaft (Literatur und Verlagswesen, Kunst- und Kulturmanagement, Filmindustrie, usw.) erfassen, erstmals aufgetreten sind. Fragen des Urheberrechts in der digitalen Distribution, neue Geschäfts- und Erlösmodelle, Filesharing und illegaler Download, aber auch die zunehmende De-Institutionalisierung des Musiklebens (vgl. Lehmann 2012) und die Durchlässigkeit von Künstlerkarrieren, haben sich in der Musikbranche prototypisch abgebildet.

Das Zentrum für Zeitgenössische Musik der Donau-Universität beschäftigt sich seit seiner Gründung 2004 und der Einrichtung des postgradualen berufsbegleitenden Masterstudiengangs Musikmanagement mit den Herausforderungen im Bereich der Musikwirtschaft, des Musiklebens und der Musikvermittlung, die Digitalisierung und Globalisierung von Musik hervorgerufen haben. Im Zentrum stehen dabei die Verknüpfung von Ökonomie und Ästhetik und die Folgen der Digitalisierung für Musikproduktion, Musikdistribution und Musikrezeption.

Der Masterstudiengang Musikmanagement bereitet seit seiner Implementierung 2005 die Studierenden auf diese Herausforderungen vor. Zunächst standen vor allem Fragen des Filesharings, Internetpiraterie, DR (Digital Rights) Management sowie die dramatischen Konsequenzen der digitalen Distribution für die Musikindustrie im Vordergrund. Gleichzeitig war bereits eine Annäherung der Medien- und Kommunikationsstrategien von Klassik und Pop bemerkbar, sodass eine klare Trennung der Genres nicht mehr möglich war: Klassikhörer hören auch Popmusik, Rockfans finden auch den Weg ins Konzerthaus, Publika differenzieren sich zunehmend aus, werden schwerer zuordenbar. Die sich in den folgenden Jahren entwickelnden Geschäftsmodelle wie etwa 360-Grad-Modelle, Social Media-Kommunikationsstrategien und Musikstreaming erfordern von den Verantwortlichen die Fähigkeit, unterschiedliche Modelle – ökonomische, ästhetische, rechtliche usw. – im Hinblick auf ein zu lösendes Problem zu kombinieren. Dem hat sich auch die Unterrichtsmethodik in den letzten Jahren angepasst. Ausgangspunkt sind weniger Inhalte für sich,



Weitere Studienan- gebote des Zentrums für Zeitgenössische

Musik:

- *Music for Film and Media, Masterstudium*
- *Musik und Recht, Seminar*
- *Musik und Medien, Seminar*
- *Vermittlung zeitgenössischer Musik, Certified Program*
- *Jazz in Contemporary Music, Certified Program*

... Musik erfolgreich managen

sondern im Zentrum der Lehrveranstaltungen steht eine spezifische Problemlage, eine Thematik, die aus unterschiedlichen Disziplinen betrachtet wird. So wird der gesamte Bereich „Live-Business“ unter betriebswirtschaftlichen (Business Plan, strategische Umsetzung), rechtlichen (Veranstaltungsrecht), ästhetischen (Bühnenaufbau, Programmgestaltung) sowie kommunikationswissenschaftlichen Aspekten (integrierte Medien- und PR Konzepte) betrachtet. Die zunehmende Verschränkung vormals getrennter Geschäftsbereiche wird nun bereits in den didaktischen Modellen berücksichtigt und die Studierenden lernen von Beginn an, mit diesen Herausforderungen – auch methodisch – umzugehen.

Berufsbegleitendes Studium mit individueller Betreuung

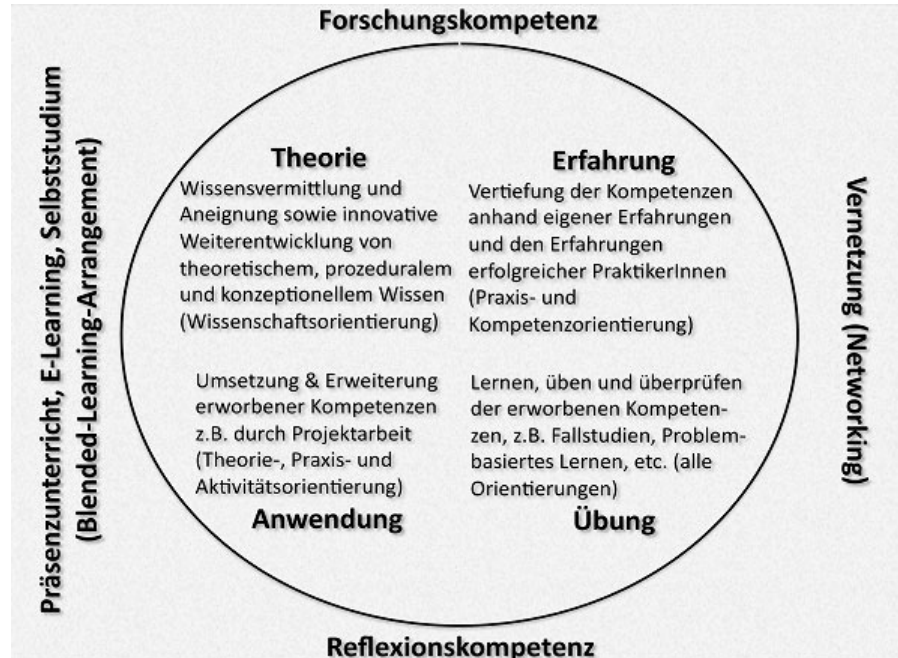
Am Zentrum für Zeitgenössische Musik studieren Musikerinnen und Musiker, MitarbeiterInnen in der Musikwirtschaft, im öffentlichen und/oder privatwirtschaftlichen Musikleben, MusikpädagogInnen und Menschen, die durch das Studium einen Wechsel in die Musikbranche beabsichtigen. Sie alle eint, dass sie bereits eine akademische Erstausbildung absolviert haben und/oder reichhaltige Erfahrungen in ihrem Berufsleben gesammelt haben. Sie sind Profis, die ihre Expertisen und Kompetenzen – aufbauend auf ihren bisherigen Kenntnissen und Erfahrungen – erweitern bzw. aktualisieren wollen. Das erfordert besondere Rahmenbedingungen und Leitlinien des Studierens, zu denen sich die Weiterbildungsuniversität Krems bekennt.

Entscheidend ist eine enge Verschränkung von **wissenschaftlichen Grundlagen** und **Praxiswissen**, die durch die Einbindung von WissenschaftlerInnen sowie Expertinnen und Experten, Entscheidungsträgern und Verantwortlichen aus der Musikwirtschaft erreicht wird. So kann Praxiswissen jederzeit auf seine Relevanz wissenschaftlich hinterfragt und wissenschaftliche Modelle für spezifische Problemstellungen aus der Musikwirtschaft entwickelt werden. Für handlungsrelevantes Wissen sind auch eigenständige Aktivitäten unabdingbar. Nur durch selbstständige **Aktivitäten** wird „träges Wissen“ in die eigene Erfahrungswelt transferiert und kann sich als Fertigkeit in realen Situationen praktisch umsetzen. Das führt zu einer **Kompetenzorientierung**, die Fach-, Methoden-, Sozial- und Selbstkompetenzen integriert, um komplexen Herausforderungen begegnen zu können. Zwei Aspekte stehen dabei immer im Vordergrund: die Orientierung an **Lernergebnissen** – der Fokus liegt nicht im Eigenzweck der Unterrichtsmethoden, sondern diese haben sich immer an Lernzielen zu orientieren – und die Berücksichtigung unterschiedlicher Ausgangslagen der Studierenden, die eine **Individualisierung** der Lernarrangements und eine weitgehende Einbindung von E-Learning und Blended-Learning Methoden erfordert, um den Bedürfnissen und Zeitanforderungen berufstätiger Studierender entgegenzukommen.

Diese Leitlinien werden durch Theorie, Anwendung, Erfahrung und Übung im Studium umgesetzt.



... Musik erfolgreich managen



(Quelle: Donau-Universität Krems)

Die Donau-Universität Krems ist dabei als einmaliges Modell einer öffentlichen Universität mit privatwirtschaftlicher Organisation und Finanzierung führender Anbieter universitärer Weiterbildung und mit den besonderen Anforderungen postgradualer Studien und berufsbegleitender Lehre seit Jahren vertraut. Derzeit studieren etwa 8.000 Studierende aus 91 Ländern an der Donau-Universität Krems.

Geschichte und Zukunft des Musikmanagements

Als zentrale Forschungsbereiche haben sich in den letzten Jahren Geschichte und Zukunft des Musikmanagements herauskristallisiert. Im Jahr 2008 erschien der von Gerhard Gensch, Eva Maria Stöckler und Peter Tschmuck herausgegebene Band „Musikrezeption, Musikdistribution und Musikproduktion. Der Wandel des Wertschöpfungsnetzwerks in der Musikwirtschaft“, der sich erstmals mit den vielfältigen Facetten des tiefgreifenden Wandels in der Musikbranche aus unterschiedlichen wissenschaftlichen Disziplinen nähert. Fragen der Digitalisierung, die Analyse neuer Geschäftsmodelle aber auch die Untersuchung von alternativen Finanzierungsformen im Musikmanagement sind auch Themen von Masterarbeiten.

Dem europäischen Trend entsprechend ist die staatliche Kulturförderung in Österreich seit Jahren rückläufig. Die wachsende Zahl von KünstlerInnen muss sich daher nach alternativen Finanzierungsmöglichkeiten umsehen. Crowdfunding scheint dabei im Spannungsfeld von öffentlicher Förderung, Kunstschaffenden und Publikum eine vielversprechende Alternative zu sein, die öffentliche Förderung zwar nie ersetzen, aber sinnvoll ergänzen kann.

Upcoming:

Musikjournalismus zwischen Soundcloud und Twitter

Music Business Lounge
am 12.3.2014, 19.00 Uhr in
Wien

u.a. mit Hanspeter Kue-
nzler – Musikjournalist
(London/Zürich) und
Peter Cadera – Peter
Cadera Music Consulting
(Hamburg)

26. bis 27. Juni 2014

International Music Industries

Open Lecture mit Rey
Sanchez, Frost School of
Music Miami



LITERATUR

Gerhard Gensch, Eva Maria Stöckler, Peter Tschmuck (Hrsg.) (2008): *Musikrezeption, Musikdistribution und Musikproduktion. Der Wandel des Wertschöpfungsnetzwerks in der Musikwirtschaft*. Gabler Edition Wissenschaft, Wiesbaden. // Werner Jauk (2009): *pop/music + medien/kunst. Der musikalisierte Alltag der digital culture*. Electronic Publishing Osnabrück. // Harry Lehmann (2012): *Die digitale Revolution der Musik. Eine Musikphilosophie*. Schott Mainz. // Helmut Rösing (1998): *Musikalische Lebenswelten*. In: Herbert Bruhn, und Helmut Rösing (Hrsg.): *Musikwissenschaft. Ein Grundkurs*. S. 130–152. Rowohlt Reinbek. // Smudits, Alfred (2002): *Mediamorphosen des Kulturschaffens. Kunst und Kommunikationstechnologien im Wandel*. Braumüller Wien.

... Musik erfolgreich managen

Der Manager des preisgekrönten Jazz Trios „Tuesday Microgrooves“, Wolfgang Radl, hat in seiner Masterthese „Gremium 2.0“ Prozessveränderungen staatlicher Kunst- und Kulturförderung genauer betrachtet und sich die Frage gestellt, wie reward-based Crowdfunding und öffentliche Förderung zu einer den KünstlerInnen nutzbringenden Zusammenarbeit finden können. Reglementierte, verbeamtete Förderung und Schwarmprozesse – kann das gut gehen? Wolfgang Radl sieht dafür große Chancen für beide Seiten, pocht jedoch auf die Autonomie der KünstlerInnen: „Es stellt sich daher nicht die Frage, inwieweit Crowdfunding und öffentliche Kulturförderung kompatibel sind und ob ein verschränktes System etabliert werden kann, sondern ob die Entscheidung, woher Geldmittel lukriert werden sollen, nicht individuell von jedem Kunstschaffenden selbst zu treffen ist.“

Die studierte Kultur- und Musikmanagerin Anika Jankowski hat in ihrer Masterthese die Branchenstruktur der sächsischen Musikclub-Landschaft analysiert und ausgehend von der Beobachtung, dass der zunehmende Kostendruck auf die Veranstalter und der Ausfall kommunaler Unterstützung zu einer Bedrohung der lebendigen sächsischen Musikclub-Landschaft geführt hat, Erfolgskriterien für die Clubs erarbeitet, die sie nun selbst als Projektleiterin der Scheune Akademie Dresden umsetzen kann.

Neben aktuellen Themen ist die Aufarbeitung der Geschichte des Musikmanagements rund um die Musiker- und Musikunternehmerdynastie Johann Strauss ein wichtiger Forschungsbereich. Die Musiker der Strauss-Dynastie Mitte des 19. Jahrhunderts haben Methoden der Komposition und des Arrangierens, vor allem aber der Verwertung, Verbreitung und Vermarktung von Tanz- und Konzertmusik entwickelt, die zur Grundlage des modernen „Musikbusiness“ geworden sind. Darüber hinaus waren sie die ersten Musikunternehmer, die eine im Aufbruch befindliche Medienkultur für Werbung und Marketing zu nutzen wussten.

Das Zentrum für Zeitgenössische Musik der Donau-Universität Krems beherbergt seit 2008 den Nachlass des Kulturhistorikers Franz Mailer, eine umfangreiche Dokumenten- und Notensammlung von Johann Strauss Vater sowie seinen Söhnen Johann, Joseph und Eduard, die seither aufgearbeitet und der Öffentlichkeit, vor allem auch Orchestern, zur Verfügung gestellt wird. ¶