

# Musikwirtschaft 2.0: Perspektiven für die Musik

2. Wissenschaftliche Tagung zur Kultur- und Kreativwirtschaft in Weimar (13.-15.10.2011)  
ANDREAS LANGE, WOLF-GEORG ZADDACH

Unter dem Titel *Musikwirtschaft 2.0: Perspektiven für die Musik* luden der Studiengang Kulturmanagement der *Hochschule für Musik FRANZ LISZT Weimar* (HfM) und der Studiengang Medienmanagement der *Bauhaus-Universität Weimar* vom 13.-15. Oktober 2011 zu einem interdisziplinären Fachkongress nach Weimar, der sich mit den wirtschaftlichen, kulturpolitischen und sozialen Folgen des tiefgreifenden Strukturwandels in der Musikwirtschaft seit der digitalen Revolution auseinandersetzte. Die dreitägige Veranstaltung fand in Kooperation mit der *Kulturpolitischen Gesellschaft e.V.* und dem Thüringer Ministerium für Wirtschaft, Arbeit und Technologie statt. Rund zwanzig Experten aus den Bereichen Musikwirtschaft, Kulturpolitik und Forschung gaben detaillierte Einschätzungen zu Entwicklungen und Tendenzen, präsentierten neueste Forschungsergebnisse und stellten innovative Projekte vor. Der Studiengang Kulturmanagement setzte damit sein Tagungskonzept zur Kultur- und Kreativwirtschaft fort.

Die Weimarer Konferenz untergliederte sich in drei Schwerpunkte: Der erste Tag widmete sich dem Strukturwandel in der Musikwirtschaft, im Mittelpunkt des zweiten Tages standen die Digitalisierung und die digitale Ökonomie, während am letzten Tag konkrete Anpassungsstrategien der Akteure thematisiert wurden.

Zum Auftakt der Tagung reflektierte Steffen Höhne, Leiter des Studiengangs Kulturmanagement an der HfM Weimar, die gesellschaftliche Verortung des Künstlers sowie dessen Selbstbild in historischer Perspektive. Insbesondere die Erkenntnis, dass sich der Künstler seit der Moderne als hybrides Subjekt – ästhetisch, ökonomisch, rechtlich etc. – positionierte und positioniert wurde, führte zur der Frage, welche Veränderungen in der Gegenwart und im Kontext des Social Web zu konstatieren seien. Höhne betonte, dass die Annäherung von Kunst und Wirtschaft zur Entwicklung eines Künstlertypus beitrage, die ihn partiell als Kreativunternehmer definiere, seine Tätigkeiten mit zunehmend managerialen Kompetenzen strukturiere – hierzu gehöre allerdings auch,

seinen Unterhalt mit musiknahen Berufen wie Unterrichten zu bestreiten. Festzuhalten sei, dass sich das Rollenbild unter dem Einfluss der Professionalisierung, Ökonomisierung und Medialisierung grundsätzlich gewandelt habe.

Christian Müller von der *Goethe-Universität Frankfurt* stellte seine laufende Dissertation zum Strukturwandel in der Tonträgerindustrie der BRD zwischen 1950 und 1980 vor. In wirtschaftshistorischer Perspektive zeichnete er den Wandel der Absatz- und Produktionsbedingungen in der BRD nach. Die Analyse verdeutlicht dabei die regionalen und temporären Besonderheiten einer in Ansätzen globalen Tonträgerindustrie.

Mit Pia Kreuz (*JAMK University of Applied Science Jyväskylä*) und Stuart Moss (*Leeds Metropolitan University*) wurden weitere regionale Musikwirtschaften in den Fokus genommen. Nach Fakten und Einschätzungen zur finnischen und schwedischen Musikwirtschaft reflektierte Kreuz über gegenwärtige Fragen der Musikwirtschaft im Web 2.0. Sie stellte fest, dass der Musikmanager mit ökonomischen und kulturellen Kompetenzen eine Schlüsselposition in der Vermarktung des Künstlers einnehme und neue Wirtschafts- und Unternehmenskooperation erforderlich seien, um neue, den Anforderungen des Social Web gerecht werdende Marketingstrategien entwickeln zu können.

Stuart Moss reflektierte insbesondere über die Entwicklungen zum Urheberrecht in UK (*ACS-Law* und *Digital Economy Law 2010*). Durch eine Betrachtung des Live Entertainment-Sektors, der in 2011 entgegen einem allgemeinen Trend in UK eher rückläufige Tendenzen aufwies, rundete er seine Ausführungen ab.

Matthias Meier, Mitveranstalter und Leiter des Studienganges Medienmanagement an der *Bauhaus-Universität*, übertrug kulturökonomische (Douglas North) und soziologische (Bruno Latour) Theorien auf die Musikwirtschaft. Seine Ausführungen eröffneten dabei eine aufschlussreiche Perspektive auf die Akteure: Mit der Akteur-Netzwerk-Theorie Bruno Latours rückt stärker das Netzwerk und die Frage nach den Verbindungen der einzelnen Akteure in den Fokus – eine vielversprechende Herangehensweise für der Erklärung von Handlungsweisen und Entwicklungen.

Der zweite Tag wurde mit Vertretern des *Fraunhofer-Instituts für Digitale Medientechnologie* (IDMT) in Ilmenau eröffnet. Holger Großmann stellte zwei aktuelle Projekte des Instituts vor: die Musik-Lernsoftware *Songs2See* und die Musiksuche *GlobalMusic2one*. Karlheinz Brandenburg, der an der Entwicklung des MPEG-1-Audio-Layer-III-Formats (MP3) beteiligt war, betrachtete zunächst die Geschichte der Musikin-

dustrie aus medientechnologischer Perspektive. Anschließend thematisierte er die Möglichkeiten der Verschlüsselung digitaler Musikformate, wies jedoch darauf hin, dass diese Kopierschutzsysteme keine geeigneten Modelle der digitalen Musikvermarktung darstellten.

Jutta Emes vom Studiengang Medienmanagement der *Bauhaus-Universität Weimar* thematisierte die Rahmenbedingungen der Musikbranche und ging dabei auf die Entwicklung von tragfähigen Geschäftsmodellen digitaler Musik ein. Ausgehend von der Erkenntnis, dass Potenziale der Digitalisierung insbesondere von den Major-Labels zu spät erkannt worden und technische Innovationen und Impulse für neue Geschäftsmodelle vor allem aus ursprünglich branchenfremden Bereichen – als Beispiele dienten *Apple* und *Napster* – gekommen seien, thematisierte sie die Entwicklungen von Anreizstrukturen seitens der Musikbranche. Diesen Ausführungen stellte sie Überlegen zur Zahlungsbereitschaft der Musikkonsumenten gegenüber.

Tiago de Oliveira Pinto, Professor für Transcultural Music Studies and der HfM Weimar, und sein Mitarbeiter Philipp Küppers stellten die Musikdatenbank *Global Music Database* vor, ein gemeinsames Projekt des Instituts für Musikwissenschaft der HfM Weimar und des *Fraunhofer-Instituts für Digitale Medientechnologie* in Ilmenau. *Global Music Database* fungiert als digitale Klangdatenbank, mit deren Hilfe umfangreiche Informationen über Musikstücken ermittelt werden können. Auf Grundlage musikalischer Parameter und Eigenschaften wie Rhythmus, Tonalität oder Harmonik soll das Musikarchiv eine zuverlässige Methode für die automatische Musikklassifizierung darstellen. Der Benutzer erhält mit der Datenbank ein Werkzeug, mit dem er Musikstile eindeutig zuordnen, Ähnlichkeitsbeziehungen herstellen und Musikstücke nach bestimmten Eigenschaften suchen kann.

Die zunehmende Synthese von Unternehmer- und Künstlertum griff auch Elmar Konrad (Mainz) auf. Er verortet den Künstler in einem Spannungsfeld zwischen freier Kunstausübung und einer durch Angebot und Nachfrage charakterisierten Marktwirtschaft. Er betonte die Bedeutung und Synthese von fachlichen, sozialen, unternehmerischen und methodischen Handlungskompetenzen. Gerade vor dem Hintergrund der Entwicklungen in der Musikwirtschaft 2.0 sei die Tendenz zu erkennen, dass Musiker häufig unternehmerische Rollen übernehmen und als Entrepreneure auftreten. Die Betonung einer ökonomisch-rationellen Handlungskompetenz eines Musikers erzeugte beim anwesenden Publikum ein unterschiedliches Echo und wurde in der anschließenden Diskussionsrunde kritisch hinterfragt. Teile des Publikums widersprachen

der Auffassung, Kunst als reine Dienstleistung oder Wirtschaftsbranche aufzufassen. Sein Plädoyer für die bessere Verankerung von managerialen Komponenten in der künstlerischen Ausbildung fand hingegen breite Zustimmung.

Uwe Wagner (*Rheingau-Musikfestival*) thematisierte das Festival als Bereich einer zunehmend digitalisierten Musikwirtschaft. Anschaulich vermittelte er die Besonderheit von Festivals, die insbesondere in der zeitlichen und räumlichen Herausgehobenheit liegen und dadurch intensive emotionale Erfahrungen schaffen würden. Zugleich ergebe sich dadurch ein über das Event hinauswachsender medialer Stellenwert, der sich wiederum gut vermarkten ließe. Wagner bescheinigte dem Festival als Veranstaltungsform Zukunftsfähigkeit, wobei die Felder des Eventmanagements und der digitalen Musikwirtschaft in Zukunft vermutlich stärker verschmelzen werden.

Aus rechtswissenschaftlicher und rechtspraktischer Perspektive betrachtete Pascal Charles Amann den Umbruch des deutschen und internationalen Musikmarktes in den vergangenen 15 Jahren durch die digitale Revolution der Kommunikationstechnologien. In seinen Ausführungen machte er unter anderem darauf aufmerksam, dass auf der einen Seite viele Unternehmen der Musikbranche die Entwicklungen wenig antizipiert haben und auf der anderen Seite die Justiz in Form der Gesetzgebung und der Rechtsprechung der Dynamik der technischen Entwicklungen systemimmanent nur schwer standhalten kann. In der Praxis der Bewertung konkreter Geschäftsabschlüsse und Vertragsverhandlungen bedeute dies z. B., dass zukünftige Entwicklungen für die Wirtschaftlichkeitsanalysen bereits frühzeitig bestmöglich berücksichtigt und entsprechend fixiert werden müssten. Amann stellte die Frage in den Raum, warum es den internationalen Musikkonzernen nicht selbst gelungen ist, eine einheitliche Plattform für die Online-Musikverwertung aufzubauen und machte zugleich auf die Machtpositionen von Unternehmen wie *Apple* oder *Amazon* aufmerksam. Mit dem Hinweis, dass kommerzieller Erfolg etlicher Unternehmen im Internet auf den kreativen Content von Musikern, Produzenten beruhe, schlug er vor, dass die Rechteinhaber auch an den Einnahmen von Geräten und Nutzungen angemessen beteiligt werden könnten.

Paul W. Hertin (Berlin) thematisierte die GEMA und ihre Ausschüttungspraxis. Anhand aufschlussreicher Beispiele erläuterte er die Verteilungspraxis, die bereits in der Trennung von E- und U-Musik große Unterschiede aufweise. Aufzeigen konnte er dabei anhand eines konkreten

Falles, dass bereits diese Trennung zu Problemen in der Aufnahme und Beurteilung von Musik führte.

Konrad Sommermeyer (Berlin) referierte über Markteintrittschancen junger Musiker und Bands und thematisierte eine Entwicklung, die in diesem Zusammenhang in den letzten Jahren deutlich an Bedeutung gewonnen hat: das Musiksponsoring und der daraus resultierende positive Imagnettransfer für die beteiligten Kooperationspartner. Um sich als wiedererkennbare Marke am Musikmarkt zu etablieren, sei neben der Einzigartigkeit der eigenen Musik, die ein Alleinstellungsmerkmal aufweisen sollte, das Eigenengagement der Musiker ein entscheidender Faktor. Eine professionelle Medienarbeit sei dabei ebenso wichtig wie der Aufbau von Netzwerken, die er als Schlüssel für den Markteintritt bezeichnete.

Der Komponist Ludger Vollmer (Weimar) reflektierte die Arbeitsbedingungen von Musikern und Komponisten. Entgegen einigen bereits referierten Thesen sprach er sich gegen eine zu starke Vereinnahmung des Künstlers durch manageriale Praktiken aus. Paradigmatisch betonte er, wie unentbehrlich die Zusammenarbeit mit seinem Verlag sei, um sich einen schöpferischen Freiraum zu bewahren, in dem er kreativ arbeiten könne.

Zum Abschluss des Tages stellte die LAG Jazz Thüringen ein von der Initiative Musik und des Thüringischen Ministerium für Wirtschaft, Arbeit und Technologie gefördertes Projekt zur Erstellung einer Online-Datenbank vor. Ziel sei es, ein interaktives Interface zu erstellen, das Musiker, Veranstalter und Interessierte durch das Internet vernetzen soll, um Synergieeffekte für alle Beteiligten zu schaffen.

Den letzten Konferenztag eröffnete Ian Pascal Volz (Leipzig), der über die Bedeutung von Musiknachfrage im Internet für das Musikmarketing sprach. Er präsentierte dabei seine 2011 erschienene Dissertation, die als empirische Studie detaillierte Erkenntnisse über die Entwicklung der Nachfragestruktur von Musikkonsumenten im Internet eröffnete. Demnach gebe es nicht ausschließlich Musikkonsumenten im Internet, die freien Content suchen, sondern auch zahlungsbereite Nutzergruppen, die es aus Sicht der Tonträgerindustrie zu erreichen gelte.

Simone Dollmann (Berlin) thematisierte die Anpassungsstrategien von Labels insbesondere in den Bereichen Organisation und Personalmanagement. Neben Stellenabbau, den sie am Beispiel von *Decca* veranschaulichte, betonte sie insbesondere die gewachsene Bedeutung von zeitlich begrenzt arbeitenden Projektteams. Darüber hinaus stelle die

freiberufliche Tätigkeit zunehmend eine mögliche Strategie der Personalpolitik dar.

Gernot Rehr (Berlin), bis 2012 Intendant des ROC Berlin und ab 1. März 2013 neuer Intendant der *Internationalen Bachakademie* sowie des *Musikfestes Stuttgart*, thematisierte die Integration von digitalen Technologien in öffentlichen Kultureinrichtungen. Insbesondere die Pflege von Datenbanken mit Besucherumfragen stellen hierbei einen wesentlichen Grundstock dar, wobei tendenziell eine Ausweitung auf Möglichkeiten des Internets sinnvoll und zu beobachten sei. Darüber hinaus lenkte er den Blick auf Bildungs- und Integrationskonzepte und betonte die Verankerung und Bildung politischen Denkens in der Kultur-/Musikmanagementausbildung.

Martin Tröndle (Ludwigshafen) referierte über das Ausbildungskonzept *Concerto.21*. Tröndle resümierte, dass die Selbsterfahrung und Implementierung dieser Erfahrung als Erweiterung der oftmals nur auf das Künstlerische konzentrierte subjektive Welt der Musiker eine Grundvoraussetzung zeitgemäßer Ausbildung sei. Die Ausbildung im Musikmanagement solle in konkreten Ausbildungsmodulen für die Anforderungen in der Praxis vorbereiten, welche durch zunehmende Diversifizierung nach unterschiedlichen Medien und Kommunikationsplattformen wie Print oder Social Web komplexer und somit anspruchsvoller werde.

Mit einem abschließenden Impulsvortrag zu Rolle und Anforderung einer modernen Musikhochschule beendete der Präsident der HfM Weimar, Christoph Stözl, die Tagung und dankte den Anwesenden und Organisatoren für die aufschlussreiche und richtungsweisende Veranstaltung.

Die mit 75 Teilnehmern gut besuchte Tagung demonstrierte eindrücklich das Spektrum und die Dynamik einer Musikwirtschaft, die insbesondere durch die sozio-technischen Bedingungen und Potenzialitäten des Internet enormen Veränderungen ausgesetzt war und ist. Darüber hinaus ermöglichte die Tagung in lebhaft geführten Diskussionen einen konstruktiven Dialog zwischen Kulturunternehmern, Kulturvermittlern, Künstlern und Studenten. Obwohl die Musikwirtschaft auch in den kommenden Jahren gewaltigen Herausforderungen gegenübersteht, zeigte sich der Großteil der Referenten optimistisch. Die veränderten Rahmenbedingungen der Branche wurden vornehmlich als Chance aufgefasst. Auffallend war dennoch, dass keine Vertreter der Major oder von Independent-Labels anwesend waren. Ein Tagungsband, der noch 2012 in der Schriftenreihe *Weimarer Studien zu Kulturpolitik und Kulturökonomie* erscheinen soll, möchte darüber hinaus einen ertragreichen Beitrag zur Musikwirtschaftsforschung leisten.