

Josef LIMPER und Martin LÜCKE: Musikmanagement in der Musikwirtschaft (= Edition Kreativwirtschaft, 6). Stuttgart (Kohlhammer) 2013, 257 Seiten.

Bastian LANGE, Hans-Joachim BÜRKNER und Elke SCHÜßLER (Hgg.): Akustisches Kapital. Wertschöpfung in der Musikwirtschaft. Bielefeld (transcript) 2013, 358 Seiten.

Die Musikwirtschaft, von den Musikschaaffenden über die Instrumentenhersteller bis hin zu den Labels, befindet sich seit nunmehr über einem Jahrzehnt in einem tief greifenden Wandel insbesondere der Wertschöpfungsketten sowie Kommunikations- und Netzwerksstrukturen. Die Herausforderungen der Branche liegen hierbei nach wie vor auf rechtlicher, ökonomischer und sozialer Ebene, denkt man etwa an Fragen nach einem adäquaten Urheberrecht im digitalen Zeitalter oder nach der Altersarmut vieler Künstler (HÖHNE/ZADDACH 2014). Kein Bereich der Musikwirtschaft kann behaupten, nicht in irgendeiner Art und Weise von diesem Wandel betroffen zu sein.

Wissenschaftliche Betrachtungen haben bisher zum Teil intensiv die Reaktionen und Anpassungsfähigkeiten der Musikwirtschaft reflektiert. Ihre Erkenntnisse reichen von Analysen anfänglicher Ignoranz über Kriminalisierung bis hin zu neuen umsatzsteigernden, digitalen Absatzmodellen. Im Jahr 2014, nachdem insbesondere neue Geschäftsmodelle im digitalen Sektor erfolgreich umgesetzt werden konnten und wieder Wachstumsmöglichkeiten für die Tonträgerindustrie offerieren, resümiert der Bundesverband der Musikindustrie in seinem jährlichen Bericht:

Die aktuelle Vielfalt, sei es beim Repertoire oder im Vertrieb, ist das Ergebnis tiefgreifender Transformationsprozesse, die bekanntermaßen ihre Spuren hinterlassen und die Flexibilität sowohl der Musikfirmen als auch der Künstler gefordert haben. (BVMI 2014: 2)

Diese Vielfalt beruht dabei dem BVMI zufolge insbesondere auf der Risikobereitschaft der Akteure. Die von ihnen betriebene „konsequente Diversifizierungsstrategie“ (BVMI 2014: 2) wird als Grund für die nunmehr positive Entwicklung des deutschen Musikmarktes angesehen, der „nach 15 rückläufigen Jahren in 2013 erstmals wieder ein leichtes Wachstum verbuchen“ konnte (BVMI 2014: 9). Welche Auswirkungen aber hat dieser Orientierungs- und Positionierungsdruck bei gleichzeitiger Ausweitung des Marktes auf völlig neue Akteure? Es erscheint

folgerichtig, die Strukturen der Musikwirtschaft auf den Status quo hin zu untersuchen. Die beiden vorliegenden Bände gehen diese Aufgabe mit unterschiedlichen Schwerpunktsetzungen an.

Einen fundierten Einblick in die sich rasch wandelnde Musikwirtschaft geben der Medien- und Urheberrechtsanwalt Josef Limper und Martin Lücke, Professor für Musikmanagement an der MHMK in Berlin, mit der Publikation *Management in der Musikwirtschaft*, erschienen bei Kohlhammer in der im Bereich der Kulturmanagementforschung bereits bekannten Reihe *Edition Kreativwirtschaft*. Der als Lehrbuch konzipierte Band stellt sich dabei als eine gelungene Einführung für den Bereich der Kultur-/Musikmanagementlehre in den ersten Semestern dar: Die drei Sektionen, „Die Musikwirtschaft als wirtschaftlicher Sektor“, „Rechtliche und wirtschaftliche Strukturen der Musikwirtschaft“ sowie „Fallstudien“ legen Wert auf möglichst umfassende Abdeckung der Themengebiete bei kompakter Darstellung. Den Anspruch verdeutlichen die Autoren zugleich im Vorwort:

[Das Lehrbuch] bietet einen fundamentalen, auf zahlreichen Quellen und Studien basierenden Gesamtzusammenhang samt historischer Entwicklung der Musikwirtschaft, mit nationalem Schwerpunkt, und verweist in seiner umfangreichen Bibliographie darüber hinaus auf relevante weiterführende Literatur zu spezifischeren Themen. (13)

Sie weisen zugleich darauf hin, dass der Schwerpunkt auf dem „zumeist gewinnorientierten und privatwirtschaftlichen Sektor der Musikwirtschaft“ liegt (14) und somit kaum auf das Musikmanagement im öffentlichen oder Dritten Sektor eingegangen wird. Angesichts einer durch ein vielschichtiges Geflecht von allen drei Sektoren charakterisierten Musikwirtschaft in Deutschland, man denke nur an die zahlreichen Förderungsmaßnahmen, Querfinanzierungen und ehrenamtlichen Engagements, die innerhalb der Musikwirtschaft für (nicht nur) monetären Mehrwert sorgen, erscheint dies als ein Manko – Musikmanagement ist und war nicht ausschließlich auf privatwirtschaftliche Bereiche beschränkt. Gerade durch eine sicherlich konzeptionell aufwendigere, ganzheitliche Betrachtung hätte durchaus ein noch größerer Gewinn aus diesem Band gezogen werden können.

Die Darstellungsformen in den einzelnen Kapiteln sind zwar kompakt gehalten, aber dennoch fundiert. Neben einer überzeugenden historischen Darstellung im ersten Kapitel sind die Zusammenfassungen und Definitionsangebote zu Themen wie etwa *Musik im Fernsehen* gelungen, berücksichtigt man den einführenden Charakter des gesamten Bandes. Die Ausführungen zu rechtlichen Aspekten wie etwa zu

den Verwertungsrechten sind fundiert und dennoch in einer auch für Nichtjuristen nachvollziehbaren Form aus Paragrafen und Ausdeutungen verfasst. Die Fallstudien runden den Band ab und geben als knappe Unternehmensanalysen (*restorm AG, Aktiv Musik Marketing, EMI Music Germany*), gekoppelt mit Interviews, einen Einblick in die verschiedenen Perspektiven der Akteure in der Musikwirtschaft. Der Band kann somit als ein wichtiger Beitrag für die Lehre angesehen werden, der insbesondere an den Hochschulen bei der nach wie vor eher vernachlässigten Vermittlung musikwirtschaftlicher Kompetenzen an die zukünftigen Musiker und Kultur-/Musik-Manager Einsatz finden könnte.

Vernachlässigt werden meines Erachtens allerdings einige der von Hubert Wandjo (2009: 24) aufgestellten Kriterien und Anforderungen an den Musikmanager der Zukunft. Wandjo sieht diese, ausgehend von klassischen Kompetenzen wie Planung, Gestaltung, Steuerung, Durchführung und Kontrolle von betriebswirtschaftlichen Prozessen im Musikgeschäft, auch in politischen, digitalen und sozialen bzw. künstlerischen Handlungskompetenzen. Die Vermittlung insbesondere digitaler Handlungskompetenzen fällt meiner Einschätzung nach zu knapp aus, setzen diese doch Wissen über kulturelle Handlungslogiken und Verhaltensweisen etwa in sozialen Netzwerken und Communities voraus. Stellt man sich den Band integriert in ein Curriculum vor, in dem spezialisierte Felder wie kulturpolitische oder digitale Kompetenzen in einer späteren Vertiefung erlernt werden, kann der Band sehr gut eine allgemeine und dennoch fundierte Einführung in die Musikwirtschaft geben. Der Preis von 39,80 EUR ist allerdings weit weniger adäquat und angemessen für die studentische Zielgruppe.

Der zweite vorliegende Band ist mit dem Titel *Akustisches Kapital. Wertschöpfung in der Musikwirtschaft* versehen und von Bastian Lange, Hans-Joachim Bürkner und Elke Schüßler bei *transcript* herausgegeben. Der Herausgeber Bastian Lange, seines Zeichens Stadt- und Wirtschaftsgeograf, hat sich bereits mit Forschungen zur Kreativwirtschaft insbesondere aus geografischer Perspektive profiliert. Die Mitherausgeber, der Wirtschafts- und Sozialgeograf Hans-Joachim Bürkner und die Wirtschaftswissenschaftlerin Elke Schüßler, haben sich ebenfalls auf dem Gebiet der Kreativwirtschaftsforschung ausgezeichnet. In ihrem einleitenden Beitrag machen die Herausgeber deutlich, welche Bedeutung die Wandlungsprozesse auf die Wertschöpfung in der Musikwirtschaft haben. Angesichts dieser Veränderungsprozesse, die

„eng mit größeren gesellschaftlichen Debatten korrespondieren“ (15), betonen sie:

Umso wichtiger ist es, einige Fragen nach den Grundfesten der Produktion musikalischer Artefakte neu zu stellen: Haben wir es mit grundlegend neuen Produktionsmodellen und Marktstrukturen zu tun? Welche Akteure sind unter den Bedingungen von Digitalisierung und Virtualisierung in der Lage, in den entstandenen Kontexten erfolgreich zu handeln, d. h. Wertschöpfungen zu realisieren? Welche Fähigkeiten und Kapitalien (im Sinne von individuellen bzw. gruppenspezifischen Ressourcen oder Vermögen) sind hierfür erforderlich? (10)

Mit diesen Fragen wird deutlich, welchen Ansatz die Herausgeber mit dem Band verfolgen: Eine multiperspektivische, weniger musikökonomische als praxeologische und akteurszentrierte Betrachtungsweise auf die Musikwirtschaft und die gegenwärtigen Formen der Wertschöpfung, die zu einer „neuen Aufmerksamkeit für die vielfältigen Ausprägungen der gegenwärtigen Felder der Musikproduktion“ anregen möchte (15). Dem Leser kommen kulturpessimistische Einschätzungen von Akteuren der Musikwirtschaft selbst in den Sinn, etwa die ‚Wutrede‘ Sven Regegers oder aber *Das Geschäft mit der Musik* des Konzertveranstalters Berthold Seliger mit Sätzen wie:

Wenn sich nur noch die Universals und die Live Nations dieser Erde um die Künstler kümmern, dann entsteht eine profitorientierte Monokultur, die durch ihre vielfältigen Manipulationsmöglichkeiten die Konsumenten mit einem kulturellen Einheitsbrei füttert. (SELIGER 2013: 16)

Umso vielversprechender scheint dieser Band. Die Herausgeber greifen dabei, wie der Titel des Buches vermuten lässt, auf verschiedene soziologische Kapitaltheorien (etwa von Bourdieu und Putnam) zurück, um insbesondere die Veränderung bzw. Vielfalt der Wertschöpfungen jenseits produktions- und institutionsorientierter Ansätze zu verdeutlichen, mit dem Ziel eines „kulturell erweiterten‘ Wertschöpfungskonzepts“ (25). Der Begriff „Akustisches Kapital“ soll zwar als eine Kapitalsorte verstanden werden, „deren Erstreckung, Verflechtung, Transferpraxis usw. erst noch genauer bestimmt werden muss“ (33), eine Arbeitsdefinition liefern die Herausgeber dennoch:

Akustisches Kapital ist ein Vermögen, das professionelle Akteure und ‚Nutzer‘ (Konsumenten) erwerben, indem sie musikalische Güter bzw. Produkte schaffen, bearbeiten, verteilen und konsumieren. Dieses Vermögen ist mit spezifischen Wissensformen verbunden, die es den Akteuren ermöglichen, sich über die Qualität, die Kontexte und die Prozeduren der musikalischen Produktion und Konsumption zu verständigen. (27)

Der Fokus liegt somit stärker auf Austauschprozesse zwischen den ‚klassischen‘ Kapitalsorten, aber auch zwischen den Akteuren, und

verspricht somit eine beachtenswerte Anschlussfähigkeit an Konzepte sozialer Vergemeinschaftung wie etwa Szene oder Neo-Tribe, innerhalb derer wiederum Wertschöpfungsprozesse sowohl kulturellen, sozialen, als auch ökonomischen und symbolischen Kapitals stattfinden. Da das akustische Kapital aber den Autoren zufolge soziales, kulturelles und ökonomisches Kapital zugleich voraussetzt und evoziert, bleibt es als Konzeption und Weiterentwicklung ungenau und lässt die Frage offen, inwiefern eine auf einen ausgewählten, temporären Bereich sozialer Interaktion beschränkte Kapitalsorte nicht wiederum reduktionistisch ist. Aus der Perspektive der Musikwirtschaft wiederum eröffnet sie allerdings gewinnbringend die von den Herausgebern anvisierte Perspektiverweiterung auf soziale und kulturelle Kontexte von Wertschöpfungsprozessen.

Der Band ist durch den Wechsel von fundierten wissenschaftlichen Beiträgen und Experteninterviews kurzweilig und informativ gestaltet. Neben Beiträgen von Musikwirtschaftsexperten wie etwa Peter Tschmuck mit einem Beitrag zum Musikschaffen nach dem 360°-Modell, fügen sich Interviews, etwa mit dem Musik- und Eventmanager Alex Schulz oder dem Künstler und Produzenten Wolfgang Voigt, exzellent zu einem kompakten Bild zusammen. Es zeichnet den Band aus, dass nicht nur auf ‚klassische‘ Analysen der Musikwirtschaft Wert gelegt wurde, sondern insbesondere kulturwissenschaftliche Perspektiven, die die Musikwirtschaft zudem in den Kontext der Kreativwirtschaft einbetten, miteinbezogen werden. So untersucht etwa Christoph Michels – „Musikproduktion als ein Zusammenspiel von sozio-materiellen Kompositionsprozessen verstehend“ (108) – die Rahmenbedingungen und Auswirkungen eines Neue-Musik-Projektes auf die ästhetische Ordnung der „Kreativmetropole“ Berlin. Lediglich die Form der Experteninterviews als standardisierte Fragebögen mit teilweise eher knappen Antworten ermöglicht zwar problemlos einen Vergleich der verschiedenen Positionen, hinterlässt beim Leser allerdings oft den Wunsch, an der einen oder anderen Stelle gezielter nachfragen zu wollen.

Dennoch: Diese Multiperspektivität und Verbindung von Theorie und Praxis bei einem durchaus breit gefächerten Themenspektrum macht den Band zu einem gelungenen Beitrag zur Musikwirtschaftsforschung und Dokumentation des State of the art in der Musikwirtschaft. Die Herausgeber schaffen es, einen umfassenden und der Vielfalt der Musikwirtschaft gerecht werdenden Wertschöpfungsbegriff anzubieten, der nicht auf zweidimensionale Modelle und Konzepte der klassischen Tonträgerindustrie reduziert bleibt.

Vermutlich eher unfreiwillig demonstriert das Buch bzw. der Titel selbst die Hybridität und Flexibilität der Kapitalsorten in der Kreativwirtschaft: Während die Herausgeber noch Holm Friebe, seines Zeichens Buchautor und Geschäftsführer der in Berlin ansässigen *Zentralen Intelligenzagentur*, „für seinen ideellen Beistand“ und die Inspiration zum Buchtitel danken (11), nutzt dieser diesen für die unternehmerische Bewerbung seiner Kompetenz für Titelfindungen – und listet dabei ein Honorar, welches unzähligen freiberuflichen Musikschaaffenden nicht einmal als ein Monatseinkommen zur Verfügung steht (<http://www.holmfriebe.de/titelfindung/> [27.04.14]).

Zusammenfassend lässt sich festhalten, dass die beiden besprochenen Bücher einmal mehr die Relevanz einer fundierten Musikwirtschaftsforschung für Lehre und Forschung unterstreichen. Beide Bände können hierfür in ihren jeweiligen Schwerpunktsetzungen bezüglich Lehre und Forschung als gelungene Publikationen angesehen werden.

Literatur

- BVMI (2014): *Musikindustrie in Zahlen 2013*. Hrsg. vom Bundesverband Musikindustrie. http://www.musikindustrie.de/fileadmin/piclib/statistik/branchendaten/jahreswirtschaftsbericht-2013/download/140325_BVMI_2013_Jahrbuch_ePaper.pdf [31.05.2014].
- HÖHNE, Steffen/ZADDACH, Wolf-Georg (2014): Musikwirtschaft 2.0. Bestandsaufnahmen und Perspektiven. Eine Einführung. – In: Diess./Maier, Matthias (Hgg.), *Musikwirtschaft 2.0. Bestandsaufnahmen und Perspektiven* (= Weimarer Studien zu Kulturpolitik und Kulturökonomie, 8). Leipzig: Universitätsverlag, 7-26.
- SELIGER, Berthold (2013): *Das Geschäft mit der Musik. Ein Insiderbericht*. Berlin: Bittermann.
- WANDJO, Hubert (2009): Anforderungen an das Musikmanagement der Zukunft. Branchenhearing Musikwirtschaft. – In: *Initiative Kultur- und Kreativwirtschaft Branchenhearing Musikwirtschaft am 5. Mai 2009 im Radialsystem in Berlin*. <http://www.kultur-kreativ-wirtschaft.de/Dateien/KuK/PDF/kuk-branchenhearing-musikwirtschaft.property=pdf,bereich=kuk,sprache=de,rwb=true.pdf> [10.07.2013].

Wolf-Georg Zaddach