

## Wie kommt der Konsument in Zukunft an die Musik?

# Hören statt haben

**Berlin – Bundles, Internetzugänge, Abos: Das sollen sie sein, die Erlösquellen der Zukunft. Sei es Nokia Comes With Music, die angestrebte Zusammenarbeit zwischen Virgin Media und Universal Music in England oder die umstrittene Beteiligung der ISPs an der Vergütung der Rechteinhaber: Von Tonträgern ist hier keine Rede mehr. Es geht jetzt ausschließlich um Zugänge; der Internetexperte Jeremy Rifkin sprach schon 2000 vom „Age of Access“. Doch welches Zeitalter hatten wir zuvor?**

Ein kurzer Rückblick zeigt, dass zu keinem Zeitpunkt allein der Tonträger ausschlaggebend war. Um Musik hören zu können, benötigte der Hörer stets eine Kombination aus Tonträger und Abspielgerät, sei es die Cassette, Vinyl, das Tonbandgerät oder der Discman. Anders formuliert: Um Zugang zu Musik zu gewährleisten, musste eine spezifische Kombination aus Tonträger und Abspielgerät zur Verfügung stehen. Und der Zugang zu beiden musste möglich sein, wobei für Tonträger der Groß- und Einzelhandel, Direktvertrieb oder das soziale Umfeld die entscheidende Rolle spielten. Zugang zu Musik hieß demnach schon immer beides: Zugang zu Technik und Zugang zu Inhalten. Der Zugang war seit jeher wichtig. Neu hingegen ist, wie revolutionär schnell sich die Form des Zugangs heutzutage verändert. Man muss also die Frage nach dem Zugang immer wieder neu stellen, und zwar in wahrscheinlich immer kürzeren Abständen: Was ist zum Musikhören notwendig? Die Antworten darauf verändern sich mit der technischen Entwicklung und den Vorlieben der Hörer. War es vorgestern der Discman, gestern der iPod, und ist es heute der (mobile) Internetanschluss, so wird es morgen etwas sein, womit heute noch niemand rechnet – weil keiner die technischen und technologischen Entwicklungen und die neuen Vorlieben, die sich daraus ergeben werden, vorhersagen kann. Die Frage nach dem Zugang eröffnet nicht nur eine neue Perspektive auf den Tonträger, sondern gleichfalls auf das Eigentum selbst. Ist es so, dass der Besitz –

ob physisch oder virtuell – nur deshalb notwendig ist, um zu jeder Zeit, an jedem Ort, mit jedem Gerät die gewünschte Musik zu hören? Dann wäre das Eigentum nur noch Mittel zum Zweck, das sich erübrigt, wenn andere Mittel diesen Zweck ebenso erfüllen. Betrachtet man die Lebenswelt besonders junger Nutzer, deutet alles auf eine solche Haltung hin. Und auch die Praxis, „Nutzungsrechte“ einzuräumen und kein Eigentum zu übertragen, weist bereits in der Denotation auf eine entsprechende Entwicklung hin. Wozu noch Eigentum, wenn sichergestellt ist, dass man zu jeder Zeit, an jedem Ort, mit jedem Gerät auf den gewünschten Inhalt zugreifen kann?

### Nachfrage nach Streaming-Angeboten

Im Bewusstsein um unterschiedliche Vorlieben, Wertschätzung der Haptik, Renaissance der Vinylplatte und die hohe Bedeutung von CD-Umsätzen fallen legale – ebenso wie illegale – Angebote und Diskussionen auf, die exakt diesen Trend thematisieren. Der Besitz verliert

an Bedeutung. Streamingangebote wie Last.fm, Spotify oder auch YouTube bedienen die Nachfrage nach dieser Form des Konsums. Die überwältigende Anzahl der User dieser Portale lädt sich die Inhalte nicht herunter. Sogar die Vermutung, Streaming könnte illegales Filesharing zurückdrängen, erhält durch eine englische Untersuchung Auftrieb. Demnach reduzierte sich bei 1000 befragten englischen Jugendlichen im Alter zwischen 14 und 18 Jahren binnen eines Jahres die illegale Filesharing-Aktivität von 42 auf 27 Prozent. Stattdessen nutzen nahezu zwei Drittel der Befragten regelmäßig Streamingangebote. Und in der Befragung ist es genau diese Nutzergruppe, die überdurchschnittlich viel Geld für Musik ausgibt, dabei aber noch die CD präferiert. Diese Entwicklung gilt es im Auge zu behalten. Über die angesprochenen Streaming-Websites hinaus hat sich mittlerweile ein vitales Angebot an mobilen Streaming-Diensten entwickelt. Last.fm und Co. sind natürlich auch hier mit entsprechenden Programmen unterwegs, um dem ▶

### Quellen und Weblinks

www.comeswithmusic.de  
www.spiegel.de/netzwelt/web/0,1518,630591,00.html  
www.amazon.com/Age-Access-Hypercapitalism-Paid-Experience/dp/1585420824  
www.last.fm  
www.spotify.com  
www.guardian.co.uk/music/2009/jul/12/music-industry-illegal-downloading-streaming

www.youtube.com  
http://arstechnica.com/media/news/2009/07/report-music-fans-cling-to-cds-but-discover-music-online.ars  
www.slacker.com  
www.spotify.com/blog/archives/2009/07/27/spotify-for-iphone/  
www.twitter.com/50cent  
www.facebook.com/coldplay  
www.superfan.com

http://mikeking.berkleemusic-blogs.com/2009/06/23/how-an-indie-musician-can-make-19000-in-10-hours-using-twitter  
www.wired.com/epicenter/2009/02/remixable-album  
http://kristinhersh.cashmusic.org/subscribers.php  
http://mashable.com/2009/02/20/josh-freese-album-promotion  
www.joshfreese.com



*Spitzt die Ohren: Der österreichische Kabarettist, Moderator, Erzähler und Schauspieler Clemens Maria Schreiner verdeutlicht den Slogan dieses Dossiers – mehr Infos über Schreiner unter [www.clemensmariaschreiner.at](http://www.clemensmariaschreiner.at)*

mobilen Musikhörer die Musik auf das Mobiltelefon zu streamen. Netzabdeckung und Eisenbahntunnels können dem schnell einen Riegel vorschieben, möchte man meinen. Aber selbst hierfür gibt es bereits technologische Lösungen, wie zum Beispiel Slacker für den Blackberry, die derartige Ausfälle der mobilen Datenverbindung mit einem Zwischenspeicher überbrücken können. Ähnliches hat Spotify mit einem Programm für das iPhone seiner Premium-Kunden angekündigt. Wieso dann also den Song, das Album, das Video, noch dauerhaft speichern, respektive besitzen? Für die Rechteinhaber ist der entscheidende Punkt, ob sie von dieser Entwicklung profitieren. Ein Abwandern von einer illegalen Nutzung zur anderen werden sie maximal mit Interesse aufnehmen. Doch eine andere Entwicklung sollten sie mit Wohlwollen betrachten: Bei vielen und besonders den größten Streaming-Anbietern handelt es sich vermehrt um lizenzierte Inhalte. Damit sind die User zumindest wieder in der bezahlten Legalität gelandet – die Unzufriedenheit über die Höhe der Vergütung sollte über diesen Fortschritt nicht hinwegtäuschen. Aber auch eine andere Form des Zugangs hat

sich verändert: die zum Künstler. Die Mitgliederanzahl von Facebook illustriert die wachsende Bedeutung von Social Communities: Mit mehr als 250 Millionen Usern wäre Facebook nach China, Indien und den USA das viertgrößte Land der Erde. Die Twitter-Nachrichten von 50 Cent erreichen mehr als 1,2 Millionen Fans; mehr als 2,3 Millionen Facebook-Nutzer outen sich als Coldplay-Fans. Soziale

Plattformen wie SuperFan fokussieren sich sogar nur auf die Interaktion zwischen Künstler und Fan. Allorts ist die Rede von Relationship-Management, der Authentizität des Künstlers in Social Communities und von twitternden Stars. Im flüchtigen Internet, wo der Zugang zu neuen Musikern so einfach ist, soll nun der enge Kontakt zu den Fans den Broterwerb erleichtern. Es ist eine positive Entwicklung, dass sich in der Kombination der zahlreichen Technologien im Internet immer wieder Künstler und Labels finden, die auf neuen Wegen mit Musik Geld verdienen. Die Musikerin Amanda Palmer von den Dresden Dolls konnte mit Twitter innerhalb von zehn Stunden 19.000 Dollar verdienen. Der DJ und Produzent Deadmau5 ermöglicht es seinen Fans, für jeweils drei Dollar mit dem iPhone seine Songs zu remixen. Für 30 Dollar pro Quartal verfügen Fans von Kristin Hersh über Kartenkontingente für Konzerte und Zugang zu besonderem Bonusmaterial. Der ehemalige Drummer der Nine Inch Nails, Josh Freese, unterbreitete seinen Fans ein elfstufiges Angebot



Nutzen die Möglichkeiten von Twitter und Co. für ihre Zwecke (im Uhrzeigersinn): Kristin Hersh und Deadmau5 sowie (unten) Josh Freese und Amanda Palmer

## Für jeden was dabei: Das Kongressprogramm von c/o pop im Überblick

### Donnerstag, 13. August

**10:00 – 12:00 (Schauspielhaus Theater):** Meet & Greet Frühstück  
**11:00 – 11:45 (Opernterrassen):** Keynote: Jim Griffin (OneHouse/Chorus)  
**12:00 – 13:00 (Opernterrassen):** Best Cases, Pt. 1: mit Duncan Freeman (BandMetrics), Alexander Ljung (Soundcloud), Malte Behrens (MySpace), Amke Block (Audiomagnet), Stefan Schneider (livebeats), Moderation: Ossi Urchs (F.F.T. Medienagentur)  
**12:00 – 13:30 (Underground Lobby Schauspielhaus):** Workshop Gerrit Pohl (Axel Springer)  
**12:30 – 14:00 (Cafe Hall Schauspielhaus):** Brussels 2.0, mit Carl Mahlmann (EMI), Thomas Nortvedt (Norwegian Consumer Council), Charles Caldas (Merlin), Harald Summa (eco), Heinz R. Miko (EU), Moderation: Wolf D. Schoepe (Schoepe Fette J. Pennartz Reinke – Rechtsanwälte)  
**13:00 – 14:45 (Opernterrassen):** Best Cases, mit Ossi Urchs (F.F.T. Medienagentur)  
**14:00 – 16:00 (Underground Lobby Schauspielhaus):** European Funding-Programm For Culture (2007 – 2013), What Is The Miracle Behind Successful Applications? Workshop mit Sabine Bornemann (CCP-Cultural Contact Point Germany)  
**14:05 – 14:15 (Cafe Hall Schauspielhaus):** Cam-

pus-Spotlight Ruben Frangenberg: „Web – Change – Music: The relevance of technological, sociocultural und aesthetic structures for the formation of the music market“  
**14:15 – 14:45 (Cafe Hall Schauspielhaus):** Digital Mentality 2009, Präsentation mit Hergen Wöbken (IFSE)  
**15:00 – 15:15 (Opernterrassen):** Human Behaviour, Duncan Freemann (BandMetrics)  
**15:00 – 16:30 (Cafe Hall Schauspielhaus):** Werte 2.0 – Geistiges Eigentum vs. Netzkultur, Panel mit Mark Chung (VUT), Christian Hufgard (Piratenpartei), Lars Sobiraj (Gulli.com), Georg Oeller (GEMA), Stefan Herwig (Dependent, Mindbase), Moderation: Johnny Häusler (Spreeblick/re:publica)  
**15:15 – 15:45 (Opernterrassen):** Funding & Financing, Markus Corallo (bmp AG), Ossi Urchs (F.F.T. Medienagentur)  
**15:45 – 15:55 (Opernterrassen):** Campus-Spotlight mit Meike Brörmann  
**16:00 – 16:45 (Opernterrassen):** Do It Yourself In Germany, mit Marcin Öz (Whitest Boy Alive), Birgit Hoff (Smarten-Up/Angelika Express), Jürgen Söder (Licensingdepartement), Moderation: Tina Funk (Creative Lobby)  
**16:30 – 18:00 (Underground Lobby Schauspielhaus):** China 2.0, Panel mit Anja Goette (German Pavilion Expo 2010 Shanghai,

Kölnmesse), Jean Hsiao Wernheim (A-Peer Synergy Group), Nee-Bing (Lychee Productions), Mumu Wang (Goethe-Institut Beijing), Moderation: Memo Rhein (Unlimited Media)  
**16:45 – 18:00 (Cafe Hall Schauspielhaus):** Werte 2.0 – Geistiges Eigentum & Urhebererschaft im digitalen Zeitalter, Panel mit Dieter Gorny (Bundesverband Musikindustrie), Dominik Landwehr (Migros-Genossenschafts-Bund), Thomas Krüger (Bundeszentrale für politische Bildung), Susanne Binas-Preisendörfer (Universität Oldenburg), Moderation: Max Dax („Spex“)  
**17:30 – 18:15 (Opernterrassen):** A Price For Music, Präsentation/Keynote von Peter Jenner (Sincere Management & President Emeritus of the IMMF), Neil Meikle (Detica)  
**18:15 – 20:00 (Opernterrassen):** Electronic Beats Soiree

### Freitag, 14. August

**10:00 – 12:00 (Schauspielhaus Theater):** Meet & Greet Breakfast, hosted by GEMA  
**10:30 – 12:00 (Cafe Hall Schauspielhaus):** Soundtrack Cologne, Pressekonferenz  
**10:30 – 13:00 (Backstage Schauspielhaus):** Get-Together NRW Popförderung  
**11:45 – 12:45 (Underground Lobby Schauspiel-**

**haus):** A.D.A.M.: Musikaufsteller melden sich zu Wort; Keynote: Michael Söndermann (UNESCO), Panel: Jörg Evers (Deutscher Komponisten-Verband), Frank Dosta (Deutscher Textdichter-Verband), John Groves (Composers Club), Moderation: Micki Meuser (mediamusik e.V.)  
**12:00 – 12:30 (Opernterrassen):** Brands Bands Fans, Präsentation Dominic Hodge (Frukt)  
**12:00 – 13:00 (Cafe Hall Schauspielhaus):** Musik ins Game, mit Thimo Prziklang (GEMA), Konrad von Löhneysen (Ministry of Sound), Dirk Weyel (Frogster Interactive Pictures), Moderation: Ralf Plaschke (Popdata)  
**12:45 – 13:45 (Opernterrassen):** Still (A)Live, Panel mit Melanie Turner (Pop Montreal International Music Festival), Gunnar K. Madsen (ROSA-Dansk Rock Samrad und SPOT-Festival), Martin Elbourne (The Great Escape), Boris Fust (Festivalguide), Mirko Whitfield (SXSW Europe), Moderation: Manfred Tari (Pop 100)  
**13:00 – 14:00 (Underground Lobby Schauspielhaus):** One Day In The Life Of Akim Walta (HipHop-Stützpunkt)  
**13:05 – 13:15 (Opernterrassen):** Campus Spotlight mit Christian Sander: „Synappset – An interactive visual-music application for the iPhone“

für sein neues Album, „Since 1972“ – vom CD/DVD-Set für 15 Dollar oder in der Ausbaustufe zusätzlich mit T-Shirt und Fünf-Minuten-Telefonat für 50 Dollar über das gemeinsame Abendessen auf der Queen Mary inklusive anderer Features für 1000 Dollar bis hin zum Angebot, für 75.000 Dollar einen Monat lang in einer anderen Band zu spielen und fünf Songs über das Leben des Fans zu produzieren. Wer wollte, konnte aber auch einfach die digitalen Soundfiles downloaden – elf Tracks und drei Videos für sieben Dollar. Diese neuen Möglichkeiten sind ungewöhnlich und entwickeln sich nur in Ausnahmefällen sofort zum Millionengeschäft. Die einfachere Verfügbarkeit von mehr Musik ist für viele Hörer ein Segen, wie sie für den einzelnen Musiker ein Fluch, zumindest aber eine Herausforderung ist. Sein Erwerbsleben ist durch das Internet in kurzer Zeit sehr viel komplizierter geworden. Gleichwohl lassen erste Beispiele das finanzielle Potenzial der neuen Möglichkeiten erahnen. Künftig werden viele Wege nebeneinander existieren. Und ein kreatives Experimentieren wird weitere, aussichtsreichere Lösungen finden. Der Raum hierfür ist definiert: das Internet.



#### der autor

Patrick Hyscher arbeitet im Institut für Strategieentwicklung (IFSE) gemeinsam mit Hergen Wöbken an der Studie „Digitale Mentalität 2009“. Das IFSE untersuchte 2004 im Auftrag von Microsoft unterschiedliche Typen von Software-Raubkopierern (siehe MusikWoche 05/2005). Bei der diesjährigen c/o pop convention werden Ergebnisse der aktuellen Studie präsentiert. Schwerpunkt: die Rolle von Zugängen. Kontakt: [www.twitter.com/digi\\_men](http://www.twitter.com/digi_men) oder [digimen@ifse.de](mailto:digimen@ifse.de)

**13:15 – 14:15 (Cafe Hall Schauspielhaus):** Games – Kreative Kooperationen; mit Martin Lorber (Electronic Arts), Carsten Schumacher (Freier Journalist), Ibrahim Mazari (Turtle Entertainment), Uli Mücke (EMI Music), Moderation: Ralf Plaschke  
**14:00 – 17:00 (Backstage Schauspielhaus):** Matchmaking mit internationalen Festivals, powered by Europareise  
**14:15 – 15:15 (Underground Lobby Schauspielhaus):** Vertriebe im digitalen Zeitalter, Workshop/Diskussion mit Stefan Vogelmann (Broken Silence), Michael Schuster (Cargo), Michael Wendt (NMD – New Music Distribution), Matthias Böttcher (GoodToGo), Moderation: Stephan Benn (Benn & Wolff Rechtsanwälte)  
**14:30 – 16:00 (Cafe Hall Schauspielhaus):** Books – Gutenberg 2.0, Panel mit Birgit Schmitz (Berlin Verlag), Jonathan Landgrebe (Suhrkamp Verlag), Kurt Thielen (Zentralution), Karl Heinz Pütz (Random House Audio), Annabella Weisl (Google Book Search)  
**15:00 – 16:00 (Opernterrassen):** Live Entertainment oder Advertainment, mit Chris Reitze (2Bild), Hamed Shahi (SSC Group), Florian Brauch (Sparta Entertainment), Saskia Trautwein (Styleheads), Ralf Lülldorf (Telekom), Moderation: Fabian Gerhartz (Lautstark) und Frank Karch (Journalist)

**15:30 – 16:15 (Underground Lobby Schauspielhaus):** Grenzüberschreitender Lizenzverkehr, Workshop/Diskussion mit Stefan Gebhard (RAe Gebhardt & Kollegen)  
**16:00 – 17:00 (Opernterrassen):** Branded Content, mit Bettina Schasse de Araujo (Piranha Musik & IT), Philipp Maiburg (Carhartt Music), Dominik Dreyer (Universal Music), Dominik Scholta (OMD Germany), Thomas Rosenfelder (Axe), Moderation: Fabian Gerhartz (Lautstark) und Frank Karch (Journalist)  
**16:15 – 17:00 (Underground Lobby Schauspielhaus):** Einkommensrechtliche Klarheiten für Freiberufler und Gewerbetreibende, Workshop und Diskussion mit Michael Romes (Steuerberater)  
**16:15 – 17:30 (Cafe Hall Schauspielhaus):** TV & Music, mit Tobias Trosse (Putpat TV), Conrad Fritsch (tape.tv), Sascha Lazimbat (Warner Music), Tobias Fröhlich (Q-Tom), Ibrahim Evsan (Sevenload), Moderation: Gerrit Pohl (Axel Springer)  
**17:00 – 18:00 (Opernterrassen):** Meet & Greet, hosted by Lautstark  
**17:15 – 18:00 (Underground Lobby Schauspielhaus):** Wir sind Kreativ(Wirtschaft) – Und jetzt? Workshop und Diskussion mit Eva Kiltz (VUT)  
**17:15 – 18:15 (Cafe Hall Schauspielhaus):** Blue Hour, Daniel Miller (Mute) im Interview mit Heiko Hoffmann („Groove“)



PROKINO ist in Deutschland Marktführer für das Segment Europäischer Film und steht für anspruchsvolle Kinounterhaltung. Unsere Geschäftsbereiche umfassen die Verwertung im Kino, Video und TV sowie in den neuesten Verwertungsformen wie Video on Demand und Internet. Zum schnellstmöglichen Eintritt in unser junges hochmotiviertes Team suchen wir

#### eine(n) Marketingassistent(in).

Ihre Aufgaben: umfassende Unterstützung unserer Marketingabteilung im Bereich Kino und Video mit allen dazugehörigen Aufgaben. Sie sollten praktische Erfahrungen in der Kinoverwertung sowie gute Kenntnisse und Leidenschaft für Kinofilme mitbringen.

Falls Sie sich angesprochen fühlen, freuen wir uns auf Ihre ausführlichen Bewerbungsunterlagen unter Angabe Ihres frühestmöglichen Eintrittstermins, die Sie bitte postalisch oder per Mail an Frau Hitomi Fehr richten. PROKINO, Widenmayerstr. 38, 80538 München • E-mail: [bewerbung09@prokino.de](mailto:bewerbung09@prokino.de)

## Sony/ATV Music Publishing

### Sony/ATV

sucht

### A&R/Creative Manager (m/w)

Ausführliche Informationen finden Sie unter  
[www.mediabiz-jobs.de](http://www.mediabiz-jobs.de).

## wir bieten mehr

...mit dieser Anzeige erreichen Sie  
 mehr als 65.000 Leser und  
 zusätzlich ist Ihr Stellenangebot  
 6 Wochen lang unter

[www.mediabiz-jobs.de](http://www.mediabiz-jobs.de)

online zu finden.

#### KONTAKT:

Lisa Springer, Tel.: 0 89/4 51 14-133,  
[L.springer@e-media.de](mailto:L.springer@e-media.de)

Finden ist unser Job...