

Medienwissen kompakt

Medien und Musik

Bearbeitet von
Holger Schramm, Benedikt Spangardt, Nicolas Ruth

1. Auflage 2016. Taschenbuch. VI, 126 S. Softcover

ISBN 978 3 658 01323 3

Format (B x L): 12,7 x 19 cm

Gewicht: 142 g

[Weitere Fachgebiete > Medien, Kommunikation, Politik >
Kommunikationswissenschaft](#)

Zu [Inhaltsverzeichnis](#)

schnell und portofrei erhältlich bei


DIE FACHBUCHHANDLUNG

Die Online-Fachbuchhandlung beck-shop.de ist spezialisiert auf Fachbücher, insbesondere Recht, Steuern und Wirtschaft. Im Sortiment finden Sie alle Medien (Bücher, Zeitschriften, CDs, eBooks, etc.) aller Verlage. Ergänzt wird das Programm durch Services wie Neuerscheinungsdienst oder Zusammenstellungen von Büchern zu Sonderpreisen. Der Shop führt mehr als 8 Millionen Produkte.

2. »There's a Song on the Jukebox« – Vom Musiktonträger zum Streaming

Als der amerikanische Countrysänger David Wills 1975 die Single »There's a Song on the Jukebox« herausbrachte, hatte die besungene Jukebox ihre besten Tage schon hinter sich. Tonträger waren für jedermann problemlos zu bekommen: Wills' Single war, wie üblich zu jener Zeit, auf Vinyl erhältlich – also als Schallplatte. Heute, über vierzig Jahre nach der Erstveröffentlichung dieser Single, ist es kein Problem, sich den Song herunterzuladen oder auf YouTube oder Spotify anzuhören. Die Art und Weise, wie Musik aufgenommen und abgespielt wird, hat sich rasant entwickelt und ist Thema des folgenden Kapitels. Außerdem erklären wir, wie der Verkauf von Tonträgern gemessen wird und die Charts entstehen.

Schallschwingungen technisch aufzeichnen und wiedergeben zu können, bedeutete eine Revolution für den Musikmarkt und die Musikkultur. Als Thomas Alva Edison 1877 seinen *Phonographen* zum Patent anmeldete, hatte er eigentlich im Sinn, damit Sprache aufzeichnen zu können. Das funktionierte auch: Man sprach gegen eine Membran, die eine Nadel in Schwingungen versetzte. Die Nadel übertrug die Schwingungen auf eine mit Stanniolfolie bezogene Walze. Das Gerät konnte die Töne auch wiedergeben, und zum ersten Mal konnte ein Mensch seiner eigenen Stimme von einem Tonträger lauschen. 1889 kam Louis Glass die Idee, den Phono-

graphen als Aufnahme- und Abspielgerät für Musik zu benutzen. Er ließ den Automaten an öffentlichen Orten aufstellen (ursprünglich, um den Verkauf der Maschinen anzukurbeln). Gegen Geld konnte man Musik anhören – damit waren Glass' Phonographen die Vorgänger der *Jukebox*.

Eine vom Prinzip her ähnliche Erfindung wie Edison machte der Deutsche Emil Berliner. Auch er dachte dabei noch eher an Sprachaufzeichnung als an Musik. Berliner benutzte zur Tonaufzeichnung beschichtete Glas- und später Hartgummischeiben, in die eine Nadel von außen nach innen schneckenförmig eine Rille mit den Schallinformationen einritzte. Er entwickelte auch das dazu passende Abspielgerät, das *Grammophon*. Die Scheiben nannte er *Schallplatten*. Ab 1896 benutzte Berliner Platten aus Schellack: Die klangen besser und waren haltbarer. Schallplatten ließen sich bald in großer Masse und günstig herstellen – anders als Edisons Wachswalzen. Emil Berliner erkannte auch schnell, dass seine Erfindung gut zu vermarkten war. Er begann, Musikaufzeichnungen und Abspielgeräte im großen Stil zu verkaufen und läutete damit das Zeitalter der massenhaften Verbreitung von Musik ein. Dass Musik nun nicht mehr an einen (Konzert-)Raum oder eine bestimmte Zeit gebunden war, damit sie jedermann hören konnte, war etwas völlig Neues und hatte bahnbrechenden Erfolg.

Entwicklung der Tonträger

Die ersten Tonträger waren also die Walze und die Schallplatte. Ab 1948 stellte man Schallplatten nicht mehr aus Schellack her, sondern aus Vinyl. Das zerbrach nicht so leicht und ermöglichte noch bessere Klangqualität. Die zu jener Zeit eingeführten Formate sind heute noch gebräuchlich, vor allem die LP und die Single. Die LP (»Long Play«, also Langspielplatte) misst 30 Zentimeter im Durchmesser und wird nor-

malerweise mit $33\frac{1}{3}$ Umdrehungen pro Minute abgespielt. Die »kleine Schwester« der LP ist die Single, die nur 17,5 Zentimetern im Durchmesser hat und meist mit 45 Umdrehungen pro Minute abgespielt wird. Auf eine Single passen etwa vier bis fünf Minuten Musik pro Seite, auf eine LP etwa 20 bis 25 Minuten. Die Schallplatte wurde schnell zum Standard und blieb unangefochtener Tonträger Nummer Eins bis zur Einführung von Musikkassette und CD.

Die nächste bahnbrechende Erfindung für den Tonträgermarkt war die *Musikkassette* (auch *MusiCassette*, MC oder *Compact Cassette*, CC). Sie besteht aus einem Tonband im Kunststoffgehäuse. Das Prinzip der elektromagnetischen Tonaufzeichnung und -wiedergabe auf Bändern war schon seit 1899 bekannt. Der niederländische Elektronikkonzern Philips machte das System 1963 für die Heimanwendung tauglich. Ab den frühen 1970er Jahren bis weit in die 1990er Jahre hinein war die Kassette eines der meistgenutzten Musikmedien neben Schallplatte und später CD. Sie hatte zwei große Vorteile: Zum einen wurde Musik zum ersten Mal mobil: Die Kassette war klein und handlich, und mit der Einführung von Sonys *Walkman* als tragbarem Abspielgerät begann das Zeitalter der Musik »zum Mitnehmen«. Zum anderen war es jetzt auch für Privatpersonen ohne großen technischen Aufwand möglich, Musik aufzunehmen. Mit einem *Kassettenrecorder* konnten beispielsweise Stücke aus dem Radio mitgeschnitten oder Stücke von verschiedenen Kassetten zu einem »Mixtape« zusammengestellt werden. Kassetten mit einer Spielzeit von 30, 45 oder 60 Minuten pro Seite waren am meisten verbreitet.

Die Einführung digitaler Speichermedien sorgte dann ab den 1980er Jahren für Umwälzungen im Musikmarkt. 1981 wurde die *Compact Disc* (CD) auf der Internationalen Funkausstellung in Berlin vorgestellt. Die runde Scheibe aus Kunststoff ist mit Metall beschichtet und hat meist einen Durchmesser von 12 Zentimetern. Standardmäßig fasst sie 74 Minuten Musik, was angeblich darauf zurückgehen soll, dass die Ent-

wickler sich als Ziel gesetzt hatten, mit dem neuen Medium eine ganze Aufnahme von Beethovens 9. Sinfonie ohne Unterbrechung abspielen zu können. 1984 hatte die CD in Deutschland ihren Marktdurchbruch und sollte für die nächsten drei Jahrzehnte den Musikmarkt dominieren.

Bis zu dieser Zeit war der Vertrieb von Musik an physische Tonträger gebunden. Das heißt nichts anderes, als dass man zwingend eine »Konserven« in der Hand halten musste, ob nun Platte, Kassette oder CD. Das änderte sich mit der Einführung von nonphysischen Übertragungsformaten für Musik, allen voran dem MP3-Format. Das MP3-Verfahren ist ein Komprimierungsverfahren für digitale Audiodateien und wurde in den 1980er Jahren im Wesentlichen am Fraunhofer-Institut für Integrierte Schaltungen in Erlangen von Karlheinz Brandenburg und Hans-Georg Musmann entwickelt. Schon ab Mitte der 1990er Jahre war Software für PCs im Umlauf, die es erlaubte, MP3-Dateien abzuspielen. 1998 kam der erste tragbare MP3-Player auf den Markt. 1999 startete die Musiktauschbörse Napster. Diese und viele weitere Plattformen im Internet ermöglichten es Nutzern, ihre Musik zu tauschen, ohne an Tonträger gebunden zu sein. Urheberrechtlich war das problematisch, und Napster musste 2001 schließen. Der Siegeszug der Musikdownloads war aber nicht mehr aufzuhalten und erfuhr einen wichtigen Schub durch den Downloadstore *iTunes* von Apple ab 2003. Heute ist nicht einmal mehr der Besitz der Datei und die Speicherung auf dem Rechner nötig: Musikstreaming über Internetradio (wie Pandora oder last.fm), Videoplattformen (YouTube, vevo) oder spezielle *Streamingdienste* (Spotify, Deezer) funktioniert, ohne dass die Musik dauerhaft beim Nutzer gespeichert wird. 2015 machte der Umsatz mit digitalen Medien (Downloads und Streaming) bereits über 30 Prozent des Gesamtumsatzes der Musikindustrie in Deutschland aus.

Entwicklung von Absatz- und Umsatzzahlen

An den Absatzzahlen der Musikträger lässt sich sehr gut die Entwicklung und Markteinführung neuer Tonträger nachvollziehen. Im Jahr 1978 wurden in Deutschland 64 Millionen LPs verkauft. Das war der Höhepunkt des Schallplattenabsatzes in Deutschland. Zum Vergleich: 1954 wurden etwa 25 Millionen Schallplatten verkauft. Ab 1978 gingen die Verkäufe dann zurück, und zwar zunächst zugunsten der Musikkassette, die vor allem günstiger war. Nach der Einführung der CD Anfang der 80er Jahre dauerte es keine zehn Jahre, bis diese die LP und die Kassette als Standardtonträger abgelöst hatte: Schon 1989 wurden zum ersten Mal mehr CDs (56,9 Millionen) als LPs (48,3 Millionen) verkauft. Die LP-Verkäufe waren ab den frühen 90er Jahren unbedeutend, und die meisten Künstler veröffentlichten gar keine Musik mehr auf Vinyl. In diesem Nischenmarkt ist allerdings in letzter Zeit ein Aufschwung zu beobachten: Seit 2006 (300 000 verkaufte LPs) steigt der Absatz wieder: 2012 gingen eine Million Schallplatten über die Ladentheken, 2014 1,8 Millionen. Die Absätze von CD-Alben fallen seit Anfang des 21. Jahrhunderts stetig: 1999, auf dem Höhepunkt des Absatzes, wurden 152 Millionen Alben auf CD verkauft, 2012 waren es noch etwa 93 Millionen und 2014 87 Millionen.

In Zeiten von Download und Streaming – also von »nicht-physischen« Tonträgern – ist der Absatz, also der Verkauf »pro Stück« oder »pro Album«, keine Größe mehr, mit der man gute Vergleiche anstellen kann. Daher schaut man meist auf die Umsatzzahlen, die zeigen, wie viel Geld mit den einzelnen Möglichkeiten der Musikspeicherung und -wiedergabe erwirtschaftet wurde.

Insgesamt waren die Umsatzzahlen im deutschen Musikmarkt seit Ende der 1990er Jahre rückläufig: Etwa 2,75 Milliarden Euro wurden 1997 mit Musikverkäufen erwirtschaftet, 2012 waren es nur noch gut 1,44 Milliarden Euro. In den

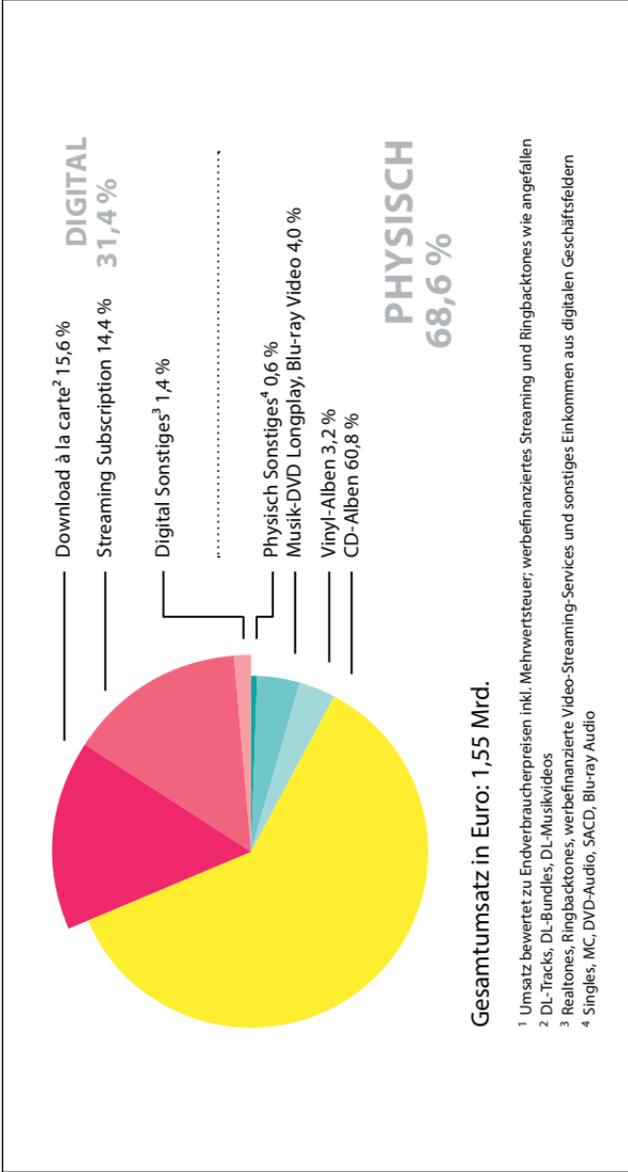
letzten Jahren lässt sich hier aber eine leichte Erholung beobachten: 2015 wurden 1,55 Milliarden Euro umgesetzt. Davon entfallen etwa ein Drittel auf Umsätze mit nicht-physischen Tonträgern (also Downloads und Streaming) und zwei Drittel auf Umsätze mit physischen Tonträgern (immer noch hauptsächlich CD-Alben, siehe Abbildung 1).

Die Entwicklung der Umsatzzahlen ist der Entwicklung der Absatzzahlen in gewisser Weise ähnlich. 1980 erreichte der Umsatz mit Schallplatten seinen Höhepunkt: Rund 760 Millionen Euro erwirtschaftete die Musikbranche in jenem Jahr mit LPs – so viel wie nie zu vor und auch nie mehr danach. Die Musikkassette erreichte ihren Umsatzhöhepunkt 1991 mit 525 Millionen Euro, und die CD brachte der Musikwirtschaft 1997 am meisten Geld ein, nämlich satte 2,3 Milliarden Euro (siehe Abbildung 2). Die CD war und ist das Rückgrat der Tonträgerindustrie: 1997 hatte sie einen Umsatzanteil von 83 Prozent am Gesamtumsatz der Tonträgerverkäufe, und auch 2015 sorgten CD-Alben noch für 61 Prozent des Gesamtumsatzes mit Tonträgern.

Ab 1997 beginnen die Umsätze der Musikwirtschaft mit Tonträgern zu sinken, ab 2000 stürzt die Musikindustrie in eine schwere Krise. Als Auslöser dafür gelten vor allem illegale Musikdownloads: 1999 etabliert sich das Musiktäuschportal Napster als eine von vielen Peer-to-Peer-Musiktäuschbörsen. Musik ist im Netz verfügbar, aber die Technologie ermöglicht es von dieser Zeit an auch, Musik auf CDs zu brennen und weiterzugeben, ohne dass die Musikindustrie daran Geld verdient. 1999 werden in Deutschland 58 Millionen CD-Rohlinge verkauft, 2004 sind es schon 303 Millionen. Die Anzahl der verkauften bespielten Original-CDs geht im gleichen Zeitraum von 210 Millionen auf 146 Millionen zurück.

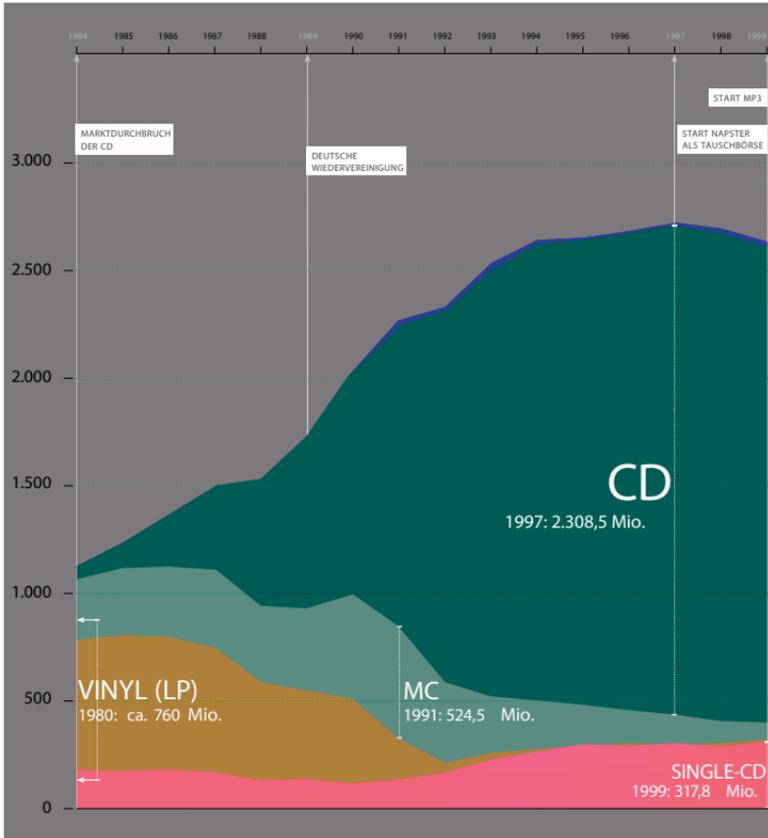
Die Musikindustrie musste kämpfen, um sich zu behaupten. Sie ist aber seit einiger Zeit recht erfolgreich darin, sich auch auf dem digitalen Markt zu etablieren und die illegalen Möglichkeiten der Musikbeschaffung zurückzudrängen. 2003

Abb. 1 Umsatzzahlen im deutschen Musikmarkt 2015¹



Quelle: Bundesverband Musikindustrie e.V.; GfK Entertainment
 Mit freundlicher Genehmigung des Bundesverbandes Musikindustrie

Abb. 2 Umsatzentwicklung im deutschen Musikmarkt 1984–2014



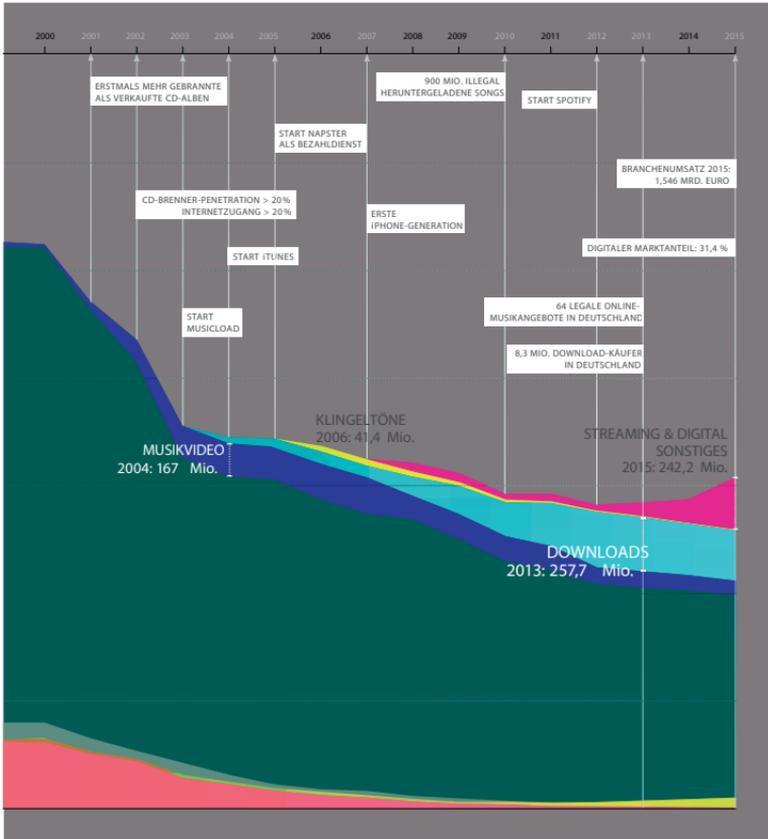
Quelle: Bundesverband Musikindustrie e.V.; GfK Entertainment

Quellen: BVMI; auf Basis der Mitglieder-Meldestatistik hochgerechnet auf den Gesamtmarkt, ab 2008 Physisch und Download auf Basis Handelspanel GfK Entertainment

Musik im digitalen Wandel: Eine Bilanz aus zehn Jahren Brennerstudie; Digital Music Report; pro-music.org

Umsätze vor 1990: Umrechnung zum fixen Wechselkurs (1,95583 DM = 1 Euro), Rekordumsatz pro Format

Mit freundlicher Genehmigung des Bundesverbandes Musikindustrie



startete der Online-Musikdienst Musicload der Deutschen Telekom. Einen wichtigen Impuls in diesem Marktsegment lieferte Apple mit dem Deutschland-Start des Portals iTunes 2004. 247 Millionen Euro setzte die deutsche Musikindustrie 2014 mit Musikdownloads um, nach einer Phase des Wachstums von 2003 bis 2011 stagniert diese Zahl allerdings. Dafür erobert das Streaming den Musikmarkt. 2008 war es noch für etwa 12 Millionen Euro Umsatz verantwortlich, 2012 für 29 Millionen Euro und 2014 für 108 Millionen Euro. Das sind etwa acht Prozent des Gesamtumsatzes der deutschen Musikindustrie. Auch die reine Anzahl der Streams ist durch die Decke gegangen: von etwa 99 Millionen Streams wöchentlich Ende 2012 auf 617 Millionen Streams pro Woche Ende 2015 – das entspricht einem Wachstum von gut 520 Prozent (siehe Abbildung 3).

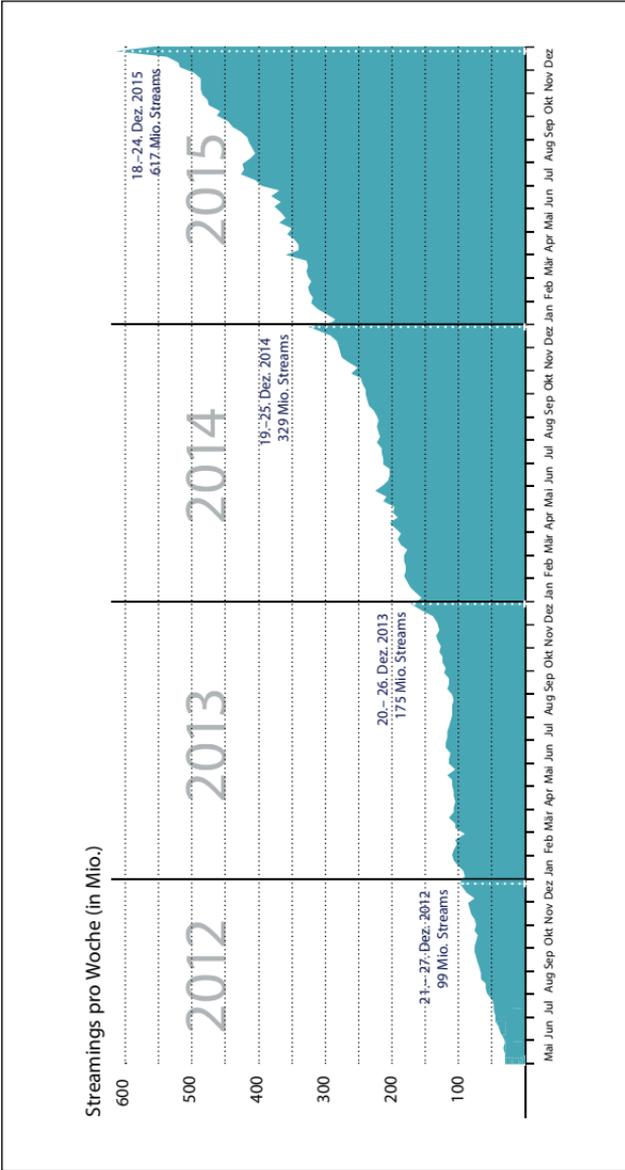
Dass der Anteil des Streamingumsatzes am Gesamtumsatz der Musikindustrie mit acht Prozent relativ gering ist, obwohl die Nutzung extrem wächst, zeigt ein grundlegendes Problem, mit dem sich die Musikwirtschaft momentan beschäftigt: Mit Streaming kann man nicht so viel Geld verdienen wie mit dem Verkauf der physischen Tonträger.

Geld verdient vor allem, wer erfolgreich ist – das gilt auch in der Musikbranche. Ein Gradmesser für »Erfolg« können die Charts sein. Wie die Charts zustande kommen, wird im nächsten Abschnitt erklärt.

Was sind die Charts?

Die Charts sind Listen (engl. »chart« = Tabelle) der am meisten verkauften Tonträger. Für die Charts war in Deutschland früher auch der Begriff Hitparade üblich. Die Charts stellen dar, wie erfolgreich ein Musiktitel oder ein Album ist: Die Nummer Eins der Charts ist der momentan erfolgreichste Titel auf dem Markt. Die zehn erfolgreichsten Titel wer-

Abb. 3 Musikstreamings 2012–2015



Quelle: GfK Entertainment; Premium und werbefinanzierte Streams der Audio-Streaming-Plattformen, Marktdeckung ca. 96 %
Mit freundlicher Genehmigung des Bundesverbandes Musikindustrie

den oft als Top 10 bezeichnet, die hundert erfolgreichsten Titel sind entsprechend die Top 100. Um die Charts zu ermitteln, also um den Erfolg einer Musikproduktion zu messen, gibt es verschiedene Methoden. Man kann beispielsweise die Verkaufszahlen oder den Umsatz von Tonträgern abfragen und bekommt *Verkaufscharts*. Wenn die Beliebtheit von Titeln gemessen wird, indem man Musikkonsumenten befragt, erhält man *Hörercharts* oder *Lesercharts*. Man kann auch ermitteln, welche Titel am meisten von den Radiostationen gespielt werden, das sind die sogenannten *Airplay-Charts*. Auch Kombinationen dieser drei Methoden kommen vor.

Im Juli 1940 begann das Musikmagazin *Billboard* in den USA mit der regelmäßigen Veröffentlichung von Charts. Diese bestanden damals aus wöchentlich veröffentlichten Listen der am meisten verkauften Singles. In Deutschland erschien die erste Single-Hitparade 1954 in der Zeitschrift *Der Automatenmarkt*. Warum gerade dort? Das lag an den Jukeboxen: In den 50er Jahren wurden die Musikautomaten, die man zum Beispiel in Gaststätten aufstellte, in Deutschland immer beliebter (Abb. 4). Die monatlichen Charts gaben zu der Zeit Aufschluss darüber, welche Songs momentan am meisten an den Jukeboxen ausgewählt wurden. Diese Statistik erhob die Branchenzeitschrift *Der Automatenmarkt*.

Ab 1959 übernahm *Der Musikmarkt* die Veröffentlichung der Charts. Ab 1977 erhob die Zeitschrift die Charts nicht mehr selbst, sondern beauftragte Media Control. Heute werden die offiziellen Charts von den Marktforschern der Firma GfK Entertainment erhoben, in der Media Control aufgegangen ist. Die Erstellung der wöchentlichen Charts gibt der Bundesverband Musikindustrie (BVMI) in Auftrag.

Die offiziellen Charts in Deutschland sind Verkaufscharts. Vor 2007 war die verkaufte Stückzahl eines Tonträgers entscheidend für die Chartplatzierung. Heute ist maßgeblich, wie viel Umsatz ein Tonträger erzielt. Das heißt übrigens, dass von günstigeren Tonträgern mehr Exemplare verkauft werden

Abb. 4 Jugendliche in einer Magdeburger Milchbar wählen Songs auf einer Musikbox aus (Dezember 1956)



Bundesarchiv, Bild 183-43242-0001, Fotograf: Rösener

müssen als von teuren, damit sie in den Charts weiter oben landen. Alle Verkäufe aus Geschäften und Online-Shops fließen in die Charts ein. Seit 2004 werden auch Musikdownloads eingerechnet, und seit Januar 2014 zählen zudem Streamings für die Single-Charts.

Neben den bekannten offiziellen Top-100-Single-Charts und Top-100-Album-Charts gibt der BVMI noch weitere Charts in Auftrag, beispielsweise die Top-20-Klassik-Charts, die Top-20-Schlager-Charts, die Top-20-Jazz-Charts und einige mehr.

Titel, die sich besonders lange in den Charts halten, sind sogenannte Dauerbrenner. Heute gibt es mehr Dauerbrenner als früher, weil auch die Downloads und Streamings in die Charts einfließen und sich Titel so länger in den Charts halten können. Zu Dauerbrennern können auch saisonale Lieder werden, die zum Beispiel jedes Jahr vor Weihnachten oder zum Karneval wieder für einige Wochen in den Charts stehen. Die drei Singles, die sich in Deutschland bislang am längsten in den Charts halten konnten, sind »Sky & Sand« von Paul & Fritz Kalkbrenner (129 Wochen, veröffentlicht 2010), »Last Christmas« von Wham! (119 Wochen, 1985 veröffentlicht) und »Atemlos durch die Nacht« von Helene Fischer (115 Wochen, 2013 veröffentlicht). Die Band mit den meisten Nummer-Eins-Singles in den deutschen Charts sind die Beatles, die mit elf ihrer Singles den Spitzenplatz Eins erreichten, zum Beispiel mit »Yellow Submarine« und »All You Need Is Love«. Auf Platz zwei und drei folgen ABBA (neun Nummer-Eins-Hits) sowie Boney M. und The Sweet (jeweils acht). Die Künstlerin, die in ihrer Karriere die meisten Singles in den deutschen Top 10 platzieren konnte, ist Caterina Valente (36 Singles in den Top 10), vor Peter Alexander (35) und den Beatles (28).



<http://www.springer.com/978-3-658-01323-3>

Medien und Musik

Schramm, H.; Spangardt, B.; Ruth, N.

2017, VI, 126 S. 10 Abb., 9 Abb. in Farbe., Softcover

ISBN: 978-3-658-01323-3