

Wenn man nicht alles selbst macht

Die Digitalisierung des Musikgeschäfts hat immer mehr Musiker zu Ich-AGs gemacht. Ist Popstar noch ein Beruf mit solider Zukunft?

CLEMENS PANAGL

SALZBURG, WIEN. Den Musikkonsumenten hat die Digitalisierung neuen Reichtum beschert. Nie war die Auswahl an Songs größer als mit Streaming-Abo und YouTube. Für die Musikschaffenden haben sich mit den Umbrüchen die Spielregeln massiv verändert. Während sich Hunderte Popstars erst kürzlich mit Protestnoten gegen die Bezahlmoral der Google-Tochter YouTube an US-Kongress und EU-Kommission gewandt haben, stellen sich für nachrückende Generationen andere Fragen. In der Digitalwelt kann zwar jeder seine Ideen jederzeit auf Knopfdruck veröffentlichen – aber welche Knöpfe muss man drücken, damit eine Karriere draus wird? Der Musikwirtschaftsforscher Peter Tschmuck gibt Antworten: Bei den von ihm konzipierten Wiener Tagen der Musikwirtschaftsforschung erörtern Produzenten, Forscher und Karriereplaner das Thema.

SN: Mit den Wunschbildern, die zum Beruf des Popstars gehören, spielen Castingshows gern. Wie sieht die Wirklichkeit für Musikschaffende in der digitalen Welt aus?

Peter Tschmuck: Die Realität sah für Künstler schon immer so aus, dass sie sehr viel Zeit und Energie aufwenden mussten, um irgendwann vielleicht erfolgreich zu sein. Das digitale Umfeld hat jetzt freilich ganz neue Herausforderungen mit sich gebracht, und zugleich neue Chancen. Ich vertrete eine These, die auch ein Grundthema der Konferenz ist: Dass die Musikschaffenden durch die Digitalisierung wie-

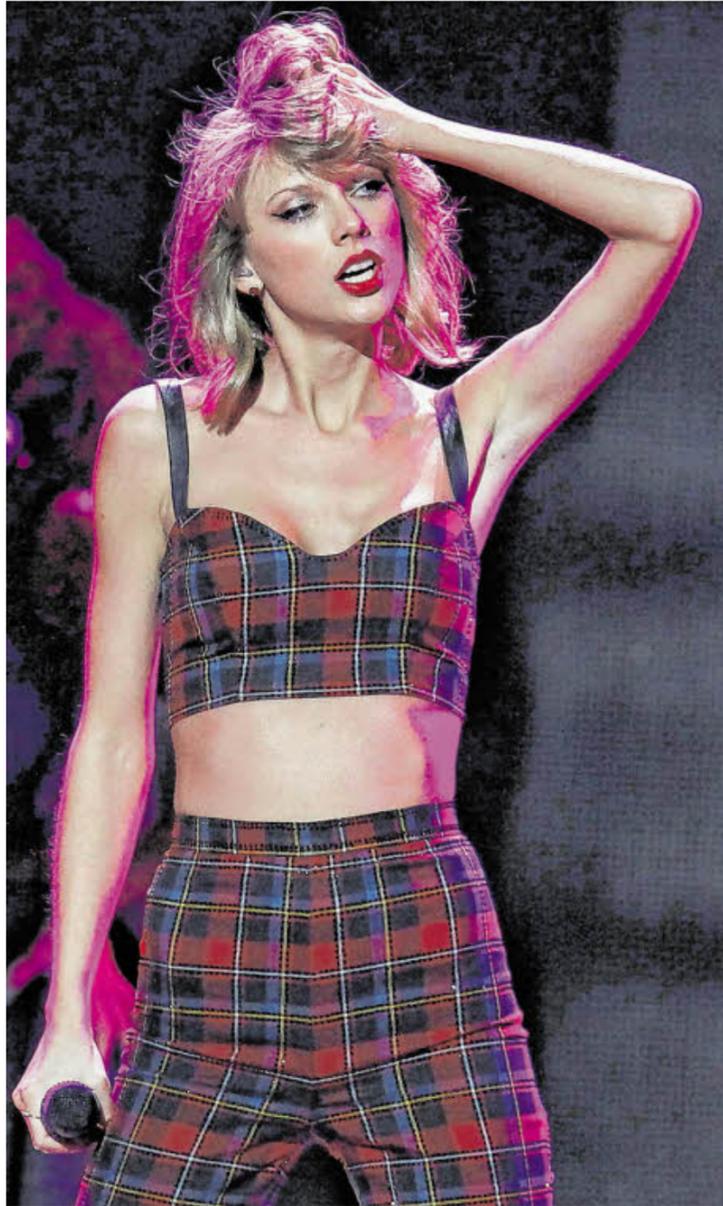
der stärker ins Zentrum der Wertschöpfungskette gelangen können.

SN: Weil Sie in der Welt von YouTube und Spotify nicht mehr zwingend einen Plattenvertrag brauchen, um ihre Musik zu Geld zu machen?

Früher war der Tonträger der größte Umsatzbringer im Geschäft mit Musik. Plattenfirmen, die Künstler mit exklusiven Verträgen an sich gebunden haben, waren deshalb die wichtigsten Akteure. Das hat die Digitalisierung aufgebrochen. Im Grunde kann heute jeder seine Musik auf Knopfdruck veröffentlichen. Aber um in dieser Masse überhaupt aufzutauchen, braucht man wieder neue Fähigkeiten zum Selbstmanagement und -marketing. Eine der Referentinnen, Angela Myles Beeching, ist Autorin eines bekannten Karriere-Ratgeberbuchs. Es heißt „Beyond Talent“. Damit ist eigentlich schon viel darüber gesagt, dass Talent nur eine Voraussetzung ist.

SN: Wenn Virtuosität oder geniale Songideen nicht alles sind: Welche Instrumente müssen Musiker beherrschen, um im Geschäft mitzuspieren?

Sie müssen vieles selbst in die Hand nehmen. Auch, wenn man noch einen traditionellen Plattenvertrag anstrebt, muss man längst im Vorfeld eine Fangemeinde auf Facebook aufbauen, einen YouTube-Kanal bespielen und eine erfolgreiche Crowdfunding-Kampagne vorweisen. Man muss also schon vor dem Karrierestart beweisen, dass man auf dem Markt Chancen hat. Dafür müssen junge Musikschaffende wissen, wie das Geschäft in all sei-



Vorbild in Sachen Selbstvermarktung: Taylor Swift.

BILD: SN/BUMPHREY/ACTION PRESS

nen Facetten funktioniert: die Wertungsgesellschaften, das Urheberrecht, das Livegeschäft. Und das gilt im Pop wie in der Klassik. Da sind die Ausbildungsstätten gefordert. Sie müssen auch diese Fähigkeiten stärker vermitteln.

SN: Vom „Do It Yourself“ zum „Drive It Yourself“ heißt ein Konferenzmotto. Von wem kann man sich abschauen, wie man die Karriere selbst steuert?

Einer der erfolgreichsten Popstars der jüngsten Zeit ist Taylor Swift. Sie exerziert so ein Modell vor. Mit ihrer Familie und ihrem Management hat sie ihre Karriere erst einmal selbst auf ein Level gebracht, auf dem sie dann für große Labels interessant wurde. Im Gegensatz zu

Stars, die früher von Plattenfirmen aufgebaut wurden, verfügt sie selbst über die wertvollen Songrechte. In kleineren Dimensionen gibt es Beispiele auch in Österreich: Seiler & Speer, der erfolgreichste heimische Act des Vorjahres, haben mit ihrem Label nur einen Vertriebsvertrag. Die Rechte behalten sie. Damit landet ein Großteil des Geldes bei den Künstlern.

SN: Der Popstar der Zukunft ist also eine Ich-AG?

Die Bedingungen ändern sich auch immer wieder. In zehn Jahren werden sich vielleicht wieder andere Fragen stellen, etwa, welche Strategien Apple, Amazon, Google und andere Akteure, die durch die Digitalisierung auf dem Musikmarkt

mächtig geworden sind, dann verfolgen. YouTube und Apple fangen ja bereits an, exklusiv Musiker unter Vertrag zu nehmen, weil sie nicht mehr nur Vertriebskanäle sein, sondern auch selbst über Inhalte verfügen wollen. Da kann es passieren, dass künftig wieder neue Abhängigkeiten entstehen, so wie zwischen Künstlern und traditionellen Plattenlabels, und die in der Digitalisierung gewonnen Freiheiten auf lange Sicht wieder verloren gehen.

SN: Streaming-Anbieter stehen in der Kritik, weil sie den Musikern nur geringe Tantiemen bezahlen. Pessimisten fürchten, dass künftig die Produktivität leidet, weil sich immer weniger Musiker ihren Traum leisten können.

Das glaube ich nicht. Durch alle Epochen der Musikgeschichte wurde immer mehr Musik produziert als nachgefragt. Es wäre auch ein Irrtum anzunehmen, dass Musikmachen nur wirtschaftlich motiviert ist. Die Menschen machen es auch, weil sie Erfüllung darin finden, und nicht von Anfang daran denken, davon zu leben. Es wird auf dem Markt immer einen Angebotsüberschuss geben und es werden Musiker immer von ihrer Produktivität leben. Aber die Modelle und die Strategien ändern sich.

Termin: Bei den 7. Wiener Tagen der Musikwirtschaftsforschung geht es von 27. bis 29. 9. an der Wiener Musikuniversität um das „Selbstmanagement im digitalen Musikgeschäft“. Zu den Vortragenden zählt u. a. Robbie-Williams-Produzent Steve Power. Programm und Livestream unter www.mdw.ac.at

Der Geldtrottler macht sicher

In der Tankstelle vergeht einem neuerdings vor lauter Sicherheit das Lächeln – und die Zeit vergeht gleich mit.

Ein herzliches, offenes Lächeln, so ein Lächeln also, das sicher macht, dass es einer gut meint, das spüren lässt: Hier macht mir jemand wirklich ein Lächeln zum Geschenk – so ein Lächeln geht anders als ein Lächeln auf einem Plakat. Da schauen alle Lächeln so aus, wie bei dem einen, der einmal meinte, da werde man sich schon noch anschauen, was da alles geht, und der dann zu so einem Satz lächelt. Und daneben auf dem Plakat, von dem er runterschaut, steht, dass wir Sicherheit brauchen. Ich bin ganz dieser Meinung – aber schon auch ganz anders. Sicherheit ist eine wichtige Sache, die jeder brauchen kann.

Geborgenheit wäre auch was Feines, aber die verkauft sich als Wort halt einfach nicht so gut. Klingt eben nicht so gefährlich wie Sicherheit. Weil wo Sicherheit gefordert wird, muss ja irgendwo eine Angst sein, die bekämpft werden muss mit ordentlichen Sicherheitsmaßnahmen. Aber ganz ehrlich: Es gibt eigentlich viel zu viel Sicherheit. Zum Beispiel in der Tankstelle, wo ich gern im Vorbeifahren schnell noch Zigaretten und Zeitung kaufe, da

reicht's mir jetzt mit der Sicherheit nämlich. Da steht seit einiger Zeit ein Bankomat oder so ein ähnliches Gerät und das schluckt mein Kleingeld. Wegen der Sicherheit habe das Gerät die normale Kassa ersetzt, wird mir erzählt. Sprich: Wenn einer die Tankstelle überfällt, müsste er den ganzen Kasten mitnehmen, damit sich's auszahlt, weil wegen Bounty, Mars, Cola-Zero oder Cockpit-Putztüchern stürmt ja keiner in eine Tankstelle, der es böse meint. Also sei der Bankomat eine Abschreckung und die steigere ja die Sicherheit. Nun steht allerdings fest: Tankstellen werden seltener überfallen, als sie von zahlenden Kunden besucht werden. Die dürfen dafür aber jetzt wegen des blechernen Geldschlückers länger warten. Wegen der Sicherheit. Weil der Geldkasten gibt, wenn nötig (und es ist sehr oft nötig), auch das Wechselgeld zurück. Die Scheine muss mir dann eh immer noch die Tankstellenangestellte aushändigen. Die steht – zur Untätigkeit verdammt vor lauter Sicherheit – dann immer ein paar Sekunden und wartet, bis der Automatentrottler endlich mit dem Rechnen fertig ist.

Sie könnte, denke ich, während ich warte, in dieser leeren Zeit ja gut die Überwachungskameras im Auge behalten, damit draußen bei den Zapfsäulen mit Sicherheit nur ja nichts passiert. Das tut sie aber nicht, weil sie höflich ist und lieber mit mir wartet.

Neulich standen vor der Kassa zwölf Kunden und warteten. „Wenn ich das Geld selbst rausgeben dürfte, wären ich mindestens ums Dreifache schneller“, sagt die Tankstellenangestellte entschuldigend. Aber sie darf nicht. Weil nämlich Sicherheit vorgeht. Jedenfalls geht Sicherheit vor Kundenservice, Vernunft, Selbstverantwortung. Sie geht vor Schnelligkeit und vor persönlichem Gespräch.

Sicherheit wird an Automaten abgegeben, die niemals lächeln. Und so kann einem das Lächeln schon vergehen, wenn man sieht, was alles möglich ist, wenn nur lang genug mit der Angst gearbeitet wird, damit wir endlich ganz automatisch überall Sicherheit bekommen.

[WWW.SALZBURG.COM/FLIEHER](http://www.salzburg.com/flieher)

