



LUKAS LINEK

ZWISCHEN SCHALLPLATTEN UND STREAMINGDIENSTEN

Wie Digital Natives Musik rezipieren

B

BÜCHNER

ZWISCHEN SCHALLPLATTEN UND STREAMINGDIENSTEN

Lukas Linek, Mag. phil., geboren 1991 in Graz, Österreich. Er absolvierte das Studium der Publizistik- und Kommunikationswissenschaft an der Universität Wien und setzte schon früh seinen Fokus auf Musikwirtschaft und neue Medien. Aufgrund seines tiefgehenden Interesses für die Musik und insbesondere der Hi-Fi beschäftigte er sich lange mit der Renaissance der Vinyl und gleichzeitig mit den Möglichkeiten, Musik in bestmöglicher Qualität zu verbreiten und zu konsumieren. Als audiophiler Liebhaber von hochwertigen Aufnahmen lebt Lukas Linek in Wien und hat seinen Beruf in der Welt der Hi-Fi gefunden.

Lukas Linek

ZWISCHEN SCHALLPLATTEN UND STREAMINGDIENSTEN

Wie Digital Natives Musik rezipieren



BÜCHNER-VERLAG

Wissenschaft und Kultur

Lukas Linek
Zwischen Schallplatten und Streamingdiensten
Wie Digital Natives Musik rezipieren

ISBN (Print) 978-3-96317-142-0
ISBN (ePDF) 978-3-96317-656-2

Copyright © 2018 Büchner-Verlag eG, Marburg

Satz und Umschlaggestaltung: DeinSatz Marburg | lf
Bildnachweis Umschlag: Sensay / photocase.de
Druck und Bindung: Schaltungsdienst Lange oHG, Berlin
Die verwendeten Druckmaterialien sind zertifiziert als FSC-Mix.
Printed in Germany

Das Werk, einschließlich all seiner Teile, ist urheberrechtlich durch den Verlag geschützt. Jede Verwertung ist ohne die Zustimmung des Verlags unzulässig. Dies gilt insbesondere für Vervielfältigungen, Übersetzungen, Mikroverfilmungen und die Einspeicherung und Verarbeitung in elektronischen Systemen.

Bibliografische Informationen der Deutschen Nationalbibliothek
Die Deutsche Nationalbibliothek verzeichnet diese Publikation in der Deutschen Nationalbibliografie, detaillierte bibliografische Angaben sind im Internet über <http://dnb.de> abrufbar.

www.buechner-verlag.de

»Man versteht Musik nicht, man erlebt sie.«

Sergiu Celibidache, Dirigent

Ein Hinweis vorab: Aus Gründen der besseren Lesbarkeit wird auf die gleichzeitige Verwendung männlicher und weiblicher Sprachformen verzichtet. Sämtliche Personenbezeichnungen gelten gleichermaßen für beiderlei Geschlecht.

Inhalt

1	Vorwort und Einleitung	9
1.1	Heranführung an das Thema	15
1.2	Aufbau der Arbeit	18
1.3	Methodenwahl	21
1.4	Vorstellung der zentralen Forschungsleitfragen	22
2	Wandel der Musikproduktion und des Musikkonsums	25
2.1	Die Anfänge – Die Musikindustrie als Teil der Kulturindustrie	27
2.2	Vinyl setzt sich durch: Industrialisierung des Konsumguts Musik	30
2.3	Aufgaben und Strukturen eines Labels im Wandel	34
2.4	Der Wandel von Analog zu Digital	37
2.5	Das Problem der CD	38
2.6	Die Digitalisierung am Siegeszug	43
2.7	Warum Tonträger obsolet werden	50
2.8	Das »Tertiärmedium Musik« als Problem der Musikindustrie	59
2.9	Artepreneur und Prosumer	63
3	Qualität der Musik im digitalen Wandel: Ein neuer Zugang zu Musik	71
3.1	Stardom und die digitale Mediamorphose – der »Abstieg« der inhaltlich qualitätsvollen Musik?	72

3.2	Musikqualität im technischen Wandel	84
3.3	Der »Loudness War« und seine Auswirkungen	88
3.4	Streaming: Apples »Mastered for iTunes« und »Apple Music« – das Problem der komprimierten Musik	93
3.5	Ein neuer Zugang zu Musik schafft ein »neues Musikhören«.	98
3.6	Die Bedeutung von Live-Veranstaltungen im digitalen Paradigma.	99
3.7	Eine neue Hoffnung: Entschleunigter Musikkonsum – die Renaissance der Vinyl-Schallplatte.	103
4	Analyse und Abdeckung der Forschungsfragen	109
4.1	Ergebnisse der Literaturrecherche	110
5	Resümee und Ausblick	121
	Quellenverzeichnis	125
	Abbildungsverzeichnis.	141

1 Vorwort und Einleitung

Musik begleitet mich schon mein ganzes Leben lang. Als Junge hörte ich mit meinem Vater damals meine ersten CDs und wunderte mich, warum bei uns im Wohnzimmer, anders als bei meinen damaligen Schulfreunden zu Hause, stets große, schwere, unpraktische Lautsprecher standen. Schnell entdeckte ich, dass es irgendwie mit der Lautstärke, aber vor allem auch der Klangqualität der Musik zusammenhängen musste – während bei Bekannten eher nebenbei Musik gehört wurde, gab es zu Hause Symphoniekonzert-Übertragungen, erste Erfahrungen mit elektronischer Musik sowie die ersten Berührungen mit Rock und Heavy Metal. Ich entdeckte die Klassische Musik für mich, bewarb mich früh am Johann-Joseph-Fux-Konservatorium in Graz und begann, Violine zu spielen. Mit meinem ersten selbst verdienten Geld kaufte ich mir Lautsprecher – die verband ich mit der alten Hi-Fi-Anlage meines Vaters und hatte schon früh den Respekt der Freunde, die »größte und beste Hi-Fi-Anlage« im Zimmer stehen zu haben. Diese klotzigen, blau-schwarzen Lautsprecher, die mehr gedröhnt als gespielt haben, erfüllten mich trotzdem irgendwie mit Stolz, da ich mich schon relativ früh mit Klangqualität und Musik intensiv auseinandergesetzt habe. Dann kam die Zeit der iPods – ich beäugte dies relativ lang skeptisch und ließ mich anfangs von dem neuartigen Konzept nicht wirklich überzeugen. Letztendlich kaufte ich mir dann doch meinen ersten iPod Touch und entdeckte das Sammeln und Verwalten von Musik für mich, zollte aber den »alten Methoden« – dem Besuch von Plattenbörsen und das Aufsuchen kleiner Musikgeschäfte – weiterhin Respekt. Ich gab mehr (Taschen-)Geld für klanglich immer bessere Kopfhörer, besseres musikalisches Equipment, aus und irgendwann begann ich mich über

das Musikhören hinaus auch fürs Musikproduzieren zu interessieren. Zusätzlich führte mein Bestreben, meine Instrumentalkünste kreativ in einer Band zum Ausdruck zu bringen, dazu, dass ich parallel zu meiner Ausbildung am Konservatorium nebenbei in einer Amateurband das Bass-Spielen erlernte. Auch hierbei konnte ich wertvolles Wissen über Produktion und Konsum von Musik sammeln und so schien sich mein musikalischer Weg mehr und mehr zu verfestigen. Dann kam die Zeit des Studiums, wo mich Musik und die damit verbundenen Phänomene treu begleiteten. Mehrmals konnte ich Freunde und Bekannte, aber auch musikalisch interessierte Studienkollegen, mit meinem Fachwissen und meiner mittlerweile sehr umfangreichen Musiksammlung überraschen. Zunehmend stellte sich heraus, dass ich als »audiophiler« Mensch auf der Suche nach dem »perfekten Klang« war. Ich begann, bekannte Aufnahmen als Rohmaterial bzw. als Tonstudio-Mastertape zu suchen und den Klang zu optimieren – ich wunderte mich nämlich immer wieder, woran es lag, dass die alten Tonbänder bzw. die alten Vinylplatten um so vieles wärmer, lebendiger und angenehmer klangen als ihre digitalen Pendants. Ich stieß dann eines Tages (während ich mich mit Mixing und Masterings beschäftigte) auf ein Tutorial-Video, in dem ein alter, erfahrener Tonmeister (Günter Pauler von Pauler Acoustics/Stockfisch-Records) aus dem Bereich der akustischen Musik erklärte, was eigentlich über die letzten Jahrzehnte in der Musikproduktion passierte und warum sich die heutigen Aufnahmen so sehr in ihrer Klangfarbe, Brillanz, Natürlichkeit und Lebendigkeit, von den »alten« Techniken unterscheiden. Er war derjenige, der mich zum ersten Mal auf den »Paradigmenwechsel« innerhalb der Musik und den damit unmittelbar verbundenen Faktoren, aufmerksam machte. [Es hieß], *»früher wurde Musik einfacher, echter, lebendiger aufgenommen. Es wurden zwei Mikrofone aufgestellt, eines für den linken und ein zweites für den rechten Kanal. Auf Analogband-Maschinen wurden die Tonspuren aufgezeichnet und praktisch unverändert auf Platte gebracht. Was da war, war da. Was nicht da war, war eben nicht da.«* Je länger man sich mit dem Thema beschäftigt, desto bitterer präsentieren sich die Auswirkungen dieses Paradigmenwechsels. Zum ersten suchen wir den perfekt produ-

zierten Klang, vergessen jedoch gleichzeitig, dass Musik in ihrer Art nicht fehlerfrei ist. Während eines Klassikkonzertes klingen nie alle Instrumente gleich laut – die Musiker bewegen sich, atmen – die Digitalisierung wollte uns jedoch genau vom Gegenteil überzeugen. Während alte Aufnahmen aus den 60ern und 70ern voller Farben, Dynamik, Leben und Bühnenzeichnung waren, sind die modernen Aufnahmen kalt und leblos – zwar sind alle Instrumente perfekt angeordnet und aufgezeichnet, jedoch fehlt die »Echtheit« und »Authentizität«, welche durch die Digitalaufzeichnung einfach wegrationalisiert wurde. Zum zweiten hat sich unser Verständnis von Musik und ihrem Konsum maßgeblich verändert. Musik wurde ursprünglich immer nur lebendig, »live« gespielt und konsumiert. Die Idee von Thomas Edison, Musik zu konservieren und für später und für den Großteil der Bevölkerung verfügbar zu machen, änderte die Möglichkeiten enorm – und schuf so den Grundstein des heutigen Verständnisses für die Musikindustrie und die damit verbundenen Auswirkungen auf soziologische, kulturelle und vor allem finanzielle Faktoren. Der Plattenspieler, die Transistorradios, das heutige Streaming – all das beruht auf der ersten Mediamorphose, welche 1878 durch Edisons Phonographen in die Wege geleitet wurde. Inzwischen wurde die Musik größtenteils zu einem Tertiärmedium degradiert – meistens wird sie heute, wenn überhaupt, höchstens *beiläufig* konsumiert. Musik wird nicht mehr für hochwertige Hi-Fi-Anlagen produziert, sondern für Laptop-Lautsprecher und Billig-Kopfhörer aus Plastik. Die große Ära des hochwertigen Klangerlebnisses scheint vorüber, obwohl der technologische Standard uns zu klanglichen Höchstleistungen verhelfen könnte. Hochwertig produzierte Musikdateien aus einem guten Tonstudio können heutzutage dank des niedrigen Festplattenpreises gesammelt und verwaltet werden – und klingen deutlich besser als herkömmliche CDs; zusätzlich sind sie den schlechten MP3s, welche sich seit Beginn der digitalen Mediamorphose etabliert hatten, haushoch überlegen. Und trotzdem befassen sich heute weniger und weniger Digital Natives mit dem Erlebnis »Klang«, anders als es die Generationen vor ihnen gemacht haben. Musik ist zu einer Selbstverständlichkeit geworden, die – jederzeit auf Abruf – einen immer kürze-

ren Lebenszyklus aufweist. Haben sich klangliche Meisterwerke wie Pink Floyds »Dark Side of The Moon« oder Rolling Stones' »Exile« teilweise mehr als 770 Wochen unter den Top 200 der Billboard Charts befunden, so werden Lieder heute stark profitorientiert und zielgruppengerecht, bewusst mit »Verfallsdatum«, produziert. Das inzwischen industriell angefertigte »Konsumgut Musik« hat sich längst von seiner ursprünglichen Rolle des »Kulturguts« entfernt. Die Globalisierung, Industrialisierung und Technologisierung hat auch selbst vor der ältesten Unterhaltungsform nicht halt gemacht und diese maßgeblich – vermutlich unwiederbringlich – verändert. Gleichzeitig wurden neue Arten des Künstlertums geboren und die Unterhaltungsindustrie hat neue Wege des Vertriebs und der Markengestaltung kreiert. Der moderne Künstler ist nicht mehr »Künstler« – er ist entweder eine »Marke«, welche von der Musikindustrie bewusst zum richtigen Zeitpunkt ins Leben gerufen wurde, um die jeweiligen soziologisch-kulturell vorherrschenden Trends bestmöglich abzudecken, oder er ist moderner Künstler, ein individueller Artepreneur, welcher durch die Möglichkeiten der modernen, netzwerk-basierten Welt gleichzeitig Künstler wie auch Manager ist und vor allem durch die aktive, direkte Unterstützung seiner Fans zum gewünschten Erfolg kommt. Gleichzeitig ist ein neuer, herausfordernder Typ des Konsumenten im Zuge der Digitalisierung und Vernetzung der Welt geschaffen worden – der »Prosumer«. War der ursprüngliche Konsument auf die direkte, einseitige Kommunikation seitens Produzent/Label angewiesen, wurde mit dem Prosumer ein technologisch affiner, auf Qualität, Individualität und Eigenbestimmung (und Eigen-Mitentwicklung) ausgerichteter Typus von Kunde bzw. »Mitgestalter« geschaffen, welcher aktiv in die Entwicklung des jeweiligen Produktes bzw. Künstlers eingebunden ist. Die digitalisierte Welt hat vor allem mit Blick auf den Musikkonsum einen starken Wandel hinter sich. Während der CD-Markt mehr und mehr einbricht, erlebt vor allem die noch vor Kurzem für praktisch tot erklärte Vinyl-Schallplatte ihre Renaissance, und moderne Labels müssen sich mehr und mehr auf das Streaming als Primärkonsumquelle fokussieren anstatt auf den Direkterwerb von Musik. Musik wird immer stärker zu einer Dienst-

leistung, die angemietet wird und immer seltener in den Eigenbesitz übergeht. Dementsprechend richten sich (Musik-)Bezahldienste, aber auch Elektronikgerätehersteller nach der neuen Marktsituation aus. Zum Beispiel kommen Handys mit vorinstallierten Apps, die den Musikkonsum auf Abruf bereithalten, und es werden kabellose Lautsprecher hergestellt, welche auf Knopfdruck die Lieblings(-Web-)Radiosender spielen. Analysten sind sich inzwischen einig, dass der Paradigmenwechsel in der Musikindustrie von ihr selbst hervorgerufen wurde, als man damit begann, ein bestehendes, etabliertes und »gutes« Medium durch ein günstigeres, angeblich »besseres« Medium zu ersetzen. Die Vinylplatte sollte gezielt durch die CD verdrängt werden – langfristig hat die Musikindustrie jedoch einen unumkehrbaren Prozess voller negativer Folgeereignisse (zumindest für die etablierte Major-Musikindustrie) in Bewegung gesetzt, welcher eine milliardenschwere Branche vor komplett neue, aber lange verkannte Tatsachen gestellt hat. Kurz nach Erscheinen der CD bemängelten audiophile Hörer deren eindeutig schlechtere Klangqualität – und so brauchten die CD und die dazugehörigen digitalen Abspielgeräte mehr als 25 Jahre technischer Entwicklung, um der »alten« Schallplatte klanglich das Wasser reichen zu können. Erst seit der Einführung neuer, hochwertiger Digitalformate (HighRes-Files), welche die CD in jeder Hinsicht übertrumpfen, kann endlich der versprochene Vorteil der digitalen Formate zur Geltung kommen. Audiophile Aufnahmen, welche über Portale wie highresaudio.com oder hdtracks.com bezogen werden können, zeigen die klare klangliche Überlegenheit gegenüber der vergleichsweise »schwachen« CD und platzieren »das Digitale« endlich würdig neben die altbewährte, immer noch ausgezeichnet klingende Vinyl-Schallplatte. Mithilfe der neuen Formate wird »digital« plötzlich wieder trendy und interessant – die Ära der Streamer und Musikserver ist angebrochen. Audiophile Hörer können jetzt zusätzlich zu ihrer (Hi-Fi)-Analogkette eine hochwertige Digitalkette hinzufügen, die ihre bestehende Hi-Fi-Anlage um wertvolle und gut klingende Komponenten ergänzt. Die Ära der CD ist – zumindest für Digital Natives und audiophile Hörer bzw. vermutlich innerhalb der kommenden nächsten 15 Jahre –

endgültig vorbei; es gibt einfach technologisch gesehen keinen Nutzen mehr für sie. Immer mehr Digital Natives beginnen, Musik aufwendig in digitalen »Mediatheken« zu katalogisieren, zu beschriften, Bilder hinzuzufügen, zu »taggen« – früher zierten große Vinylsammlungen die Zimmer, heute ist es eine breit sortierte, digitale Mediathek auf der Computerfestplatte, die zum Teil schwindelerregende Größenausmaße erreichen kann. Ich selbst zähle mich zu solchen Sammlern – mit derzeit mehr als 65.000 Titeln in meiner Mediathek, mühevoll zusammengestellt, erfüllt es mich mit Stolz, eine perfekt sortierte, digitale Musikdatenbank mein »Eigen« nennen zu dürfen. Ein starkes Argument der Vinylliebhaber war immer: »Die Platte gehört mir. Das kann mir keiner nehmen.« Das stimmt – Streamingportale sind abhängig von Onlinezugang und Netzwerkgeschwindigkeit. Aber auch digitale Files kann man »besitzen« – sie sind ständig »digital« verfügbar. Gleichzeitig bieten sie mir großartige Vorteile: Ich kann Playlists mit Favoriten erstellen, ein Musikabspielprogramm auf Partys als DJ fungieren lassen. Ich kann »schlechte« Lieder bewusst ausblenden, wegklicken, löschen. Ich kann mein eigenes Bewertungssystem etablieren, mit Sternen, Herzen, intelligenten Favoriten-Playlists usw. Das digitale Musikhören entspricht dem Zeitgeist der Digital Natives: schneller, vernetzter, multitaskingfähig und gleichzeitig mehr auf Individualität ausgerichtet. Die Musikindustrie hat diesen Paradigmenwechsel lange verschlafen und erholt sich von ihrem Crash zu Beginn der 2000er Jahre erst jetzt wieder langsam – trotzdem scheint die Ära der »großen« Labels für immer vergangen. Ein neuer, digitalisierter Markt herrscht nun vor, mit neuen Spielregeln und neuen Systemen. Ein neues Wertschöpfungsnetzwerk, mit neuen Prioritäten und neuen Werten, spiegelt den soziologisch-kulturellen Wandel wider. Hinzu kommt die moderne Kommunikation, vor allem über das Web 2.0, welche über Empfehlungen, Links und Likes funktioniert und die digitale Mediamorphose abrundet. Der Markt hat sich gewandelt, der Musikkonsum sich verändert. Wie kam es dazu und wie sieht die aktuelle Sachlage aus?