

Hochschule der Medien Stuttgart  
Fakultät Electronic Media  
Audiovisuelle Medien (AM7)



Bachelorarbeit zum Thema:

**Die Transformation der Musikproduktion: Die Rolle des  
Musikproduzenten in der Popmusik-Industrie von den 90er Jahren  
bis heute**

Zur Erlangung des akademischen Grades Bachelor of Engineering

Vorgelegt von:

Daniel Knüttel  
Rotenwaldstrasse 77B  
70197 Stuttgart  
E-mail: [dk123@hdm-stuttgart.de](mailto:dk123@hdm-stuttgart.de)

Matrikelnummer: 40223  
Fachsemester: 7  
Studiengang: Audiovisuelle Medien (AM 7)

Abgabe: 12.07.2023

Erstprüfer: Prof. Oliver Curdt  
Zweitprüfer: Heiko Schulz

# Ehrenwörtliche Erklärung

„Hiermit versichere ich, Daniel Knüttel, ehrenwörtlich, dass ich die vorliegende Bachelorarbeit mit dem Titel: „ Die Transformation der Musikproduktion: Die Rolle des Musikproduzenten in der Popmusik-Industrie von den 90er Jahren bis heute“ selbstständig und ohne fremde Hilfe verfasst und keine anderen als die angegebenen Hilfsmittel benutzt habe. Die Stellen der Arbeit, die dem Wortlaut oder dem Sinn nach anderen Werken entnommen wurden, sind in jedem Fall unter Angabe der Quelle kenntlich gemacht. Die Arbeit ist noch nicht veröffentlicht oder in anderer Form als Prüfungsleistung vorgelegt worden.

Ich habe die Bedeutung der ehrenwörtlichen Versicherung und die prüfungsrechtlichen Folgen (§26 Abs. 2 Bachelor-SPO (6 Semester), § 24 Abs. 2 Bachelor-SPO (7 Semester), § 23 Abs. 2 Master-SPO (3 Semester) bzw. § 19 Abs. 2 Master-SPO (4 Semester und berufsbegleitend) der HdM) einer unrichtigen oder unvollständigen ehrenwörtlichen Versicherung zur Kenntnis genommen.

Datum: \_\_\_\_\_

Unterschrift: \_\_\_\_\_

## **Kurzfassung**

Das Ziel der folgenden Arbeit ist es, die wichtigsten Veränderungen und Anpassungen in der Rolle des Musikproduzenten in der Popmusikindustrie, von den 90er Jahren bis heute, zu erörtern. Um die Forschungsfrage zu beantworten wurde eine umfangreiche Literaturrecherche, sowie ein Experteninterview mit einem Experten der Popmusikbranche durchgeführt.

Die Nachforschungen zeigten, dass die Digitalisierung sowie die Demokratisierung der Musikproduktion, die stärksten Faktoren sind, welche die Musikproduktion seit den 90ern transformiert haben und bis heute stetig verändern.

Basierend auf dieser Grundlage ist es für Musikproduzenten empfehlenswert, sich stets mit aktuellen Themen wie neuen Einnahmequellen als Produzent oder auch neuen digitalen Trends auseinanderzusetzen, um so einen guten Überblick über die Popmusikindustrie zu behalten.

## **Abstract**

The aim of the following work is to discuss the main changes and adjustments in the music producer's role in the popular music industry, from the 1990s to the present day. In order to answer the research question, an extensive literature search and an expert interview with an expert in the pop music industry were carried out. The research showed that digitization and the democratization of music production are the strongest factors that have transformed music production from the 90s to the present day.

On this basis, it is advisable for music producers to always deal with current topics such as new sources of income as a producer or new digital trends in order to keep a good overview of the pop music industry.

## Danksagung

Vorab danke ich meinem Professor Oliver Curdt - Fachbereich Tontechnik an der HdM Stuttgart. Durch ihn hatte ich die Möglichkeit während meines AM7-Studiums kontinuierlich meiner Leidenschaft - der Produktion von Popmusik - nachzugehen. Seine Vorlesungen und insbesondere die von ihm organisierten Workshops waren wertvolle Wissensquellen, aus denen ich schöpfen konnte. Professor Curdt hat es auch ermöglicht, dass ich diese Studie durchführen konnte.

Ebenfalls gebührt ein Dank Heiko Schulz, der sich als Zweitbetreuer meiner Arbeit bereit erklärt hat.

Ein besonderer Dank geht an Ingo Reidl, den Mitbegründer, Produzenten, Komponisten und Keyboarder der deutschen Popband "PUR". Er hat sich bereit erklärt, einen Teil seiner wertvollen Zeit meiner Theiss zu widmen und mir ein Interview zu fachspezifischen Fragen der Popmusikindustrie zu geben. An dieser Stelle möchte ich auch meinem Freund und Produzentenkollegen Aljoscha Reidl danken. Er hat den Kontakt hergestellt und das Interview erst ermöglicht.

Des weiteren danke ich allen, die mich vielfältiger Weise bei dieser Bachelorarbeit unterstützt haben.

# Inhaltsverzeichnis

<b>Ehrenwörtliche Erklärung</b>	<b>2</b>
<b>Kurzfassung</b>	<b>3</b>
<b>Abstract</b>	<b>3</b>
<b>Danksagung</b>	<b>4</b>
<b>Inhaltsverzeichnis</b>	<b>5</b>
<b>Abbildungsverzeichnis</b>	<b>7</b>
<b>Abkürzungsverzeichnis</b>	<b>7</b>
<b>Gender-Hinweis</b>	<b>7</b>
<b>1 Einleitung</b>	<b>8</b>
1.1 Hintergrund und Bedeutung des Themas	8
1.2 Forschungsfrage und Ziele der Arbeit	9
1.3 Methodik und Herangehensweise	9
1.4 Struktur der Arbeit	10
<b>2 Definitionen und Begriffe</b>	<b>11</b>
2.1 Musikproduzent	11
2.2 Popmusik	13
2.3 Popmusikindustrie	14
2.4 Digital Audio Workstation (DAW)	16
2.5 Musikstreaming-Dienste	17
2.6 (Musik-)Charts	18
<b>3 Historischer Kontext</b>	<b>21</b>
3.1 Die Rolle des Musikproduzenten in den frühen Jahren der Popmusik ab 1950	21
3.2 Die Entwicklung der Musikindustrie in den 80er und 90er Jahren	24

<b>4 Technologische Entwicklungen und ihre Auswirkungen auf die Musikindustrie</b>	<b>28</b>
4.1 Die Einführung von Digital Audio Workstations (DAWs)	28
4.2 Die Demokratisierung der Musikproduktion	31
<b>5 Veränderungen in der Musikindustrie</b>	<b>35</b>
5.1 Der Übergang von physischen Verkäufen zu Streaming-Diensten	35
5.2 Neue Geschäftsmodelle und Einnahmequellen für Musikproduzenten	39
5.3 Veränderung der Beziehung und Zusammenarbeit zwischen Künstlern und Musikproduzenten	46
<b>6 Der Einfluss von sozialen Medien und Online-Plattformen</b>	<b>49</b>
6.1 Die Rolle von Social Media Plattformen bei der Entdeckung und Verbreitung von Musik	49
6.2 Die Bedeutung von Interaktion mit dem Publikum	53
<b>7 Fazit</b>	<b>55</b>
7.1 Zusammenfassung der wichtigsten Erkenntnisse	55
7.2 Beantwortung der Forschungsfrage	56
7.3 Implikationen und Empfehlungen	58
7.4 Ausblick auf zukünftige Forschung	60
<b>Quellenverzeichnis</b>	<b>63</b>
<b>Anhang 1</b>	<b>72</b>

## Abbildungsverzeichnis

Abbildung 1:	IFPI Jahrescharts 2022. Album- und Singlecharts
Abbildung 2:	Toningenieure im Studio aus: Hofacker, Ernst: von Edison bis Elvis, S. 366
Abbildung 3:	IFPI: Entwicklung des weltweiten Umsatzes 2001 bis 2021 (Stand: 08.2022, Abgerufen am 10.05.2023) <a href="https://miz.org/de/statistiken/gesamtumsatz-aus-verkaeufen-physischer-tontraeger-und-digitaler-musik-weltweit">https://miz.org/de/statistiken/gesamtumsatz-aus-verkaeufen-physischer-tontraeger-und-digitaler-musik-weltweit</a>

## Abkürzungsverzeichnis

Abb.	Abbildung
Airplay	Radio Airplay
DAW	Digital Audio Workstation
IFPI	International Federation of the Phonographic Industry
o.g	oben genannt
s.o	siehe oben
s.u	siehe unten
usw.	und so weiter

## Gender-Hinweis

Die in dieser Bachelorarbeit verwendeten Personenbezeichnungen beziehen sich immer gleichermaßen auf weibliche, männliche und generell alle in LGBTQAI+ einbegriffenen Personen. Auf eine Doppelnennung und gegenderte Bezeichnungen wird zugunsten einer besseren Lesbarkeit verzichtet.

# 1 Einleitung

## 1.1 Hintergrund und Bedeutung des Themas

Seit den 90er Jahren befindet sich die Musikproduktion und damit auch die Rolle des Musikproduzenten - vor allem aufgrund der sehr schnell voranschreitenden Digitalisierung - in einem rasanten Wandel. Ständig werden neue Technologien entwickelt, welche die Musikproduktion verändern und gewisse Arbeitsschritte vereinfachen sollen. Auch der Musikmarkt befindet sich in einem ständigen Wandel. Neue Trends werden geboren, und alte Trends weichen dem Fortschritt. Der Sound und die Klangästhetik passen sich einer stetig wandelnden Gesellschaft und Popkultur an. Aufgrund der massenmedialen Verbreitung von Musik, insbesondere durch Streaming, hat sich Popmusik über die letzten Jahrzehnte zu einem sehr schnelllebigem Konsumgut entwickelt. Das kann man im Speziellen daran erkennen, dass die Durchschnittslänge von Musikstücken über die letzten Jahrzehnte stark gesunken ist. Dies zeigt sich ebenfalls in einer Studie von H. Léveillé Gauvin, welcher die Länge von Songs in den Billboard Charts zwischen 1986 und 2015 erforschte.<sup>1</sup> Auch die Demokratisierung der Musikproduktion, also die gleichmäßige Verteilung von Ressourcen wie zum Beispiel technischem Equipment, Möglichkeiten zur preiswerten Produktion, aber auch das Erlangen von Fachwissen, hat die Arbeit und die Aufgaben von modernen Produzenten in der Popmusik nachhaltig beeinflusst. Vor allem die kreativen Tätigkeiten und die notwendigen kreativen sowie musikalischen Fähigkeiten, um erfolgreich Musik produzieren zu können, haben sich damit verändert.

All diese Faktoren haben schlussendlich auch die Rolle des Musikproduzenten selbst über die letzten Jahrzehnte geformt und fordern nach wie vor immer wieder Anpassungsfähigkeit seitens dieser Akteure.

---

<sup>1</sup> Vgl. Léveillé Gauvin, H. 2018, S. 291-311



## 1.2 Forschungsfrage und Ziele der Arbeit

Die in 1.1 angesprochene Anpassung bzw. Entwicklung der Musikproduzenten soll in dieser Arbeit genauer beleuchtet werden. Diese Arbeit beschäftigt sich mit den wichtigsten Entwicklungen in der Rolle von Musikproduzenten in der Popmusikindustrie seit den 90er Jahren bis heute. Dabei geht es zum einen um die generelle Entwicklung des Berufsbildes "Musikproduzent" seit den 90er Jahren bis heute. Darüber hinaus wird ein genauerer Fokus auf die technologische Entwicklung, die Entwicklung des Musikmarktes und der Distribution von Popmusik, die Aufgabe des Musikproduzenten als Akteur in der Popmusikindustrie sowie den Einfluss von sozialen Medien und Online-Plattformen auf die Entwicklung der Rolle des Musikproduzenten in der Popmusikindustrie gelegt. Wie haben speziell diese Entwicklungen die Arbeit von Popmusikproduzenten beeinflusst?

Das Ziel der Arbeit besteht darin herauszufinden, welche die wichtigsten Faktoren seit den frühen 90er Jahren waren, die Einfluss auf die Rolle des Musikproduzenten in der Popmusikindustrie genommen haben und wie sich Produzenten daran angepasst haben, um erfolgreich zu arbeiten. Es wird außerdem untersucht, wie sich diese Entwicklungen auf die wirtschaftliche- und auch kreative Arbeitsweise von Musikproduzenten in der Popmusikindustrie ausgewirkt haben.

## 1.3 Methodik und Herangehensweise

Zur qualitativen Forschung wurde in dieser Arbeit eine Literaturrecherche durchgeführt. Verschiedene Quellen wie Artikel, Fachbücher und Statistiken wurden gelesen, analysiert und eingeordnet.

Um einen praktischen Bezug zum Thema herzustellen, wurde ein Experteninterview mit dem Musikproduzenten, Komponisten, Keyboarder und Mitbegründer der Band "PUR", Ingo Reidl, durchgeführt. Seit der Gründung der Band PUR (ehemals Opus) im Jahr 1987 arbeitet er bis heute als Popmusikproduzent, Komponist und Songwriter für die Band

und andere Künstler wie zum Beispiel Reinhard Mey. Seit Bestehen der Band war Ingo an allen Studioalben beteiligt, die bisher veröffentlicht wurden. Mit Songs wie "Abenteuerland", "Indianer" oder "Lena" erreichten seine Produktionen mehrfach Platin-Status in Deutschland, Österreich und der Schweiz und hielten sich bis zu 72 Wochen auf Platz 1 der deutschen Charts. Aufgrund seiner langjährigen Erfahrungen im professionellen Musikgeschäft seit den 1980er Jahren ist Ingo Reidl in der Lage, valide Aussagen zum Forschungsthema zu treffen.

Das Interview mit Ingo Reidl wurde am 15.05.2023 durchgeführt und ist dieser Arbeit in Form einer Transkription als "Anhang 1" beigelegt.

## 1.4 Struktur der Arbeit

Vorab werden in dieser Arbeit einige Begriffe definiert, welche in Zusammenhang mit dem Forschungsthema stehen. Dies dient dazu, den Beruf des Musikproduzenten im Kontext der Popmusikindustrie besser einordnen zu können. Alle wichtigen Begriffe, die in dieser Arbeit häufig vorkommen, werden erläutert.

Um den Einstieg in das Thema zu vereinfachen, steht der historische Kontext am Anfang dieser Arbeit. Er soll ein Abbild über die Entwicklung des Berufsbildes "Musikproduzent" der letzten Jahrzehnte geben und zeigen, wie sich dieses im Allgemeinen gewandelt hat.

In Kapitel 4 werden dann die wichtigsten technologischen Entwicklungen wie DAWs und die Ressourcenverteilung in der Musikproduktion untersucht.

Im folgenden Kapitel 5 wird die Musikindustrie im ökonomischen Sinne behandelt, verschiedene Einnahmequellen für moderne Musikproduzenten werden beleuchtet und die Zusammenarbeit zwischen Produzenten und Künstlern wird erläutert. Das Kapitel "soziale Medien" rundet das Thema schließlich ab, bevor ein abschließendes Fazit aus den gewonnenen Erkenntnissen gezogen wird.

## 2 Definitionen und Begriffe

### 2.1 Musikproduzent

Ein Musikproduzent ist eine Person (oder ein Team), die für die kreative und technische Leitung, Planung, Organisation und Umsetzung eines Musikprojekts verantwortlich ist. Die Aufgabe des Musikproduzenten teilt sich also, anders als z.B im Filmgeschäft (Filmproduzent), in zwei verschiedene Ebenen auf: Zum einen die Ebene des Musikalisch kreativen Produzenten und zum anderen die des wirtschaftlichen Produzenten.<sup>2</sup> Die Hauptaufgabe des Musikproduzenten im Allgemeinen besteht darin, die musikalische Vision eines Künstlers oder einer Band in einem fertigen Produkt – bestehend aus einem einzelnen Song, oder aber einem kompletten Album – zu verwirklichen.<sup>3</sup>

Musikproduzenten sind an verschiedenen Arbeitsschritten des Produktionsprozesses beteiligt. Dazu gehören:

- **Musikauswahl und Auswahl des Stils**, welcher zum jeweiligen Künstler passt. Sie beraten Künstler bei der Auswahl von Musikrichtungen und Stilen, die sowohl zu den künstlerisch-kreativen Zielen des Künstlers, als auch zu seinen kommerziellen Ziele passen.<sup>4</sup>
- **Songwriting und Arrangement**. Produzenten unterstützen Künstler bei der Entwicklung von Songstrukturen, Melodien und Texten. Sie können je nach Zusammenarbeit auch bei der Auswahl von Songs für ein Album helfen.
- **Komposition von Musikstücken**. Produzenten der modernen Popmusikindustrie sind gleichzeitig auch oftmals Komponisten<sup>5</sup>, bringen daher musikalische Erfahrung mit und sind häufig selbst (Multi-) Instrumentalisten.
- **Aufnahme und Produktion**. Produzenten arbeiten eng mit Toningenieuren zusammen, um die bestmögliche Klangqualität während

---

<sup>2</sup> Vgl. Passman et al. 2011, S.122

<sup>3</sup> Vgl. Lyng et al. 2018, S.42

<sup>4</sup> Vgl. Lyng et al. 2018, S. 41

<sup>5</sup> Vgl. Lyng et al. 2018, S. 32

der Aufnahmesession zu gewährleisten, und treffen Entscheidungen über Dinge wie z.B. Mikrofonierung, Mischung und Effekte. In vielen Fällen sind Musikproduzenten auch technisch ausgebildet und fungieren heutzutage bei kleineren Sessions, wie es beispielsweise bei vielen Solokünstlern der Fall ist, gleichzeitig als Toningenieur.

- **Mischung und Postproduktion:** Musikproduzenten der Popmusik-Industrie sind an der Nachbearbeitung beteiligt, indem sie, ebenfalls vor allem bei kleineren Produktionen mit Solo-Künstlern oder auch bei geringem Budget, oftmals die Mischung des Projektes selbst durchführen oder diese zumindest überwachen. Diese kann je nach Zielformat, Stil des Künstlers, Genre etc. variieren.

Musikproduzenten sind jedoch nicht nur technisch und emotional am Endprodukt beteiligt, sondern haben auch organisatorische und wirtschaftliche Aufgaben, insbesondere bei größeren Studio-Produktionen. Dazu zählt beispielsweise die Auswahl und Organisation von Musikern und des benötigten Studiopersonals.

Sie sind oft verantwortlich für die Auswahl von Musikern, Toningenieuren, Arrangeuren, Songwritern und anderen Mitarbeitern, die an einem Musikprojekt mitwirken.<sup>6</sup> Darüber hinaus sind sie oft auch für die Planung und Organisation der Aufnahmesessions selbst verantwortlich.

In einigen Fällen, insbesondere in der modernen Popmusikindustrie spielen auch Marketing und Promotion eine wichtige Rolle.

Musikproduzenten können bei der Gestaltung der Marketing- und Promotionsstrategie für ein Musikprojekt oder einen Künstler spielen. Das kommt insbesondere dann zum tragen, wenn Musikproduzenten selbst als Künstler in Erscheinung treten und eine gewisse Reichweite in der Öffentlichkeit haben.<sup>7</sup> Somit agieren Sie längst nicht mehr nur im Hintergrund, sondern treten des Öfteren auch selbst in die Öffentlichkeit. In einigen Fällen, insbesondere in der Popmusik, kann ein Musikproduzent auch als Mentor oder Coach fungieren, der Künstlern hilft,

---

<sup>6</sup> Vgl. Passman 2011, S.122

<sup>7</sup> Vgl. Lyng et al. 2018, S. 42

ihre Fähigkeiten und ihre Karriere weiterzuentwickeln. Die exakte Rolle des Musikproduzenten kann je nach Genre, individuellen Fähigkeiten, dem Umfang des Projekts, Umfang des Budgets und den Bedürfnissen der Künstler variieren.<sup>8</sup>

Gerade in der Popmusik hat sich diese Rolle über die vergangenen Jahrzehnte stark verändert und der Beruf des Musikproduzenten ist zu einem sehr vielseitigen geworden.

Wie schon Lyng et al. feststellten, sind Produzenten oftmals Schlüsselpersonen in der Musikindustrie, indem sie als wichtige Schnittstelle fungieren und die Stilrichtung von Künstlern, Bands oder sogar einer ganzen Epoche prägen. Als Beispiele hierfür stehen Produzenten wie Timbaland, Mark Ronson oder auch Dieter Bohlen.<sup>9</sup>

## 2.2 Popmusik

Da die Popmusik, ihre Vermarktung und die damit verbundene Industrie ein wichtiger Bestandteil dieser Arbeit sind, wird hier der Begriff kurz erläutert.

Die Begriffe "Popmusik" oder auch "Populärmusik" bzw. "Populäre Musik" werden häufig als Synonyme verwendet. Der Begriff bezieht sich nicht auf ein bestimmtes Musikgenre, sondern bezeichnet vielmehr Musik, die bei einer breiten Masse von Zuhörern Anklang findet. Wie der Musiksoziologe Michael Huber erkannte, ist moderne Popmusik vor allem ein Produkt unseres kapitalistischen Systems und der damit verbundenen (Konsum-)Gesellschaft. In einem Artikel des Österreichischen Musiklexikons schrieb er dazu:

"Populäre Musik ist ein typisches Phänomen von Gesellschaften mit einer stark entwickelten Arbeitsteilung und einer klaren Trennung von Produktion und Konsum. Sie ist also ein Produkt der Moderne, ein Kulturgut, das in der Regel professionell produziert,

---

<sup>8</sup> Vgl. Lyng et al. 2018, S. 46

<sup>9</sup> Vgl. Lyng et al. 2018, S. 41

auf Massenmärkten verkauft und über Massenmedien reproduziert wird."<sup>10</sup> Dies spielt auch für den Beruf des Musikproduzenten eine wichtige Rolle, da dieser sich durch die Umstände von Angebot und Nachfrage so entwickelt hat, wie wir ihn heute kennen, als die zentrale Schnittstelle zwischen Künstlern und weiteren Akteuren in der Industrie.<sup>11</sup> Eine weitere interessante Ansicht zur Popmusik Kultur lieferten auch Flender et al.: „Populärmusik ist eine spezifisch eigenständige Musikkultur auf der Grundlage industrieller Produktion und Distribution...“.<sup>12</sup> Die Popmusik zeichnet sich im Allgemeinen auch durch die Relevanz der (ugs.) "Charts" aus (Definition siehe Abschnitt 2.6). Welche Musik zu welchem Zeitpunkt populär ist, hängt stark von Faktoren wie dem aktuellen Zeitalter und der Gesellschaft ab. Daher steht Popmusik stets für die Art von Musik, die gerade im Trend liegt und sich somit in einem ständigen Wandel befindet.<sup>13</sup>

## 2.3 Popmusikindustrie

Die Popmusikindustrie bezieht sich auf den kommerziellen Sektor, der sich auf die Produktion, Vermarktung, Verbreitung und Monetarisierung von populärer Musik konzentriert. Popmusik, als Abkürzung für "populäre Musik", umfasst eine Vielzahl von Musikstilen und Genres, die allgemein eine breite Anziehungskraft auf das Publikum haben und häufig in den Massenmedien sowie in den Charts repräsentiert werden. Die Popmusikindustrie besteht aus verschiedenen Akteuren.

Die wichtigsten Akteure sind:

- **Künstler und Bands:** Die Musiker, Sänger und Songwriter, die die kreative Basis der Branche bilden und Musik schaffen, die sowohl künstlerische als auch kommerzielle Ziele verfolgt.

---

<sup>10</sup> Huber 2005

<sup>11</sup> Vgl. Lyng et al. 2018, S.41

<sup>12</sup> Flender 1989, S.17

<sup>13</sup> Vgl. Blacking 1982, S.13

- Musikproduzenten: Fachleute, die für die kreative und technische Leitung von Musikprojekten verantwortlich sind, und die eng mit Künstlern und Musikern zusammenarbeiten, um ihre musikalische Vision in einem fertigen Produkt zu verwirklichen.<sup>14</sup>
- Plattenfirmen: Unternehmen, die für die Finanzierung, Produktion, Vermarktung und Verbreitung von Alben und Tracks verantwortlich sind. Diese fördern oft auch die Karrieren von Künstlern und Bands, arbeiten aber meist gewinnorientiert.<sup>15</sup>
- Musikverlage: Unternehmen, die sich auf den Erwerb, die Verwaltung und die Monetarisierung der Urheberrechte an Musikkompositionen und Texten konzentrieren. Sie lizenzieren auch Musik für Film, Fernsehen und andere Zwecke.<sup>16</sup>
- Konzertveranstalter und Veranstaltungsorte: Veranstalten Konzerte, Festivals, Galen und Tourneen, sind also finanziell und organisatorisch für die Durchführung der Veranstaltung in der Verantwortung.<sup>17</sup>
- Künstlerische Manager: Planen den Verlauf der Karriere des Künstlers, organisieren die Zusammenarbeit mit diversen Geschäftspartnern wie z.B Plattenfirmen und sind oftmals eng mit den Künstlern selbst verbunden.<sup>18</sup>
- Die GEMA (Gesellschaft für musikalische Aufführungs- und mechanische Vervielfältigungsrechte): Die GEMA agiert stellvertretend als ein Verband für Komponisten, Songwriter und Musikverlage und setzt sich für deren Vergütungsansprüche ein. Sie arbeitet nach einem ständig aktualisierten Tarifwerk, erhebt Vergütungen und kassiert Geld von Musiknutzern und schüttet dieses dann an Texter und Verlage aus.<sup>19</sup>
- Die GVL (Gesellschaft zur Verwertung von Leistungsschutzrechten): setzt sich für die Rechte der ausübenden Künstler und Tonträgerhersteller ein, wenn die Leistungen öffentlich verbreitet werden.

---

<sup>14</sup> Vgl. Passman 2011, S. 122

<sup>15</sup> Vgl. Lyng 2018, S. 31

<sup>16</sup> Vgl. Lyng et al. 2018, S. 35

<sup>17</sup> Vgl. Lyng et al. 2018, S. 36

<sup>18</sup> Vgl. Lyng et al. 2018, S. 37

<sup>19</sup> Vgl. Lyng et al. 2018, S. 39

Die Mitgliedschaft ist im Gegensatz zur GEMA kostenfrei und besonders für Studiomusiker von Bedeutung.<sup>20</sup>

- Musikvertriebs-Plattformen: wie z.B Spotify, Deezer, Apple Music, Amazon Music usw.
- Branchenverbände und Organisationen: Organisationen, die die Interessen der verschiedenen Akteure in der Musikindustrie vertreten. Magazine wie z.B das amerikanische „Billboard, berichten regelmäßig über die Popmusik-Industrie und ihre Trends, Verkaufszahlen, Künstler sowie die aktuellen Musik-Charts.<sup>21</sup>

Die Popmusik-Industrie ist von Natur aus dynamisch und verändert sich ständig aufgrund von technologischen Innovationen, Veränderungen im Verbraucherverhalten, kulturellen Trends und dem globalen Wettbewerb.

## 2.4 Digital Audio Workstation (DAW)

Die Abkürzung DAW, (aus dem Englischen) steht für Digital Audio Workstation.

Eine DAW ist eine Software bzw. ein elektronisches System, das für die Aufnahme, Bearbeitung, Produktion, Mischung, Mastering und Wiedergabe von Audio- und Musikprojekten konzipiert ist.<sup>22</sup>

Bevor DAWs auf dem Markt erhältlich waren, wurden Audioaufnahmen auf Physischen Tonträgern wie z.B Tonbändern gespeichert. Im Kontext einer DAW hingegen, wird sämtliches Audiomaterial digital gespeichert und verarbeitet, was eine Maximierung der Möglichkeiten bietet.

DAWs sind sowohl für professionelle Musiker und Produzenten als auch für Amateure und Hobbyisten ein wesentliches Werkzeug in der modernen Audioproduktion und somit auch in der Popmusik-Industrie.<sup>23</sup>

Als Softwarelösung sind DAWs heutzutage zu erschwinglichen Preisen nahezu für jeden auf dem freien Markt erhältlich, was ebenfalls von

---

<sup>20</sup> Vgl. Lyng et al. 2018, S. 125

<sup>21</sup> Vgl. Billboard 2023

<sup>22</sup> Vgl. Steinberg Media Technologies GmbH 2023

<sup>23</sup> Vgl. Marrington et al. 2017, S.77



großer Relevanz für die Transformation der Musikproduktion ist. (siehe Abschnitt 3.2)

DAWs bieten eine Vielzahl von Funktionen, die den kreativen Prozess und die technischen Aspekte der Musikproduktion, gegenüber dem Analogen Arbeiten mit Audiomaterial wesentlich erleichtern.<sup>24</sup> Einer der größten Vorteile ist unter anderem der Aspekt des nicht-linearen und des nicht-destruktiven Arbeitens. Dazu später mehr in Abschnitt 4.1.

DAWs können sowohl auf Hardware-Basis als auch als Software-Anwendungen für Computer und mobile Geräte verwendet werden.

Heutzutage gibt es eine Vielzahl von Anbietern für die unterschiedlichsten Arten von DAWs. Jede einzelne hat ihre Stärken und Schwächen. Je nach Anwendungsgebiet des Produzenten oder Toningenieurs, gibt es DAWs mit unterschiedlichen Schwerpunkten. Einige bekannte sind z.B Ableton Live, für experimentelle und Sample-Basierte elektronische Musik, Avid ProTools, überwiegend zum professionellen Mischen, Mastern und Produzieren oder auch Magix Sequoia, was sich sehr gut für Multitrack-Recording und Editing, vor allem im Bereich der Klassik eignet.

Insgesamt sind Digital Audio Workstations ein unverzichtbares Werkzeug welches aus der modernen und digitalisierten Musik- und Audioproduktion nicht mehr wegzudenken ist.

## 2.5 Musikstreaming-Dienste

Musik-Streaming-Dienste sind Online-Plattformen oder Applikationen, die dem Benutzer Zugang zu einer heutzutage sehr umfangreichen Bibliothek von Musiktiteln und anderen Audioinhalten wie z.B Podcasts oder Hörbüchern bieten, die über das Internet gestreamt werden können.

Diese Dienste ermöglichen es ihren Nutzern, Musik in Echtzeit abzuspielen, ohne die Dateien herunterzuladen oder zu speichern. Über das Hören von Musik und die Vorteile wie z.B die Suchfunktion hinaus, bieten Dienste wie z.B Spotify personalisierte Empfehlungen und sogenannte „kuratierte Wiedergabelisten“ (von Fachleuten zusammengestellte

---

<sup>24</sup> Vgl. Marrington et al. 2017, S.78

Playlisten), um den Musikgeschmack der Benutzer zu analysieren und somit auch besser zu bedienen.<sup>25</sup>

Musik-Streaming-Dienste können entweder kostenfrei mit werbefinanzierten Modellen oder über kostenpflichtige Abonnements genutzt werden, die in der Regel werbefreies Hören, höhere Audioqualität und zusätzliche Funktionen wie das Herunterladen von Musik für den Offline-Gebrauch ermöglichen. Zu den bekanntesten Musik-Streaming-Diensten bzw. denen mit dem aktuell größten Marktanteil weltweit zählen Spotify, Apple Music, Amazon Music, Tencent Music, YouTube Music und Deezer.<sup>26</sup>

Neben Musik bieten einige Streaming-Dienste auch Podcasts, Hörbücher und exklusive Inhalte an, um den Nutzern ein breiteres Spektrum an Unterhaltungsmöglichkeiten zu bieten. Musik-Streaming-Dienste haben die Art und Weise, wie Menschen Musik entdecken und konsumieren, grundlegend verändert. Außerdem tragen sie zu einer eklatanten Verschiebung in der Distribution von auditiven Medien bei. Diese äußert sich in deutlich weniger verkauften physischen Tonträgern und einem Trend dazu, Musik zunehmend digital und vor allem via Streaming zu konsumieren.<sup>27</sup> Das trägt wiederum zu einer immer stärker vernetzten und zentralisierten digitalen Medienlandschaft bei.

## 2.6 (Musik-)Charts

Die Musikcharts, häufig als Charts oder auch Hitparade bezeichnet, sind Ranglisten, die die Popularität von Musiktiteln, Alben oder Künstlern innerhalb eines bestimmten Zeitraums und einer bestimmten Region widerspiegeln. Diese Ranglisten basieren in der Regel auf verschiedenen Faktoren. Laut BVMI, dem Bundesverband Musikindustrie, werden die Charts nach Verkaufszahlen sowie Streaming-Daten ermittelt. Nicht zu unterschätzen sind jedoch auch Faktoren wie Radio-Airplay oder Expertenmeinungen, die teilweise ebenfalls einbezogen werden.

---

<sup>25</sup> Vgl. Spotify for Artists 2023

<sup>26</sup> Vgl. Rabe 2023

<sup>27</sup> Vgl. IFPI 2022

Musikcharts werden in der Regel wöchentlich, monatlich oder jährlich aktualisiert und dienen dazu, einen Überblick über die aktuell angesagtesten und erfolgreichsten Musikstücke und Künstler zu geben. Sie bieten Künstlern, Musikproduzenten, Plattenfirmen und der Öffentlichkeit die Möglichkeit, den Erfolg von Musikwerken zu messen und die Trends in der Musikindustrie zu verfolgen.<sup>28</sup> Damit sind die Charts, insbesondere für Produzenten in der Popmusik, ein wichtiger Maßstab für den Erfolg eines Songs oder Albums und somit auch für den Erfolg ihrer Arbeit. Es gibt verschiedene Arten von Charts, die sich auf unterschiedliche Musikgenres, Formate oder geografische Gebiete konzentrieren. Einige der bekanntesten internationalen Musikcharts sind die Billboard Hot 100 und Billboard 200 (USA), die Official UK Singles Chart und Official UK Albums Chart (Großbritannien) sowie die Eurochart Hot 100, die die Top-Hits in Europa zusammenfasst.

Die Charts werden von verschiedenen Organisationen erstellt und veröffentlicht, darunter Musikmagazine, Branchenverbände, Radiosender und spezialisierte Unternehmen, die Verkaufs- und Streaming-Daten sammeln und analysieren. Mit der zunehmenden Bedeutung von Musik-Streaming-Diensten und der nahezu vollständigen Digitalisierung des Musikmarktes haben sich auch die Methoden zur Erstellung von Charts weiterentwickelt, um diese neuen digitalen Datenquellen in die Ranglisten aufzunehmen.

Die wohl wichtigsten Charts in Deutschland sind die GfK Charts, auch bekannt als Offizielle Deutsche Charts.<sup>29</sup>

Sie sind eine Reihe von Musikcharts, die den Erfolg von Singles und Alben in Deutschland abbilden. Sie werden von der GfK Entertainment GmbH erstellt, einem Tochterunternehmen der Gesellschaft für Konsumforschung (GfK), einem der weltweit größten Marktforschungsunternehmen.

Neben den Single- und Albumcharts gibt es auch Genre-spezifische Charts wie zum Beispiel Hip-Hop, Dance und Schlager, die den Erfolg von Titeln innerhalb dieser Genres widerspiegeln.

---

<sup>28</sup> Vgl. BVMI 2023

<sup>29</sup> Vgl. BVMI 2023

Für Produzenten Künstler und Akteure im Deutschen Musikbusiness sind die GfK Charts maßgebend um den Erfolg von Musikwerken in Deutschland zu messen und die Trends und Entwicklungen im deutschen Musikmarkt zu verfolgen.

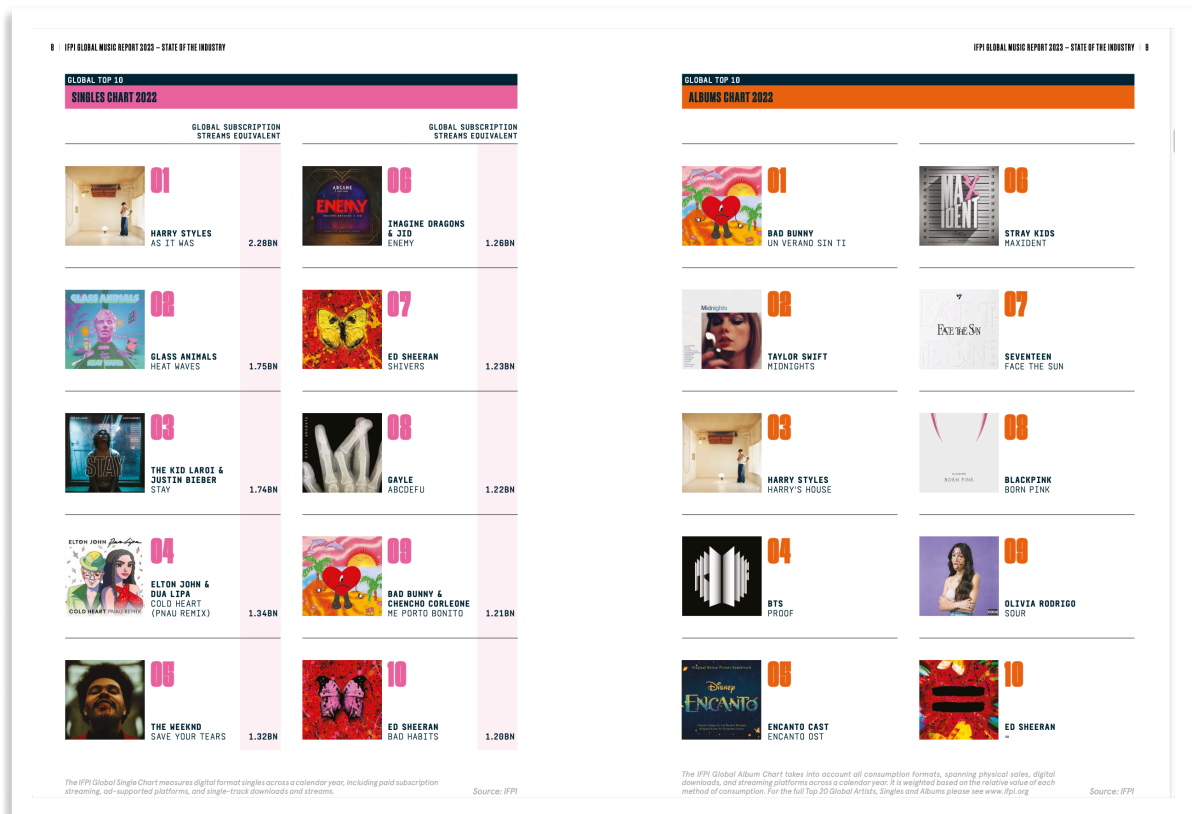


Abbildung 1

Abbildung 1 zeigt die Charts der Internationalen Organisation IFPI, der International Federation of the Phonographic Industry, welche hier anhand von Datenanalysen aus Musik-Streaming und von Musik-Downloads die Globalen Jahres- Singlecharts sowie Albumcharts des Jahres 2022 ermittelt hat.

## 3 Historischer Kontext

### 3.1 Die Rolle des Musikproduzenten in den frühen Jahren der Popmusik ab 1950

Wie in Kapitel 2.1 bereits erwähnt, kann die Rolle des Musikproduzenten an sich eine sehr vielfältige sein. Die grundlegende Unterteilung in den wirtschaftlichen- sowie kreativen Produzenten wurde ebenfalls bereits erläutert. In diesem Kapitel soll es überwiegend um die Rolle des Musikproduzenten in den frühen Jahren der Popmusik, ab 1950 gehen. Die exakte „Stunde Null“ der Musikindustrie wie wir sie heute kennen lässt sich kaum bestimmen. Zwischen 1850 und 1920 gab es eine Reihe von Ereignissen, welche vor allem die technischen Grundlagen zur kommerziellen Verwertung von Musik schufen, wie etwa der erste Zylinderphonograph der 1877 von Thomas Alva Edison erfunden wurde, und als Grundstein für die später erfundene Schallplatte diente.<sup>30</sup> Auch die Offizielle Geburtsstunde des Deutschen Rundfunks im Jahre 1923 und die Eroberung der deutschen Wohnzimmer durch das Fernsehen 1950 trugen maßgeblich dazu bei, dass Musik erstmals eine breite Masse der Bevölkerung erreichen konnte.<sup>31</sup> Nach Kriegsende 1945 wurden viele kleine und unabhängige Labels wie „Atlantic“, „Sun“ oder „Imperial“ gegründet, deren Manager damals eine große Vorliebe für Blues, R&B und Country hatten und die schwarze Musik bekannt machten, was die Musikwelt damals revolutionierte.<sup>32</sup> 1948 wurde dann die erste Vinyl Platte durch das Label „Columbia“ vorgestellt<sup>33</sup>, was ebenfalls ein wichtiger Schritt, hin zur Verbreitung von Popmusik war. Bis zu diesem Zeitpunkt waren Musikproduzenten, die überwiegend die Aufgaben von Toningenieuren hatten, bei den Labels direkt angestellt, was sich in den 1960er und 1970er Jahren zunehmend änderte. Diese Jahrzehnte waren die vielleicht wichtigsten Zeitpunkte in der Historie von

---

<sup>30</sup> Vgl. Lyng et al. 2018, S. 17

<sup>31</sup> Vgl. Statistisches Landesamt Baden-Württemberg 2016

<sup>32</sup> Vgl. Lyng et al. 2018, S. 21

<sup>33</sup> Vgl. [Grammophon-platten.de](http://Grammophon-platten.de) o.J

Musikproduzenten. Die Ansprüche der breiten Masse an die Musik stiegen, Arrangements und Sound wurden dem Publikum immer wichtiger und junge Musikproduzenten bestanden zunehmend darauf ihre Songs komplett selbst zu produzieren, woraufhin Produzenten die ebenfalls kreativ arbeiteten und nicht nur als reine Toningenieure tätig waren, zunehmend an Bedeutung für die Musikindustrie gewannen.<sup>34</sup> Eingeläutet wurde dieses Zeitalter durch eine der wahrscheinlich wichtigsten Bands welche die Popmusik bis heute nachhaltig geprägt hat: Die Beatles. Im Jahre 1964 traten sie in einer amerikanischen Fernsehshow auf und lösten damit eine Zeitenwende in der Welt der Popmusik aus.<sup>35</sup> Mit dem Produzenten George Martin, welcher 1962 noch bei dem Label „EMI“ angestellt war, bei welchem die Band im selben Jahr einen Plattenvertrag unterzeichneten, gerieten die Beatles an einen technologisch und musikalisch experimentierfreudigen und offenen Menschen, was für einen Angestellten einer englischen Plattenfirma für damalige Verhältnisse

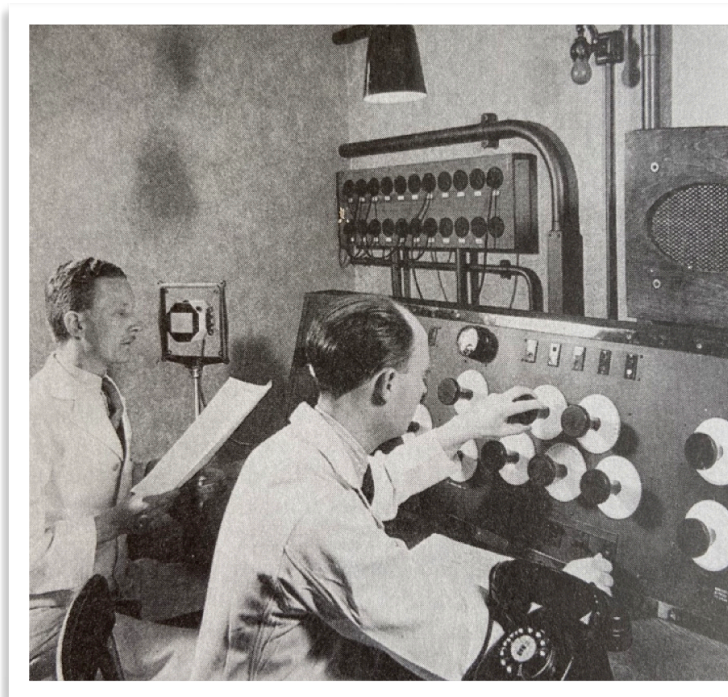


Abbildung 2

ungewöhnlich war.<sup>36</sup>

Abbildung 2 zeigt

arbeitende

Toningenieure in den

„Abbey Road Studios“  
mit Krawatte und Kittel,

was damals keine

Seltenheit war. Erst mit

den Beatles lockerten

sich die Sitten in den

Plattenstudios.<sup>37</sup>

Als die Produzenten Jerry

Leiber und Mike Stoller

erstmalig mit

<sup>34</sup> Vgl. Lyng et al. 2018, S. 22

<sup>35</sup> Vgl. Hofacker 2012, S. 363

<sup>36</sup> Vgl. Hofacker 2012, S. 366

<sup>37</sup> Vgl. Hofacker 2012, S. 366

„The Coasters“ Interpreten für Ihre eigenen Songs zusammenbrachten, löste dies einen massiven Exodus an Musikproduzenten aus, die bis dato bei den Plattenfirmen direkt angestellt waren. Diese Lücken wurden daraufhin mit Marketing Experten (A&R) gefüllt, was auch heute noch in vielen A&R Abteilungen zu spüren ist.<sup>38</sup> Viele Produzenten sahen nun die Möglichkeit ihre Musik unabhängig der großen Labels zu verwirklichen. Die Popmusik und die Kultur schlug, unter Missachtung sämtlicher gängiger Regeln, völlig neue und kreative Wege ein: In Tonstudios wurde nun auch nachts gearbeitet, was bis zu diesem Zeitpunkt völlig undenkbar war.<sup>39</sup> Aufgrund neuer Ton- und Bildträger Technologien (Videokassette, Musikkassette), sowie neuen Nutzungsmöglichkeiten für Musik (Werbung, Soundtracks, Fahrstuhlmusik), eröffnete sich für Musikproduzenten sich in den darauffolgenden Jahren völlig neue Möglichkeiten. Es hatte plötzlich den Anschein, als gäbe es kein halten mehr: sämtliche Stilrichtungen über Jazz, Country bis hin zu Blues und Klassik wurden miteinander vermischt und eine junge identitätssuchende Popkultur begann sich zu formen.<sup>40</sup> Eine Kehrseite der Medaille der kreativen 1960er und 1970er Jahre war, dass die Tonstudio-Technik (beispielsweise in den Abbey Road Studios) durch ihre rasante Entwicklung und Innovationen, wie z.B Mehrspur-Bandmaschinen, die Musikaufnahmen vielschichtiger aber auch technisch komplizierter machten.<sup>41</sup> Dies führte dazu, dass viele Musikstücke live nichtmehr reproduzierbar waren, da schlichtweg die Bühnentechnik nicht weit genug fortgeschritten war.<sup>42</sup> Ein weiterer Meilenstein war das berühmte Woodstock Festival, welches 1969 einen großen Teil zur Kommerzialisierung der Rockmusik und somit auch der Popmusik beitrug.<sup>43</sup> Mitte bis Ende der 1970er Jahre waren Rockmusik und Disco zu den am weitesten verbreiteten Mainstream-Musikstilen geworden, wozu sicherlich auch der Film „Saturday Night Fever“ (1977) einen wesentlichen

---

<sup>38</sup> Vgl. Lyng et al. 2018, S. 22

<sup>39</sup> Vgl. Hofacker 2012, S. 367

<sup>40</sup> Vgl. Lyng et al. 2018, S. 23

<sup>41</sup> Vgl. Ableton 2016

<sup>42</sup> Vgl. Hofacker 2012, S. 369

<sup>43</sup> Vgl. Hofacker 2012, S. 370

Beitrag leistete, da nach dessen Veröffentlichung weltweit zahlreiche Diskotheken aus dem Boden sprießten. Als Beschleuniger der Popularität von Rockmusik gilt auch die rasante Weiterentwicklung der Bühnentechnik und insbesondere der Beschallungs-Analgen, mit deren Hilfe es mittlerweile Bands wie Led Zeppelin möglich war, ganze Stadien an Zuhörern zu füllen.<sup>44</sup>

## 3.2 Die Entwicklung der Musikindustrie in den 80er und 90er Jahren

Die „Digitale Revolution“ begann in den 1980er Jahren: Der amerikanische Gitarrist „Ry Cooder“ release über das Major-Label „Warner Brothers“ das erste Popmusik-Album „Pop till you Drop“, welches mit Digitalem Equipment eingespielt wurde.<sup>45</sup> Ein weiterer Meilenstein der die Popkultur der 80er Jahre wesentlich geprägt hat, war die Geburt des Musikfernsehens. 1981 war der Titel „Video killed the Radio Star“ der „Buggles“ das erste Musikvideo welches im Musikfernsehsender MTV ausgestrahlt wurde, und damit die Ära des Musikfernsehens einläutete. Dadurch wurde das „Musikvideo“ für die Musikindustrie ein wichtiges Marketingwerkzeug, welches aus der modernen Popmusikindustrie nicht mehr wegzudenken und heute fast schon obligatorisch ist.<sup>46</sup>

Ein weiterer Meilenstein der Musikindustrie war die von „Phillips“ und „Sony“ gemeinsam entwickelte Compact-Disc (CD), mit welcher es den Plattenfirmen ab Mitte der 80er Jahre gelang, sich über Wasser zu halten. Die CD gilt allgemein als erste Höhepunkt der Digitalisierung in der Musikindustrie.<sup>47</sup> Mithilfe des Musikfernsehens gelang es dem Sänger Michael Jackson, weltweite Berühmtheit zu erlangen und eine bisher noch nie dagewesene Masse an Publikum zu erreichen. Durch seinen Produzenten Quincy Jones, ein Veteran aus der Jazzszene, der es verstand geschickt den damals aktuellen Discosound mit altem Soul,

---

<sup>44</sup> Vgl. Hofacker 2012, S. 367-381

<sup>45</sup> Vgl. Hofacker 2012, S. 382

<sup>46</sup> Vgl. Lyng et al. 2018, S. 23

<sup>47</sup> Vgl. Lyng et al. 2018 S.24



weißem Pop und Rock zu kombinieren und damit als Legende unter Popmusik-Produzenten gilt, entstand eines der bis heute meistverkauften Popmusik-Alben: *Thriller*.<sup>48</sup> Ein weiterer entscheidender Faktor sowohl in der Etablierung und Verbreitung der CD als auch in der Popmusik-Produktion war das Album „*Brothers in Arms*“ der Englischen Band „*Dire Straits*“. Mit einem halben Jahr Produktionszeit und innovativem, einzigartigem Sound, galt es als Referenzmedium für Produzenten und HIFI-Enthusiasten. Durch den englischen Musiker Bob Geldof erreichte die Popmusikszene nun auch im Bereich von Konzertveranstaltungen ihren Höhepunkt: Die „*Live-Aid*“ Konzerte, bei denen mehr als hundert Acts der internationalen Pop-Elite auftraten, fesselten weltweit rund 2 Milliarden Menschen vor den TV-Bildschirmen und waren ein Meilenstein was Konzerte und die Weltweite Bedeutung der Popmusik angeht.<sup>49</sup> Mit einem gut ausgebauten Netzwerk von Live-Clubs und Popmusik in Radio- TV und Presseformaten galten mittlerweile neben den USA die Bundesrepublik Deutschland, Japan und Großbritannien als die wichtigsten Märkte der Massenkultur Pop.<sup>50</sup> Als wichtiges Werkzeug für kreative Musikproduzenten in den 80er Jahren waren Drumcomputer, wie z.B der legendäre Roland TR-808. Mit diesem ließen sich erstmals Schlagzeug Klänge und Rhythmus-Figuren in beliebiger Geschwindigkeit programmieren. Laut dem Produzenten Ingo Reidl war dies ein entscheidender Fortschritt in der Musikproduktion, da es zu diesem Zeitpunkt erstmals möglich war, unabhängig von anderen Musikern, erste Ideen festzuhalten und anschließend z.B einer Band zu präsentieren.<sup>51</sup> Der Fakt das der TR-808 keine realistischen Drum Sounds erzeugte, stieß zu dieser Zeit oft auf Kritik, gehört heute jedoch zum Standart in den meisten Popmusik-Produktionen.<sup>52</sup> Weitestgehend verdrängt wurden diese Drumcomputer durch eine bis dato ungeahnte Innovation in der

---

<sup>48</sup> Vgl. Hofacker 2012, S. 386

<sup>49</sup> Vgl. Niasseri (RollingStone) 2020

<sup>50</sup> Vgl. Hofacker 2012, S. 387

<sup>51</sup> Vgl. Reidl, 15.05.2023, siehe Anhang 1

<sup>52</sup> Vgl. Roland 2023

Musikproduktion: Die Digital Audio Workstation (DAW). Mit der Erscheinung der DAW „Cubase“ im Jahre 1989 und der Weiterentwicklung durch deren Hersteller Steinberg veränderte sich die Welt der Musikproduktion nachhaltig. Insbesondere die Erfindung von VST (Virtual Studio Technology), welche ebenfalls durch Steinberg im Jahre 1996 erfolge, wurde die Audiowelt bis heute nachhaltig revolutioniert.<sup>53</sup> Das Thema VST wird in Kapitel 4.1 genauer beleuchtet. Ein weiterer Trend der die Popmusikkultur bis heute geprägt hat, ist die Techno-Szene der 90er Jahre, welche damals zu den maßgeblichen Jugendbewegungen zählte. Die Genres Techno und House brachten auch den DJ als „Star“ hervor. Es war nunmehr nicht nur Sängern und Bands möglich als Künstler aufzutreten. Die hochkommerzialisierte Techno-Kultur brachte Chart-Hits wie z.B. „Das Boot“ der Gruppe U96 hervor, welche die von House und Techno geprägte Popmusik bis heute beeinflussen. Aus diesen neuen Stilrichtungen wurde auch das Phänomen „Remix“ geboren, bei dem sich Produzenten bereits existierender Musik bedienten, sie in Ihre Bestandteile zerlegten und sie, optimiert für den Dancefloor, neu zusammensetzten.<sup>54</sup> Ein gutes Beispiel dafür ist der „PUR Hitmix“, wie sich Ingo Reidl im Interview erinnert. Über die originalen Songs hinaus, ist dieser Remix eines der bis heute am meisten abgerufenen Musikstücke der Band und zieht vor allem jüngere Generationen an Hörern an.<sup>55</sup> Die Weiterentwicklung der Musikindustrie ging in den 90er Jahren Schlag auf Schlag. Der Einzug des Personal Computers in Privathaushalte und vor allem die damit einhergehende Technologie des Internets veränderten die Industrie grundlegend. Das lag nicht zuletzt an der Erfindung des MP3-Standards, welcher dem deutschen Fraunhofer IIS zu verdanken ist.<sup>56</sup> Daraus folgte, dass sich Musikdaten plötzlich auf ein überschaubares Maß an Daten komprimieren und somit über das Internet versenden ließen, was die ersten Musik-Tauschbörsen auf den Plan rief.

---

<sup>53</sup> Vgl. Steinberg 2023

<sup>54</sup> Vgl. Hofacker 2012, S. 396

<sup>55</sup> Vgl. Reidl, 15.05.2023, siehe Anhang 1

<sup>56</sup> Fraunhofer IIS o.J

Die damals wohl bekannteste Plattform „Napster“ zählte 2001 bereits achtzig Millionen Teilnehmer und wurde zu einer Verheerenden Erfindung für Musikverlage, Labels und Künstler: Unter Missachtung der Urheberrechte wurden Milliarden von Musikdateien ausgetauscht, bevor die Recording Industry Association of Amerika (RIAA) die Plattform im Jahr 2001 lahmlegen konnte. Zu diesem Zeitpunkt rächte sich die Digitalisierung erstmals an der Musikindustrie, da diese Ihre Produkte kopierbar gemacht hatte.<sup>57</sup>

---

<sup>57</sup> Vgl. Hofacker 2012, S. 398-400

## 4 Technologische Entwicklungen und ihre Auswirkungen auf die Musikindustrie

### 4.1 Die Einführung von Digital Audio Workstations (DAWs)

Eine genaue Definition zur DAWs findet sich in Kapitel 2.4.

Einige der bekanntesten DAWs sind Ableton Live, Apple Logic Pro, Avid Pro Tools, Steinberg Cubase und PreSonus Studio One. Jede dieser Anwendungen hat ihre eigenen Stärken und Schwächen, je nach individuellen Bedürfnissen und Vorlieben der Benutzer. DAWs werden in der Musikproduktion unter anderem für die Aufnahme und Bearbeitung von mehreren Audiospuren, die Verwendung von virtuellen Instrumenten (VSTs) und Software-Synthesizern, die Integration von MIDI zur Steuerung von Instrumenten und Effekten, sowie die Anwendung von diversen Audioeffekten genutzt.<sup>58</sup>

Zudem ermöglichen DAWs die Synchronisation von Audio und Video, was sie zu einer wichtigen Komponente im Bereich Sounddesign und Filmmusik macht. In den meisten DAWs können Benutzer auch Notationen und Partituren erstellen, was den Workflow für Komponisten zusätzlich vereinfacht. Vor Einführung von DAWs wurde weltweit in Tonstudios hauptsächlich auf Tonband aufgezeichnet. Dies erforderte jedoch viel Fachkompetenz, das nötige Personal wie Toningenieure und Produzenten und vor allem die notwendigen finanziellen Mittel. Für die Nachbearbeitung bzw. den Schnitt wurde das Tonband mit einer Schere auseinander geschnitten und wieder zusammengefügt, was ein sehr aufwendiger und zeitintensiver Prozess war.<sup>59</sup> Insbesondere diesbezüglich haben DAWs mit Ihrer Einführung in den 90er Jahren die Welt der Musikproduktion grundlegend revolutioniert, was vor allem in ihrer Funktionsweise begründet ist:

---

<sup>58</sup> Vgl. Steinberg 2023

<sup>59</sup> Vgl. Sprengel 2022

Mit einer DAW arbeitet man üblicherweise nicht-linear und nicht-destruktiv. Nicht-linear bedeutet, dass man im Gegensatz zur Arbeit mit einem Tonband problemlos jede Stelle eines Projektes in beliebiger Reihenfolge bearbeiten kann. Das geschieht auf nicht-destruktive Weise, es wird also kein Audiomaterial verändert oder gar zerstört, sondern man arbeitet lediglich mit Verweisen auf das Material, sogenannten Regionen, die in einer Wiedergabeliste arrangiert und bearbeitet werden. Was heutzutage als gegeben hingenommen wird, war für damalige Verhältnisse eine unfassbare Erleichterung und eine bis dahin undenkbbare Erweiterung an Möglichkeiten für Musikproduzenten und Tonschaffende. Das erklärt auch warum DAWs seit den frühen 2000er Jahren bei der Produktion, vor allem von kommerzieller Musik eine Zentrale Rolle eingenommen haben.<sup>60</sup> Diese mächtigen Digitalen Werkzeuge sind auch hauptsächlich dafür verantwortlich, dass Musikproduktion seit den 90er Jahren derart stark Demokratisiert wurde. Dazu mehr in Kapitel 4.2. Die DAW wird heutzutage längst nicht mehr nur als Tool zur Mehrspur Aufnahme verwendet wird, sondern hat sich mittlerweile als eigenständiges „Kreativ-Werkzeug“ entwickelt, wie es zum Beispiel bei Software wie Ableton-Live der Fall ist.<sup>61</sup> Besonders in Bezug auf schnelles und flexibles Arbeiten haben DAWs den Beruf des Musikproduzenten verändert, da sich mittlerweile sämtliche Produktionsschritte, von der Ausarbeitung einer Idee bis hin zum Mixing und Mastering vollständig „in the Box“ also im Computer erledigen lassen. Die Speicherung der Daten erfolgt mittlerweile ebenfalls ausschließlich Digital. In vielen Studios sind sogenannte „Digitale Controller“ ein Standard der nichtmehr wegzudenken ist. Hardware-Oberflächen und Bedienelemente z.B in Form von Fadern und Potis bilden eine Schnittstelle zwischen Produzenten und DAW und machen herkömmliche Analoge Mischpulte oftmals überflüssig.<sup>62</sup> Einer der größten Vorteile für Moderene Musikproduzenten stellt die Portabilität dar.

---

<sup>60</sup> Vgl. Marrington 2017, S. 77

<sup>61</sup> Vgl. Ableton 2023

<sup>62</sup> Vgl. Dickreiter et al. 2014, S. 793

Musikproduktionen werden heutzutage längst nicht mehr nur in großen Studios durchgeführt sondern lassen sich dank DAWs ortsunabhängig mit kleinerem Besteck durchführen. Insbesondere das Arrangieren von Musikstücken oder die Postproduktion von Audiomaterial lässt sich mittlerweile problemlos mit minimalem Besteck in Form eines Laptop, einem Audiointerface, Kopfhörern und dem nötigen know-how von überall auf der Welt erledigen.<sup>63</sup>

Die bahnbrechende Entwicklung der VST durch die Firma Steinberg mit welcher sich Effekte, Instrumente und Audiowerkzeuge in den Digitalen Arbeitsprozess einbinden lassen, ist für Produzenten parallel zur Einführung der DAW bis heute ebenfalls von großer Bedeutung.<sup>64</sup>

Gegenüber der herkömmlichen Musikproduktion, bevor es DAWs gab, lassen sich durch VST Instrumente nun auch komplexe Arrangements mit realistisch klingenden Instrumenten unkompliziert realisieren. Dies hat besonders in der Popmusik-Produktion an Bedeutung gewonnen. Auch kleineren Produktionen mit wenig Budget und schmaler Besetzung ist es nun möglich, unabhängig von komplizierten Studio-Sessions mit vielen Musikern, zu arbeiten. Ebenfalls durch VST erleichtert wurde auch das einbinden von Effekten wie z.B Equalizer und Kompressor, welche nun nicht mehr ausschließlich als sperriges und ortsfestes Hardware-Equipment zur Verfügung stehen, sondern sich komplett Digital in den Arbeitsprozess einbinden lassen. Dies lässt sich heutzutage fast nahezu ohne klangliche Einbußen realisieren.<sup>65</sup>

Ein weiterer entscheidender Vorteil der oft vernachlässigt wird ist, dass sich Digitale Produktionssysteme untereinander vernetzen können, was die Arbeitsabläufe in Modernen Tonstudios und auch Rundfunkanstalten erheblich verbessert. Es lassen sich schnell und unkompliziert Daten und Ideen austauschen. Auch das parallele Arbeiten z.B in mehreren Regieräumen gleichzeitig am selben Projekt wird somit möglich und bietet

---

<sup>63</sup> Vgl. Waldecker 2022, S. 45

<sup>64</sup> Vgl. Steinberg 2023

<sup>65</sup> Vgl. Marrington 2017, S. 78

unzählige Vorteile.<sup>66</sup> Der Produzent und Komponist Ingo Reidl sieht die DAW als einen der größten Meilensteine in der Musikproduktion. Aus seiner Sicht wurden durch die Einführung von DAWs die Produktionsmöglichkeiten um ein Vielfaches verbessert und er konnte seit diesem Punkt, ein Massensterben der großen Studios beobachten. Das sieht er darin begründet, dass das Arbeiten mit der DAW gegenüber der Buchung von kompletten Studioräumlichkeiten, welche die Band oftmals rund 3000 Euro am Tag kosten, finanziell deutlich attraktiver ist.<sup>67</sup> Eine weitere wichtige technologische Entwicklung, welche allerdings aufgrund ihres großen Umfangs und der aktuell nicht all zu großen Relevanz in der Popmusikindustrie hier nicht genauer behandelt wird, ist die Einführung von neuen Audioformaten, welche über herkömmliches Stereoformat hinausgehen. Dazu zählen z.B 3D Audioformate wie Dolby Atmos Music (AC-4) oder MPEG-H. Die Produktion solcher Formate, welche dem Hörer eine auditive Immersion ermöglichen sollen, wurde durch die mittlerweile technische Komplexität und Leistungsfähigkeit von Computern und DAWs erst möglich.

## 4.2 Die Demokratisierung der Musikproduktion

Mit der Digitalisierung seit den 90er Jahren und vor allem auch mit der Globalisierung hat sich die Popmusik-Industrie und auch die Musikproduktion selbst verändert. Die für Produktionen notwendige Technik ist mittlerweile für viele Menschen finanziell erschwinglich geworden, und durch die weltweite Vernetzung steht uns mehr schnell abrufbares Wissen zur Verfügung als jemals zuvor. Der Begriff "Demokratisierung" wird hier definiert als das "Zugänglichmachen" für eine breite Masse an Menschen. Heutzutage ist es einer einzelnen Person möglich, ein komplettes Musikstück am Computer zu produzieren, was früher mit einer größeren Arbeitsteilung verbunden war.<sup>68</sup> Was ehemals lediglich als sperriges und teures Hardware-Equipment zur Verfügung

---

<sup>66</sup> Vgl. Dickreiter et al. 2014, S. 793-794

<sup>67</sup> Vgl. Reidl, 15.05.2023, siehe Anhang 1

<sup>68</sup> Vgl. Lehmann 2013, S. 32-33

stand, wie beispielsweise Regelverstärker oder andere Studiokomponenten, lässt sich heute problemlos als VST-Plugin in jede gängige DAW einbinden. Auch virtuelle Instrumente können problemlos erzeugt werden und ermöglichen eine Produktion, die unabhängig von Musikern und Instrumentalisten ist. Der VST-Markt ist mittlerweile reich an hochwertigen Plugins und Hardware-Emulationen, vor allem von Drittanbietern.<sup>69</sup> Wo es vor der Demokratisierung der Musikproduktion nur einigen wenigen Menschen vorbehalten war, Musik selbst zu produzieren und aufzunehmen, ist dies heutzutage einer Vielzahl an Menschen möglich, was zu einer zunehmenden Verschiebung der Grenzen zwischen professioneller und hobbymäßiger Musikproduktion führt. Dass es immer mehr Musikproduzenten und Musikschafter gibt, liegt nicht zuletzt an mittlerweile oft frei zugänglichem Wissen in bisher nicht existierendem Ausmaß. Das stellte auch schon der Soziologe David Waldecker fest, der die Soziologie im Hinblick auf Musikproduktion untersuchte: „[...] weil die Musikaufzeichnung nicht nur im kommerziellen Kontext stattfindet, sondern zunehmend in Home-Studios als Freizeitbeschäftigung betrieben wird. Dies wird vor allem durch kostengünstige oder kostenfreie Software, aber auch entsprechende Lehrbücher, Publikumszeitschriften, Online-Foren sowie Plattformen zur kostenlosen Veröffentlichung der Produktionen ermöglicht.“<sup>70</sup> Hier lässt sich auch erkennen, dass die einfache Zugänglichkeit der gesamten Prozesskette von der Produktion bis zur Veröffentlichung von Musik eine zentrale Rolle bei der Demokratisierung spielt. Die starke Entwicklung dieser Prozesse ist vor allem dem Internet zuzuschreiben. Der Demokratisierungsprozess lässt sich seit der Einführung von DAWs beobachten und entwickelt sich seither schleichend weiter. Nachdem DAWs einen ersten großen Schritt darstellten, um die Produktion vielen Menschen näher zu bringen, spielten auch PCs eine entscheidende Rolle. Bereits im Jahr 2000 hatten laut Statistischem Bundesamt 47,3% der deutschen Privathaushalte einen

---

<sup>69</sup> Vgl. Marington 2017, S. 79

<sup>70</sup> Waldecker 2022, S. 15



Personal Computer. Bis zum Ende des vergangenen Jahres 2022 stieg diese Zahl bereits auf 92%.<sup>71</sup>

Diese Erkenntnisse und die Tatsache, dass Equipment wie Audio-Interfaces mit hochwertigen technischen Komponenten zur Aufnahme von Musik und Audio dank der rasanten technologischen Entwicklung mittlerweile für wenige hundert Euro erhältlich sind, haben die Demokratisierung bis heute zusätzlich beschleunigt. Durch das reichliche frei zugängliche Wissen produzieren längst nicht mehr nur Menschen Musik, die einen akademischen Hintergrund in diesem Bereich besitzen. In der Branche gibt es auch zahlreiche Autodidakten, darunter international erfolgreiche Produzenten, die keine herkömmliche Ausbildung im audio-technischen Bereich absolviert haben. Auch musiktheoretische Kenntnisse sind in vielen DAWs heutzutage nicht mehr zwingend erforderlich. Dennoch kann technisch fundiertes Wissen in diesem Bereich von großem Vorteil sein.<sup>72</sup> Die Demokratisierung der Musikproduktion und die Vielzahl an Musikproduzenten auf dem Markt haben dazu geführt, dass sich auch die Landschaft der Tonstudios verändert hat. Moderne Musik wird heutzutage hauptsächlich in vielen kleinen privaten Studios produziert, während große Studios, die zu Plattenfirmen gehören, kaum noch existieren. Aufgrund der neuesten technologischen Entwicklungen auf dem Audiomarkt kann praktisch jeder Raum zu einem Tonstudio werden, in dem sich ein Computer und ein Mikrofon aufbauen lassen.<sup>73</sup>

Weitere entscheidende Punkte, die maßgeblich zur Demokratisierung der Musikproduktion beitragen, sind einerseits die Online-Distribution und das Streaming sowie andererseits soziale Medien. Durch soziale Medien haben Künstler und Produzenten die Möglichkeit, eine breite Zielgruppe anzusprechen und sogar eigene Marketingstrategien wie z.B. Targeting umzusetzen. Weitere Informationen zum Thema soziale Medien finden sich in Kapitel 6.

---

<sup>71</sup> Vgl. Statistisches Bundesamt 2022

<sup>72</sup> Vgl. Waldecker 2022, S. 44

<sup>73</sup> Vgl. Waldecker 2022, S. 45

Durch die Online-Distribution und das Musikstreaming ist es im Gegensatz zu früher möglich, dass Künstler ihre Musik direkt auf Plattformen wie Spotify veröffentlichen können, ohne dass sie dafür ein Plattenlabel oder einen Vertriebspartner benötigen. Prominente Beispiele für erfolgreiche Künstler, bei denen dieses Konzept funktioniert hat, sind aktuell Alice Merton, UFO361 oder auch Finn Kliemann.<sup>74</sup> Auch laut Produzent Ingo Reidl ist die Demokratisierung der Musikproduktion als positive Entwicklung zu sehen. Aus seiner Sicht gibt es insgesamt mehr gute Musik als früher, da mehr Menschen Zugang zur Musikproduktion haben. Er kenne viele talentierte Musiker aus der Vergangenheit, die jedoch bis vor einigen Jahren nicht die Möglichkeit hatten, qualitativ hochwertige Aufnahmen zu machen. Heutzutage ist dies möglich, und die qualitativen Unterschiede zwischen professionellen Produktionen und "einfachen Homestudio-Produktionen" werden aus seiner Sicht immer geringer.<sup>75</sup> Zusammenfassend lässt sich sagen, dass die Demokratisierung der Musikproduktion durch eine Vielzahl von Faktoren vorangetrieben wurde. Zu den wichtigsten gehören die technologischen Entwicklungen wie die Digitalisierung, die Einführung von DAWs und VST-Plugins sowie der unbegrenzte Zugang zu Wissen durch das Internet. Zudem haben der moderne Vertrieb von Musik und die Nutzung von sozialen Medien eine entscheidende Rolle gespielt. Diese Entwicklung begann in den frühen 90er Jahren und setzt sich bis heute kontinuierlich fort. Es ist anzunehmen, dass die Demokratisierung durch den sich wandelnden Musikmarkt und neue technische Innovationen in Zukunft weiter voranschreiten wird.

---

<sup>74</sup> Vgl. Recordjet 2023

<sup>75</sup> vgl. Reidl, 15.05.2023, siehe Anhang 1

## 5 Veränderungen in der Musikindustrie

### 5.1 Der Übergang von physischen Verkäufen zu Streaming-Diensten

Seit Mitte der 90er Jahre erlebt die Musikindustrie durch die voranschreitende Digitalisierung einen starken Wandel.

Aus musiksoziologischer Perspektive wird dieser Strukturwandel als Mediamorphose bezeichnet.

Im Zuge dieser Mediamorphose hat das Musik-Streaming eine bedeutende Rolle eingenommen.

Musik-Streaming bezeichnet die Übertragung und Wiedergabe von Musik über das Internet. Statt Musik physisch zu kaufen oder herunterzuladen, können Nutzerinnen und Nutzer über Streaming-Dienste auf eine umfangreiche Musikbibliothek zugreifen und die gewünschten Songs direkt über das Internet abspielen.<sup>76</sup>

Streaming-Dienste wie Spotify, Apple Music, Amazon Music und andere bieten ihren Abonnenten einen umfangreichen Musikkatalog, der auf verschiedenen Geräten wie Smartphones, Tablets oder Computern gestreamt werden kann. Die Musik wird dabei in Echtzeit über das Internet gestreamt und temporär im Zwischenspeicher des Geräts gespeichert, um eine nahtlose Wiedergabe zu ermöglichen.<sup>77</sup>

Für Musikproduzenten hat das Streaming große Auswirkungen auf ihre Arbeit und den Vertrieb ihrer Musik. Durch das Musik-Streaming eröffnen sich neue Möglichkeiten der Veröffentlichung und Verbreitung von Musik, unabhängig von physischen Medien wie CDs oder Vinylplatten. Künstler können ihre Musik direkt auf Streaming-Plattformen hochladen und einer weltweiten Hörerschaft zugänglich machen.

Allerdings bringt das Musik-Streaming auch neue Herausforderungen mit sich. Die Vergütung der Künstler erfolgt oft auf Basis von Streaming-Erlösen, die sich aufgrund der hohen Anzahl an verfügbaren Songs und der geringen Vergütung pro Stream als komplex erweisen kann.

---

<sup>76</sup> [wortbedeutung.info](http://wortbedeutung.info), 2023

<sup>77</sup> Spotify, 2023

Dennoch hat das Streaming dazu beigetragen, dass Musikproduktion und Musikvertrieb demokratischer geworden sind, da mehr Künstlerinnen und Künstler die Möglichkeit haben, ihre Musik einem breiten Publikum zu präsentieren, unabhängig von großen Plattenfirmen oder Vertriebsstrukturen.<sup>78</sup> Der Gedanke an eine Musikflaute löste früher bei vielen Akteuren in der Branche lediglich Kopfschütteln aus. Dass dieses Konzept aus der modernen Musikindustrie längst nicht mehr wegzudenken ist, zeigt der Marktanteil von Audiostreaming, der im Jahr 2018 erstmals mit 48% über dem der physischen Verkäufe lag. Downloads und Streaming zusammen machen zu dieser Zeit etwa 59% des gesamten Marktanteils aus.<sup>79</sup> Bis heute hat sich dieser Trend weiter fortgesetzt wie

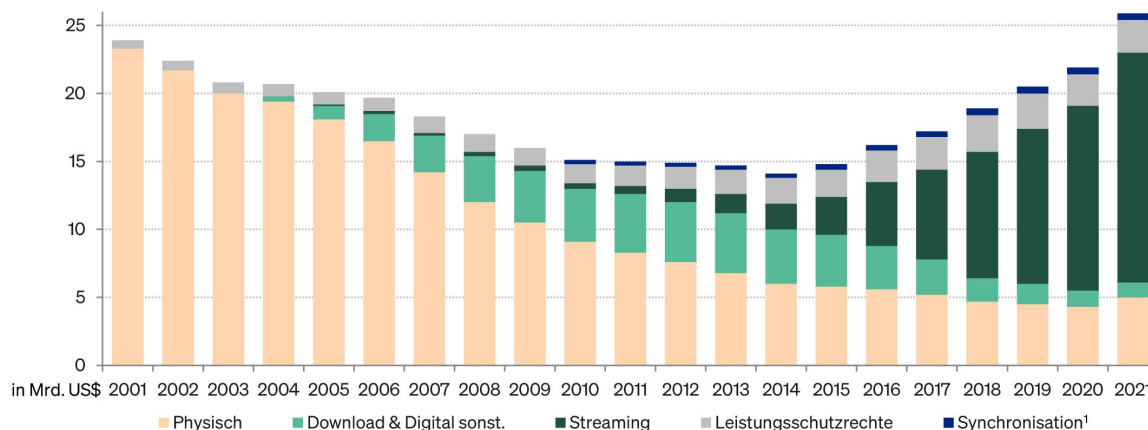


Abbildung 3

auf Abb. 3 zu sehen ist. Die weltweiten Verkaufszahlen von physischen Tonträgern sind von 2001 bis 2021 stark gesunken. Sie machen im Gegensatz zu den Verkäufen aus Streaming und Downloads mittlerweile nur noch einen geringen Prozentsatz aus. Die Vorteile für Musikkonsumenten liegen hierbei auf der Hand: Der Konsument zahlt einen monatlichen Beitrag und hat Zugriff auf eine große Datenbank an Musik, die er direkt on Demand streamen kann. Bei physischen Verkäufen beschränkte sich der Kauf auf Tonträger, zuletzt in Form der CD.

<sup>78</sup> Vgl. Huber 2008

<sup>79</sup> Vgl. Lyng et al. 2018, S. 148

Dabei konnte entweder ein Album eines Künstlers oder einer Band erworben werden oder auch Sampler mit verschiedenen Songs, zum Beispiel eines speziellen Genres.

Die Vielfältigkeit in der Entdeckung neuer Musik und die Verfügbarkeit verschiedenster Titel, Genres und Künstler waren somit im Vergleich zum Streaming deutlich begrenzt. Obwohl die Digitalisierung des Musikvertriebs zunächst lediglich als Weiterentwicklung gedacht war, führte sie letztendlich zum Tod aller klassischen Tonträger.<sup>80</sup>

Dies ist heute weltweit, bis auf wenige Aufnahmen aufgrund von Retro-Liebhabern, der Fall. Stand März 2023 weist die Datenbank des derzeit größten Streaming-Anbieters Spotify einen Umfang von etwa 100 Millionen Songs aus.<sup>81</sup> Den Erfolg des Konzepts "bezahltes Streaming" bestätigen auch die neuesten Nutzerzahlen, die von der IFPI Ende 2022 erhoben wurden. Laut dieser Studie gibt es weltweit aktuell etwa 589 Millionen Nutzer, die aktiv Audioinhalte streamen und für ihre Accounts bezahlen.<sup>82</sup> Der Online-Musikmarkt ist mittlerweile unumstritten ein zentraler Bestandteil der modernen Musikdistribution. Diese Entwicklung hat jedoch auch entscheidende Auswirkungen auf Produzenten und Musikschafter. Als das Streaming noch am Anfang seiner Geschichte stand und viele Künstler und Produzenten noch von großen Labels abhängig waren, hatten Newcomer nur geringe Chancen, sich in der professionellen Industrie zu etablieren. Ökonomisch gesehen stellten sie für Musikunternehmen ein reines Risiko dar, während bereits etablierte Künstler als gewinnbringende Marken behandelt wurden. Das führte oft dazu, dass der Erfolg eines einzelnen bekannten Künstlers die Investitionen in weniger ertragreiche Musikprojekte kompensieren musste.<sup>83</sup> Heute hat sich diese Abhängigkeit zu einem großen Teil relativiert.

---

<sup>80</sup> Vgl. Linek 2018, S.50

<sup>81</sup> Vgl. Lohmeyer 2023

<sup>82</sup> Vgl. IFPI 2023

<sup>83</sup> Vgl. Oepkemeier 2007

Musikschaffende sind aufgrund einer Vielzahl an Vertriebsmöglichkeiten zum größten Teil selbst für ihre Umsätze verantwortlich, was die herkömmlichen Plattenverträge von damals in absehbarer Zeit zu Auslaufmodellen werden lassen könnte.<sup>84</sup>

Was die Chancen für Newcomer betrifft, stellt dies zweifellos einen deutlichen Vorteil dar. Jedoch sollte man die ökonomische Seite differenzierter betrachten. Die Kehrseite der Medaille ist, dass es den meisten Künstlern in der Musikindustrie heutzutage nicht mehr möglich ist, allein von den Einnahmen aus Musikverkäufen und Streaming zu leben. Dies gilt insbesondere in der gewinnorientierten Sparte der Popmusik. Der Grund dafür liegt darin, dass sich Streamingdienste wie Spotify für Künstler nicht lohnen, da sie aufgrund ihres preiswerten Geschäftsmodells nur geringe Vergütungen an Musikschaffende ausschütten.<sup>85</sup> Heutzutage erhalten Künstler bei Spotify etwa 0,3 Cent pro Abruf eines Songs, sofern dieser mindestens 30 Stunden gestreamt wird. Das bedeutet, dass monatlich mehrere hunderttausend Streams notwendig wären, um alle beteiligten Akteure angemessen zu entlohnen. Für die meisten Künstler ist dies jedoch nicht realisierbar. Ausnahmen bilden hier die weltweit erfolgreichsten Künstler, die in der Regel mehrere Millionen Streams pro Monat generieren. Ein weiterer überwiegend negativer Nebeneffekt ist, dass Songs aufgrund der Streaming Industrie immer kürzer werden. Zum Vergleich: Ein Pop-Song welcher eine Dauer von 2 Minuten hat, generiert bei vollständigem hören die selben Einnahmen wie z.B ein Klassik-Stück mit einer Lauflänge von 8 Minuten.<sup>86</sup> Auch Komponist und Produzent Ingo Reidl merkt im Interview an, dass Popsongs immer kürzer werden. Er begründet dies, neben den o.g Argumenten, mit sich wandelnden Hörgewohnheiten und der sich verändernden Ästhetik von Popmusik über die letzten Jahrzehnte.<sup>87</sup>

---

<sup>84</sup> Vgl. Linek 2018, S. 55

<sup>85</sup> Vgl. Lyng et al. 2018, S. 151-152

<sup>86</sup> Vgl. Eiler et al. 2021

<sup>87</sup> Vgl. Reidl, 15.05.2023, siehe Anhang 1

Für viele Künstler, insbesondere auch Musikproduzenten bedeutet das, dass sie auf weitere Einnahmequellen wie z.B Live-Geschäft oder Merchandising angewiesen sind, um von der Musik auf Dauer leben zu können.<sup>88</sup>

Zu neuen Geschäftsmodellen und Einnahmequellen für Produzenten und Musiker findet sich mehr in Kapitel 5.2. Abschließend kann festgestellt werden, dass Musik in der heutigen Zeit aufgrund der aktuellen Modelle der Streamingdienste und der Bereitschaft der Konsumenten, nur wenig für monatliche Abonnements zu bezahlen, ein eher kurzlebiges Konsumgut ist. Dadurch bestimmt der Vertrieb maßgeblich, wie Popmusik gestaltet wird, anstatt dass die Musik den Vertrieb beeinflusst.

## 5.2 Neue Geschäftsmodelle und Einnahmequellen für Musikproduzenten

Da sich die Musikindustrie in den letzten Jahren stark verändert hat, unter anderem aus den in Kapitel 5.1 genannten Gründen, sind Musikproduzenten heutzutage oftmals gezwungen sich mit neuen Geschäftsmodellen zu befassen, um von der Musikproduktion leben zu können. Was sich in den frühen 2000er Jahren als Problem für viele Musikproduzenten darstellte, hilft ihnen heute zu überleben: Die Digitalisierung. Da in diesem Zeitalter die Musikpiraterie aufkam, entgingen vielen Produzenten und Komponisten ihre Tantiemen, auf die sie zum leben angewiesen waren. Sie versuchten dies zu kompensieren indem sie Labels gründeten, Studios eröffneten und sich neuer Praktiken und Geschäftsmodelle bedienten, welche sich bis heute mit dem Musikmarkt stetig weiterentwickelt haben.<sup>89</sup>

Hier erweisen sich, gerade wegen der Digitalisierung und vor allem aufgrund von Sozialen Medien, die verschiedensten Konzepte als neue Einnahmequellen.

---

<sup>88</sup> Vgl. Lyng et al. 2018, S. 154

<sup>89</sup> Vgl. Hofacker 2012, S. 398-401

Einige essentielle Geschäftsmodelle für Musikproduzenten sind:

- Musikproduktion für Künstler und andere Musiker
- Erstellung von Sample Libraries
- Reine Beatproduktion für den Vertrieb über Plattformen wie z.B Beatstars
- Lizenzierung von Musik z.B für Games, Radio und andere Kanäle
- Sounddesign für diverses visuelles Material
- Remixing von bestehenden Songs und Kollaborationen mit anderen Musikschaaffenden
- Musik für Medien und Werbung
- Workshops, Masterclasses und Musikunterricht
- Live-Geschäft z.B als DJ
- Sekundäre Einnahmequellen wie z.B Plugins, Merchandise oder Mode

Da alle dieser Modelle in der Vergangenheit bewiesen haben, dass sie erfolgreich sein können, werden diese im Folgenden kurz erläutert.

#### • **Musikproduktion für Künstler und andere Musiker**

Ein gängiges Modell für die meisten Musikproduzenten. Wie bereits erwähnt, arbeiten Produzenten oft nicht mehr direkt für Labels sondern sind freischaffend tätig, was ihnen mehr Flexibilität bei der Auswahl ihrer Künstler und Projekte ermöglicht. Der Produzent entscheidet selbst, wen er produzieren möchte und wen nicht. Dadurch sind Produzenten heutzutage in der Lage, sich ein breites Repertoire an Künstlern aufzubauen und eine größere finanzielle Sicherheit in ihrer Arbeit zu etablieren.

Die Verträge zwischen Musikproduzenten und Künstlern können dabei sehr unterschiedlich aussehen und auch unterschiedliche Risiken für den Produzenten bedeuten, insbesondere bei unbekannteren Künstlern. Es können auch Kosten für den Produzenten entstehen, wenn er beispielsweise mit einer Agentur zusammenarbeitet, um Künstler für sich zu finden. Das Thema Ghost Producing ist nach wie vor relevant. Hier produzieren Musikproduzenten für andere Musiker, die die Musik dann



unter ihrem eigenen Namen veröffentlichen. Der Musikproduzent selbst bleibt dabei komplett im Hintergrund. Insbesondere für Produzenten, die nicht im Rampenlicht stehen, aber dennoch mit Musik Geld verdienen möchten, ist das Ghost Producing eine mögliche Option. Heutzutage wird diese Praxis flächendeckend in fast allen Musikgenres angewendet.<sup>90</sup>

### • **Erstellung von Sample Libraries**

Vor allem seit der Vernetzung über das Internet hat dieses Modell sehr an Beliebtheit gewonnen. Musikproduzenten erstellen oder produzieren Bibliotheken bestehend aus Samples und verkaufen diese dann an andere Produzenten. Diese wiederum können die Samples royalty-free, also ohne weitere entstehende Lizenzgebühren, in ihren eigenen Produktionen verwenden. Beliebt sind z.B Drum-Samplepacks von bekannten Künstlern bei denen bestimmte One-Shot-Samples oder Loops aus erfolgreichen Songs enthalten sind. Die Samples verkörpern meist den einzigartigen Sound des Produzenten und können je nach Bekanntheitsgrad zu unterschiedlichen Preisen verkauft werden. Dies passiert über die eigene Website des Künstlers oder auch über Online-Portale, welche sich auf den Verkauf von Samples und Loops spezialisiert haben. Das wohl bekannteste aktuelle Beispiel ist die Plattform „SPICE“, welche gegen eine Bezahlung im Abo-Modell Zugang zu Millionen von Samples, Loops und MIDI Clips liefert.<sup>91</sup> Als Vorreiter für dieses Geschäftsmodell gilt der US-amerikanische Produzent KSHMR, welcher bereits in den frühen Jahren des Internets hochwertige Samplepacks mit Inhalten aus seinen erfolgreichen Songs verkaufte und damit heute in den Sample Libraries der meisten Musikproduzenten zu finden ist. Mittlerweile betreibt KSHMR eine eigene Webseite, auf der noch weitere Inhalte wie z.B Masterclasses angeboten werden.<sup>92</sup> Dieses Thema wird später erneut aufgegriffen.

---

<sup>90</sup> Vgl. DJ MAG 2018

<sup>91</sup> Vgl. Splice 2022

<sup>92</sup> Vgl. Dharma Worldwide 2023

### ● **Reine Beatproduktion für den Vertrieb über Plattformen wie z.B. „Beatstars“**

Diese Praxis hat besonders in den letzten zehn Jahren sehr an Beliebtheit gewonnen. Produzenten produzieren hier keine Künstler im klassischen Sinne, sondern Produzieren lediglich Instrumentals. Diese werden auf Online-Plattformen wie Beatstars hochgeladen, welche sich auf dieses Geschäftsmodell spezialisiert haben. Künstler aus aller Welt können hier aus einem riesigen Katalog von Genres und Songs der verschiedensten Produzenten auswählen und deren Beats kaufen. Einen Teil der Einnahmen behält die Plattform, der Rest geht an den Produzenten. Wie viel ein Beat kostet, hängt unter anderem vom Bekanntheitsgrad des Produzenten ab, aber auch von Faktoren wie den Nutzungsrechten. Will der Künstler den Beat exklusiv für sich erwerben, muss er für diesen mehr bezahlen, als wenn er ihn nicht für sich exklusiv erwirbt. Wie beliebt dieses Geschäftsmodell ist, zeigen die neusten Zahlen von Beatstars: 4.2 Millionen Produzenten weltweit verkaufen aktuell auf der Plattform wobei insgesamt mit 500 Millionen Beats auf Produzentenseite etwa 200 Millionen US-Dollar umgesetzt wurden.<sup>93</sup> Viele Produzenten weltweit haben diese Methode als Einnahmequelle erkannt und produzieren dafür Beats, quasi am Fließband.

### ● **Remixing von bestehenden Songs und Kollaborationen mit anderen Musikschaaffenden**

Das Remixen erfreut sich seit der Entwicklung der Techno-Kultur großer Beliebtheit. Doch diese Praxis ist längst auch in den Popmusik-Charts angekommen. Ein prominentes Beispiel dafür ist der deutsche Musiker, Produzent und DJ Robin Schulz. Allein durch das Remixen und den Upload von Songs wie "Waves" von Mr. Probz oder "Prayer in C" gelang ihm 2014 der internationale Durchbruch. Seitdem hat sich Robin Schulz zu einem der weltweit angesehensten und bestverdienenden DJs entwickelt.<sup>94</sup> Vor allem aktuell ist die Praxis des Remixen wieder sehr beliebt. Zahlreiche

---

<sup>93</sup> Vgl. Beatstars 2023

<sup>94</sup> Vgl. Chartsurfer 2023

Songs aus den 80er- und 90er-Jahren werden heute von Musikproduzenten auf moderne Art und Weise neu interpretiert und erhalten einen charttauglichen Sound. Dies wird unter anderem durch die Digitalisierung ermöglicht, da es heute nahezu jedem modernen Produzenten möglich ist, unproblematisch Kontakt mit anderen Künstlern aufzunehmen. Somit entstehen mehr Kollaborationen, auch generationsübergreifend, wodurch oft beide Seiten profitieren können.

### ● **Musik für Medien und Werbung**

Besonders durch Onlinemedien und Werbung ist in den vergangenen Jahren ein neuer Markt für Musik entstanden. Sowohl Großkonzerne als auch kleinere Unternehmen benötigen Musik für Werbung auf diversen Kanälen wie Social Media, TV, YouTube usw. Auch für diese Art von Musik gibt es mittlerweile spezialisierte Online-Plattformen, auf denen Kunden und Content Creator aus einem riesigen Katalog an Jingles, Hintergrundmusik und sonstiger Musik, meist sortiert nach Emotionen und Genre, wählen können. Bekannte Beispiele sind hier Plattformen wie Epidemic Sound oder Artlist.<sup>95</sup> Ähnlich wie bei Musikverlagen werden Musikproduzenten auch bei solchen Modellen nach der Anzahl der Downloads ihrer Musikstücke bezahlt. Je mehr Menschen das Musikstück herunterladen, desto mehr kann ein Produzent verdienen.

### ● **Workshops, Masterclasses und Musikunterricht**

Das Thema Workshops, heute häufig bekannt unter dem Begriff "Masterclass", hat im Online-Zeitalter ebenfalls an großer Bedeutung gewonnen. Hier geht es darum, dass erfahrene Produzenten und Musiker ihr Wissen gegen Geld an andere weitergeben. Dabei finden Workshops längst nicht mehr nur im klassischen Rahmen bei Live Veranstaltungen statt, sondern werden häufig in Form von professionell aufgearbeiteten audiovisuellen Produkten an die Kunden herangetragen. Der Inhalt solcher Tutorial-Videos reicht von Musikproduktion über Mixing und Mastering bis hin zu speziellen Themen wie Vocal-Produktion. Viele Produzenten aus der Szene, darunter sehr erfolgreiche wie z.B. Jaycen

---

<sup>95</sup> Vgl. Epidemic Sound 2023

Joshua, Hans Zimmer, Chris Lord Alge, Timbaland oder der oben genannte KSHMR, nutzen dieses Geschäftsmodell als sehr lukrative Einnahmequelle. Auch für dieses Modell gibt es mittlerweile zahlreiche Onlineplattformen, die hochwertig aufbereitete Masterclasses anbieten. Eine der weltweit professionellsten und erfolgreichsten ist die Plattform bzw. das Netzwerk "Mix with the Masters", welches über Masterclasses hinaus zahlreiche Events im B2B-Bereich für Produzenten und Musiker anbietet.<sup>96</sup>

### ● **Live-Geschäft z.B als DJ**

Das Live-Geschäft ist, anders als man es manchmal vermutet, auch für Produzenten mittlerweile ein umsatzstarkes Geschäft. Vor allem im Bereich der elektronischen Musik gibt es zahlreiche Produzenten, die auch als DJs unterwegs sind, wie z.B. der oben genannte Robin Schulz. Sie fungieren in diesem Fall sowohl als Künstler als auch als Produzenten, wobei die hauptsächliche Einnahmequelle sich definitiv auf den Live-Bereich konzentriert, indem sie Festivals und Shows spielen. Ein prominentes deutsches Beispiel aus der Popmusik ist der Produzent und DJ Felix Jaehn. Er hat bis dato einige Poptracks mit und für bekannte Künstler produziert, die sich lange in den Charts und im Airplay hielten. Gleichzeitig ist er mittlerweile hauptsächlich als international gefragter DJ erfolgreich und verdient sein Geld mit Live-Auftritten.<sup>97</sup> Ein weiteres sehr aktuelles Beispiel dafür, dass dieses Prinzip in der Popmusik gut funktionieren kann, ist der deutsche Produzent und Songwriter Tino Piontek, besser bekannt als "Purple Disco Machine". Über die letzten Jahre hatte er mehrere Nummer-1-Hits in den Charts und begeistert die Massen mit seinen Disco-Produktionen im Stil der 90er Jahre. Gleichzeitig ist er ebenfalls als weltweit gefragter DJ unterwegs und verdient damit sein Geld.<sup>98</sup>

---

<sup>96</sup> Vgl. [Mix with the Masters](#) 2023

<sup>97</sup> Vgl. [Felix-Jaehn.com](#) 2023

<sup>98</sup> Vgl. [purplediscomachine.com](#) 2023

### ● **Sekundäre Einnahmequellen wie z.B Plugins**

Sekundäre Einnahmequellen haben sich bei Musikproduzenten im Zeitalter der Digitalisierung ebenfalls etabliert. Bei Produzenten der elektronischen Musik ist vor allem die Entwicklung eigener VST-Plugins zum Trend geworden. Ob "Sausage Fattener", "Manipulator" oder auch "Genesis Pro" – all diese gängigen Plugins stammen von Musikproduzenten. Als Beispiel dient hier der Genesis Pro, ein VST-Synthesizer des Musikproduzenten Ummet Ozcan, der als Koryphäe im Bereich elektronischer Musikproduktion gilt. Nachdem er lange Zeit selbst produziert hat und als DJ aktiv war, beschloss er, sein Wissen in einem Plugin zu verewigen. Nach knapp acht Jahren Entwicklungszeit brachte er schließlich den "Genesis Pro" auf den Markt.<sup>99</sup> Insbesondere weil die Aktivität von Musikproduzenten oft altersabhängig ist, scheint dieses Geschäftsmodell als sehr sinnvoll. Mit Plugins lässt sich auch noch Jahre nach deren Veröffentlichung Geld umsetzen.

Abschließend lässt sich festhalten, dass die Einnahmequellen für die von Musikproduzenten sehr vielfältig geworden sind. Es ist längst nicht mehr so, dass es lediglich möglich ist, durch die Produktion für oder mit anderen Künstlern Einnahmen zu generieren. Die Kehrseite jedoch ist, dass es heutzutage aufgrund vieler Faktoren wie Globalisierung, Demokratisierung der Musikproduktion und Digitalisierung oft sogar notwendig ist, sich mit diversen Einnahmequellen zu befassen, um als Musikproduzent überleben zu können.<sup>100</sup>

---

<sup>99</sup> Vgl. [ummetozcan.com](http://ummetozcan.com) 2023

<sup>100</sup> Vgl. Baczyk 2022

## 5.3 Veränderung der Beziehung und Zusammenarbeit zwischen Künstlern und Musikproduzenten

Die Beziehung zwischen Musikproduzenten und Künstlern hat sich über die letzten Jahrzehnte aufgrund von Faktoren wie technologischer und kultureller Weiterentwicklung, neuer Kommunikationswerkzeuge und der Demokratisierung der Musikproduktion stetig weiterentwickelt. In diesem Kapitel soll untersucht werden, wie sich die Zusammenarbeit im Laufe der Jahre verändert hat und welchen Einfluss Musikproduzenten auf den Erfolg von Künstlern und ihrer Musik haben bzw. hatten.

Dass überhaupt eine musikalische Zusammenarbeit mit Künstlern stattfand und dass der klassische Toningenieur von damals sich als kreativer Musikproduzent an Projekten beteiligte, war keine Selbstverständlichkeit. Wie bereits erwähnt waren Toningenieure bis dato Menschen, die sich lediglich rein technisch an der Aufnahme von Musik beteiligten. Die Reise der kreativen Musikproduzenten begann erst in den 1960er Jahren. Ein Vorreiter in diesem Bereich war George Martin, der mit seiner Offenheit gegenüber musikalischem und technologischem Fortschritt eine wegweisende Rolle für Musikproduzenten und insbesondere für die Popmusik-Industrie spielte. Gemeinsam mit den Pop-Pionieren "The Beatles" schuf er einen frischen und eher fröhlichen Rock 'n' Roll Sound, mit dem sie gemeinsam das Vereinigte Königreich eroberten und es zur absoluten Machtzentrale der Popmusik machten. Er war somit einer der ersten Musikproduzenten, der durch seinen musikalischen und kreativen Einfluss maßgeblich zum Erfolg der Künstler beitrug. Er ist auch ein gutes Beispiel dafür, wie Musikproduzenten den Sound eines Künstlers oder einer Band maßgeblich mitbestimmen oder sogar definieren können. Durch ein Alleinstellungsmerkmal haben Produzenten somit die Möglichkeit, sich unentbehrlich zu machen.<sup>101</sup> Daraufhin folgten in den 70er und 80er Jahren zahlreiche neue Bands und Produzenten welche den Pop Sound in alle möglichen neuen Richtungen weiterentwickelten.

---

<sup>101</sup> Vgl. Hofacker 2012, S. 366-367

Dazu zählen beispielsweise Led Zeppelin oder Pink Floyd.<sup>102</sup> Als weiterer Meilenstein, welcher die Dynamik in der Zusammenarbeit zwischen Musikproduzenten und Künstlern erheblich beeinflusst hat, war die Digitalisierung in den 90er und 2000er Jahren. Aufgrund des Internets war es plötzlich möglich, sich weltweit zu vernetzen und mit anderen Musikschaaffenden auszutauschen. Es entstanden weltweite Kollaborationen zwischen Musikern und Produzenten, welche ohne das Internet nur schwer oder überhaupt nicht möglich gewesen wären. Unter anderem ist dies auch dem Format MP3 zu verdanken, welches es erlaubte, Musikdateien auf ein vertretbares Maß zu komprimieren und zu versenden.<sup>103</sup>

Durch den technologischen Fortschritt ist die Musikproduktion demokratischer geworden, was die Zusammenarbeit ebenfalls beeinflusst hat. Insbesondere in der Popmusik, hat es die starke Demokratisierung vielen Amateurmusikern und Produzenten ermöglicht, mit ihrem Computer und Synthesizern neben den Profis, solide und qualitativ hochwertige Ergebnisse zu erzielen. Hinzu kommt, dass viele Produzenten mittlerweile freischaffend, als eine Mischform aus Künstler und Unternehmer, tätig sind. Das macht sie von großen Labels gänzlich unabhängig.<sup>104</sup> Damit haben sich inzwischen eine Vielzahl neuer Musikproduzenten und Künstler etabliert, was beiden Seiten eine wesentlich größere Auswahl an Musikern für eine Zusammenarbeit bietet. Mit der Technologisierung und der kostengünstigen Verfügbarkeit hochwertiger Produktionsmittel wie beispielsweise Audio-Interfaces hat sich die Vorstellung durchgesetzt, dass vor allem die Atmosphäre und Stimmung während der gemeinsamen Arbeit im Vordergrund stehen, während die Technik oft eine untergeordnete Rolle spielt. Vielmehr geht es darum, das entscheidende Momentum für gute Aufnahmen und Sessions zu schaffen und zu nutzen. Diese Entwicklung wird auch von Ingo Reidl in einem Interview bestätigt.

---

<sup>102</sup> Vgl. Hofacker 2012, S. 370-374

<sup>103</sup> Vgl. Hofacker 2012, S. 399

<sup>104</sup> Vgl. Huber 2008, S. 3

Als weitere Veränderung für sich als Produzent erwähnt er die Möglichkeit, Künstlern oder Bands wesentlich "fertigere" Ideen präsentieren zu können als früher. Dadurch erhalten alle Beteiligten einen besseren Eindruck davon, in welche Richtung man gehen möchte.<sup>105</sup> Ein weiterer Aspekt, den die Demokratisierung in Bezug auf die Zusammenarbeit unterstützt hat, ist die räumliche Unabhängigkeit bei Musikproduktionen. Durch die Miniaturisierung und kostengünstige Verfügbarkeit von Equipment ist es Musikproduzenten und Künstlern nahezu überall möglich, schnell und unkompliziert zusammenzuarbeiten. Es ist längst keine Seltenheit mehr, dass Produzenten und Künstler sich für kurze, projektbezogene Sessions an einem beliebigen Ort treffen, die nur wenige Tage dauern.<sup>106</sup> Dank der heutigen Form der Distribution sind Künstler wie Produzenten flexibler geworden. Viele binden sich in der Regel nicht mehr vertraglich über eine längere Zeit aneinander, sondern arbeiten viel eher auf Projektbasis für einzelne Songs miteinander, was besonders in der Popmusikindustrie gängige Praxis ist.<sup>107</sup> Dies ist nicht zuletzt der Tatsache zu verdanken, dass aufgrund der Eigenvermarktung, des schnelllebigen Musikmarktes und des Musikstreamings häufig Singles veröffentlicht werden und Musik-Alben seltener geworden sind.<sup>108</sup>

---

<sup>105</sup> Vgl. Reidl, 15.05.2023, siehe Anhang 1

<sup>106</sup> Vgl. Hofacker 2012, S. 261-265

<sup>107</sup> Vgl. Lyng et al. 2018, S. 41-45

<sup>108</sup> Vgl. Deutschlandfunk Nova 2018



## 6 Der Einfluss von sozialen Medien und Online-Plattformen

### 6.1 Die Rolle von Social Media Plattformen bei der Entdeckung und Verbreitung von Musik

„Der Begriff Social Media beschreibt Webseiten und Apps, über die Nutzer Inhalte (Content) kreieren, teilen und sich vernetzen können. Ein zentrales Merkmal von Social Media ist die Interaktivität.“<sup>109</sup>

Der zunehmende Einfluss von Social Media Plattformen wie z.B Facebook, Instagram, YouTube und TikTok, hat erheblichen Auswirkungen auf die Musikbranche, ihre Akteure und die Art und Weise wie Musik entdeckt und verbreitet wird.<sup>110</sup> Mit der Gründung von Facebook im Jahr 2004 war noch niemandem wirklich bewusst, welchen Einfluss Soziale Medien auf die Musikbranche sowie die gesamte Medienwelt einmal haben werden. Spätestens aber mit der Geburt der Plattform „Instagram“ im Jahre 2011 stand unwiderruflich fest, welche immense Mächtigkeit Social-Media-Plattformen im Bereich Musikmarketing haben.<sup>111</sup> Bis zu diesem Zeitpunkt war es, vor allem aus finanziellen Gründen, ausschließlich größeren Unternehmen vorbehalten im Internet zu werben, was sich mit der globalen Verbreitung und Nutzung von Social-Media Plattformen jedoch schlagartig geändert hat: ob Solokünstler, ganze Bands und auch Musikproduzenten, jeder hatte auf einmal die Möglichkeit sich darzustellen und kostengünstig für sich zu Werben.<sup>112</sup>

Was sich einerseits, besonders für Produzenten und Künstler, die bei keinem Major-Label unter Vertrag sind und sich selbst vermarkten, als offensichtlicher Vorteil erweist, hat sich über die letzten Jahre schleichend zu einer unausgesprochenen Pflicht entwickelt. Der Musikmarkt ist wie viele Produktionsmärkte weitgehend gesättigt, und erfolgreich kann nur

---

<sup>109</sup> [onlinemarketing.de](http://onlinemarketing.de) 2023

<sup>110</sup> Vgl. Noka 2017

<sup>111</sup> Vgl. Schildhauer 2012, S. 45

<sup>112</sup> Vgl. Lyng et al. 2018, S. 142-143

derjenige sein, der seine Konkurrenten verdrängt.<sup>113</sup> Das gilt natürlich auch für Musikproduzenten, vor allem in der umkämpften Popmusik-Industrie. Durch die Omnipräsenz von sozialen Medien ist das erfolgreiche Arbeiten als moderner Produzent in der Branche ohne die Nutzung dieser wertvollen Werkzeuge quasi nicht möglich. Um in der Popmusik-Branche erfolgreich arbeiten zu können, ist nach wie vor ein möglichst gutes Netzwerk entscheidend. Dass soziale Kontakte heute zu einem Großteil im Internet gelebt werden, ist also eine deutliche Implikation dafür, wie wichtig Soziale Netzwerke in der Musikindustrie sind. Sie sind absolut notwendig um an einem Wettbewerb teilzunehmen, indem mittlerweile viele Leistungen als austauschbar angesehen werden.<sup>114</sup> Wie schon Thomas Schildhauer, Professor für Elektronik Business und Marketing an der UdK Berlin erkannte, wird „der Kampf um die beste Leistung, zum Kampf um Aufmerksamkeit“<sup>115</sup>.

Ein wesentliches Werkzeug ist neben sozialen Netzwerken natürlich nach wie vor eine eigene Internet Seite. Ende des Jahres 2017 waren in Deutschland bereits ca. 16 Millionen „.de“ Domains registriert<sup>116</sup>. Jedoch bedeutet ein Auftritt im Web noch lange nicht, dass man dort auch gefunden wird. Gerade hierfür eignen sich Soziale Netzwerke bestens, um Werbung für die eigene Werbung zu machen und so auf möglichst vielen verschiedenen Kanälen stattzufinden<sup>117</sup>. Ein sehr prominentes Beispiel dafür, wie mächtig das Tool „Social Media“ ist und wie es völlig unbekannte Künstler quasi über Nacht zu Popstars werden lassen kann, ist der Song „Gangnam-Style“, des bis dahin unbekanntes Südkoreanischen Rappers „PSY“, aus dem Jahre 2012. Mithilfe der Plattform YouTube wurde der Song weltweit bekannt, kletterte in über 20 Ländern die Spitze der Charts und erreichte bis Ende 2009 über 9 Millionen digitale Verkäufe. Der US-Chartdienst „Billboard“ änderte

---

<sup>113</sup> Vgl. Schildhauer 2012, S. 55

<sup>114</sup> Vgl. Höflinger 2016

<sup>115</sup> Schildhauer 2012, S. 55

<sup>116</sup> Vgl. Lyng et al. 2018, S. 143

<sup>117</sup>Vgl. Lyng et al. 2018, S. 143

daraufhin sein Erfassungssystem und bezieht bei der Ermittlung der Billboard-Charts seither, neben Physische Verkäufen und Radio-Airplay, auch digitale Verkäufe und Internet-Aufrufe mit in seine Statistiken ein.<sup>118</sup> Beispiele wie dieses sind heute längst kein Einzelfall mehr. Insbesondere aufgrund der Plattform TikTok, mit der Nutzer kurze Videoclips mit Audiospuren versehen und hochladen können, lässt sich dieses Phänomen immer öfter beobachten. Und es bleibt längst nicht mehr nur bei sogenannten "One-Hit-Wonders". Das bestätigt die Geschichte von einem der momentan global erfolgreichsten und angesagtesten Rapper, Lil Nas X, der mit seinem Song "Old Town Road" auf TikTok einen viralen Hit landete. Ein weiteres aktuelles Beispiel für internationalen Erfolg, der vor allem der Plattform TikTok zu verdanken ist, ist die US-Sängerin Gayle, die mit ihrem Song "abcedfu" in Deutschland, Österreich, der Schweiz und weiteren Ländern mit bahnbrechenden 956 Millionen Streams auf Spotify lange Zeit die Spitze der Charts dominierte.<sup>119</sup> Warum aktuell gerade TikTok die soziale Plattform mit der wohl besten Möglichkeit zur schnellen Verbreitung von Kurzvideos<sup>120</sup> und der Promotion von populärer Musik darstellt, erklärt sich in ihrer Funktionsweise. Künstler und Produzenten können Videos mit ihren eigenen Audiodateien versehen und hochladen. Diese Audioclips lassen sich wiederum von anderen TikTok-Nutzern für ihre eigenen Videos nutzen. Stößt somit ein Song auf Anklang bei einer gewissen Bandbreite an Publikum, kann das schnell dazu führen, dass eine Kettenreaktion ausgelöst wird und der Song sehr schnell an Viralität gewinnt. Damit lässt sich vor allem Popmusik, welche ohnehin meist bei einem großen Anteil an Menschen Anklang findet, noch schneller und effektiver verbreiten. Dass soziale Medien einen enormen Einfluss haben, lässt sich auch an der aktuellen Statistik der weltweit meist aufgerufenen Websites des Monats März 2023 festmachen. Unter den ersten 10 Plätzen befinden sich allein 5 Social Media Plattformen, darunter YouTube,

---

<sup>118</sup> Vgl. Lyng et al. 2018, S. 144

<sup>119</sup> Vgl. Stern 2022

<sup>120</sup> Vgl. TikTok 2023

Facebook und Instagram.<sup>121</sup> Vor allem die Plattform TikTok hat bis zuletzt stark zugelegt: laut Statistik war sie die weltweit am häufigsten aufgerufene Webseite des Jahres 2021 und verdrängte damit sogar den Online-Giganten „Google“ vom ersten Platz<sup>122</sup>. Die Art und Weise, wie Musik von Konsumenten entdeckt und von Musikschaaffenden verbreitet wird, hat sich mit dem Aufkommen von Social-Media-Plattformen stark verändert. Produzenten in der Popmusik-Industrie können davon erheblich profitieren, da ihnen diese Plattformen eine gute Bühne zur Selbstvermarktung bieten.

Prof. Dr. Dr. Thomas Schildhauer, einer der führenden deutschen Experten im Musikmarketing, äußerte sich in einem Interview zu diesem Thema: "Die größten Vorteile liegen aus unserer Sicht darin, dass Musiker, die nicht über große Labels vermarktet werden, die Möglichkeit haben, das Internet als eigenen Marketing- und Vertriebskanal zu nutzen. Und natürlich hat auch die Produktionsindustrie einen Vorteil, denn nun können Produkte über neue Vertriebswege zielgruppengerechter aufbereitet und verkauft werden. Es ist ein zusätzlicher Vertriebskanal und wenn man ihn gut bedient und sich dort gut positioniert, bietet dies zusätzliche Entwicklungschancen."<sup>123</sup>

Ebenfalls nicht zu verachten ist die Promotion von Musiktiteln in einem der aktuellen Stores wie Spotify. Hier besteht die Möglichkeit des modernen Promotings über Playlisten, welche meist von einer großen Zahl an Nutzern abonniert sind.<sup>124</sup>

---

<sup>121</sup> Vgl. SimilarWeb 2023

<sup>122</sup> Vgl. [contentmanager.de](https://www.contentmanager.de) 2023

<sup>123</sup> Schöbel o.J

<sup>124</sup> Vgl. Lyng et al. 2018, S. 195

## 6.2 Die Bedeutung von Interaktion mit dem Publikum

Die Bedeutung von Marketing und Präsenz gegenüber Konsumenten für den Erfolg im Musikgeschäft wird bereits von Lyng et al. beschrieben:

"Die Entwicklung einer Marktpräsenz ist der Schlüssel zum kommerziellen Erfolg. Das Publikum muss wissen, dass ein Künstler neue Musik veröffentlicht oder dass ein Konzert stattfindet."<sup>125</sup>

Darauf aufbauend ist für Musiker seit jeher die Interaktion mit dem Publikum ein essentieller Faktor, um von Ihrer Arbeit auch leben zu können, was heutzutage kaum jemand aus reinen Record-Erlösen schafft.<sup>126</sup>

Bevor es Zugang zum Internet gab, spielte sich diese Interaktion hauptsächlich in Form von Konzerten und Fan-Meetings ab. Seit nahezu jedem Menschen der Zugang zu Online-Plattformen oder Social Media möglich ist, hat vor allem die Interaktion auf diesen Plattformen stark an Bedeutung gewonnen.

Diese Online- Bühne stellt auch für Musikproduzenten, vor allem in der Popmusik-Industrie, gute Chancen zur Vermarktung da. (Siehe Kapitel 5.1) In Bezug auf Online-Interaktion mit dem Publikum ist die Praktik der „Co-Kreation“ besonders beliebt geworden. Diese beschreibt den Prozess, die Konsumenten aktiv in den Wertschöpfungs-Prozess mit einzubeziehen, was erst seit der Nutzung neuer Technologien wie der des Internets und auch der Nutzung globaler Ressourcen möglich ist.<sup>127</sup> Die deutsche Band „Einstürzende Neubauten“ lieferte bereits im Jahre 2002 ein gutes Beispiel dafür: Fans konnten sich über die Webseite der Band, finanziell an der Produktion beteiligen. Im Gegenzug dafür konnten sie sich in einigen der Produktionschritte, von Songwriting bis Artwork, mit Vorschlägen an die Künstler wenden und wurden somit in den Kurationsprozess eingebunden.<sup>128</sup>

---

<sup>125</sup> Lyng et al. 2018, S. 190

<sup>126</sup> Vgl. Lyng et al. 2018, S. 146

<sup>127</sup> Vgl. Reinke 2009, S. 53

<sup>128</sup> Vgl. Reinke 2009, S. 52

Wie weitreichend gutes Marketing über soziale Kanäle und eine hohe Publikumsinteraktion aktuell sind, zeigen gleich vier Musiker/-innen welche alle unter den 10 beliebtesten Instagram Accounts des Jahres 2022 waren: Beyonce, Justin Bieber, Selena Gomez und Ariana Grande.<sup>129</sup> Die Digitalisierung ermöglicht dem Konsumenten also eine Teilhabe am Prozess der Wertschöpfung, die über den reinen Konsum weit hinausgeht. Indem er sich aktiv beteiligt, kann er seine Individualität ausleben und wird dadurch zum Co-Produzenten.<sup>130</sup> Dieses Werkzeug können sich Popmusik-Produzenten zu nutze machen und gezielt ihr Publikum mit einbeziehen. Ein weiteres Beispiel hierfür, ist das veröffentlichen von mehreren Song-Demos in sozialen Netzwerken, bei denen anschließend das Publikum per Abstimmung entscheidet, an welchem Projekt weiter gearbeitet werden soll. Für Produzenten ist insbesondere die Funktion von Social Media als "Digitales Portfolio" nicht zu unterschätzen. Mit einem stets aktuellen Profil können Nutzer und andere Musiker sehen, mit welchen Künstlern der Produzent bereits zusammengearbeitet hat, woraus gegebenenfalls neue Anfragen nach Kollaborationen entstehen können. Mithilfe dieser Werkzeuge hat der moderne Produzent die Möglichkeit, sich selbst als Künstler darzustellen, was heutzutage äußerst entscheidend ist, da die Zusammenarbeit mit aktuell erfolgreichen Produzenten für Künstler attraktiv ist.<sup>131</sup> Auch Produzent Ingo Reidl sieht die Interaktion mit dem Publikum als entscheidenden Faktor an, was Netzwerk und Reichweite betrifft. Durch gute Publikumsinteraktion gelang es der Band PUR, dass ihre Fans sich durch Mundpropaganda rasend schnell vermehrten. Dadurch kamen später auch Radiosender und Labels auf die Band zu und sie mussten nicht nach diesen suchen. Die Fans waren also Maßgeblich am Erfolg beteiligt und der jahrelange transparente und ehrliche Umgang mit ihnen, macht die Band bis heute über Generationen hinweg erfolgreich.<sup>132</sup>

---

<sup>129</sup> Vgl. Knupp (WirtschaftsWoche) 2022

<sup>130</sup> Vgl. Reinke 2009, S. 54

<sup>131</sup> Vgl. Lyng et al. 2018, S. 54

<sup>132</sup> Vgl. Reidl, 15.05.2023, siehe Anhang 1

## 7 Fazit

### 7.1 Zusammenfassung der wichtigsten Erkenntnisse

Das Ziel dieser Arbeit bestand darin, die Entwicklung der Rolle von Musikproduzenten in der Popmusikindustrie seit den 90er Jahren bis heute zu untersuchen und die wichtigsten Faktoren zu identifizieren, die diese Entwicklung beeinflusst haben. Es wurde herausgefunden, dass die Musikproduzenten in den letzten Jahrzehnten mit einer Vielzahl von Veränderungen konfrontiert wurden, insbesondere im Hinblick auf technologische Fortschritte, den Wandel des Musikmarktes, die Distribution von Popmusik sowie den Einfluss des Internet.

Die Ergebnisse zeigen, dass diese Entwicklungen erhebliche Auswirkungen auf die Arbeit der Popmusikproduzenten hatten. Die technologische Entwicklung schuf eine Vielzahl an neuen Möglichkeiten in der Musikproduktion und veränderte den kreativen Prozess. Die Veränderungen im Musikmarkt und in der Distribution führten zu einem verstärkten Wettbewerb und erforderte von den Produzenten eine Anpassung an neue Geschäftsmodelle und Vertriebswege. Zudem spielen soziale Medien und Online-Plattformen eine immer größere Rolle bei der Vermarktung und Promotion von Musik, was Musikproduzenten neue Herausforderungen, aber auch Chancen bietet.

Die Arbeit zeigt, dass erfolgreiche Musikproduzenten in der Popmusikindustrie über die letzten Jahrzehnte in der Lage waren, sich diesen Entwicklungen anzupassen und von ihnen zu profitieren. Sie erkannten die Bedeutung von Technologie, einem guten Netzwerk und digitaler Präsenz. Darüber hinaus verdeutlicht die Untersuchung, dass die Rolle des Musikproduzenten weit über die rein technische Arbeit hinausgeht. Produzenten müssen heute vielfältige Aufgaben übernehmen, wie die Zusammenarbeit und das Coaching von Künstlern, das Entdecken neuer Talente und das Schaffen eines markanten und einzigartigen Sounds, um sich in der dynamischen Popmusikindustrie zu behaupten. Diese Erkenntnisse können Musikproduzenten dabei unterstützen, sich

weiterhin erfolgreich an die sich ständig verändernden Anforderungen der Popmusikindustrie anzupassen.

## 7.2 Beantwortung der Forschungsfrage

Nach eingehender Analyse und Betrachtung der erhobenen Daten lassen sich mehrere Schlüsselaspekte hervorheben, die als die größten Einflüsse auf Musikproduzenten, insbesondere in der Popmusikindustrie, identifiziert wurden.

Zuallererst hat die Digitalisierung eine herausragende Rolle gespielt. Der technologische Fortschritt hat die Art und Weise, wie Musik produziert, aufgenommen und bearbeitet wird, revolutioniert. Insbesondere das Aufkommen von Digital Audio Workstations (DAWs) hat den Produzenten neue Möglichkeiten eröffnet. Große und teure Produktionsstudios sind, vor allem in der Popmusik heute oft nichtmehr nötig, um qualitativ hochwertige Musikproduktionen durchzuführen. Durch den Einsatz von DAWs können diese nun auch umfangreiche Produktionen in ihrem eigenen Studio durchführen. Dies hat, gemeinsam mit einer massiven Verbilligung der Produktionsmittel durch die Globalisierung und die moderne Marktwirtschaft, zu einer Demokratisierung der Musikproduktion geführt. Der technologische Fortschritt hat die Produktionsprozesse insgesamt effizienter gemacht und Musikproduzenten erlaubt, ihren kreativen und ökonomischen Output zu steigern.

Ein weiterer bedeutender Einflussfaktor ist die Veränderung der Distribution von Musik durch das Aufkommen von Streaming und das Internet. Der traditionelle Vertriebsweg über physische Medien wie CDs hat an Relevanz verloren, während digitale Plattformen und Streamingdienste zunehmend an Bedeutung gewonnen haben. Dies hat zu einer massiven Veränderung der Musikindustrie geführt und ebenfalls die Arbeit von Produzenten beeinflusst. Diese sind nun gezwungen, ihre Musik für verschiedene Plattformen zu optimieren, Vermarktung über soziale Medien zu betreiben und sich mit den Herausforderungen des digitalen Musikmarktes auseinanderzusetzen.



Aufgrund dieser digitalen Vermarktung ist es Produzenten heute in den meisten Fällen nicht mehr möglich, nur aus einer Einnahmequelle zu leben. Sie sind somit gezwungen sich mit verschiedenen Geschäftsmodellen zu befassen.

Zusammen mit der Digitalisierung und der Veränderung der Distribution durch Streaming und das Internet hat die Globalisierung der Musikindustrie ebenfalls einen erheblichen Einfluss auf die Arbeit von Produzenten. Durch die weltweite Vernetzung und den Zugang zu globalen Märkten können Produzenten nun mit Künstlern und Akteuren aus verschiedenen Ländern und Kulturen zusammenarbeiten. Dies hat zu einer größeren Vielfalt und einem breiteren Spektrum an musikalischen Einflüssen geführt, die in die Musikproduktion einfließen. Auf der andere Seite müssen Produzenten nun in der Lage sein, sich an unterschiedliche musikalische Stile anzupassen und mit internationalen Künstlern zusammenzuarbeiten. Ein gutes Netzwerk ist somit wichtiger denn je. Zusammenfassend lässt sich festhalten, dass die Anforderungen an das Berufsbild des Musikproduzenten wesentlich umfangreicher geworden sind und viel Transferwissen benötigen. Der Beruf an sich ist in den letzten Jahrzehnten wesentlich kreativer geworden. Auch ein unternehmerisches Basiswissen ist oftmals sehr hilfreich oder schon fast notwendig geworden, um aus verschiedenen Einnahmequellen schöpfen zu können und unabhängig von Labels zu arbeiten. Um nachhaltig erfolgreich zu sein ist es auch notwendig, sich ständig mit der sich stetig wandelnden Musikindustrie auseinanderzusetzen. Vor allem die Gesellschaftlichen und Kulturellen Veränderungen spielen in der Popmusik eine wichtige Rolle und sollten daher in die Beobachtungen mit einbezogen werden.

## 7.3 Implikationen und Empfehlungen

Die vorliegende Studie zur Entwicklung der Rolle von Musikproduzenten in der Popmusikindustrie seit den 90er Jahren bis heute hat wichtige Erkenntnisse hervorgebracht, die Implikationen für die Praxis und Empfehlungen für zukünftige Musikproduzenten liefern.

In Bezug auf die Digitalisierung sollten sich Musikproduzenten bewusst sein, dass der Einsatz von Digital Audio Workstations (DAWs) und anderer Musikproduktionssoftware eine notwendige Fähigkeit ist, um im modernen Musikproduktionsumfeld erfolgreich zu sein. Der Umgang und das sichere Arbeiten mit digitalen Audiowerkzeugen ist also Voraussetzung.

Diesbezüglich ist es auch ratsam, sich regelmäßig mit neuen Angeboten auf dem Softwaremarkt und Technologien wie Plugins und Produktionstechniken auseinanderzusetzen. Die kontinuierliche Weiterentwicklung und Beherrschung dieser Technologien kann den kreativen Prozess verbessern und neue Möglichkeiten in der Musikproduktion eröffnen.

Des Weiteren ist es von entscheidender Bedeutung, dass Musikproduzenten die Veränderungen in der Distribution von Popmusik verstehen und sich darauf einstellen. Der Aufstieg von Streamingdiensten und digitalen Plattformen erfordert von Produzenten, dass sie verschiedenste Musikformate kennen, in der Lage sind ihre Produktionen für diese zu optimieren und Strategien zu entwickeln, um ihre Musik effektiv zu vermarkten und zu promoten. Zudem sollten sie sich mit den rechtlichen Aspekten des Musikvertriebs im digitalen Zeitalter vertraut machen. Besonders im Hinblick auf Remixe und Remakes bestehender Songs ist dies notwendig, um mögliche rechtliche Fallstricke zu vermeiden.

Ein weiterer wichtiger Aspekt, der sich aus der Untersuchung ergibt, ist die Bedeutung von Networking und Zusammenarbeit. Die Globalisierung der Musikindustrie bietet Musikproduzenten die Möglichkeit, weltweit mit verschiedenen Künstlern zu arbeiten.

Es ist daher ratsam, aktiv nach Vernetzungsmöglichkeiten zu suchen, sei es durch Teilnahme an Fachmessen, Networking-Events oder Online-Plattformen, um Kontakte zu knüpfen und kollaborative Möglichkeiten zu nutzen. Die Zusammenarbeit mit internationalen Künstlern kann nicht nur neue musikalische Einflüsse bringen, sondern auch den Zugang zu einem breiteren Publikum ermöglichen.

Darüber hinaus sollten Musikproduzenten ihre Fähigkeiten und Kenntnisse kontinuierlich weiterentwickeln. Dies kann durch Workshops, Schulungen und den Austausch mit anderen Produzenten erreicht werden. Viele Produzenten arbeiten heute aufgrund der technischen Möglichkeiten oft alleine, in ihrem eigenen Studio. Die kreative Wertschöpfung, welche bei der Zusammenarbeit mit anderen Künstlern oder Bands entsteht, sollte daher auf keinen Fall außer Acht gelassen werden.

Die Landschaft der Musikproduktion entwickelt sich ständig weiter, und es ist wichtig, sich auf dem neuesten Stand zu halten und neue Trends und Technologien zu erforschen. Eine ständige Weiterbildung und der Wille zur Anpassung sind entscheidend, um wettbewerbsfähig zu bleiben.

Abschließend lässt sich festhalten, dass die vorliegende Studie einige wichtige Implikationen und Empfehlungen für Musikproduzenten in der Popmusikindustrie liefert. Die Digitalisierung, die Veränderungen in der Distribution von Musik, die Globalisierung und die kontinuierliche Weiterbildung sind Schlüsselfaktoren, die Produzenten berücksichtigen sollten, um erfolgreich zu sein. Indem sie diese Implikationen und Empfehlungen in ihre Arbeit integrieren, können Musikproduzenten ihre Karriere vorantreiben und ihre Standpunkte in der sich stetig verändernden Popmusikindustrie festigen.

## 7.4 Ausblick auf zukünftige Forschung

Neben den Erkenntnissen dieser Studie gibt es noch viele weitere Aspekte, die für zukünftige Forschungsarbeiten von Interesse sein könnten. Im Folgenden sind einige Beispiele dafür, in welchen Bereichen im Hinblick auf Musikproduzenten und Musikproduktion in der Zukunft noch geforscht werden könnte.

1. *Auswirkungen von künstlicher Intelligenz:* Technologie entwickelt sich kontinuierlich weiter, und es wäre interessant, die Auswirkungen neuer Technologien wie Künstlicher Intelligenz auf die Arbeit von Musikproduzenten genauer zu untersuchen. Dies könnte die Auswirkungen von KI und maschinellem Lernen auf den kreativen Prozess oder auch die Verwendung von Virtual Reality (VR) in der Musikproduktion sein.
2. *Das Metaversum und die Musikproduktion:* Das Konzept des Metaversums, einer immersiven virtuellen Umgebung, gewinnt zunehmend an Bedeutung. Zukünftige Forschungsarbeiten könnten die Potenziale des Metaversums für die Musikproduktion untersuchen. Dies könnte die Erkundung von interaktiven Live-Auftritten, virtuellen Studios und virtuellen Kollaborations-Möglichkeiten umfassen. Es wäre interessant zu erforschen, wie Produzenten das Metaversum nutzen können, um einzigartige kreative Erfahrungen zu schaffen und ihr Publikum auf innovative Weise zu erreichen.
3. *Auswirkungen der Globalisierung:* Die Globalisierung der Musikindustrie hat zu einer zunehmenden kulturellen Vielfalt und Zusammenarbeit geführt. Es wäre interessant, genauer zu erforschen, wie sich diese globale Vernetzung auf die Arbeit von Musikproduzenten auswirkt. Dies könnte die Untersuchung von kulturellen Einflüssen auf die Produktion, die Zusammenarbeit mit Künstlern aus verschiedenen Ländern und die Herausforderungen und Chancen der globalen Vermarktung von Musik umfassen.

4. *Weiterentwicklung des Internets und Auswirkungen auf die Musikproduktion:* Das Internet hat bereits einen erheblichen Einfluss auf die Musikindustrie gehabt, aber die rasante Weiterentwicklung der digitalen Technologien wird weiterhin neue Möglichkeiten und Herausforderungen schaffen. Zukünftige Forschungsarbeiten könnten sich mit den Auswirkungen der Virtualisierung des Musikerlebnisses durch Live-Streaming, der Nutzung von Online-Kollaborationstools für Musikproduzenten oder der Entwicklung neuer Vertriebswege im digitalen Raum befassen. Es wäre auch relevant, den Einfluss von Social-Media-Plattformen auf die Vermarktung von Musik und die Interaktion zwischen Produzenten und Fans genauer zu untersuchen.
5. *Nachhaltigkeit in der Musikproduktion:* Angesichts der steigenden Bedeutung von Nachhaltigkeit und Umweltschutz wäre es relevant, die Auswirkungen der Musikproduktion bzw. der Musikindustrie auf die Umwelt genauer zu betrachten. Zukünftige Forschungsarbeiten könnten sich mit umweltfreundlichen Produktionsmethoden, dem Einsatz erneuerbarer Energien in Studios oder der Reduzierung von Abfall und Ressourcenverbrauch in der Musikproduktion befassen.
6. *Neue Geschäftsmodelle und alternative Finanzierungswege:* Die traditionellen Geschäftsmodelle in der Musikindustrie haben sich stark verändert, und es wäre spannend, die Auswirkungen dieser Veränderungen genauer zu erforschen. Dies könnte die Untersuchung von Crowdfunding-Plattformen, der Nutzung von Blockchain-Technologie für Musikrechte oder die Entwicklung neuer Einnahmequellen für Musikproduzenten umfassen.
7. *Soziale und kulturelle Auswirkungen:* Die Rolle von Musik in der Gesellschaft und ihre kulturellen Auswirkungen sind von großer Bedeutung. Zukünftige Forschungsarbeiten könnten sich mit der sozialen Verantwortung von Musikproduzenten, der Darstellung von Geschlecht und Diversität in der Musikproduktion oder der Wirkung von Musik auf soziale Bewegungen und Identitäten befassen.

Die soziale Verantwortung in Bezug auf Kinder und Jugendliche wäre hier ebenfalls Interessant.

Diese Bereiche bieten interessante Möglichkeiten für zukünftige Forschungsarbeiten, um das Verständnis der Rolle von Musikproduzenten in der sich stetig wandelnden Popmusikindustrie weiter zu vertiefen. Indem diese Themen untersucht werden, können neue Erkenntnisse gewonnen werden, die einen wertvollen Beitrag zur Weiterentwicklung des Berufsfeldes leisten und die zukünftige Entwicklung der Musikproduktion beeinflussen können.

## Quellenverzeichnis

Ableton: Eine kurze Geschichte des Studios als Instrument: Teil 1 - Frühe Reflexionen (Stand: 25.10.2016, Abgerufen am: 25.04.2023)

<https://www.ableton.com/de/blog/studio-as-an-instrument-part-1/>

Ableton: Was ist Live? (Stand 2023, Abgerufen am: 07.05.2023)

<https://www.ableton.com/de/live/what-is-live/>

Baczyk, Christian: Strategien für eine Karriere als Komponist & Produzent (Stand: 06.07.2022, Abgerufen am: 01.07.2023) [https://](https://www.pressreader.com/germany/beat/20220706/282106345328015)

[www.pressreader.com/germany/beat/20220706/282106345328015](https://www.pressreader.com/germany/beat/20220706/282106345328015)

Beatstars: About Beatstars (Stand: 2023, Abgerufen am: 11.05.2023)

<https://careers.beatstars.com/about-beatstars>

Billboard: (Abrufdatum: 28.04.2023)

<https://www.billboard.com/> [2023]

Bundesverband Musikindustrie (BVMI): Offizielle Deutsche Charts - Historie & Hintergrund (Abrufdatum: 27.04.2023) [https://](https://www.musikindustrie.de/wie-musik-zur-karriere-werden-kann/marktbestseller/offizielle-deutsche-charts/historie-hintergrund)

[www.musikindustrie.de/wie-musik-zur-karriere-werden-kann/marktbestseller/offizielle-deutsche-charts/historie-hintergrund](https://www.musikindustrie.de/wie-musik-zur-karriere-werden-kann/marktbestseller/offizielle-deutsche-charts/historie-hintergrund) [o.J]

Chartsurfer: Künstler-Robin Schulz (Stand:2023 ,Abgerufen am

11.05.2023) <https://www.chartsurfer.de/artist/robin-schulz/biography-uuuup.html>

contentmanager.de : Die meistbesuchte Website 2021: TikTok im weltweiten Vergleich vor Google (Abgerufen am: 27.04.2023)

<https://www.contentmanager.de/nachrichten/meistbesuchte-website-2021-tiktok-vor-google/>

[27.12.2021]

Deutschlandfunk Nova: Das Ende des Albums (Stand: 08.05.2018, Abgerufen am 12.05.2018) <https://www.deutschlandfunknova.de/beitrag/musiklabel-chimperator-das-ende-des-albums>

Deutsches Musikinformationszentrum nach: IFPI Global Music Report 2022, hrsg. v. IFPI, London 2022.: Gesamtumsatz aus Verkäufen physischer Tonträger und digitaler Musik weltweit (Abgerufen: 25.04.2023) <https://miz.org/de/statistiken/gesamtumsatz-aus-verkaeufen-physischer-tontraeger-und-digitaler-musik-weltweit>. [08.2022]

Dharma Worldwide: FAQ (Stand 2023, Abgerufen am 11.05.2023) <https://help.dharmaworldwide.com/en/articles/4281861-what-is-included-with-dharma-studio-pro>

Dickreiter, Michael / Dittel, Volker / Hoeg, Wolfgang / Wöhr, Martin (Hrsg.) : Handbuch der Tonstudioteknik - Band 2, 8. Auflage, Berlin / Boston: Walter de Gruyter, 2014, S. 781-795

DJ MAG: Ghost Producing - nicht alles ist schlecht daran! (Stand: 22.06.2018, Abgerufen am: 11.05.2023) <https://www.djmag.de/einzelnews/ghost-producing-nicht-alles-ist-schlecht-daran/>

Eiler, Lucas/ Sako, Ellen Luisa (ZDFZoom): Mehr Klicks, Mehr Geld - Wer von Musikstreaming-Abos Profitiert ( Stand: 08.08.2021, Abgerufen am: 11.05.2023) <https://zdfheute-stories-scroll.zdf.de/spotify-mehr-klicks-mehr-geld/index.html>

Endreß, Alexander/Wandjo, Hubert: Musikwirtschaft im Zeitalter der Digitalisierung, 1. Auflage, Baden-Baden, Deutschland: Nomos Verlagsgesellschaft, 2021, S.19-499



Epidemic Sound: Das ist Epidemic Sound (Stand: 2023, Abgerufen am: 11.05.2023) <https://www.epidemicsound.com/de/about-us/>

Felix-Jaehn.com: Infos (Stand:2023, Abgerufen am: 11.05.2023) <https://www.felix-jaehn.com/tracks/felix-jaehn--wishlist-single---6-.html>

Flender, Reinhard/Rauhe, Hermann: Popmusik. Geschichte, Funktion, Wirkung und Ästhetik, Darmstadt, Deutschland: Wissenschaftliche Buchgesellschaft, 1989, S. 17.

Fraunhofer IIS: MP3 – FORSCHUNG, ENTWICKLUNG UND VERMARKTUNG IN DEUTSCHLAND, o.J

Gramophon-platten.de: Die ersten Langspielplatten - der lange Weg zur Vinyl LP (Stand: o.J Abgerufen am: 28.04.2023) <https://grammophon-platten.de/page.php?524>

Höflinger, Laura (Spiegel Politik): Macht das Internet einsam? (Stand:08.07.2016, Abgerufen am 24.04.2023) <https://www.spiegel.de/spiegel/foerdert-das-internet-soziale-kontakte-oder-macht-es-einsam-a-1101662.html>

Hofacker, Ernst: VON EDISON BIS ELVIS - WIE DIE POPMUSIK ERFUNDEN WURDE, Stuttgart: Philipp Reclam Verlag, 2012, S.363-411

Huber, Michael aus: Gensch, Gerhard/Stöckler, Eva Maria/Tschmuck, Peter (Hrsg.): Musikrezeption, Musikdistribution und Musikproduktion - Der Wandel des Wertschöpfungsnetzwerks in der Musikwirtschaft, 1.Auflage, Wiesbaden: GWV Fachverlage GmbH, 2008

IFPI: IFPI Global Music Report 2023 (Abrufdatum: 26.04.2023) [https://www.ifpi.org/wp-content/uploads/2023/03/Global\\_Music\\_Report\\_2023\\_State\\_of\\_the\\_Industry.pdf](https://www.ifpi.org/wp-content/uploads/2023/03/Global_Music_Report_2023_State_of_the_Industry.pdf).  
[2023]

John Blacking, Making Artistic Popular Music: The Goal of True Folk, Popular Music 1, 1982, S.13

Knupp, Adriana (Wirtschafts Woche): Die Instagram-Accounts mit den meisten Followern 2022 (Stand: 28.04.2022, Abgerufen: 28.04.2023) <https://www.wiwo.de/erfolg/trends/cristiano-ronaldo-dwayne-the-rock-johnson-kylie-jenner-und-co-die-instagram-accounts-mit-den-meisten-followern-2022-/27664726.html>

Lehmann C., Andreas / Kopie, Reinhard: Entwurf eines Forschungsparadigmas für die empirische Erforschung Populärer Musik: Multiple optimierte Passung in den Produktionsketten der Popmusik, Musikpsychologie Bd. 23,25--44, Göttingen: Hogrefe Verlag, 2013, S.32-33

Léveillé Gauvin, H.: Drawing listener attention in popular music: Testing five musical features arising from the theory of attention economy. *Musicae Scientiae*, 2018, 22(2), 291-311.

Linek, Lukas: Zwischen Schallplatten und Streamingdiensten - Wie Digital Natives Musik rezipieren, Marburg: Büchner-Verlag eG, 2018, S. 33-117

Lohmeyer, L (Statista): Anzahl der verfügbaren Tracks auf Spotify bis März 2023 (Stand: 05.05.2023, Abgerufen am 10.05.2023) <https://de.statista.com/statistik/daten/studie/378806/umfrage/anzahl-der-verfuegbaren-songs-auf-spotify/>

Lyng, Robert/Heinz, Oliver/ v. Rothkirch, Michael: Die neue Praxis im Musikbusiness, 13. überarbeitete Auflage, Bergkirchen: PPV Medien, 2018, S.29-190

Marrington, Mark/Williams, J/Williams, K: Composing with the Digital Audio Workstation, The Singer Songwriter Handbook, New York: Bloomsbury Academic, 2017, S.77-89

Michael Huber, Art. „Popmusik“, in: Oesterreichisches Musiklexikon online, begr. von Rudolf Flotzinger, hg. von Barbara Boisits (letzte inhaltliche Änderung: 15.5.2005, abgerufen am 22.4.2023), <https://dx.doi.org/10.1553/0x000276f8>

Mix with the Masters: About us (Stand: 2023, Abgerufen am 11.05.2023) <https://mixwiththemasters.com/>

Niasseri, Sassan (RollingStone): 1985: Das größte Musikspektakel aller Zeiten – Live Aid (Stand: 11.07.2020, Abgerufen am: 27.04.2023) <https://www.rollingstone.de/live-aid-359228/>

Noka, Josephine / Media Bubble - Der Medienblog des Instituts für Medienwissenschaft: DAS GESCHÄFT MIT SOCIAL MEDIA: DIE MUSIKBRANCHE PASST SICH AN! (Stand: 2017, Abgerufen am: 27.04.2023) <https://media-bubble.de/das-geschaeft-mit-social-media-die-musikbranche-passt-sich-an/>

Oepkemeier, Frank /Hrsg: Clement, Reiner Dr. Prof/ Gadatsch, Andreas Dr. Prof. / Schreiber, Dirk Dr. Prof.: Digitale Musikdistribution - Grundlagen, potenzielle, Strategien, Saarbrücken: VDM Verlag Dr. Müller , 2007, S. 13-49

Onlinemarketing.de: Lexikon - Social Media (Stand: 2023, Abgerufen am 27.04.2023) <https://onlinemarketing.de/lexikon/definition-social-media>

Passman, Donald S./Herrmann, Wolfram: Alles, was Sie über das MusikBusiness wissen müssen, 2. Aufl, Stuttgart: Schäffer-Poeschel, 2011, S. 11-400.

purplediscomachine.com: Discover the Story of Purple Disco Machine (Stand: 2023, Abgerufen am: 11.05.2023) <https://purplediscomachine.com/>

Rabe, L.: Marktanteile der einzelnen Anbieter an den zahlenden Abonnenten von Musikstreaming weltweit im 2. Quartal 2022 (Abgerufen: 25.04.2023) <https://de.statista.com/statistik/daten/studie/671214/umfrage/marktanteile-der-musikstreaming-anbieter-weltweit/>.  
[28.03.2023]

Recordjet: Erfolgsgeschichten (Stand: 2023, Abgerufen am 10.05.2023) <https://www.recordjet.com/erfolgsgeschichten/>

Reinke, Daniel: Neue Wertschöpfungsmöglichkeiten in der Musikindustrie - Innovative Businessmodelle in Theorie und Praxis, Baden-Baden: Nomos Verlagsgesellschaft, 2009

Roland: TR-808 - Die Entstehung einer Legende (Stand: 2023 , Abgerufen am: 28.04.2023) [https://www.roland.com/de/products/rc\\_tr-808/](https://www.roland.com/de/products/rc_tr-808/)

Schildhauer, Thomas: Erfolgsfaktor Musikmarketing im Social Web, Stuttgart: W.Kohlhammer Verlag, 2012, S.44-80

Schöbel, Nikolai ([musikmarketing.net](https://musikmarketing.net)): Social Media für Musiker: Mit 23 Fragen zum Erfolg (Abgerufen am 27.04.2023) <https://musikmarketing.net/schildhauer-social-media-musiker>

Sereda, Evgeni / Semrush: Die meistbesuchten und meistaufgerufenen Websites in Deutschland — TOP 100 in 2021 und 2022 (Website Ranking) (Stand: 10.09.2022, Abgerufen am: 27.04.2023) <https://de.semrush.com/blog/top-der-meistbesuchten-webseiten/>  
[10.09.2022]

SimilarWeb: Top Website-Ranking: Die meistbesuchten Webseiten  
Meistbesuchte Websites der Welt (Stand: 01.04.2023, Abgerufen am: 27.04.2023) <https://www.similarweb.com/de/top-websites/>

Splice: Find your own Sound (Stand: 2022, Abgerufen am: 11.05.2023)  
[https://sounds.splice.com/features/sounds?  
utm\\_source=google&utm\\_medium=cpc&utm\\_campaign=emea-  
en\\_multi\\_gs\\_ret\\_sounds\\_20220210\\_nonbrand-  
rlsa\\_trials&utm\\_content=emea-en\\_multi\\_gs\\_kw\\_nonbrand-  
spliceoriginals\\_x\\_x\\_x\\_broad&utm\\_term=splice  
originals&campaignid=16498767763&adgroupid=131461647502&gclid=E  
AIAIQobChMIv6yX2Ynt\\_gIVyut3Ch0NmAVLEAAYASAAEgKT8fD\\_BwE](https://sounds.splice.com/features/sounds?utm_source=google&utm_medium=cpc&utm_campaign=emea-en_multi_gs_ret_sounds_20220210_nonbrand-rlsa_trials&utm_content=emea-en_multi_gs_kw_nonbrand-spliceoriginals_x_x_x_broad&utm_term=spliceoriginals&campaignid=16498767763&adgroupid=131461647502&gclid=EAIAIQobChMIv6yX2Ynt_gIVyut3Ch0NmAVLEAAYASAAEgKT8fD_BwE)

Spotify: About us (Stand: 2023, Abgerufen am 25.06.2023) <https://www.spotify.com/de/about-us/contact/>

Spotify for Artists: Spotify Playlist/Personalisierte Playlists (Abrufdatum 27.04.2023) <https://artists.spotify.com/de/help/article/types-of-spotify-playlists> [2023]

Sprengel, Thorsten (Delamar): Die Geschichte der Musikproduktion (Stand: 2022 , Abgerufen am 07.05.2023) <https://www.delamar.de/>

[musikproduktion/geschichte-der-musikproduktion-63312/#digitale-musikproduktion](#)

Statistisches Bundesamt: Anteil der privaten Haushalte in Deutschland mit Personal Computern von 2000 bis 2022 [Graph]. In Statista, (Abgerufen am: 10.05.2023, Stand: 21.10.2022) <https://de.statista.com/statistik/daten/studie/160925/umfrage/ausstattungsgrad-mit-personal-computer-in-deutschen-haushalten/>

Statistisches Landesamt Baden-Württemberg: Radio und Fernsehen in Baden-Württemberg (Stand: 03.2016 Abgerufen am: 24.04.2023) <https://www.statistik-bw.de/Service/Veroeff/Monatshefte/20160308>  
Steinberg Media Technologies GmbH: tutorials - what is a daw (Abrufdatum: 27.04.2023) <https://www.steinberg.net/de/tutorials/what-is-a-daw/> [2023]

Steinberg: Unsere Technologien (Stand: 2023, Abgerufen am: 27.04.2023) <https://www.steinberg.net/de/technology/>

Stern: Virale Hits, diese Songs gehen auf TikTok durch die Decke (Stand: 24.02.2022, Abgerufen am: 27.04.2022) <https://www.stern.de/kultur/virale-hits--diese-songs-gehen-auf-tiktok-durch-die-decke-31654834.htm>

TikTok: Infos über TikTok (Stand: 2023, Abrufdatum: 27.04.2023) <https://www.tiktok.com/about?lang=de>

Ummetozcan.com: About (Stand: 2023, Abgerufen am 11.05.2023) <https://www.ummetozcan.com/>

Waldecker, David: Mit Adorno im Tonstudio - Zur Soziologie der Musikproduktion, Bielefeld: transcript Verlag, 2022. <https://doi.org/10.1515/9783839457016>

Online-Wörterbuch Wortbedeutung.info: Musikstreaming  
(Stand:3.7.2023, Abgerufen am 03.07.2023) [https://  
www.wortbedeutung.info/Musikstreaming/](https://www.wortbedeutung.info/Musikstreaming/)

# Anhang 1

Transkript des Experteninterviews (Semistrukturiert) mit Ingo Reidl.  
Er ist Produzent, Komponist, Keyboarder und Mitbegründer der Band PUR.  
Durchgeführt am 15.5.2023 von Daniel Knüttel.

*Das Transkript wurde automatisiert durchgeführt und händisch korrigiert. Teilweise können Grammatik und Satzbaufehler vorhanden sein. Das Interview lässt sich der angehängten Audiodatei vollständig entnehmen. (Siehe Zeitverweise)*

00:00:00:16 - 00:00:16:15

Daniel

Dann starte ich hier mal die Aufnahme und dann können wir anfangen. Vielleicht kannst dich einmal ganz kurz vorstellen. Fürs Protokoll Wer bist du? Wie alt bist du und wie würdest du deine Tätigkeit bezeichnen beschreiben?

00:00:17:24 - 00:00:39:18

Ingo

Ich bin der Ingo Reidl. Ich bin 61 Jahre alt und bin Musiker, hauptsächlich als Songschreiber, Komponist, Produzent tätig.

00:00:39:21 - 00:00:40:20

Daniel

Okay, schön.

00:00:43:18 - 00:00:52:08

Daniel

Wie lang bist du jetzt insgesamt schon in der in deinem Bereich tätig? Als Komponist, Produzent? Und so weiter.

00:00:55:11 - 00:01:00:05

Daniel

Also ungefähr reicht. Du brauchst keine genaue genaue Jahreszahl oder so was nennen.

00:01:01:21 - 00:01:31:20

Ingo

Also angefangen Musik zu machen habe ich schon relativ früh und es fing an zum Beruf zu werden. Ende der 80er hatten wir einen Plattenvertrag bekommen bei der damaligen Firma in der Art in Stuttgart und ab da war es dann meine, quasi mein Beruf.

00:01:32:09 - 00:01:34:17

Daniel

Ja, okay, und das war Ende der 80er. Ja.

00:01:34:24 - 00:01:35:09

Ingo

Genau.

00:01:36:24 - 00:01:50:09

Daniel

Okay. Das bringt mich auch gleich schon zur nächsten Frage. Du hast eigentlich schon angeknüpft, und zwar wie? Wie bist du dazu gekommen? So Musiker zu werden, Musik zu produzieren und das eben im professionellen Kontext?

00:01:52:00 - 00:01:55:13

Ingo

Also ich kam dazu, Musiker zu werden, weil ich wohl

00:01:57:03 - 00:02:27:02

Ingo

Mit fünf etwas auffällig gut Mundharmonika oder mit vier oder drei glaube ich sogar Sachen nachgespielt habe. Und auf Drängen meines Onkels hat mein Vater dann ein Klavier gekauft und dann habe ich mit fünfenehalb angefangen, Klavierunterricht zu kriegen, habe dann das Abi gemacht und da war mir klar, ich kann eigentlich nichts anderes studieren, falls ich studieren will außer Musik.

00:02:28:05 - 00:02:32:13

Ingo

Das habe ich dann auch gemacht an der Stuttgarter Musikhochschule.

00:02:32:23 - 00:02:34:01

Daniel

Ah, tatsächlich? Okay.

00:02:34:23 - 00:03:04:12

Ingo

Von 1980 bis 85, da habe ich das dann abgeschlossen und hatte dann ein Stipendium zum Konzertpianisten, das ich ausgeschlagen habe, weil mir damals dann klar wurde, dass ich meinen Weg nicht mit Beethoven und Bach, sondern mit den Niederungen der Popmusik meine Zeit verbringen möchte.

00:03:05:08 - 00:03:17:05

Daniel

Widmen möchte. Okay, okay. Und das Ganze hat sich dann also, nachdem du das ausgeschlagen hattest, hat sich das Ganze dann entwickelt. Wie hast du alleine Musik gemacht?



00:03:17:11 - 00:04:04:01

Ingo

Nee, wir hatten damals schon eine Band aus einer Schülerband hervorgehend, hatten irgendwann beschlossen, deutsche Texte zu machen und waren hier im Raum relativ bekannt und haben dann 1989 den Deutschen Buchpreis oder was weiß ich da propagiert. Irgendwann ist Rockmusik gewonnen. Damals, 1989, in Osnabrück, im Finale, bei dem der Heinz Rudolf Kunze als Juror mit drin saß. Und kurz danach haben wir dann unseren ersten Plattenvertrag bekommen.

00:04:04:22 - 00:04:07:20

Daniel

Okay, und das war dann Ende der 80er, Anfang.

00:04:08:03 - 00:04:09:13

Ingo

Anfang der 90er. Genau.

00:04:09:24 - 00:04:11:07

Daniel

Okay.

00:04:11:07 - 00:04:45:16

Ingo

Und bis dato haben wir uns hauptsächlich über live spielen quasi. Wir haben unser und so unsere Gagen nicht ausbezahlt, sondern haben investiert in einen eigenen Bus, in eine eigene Anlage und auch eigenes Licht. Wir wollten autark sein und das hatte dann zur Folge, dass wir, als es dann immer mehr wurde mit den deutschen Gigs, also keine Cover Sachen mehr machen.

00:04:48:03 - 00:05:00:15

Ingo

Quasi unsere eigenen Shows machen konnten und nicht mehr abhängig waren oder kein Geld mehr gebraucht haben dazu zu buchen oder ein Licht. Wir hatten auch Licht Menschen, einen eigenen und auch einen eigenen Tonmann.

00:05:01:16 - 00:05:07:18

Daniel

Okay, das heißt es hat erst so angefangen, quasi mit wer ihr habt, ihr habt live gespielt, hauptsächlich damit euer Geld verdient.

00:05:07:18 - 00:05:31:18

Ingo

Wir haben live gespielt und zwar hauptsächlich in amerikanischen Clubs. Oh, okay, da haben wir immer fünf Stunden gespielt, immer von entweder von 8 bis 1 oder 9 bis 2 und haben aber schon damals versucht, dort eigene Titel mit einzubringen. Also irgendwann, wenn die Amis besoffen genug waren, auch mal ab und zu deutsche Titel gespielt. Das war denen dann auch egal.

00:05:32:22 - 00:05:33:18

Daniel

Und so das dann.

00:05:33:21 - 00:05:52:21

Ingo

Aber so haben wir eigentlich unser Geld verdient und das dann in die Anlage gesteckt und aber immer parallel geschaut, dass wir auch eigene Gigs kriegen und haben zwischen rein auch Minimum zweimal die Woche noch geprobt. Also das war schon ein Vollzeitjob neben dem Studium.

00:05:54:18 - 00:05:58:22

Daniel

Ja, okay, verstehe. Und es war. Das war noch während des Studiums. Dann. Ja.

00:05:59:07 - 00:06:00:19

Ingo

Es war während des Studiums. Ja.

00:06:01:08 - 00:06:01:24

Sprecher 3

Okay.

00:06:02:03 - 00:06:11:22

Daniel

Okay. Und ganz kurz noch fürs Protokoll. Bei der. Bei der Band. Du bist ja jetzt nicht nur Komponist, Produzent, sondern du bist auch Keyboarder dann schon gewesen.

00:06:11:24 - 00:06:12:09

Ingo

Genau.

00:06:14:01 - 00:06:39:12

Daniel

Einfach noch mal zum Festhalten. In den in den 90er Jahren war dann ja quasi so kann man schon sagen, hat dann die Hochzeit quasi angefangen oder wie war das dann so nach dem Studium? Wann war dann so der Punkt, wo, wo du gesagt hast, okay, jetzt ist es, das ist wirklich eine Berufung für mich und ich kann jetzt davon leben, sozusagen.

ja, es fing so 19092 eigentlich schon an, ähm, und hatte eigentlich der Auslöser war, dass der Finanzmanager von der einen darauf meinte, er möchte unbedingt eine Live Platte veröffentlichen. Da waren alle dagegen, haben gesagt ja, warum nicht? Und wir haben dann diese Live Platte aufgenommen in fünf oder sechs verschiedenen Städten, jeweils Fassungsvermögen, so 1500 bis 2000 Leute.

00:07:19:21 - 00:07:41:16

Ingo

Das war auch ausverkauften auch war geile Stimmung haben die live Platte gemacht und die wurde dann in der Tat Kult. Also die hatte 250.000 und da war dann klar jetzt heißt es dranbleiben.

00:07:45:09 - 00:07:49:02

Daniel

Und war das damals schon mit mit der Band pur?

00:07:49:02 - 00:07:50:11

Ingo

Oder es war alles schon mit.

00:07:50:11 - 00:07:56:08

Daniel

Pur, es war schon mit pur okay, weil ihr habt ihr hattet dann ja, ihr habt euch ja dann mal noch umbenannt.

00:07:56:22 - 00:08:09:11

Ingo

Genau. Wir hießen zuvor hieß mal Opus, aber müssen uns umbenennen wegen dem besagten Österreichern, die dann diesen Hit mit Live Live is live.

00:08:10:10 - 00:08:11:07

Daniel

Ach ja, stimmt ja.

00:08:12:11 - 00:08:24:03

Ingo

Hatten. Und da blieb uns nichts anderes übrig, als uns umzutaufen sozusagen. Und seitdem gleiche Besetzung. Aber andere Namen?

00:08:24:06 - 00:08:24:13

Sprecher 3

Ja.

00:08:25:04 - 00:08:29:06

Daniel

Aha. Das heißt, das war dann tatsächlich eine rechtliche Geschichte damals, dass ihr das machen musstet?

00:08:29:07 - 00:08:43:22

Ingo

Nein, aber wir. Da kam es so oft zu Verwechslungen, dass wir an Orte kamen, wo wir noch nie waren. Und plötzlich waren 1200 Leute. Und dann war schnell klar, dass die nicht wegen uns hier waren und.

00:08:44:15 - 00:08:45:20

Daniel

Okay. Unglücklich.

00:08:45:24 - 00:09:17:00

Ingo

Also die Streicher, die haben uns eigentlich nicht irgendwie bedroht oder Druck gemacht. Aber es war für uns ganz klar, dass es keinen Sinn macht. Ja, und im Nachhinein bin ich eigentlich auch froh über dieses Wort pur, weil das hat sich schon als ziemlich geniale Name rausgestellt rausgestellt.

00:09:18:09 - 00:09:25:11

Ingo

Man so hört ja kaum eine Werbung in dem oder irgendwem Übertragung, Fußball oder irgendwas, wo das Wort pur nicht vorkommt.

00:09:26:19 - 00:09:31:23

Daniel

Ja, verstehe. Okay. Ja, es ist auf jeden Fall ein absolutes Markenzeichen geworden. Ganz klar.

00:09:32:08 - 00:09:39:04

Ingo

Und nein, ich meine, das ist ja generell unabhängig von uns ist es voll ein pures Vergnügen, oder?

00:09:39:12 - 00:09:40:13

Daniel

Ach, das Wort an sich, das.

00:09:40:13 - 00:09:56:21

Ingo

Wort an sich, ja, wird quasi egal wo, wird unser Bandname immer genannt, um auch natürlich nicht im Zusammenhang mit uns, was natürlich eine geile Werbung ist, die natürlich.

00:09:57:19 - 00:10:13:11

Daniel

Absolut okay. Verstehe. Ja, cool. Das heißt also, seit dem kann man so sagen, seit den Neunzigern, wenn ich es jetzt richtig verstanden habe, warst du dann auch so richtig beruflich aktiv als Komponist, Produzent?

00:10:13:11 - 00:10:13:22

Ingo

Genau.

00:10:13:22 - 00:10:43:23

Daniel

Und und Keyboarder okay. Das führt mich nämlich zu meiner nächsten Frage. Die ist sehr, sehr umfassend. Ich Ich stell sie dir einfach mal und zwar was. Was denn deiner Meinung nach so die größten Veränderungen in der in der Musikindustrie und in der Musikproduktion so seit den Neunzigern waren, also seit deine berufliche Musikkarriere so richtig richtig begonnen hat, was da so die größten Wandel waren für dich.

00:10:43:23 - 00:10:48:19

Ingo

Die wandeln zu der Zeit vor 90er oder so, jetzt.

00:10:49:12 - 00:10:57:07

Daniel

Seit den Neunzigern. Genau. Wenn du heute mit den Neunzigern vergleichst, was ist so das Heftigste, was sich verändert hat für dich in der Musik? So heute, ja zu heute.

00:10:59:06 - 00:11:52:18

Ingo

Ähm, es aller heftigste, ähm sind natürlich die, die Produktionsmöglichkeiten, die um ein Vielfaches besser geworden sind. Was natürlich dann auch zur Folge hatte, dass es ein Massensterben der großen Studios zur Folge hatte. Und das war letztendlich quasi das Erscheinen von Pro Tools, was Ende der großen Studios. Das heißt, man brauchte, um super zu produzieren. Im Gegensatz also in den Neunzigern an Studio, was weiß ich, zweieinhalbtausend 3000 am Tag gekostet.

00:11:53:18 - 00:11:55:08

Daniel

Als ihr das gemietet habt oder.

00:11:56:06 - 00:12:35:22

Ingo

So, die Plattenfirma. Und da stand dann ein Pult drin, das eine 3/4 Million gekostet hat, da waren 32 Spur Digital Maschine oder manchmal auch zwei. Also Unsummen. Hat so ein Studio überhaupt gekostet, um es zu errichten? Das konnte sich kein Mensch leisten, selber eins zu bauen. Also bis auf wenige natürlich und insofern war es natürlich auch teuer, eine gute Qualität zu kriegen, weil die Preise in den großen Studios entsprechend hoch waren.

00:12:36:08 - 00:13:19:22

Ingo

Das ist eigentlich so der wesentliche Unterschied, dass es damals noch wirklich hörbar war von Quasi Major Produktionen zu Home Office, wie gesagt, zu amateurhaften nicht mal Amateur, sondern zu Leuten, die eben vielleicht super Musiker, aber die das halt daheim auf dem acht Spur oder wo auch immer aufgenommen haben. Also du konntest diese Qualität nicht erreichen, wenn du nicht die Kohle hatte, in so ein großes Studio zu gehen.

00:13:20:08 - 00:13:25:01

Daniel

Das heißt, Qualität war also in deinen Augen definitiv auch vom Finanziellen abhängig?

00:13:26:13 - 00:14:05:22

Ingo

Was man meines Erachtens. Ja, es gab natürlich damals schon auch so andere Bewegungen wie dieses Eurodance und das ganze Zeug, das hat auf andere Schiene stattgefunden, also die ganze Tanzmusik. Aber letztendlich waren die auch dann in den großen Studios. Und diesen Schritt, der ist eben komplett, außer man möchte eine super akustische Platte aufnehmen, wo man eben entsprechend die Räume braucht.

00:14:07:12 - 00:14:09:21

Ingo

Das ist dieses Problem halt nicht mehr gegeben.

00:14:10:02 - 00:14:14:15

Daniel

Also für Popmusik, wenn wir mal konkret beim Thema sind, quasi eigentlich nicht.

00:14:14:15 - 00:14:40:22

Ingo

Mehr so wie für jeden, für jeden wirklich gut zu machen, auch zu Hause. Das machen ja auch viele. Es ging ja damals schon in den Neunzigern, Ende der 90er, und das Leute zum Teil mit dem Laptop schon unterwegs waren und während einer Tour irgendwie eine Platte nebenher produziert haben, die dann letztendlich aber auch in einem großen Studio noch gemischt wurde.

00:14:41:14 - 00:14:50:22

Daniel

Habt ihr so was als als Pogo gemacht? Dann später, als es möglich war, was dann so, so und so produziert unterwegs, dass jetzt mit dem Laptop?

00:14:50:24 - 00:14:54:03

Ingo

Nein, wir waren unterwegs zum Musikmachen und zum Feiern.

00:14:54:12 - 00:15:24:18

Daniel

Eine klare Aussage. Super. Okay. Ja, das bringt mich auch zur nächsten Frage. Schon, also die diese Veränderung. Du sagst auf jeden Fall diese, wenn ich es jetzt mal zusammenfassen ein Begriff Digitalisierung trifft es vielleicht ganz gut, dass das auf jeden Fall sich heftig auf die Musikproduktion ausgewirkt hat und wie Musik produziert wird. Wie wie hat denn die Veränderung so insbesondere dann deine Arbeit beeinflusst?

Als Komponist, Produzent? Du hattest ja mehr technische Möglichkeiten. War das, war das erst mal eine Umstellung für dich im Sinne davon, dass es so hinderlich war? Oder hat dir auf einmal viel mehr Möglichkeiten gegeben, auch schneller zu arbeiten und so? Oder wie hast du selber das empfunden?

00:15:42:23 - 00:16:06:05

Ingo

Na ja, es hatte schon die, die es die Möglichkeit, die gab es natürlich schon länger, das gab es auch in den Neunzigern, aber das war im Prinzip nicht mehr der ganze Tag, als Band arbeiten musste, sondern ich konnte allein ein Schlagzeug programmieren und Bass einspielen. Bei dem anderen war es etwas schwieriger, aber ich konnte doch zumindest die.

00:16:06:17 - 00:16:37:22

Ingo

Die Basis für Songs alleine gestalten und dann vorschlagen, dass es so und so gespielt werden sollte im Studio, was eine Zeitersparnis war und auch natürlich hat man nicht die Möglichkeit, den ganzen Tag mit der Band rumzuhängen und keiner muss warten, bis einer sagt Spiel das Spiel. Das also die Vorteile. Man konnte mehr allein machen und war wesentlich flexibler und auch schneller.

00:16:38:19 - 00:17:10:19

Ingo

Und man brauchte keine Bandmaschine mehr. Das war ein Riesenvorteil. Ich hatte auch nie eine Bandmaschine und bei der Bandmaschine war es halt nun mal so Das was gespielt wurde, war so auf Band. Und das ist natürlich auch noch, um auf deine Frage von vorhin nochmal einzugehen, ein wesentlicher Unterschied seinerzeit war das so was gespielt wurde ist drauf und das konnte dann auch nicht mehr wie man heute so schön sagt, bearbeitet werden.

00:17:10:19 - 00:17:26:02

Ingo

Also es gab da kein Autotune, es gab nicht so wie es gesungen war, war es gesungen, fertig. Ja, also man musste da schon sein Song spielen können. Im wahrsten Sinne.

00:17:27:19 - 00:17:34:11

Ingo

Wenn man es gespielt haben wollte, dann sollte das gut gespielt sein.

00:17:35:01 - 00:17:41:00

Daniel

Das heißt, die Qualität des Musikers, kann man so sagen, hat sich eins zu eins dann unschön wieder aufgegeben.

00:17:41:00 - 00:17:46:17

Ingo

Heute kann man ja alles Tuning reparieren, man kann Töne hin und herschieben.

Was weiß ich, sind alles nützliche Tools die dann Natürlich dann auch eine ganz andere Ästhetik hervorrufen, unter anderem natürlich auch meines Erachtens. Beim Volk meine ich das Volk, man jetzt nicht despektierlich, aber der Zuhörer ist es mittlerweile gewohnt, nur noch fein getunte Sachen zu hören. Er würde zum Beispiel Sachen aus den Achtzigern auch sein. Mir geht es auch so Die Würde, die ich damals als korrekt empfunden habe, die würden für mich jetzt falsch klingen.

00:18:28:01 - 00:18:35:22

Ingo

Also durch die ganze Digitalisierung und die technischen Möglichkeiten haben sich die Hörgewohnheiten des Menschen verändern gepasst.

00:18:37:02 - 00:18:41:22

Daniel

Definitiv. Also Teile. Ich teile diese Meinung ja, lässt sich so auf jeden Fall.

00:18:42:14 - 00:18:56:17

Ingo

Was natürlich beobachten nicht nur positive Erscheinungen hat, weil manchmal sind auch das ist alles dann so glattgebügelt, was dann zur Folge hat das insbesondere klingt.

00:18:57:16 - 00:19:02:05

Daniel

Ja, ja, absolut. Das ist in dem Sinne immer wie.

00:19:02:09 - 00:19:17:06

Ingo

Mit dem Zeug umgeht, wenn es alle gleich machen. Das ist, wie wenn du in ein Restaurant gehst und da gibt es nur Wiener Schnitzel, dann schmeckt dir das einfach am fünften Tag nicht mehr so wie am ersten. Also zumindest mir ging es so, ob es jetzt Veggie war oder.

00:19:18:21 - 00:19:40:23

Daniel

Ich verstehe, worauf du hinaus willst. Ja, das ist auf jeden Fall ein Punkt, der mich zu der nächsten Frage führt. Eben was deine Meinung dazu ist, dass du hast schon halbwegs beantwortet. Ja, was deine Meinung dazu ist, dass die Musikproduktion nahezu vollständig digitalisiert ist, wie sie ja heute ist. Es gibt ja quasi nichts mehr Analoges vielleicht. Klar, bis auf wenige Ausnahmen.

00:19:42:12 - 00:19:50:22

Daniel

Gibt es da für dich so konkrete Vor und Nachteile? Klar, ein Vorteil ist gerade schon gesagt Bandmaschinen und so was fällt weg. Es fällt eine Menge Arbeit weg dadurch.

00:19:51:05 - 00:20:40:04

Ingo

Es findet eine Menge Arbeit weg ist. Er öffnet einem ganz andere Möglichkeiten, es nach eigenem Denken perfekt zu machen. Wohlklingend. Man brauch es Geld nehmen und da für mich auch. Ein entscheidender Nachteil ist allerdings auch, dass durch diese Möglichkeiten die gegeben sind, quasi eine Art Isolation der Musiker stattfindet, da jeder in seinen Raum vor sich hin arbeitet, findet fast keine Konversation mehr statt.

00:20:40:04 - 00:21:14:23

Ingo

Also da ich ja alles selber machen kann und keinen Gitarristen brauche oder irgendwas, gibt es keinen Dialog mehr und durch Dialoge entstehen manchmal andere Dinge, die man vorher noch gar nicht gewusst hat. Also es ist wie so ein Corona Virus zu vergleichen. Jeder bleibt zu Hause und macht seine eigene Suppe und dadurch entstehen natürlich auch meine ich zumindest einfach weniger Bands weil jeder das allein machen kann. Wer hat dann noch oder will sich groß die Mühe geben, einen Proberaum zu suchen, rum zu lärmern, wo es und das wird dann so gut klingen, wie wenn ich vor meinem Rechner sitze. Aber es geht halt auch wirklich was verloren nehme ich der Austausch von Menschen innerhalb einer Gruppe, der nicht zu unterschätzen ist.

00:21:41:00 - 00:21:43:01

Daniel

Das heißt dieses zusammen Musik machen.

00:21:43:03 - 00:22:02:19

Ingo

Das zusammen Musik machen und zusammen an einer Sache arbeiten. Was natürlich auch unter anderem eine Motivation ist, über Jahre hinweg durchzuhalten. Also in einer Gruppe erträgt man Tiefschläge oder Misserfolge einfach viel, viel besser als also Laien.

00:22:03:24 - 00:22:08:23

Daniel

Okay, das ist ein interessanter Punkt. Das habe ich so noch gar nicht gesehen. Ja, okay.

00:22:09:12 - 00:22:33:06

Ingo

Und du hast immer quasi, wenn du was bringst, eine Probe, einen neuen Song oder so was. Du hast sofort ein Feedback. Ja, innerhalb einer Gruppe. Oh, das ist scheiße. Das. Und dann überlegst du es noch mal? Und wenn du das alleine marsch durch ein 30 faches wiederholen, ich weiß es ja von mir selber, oder du machst das zwei Wochen.

00:22:33:18 - 00:22:56:16

Ingo

An einem Song gewöhnt sich der Mensch so sehr dran, dass es irgendwann automatisch gut findet. Ja es vielleicht gar nicht gut ist. Also man hört viele Sachen wie Ich möchte es keinen Namen nennen, aber wenn die oft genug hörst, dann irgendwann trainierst du mit oder ob du willst oder nicht. Das heißt nicht, dass es dir gefällt, aber.

00:22:57:20 - 00:23:22:11

Daniel

Das ist so ein Phänomen. Dann auf jeden Fall ist es dir diese kurze Zwischenfrage Ist dir das, wenn du jetzt alleine Musik machst? Du machst ja hauptsächlich hier in deinem Studio wahrscheinlich alleine Musik. Dann die meiste Zeit ist es für dich dann auch ein deutlicher Nachteil gegenüber früher. Wenn du dann der Band irgendwie Sachen vorgestellt hast, also das Du, fehlt dir das Feedback.

00:23:22:11 - 00:23:29:10

Daniel

So persönlich ist es so, dass du das merkst, dass du dir ab und zu denkst, das wäre jetzt schon schön, wenn ich jetzt mal Feedback hätte in dem Moment.

00:23:29:13 - 00:23:52:13

Ingo

Nein, bei uns ist das so, dass bevor wir es dann aufnehmen, kennen die Songs schon alle und das wird dann schon noch verändert und es ist auch nicht so, dass alles genommen wird. Also manches bleibt dann auch so schön in der Schublade liegen.

00:23:54:15 - 00:24:08:13

Ingo

Klar, dass aber wenn, wenn es die Band nicht gäbe, wäre das auch nicht so, dann wird es vielleicht entweder nur in der Schublade liegen, weil es keiner veröffentlicht oder keine Ahnung.

00:24:08:24 - 00:24:39:04

Daniel

Aber ist gegenüber früher dann auch wirklich so, oder? Ich sage jetzt mal, wenn wir jetzt einfach mal die 90er nehmen, wo jetzt halt oder Anfang der 90er, wo es jetzt noch nicht so klar war, man hat hier zu Hause eigenes Studio mit eigenem Laptop, kann alles Mögliche skizzieren, auch und so an Songs, da habt ihr ja schon wahrscheinlich mehr Zeit mit der Band verbracht, was auch so Song Kompositionen angeht oder so, weil es gab ja keine Möglichkeit sonst irgendwie was zu eine Idee zu entwickeln oder was waren da so die Möglichkeiten?

00:24:39:18 - 00:25:05:22

Ingo

Ja, ich hatte so ein Atari 1040 oder 24, ich weiß gar nicht wie die hießen mit diesem Steinberg Programm. Da habe ich zumindest die Formen und die Keyboards konnte ich ja drauf hacken und ein Schlagzeug. Seinerzeit konnte ich es nicht gut programmieren, aber zumindest war die Idee da und dann war der Ablauf schon mal klar für jeden, ob man das so machen will.

00:25:06:12 - 00:25:10:07

Ingo

Es wurde quasi im Prinzip vorher drüber geredet, ob man so spielen will.

00:25:11:14 - 00:25:51:12

Ingo

Und das Proben ist sukzessive natürlich etwas weniger geworden, aber ich möchte die Zeit des Proben ehrlich nicht nicht missen. Das das ist schon irgendwie geil, wenn du, wenn du eine Band hast, da gehst du einfach mit 20 25 so du. Wenn die Band dann sogar noch bisschen Erfolg hat oder du das geil finde, was die Band macht, dann kriegst du gewisses Selbstbewusstsein, was ich echt super fand.

00:25:51:12 - 00:26:03:01

Ingo

Und für mich persönlich war es damals überhaupt ein quasi das Aha Erlebnis, welche Art Musik ich denn überhaupt tun will.

00:26:03:23 - 00:26:07:21

Daniel

Okay, eben dann auch durch die Gruppe.

00:26:08:12 - 00:26:26:04

Ingo

Dass man genau. Also nicht ich wollte auf keinen Fall als Pianist, das hätte ich vermutlich einen Pakt, weil da gibt es so viele mega mäÙige und da hätte ich, ich wollte nicht ich I love Beethoven Watt und irgendwann ist der mal betrifft.

00:26:26:18 - 00:26:30:20

Daniel

Er ich was okay, ja, das ist interessant.

00:26:30:21 - 00:26:40:02

Ingo

Er Und außerdem war Band immer gut, Mädels kennenzulernen. Also das nur am Rande ist eine Entscheidung. Ja, es geht ja auch wieder, muss man sagen. Der also habe ich so beobachtet. Aus meiner Erfahrung nach die letzten Jahre, dass der Trend auch schon wieder eher dahin geht, dass man sagt auf viele Produzenten jetzt gerade wieder Aljoscha oder so, wenn der jetzt eher elektronische Musik macht und jetzt keine Band bräuchte, dass man trotzdem sagt, man arbeitet mit anderen zusammen, weil man halt dann eher noch das Feedback und so ein Gruppengefühl hat.

00:27:03:17 - 00:27:08:06

Daniel

Ähnlich vielleicht wie bei einer Band oder in die Richtung Ich glaube, die Leute suchen schon auch wieder mehr Kontakt.

00:27:08:17 - 00:27:16:11

Ingo

Ich hoffe es, weil aber es war ja schon immer so, dass du zu, dass es zunehmend zu einer Bewegung irgendwann an die Bewegung. Als er irgendwann aus diesem Depeche Mode Gedöns, was da alles er also ich es sind ja Depeche Mode, die waren ja wegweisend in ihrer Zeit, aber da gingen dann halt. Plötzlich kamen dann plötzlich diese ganzen MTV Unplugged als als Gegenpol raus und ich glaube auch, oder schau dir jemand an, wieder wie dieser Ed Sheeran da allein mit seiner Gitarre es gibt, es gibt immer Dinge, die ein Gegenpol bilden.

00:27:54:15 - 00:28:14:24

Ingo

Und ich fänd's halt geil, wenn's auch bei den einzelnen Kämpfern ein bisschen mehr Kommunikation untereinander gäbe. Wobei ich da jetzt ins Blaue rede, ich hier in der Szene gar nicht drin bin. Vielleicht gibt es die ja.

00:28:15:21 - 00:28:40:18

Daniel

Also ich würde sagen, es gibt auf jeden Fall beide Seiten. Jetzt nach meinem Wissen. Aber ich denke, natürlich ist so ne Band als Gruppengefühl ist natürlich das Nonplusultra, was das angeht, was Kommunikation und so, das ist natürlich das Allerbeste in Bezug darauf, wo wir gerade bei Digitalisierung noch sind. Und zwar ist es ja so, dass in den letzten 20 Jahren die Musikproduktion durch.

00:28:40:20 - 00:29:09:15

Daniel

Dadurch, dass es so ein technologischen Wandel gab und so auch stark, ich nenne es mal demokratisiert wurde. Das heißt, viel mehr Menschen kommen an Equipment zur Produktion oder an das nötige Wissen. Irgendwie über YouTube, Videos, über Blogs, über übers Internet, was es früher halt die Möglichkeiten, die es ja nicht gab. Was ist da so deine Meinung dazu, dass viel mehr Menschen jetzt die Möglichkeit haben, auch Musik zu machen, zu produzieren, sowohl finanziell als auch eben was das Wissen angeht.

00:29:09:15 - 00:29:42:10

Ingo

Und so finde ich absolut großartig. Also das spricht auch überhaupt nichts dagegen und es ist auch schon seinerzeit, als es anfang mit dem Eröffnen so, als Gegenpol zu diesen klassischen Musikhochschulen, auf den, denen ich mich rumgetrieben habe, die also diese Popakademie aufgemacht haben. Und da ist wirklich gutes Zeug rausgekommen. Also das mit gutes Zeug meine ich jetzt tolle Musiker, auch gute Songs, die nicht.

00:29:42:14 - 00:29:59:15

Ingo

Ja, ich finde es großartig, da kann sich jeder damit beschäftigen. Das ist für jeden. Gibt es irgendein Tutorial, das einem erklären kann, wie, wie es eben geht. Wie was funktioniert.

00:30:01:10 - 00:30:12:03

Ingo

Wobei natürlich, es gibt auch viele Tutorials, bei denen es dann einfach auch falsch gezeigt wird. Aber das ist in der Natur der Sache, dass.

00:30:12:12 - 00:30:20:03

Daniel

Ja, das ist in der Natur der Sache ja einerseits stimmt und die klar, die Qualität steigt, denke ich mal, insgesamt. Überall gibt es natürlich gute Sachen und schlechte Sachen. Absolut.

00:30:27:10 - 00:30:57:21

Ingo

Aber es gibt so viel mehr gute Musiker wie früher und vor allem auch, glaube ich, mehr und überhaupt auch durch den ganzen Casting Scheiß, den ich ja wirklich nicht mal im Fernsehen, weil es für mich eigentlich nur ganz dämliche Selbstbeweihräucherung das eigentlich ist Show für die Juroren und nichts anderes. Die Künstler sind doch völlig uninteressant irgendwie. Die machen da einen Kasperl und das war's.

00:30:57:21 - 00:31:01:08

Daniel

Die die Meinung muss ich leider teilen. Das ist so.

00:31:02:01 - 00:31:06:15

Ingo

Aber das Volk will sehen. Also schau dir an, so Sendungen wie Gottschalk, Jauch.

Die wo die Spiele Abend machen, die, die machen das, Spiele im Fernsehen und Menschen schauen zu.

Diese Deppen, da diese Joko und Klaas die japanischen Irrsinn nachgeahmt haben. Inzwischen nach dem Erfolg, sind sehr auf der seichten Schiene. Sie machen auch nichts anders als Spiele im Fernsehen.

00:31:30:20 - 00:31:31:18

Daniel

Die machen Spiele.

00:31:31:18 - 00:31:32:02

Ingo

Verrückt.

00:31:32:02 - 00:31:36:21

Daniel

Voller Wahnsinn. Aber scheinbar wird es geschaut, sonst wird es wahrscheinlich eben nicht gesendet.

00:31:37:04 - 00:31:39:18

Ingo

Ich weiß zwar nicht, wie man da drauf kamen, aber ich.

00:31:39:18 - 00:32:20:08

Daniel

Weiß es auch gerade nicht. Aber interessanter, interessanter Fakt auf jeden Fall. Genau. Ja, genau. Was ich noch fragen soll, das fällt mir grad noch ein. Und zwar weil deine Meinung jetzt so durchweg positiv war auf diese ja, ich nenne es Demokratisierung, wie gesagt, dass jeder vielmehr irgendwie zur Verfügung hat und die Möglichkeit hat, Musik zu machen. Hat sich da deiner Meinung nach ist es nicht vielleicht auch negativ, weil man sagen könnte, die Qualität ist insgesamt schlechter geworden oder so, weil vielleicht auch viele Musik machen, die gar keinen theoretischen Hintergrund haben oder gar nicht so viel darüber wissen.

00:32:20:13 - 00:32:55:03

Ingo

Und würde ich so nicht sagen, weil also ich ich weiß ja nicht, wie viele Musik machen. Ich kann nur sagen, dass da Sachen dabei rauskommen, die ihre ganz eigene Ästhetik haben, die an meiner vorbeigeht, aber bei der ich sehr wohl erkenne, dass es geil gemacht ist. Also wirklich coole Sachen. Also ich kann da eigentlich nichts Negatives erkennen, außer dass es eben immer weniger Bands gibt, die sind irgendwie.

Vielleicht stimmt das ja auch nicht, aber ich habe so den Eindruck, dass man zumindest im nä. Also kaum mehr Bands die nachkommen. Wenn, dann sind es irgendwelche aus so Castingshows oder irgend so einem Scheiß n Sänger, die hervorgehen, hervorgehen.

Daniel

Ja, also ich habe auch das Gefühl, dass die Tendenz eher zu Solokünstler als zu Bands hingeht.

00:33:21:10 - 00:33:23:16

Ingo

Ja auch leichter zu händeln für alles.

00:33:23:17 - 00:33:29:15

Daniel

Aber klar, absolut. Und weniger Leute, die Entscheidungen treffen.

00:33:29:16 - 00:33:30:11

Ingo

Ja, genau.

00:33:31:08 - 00:34:00:12

Daniel

Okay, dann gehe ich mal ganz kurz eher Richtung Richtung Musikindustrie. Und zwar die Musik. Die wird ja heute größtenteils jetzt nicht mehr physisch als TD oder so vertrieben, sondern weitestgehend digital. Eigentlich zu einem Großteil. Was hat sich da in dem Bezug an deiner Arbeit verändert oder hat sich da irgendwas verändert aufgrund der Art und Weise, wie Musik vertrieben und verkauft wird oder ist?

00:34:00:21 - 00:34:32:10

Ingo

Für mich hat sich nichts verändert, weil wir unsere Musik war schon immer eigentlich gegen den Strom und ähm also gegen den Strom. Nicht dass das jetzt hier Protest Bands, aber wir sind nie irgendwelchen Modetrends nach, haben nie nachgeeffert und insofern werden wir auch nie irgendeinen ticktack hit oder was weiß ich, wo jemand 30 mal den Arm schwingt und das dann irgendwie viral ist, wird bei uns nicht passieren.

00:34:32:10 - 00:34:52:05

Ingo

Das einzige, was bedauerlich ist, dass du als quasi Komponist immer weniger partizipiert am am recht dieser deiner geistigen Ware.

00:34:52:05 - 00:35:11:07

Daniel

Und also ich meine jetzt gar nicht nur unbedingt soziale Medien, sondern auch beispielsweise Streaming auf Spotify oder so, aber da hat sich für dich auch, wie du produzierst und gerade vielleicht auch im Bezug auf Länge von Musikstücken oder so, da hat sich für dich oder für euch nix nichts verändert.

00:35:12:08 - 00:35:41:22

Ingo

Also mir fiel auf, das hat aber nichts mit dem Streaming zu tun, vielleicht unbewusst das. Also mir fiel auf, dass meine Stücke kürzer werden, kürzer, die sind nicht mehr so lang, aber das vielleicht ist das überholt oder im Moment entspricht es dem Zeitgeist, weil wir hatten ja viele Songs, die wir sechs, sieben Minuten zum gingen, aber das will ich im Moment selber nicht mehr.

00:35:42:05 - 00:35:51:02

Ingo

Nach 40 50 Sekunden spätestens. Möchte im Refrain hören Ja, meine Hörgewohnheiten, meine eigene Ästhetik ist so geworden.

00:35:52:01 - 00:36:16:10

Daniel

Interessant, dass du das sagst, weil das lässt sich tatsächlich auch also Musik. Soziologisch, sage ich mal, ist es ja auch bewiesen, dass tatsächlich also viele Songs werden kürzer, gerade weil sich unsere Hörgewohnheiten verändert haben und nicht zuletzt auch eben wegen dem Streaming, weil das Geld pro Stream gibt. Und je kürzer der Song logischerweise ist, desto öfter wird er gehört und desto mehr Geld gibt da das.

00:36:16:10 - 00:36:30:12

Ingo

Mag sein, aber diesen Gedanken habe ich nicht. Nein, es ist einfach bei mir um geschmackliche Ich, wie ich erklärt habe. Ich möchte den Refrain schneller hören wie früher.

00:36:30:19 - 00:36:34:10

Daniel

Ja, okay. Also du hast selber als Produzent das Gefühl, dass.

00:36:34:23 - 00:37:00:03

Ingo

Es muss so sein, dass ich, solange ich selbst wenn ich alle Songs von uns vielleicht mal höre oder so was dauert, aber schon lang, bis die Geschichte erzählt ist. Aber das war halt früher so, hat mal meine ganze Geschichtenerzählen inzwischen, seit ich das Außen, so ein Anschreien von von Slogans und Schlagwörtern.



00:37:01:18 - 00:37:24:22

Daniel

Ja, das hat sich schon verändert. Okay, das heißt, du würdest auch sagen, also wenn ich es noch mal so zusammenfassen kann, dass es sich auf jeden Fall das, was sich jetzt früher vielleicht richtig angefühlt hat, da fühlt sich vielleicht heute irgendwas anderes richtig an, gerade in Bezug auf die, auf die Song Länge und die Song Länge.

00:37:24:22 - 00:37:35:01

Ingo

Ja, wobei manchmal da zumindest glaube ich manchmal der Textinhalt etwas darunter leidet.

00:37:36:00 - 00:37:36:10

Daniel

Okay.

00:37:36:24 - 00:37:41:14

Ingo

Falls der denn überhaupt noch irgendwie gewollt ist.

00:37:42:23 - 00:38:18:20

Daniel

Verstehe. Okay, das genau. Dann komme ich mal zur nächsten Frage und zwar geht auch in die Richtung Haben sich da aufgrund der Veränderung, wie jetzt die Musik vertrieben wird? Haben sich da irgendwie neue Geschäftsmodelle oder Einnahmen Quellen für dich so als Produzent entwickelt? Du hast gerade schon Rechte, die rechte Geschichte und so angesprochen. Also jetzt gerade wenn man im Hinblick auf auf, auf Social Media oder so, du sagst, ihr macht keine Musik jetzt für irgendwelche Thinktank oder Instagram oder so Geschichten.

00:38:19:09 - 00:38:22:12

Daniel

Aber hat sich hat sich da was verändert?

00:38:24:12 - 00:38:25:06

Ingo

Für mich, nicht.

00:38:26:02 - 00:38:27:09

Daniel

Für dich persönlich?

00:38:27:22 - 00:38:28:14

Ingo

ja.

00:38:29:13 - 00:38:59:06

Daniel

Okay, dann noch mal in die in die Produktion Richtung an sich. Und zwar was hat sich denn in den letzten Jahrzehnten, wenn du jetzt mal zurückblickst, okay, seit den seit Anfang der 90er bis heute. Wie hat sich da so die Zusammenarbeit mit anderen Künstlern oder vielleicht mit der Band für dich verändert? Ist es immer noch dasselbe, wie es wie es früher war oder ist die Zusammenarbeit?

00:38:59:16 - 00:39:09:18

Daniel

Ist die irgendwie anders? Wir hatten das. Wir hatten es ja früher schon von Song, vorher schon von Song Vorschlägen und so ja.

00:39:10:09 - 00:39:22:17

Ingo

Im Prinzip ist es ähnlich, nur dass die Songs halt schon wesentlich fertiger erscheinen als seinerzeit. Aber es ist immer noch ein demokratisches Gefüge.

00:39:23:01 - 00:39:30:13

Daniel

Okay, ja, das heißt an der ja, an der, an der Demokratie innerhalb der Gruppe, da hat sich jetzt nicht unbedingt was geändert.

00:39:30:13 - 00:39:32:02

Ingo

Nichts Wesentliches. Ja.

00:39:32:10 - 00:39:40:04

Daniel

Aber du, du hast einfach das die Möglichkeit halt mit logischerweise mit besser ausgearbeiteten Ideen schon anzukommen, weil du halt viel.

00:39:40:09 - 00:39:59:09

Ingo

Ich wir mal so ich was man im Lauf der Jahre lernt ist, dass ich sieb eigentlich schon Sachen aus, von denen ich weiß, das könnte jetzt nicht ganz so pur affin sein, wie ja, wie es sollte.

00:39:59:19 - 00:40:19:24

Daniel

Ja, verstehe. Okay. Und wie ist es dann rein aus Interesse, wenn du jetzt hier so ein so eins und Scratch oder so ein ja so ein Gerüst für ein neues Projekt baust. Du sagst okay, das könnte was sein und es stellt es der Band vor. Ist es dann schon gerade auch aufgrund von den technischen Möglichkeiten, die du jetzt hast, die ja sehr gut sind.

00:40:19:24 - 00:40:33:20

Daniel

Wir hatten vorhin schon von Kontakt und so von den ganzen Möglichkeiten. Schmeißt ihr dann Instrumente raus, weil ihr per se sagt Nee, wir wollen das noch mal richtig aufnehmen? Oder bleiben dann da elektronisch auch Sachen drin oder oder wie ist das?

00:40:34:16 - 00:40:37:20

Ingo

Da bleiben genügt genügend Dinge drin? Ja, klar. Ja.

00:40:38:06 - 00:40:42:14

Daniel

Also ihr sagt ja nicht von grund auf nein. Das mit der Gitarre geht gar nicht. Wir müssen die neu aufnehmen.

00:40:42:14 - 00:40:53:06

Ingo

Nein, überhaupt nicht. Wenn das passt, bleibt's drin. Ja, es kann jeder anbieten. Wenn das dann geiler ist, nehmen es andere. Und ganz einfach um demokratischer.

00:40:53:13 - 00:41:10:08

Daniel

Okay. Gut. Ja. Noch mal zum Produzenten und zum. Zum Musiker da sein. Generell so was für einen Stellenwert hatten da über die Jahre ein gutes Netzwerk für dich und deine Arbeit so gehabt?

00:41:11:17 - 00:41:13:07

Ingo

Was meinst du mit gutes Netzwerk?

00:41:13:21 - 00:41:28:18

Daniel

Also inwiefern das quasi entscheidend war, dass ihr, ja, ich meine an die richtigen, ihr seid ja irgendwie auch an die richtigen Leute drangekommen, ihr habt ja einen Plattenvertrag gekriegt. Dann vorher hast du gesagt, das war so der Wendepunkt, als sie den Plattenvertrag bekommen habt.

00:41:29:13 - 00:41:41:03

Ingo

Na also, wir sind eine selfmade Band und uns hat letztendlich immer das Publikum an die scheinbar richtigen Leute gebracht.

00:41:41:14 - 00:41:42:00

Daniel

Okay.

00:41:42:09 - 00:42:22:21

Ingo

Also die wir sind durch die Leute, die haben uns haben die uns aufmerksam gemacht für entsprechende Stellen bei bei Plattenfirmen. Und das merkt man auch daran, dass die Leute uns heute noch treu sind, weil wir uns auch treu geblieben sind und der Umgang eigentlich immer fair war. Also wir sind keine Band, die von irgendeinem wichtigen Radio oder Fernsehen Menschen dann gepusht wurden.

00:42:24:11 - 00:42:43:17

Ingo

Im Gegenteil, wir hatten eher Schwierigkeiten reinzukommen, aber oft blieb den gar nichts anderes übrig, weil auch die mitgekriegt haben, die haben vorher schon in der Schleiereule gespielt. Okay, könnte man eigentlich sich mal überlegen, für wen das oder so.

00:42:43:17 - 00:43:06:10

Daniel

Müsste man ja. Verstehe ja, dass das führt mich auch schon zu einer anderen Frage, die auch in die Richtung geht, nämlich besonders für euch natürlich als Band interessant. Welche Bedeutung hat für dich so Interaktion mit dem Publikum? Ob jetzt live oder online, also dann wahrscheinlich eine relativ relativ große Bedeutung, oder in eurem Fall absolut.

00:43:23:09 - 00:43:44:21

Ingo

Ja, das war quasi die Mund zu Mund Propaganda. Früher die Bush Trommel geht haben wir gespielt, was weiß ich in Würzburg und da waren beim ersten Mal 1200. Beim zweiten Mal war es doppelt. Wenn die Leute gesagt haben, da müsst ihr mal hingehen zu den fünf Schwaben, egal was die machen. Und so hat es funktioniert und nicht anders.

00:43:45:20 - 00:43:48:24

Ingo

Und deshalb sind wir auch noch da.

00:43:49:18 - 00:44:01:11

Daniel

Ja, ich glaube, das sieht man auch an euren heutigen, an eurer heutigen Fangemeinde. Ich glaube, ihr habt extrem viele. Also wie ich das beobachtet habe, extrem viele Treue und viele.

00:44:01:11 - 00:44:43:08

Ingo

Mitgenommen und vor allem viele von den Kindern mitgenommen und was? Wo wir wirklich Glück hatten, war seinerzeit, als wir den Vorschlag bekamen, wir sollen ein Hit Mix machen und ein Teil der Band war total dagegen. Ich fand es geil, da haben wir den Shit mitgemacht und der hält uns jetzt seit ich weiß nicht wie viel Jahren. Dadurch, dass so auf dem Ballermann und egal wo gespielt wird, bringt der Rock quasi immer die die Jungen mit ran.

00:44:43:08 - 00:45:14:00

Ingo

Auch das sind die, die haben ja diese ganzen Hits gehabt und die hören das denn dann. Und dann denkt der eine oder andere, da kann ich ja mal hin, geil, wenn da, wenn da so Party ist wie bei uns gerade in der Skihütte, dann möchte ich da mal hin. Also das war ein Tool, so blödes Wort, ein Tool, das uns sehr viel gebracht hat, die der Hit Mix, aber auch nur der erste, die wollen da noch einen zweiten und dritten haben, aber die sind beide gefloppt, die waren auch nicht so gut wie.

00:45:14:00 - 00:45:16:15

Ingo

Der erste war authentisch und das war auch der beste.

00:45:17:21 - 00:45:40:01

Daniel

Ja, die Meinung teile ich. Den finde ich auch am besten. Wenn man sich eure, eure Streaming und Verkaufszahlen anguckt, dann ist der ja auch im Verhältnis. Wenn man jetzt alles, sich mal alles anschaut, was ihr veröffentlicht habt, ist er auch sehr, sehr erfolgreich. Ist er also eine einer der erfolgreichsten Sachen? Ich glaube, auf Spotify, also extrem oft abgerufen.

00:45:40:08 - 00:45:43:19

Daniel

Ja, dann komme ich zu einer letzten Frage.

00:45:44:02 - 00:45:44:21

Ingo

Sehr gut.

00:45:45:05 - 00:46:11:14

Daniel

Ähm, genau. Und zwar Wie hat sich denn deiner Meinung nach die Verbreitung von Musik durch so soziale Medien wie Facebook, Instagram und so verändert? Oder für dich oder für euch als Band? Habt ihr da irgendwie mehr Reichweite, die Möglichkeit besser zu verbreiten oder hatte das auf dich oder auf euch gar keinen Einfluss.

00:46:11:14 - 00:46:41:07

Ingo

Dass du kannst? Das kann ich dir leider nicht beantworten. Wir sind aber auch so schon erpicht drauf, bei diesen auf diesen Plattformen stattzufinden und wir tun da auch was dafür. Aber jetzt so eine empirische Erhebung, ob das was das genau gebracht hat oder so was, das das kann ich dir jetzt leider gar nicht sagen. Da müsstest Menschen unseren Schlagzeuger fragen. Der ist für diese Sachen verantwortlich.

00:46:44:13 - 00:47:07:03

Ingo

Ist für die verantwortlich und der kennt sich da auch aus. Aber ich weiß, das sind ja auch so Dinge, die vielleicht unmittelbar gar nicht so, so, so messbar sind, denke ich. Also vielleicht muss man da eine Zeit lang warten. Und wenn's bei dem so war und bei dem anderen nicht so, was sich dann ein Jahr später ergibt.

00:47:07:03 - 00:47:30:19

Daniel

Aber aber rein, also rein. Wenn man es jetzt gar nicht mal empirisch sieht, sondern rein einfach deine Meinung oder dein Gefühl hat sich die hat sich die verbreitet, wie sich die Art und Weise, wie sich eure Musik verbreitet, das schon verändert? Oder sagst du eher so Nee, das hatte irgendwie gar keinen Einfluss. Also es sind immer gleich viele Leuten zu Konzerten gekommen beispielsweise oder so, das war jetzt keine Veränderung, die du gefühlt hast.

00:47:32:13 - 00:47:37:19

Ingo

Zumindest sind es nicht weniger geworden. Das ist schon mal sehr gut festzustellen. Ja.

00:47:38:01 - 00:47:46:02

Daniel

Okay, schön. Ich glaube, das ist ein ganz gutes, ganz gutes Schlusswort.

*ENDE DES INTERVIEWS.*