

# Streaming - Der Einfluss auf die Musikindustrie

Geschrieben von Peter Volkert

## Gliederung

1. Kleine Geschichte der Tonträger .....	Seite 2
1.1 Phonograph vs. Grammophon	
1.2 Hörfunk	
1.3 CD vs MP3	
1.4 Der Siegeszug des Streamings	
2. Wie beeinflusst Streaming die Musik .....	Seite 5
2.1 Klangunterschiede	
2.2 Lautheit	
2.3 Musikproduktion für Streaming	
3. Wie beeinflusst Streaming den Konsum? .....	Seite 9
3.1 Playlist vs. Album	
3.2 Die Algorithmus Bubble	
4. Das Geschäftsmodell Spotify .....	Seite 12
4.1 Werbung - Das Geschäft mit den Daten	
4.2 Künstler - Die Debatte über gerechte Bezahlung	
4.3 Der Fall Vulfpeck	
5. Fazit .....	Seite 14

# 1. Kleine Geschichte der Tonträger

## 1.1 Phonograph vs. Grammophon **oder** Die Entstehung der modernen Musikindustrie

Um den Einfluss von Streaming auf die Musikindustrie besser verstehen und einschätzen zu können, möchte ich ganz am Anfang beginnen. Beim Edison Phonographen. Als erstes Wiedergabe **und** Aufnahmemedium zeichnet dieser 1877 die ersten Worte auf (Der Phonograph - Funktion und Geschichte, 2018):

*Hello - Hello - Hello*

*Mary had a Little lamb,*

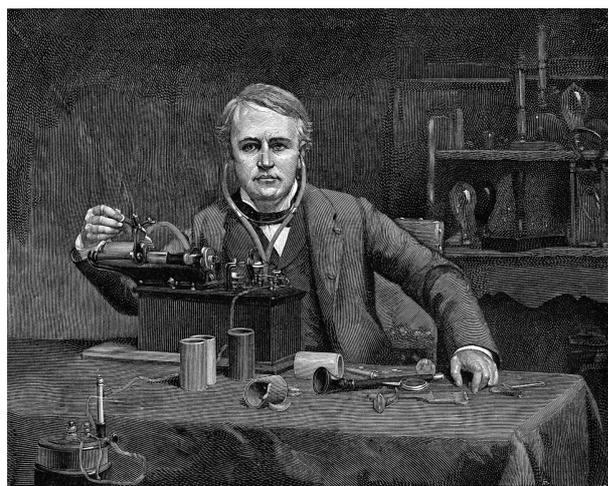
*Ist fleece was white as snow,*

*Everywhere trat Mary went,*

*The Little lamb was sure to go*

Die Aufnahme des alten Kinderreims ist jedoch leider verschollen, da die einzelnen Aufzeichnungen nur um die fünfmal abgespielt werden können. 1927 rekonstruierte Edison jedoch die Aufnahme, indem er sie in seinen Phonographen erneut einsprach. Diese Aufnahme ist heute noch erhalten (Kinadoucha, 2001).

Abb 1



Thomas Edison vor seiner Erfindung des Phonographen. Bild aus Geo Magazin (2009)

Vor Edisons Erfindung gab es nur Möglichkeiten den Schall zu analysieren, nicht aber wiederzugeben. Wegweisend hierbei war der 1857 entwickelte Phonautograph. Edison widmete sich von nun an aber der Weiterentwicklung der Glühbirne, auch weil der Phonograph kein großer Verkaufsschlager war und sich eigentlich nur auf Jahrmärkten durchsetzte, weswegen andere Erfinder Zeit hatten den Phonographen weiterzuentwickeln. Emil Berliner kam auf die Idee, die Tonspur spiralförmig in die Oberfläche einer flachen, runden Wachsscheibe einzugravieren, da er in der umständlichen Walzen-Technik des Phonographen keine Massentauglichkeit sah (Perné, 2014). Damit war die Idee der

Schalplatte geboren. Das 1888 erstmals präsentierte Wiedergabegerät nennt er Grammophon.

Das Grammophon setzte sich nach einer längeren Phase finanzieller Schwierigkeiten, trotz vieler grundlegender Verbesserungen, die Edison später an seinem Phonographen vornahm, gegen diesen durch. Vor allem die sog. *Schellakplatte*, die ab 1896 produziert wurde und die Tonqualität maßgeblich verbesserte und eine Verfielfältigung der Schalplatte erlaubte, verhalfen dem Grammophon zu wirtschaftlichem Erfolg. Diese ist, wie ihr Nachfolger, die Vinylplatte, nach dem Material benannt, aus dem sie besteht. Als im Jahr 1904 die erste doppelseitig bespielbare Schalplatte entstand, war die Zeit des Phonographen endgültig zu Ende.

Die Erfindung der Schellakplatte, kann somit durchaus auch als Erfindung der modernen Musikindustrie betrachtet werden, da sich bald die gewinnbringende Schallplattenindustrie daraus entwickelte.

## 1.2 Hörfunk **oder** die Entstehung des Streamings

Nach den anfänglichen Erfolgen der Schallplattenindustrie, entwickelte sich bald ein großer Konkurrent auf dem Markt, der die Verfügbarkeit und Mobilität von Akustik und Musik neu definierte - Der Hörfunk.

Zu Beginn des Rundfunks, früher, bis zum Aufkommen des Fernsehers als Synonym für Hörfunk genutzt, konnten ausschließlich telegraphische Nachrichten versendet werden - drahtlose Telegrafie. Doch bereits im Jahre 1906 wurde von einer Station für drahtlose Telegrafie in Brant Rock Massachusetts die erste Radiosendung übertragen (Zipperer, 2023).

Die erste regelmäßige Radio-Sendung startete am 6. November 1919 in den Niederlanden, wurde aber aufgrund zu hoher Kosten schnell eingestellt. Der erste kommerzielle Radiosender wurde 1920 in den USA gegründet und am 29. Oktober 1923, ging dann der erste offizielle deutsche Radiosender auf Sendung. Um diesen empfangen zu können, benötigte man eine Genehmigung von der Post, die damals zur Zeit der Inflation über 350 Milliarden Mark kostete (dpa, 2023). Dies beeinflusste den Erfolg des Mediums jedoch nicht merkbar. Nachdem die erste deutsche Radiosendung Ende 1923, 467 zahlende Hörer vermerkte, waren es zum 1. Januar 1925 bereits 500.000.“ Ende 1925 war schon die Millionengrenze überschritten.

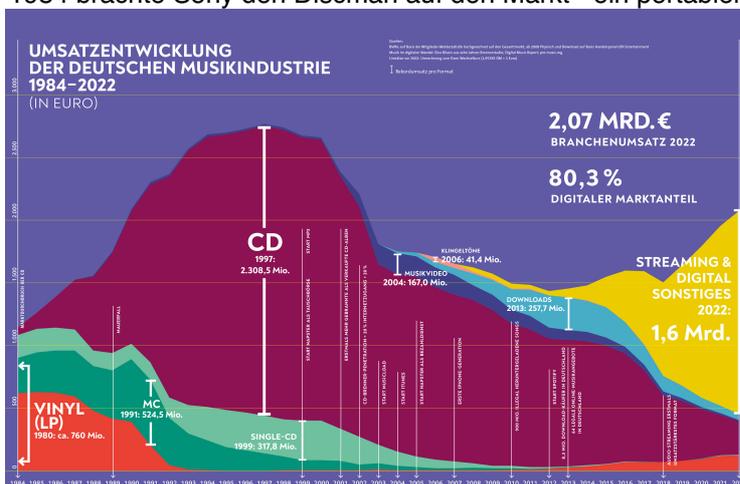
Spätestens mit dem Aufkommen des Autoradios konnte Musik von überall aus abgespielt werden, was der Möglichkeit, die Spotify uns bietet schon sehr nahe kommt.

## 1.3 CD vs MP3 **oder** der Vorbote einer neuen Konsumgesellschaft

Nach dem Einzug der Vinylplatte ab den frühen 40ern und der Veröffentlichung der Kompaktkassette 1963 von Phillips, entwickelte das niederländische Tech-Unternehmen zusammen mit dem japanischem Unternehmen Sony bis 1979 an der Compact Disc.

Die Compact Disc ist ein optisches Speichermedium, dessen Daten, ähnlich wie bei der Schallplatte, spiralförmig auf dem Speichermedium liegen und mittels eines Laserstrahls ausgelesen werden. Auf einer CD können bis zu 700 MB Daten gespeichert werden. Insgesamt gibt es mehrere Varianten der CD. Bekannt sind die Varianten CD Rom für Softwarespeicherung, die VCD für Videospeicherung, die CD-R als beschreibbare CD und die CD-DA, also Compact Disc Digital Audio für das Speichern von Audio Daten (Compact Disc Digital Audio, In Wikipedia, 2023).

Musik konnte bereits kassettenbasiert seit dem Walkman, herausgegeben von Sony 1979, praktikabel und einfach in der Hosentasche mitgenommen werden und mit Hilfe von Kopfhörern überall angehört werden. Insgesamt wurden dem Konzern zufolge gut 200 Millionen Kassetten-Walkmans verkauft (dpa, 2019). Die CD löbte die Kasette jedoch als Standard für Ton (und auch Videoträger) ab und 1984 brachte Sony den Discman auf den Markt - ein portabler CD Player, der den Kultstatus



des Walkmans jedoch nicht erreichen konnte. „CDs kauften im grossen Stil auch Leute, die sich kaum für Musik interessierten. Da die CD so problemlos war, wurde sie als reiner Gebrauchsgegenstand wahrgenommen.“ (Lee, 2022). Die CD setzte sich jedoch im Homeconsumer Markt durch und wurde erst von Streaming Diensten wie Spotify und Amazon Music ersetzt, was die Grafiken des Bundesverbandes der Musikindustrie für das Jahr 2022 gut aufzeigen (Dücker, 2023).

Abb 2: Die Zahlen des BVMI - Bundesverband Musikindustrie - zeigen wie Streaming ab 2018 erstmals umsatzstärker war als der CD Verkauf.

Die CD hatte in ihrer Laufbahn jedoch noch einen früheren Konkurrenten, der den Siegeszug des Streamings einleiten sollte. Das MP3 Format.

Das MP3 Format komprimiert, also verkleinert die Datenmenge, von gespeicherten Audiodaten, indem nur nur wahrnehmbare Signale Teile gespeichert werden. Das menschliche Hörspektrum liegt im Bereich von 20Hz bis 20kHz, so können alle Signale unter oder oberhalb dieser Hörschwelle verworfen werden. Auch Signale die von anderen überdeckt werden, können so datenkomprimiert werden (MP3, In Wikipedia, 2023).

Das MP3 Format hat sich als dominierendes Verfahren zur Speicherung und Übertragung von Musik auf Computern, Smartphones im Internet, oder auch auf tragbaren Abspielgeräten etabliert und somit zb. dem Erfolg des I-pods den Weg bereitet, der ab 2001 den Walkman und auch andere MP3 Player schnell vom mobilen Musik-Markt verdrängte und mit Apple I-Tunes den Markt revolutionierte. Streaming Dienste wie Amazon Music setzten außerdem bis heute auf das MP3 Format.

#### 1.4 Der Siegeszug des Streamings **oder** wie illegale Downloads das Musikbusiness veränderte

Die CD-R ermöglichte das sog. „brennen“ von digitalen Audiodaten und setzte damit eine Lawine los. Besitzer eines Computers konnten von nun an mit einem CD-Brenner ihre eigenen CDs herstellen beziehungsweise brennen (Endres, 2020). Sie brauchten dazu nur Musik in digitaler Form, als Audiodatei. Es entstanden Kopierschutzmaßnahmen der Firmen um die Verfielfältigung der Daten zu verhindern und seit dem 13 September 2003 ist es nach Urheberrechtsgesetz (§95, Abs 1) auch verboten: „wirksame technische Maßnahmen zum Schutz eines nach diesem Gesetz geschützten Werkes oder eines anderen nach diesem Gesetz geschützten Schutzgegenstandes“ zu umgehen“.

Illegale Musik wurde jedoch auch über das File-Sharing im Internet ermöglicht. Hierbei ist wohl am ehesten die Musikaustauschbörse *Napster* zu nennen, die 1999 gegründet wurde und es den Usern ermöglichte mit Hilfe einer P2P Technologie, online ihre Musik mit anderen zu teilen. Große Namen der Musikbranche wie Metallica oder Dr. Dre, stellten sich jedoch gegen Napster auf, da die Plattform keine Verträge mit den Rechteinhabern geschlossen hatte, weswegen die Tauschbörse in ihrer damaligen Form im Juli 2000, nach mehreren Gerichtsprozessen eingestellt wurde. Die große Popularität von Napster war jedoch wegweisend für das Konzept des Streamings und selbst Napster stellte sich später wieder neu auf und konkurriert heute mit den Streaming Giganten wie Youtube, Amazon und Co (Becker, 2017).

Vor Spotify und Co positionierte sich jedoch Apple mit dem I-Tunes Store, ab 2003 in der Musikindustrie neu und ermöglichte es legal Musik in Kooperation mit den Rechteinhabern zu erwerben. Apple ermöglichte es auch den Kunden seine Musik in Playlists zu speichern und nur einzelne Titel zu erwerben, statt einem ganzen Album, und brachte so laut David Hesmondalgh (2017) „Ordnung ins Chaos“. Die Einführung des Musikstreamings war somit nur noch einen kleinen Schritt entfernt.

Anders als im I-Tunes Store stellen Streamingdienste die Musik als Dienstleistung, einer zahlenden, oder nicht zahlenden Kundschaft, durch Werbeverträge finanziert, nur temporär zur Verfügung. Der Konsument besitzt die Musik also nicht mehr und die Nutzung der angebotenen Inhalte ist an den jeweiligen Account gebunden. Das Produkt wird also nicht, wie bei I-Tunes heruntergeladen, sondern direkt via Internet über den Streaming Anbieter abgespielt, der die einzelnen Produkte zur Verfügung stellt. Dies ermöglicht es Musik zu hören, ohne Speicherplatz zu verbrauchen. Es ist jedoch eine zuverlässige Internetverbindung notwendig. Anbieter wie Spotify ermöglichen es auch Inhalte herunterzuladen, um diese Offline wiedergeben zu können. Diese Inhalte sind jedoch an den jeweiligen Account geknüpft und nicht mehr abspielbereit, wenn der Account nicht zur Verfügung steht. Das Konzept Streaming dominiert den Markt und macht laut dem Global Music Report der IFPI, 65% der Einnahmen der weltweiten Tonträgerindustrie im Jahre 2021 aus (Moore, 2022). Häufig wird Spotify sogar als Rettungsanker der Musikbranche bezeichnet, wie Ina Plodroch im Gespräch mit Stephan Karkowsky (2018) in einem Artikel von Deutschlandfunk Kultur erläutert. Branchenfremde Einflüsse durch Plattformen wie Napster haben den Umsatz der Musikindustrie damals um 40 Prozent einbrechen lassen. Weiter wird in dem Artikel auch erläutert, dass Streaming inzwischen auch Einfluss auf die Musik selbst habe, was in den nächsten Kapiteln von mir näher beschrieben wird.

## 2. Wie beeinflusst Streaming die Musik?

### 2.1 Klangunterschiede

Im Containerformat WAV, das auf einer Audio CD zu finden ist, werden die Dateien unkomprimiert und verlustfrei gespeichert. Musik-Streamingdienste verwenden jedoch, schon alleine aufgrund der wechselnden Internet-Bandbreite des Users, verlustbehaftete Formate. Spotify setzt laut Rampacher auf Ogg Vorbis. Amazon und Deezer nutzen MP3, Apple und YouTube senden im AAC-Format. (2023). Laut Geiselman werden die Signale bei der Komprimierung in M/S, also Mitten und Seiten Anteile aufgeteilt, wobei die Mitte der Mono des Mixes ist und die Seitensignale die Unterschiede zwischen Links und Rechts darstellen. Da in der Mitte mehr relevante Informationen enthalten sind, wird an den Stereoinformationen links und rechts die Datenrate laut Geiselman dynamisch in Abhängigkeit des Songmaterials angepasst (2019). Dadurch treten bei geringen Bandbreiten vor allem an den Seiten unschöne Artefakte auf, was vor allem bei kleinen Ensembles wie zum Beispiel einem Duett zu hören ist. Bei vielen Streaming Anbietern wie z.B. auch bei Spotify muss man für höhere Bandbreiten aber Geld bezahlen. Spotify Free bietet eine Abhörbandbreite von 128 kbit/s. Spotify Premium von 256 kbit/s (Spotify Deutschland, 2023). Außerdem gilt es nach Rampacher und Geiselman darauf zu achten Seitensignale durch sog. *Klangverbesserer*, z.B. DSPs nicht zusätzlich zu verstärken, da die Artefakte so noch deutlicher hervortreten.

Verlustfreie Dateiformate sind vor allem bei hohen Dynamikumfangen das bessere Abhörformat, da vor allem leise Signale besser wahrnehmbar sind. Streaming Dienste wie Tidal und Deezer bieten laut Rampacher (2023) auch verlustfreies Streaming an. Nach einem Artikel von Rebeka Schlüter (2023) verdichten sich die Gerüchte für ein sog. Spotify Supremium, dass dies für einen Aufpreis bald auch ermöglichen soll.

### 2.2 Lautheit

Bei Streaming Diensten, die außerdem viel mit Playlists arbeiten, soll der Zuhörer nicht dauernd durch das Anpassen am Lautstärkereger abgelenkt werden, weswegen eine einheitliche Anpassung der Lautstärke notwendig ist.

Die Mischung eines CD Albums wird von den produzierenden Mixing und Mastering Ingenieuren bestimmt und ein exaktes Korrektiv existiert nicht. So weist das Album *Dark Side of the Moon* von Pink Floyd - 1973 zum Beispiel eine sehr hohe Dynamik auf, wohingegen das Album *Death Magnetic* von Metallica aus dem Jahr 2008 praktisch gar keine Dynamik aufweist und der Limiter deutlich hörbare Clipping Fehler verursacht. Wie in Abb3. zu sehen (13db Tontechnik, o. D.), musste der Song selbst für das Musikspiel *Guitar Hero 3* neu abgemischt werden.

Abb 3



Für Fernsehsender, die lange mit viel zu laut abgemischten Werbeunterbrechungen auffielen, existiert so eine Lautstärkenormalisierung bereits in der sog. Richtlinie EBU R-128. Diese besagt dass eine durchschnittliche Programmlautstärke von -23 LUFS vorgegeben sein muss. LUFS steht hierbei für Loudness Unit relative to Full Scale, wobei 0 LUFS die 0-dBFS Grenze, also digitale Vollausssteuerung erreichen. Ein extrem lautes Signal kann also um bis zu 23 LUFS vom ermittelten Mittel abweichen.

LUFS geben die Lautheit und nicht die Lautstärke von Audiomaterial an, sind also frequenzabhängig. Dass wir Menschen bei unterschiedlichen Lautstärken, unterschiedlich laut hören, wird bei der Einheit LUFS also, wie im Artikel von Andreas Cattarius (2023) beschrieben, berücksichtigt.

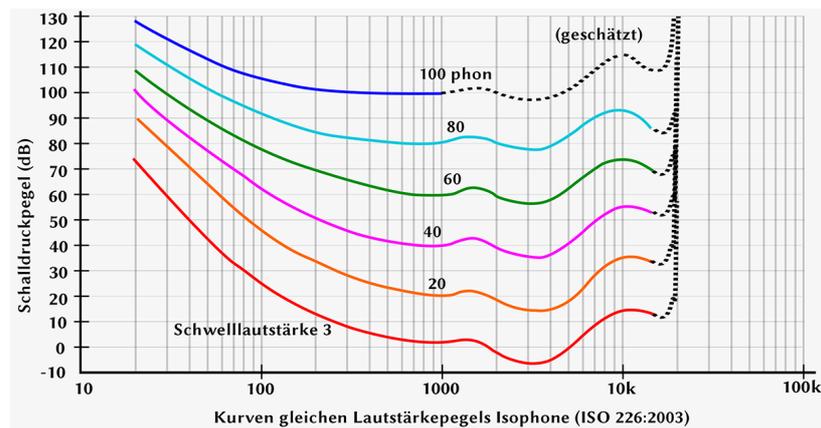


Abb 4: Die Kurven gleicher Lautstärke nach Munson und Fletcher zeigen, dass wir Menschen bei Frequenzen zwischen 1500 und 5000 khz die größte Sensibilität aufweisen und Slnale in diesem Frequenzbereich, in dem auch unsere menschliche Sprache liegt, lauter wahrnehmen.

Außerdem beinhaltet der Algorithmus noch eine Gate Methode, damit Signale die keine Nutzssignale sind, wie zb. Netzbrummen oder Publikumlärm nicht berücksichtigt werden. Innerhalb des Algorithmus, der die LUFS eines Songs ermittelt, wird in drei unterschiedliche Laufzeiten gerechnet. Die LUFS(M) zeigen die momentane Lautheit im Zeitfenster von 400ms ohne Gate Methode. Die LUFS(S) zeigen die kurzfristige Lautheit im Zeitfenster von drei Sekunden, auch ohne Gate Methode und LUFS(I) zeigt die integrierte Gesamtlautheit eines kompletten Programmteils, mit der Gate Methode.

Streaming Dienste orientierten sich nach und nach an dieser Lautstärke Normalisierung, so passt Spotify die Songs auf -14 dB LUFS an (Spotify for Artists, 2023) und schreiben dabei, auch die einzelnen Songs eines Albums bei der Shuffle Wiedergabe aneinander anzupassen, wodurch die ursprünglich von der Band und/oder dem Masteringeneur/-in vorgesehene Lautheit, des einzelnen Liedes verändert wird. Spotify kann außerdem mit drei unterschiedlichen Lautstärke-Normalisierungsstufen abgespielt werden.

**Laut:** -11dB LUFS

**Normal:** -14 dB LUFS

**Leise:** -19dB LUFS

Grundsätzlich trägt der Ansatz dazu bei, dass dynamische Musik ihre Pegelspitzen nicht verliert und insgesamt nicht zu stark abgesenkt wird, was der Klangqualität zu Gute kommt. Viele Produzenten wissen laut Geiselmann (2019) jedoch nicht wie laut ihr eingerichtetes Stück letztendlich gestreamt wird, was zu Problemen führen kann.

Hier zeigt Geiselmann (2019) beim Album *Dark side of the Moon*, dass, obwohl Apple Music bei Alben eine andere Korrektur anwendet als bei zusammengestellten Playlisten, es zu massiven Übersteuerungen nach Apples Lautstärkekorrektur auf dem Desktop kommt.

Abb 5



Oben: Waveform des Album „The Dark Side of the Moon“ auf CD.

Unten: Waveform des Album „The Dark Side of the Moon“ nach Apples Lautstärkeanpassung..

## 2.3 Musikproduktion für Streaming

Die Musikindustrie passt sich dem Streaming Angebot an. Viele verschiedene Journalisten und Redakteure wie zum Beispiel Lisa Forster (2018), Anna Sophie Becker (2023) und das Pyngu Magazin (2021) beschreiben dieses Phänomen in ihren Artikeln. Forster zitiert dabei Musikwissenschaftler Martin Lücke der sagt: „Musik wird anders geschrieben, seit das Streaming so wichtig ist“. Forster schreibt weiter: „Denn die Labels verdienen nur an einem Stream, wenn die Hörer einen Song länger als 30 Sekunden anhören“ (2018). Becker (2023) bezieht sich in ihrem Artikel auf den Musiker Charlie Harding, der in einem Interview mit The Verge erklärt, dass sich die Songlänge in den letzten achtzehn Jahren um dreißig Sekunden verkürzt hat und merkt in ihrem Artikel weiter an, dass Künstler seltener viele ihrer Songs auf einmal in einem Album veröffentlichen, sondern in kurzen Abständen regelmäßig, um häufiger in großen Playlists aufzutauchen. Laut ihr nennt man diese Strategie „*Waterfall-Release*“. Das Pyngu Magazin (2021) merkt an, dass viele Songs mittlerweile mit dem Refrain beginnen und zitiert dabei eine Studie der Ohio State University, die eine Kürzung der instrumentalen Intros von ca. 20 Sekunden, auf nur noch fünf Sekunden ermittelte.

Ein wichtiger Aspekt für hohe Klickzahlen scheint laut Herbstreuth (2017) auch die Durchhörbarkeit eines Liedes zu sein und macht dies an dem Erfolg des Liedes *One Dance* von Rapper Drake, aus dem Jahre 2016 fest. Er zitiert Holger Schramm, der zu Musik in Medien an der Uni Würzburg forscht. „Musik wird in dem Moment von Hörern als angenehm erlebt, wenn sie sich von der Musik nicht überfordert fühlen. Wenn die Struktur relativ einfach ist, der Rhythmus einfach, die Harmonien einfach und sich innerhalb des Songs nicht viel verändert – dann hat der Hörer das Gefühl, er kennt den Song. Und alles, was wir meinen zu kennen, honoriert unser Gehirn mit einem positiven Gefühl. Viele hören das so im Hintergrund, arbeiten nebenbei, machen was im Haushalt. Manche arbeiten sogar im Büro und hören nebenher Musik. Das heißt also, es muss eine Musik sein, die gut im Hintergrund laufen kann, aber auch nicht zu viel Aufmerksamkeit zieht. Insofern wird Popmusik gerade fürs Radio so angelegt, dass sie nicht überfordert, so würde ich das ausdrücken. Tendenziell vielleicht sogar etwas unterfordert beziehungsweise langweilt.“

Auch andere Lieder in den Top 10 Streaming Charts glänzen nicht gerade durch Komplexität. Im Song *Someony you Loved* werden immer wieder die vier gleichen Noten innerhalb eines Taktes wiederholt und okaviert. Im Song *Dance Monkey* hören wir auch immer wieder die selben Piano Akkorde und bei *Shape of You* bleibt vor allem der sich immer wiederholende, nur selten variierende Marimba Klang hängen, der auch direkt im Intro gespielt wird. Dies macht die Lieder nicht schlecht, aber durch ihre Unaufgeregtheit und Eintönigkeit vielleicht etwas langweilig.

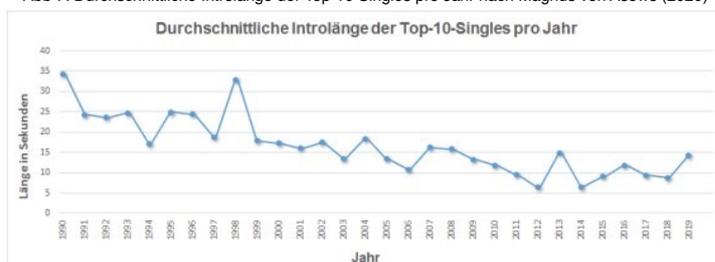
Dafür aber sind sie eingängig und vor allem leicht durchhörbar. Beispiele von solcher Musik gibt es viele. Innerhalb des, den deutschen Charts vier Wochen lang auf Platz 1 thronendem Song (Sony, 2022) *Wildberry Lillet* von Nina Chuba, erklingt ab Beginn gleich dreimal der Refrain in leicht abgeänderter Version. „Erstmal kommt es nur so gemurmelt, beim zweiten Mal ist dann ein bisschen Musik dabei, und beim dritten Mal kommt die komplette Hook“, sagt Schoon, ein Musikproduzent der von Nils Crauser 2023 für die Tagesschau interviewt wurde. Shaun aber lobt die Konzeption des Songs und sagt, es nutze sich gar nicht ab und habe musikalisches Konzept.

Abb 6: List of Spotify streaming records from Wikipedia (2023).

Rank	Song	Artist(s)	Streams (Milliarden)	Release Date
1.	Blinding Lights	The Weeknd	3.969	2019
2.	Shape of You	Ed Sheeran	3.730	2017
3.	Someone you Loved	Lewis Capaldi	3.127	2018
4.	Sunflower	Post Malone and Swae Lee	3.077	2018
5.	Dance Monkey	Tones and I	2.962	2019
6.	Starboy	The Weeknd feat. Daft Punk	2.912	2016
7.	One Dance	Drake feat. WizKid and Kyla	2.911	2016
8.	As ist was	Harry Styles	2.907	2022
9.	Stayr	The Kid Laroi and Justin Bieber	2.885	2021
10.	Rockstar	Post Malone feat. 21 Savage	2.787	2017

Doch nicht nur in der heutigen Zeit gibt es eingängige, auffällige und im Gedächtnis bleibende Intros. Eines der bekanntesten liegt über 200 Jahre zurück und hat sich in die Musikgeschichte gebrannt: Die ersten vier Takte der Sinfonie Nr. 5 c-Moll op. 67 Beethovens, besser bekannt als Schicksalssymphonie, aus dem Jahre 1807. Matteo Schwanegel, hier zitiert nach Nils Crauser (2023) sagt dazu: „Als Beethoven das geschrieben hat, da war es schon so, dass er dachte, das muss irgendwie ballern. Das muss direkt jedem im Ohr sein. Und auch da sind es nur zwei verschiedene Töne und vier Noten - das reicht, um dieses Motiv immer weiter zu entwickeln in der Klassik“. Auch das Lied *Help* von den Beatles, aus dem Jahre 1965 wird bei Crauser als Beispiel herangezogen, doch es finden sich noch weitere Songs die beweisen dass das Prinzip des eingängigen Intros, im Klang dem Refrain gleich oder ähnelnd, schon sehr lange angewandt wird. Ich möchte hier daher die Lieder *Sweet Home Alabama* - Lynyrd Skynyrd, aus dem Jahre 1974, *Smoke on the Water* - Deep Purple, aus dem Jahre 1972 und *Hound Dog* - Elvis Presley, aus dem Jahre 1956 erwähnen.

Abb 7: Durchschnittliche Introlänge der Top-10 Singles pro Jahr nach Magnus von Asows (2020)



Ausreiser wie die Jahre 1998 und 2013 ab. Während das Jahr 1998 nach Asow (2020, S. 38) mit *The Boy Is Mine*, *Together Again* und *All My Life* gleich drei Lieder in den Top 10, mit 45, 58 und 70 Sekunden verhältnismäßig lange Intros hatte, ist die Abweichung aus dem Jahr 2013 weniger auf einzelne Lieder zurückzuführen, sondern auf mehrere untersuchte Song Intros die eine Länge von 20 Sekunden und länger enthalten.

### 3. Wie beeinflusst Streaming den Konsum?

#### 3.1 Playlist vs Album

Der Begriff *Album* kommt aus der Zeit der Schellakplatten (Musikalbum, in wikipedia, 2023), deren Abspielzeit je nach Durchmesser nur drei bis fünf Minuten pro Plattenseite betrug. Um eine komplette Wagner-Oper hören zu können benötigte man somit bis zu dreißig Platten, die in speziellen buchartigen Alben angeboten wurden. Wie in Kapitel 1.3 beschrieben, löste die Vinyl oder Langspielplatte die Schellakplatte ab 1940 allmählich ab, der Begriff blieb aber und wird bis heute verwendet. Musiker wie *Frank Sinatra* und *Johnny Cash* erkannten die Möglichkeiten der Langspielplatte und begannen ihre Songs, wie zum Beispiel in Johnny Cashes achtem Studioalbum *Ride this Train*, konzeptionell aufzubauen, wo bereits auf dem Cover von einem „Reisebericht in Amerika die Rede“ ist (siehe Abb. 8). Bis in die 1950er Jahre war die Single LP aufgrund der technischen Möglichkeiten also marktbeherrschend. Als bekanntestes und prägendstes



Abb 8: Cover des Konzeptalbums „Ride this Train“ (johnnycash.com)

Konzeptalbum, gilt die Platte *Sgt. Pepper's Lonely Heart Club Band* die 1967, konzipiert von den Beatles, laut Wikipedia (Konzeptalbum, 2023) ausschlaggebend für die Einführung des Begriffs Konzeptalbum war. Nach Stefan Künzli (2017) koppelten die Beatles aus dem Album keine Single aus und brachen mit dem Album die Vorherrschaft der Single LP. Der Siegeszug des Albums scheint jedoch vorbei. Laut dem Audio Monitor U.S. Bericht (2018, S.55) dominieren vor allem bei den jungen Nutzern Playlists vor den Alben (siehe Abb. 9). Bereits zur Zeit des MP3 Players konnten Nutzerinnen und Nutzer ihre eigenen Playlists auf ihren Geräten erstellen, doch erst im Zeitalter des Streamings ist es möglich diese auch mit der breiten Öffentlichkeit zu teilen und die anderer User zu konsumieren. Dass dieses Angebot genutzt wird zeigen die Follower-Zahlen der größten Playlist weltweit (Chartex), der insgesamt 34,3 Millionen Menschen folgen.

Die Beliebtheit von Playlists lässt sich meiner Ansicht nach darauf zurückführen, dass Kunden die Möglichkeit haben, ihr eigenes individuelles Konzeptalbum zu gestalten. So finden sich viele Playlists in den Top 50 die eine gewisse Stimmung beschreiben, die vermutlich beim Hören erzeugt werden soll. Beispiele hieraus sind der 10. Platz *Beast Mode*, der 11. Platz *Chill Hits*, der 17. Platz *Mood Booster* und der 27. Platz *Motivation Mix*. Lieder wie *One Dance* eignen sich, wie in Kapitel 2.3 beschrieben, durch ihre Anpassungsfähigkeit daher, in vielen solcher Top-Playlists zu landen.

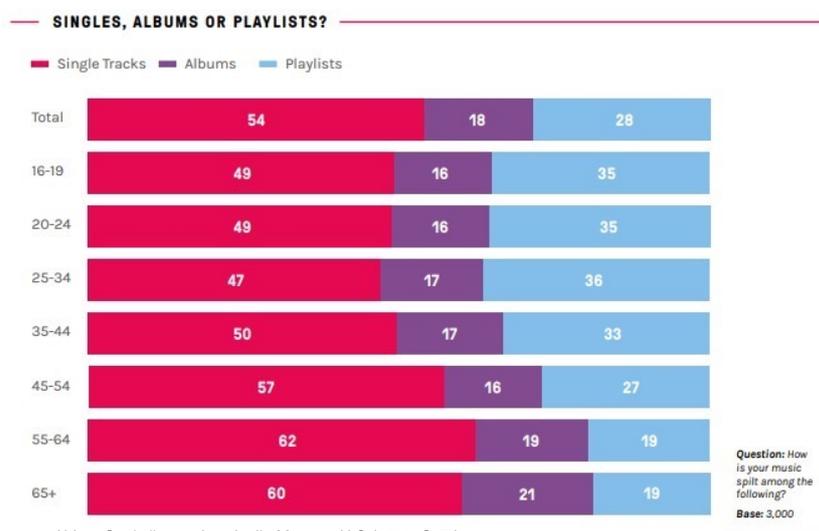


Abb 9: Statistik aus dem Audio Monitor U.S (2018, S.55).

2019 hat Spotify personalisierte, redaktionelle Playlists eingeführt, die auf den Musikgeschmack oder die Stimmung des Hörers individuell angepasst sein sollen (Schmiesing, 2019). Die alten redaktionellen Playlists werden also durch individuelle Zusammenstellungen für alle Nutzer ergänzt. Spotify erklärte hierzu laut Schmiesing: „Wir haben festgestellt, dass nach der Entdeckung eines Songs durch eine personalisierte, redaktionelle Playlist die Anzahl der Hörer, die dann den Track selbstständig für Wiederholungshörungen suchen, um 80% gestiegen ist. Tatsächlich ist die durchschnittliche Anzahl der Male, die ein Zuhörer einen Track speichert, um 66% gestiegen - das alles sind gute Nachrichten für Künstler“. Kritiker zweifeln jedoch an, dass Spotify alle potentiellen Anwerber gleich behandelt. So erwies eine Studie des Unternehmens Music Tomorrow (Knibble, 2022), dass Major Labels nicht nur auffällig häufiger auf kuratierten Playlists vertreten sind, sondern dass deren Anteile ungefähr den Marktanteile der Labels entsprechen.

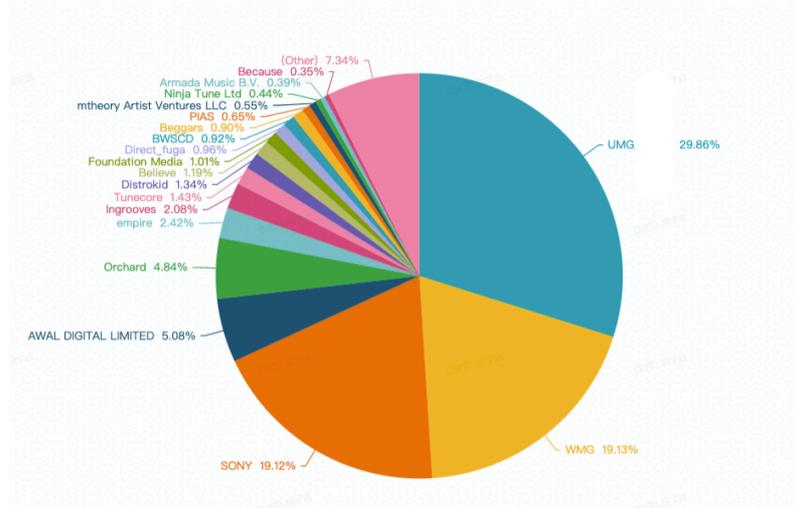


Abb 10: Tracks in % by Record Labels in the New Music Friday Global playlist (2017 - 2021) from Analysis by Julie Knibble (2022)

Den größten Einfluss auf den Inhalt einer Playlist hat jedoch der Ersteller selbst und betrachten wir hier die 20 erfolgreichsten Playlists der Welt (Chartex), fällt auf, dass Spotify 19 der 20 erfolgreichsten Playlists selbst betreibt und in den Top 100 lediglich drei andere Creator mit insgesamt vier Playlists vertreten sind. Spotify besitzt auf ihrer eigenen Dienstleistungsplattform also ein Playlist-monopol. So sind Label und Künstler zunehmend auf den Streaming Anbieter angewiesen, um einen Platz in den großen Playlists zu ergattern. Durch den Wegfall des, von Bands für den Kunden konzipierte Album und die Fülle an Daten der Nutzer, kann der Konzern also mehr und mehr das Hörverhalten der Konsumenten kontrollieren. Eine dieser Vorgehensweisen findet sich auch auf meinem Spotify Account wieder, der passend am 30. Dezember 2023, eine personalisierte Party Playlist für Silvester vorschlägt. Auffällig an der *Partyhymnen-Playlist* ist, dass die ersten drei Lieder *Zukunft Pink*, *Mangos mit Chili* und *Nachts wach*, Titel sind, die ich dieses Jahr häufig gehört habe und dadurch eine gute Durchhörbarkeit erzeugen. Diese Auswahl trägt dazu bei, eine angenehme Kontinuität zu schaffen um viele der mir unbekannt, nachfolgenden Titel in der automatisierten Playlist zu „akzeptieren“. Meine Vermutung ist also: Die eingangs genannten Lieder sollen mich ermutigen in der Playlist zu verweilen. Dieser bewusste Einsatz von Titeln, die ein nostalgisches Gefühl in mir erwecken könnten, an den Beginn der Playlist zu setzen, deckt sich mit meiner bisherigen Recherche.

Während die Major Labols und Musiker abhängig von Spotifys Redakteuren und Algorithmen sind, um auf der Plattform Aufmerksamkeit zu generieren, so ist der Konzern abhängig von Musikern und Produzenten, die ihre Musik auf der Dienstleistungsplattform anbieten. So unterzeichnete der heutige Marktführer im Jahr 2008 die ersten Lizenzvereinbarungen mit Unternehmen wie der Universal Music Group, Sony BMG, EMI Music und der Warner Music Group (spotifysehr, 2008). Benjamin Fischer (2023) schreibt in seinem Artikel für die Frankfurter Allgemeine Zeitung, die großen Plattenfirmen erhielten im Zuge der Lizenzierung ihrer Titel auch 18 Prozent der Anteile an Spotify, dass 2018 an die Börse ging. Der Einfluss auf Spotify durch Major Labels kann also durchaus angenommen werden.

### 3.2 Die Algorithmus Bubble

Dass Spotify ihre Daten nicht nur auf Abspielzeiten, Klicks und Präferenzen auswertet, sondern Musik auch anhand von Textpassagen und Tönen analysiert, um diese geeigneten Nutzern vorzuschlagen, ist seit der Übernahme von dem Datendienstleister *The Echo Nest* im Jahre 2014 bekannt, (Briegleb, 2014) welches Songs in 1500 verschiedene Genres einteilen kann (Sommer, 2018). Der Algorithmus, erstellt und arrangiert die Playlists also nach Vorliebe und Daten des Nutzers, woraus häufig die Befüchtung entsteht das Konsumenten nur noch „sklavisch“ dem Wille des Algorithmus unterworfen sind und kaum noch freie Entscheidungen treffen.

Mahnke (Pariser, Eli, 2012. zit. n. Mahnke, 2015, S. 38) zitiert in seinem Essay aus dem Buch *The Filter Bubble: what the Internet is hiding from you*. „In the spring of 2010, while the remains of the Deepwater Horizon oil rig were spewing crude oil into the Gulf of Mexico, I asked two friends to search for the term ‘BP’. They’re pretty similar – educated white left-leaning women who live in the Northeast. But the results they saw were quite different. One of my friends saw investment information about BP. The other saw news. For one, the first page of results contained links about the oil spill; for the other, there was nothing about it except for a promotional ad from BP “. Er beschreibt auf Seite 43 aber auch das wechselseitige Wirken des Nutzers und Algorithmus aufeinander. „Denn algorithmischen Personalisierung basiert sowohl auf der algorithmischen Funktionsweise, als auch auf dem tatsächlichen Nutzerverhalten. ... Bei alledem darf nicht vergessen werden: Facebook und Google...“ oder in unserem Fall Spotify, „... sind Handlungsoptionen, aber sicherlich keine Notwendigkeiten, auch wenn es nur wenige Alternativen gibt.“ (Mahnke, 2015, S. 43). Diese Alternative steht auch bei Spotify zur Verfügung, wo weiterhin die Suchfunktion genutzt werden kann, anstatt vom Algorithmus vorgefertigte Playlists zu verwenden.

Die Suchfunktion des Streaming Dienstes rückt jedoch in der Priorisierung der Nutzereingaben immer weiter nach hinten, was vor allem seit dem 2021er Layout auffällig ist, in der die *Such-Lupe* ihr auffällig weißes Eingabefeld im Startbildschirm verlor und unter den Home Button rutschte, was in Abbildung 11 (MattSuda, 2022) gut zu sehen ist.

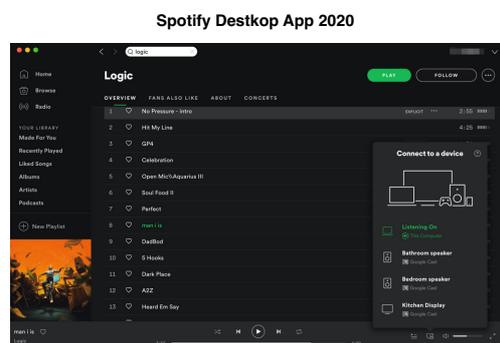


Abb 11: Picture by MattSuda (2022)

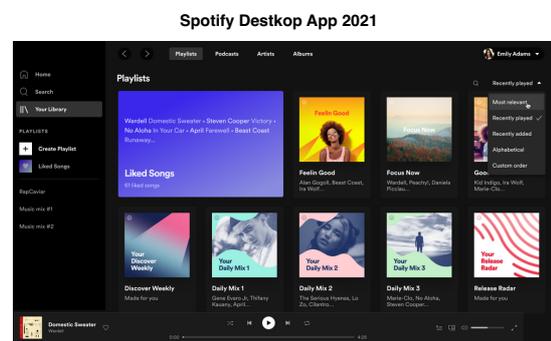


Abb 11: Picture by MattSuda (2022)

Stattdessen rücken Spotify erstellte Inhalte, wie die 2015 eingeführte Playlist *Discover Weekly* (Pierce, 2015) prominent auf die Startseite um Spotify weniger zu einer Musikbibliothek, sondern mehr zu einer Musikempfehlungsapp, basierend auf dem entsprechendem Leben des Rezipienten, zu machen. Shiva Rajaraman erklärte die Vision nach einem Artikel in *wired* (Pierce, 2015) wie folgt:

*"What If we took this to its full conclusion? Where instead of orienting around this idea of having music which you put in a library, we orient more around your life?"*

Das Beta Projekt *Spotify Stations*, welches seit 2018 in Australien und USA angeboten wurde, bot gar kein Suchfenster mehr an. Die einzelnen User navigierten nur noch zwischen kuratierten Playlists umher. *Stations* wurde zwar im Jahre 2022 eingestellt (Jackson, 2022), dass Feature ging aber in *Spotify Radio* auf, in dem der Algorithmus basierend auf einem ausgewählten Song und dem dir zugehörigen musikalischem Profil, eine Playlist generiert, die wahlweise abgespeichert, oder bei Spotify Premium auch heruntergeladen werden kann.

Spotify bietet also eine maßgeschneiderte Hörerfahrung an, nimmt seine Abonnenten jedoch an die Hand, anstatt ihnen Kontrolle zu gewähren und erstellt mit Hilfe von *The Echo Nest* Nutzerprofile, die nicht eingesehen oder aktiv bearbeitet werden können und mit der eigenen Selbstidentifikation somit nicht übereinstimmen müssen.

## 4. Das Geschäftsmodell Spotify

### 4.1 Werbung - Das Geschäft mit den Daten

Spotify nutzt zwei unterschiedliche Modelle, die dem Kunden angeboten werden. Zum einem den werbefinanzierten Spotify Free Account, bei welchem mit Werbeunterbrechungen alle auf Spotify angebotenen Lieder in schlechterer Abhörqualität, wie in Kapitel 2.1 herausgearbeitet, gestreamt, jedoch nicht heruntergeladen werden können und mehrere Spotify Premium Modelle, die im kostengünstigen Studentenangebot 5.99€ monatlich, im teuersten Familienangebot 17.99€ monatlich für 6 Premium Konten, kosten (Spotify, 2023).

Aus einem Änderungsantrag (United States Securities and Exchange Commission, 2018, S. 78) einer Registrierungserklärung für ausländische Wertpapiere von 2018 geht hervor, dass laut Spotify die Premium Kunden 90% der Gesamteinnahmen generieren, 60% aller Premium User, den Dienst zuvor jedoch kostenfrei nutzten (United States Securities and Exchange Commission, 2018, S. 65), weswegen davon ausgegangen werden kann, dass *Spotify free* hauptsächlich dazu dient, potenzielle Premium Kunden zu locken. Außerdem geht aus dem Bericht hervor, dass geschaltete Werbung kundenbezogen ist: „ We believe we understand people through music, their mood, mindset, activities, and tastes, and we can serve them relevant advertising catered specifically to them“ (United States Securities and Exchange Commission, 2018, S. 116).

Ein Beispiel für kundenbezogene Werbung ist die 2016 gestartete Branded Moments Kampagne (Rondinella, 2016), die es Marken erlaubt, Spotify Free User in Echtzeit mit vertikalen Videos in alltäglichen Lebenssituationen anzusprechen. Dabei helfen die in Kapitel 3.1 beschriebenen, stimmungsbewussten Playlists, die Alltagssituation des Musikkonsumierenden zu erkennen. Spotify ermöglicht es Firmen, ihre Werbung in passenden Playlists zu platzieren, um den Kunden mit sechs sog. branded Moments (zu deutsch: *Markenmomente*) zu erreichen. Die Fast-Food Kette Wendy's sponserte so 2017 den *Dinner Moment* (Weissbrot 2017), damit ihre Videos vor allem in Playlists abgespielt werden, die häufig nach der Arbeit laufen. Bacardi sicherte sich zum Beispiel den branded moment *Party* ( Sloane, 2016). Insgesamt gab es zum Start sechs sog. Branded Moments: Chill time, workout, party, dinner, Focus and sleep. Die Artists erhalten jedoch kein Geld für das Bereitstellen ihrer Musik auf der Playlist und haben laut Jessica Meiselman (2018) auch häufig zu viel Angst dieses Recht einzufordern, um den Kontakt zu Spotify und potenzielle Band-Sponsoring nicht einzuschränken.

### 4.2 Künstler - Die Debatte über gerechte Bezahlung

Spotify und andere Streaming Dienste agieren nach dem sog. *Pro-Rata-Modell*, was sämtliche Einnahmen zusammenfasst und dann proportional auf die Gesamtanzahl der Abrufe aller Künstler verteilt (Walter, 2022). Spotify verteidigt dieses Modell und argumentiert mit geringen Bürokratiekosten (Meyn et al., 2022, Seite 115).

Eine Alternative für dieses Modell ist das sog. *User-Centric Modell*, das den Umsatz eines jeden einzelnen Nutzer durch die tatsächlich von diesem Nutzer generierten Streams verteilt. Die Auszahlung der Nutzer an die Künstler, kann sich also unterscheiden. Eine im Journal of the Academy of Marketing and Science veröffentlichte Studie (Meyn et al., 2022), betrachtete anhand eigens erhobener Daten von 3.326 Befragten, die nach ihrem Hörverhalten befragt wurden, die genrebezogenen Effekte nach den Einflussfaktoren *Hörzeit*, *Abonnementgebührenbetrag* und *Songlänge*. Als Beispiel: Liegt die Songlänge unter dem Durchschnitt, kann ein einzelner Song bei gleicher Abspielzeit länger gestreamt werden, wodurch das Genre vom Pro-Rata Modell profitiert. Haben die Konsumenten eines Genres eine lange durchschnittliche Hörzeit, verliert das Genre im Pro-Rata Modell (siehe Abb. 12).

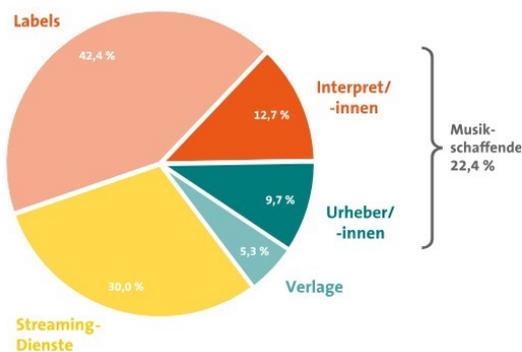
Abb. 12: Ein positiver Wert impliziert, dass ein bestimmtes Genre unter einem nutzerzentrierten Vergütungsmodell mehr Lizenzgebühren erhalten würde als unter Pro-Rata-Vergütungsmodell. Zu sehen ist eine unterschiedliche Profitierung der einzelnen Genres, abhängig vom genutzten Modell. Bild aus (Meyn et al., 2022, Seite 122).



Die Debatte über gerechte Bezahlung der Künstler ist keine Neue und wird bis heute geführt. Aus Sicht vieler Künstler und Künstlerinnen schüttet Spotify die Einnahmen ungleich aus. Künstlerin Nina berichtet in einer dreiteiligen Reportage des Bayerischen Rundfunks, es gäbe über 8 Millionen Künstler bei Spotify und nicht einmal 1% verdienen über 90% des Gesamteinkommens (Bayerischer Rundfunk, 2023, 3:11min). Die Band Ok Kid nennt kurze Zeit später konkrete Zahlen und berichtet an 10 Millionen Streams auf Spotify, ungefähr 40.000 Euro zu verdienen (Bayerischer Rundfunk, 2023, 6:23min). Die Einnahmen pro Stream variieren zusätzlich aufgrund der individuellen Verträge, die Künstler mit ihren Labels oder Produzenten abgeschlossen haben, weswegen kein fester Betrag festgelegt werden kann. Als Annäherung können aber die in einem Video des Musikers L.Dre veröffentlichten Zahlen dienen. Spotify zahlt ihm bei 4.5 mio. Streams 11.700 Dollar. Apple Music zeigte sich mit 24.200 Dollar, bei 4,7 mio. Streams im Vergleich rentabler für den Künstler (L.Dre, 2022). Dies ergibt bei Spotify einen Betrag von 0,0026€ pro Stream und bei Apple Music einen Betrag von 0,0051€ pro Stream. Bei L.Dre handelt es sich um einen unabhängigen Künstler, der kein Geld durch Verträge an Produzenten oder Labels abführt.

Eine Studie im Auftrag der GEMA kam zu dem Ergebnis, dass sich die Einnahmen aus einem Standard Streaming-Abo von 9.99€ zu 42,4% auf die Labels und nur zu 22,4% auf die Musikschaffenden verteilt, wie in Abb 13 zu sehen (GEMA, 2022). Diese Verteilung spiegelt die anhaltende Debatte um eine gerechte Entlohnung für Künstler und Urheber wider.

Abb 13



Die Künstler belastet auch die sinkende Zahl der Personen in Deutschland, die bereit ist für Musik Geld auszugeben - inklusive der Premium-Streaming Abonnenten, bei gleichzeitige sinkenden Umsatzzahlen in Deutschland pro 1000 Musikstreams (Goldmedia GMBH, 2022, S. 32 ff.). Viele Künstler vertreten daher die Ansicht Spotify entwertete Musik und äußern, es sei absurd Zugang zur kompletten Musikgeschichte für 10 Euro im Monat zu erhalten. Auf einer Skala von 1 (stimme überhaupt nicht zu) bis 10 (stimme voll und ganz zu), ob die Preise der Streaming Dienste zu hoch seien, liegt der durchschnittlich angegebene Wert bei 6,2. Der häufigste Wert ist jedoch 10 von 10, der von 22 % der Befragten genannt wurde. (Goldmedia GMBH, 2022, S. 50 ff.)

### 4.3 Der Fall Vullfpeck

Dass das Modell Spotify seine Schwächen hat, bewies die Band *Vullfpeck* im Jahre 2014 deutlich. Um Geld für ihre Tour zu sammeln, ermutigten sie ihre Fans, ihre Album *Sleepify* auf Spotify in Dauerschleife, während des Schlafens abzuspielen. *Sleepify* bestand aus 10 Liedern, die ausschließlich Stille enthielten, und eine Länge von knapp über 30 Sekunden aufwiesen. Damit sollte die kommende Tour der Band finanziert werden. (Böhm, 2014). Der Spotify Konzern reagierte erst einmal nicht. Ein Sprecher nannte die Idee sogar einen „clever Stunt“ (McDuling, 2014), nahm 2 Monate später das Album jedoch offline. Die Band soll zu diesem Zeitpunkt bereits 20.000 Dollar mit dem Streams der Songs verdient haben (laut, 2014). Da auf Spotify auch Lieder wie „4'33'“ von John Cage (4'33', 2023) zu finden sind, wurde der Schritt von vielen kritisiert.

Das Album *Sleepify* wurde von Spotify schließlich gesperrt, doch es gibt Musiker auf der Plattform die scheinbar auch „schlafend“ ihr Geld verdienen. In der Dokumentation *Dirty Little Secrets*, (Folge 02: Der Geistermusiker, 2023) wird der Lo-Fi Musiker *Norman Dück* gezeigt. Sein durchschnittliches Pensum gibt der Musiker mit fünf Songs pro Woche an, was ihn bis Anfang 2023 auf zehn bis zwölf Millionen Aufrufe gebracht habe. Die Musik von Dück kann als simpel und minimalistisch beschrieben werden, landet aber auch wahrscheinlich deswegen (siehe Kapitel 2.3 Durchhörbarkeit) auf vielen erfolgreichen Spotify Playlists. Wie viel Norman Dück verdient möchte er nicht sagen, aber er sagt, er kann sehr gut davon leben und habe mehr als er braucht. (Bedford-Strohm & Kahmis, 2023).

## 5. Fazit

Wie in meiner Hausarbeit eruiert hat sich die Musikindustrie schon mehrfach gewandelt und die schwere Krise der 2010er Jahre (siehe Abb. 2) überstanden. Die Menschen sind wieder bereit Geld für Musik auszugeben und besitzen durch die flächendeckende Verfügbarkeit von Millionen von Songs auch überall die Möglichkeit diese abzuspielen. Wie in Kapitel 3 jedoch ausführlich beschrieben, wird der individuelle Einfluss des Musikkonsumierenden immer geringer. Das User-Verhalten wird von Algorithmen beeinflusst und das Geld landet aufgrund des Pro Rata Modells nicht nur bei den gehörten Künstlern. Viele Musikschafter empfinden ihre Bezahlung über die Streaming Dienste als zu niedrig und unverhältnismäßig (siehe Kapitel 4.2), sind jedoch aufgrund der hohen Marktdominanz auf die Streaming Plattformen angewiesen. Innerhalb der Branche fehlen Möglichkeiten den Druck auf Labels und Musikanbieter zu erhöhen, um ein User-Centric Modell flächendeckend einzuführen. Vor allem kleine Künstler mit geringer Reichweite haben es schwer, innerhalb des vorherrschenden Marktes zu überleben und können sich meist nur durch Konzerte und Merchandiseverkäufe über Wasser halten, was den Druck, dem Algorithmus angepasste (siehe Kapitel 2.3) Musik zu produzieren, erhöht.

Eine grundsätzliche Verunglimpfung der Streaming Anbieter halte ich jedoch für ungerechtfertigt, da viele Musikhörer bereits vor deren Existenz nicht bereit waren, Geld für ihren Konsum auszugeben. Sie nutzten Plattformen wie *Napster* oder *The pirate bay* um schnell, illegal und kostenlos an Inhalte zu gelangen. Eine Neuausrichtung des Marktes war demnach obligatorisch. Womöglich verhindert aber auch die Dominanz der Major Labels eine gerechtere Aufteilung des erwirtschafteten Kapitals, die prozentual sehr viel Einnahmen aus gestreamten Inhalten (siehe Abb. 5) erhalten. Die Plattform Spotify, war vor allem zu Beginn, auf die Kooperation derer angewiesen. Doch auch die Major Labels erwirtschaften dank Anbietern wie Apple Music und Spotify viel Geld und profitieren vom Untergang der Internet Piraterie, der dank Streaming ermöglicht wurde. Dass Spotify die Beteiligung der Labels deckelt, ist jedoch unwahrscheinlich, da diese durch ihre Lizenzrechte ein großes Druckmittel gegenüber dem Konzern besitzen, durch welches sie bereits 2008 hohe Aktienanteile erhielten (siehe Kapitel 3.1). So ist zu hoffen dass sich mehr und mehr Künstler gegen das Pro-Rata Modell der Streaming Anbieter aussprechen um eine größere Öffentlichkeit zu schaffen und ähnlich wie der Musiker Norman Dück (siehe Kapitel 4.3) unabhängigeres Arbeiten anstreben. Letzen Endes braucht es vor allem einen direkt nachvollziehbaren Geldfluss von Konsument zu Künstler, der durch das aktuelle Pro-Rata Modell verhindert wird. Dass erste Streaming Anbieter wie *Deezer* sich dem User Centric Modell zuwenden (Backstage Pro, 2023), erweckt Hoffnung.

## Literaturverzeichnis

13db Tontechnik. (Ohne Datum). Negativbeispiele Loudness War. <https://13db.de/mastering/lautheit-lautstaerke-loudness/negativbeispiele-loudness-war/>

4'33`` (03.02, 2023). In *Wikipedia*. <https://de.wikipedia.org/wiki/4'33''>. (Aufgerufen am 06.02.24).

Audio Monitor U.S. (2018). *The Overall Music Landscape*. Seite 55. [https://musicbiz.org/wp-content/uploads/2018/09/AM\\_US\\_2018\\_V5.pdf](https://musicbiz.org/wp-content/uploads/2018/09/AM_US_2018_V5.pdf)

Award Regen für Nina Cubas `Wildberry Lillet` (19.12, 2022) [sonymusic.de. https://www.sonymusic.de/award-regen-fur-nina-chubas-wildberry-lillet/#:~:text=Für%20Nina%20Chuba%20war%202022,n%27B%2DSong](https://www.sonymusic.de/award-regen-fur-nina-chubas-wildberry-lillet/#:~:text=Für%20Nina%20Chuba%20war%202022,n%27B%2DSong)

Backstage Pro (03.11, 2023). *Deezer ergänzt sein neues Auszahlungsmodell mit einem Benutzerzertifikate Element*. [https://www.backstagepro.de/thema/deezer-ergaenzt-sein-neues-auszahlungsmodell-durch-ein-benutzerzentriertes-element-2023-11-03-LVdWj9xFRB#:~:text=Auf dem Weg zum benutzerzentrierten,gehörten Künstler\\*innen verteilt werden](https://www.backstagepro.de/thema/deezer-ergaenzt-sein-neues-auszahlungsmodell-durch-ein-benutzerzentriertes-element-2023-11-03-LVdWj9xFRB#:~:text=Auf dem Weg zum benutzerzentrierten,gehörten Künstler*innen verteilt werden)

Bayerischer Rundfunk. (11.06, 2023). *Wie Spotify Geld verdient: Der geheime Deal mit den Labels (1/3)*. Minute 3:11. YouTube. <https://youtu.be/WDU-9fuC7RA?si=PEVMVO54feo8S1ps>

Bayerischer Rundfunk. (11.06, 2023). *Wie Spotify Geld verdient: Der geheime Deal mit den Labels (1/3)*. Minute 6:23. YouTube. <https://youtu.be/WDU-9fuC7RA?si=PEVMVO54feo8S1ps>

Becker, A, S, (06.09.2023). Spotify, Apple Music und Co. - Wie Streaming die Musikindustrie verändert. [media-bubble.de. https://media-bubble.de/spotify-apple-music-und-co-wie-streaming-die-musikindustrie-veraendert/](https://media-bubble.de/spotify-apple-music-und-co-wie-streaming-die-musikindustrie-veraendert/)

Becker, M. (2017, 20.02). *Chip.de. Erinnern sie sich an Napster? So ging die illegale Tauschbörsen unter*. [https://www.chip.de/news/Erinnern-Sie-sich-an-Napster-Das-wurde-aus-der-Tauschboerse\\_109143995.html](https://www.chip.de/news/Erinnern-Sie-sich-an-Napster-Das-wurde-aus-der-Tauschboerse_109143995.html)

Bedford-Strohm L. & Khamis S. (31, 05. 2023). Dieser LoFi-Musiker lebt von Spotify-Streams - mit fünf Songs pro Woche. *Br.de*. <https://www.br.de/radio/bayern2/sendungen/zuendfunk/wieso-der-lo-fi-musiker-norman-dueck-von-streams-leben-kann-100.html>

Böhm, M. (25. 03, 2014). Wie eine amerikanische Band Spotidy austrickst. [spiegel.de. https://www.spiegel.de/netzwelt/web/musikstreaming-us-band-vulfpeck-trickst-spotify-aus-a-960443.html](https://www.spiegel.de/netzwelt/web/musikstreaming-us-band-vulfpeck-trickst-spotify-aus-a-960443.html)

Briegleb, V. (06.03.2014) The Echo Nest: Spotify macht sich schlau. *heise online*. <https://www.heise.de/news/The-Echo-Nest-Spotify-macht-sich-schlau-2136583.html>

Cattarius, A. (15.02, 2023). *Dezibel und LUFs - die Unterschiede und wozu wir sie brauchen*. STAGEAID. <https://www.stageaid.de/dezibel-und-lufs-die-unterschiede/>

Chartex.com. *The place for all Music data, stats and charts.* <https://chartex.com/top-spotify-music-playlists-chart/sort/followers-desc>. (Aufgerufen am 06.02.24).

Crauser N. (04.03, 2023). Warum Songs immer kürzer werden. *Tagesschau.de*. <https://www.tagesschau.de/wirtschaft/musik-charts-songlaenge-streaming-101.html>

Compact Disc Digital Audio. (09.12, 2023). In *Wikipedia*. [https://de.wikipedia.org/wiki/Compact\\_Disc\\_Digital\\_Audio#cite\\_note-17](https://de.wikipedia.org/wiki/Compact_Disc_Digital_Audio#cite_note-17)

Der Phonograph - Funktion und Geschichte. (31. 05, 2018) Gramophon-platten.de. <https://grammophon-platten.de/page.php?181>

dpa. (24.01, 2019). In Japan ist der Walkman Geschichte?. *Frankfurter Rundschau*. <https://www.fr.de/kultur/japan-walkman-geschichte-11462386.html>

dpa. (28.10, 2023). 100 Jahre Radio in Deutschland: Von Funk-Stunde zum Podcast. *Frankfurter Rundschau*. <https://www.fr.de/kultur/musik/100-jahre-radio-in-deutschland-von-funk-stunde-zum-podcast-zr-92642691.html>

Dücke, F. & Herrenbrück, S. & Sobbe, G. & Reitz, S. & Zestic, A. (2023, April). Musikindustrie in Zahlen 2022. Bundesverband Musikindustrie e. V. <https://www.musikindustrie.de/wie-musik-zur-karriere-werden-kann/markt-bestseller/musikindustrie-in-zahlen-2022>

Endres, F. & Ziegler, W. (14.02, 2020). Planet Wissen. *Die Compact Disc*. [https://www.planet-wissen.de/kultur/musik/geschichte\\_der\\_tontraeger/pwiecompactdisc100.html](https://www.planet-wissen.de/kultur/musik/geschichte_der_tontraeger/pwiecompactdisc100.html).

Fischer, B. (20. 06, 2023) Musikalische Aktienspiele. *Frankfurter Allgemeine Zeitung*. <https://www.faz.net/aktuell/finanzen/spotify-universal-sony-tencent-und-co-beteiligungen-in-musikindustrie-18969427.html>

Folge 02: Die Geistermusiker.(28, 05. 2023). Dirty Little secrets. *ARD Mediathek*. <https://www.ardmediathek.de/video/Y3JpZDovL2JyLmRIL3ZpZGVvL2M0NDVmMzAxLTMwY2ltNGM0My05MTBkLThmNWl2NTMwYWZhZQ/>

Forster, L. (02, 12, 2018). So beeinflusst Streaming den Musiksound. *NTV-Nachrichten*. <https://www.n-tv.de/wissen/So-beeinflusst-Streaming-den-Musiksound-article20744473.html>

Gema. (September, 2022). Musikstreaming in Deutschland. [https://www.gema.de/de/aktuelles/streaming?utm\\_source=absprung-de&utm\\_medium=top-themen&utm\\_campaign=streamingstudie](https://www.gema.de/de/aktuelles/streaming?utm_source=absprung-de&utm_medium=top-themen&utm_campaign=streamingstudie)

Geiselman, Hartmut. (2019, 15.03). Sechs Musik-Streaming-Dienste im Klangvergleiche. *C't Magazin*. <https://www.heise.de/tests/Sechs-Musik-Streaming-Dienste-im-Klangvergleich-4332672.html?seite=2>

GEO KOMPAKT. (03, 2009). Die wichtigsten Erfindungen. Nr. 18. <https://www.geo.de/magazine/geo-kompakt/6542-rtkl-der-phonograph>  
Goldmedia GMBH. (August 2022). Musikstreaming in Deutschland. *Studie im Auftrag der GEMA*. Seite 32 ff. [https://www.gema.de/documents/d/guest/user\\_upload-dokumente-aktuelles-pressemitteilungen-2022-gema\\_goldmedia\\_studie\\_musikstreaming\\_in\\_deutschland-pdf](https://www.gema.de/documents/d/guest/user_upload-dokumente-aktuelles-pressemitteilungen-2022-gema_goldmedia_studie_musikstreaming_in_deutschland-pdf)

Goldmedia GMBH. (August 2022). Musikstreaming in Deutschland. *Studie im Auftrag der GEMA*. Seite 50. [https://www.gema.de/documents/d/guest/user\\_upload-dokumente-aktuelles-pressemitteilungen-2022-gema\\_goldmedia\\_studie\\_musikstreaming\\_in\\_deutschland-pdf](https://www.gema.de/documents/d/guest/user_upload-dokumente-aktuelles-pressemitteilungen-2022-gema_goldmedia_studie_musikstreaming_in_deutschland-pdf)

Herbstreuth, Mike (2019) Warum Streaming-Hits so eintönig sind. *Deutschlandfunk Kultur*. [https://www.deutschlandfunkkultur.de/bei-spotify-dominiert-mainstreamwarum-streaming-hits-so.2177.de.html?dram:article\\_id=376089](https://www.deutschlandfunkkultur.de/bei-spotify-dominiert-mainstreamwarum-streaming-hits-so.2177.de.html?dram:article_id=376089)

Hesmondhalgh, D. & Meier, M. L. (2017, 28.07) What the digitalisation of music tells us about capitalism, culture and the power of the information technology sector. *Information Communication and Society*. Seite 1564. <https://doi.org/10.1080/1369118X.2017.1340498>

Jackson, K. (18. 05, 2022). Spotify Stations App Is Dead: How to Use Spotify's Radio Feature Instead. *CNET*. <https://www.cnet.com/tech/services-and-software/spotify-stations-is-dead-heres-how-to-use-spotify-radio-instead/>

[johnnycash.com](https://www.johnnycash.com/music/ride-train/). *Ride this Train*. <https://www.johnnycash.com/music/ride-train/>

Knibble, J. (27.04, 2022). Is the Spotify Editorial Playlist Landscape fair to energiegeladen Artists?. *Music tomorrow*. <https://www.music-tomorrow.com/blog/is-spotify-editorial-playlist-landscape-fair-to-emerging-artists>

Knihadoucha. (11. 02, 2011). Thomas A. Edison - Mary had a little lamb. Youtube. [www.youtube.com/watch?v=YBXyuY2J20o](https://www.youtube.com/watch?v=YBXyuY2J20o)

Konzeptalbum. (16.10, 2023). In Wikipedia. <https://de.wikipedia.org/wiki/Konzeptalbum>. (Aufgerufen am 30.12.23).

Künzli, S. (03.06.2017). Das Musikalbum Windzug Auslaufmodell - die Playlist sorgt für eine Revolution. *Tagblatt*. <https://www.tagblatt.ch/kultur/musik/das-musikalbum-wird-zum-auslaufmodell-die-playlist-sorgt-fur-eine-revolution-ld.1430442>

Laut (28. 06, 2014). Spotify bezahlt für stille Streams. <https://www.laut.de/News/Schuh-Plattler-Spotify-bezahlt-fuer-stille-Streams-28-07-2014-10662/Seite-4>

L.Dre. (21,10. 2022). How much Spotify paid me for 4 million streams vs Apple Music (BIG DIFFERENCE 🤔). *YouTube*. <https://www.youtube.com/watch?v=FZ17btmzNK8>

Lee, D. (2022, 01.02). *Die CD wird nie cool werden – sie ist zu gut für Hipster*. <https://www.galaxus.at/de/page/die-cd-wird-nie-cool-werden-sie-ist-zu-gut-fuer-hipster-22605>

List of Spotify Streaming Records (28. 12, 2023) In *Wikipedia*. [https://en.wikipedia.org/wiki/List\\_of\\_Spotify\\_streaming\\_records](https://en.wikipedia.org/wiki/List_of_Spotify_streaming_records). (Aufgerufen am 30.12.23).

Mahnke, Martina S. (2015). Der Algorithmus, bei dem man mit muss? Ein Perspektivwechsel. *Communicatio Socialis*, 48(1), S. 34–45. <https://doi.org/10.5771/0010-3497-2015-1-34>

MattSuda (07, 02, 2022) 10 year Evolution: Spotify Apps. *spotify.com*. <https://community.spotify.com/t5/The-Blog-Vault/10-Year-Evolution-Spotify-Apps/ba-p/5331115>

Mc Duling, J. (20. 03, 2014), Musicians might have figured out an ingeniously simple way to game Spotify. *Quartz*. <https://qz.com/190419/musicians-might-have-figured-out-an-ingeniously-simple-way-to-game-spotify>

Meiselman, J. (04. 18, 2018) Should Artists GET a cut When Theorie Songs Land on branded Playlists on Spotify?. *Billboard*. <https://www.billboard.com/pro/branded-playlists-spotify-artists-permission-compensation/>

Meyn, J., Kandziora, M., Albers, S., Clement, M. (29. 03, 2021). Consequences of platforms' remuneration models for digital content: initial evidence and a research agenda for streaming services. *Journal of the Academy of Marketing Science*. Seite 115. <https://link.springer.com/content/pdf/10.1007/s11747-022-00875-6.pdf>

Moore, F. (2022). *Global Music Report*. International Federation of the Phonographic Industry. [https://www.musikindustrie.de/fileadmin/bvmi/upload/06\\_Publikationen/GMR/IFPI\\_Global\\_Music\\_Report\\_2022-State\\_of\\_the\\_Industry.pdf](https://www.musikindustrie.de/fileadmin/bvmi/upload/06_Publikationen/GMR/IFPI_Global_Music_Report_2022-State_of_the_Industry.pdf)

MP3. (2023, 13.012). In *Wikipedia*. <https://de.wikipedia.org/wiki/MP3>. (Aufgerufen am 22.12.23).

Musikalbum. (19.09, 2023). In *Wikipedia*. <https://de.wikipedia.org/wiki/Musikalbum>. (Aufgerufen am 30.12.23).

Perné W. (2014) *Eine kleine Geschichte der Schallaufzeichnung*. Österreichische Mediathek. <https://www.mediathek.at/unterrichtsmaterialien/eine-kleine-geschichte-der-schallaufzeichnung/#:~:text=Am 26.,Grundlage der modernen Tonindustrie werden.>

Pierce, David (20.07, 2020). Inside Spotify's Hunt for the Perfect Playlist. *Wired*. <https://www.wired.com/2015/07/spotify-perfect-playlist/>

Plodroch I. & Karkowsky. S. (2018, 05. 01). *Wie Spotify die Musikindustrie verändert*. Deutschlandfunk Kultur. <https://www.deutschlandfunkkultur.de/das-ende-des-musik-downloads-wie-spotify-die-musikindustrie-100.html>

Pyngu Digital. (14.10, 2021) Wie Musik-Streaming-Plattformen die Musikproduktion beeinflussen. *Pyngu Magazin*. <https://pyngu.com/magazin/tech/wie-musik-streaming-plattformen-die-musikproduktion-beeinflussen/>

Rampacher, C. (26.07, 2023). *Qualitativ hochwertiges Audio-Streaming – Vorteile, Nachteile und Probleme von Spotify, Tidal & Co*. Hifi-Regler. <https://www.hifi-regler.de/wissenswertes-und-kaufberatung/praxis-tipps/streaming/audio-streaming-vorteile-nachteile-und-probleme.php#>

Rondinella, G. (18. 10, 2016). Spotify startet vertikale Video Ads in Echtzeit. *Horizont*. <https://www.horizont.net/tech/nachrichten/Branded-Moments-Spotify-startet-vertikale-Video-Ads-in-Echtzeit-143466>

Schlüter, R. (09.10.2023) *Spotify Supremium: Neues Abo bekommt mehr Hörbücher, KI\_playlists und Lossless Audio*. Hifi.DE. <https://hifi.de/news/spotify-supremium-neues-abo-mit-mehr-hoerbuechern-ki-playlists-und-lossless-audio-koennte-bald-starten-159038>

Schmiesing, W. (27. 03, 2019). Spotify personalisiert redaktionelle Playlisten. *Dance-Charts.de*. <https://www.dance-charts.de/2019032711331/spotify-personalisiert-redaktionelle-playlisten>

Sloane, G. (14. 10, 2016) Spotify Server its First Vertical Video ads in new `branded moments`. *AdAge*. <https://adage.com/article/digital/spotify-serves-vertical-video-ads-branded-moments/306299>

Sommer, S. (25. 01, 2018) Woher die Algorithmen von Spotify wissen, was wir zum Einschlafen hören wollen. *Puls*. <https://www.br.de/puls/musik/aktuell/spotify-the-echo-nest-discover-weekly-100.html>

Spotify. (2023). Nur noch für kurze Zeit: 3 Monate Premium für 0,00€. <https://www.spotify.com/de/premium/#plans>

Spotifysehr (07. 10, 2008) The Spotify Team. <https://web.archive.org/web/20180302104005/https://news.spotify.com/de/2008/10/07/weve-only-just-begun/>

Spotify Deutschland. (2023). Audioqualität. <https://support.spotify.com/de/article/audio-quality/>. (Abgerufen am 28.12.23).

Spotify for Artists (2023). Lautstärke-Normalisierung. <https://support.spotify.com/de/artists/article/loudness-normalization/>. (Abgerufen am 28.12.23).

United States Securities and Exchange commission. (23. 03, 2018). Amendment no 3 to form f-1 Registration Statement under the securities Act of 1933.. *Spotify Technology S.A. Seite 65*. <https://www.sec.gov/Archives/edgar/data/1639920/000119312518092759/d494294df1a.htm#rom494294> 30

United States Securities and Exchange commission. (23. 03, 2018). Amendment no 3 to form f-1 Registration Statement under the securities Act of 1933.. *Spotify Technology S.A. Seite 78*. <https://www.sec.gov/Archives/edgar/data/1639920/000119312518092759/d494294df1a.htm#rom494294> 30

United States Securities and Exchange commission. (23. 03, 2018). Amendment no 3 to form f-1 Registration Statement under the securities Act of 1933. *Spotify Technology S.A. Seite 116*. [https://www.sec.gov/Archives/edgar/data/1639920/000119312518092759/d494294df1a.htm#rom494294\\_30](https://www.sec.gov/Archives/edgar/data/1639920/000119312518092759/d494294df1a.htm#rom494294_30)

UrhG. (1965). [https://www.gesetze-im-internet.de/urhg/\\_95a.html#:~:text=\(1\)%20Wirksame%20technische%20Ma%C3%9Fnahmen%20zum,sein%20muss%20dass%20die%20Umgehung](https://www.gesetze-im-internet.de/urhg/_95a.html#:~:text=(1)%20Wirksame%20technische%20Ma%C3%9Fnahmen%20zum,sein%20muss%20dass%20die%20Umgehung)

Von Aow, M. (2020). *Die Veränderung der Popmusik durch den technischen Wandel von der Schallplatte bis zum Streaming der Zukunft*. (Bachelorarbeit, Hochschule Mittweida University of Applied Sciences). Verlag der Wissenschaften. [https://monami.hs-mittweida.de/frontdoor/deliver/index/docId/12586/file/Bachelorarbeit\\_Magnus\\_von\\_Aow.pdf](https://monami.hs-mittweida.de/frontdoor/deliver/index/docId/12586/file/Bachelorarbeit_Magnus_von_Aow.pdf)

Walter, M. (13. 06, 2022). Studie Uni Hamburg: So können Streaming-Einnahmen gerechter verteilt werden. *Bonedo*. <https://www.bonedo.de/artikel/studie-uni-hamburg-so-koennen-streaming-einnahmen-gerechter-verteilt-werden/>

Weissbrot, A. (03. 01, 2018). Wendys Taps Spotify Branded Moments to catch you when you are Hungry. *AD Exchanger*. <https://www.adexchanger.com/advertiser/wendys-taps-spotify-branded-moments-catch-youre-hungry/>

Zipperer, J. (September 2023). *Anfänge des Radios - Achtung, Achtung*. Goethe Institut. <https://www.goethe.de/prj/zei/de/art/24929619.html>