

# Quickonomy

## Nachrichten



**Kontrapunkte und Kochrezepte**.... 6  
Der Mathematiker und Jazzmusiker Guerinio Mazzola spricht über Schönheit von Formeln und Respekt vor Musik.



**Weil ich ein Mädchen bin**..... 8  
Die Initiative „Forschung macht Schule“ fördert Praktika besonders für Mädchen.

**Ohnmächtige Musikindustrie**..... 11  
Online-Vertrieb stellt bereits elf Prozent des Umsatzes dar. Die Musikindustrie sucht nach Wegen, Kunden zu halten.

**Der Underground wächst**..... 12  
Hip-Hop-Bandmitglieder sind tagsüber Bankangestellte. Sie stecken viel Geld in ihre Musik. Aus Liebe.

**Ein Kind der Pop-Musik** ..... 27  
Pop beeinflusste die Apple-Bauer. Nun macht der Computer die Musik.

## Kommentare

**Jedem Kind ein Instrument**..... 16  
Ausgerechnet in der Musikhauptstadt Wien gibt es die wenigsten Musikschulen.

**Raus aus dem Jammertal**..... 16  
Die Musikindustrie gelangt zur Einsicht, dass es zwecklos ist, ihre Kundschaft mit Machtansprüchen zu gängeln.



**Das Ende der Sinne**..... 16  
Der Marketing-Hype um Apples iPhone sagt viel über Konsum und Kultur.

**Musikalisch sein für Anfänger**..... 32  
Beethoven für Auserwählte, Kaufhausberieselung als Gewaltakt. Dennoch ist die Musik demokratisch.

**Ärmel hochkrepeln**..... 32  
Bawag-Banker gehen die Arbeit nun hemdsärmelig an. Und hochgekrepelt.

## Standards

Special Innovation..... ab 17  
Zahlenspiel ..... 14  
Dossier ..... ab 25  
Schnappschuss..... 30  
Reaktionen auf *economy* ..... 31  
Test ..... 31  
Beratereck ..... 32

### IMPRESSUM

Economy Verlagsgesellschaft m.b.H., 1010 Wien, Gonzagagasse 12/12  
Geschäftsführender Herausgeber: Christian Czaak  
Chefredaktion: Thomas Jäkle (jake)  
Redaktion: Margarete Endl, Astrid Kasperek, Klaus Lackner (kl), Antonio Malony, Alexandra Riegler, Jakob Steuerer, Christine Wahlmüller (cwm)  
Autoren: Peter Bernhofer, Detlef Borchers, Karl Fluch, Barbara Forstner, Lydia J. Goutas, Gregor Kucera, Michael Liebming  
Illustrationen: Carla Müller, Kilian Kada  
Special Innovation: Ernst Brandstetter, Sonja Gerstl, Manfred Lechner  
Produktion und Artredaktion: Tristan Rohrhofer  
Lektorat: Elisabeth Schöberl  
Anzeigen: Reinhard Babinsky  
Druck: Luigard, 1100 Wien Druckauflage: 30.000 Stück  
Internet: www.economy.at E-Mail: office@economy.at  
Tel.: +43/1/253 11 00-0 Fax: +43/1/253 11 00-30

Alle Rechte, auch nach § 44 Abs. 1 Urheberrechtsgesetz:  
Economy Verlagsgesellschaft m.b.H.  
Abonnement: 50 Euro, Studentenabo: 30 Euro  
Probeabo: 10 Euro; abo@economy.at



# Geigen zur Rettung der Welt

Eine evangelische Musikschule in Wien exportiert zwei Lehrer und ihre Unterrichtsmethode nach Japan. Auch Musikschulen in Indien und ein tibetanischer Mönch streben eine Kooperation an.

Margarete Endl

Japanisch können die zwei Lehrer, die mit den Knirpsen Violine spielen, nicht. Müssen sie auch gar nicht. Denn die Johann-Sebastian-Bach-Musikschule, eine evangelische Privatschule in Wien, exportiert nicht nur Lehrer nach Japan. Sondern auch ein pädagogisches Konzept, das Kindern Musik spielerisch näherbringt. Die Colourstrings-Methode hat der ungarische Violonist Géza Szilvay entwickelt, als er in Finnland eine Gruppe von Kindern unterrichtete, ohne Finnisch zu sprechen.

Initiator der japanisch-österreichischen Musikkoperation ist Tatsuo Yamamura, Direktor eines großen Kindergartens in Utsonomiya nördlich von Tokio. „In Japan gibt es keine Musikschulen wie bei uns“, sagt Hanns Stekel, Leiter der Bach-Musikschule. „Nur Privatlehrer, die sich nur die Vermögenden leisten können.“ Vor zwei Jahren lernten sich Yamamura und Stekel bei Konzerten kennen, 2006 machten ein paar Musiklehrer in Utsonomiya einen Workshop,



Österreich exportiert nach Japan eine Unterrichtsmethode, die ein ungarischer Violonist in Finnland entwickelte. Foto: Michael Bubik

der Erwachsene und Kinder begeisterte, und seit dem Sommer gibt es die Schule. Yamamura ließ ein Holzblockhaus renovieren, das wie eine alpine Almhütte aussieht – damit sich die Österreicher wie zu Hause fühlen.

### Einheit mit westlicher Musik

Auch indische Musikschulen haben Interesse an einer Kooperation. Auf Einladung eines tibetanischen Mönchs waren Stekel und zwei Musiklehrer in Kalkutta und Kalimpong südlich

von Darjeeling im indischen Bundesstaat West-Bengalen. „Westliche Musik ermöglicht, in einem Orchester zu spielen, sie schafft Einheit“, sagt Stekel. Instrumente wie Tabla oder Sitar lernen oft nur bestimmte Kasten oder nationale Gruppen. Westliche Musik befreit.

In Japan und Indien hat Stekel einen pädagogischen Ansatz beobachtet, der in Europa fremd geworden ist: „Musik gilt dort als Erziehungsmittel zur Rettung der Welt.“

Fortsetzung von Seite 1

Der Fehler der Sony-Mannen: Sie sind mit einem proprietären System auf den Markt gegangen. Das war natürlich ein kapitaler Irrtum und im Zeitalter der MP3-Walkmen und iPods schlicht nicht wettbewerbsfähig. Das Ergebnis: weitere Millionenverluste.

Auch das Argument gegenüber Tauschbörsennutzern, dass illegales Downloaden das Gleiche sei, wie im Supermarkt eine Ware einzustecken und sie nicht zu bezahlen, konnte die Konsumenten nicht überzeugen. Denn

dies bezeugte umso mehr, dass das traditionelle Management der großen Musikverlage die neue Entwicklung grundsätzlich missverstanden hatte.

### Digitaler Wandel

Noch immer glauben Teile der großen Labels, dass das Online-Geschäft eine Nebenerwerbsquelle für sie ist, und programmieren derweil Klingeltöne, die sich gut verkaufen lassen, anstatt abgerundete Konzepte für wirkliches Digital-Business zu entwickeln.

Ein Besuch der Internet-Seiten, gleich ob von Warner, Sony

BMG, EMI oder Universal, ist gelinde gesagt ein Trauerspiel im Vergleich zu den professionellen Online-Musikshops. Warner Music verlinkt immerhin mit dem iTunes-Internet-Portal, im Sony-Music-Store kann man sich dagegen lediglich CDs online kaufen. EMI partnern mittlerweile immerhin mit Last.fm und Youtube.com und erlaubt es, Musik sowohl auf CD als auch digital zu kaufen, und bei Universal finden sich einige Links auf andere Musik-Handelsplattformen. Das alles überzeugt aber noch nicht so ganz und wird dem digitalen Wandel nicht unbedingt gerecht.

Wer nun aber wirklich auf den Tisch klopfte, ist Guy Hands, der neue Eigentümer von EMI. Der Chef des Kapitalinvestors Terra Firma hat EMI im Juli 2007 für 3,6 Mrd. Euro übernommen und dafür einen Laden mit 400 Mio. Euro Verlust überreicht bekommen. Bei seiner Antrittsrede vor der EMI-Belegschaft in London wettete er sowohl über faule Musikmanager als auch über faule Künstler (Robbie Williams etwa?), die eine unheilvolle Liaison eingehen und sich weder um neue Vermarktungskonzepte noch um bessere Musik bemühen würden. Nun soll der neue EMI-Manager Chris Roling den Konzern wieder in Fahrt bringen. Man darf gespannt sein, mit welchen Takten er die Stimmung verbessert. Seinen hoch bezahlten Vorgängern war dies nämlich nicht gelungen.

## Musik-Umsatz-Top 10

	Erstes Halbjahr 2007 in Mio.		
	Umsatz in Euro	% gegenüber Vorjahr	% davon digital
1. USA	1696	-11%	29%
2. Japan	1099	-3%	14%
3. GB	505	-12%	11%
4. Deutschland	415	-7%	7%
5. Frankreich	304	-15%	7%
6. Kanada	115	-18%	12%
7. Australien	108	-17%	10%
8. Italien	93	-17%	9%
9. Russland	89	27%	0%
10. Spanien	83	-12%	10%
17. Österreich	40	-2%	8%

Enthält: Singles, LPs, Kassetten, CDs, Audio-DVDs, SACD, Mini-Disc und Musik-Video-Formate (DVD, VHS, VCD)

Quelle: IFPI Grafik: economy