

# Wirtschaft

## Ohnmächtige Musikindustrie

Eine Industrie versinkt im Selbstmitleid. Anstatt mit neuen Strategien Kunden zu gewinnen, werden diese abgeschreckt.

**Klaus Lackner**

Der Plattenindustrie geht es so schlecht, dass inzwischen schon darüber gesungen wird: „In der Stadt war die übelste Straßenschlacht, weil die Musikindustrie grad massenhaft entlassen hat. Tausende Produktmanager und Vertriebsleiter randalierten und feierten ihre letzte Betriebsfeier“, singen „Beginner“ auf ihrem bereits 2003 erschienenen Album „Blast Action Heroes“. Eines steht schon seit Jahren fest: Der Tonträgermarkt schmilzt dahin, und legal bezahlte Internet-Downloads gewinnen an Marktanteil.

Der Verband der Musikindustrie, die IFPI, hat Daten zu den Umsatzzahlen vorgelegt, die durch den Online-Vertrieb von Musiktiteln erreicht wurden. Demnach stieg der Umsatz in diesem Bereich im ersten Halbjahr 2006 auf 945 Mio. US-Dollar (639 Mio. Euro), was einem Plus von 106 Prozent im Vergleich zum Vorjahreszeitraum entspricht. Der Anteil des digitalen Vertriebs von Musik beträgt somit weltweit elf Prozent des Gesamtumsatzes in diesem Markt. Im Dezember 2005 lag der Anteil laut IFPI noch bei 5,5 Prozent. Wie schnell dieser Markt wächst, zeigt der Vergleich mit dem ersten Halbjahr 2004. Damals wurde mit digitaler Musik ein Umsatz in Höhe von 134 Mio. US-Dollar erzielt.

### Download-Könige aus Korea

Umsatzmäßig betrachtet führen die USA die „digitale Revolution“ an, teilt IFPI mit. 18 Prozent des Gesamtumsatzes werden dort bereits durch den Verkauf über digitale Kanäle erwirtschaftet. 513 Mio. US-Dollar wurden in den USA im ersten Halbjahr über iTunes und Co erwirtschaftet, ein Plus von 84 Prozent gegenüber dem Vorjahr. In Südkorea beträgt der Anteil digitaler Musik bereits 51 Prozent des Gesamtumsatzes, in Japan sind es laut Verband elf Prozent, in Italien neun Prozent und in Großbritannien acht Prozent.

Dazu konträr entwickelt hat sich der Markt für physische Datenträger. Laut IFPI ging der mit Musik-CDs, LPs, Kassetten, DVDs und anderen Medien erzielte Umsatz im ersten Halbjahr 2006 weltweit um zehn Prozent zurück. Diesen Rückgang konnte das wachsende Geschäft im Online-Segment nicht



Die Internet-Nutzer gewöhnen sich langsam, aber sicher an den Musik-Download und den 99-Cent-Preis pro Musiktitel. Download aus dem Internet boomt. Die Großen der Industrie stemmen sich mit allen Mitteln dagegen und wollen das System stürzen. Foto: epa

auffangen, sodass laut IFPI der Gesamtumsatz im Musikmarkt um vier Prozent auf 8,4 Mrd. US-Dollar zurückging. Bei diesem Umsatz handelt es sich um den Handelsumsatz, den die Musikfirmen erzielt haben. Der Einzelhandelsumsatz lag laut

„Wir wissen, dass Apple die Musikindustrie zerstört hat – was die Preise angeht.“

JEFF ZUCKER,  
NBC UNIVERSAL-CHEF

Verband bei 13,7 Mrd. US-Dollar. Gründe für den Rückgang seien laut Verband die Piraterie, aber auch der Wettstreit der Musikindustrie mit anderen Unternehmen oder Angeboten um das begrenzte Budget ihrer Kunden.

### Alte Industrie ohne neue Ideen

Schuld ist nicht nur die künstlerische Erschöpfung dieser Branche, deren maue Umsatzbringer immer häufiger profilschwache Castingshow-Vortänzer sind. Neben vielen anderen Gründen liegt es auch daran, dass immer mehr Kunden lieber kopieren anstatt zu kaufen. Auf

Mitgefühl trifft die Musikindustrie in ihrer Krise nicht. Sie gilt als verschwenderischer Apparat, der Musik zu horrenden Preisen verkauft und dabei noch nicht einmal anständig Geld verdient. Auch die *Süddeutsche Zeitung* verhöhnte genussvoll das „Geschäftsgebaren“ der Plattenbosse und warnte schon mal vorab, das Vorgehen gegen Musikkopierer sei „ein Kampf gegen Windmühlen“.

Die Plattenindustrie hat es so schwer, weil sie als erste Industrie durchsetzen muss, dass nicht alles im Internet allen zur Verfügung steht. Gelingt ihr dies nicht, bleibt Musik online ein „öffentliches Gut“, das man nicht verkaufen kann. Der Informations-Link ist das im Zweifel egal. Die Plattenindustrie hat ein echtes „Verpackungsproblem“. Der Schall dringt im Datennetz ungehindert um den Globus. Sie aber braucht ein Gefäß, in das sich Musik abfüllen und einschließen lässt.

Damit sich der Online-Vertrieb als zweite Säule im Musikvertrieb etablieren kann, muss die Musikindustrie ihn auch in seinem eigenen Recht entwickeln. Der Online-Vertrieb muss offensiv als neues Geschäftsfeld mit seinen spezifischen Stärken und Nutzungskontexten entwi-

ckelt werden. Als Hinweis mag gelten, wie das Internet schon heute genutzt wird: nämlich als günstiger Zugriff auf Musik, die man sich sonst nicht auf CD gekauft hätte. Der Online-Vertrieb könnte mit seinen überlegenen Kosten ganz neue Muster des Musikerwerbs hervorbringen – dass man nämlich sehr viel mehr Musik erwirbt als im

Schnitt sechs CDs pro Jahr. In die Metapher des Buchhandels übersetzt: Der Online-Musikvertrieb könnte das Taschenbuch werden, während die CD das Hardcover wird. Mit höheren Preisen und einem diesbezüglichen Krieg mit bereits etablierten Plattformen wird die Industrie beim Konsumenten sicher nicht punkten.

**Forschung in guten Händen.**

Lassen Sie Ihre **Produktinnovation** bei uns entwickeln. Ob interaktive Textilien, elektrochemische Beschichtungen oder Biotreibstoff von morgen: Die drei **Niederösterreichischen Technopol-Standorte** konzentrieren sich auf **angewandte Forschung** - und Ihren Forschungsauftrag.

[www.wirtschaftsfoerderung.at](http://www.wirtschaftsfoerderung.at)

**N** WIR HABEN NOCH VIEL VOR.