



1st Austrian Mobile Music Day

Am 7. Februar lud die Donau-Universität Krems zum 1st Austrian Mobile Music Day, um dem dynamischen Wachstum und den Umsatzprognosen des europäischen Marktes für mobile Musik sowie den laufend neuen Geschäftsideen und Businessmodellen, die auf diesen Markt drängen, Rechnung zu tragen. Vergangenheit, Gegenwart, aber vor allem die Zukunft der mobilen Musik war Diskussionsgegenstand, wobei auch kontroversielle Meinungen aus dem zahlreich erschienenen Publikum mit einbezogen wurden.



Viel wirtschaftliches, weniger künstlerisches wurde am stark besetzten Podium in der Kremser Donau-Universität diskutiert

Schon der Begriff Mobile Music bedarf einer genaueren Erläuterung. So etwa sieht Tim Renner, Geschäftsführer von Motor Entertainment, Autor des Buches "Kinder, der Tod ist gar nicht so schlimm! Über die Zukunft der Musik- und Medienindustrie" und ehemaliger CEO von Universal Deutschland, die Ursprünge der mobilen Musik gar im mittelalterlichen Wanderlied oder Minnesang - und bestimmte Eigenschaften mobiler Musik haben sich seither nicht verändert. Moderne mobile Musik samt ihren Auswirkungen muss im Zusammenhang mit der digitalen Revolution durch Speicherung und Verbreitung über das Internet gesehen werden.

Doch der Reihe nach: Die von Florian Kondert moderierte Vortragsreihe wurde von Dagmar Hoffmann eröffnet, Soziologin und Medienwissenschaftlerin mit Professur an der Kunsthochschule Berlin Weißensee sowie Gender-Gastprofessorin an der Donau-Universität Krems. Sie referierte über die soziologischen Motive Jugendlicher, Musik zu konsumieren, wobei neben Kosten- und Zeitminimierung für die Musikkonsumenten Mood-Management, also die Beeinflussung der emotionalen persönlichen Ebene durch Musik, Eskapismus und (Para-)Sozialität im Vordergrund steht. Jugendliche wollen auf Internet, Computer und MP3-Spieler nicht mehr verzichten, und durch die Unterstützung

„Es war immer wieder der Content, der Techniken entweder zum Durchbruch verhalf oder sie zum Scheitern verurteilte.“

der Individualität durch die moderne Technik ist laut Hoffmann der Erfolg mobiler Musik garantiert, sie spricht gar von einer "auditiven Kulturrevolution". Im zweiten Vortrag gab Tim Renner (www.tim-renner.de) einen historischen Überblick über die Entwicklung mobiler Musik, vom bereits erwähnten Minnesang über Emil Berliners Soundwalze bis hin zum aktuellen iPod, und wie die Musikindustrie auf wirtschaftliche und technische Veränderungen reagierte, nämlich immer wieder mit demselben Fehler, die Neuerungen nicht als Chance sondern als Bedrohung zu begreifen. Es war immer wieder der Content, der Techniken entweder zum Durchbruch verhalf oder sie zum Scheitern verurteilte. Für Renner ist für den Erfolg mobiler Musik die Technik, die Ortsunabhängigkeit, das Musikangebot sowie der Preis ausschlaggebend. Um dem Vertrieb mobiler Musik zum Durchbruch zu verhelfen, sollte die moderne Technik eine bisher nicht dagewesene

Spontaneität ermöglichen, wie zB. den einfachen Einkauf von Songs über Mobiltelefone. Darüber hinaus müssen Flat Rates oder Fair Prices die aktuelle Preisgestaltung ablösen.

Michael Schäfberger, Geschäftsführer der tfactory Trendagentur (www.tfactory.com), erläuterte in seinem Vortrag aktuelle Marktforschungsdaten zum Thema Jugendliche und mobile Musikknutzung. So besitzen heutzutage über 90% der Jugendlichen ein Handy, 40% haben die Möglichkeit, Musikfiles auf dem Handy abzuspielen. Interessant war, dass unter den Anwesenden ein Besitzer eines der teuersten Handys war, der mit seinen 52 Jahren in keine der präsentierten Statistiken miteinbezogen wurde, da das Alter der untersuchten Zielgruppen maximal 49 Jahre war.

Über Erfolgsfaktoren und Erfahrungswerte berichteten in einer kurzweiligen Ko-Präsentation Hannes Harborth, CEO von Digitalsunray Media (www.digitalsunray.com) und Fabian Stilke, Head of Digital Division Universal Music. Die aktuellen Benutzer-szenarien für Musik am Handy beschränken sich auf die Gebiete Informationsbeschaffung über Musik (zB. Charts oder Musiknews), Personalisierung (zB. Klingeltöne) und Distribution (Kauf von Full Track Music), wobei der Bereich der Personalisierung mit 82% Marktanteil am wichtigsten ist. Die Nutzer sind

“Längst verloren haben die Provider von digitalem Inhalt den Kampf um dessen kontrollierte Distribution.“

nach wie vor Early Adopters, als Erfolgsfaktoren für größeren Markterfolg werden Usability, Transparenz, Relevanz, Preis, Zugriff, Portabilität, Verfügbarkeit und Payment angeführt.

Gerd Leonard, Musikfuturist (www.mediafuturist.com), tätig unter anderem als Autor ("Future of Music", "Open is King"), Unternehmer, strategischer Berater und international gefragter Vortragender lieferte im Anschluss mit seinen Ausführungen über die zu erwartenden Zukunftsszenarien des mobilen Musikmarktes Anstoß für angeregte Diskussionen. Im Mittelpunkt seiner Präsentation standen vor allem Beiträge und Materialien aus seinem aktuellen (zweiten) Buch "Open is King" (vormals "The End Of Control"). Ausgehend von dem seiner Meinung nach längst verlorenen Kampf der Provider von digitalem Content, um dessen kontrollierte Distribution, der täglich steigenden Anzahl von Teilneh-

Donau-Uni: "Musik und Recht"

Durch neue Medien und Technologien ergeben sich für Musikschaffende und die gesamte Musikwirtschaft neue Chancen und Perspektiven, die Neuregelungen und Adaptierungen der rechtlichen Rahmenbedingungen im Musikbusiness notwendig machen.

Das Certified Program "Musik und Recht" geht auf die aktuellen Rechtsproblematiken des Musikgeschäfts ein und vermittelt die für den Musikbereich relevantesten Grundlagen.

Das Certified Program wendet sich an JuristInnen, MusikerInnen, Musikschaffende, Musiklehrende, Veranstalter, MitarbeiterInnen von Verlagen, Tonstudios, Labels und Agenturen.

Kursdauer:

5 Tage, 28. März - 1. April 2008,

Kosten: 700,- Euro

Infos: www.donau-uni.ac.at/de/studium/musikundrecht

mern in Netzwerken und der technologischen Weiterentwicklung im Bereich Mobile Devices, skizzierte Gerd Leonard das Modell einer Flat Rate für digitale Musik auf der Seite der Verrechnung (dh. eine kollektive Lizenz für sämtlichen Content) als einzig künftig funktionierendes Szenario. Auf der Umsatz-

seite wiederum werden die erforderlichen Einnahmen laut Leonard künftig durch Cross-Selling über den digitalen Musictrack generiert. Demzufolge sollen digitalisierte Musikfiles sowohl für den Content Provider als auch für die Musikschaffenden vorrangig zur Schaffung von Aufmerksamkeit bei den potenziellen Konsumenten sorgen.

Gerade im Bereich der erwähnten Flat Rate-Modelle lässt sich jedoch festhalten, dass in den sehr marketing-fokussierten Ansätzen von Gerd Leonard urheberrechtliche Aspekte sowie Vorschläge für eine angemessene Verteilung an die Rechteinhaber

angesichts ihrer Bedeutung zu geringe Erwähnung fanden. Aus dem während des gesamten Tages sehr aktiven Publikum ließen dann auch zu diesem zentralen Thema - in diesem Fall von Franz Medwentsch, Geschäftsführer, IFPI Austria, Verband der Österreichischen Musikwirtschaft - Wortmeldungen und Fragen nicht lange auf sich warten.

Unabhängig von einer erforderlichen praktikablen, verteilungsgerechten und vor allem administrierbaren Lösung des vorweg angesprochenen Flat

„Ungeachtet des mit harten Zahlen eindeutig belegbaren dynamischen Wachstums der letzten Jahre sowie der weiteren mittelfristigen Umsatzprognosen herrscht hoher Informationsbedarf.“

Rate-Ansatzes erscheint aufgrund der schleppenden Weiterentwicklung auf europäischer Ebene im Bereich der zentralen multiterritorial ausgelegten Lizenzierungsmodelle für urheberrechtlich geschützten Content auch vom rechtlichen Gesichtspunkt aus eine baldige Umsetzung dieses Ansatzes in Europa in sämtlichen Bereichen als eher unwahrscheinlich.

Als letzte Vortragende des Symposiums brachte Frauke Behrendt vom Department of Media and Film Studies der University of Sussex (UK) mit verschiedenen Beispielen für die Rolle von Klang in interaktiver Kunst und mobilen Medien eine erfrischende Abwechslung zu den bis dahin überwiegend technologisch und ökonomisch ausgerichteten Inhalten der Vorträge. Anhand der vorgestellten

Projekte gewährte die Wissenschaftlerin trotz der Kürze ihres Vortrages anschaulich Einblicke in den experimentellen Bereich mobiler Musik.

Den Abschluss des Symposiums bildete ein Experten-Panel zum Thema "Mobile Music - ein schlafender Riese?". Unter der Moderation von Gerrit Pohl,

Ressortleiter Musik, New Media Axel Springer Mediahouse GmbH (München) wurde mit Hannes Eder (IFPI, Universal), Andrea Gaal (Sony Ericsson), Robert Klembas (Künstler und Student an der Donau-Universität Krems), Andreas Martin (Hutchison 3G), Tina Rodriguez (Digitale.Medien.Beratung) sowie Niko Alm (Monopol Medien) über mögliche Zukunftsoptionen und Wachstumspotenziale des mobilen Musikmarktes diskutiert.

Die ungefähr einstündige Diskussion wurde vorrangig von Themen wie technologische Rahmenbedingungen, Netz-, Geräte- und Soft-

wareapplikationen geprägt. Aufgrund der Relevanz für diesen Wirtschaftssektor erscheint dies natürlich verständlich, ob der doch limitierten Diskussionsdauer kamen künstlerische Aspekte in der Folge doch etwas zu kurz.

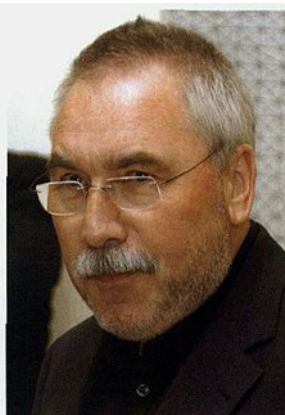
Im Detail blieb die seitens der Studierenden eingebrachte Frage nach der konkreten Bedeutung bzw. den Chancen dieses Marktes für die aktiven Musikschaffenden in der Praxis leider unbeantwortet.

Zusammenfassend kann festgehalten werden, dass betreffend der weiteren nationalen und internationalen Zukunftsoptionen und Potenziale des mobilen Musikmarktes doch hoher Informations- und Diskussionsbedarf herrscht, ungeachtet des mit harten Zahlen eindeutig belegbaren dynamischen Wachstums der letzten Jahre sowie der weiteren mittelfristigen Umsatzprognosen.

Dies ließ sich auch an der Anzahl sowie den professionellen Hintergründen der Teilnehmer des 1st Austrian Mobile Music Days an der Donau-Universität Krems feststellen, der sich mit renommierten Vortragenden aus den verschiedenen involvierten Branchen genau diesen Fragen widmete und eine Zwischenbilanz zum mobilen Musikmarkt in Österreich zog.

Positiv muss neben der Qualität und Relevanz der einzelnen Beiträge ob des für einen Veranstaltungstag doch sehr dichten Programms auch eine gut durchgeplante Organisation seitens des Zentrums für zeitgenössische Musik der Donau-Universität Krems (Leitung: Prof. Gerhard Gensch) als Veranstalter erwähnt werden. Nicht zuletzt darum wäre eine Fortsetzung dieser Veranstaltung im kommenden Jahr sehr wünschenswert.

*Mag. Rainer Rainer/ Mag. Michael Höller
Studenten des Musikmanagement-Lehrgangs der
Donau-Universität Krems*



**Gerhard Gensch, Veranstalter des
1st Austrian Mobile Music Day**