

Professionalität und Realitätssinn = Musikpolitik

Ein Gespräch mit Dieter Gorny (VIVAMedia AG) über die Lage der Musikwirtschaft, das Vorbild Filmpolitik und die Zukunft der Live-Musik

Derzeit macht in der Musikwirtschaft der Begriff des »maschinellen Fingerabdrucks« die Runde. Er läßt sich mittels komplizierter forensischer Methoden von jeder CD abnehmen, ist mit seinen feinen mechanischen Strukturen unverwechselbar und identifiziert damit jedes Presswerk auf Anhieb. Raubkopien können so direkt und unwiderlegbar bis zu ihren Ursprüngen zurückverfolgt werden. Nicht nur die deutsche Tonträgerindustrie hofft, mittels der neuen High-Tech endlich der Einbrüche auf dem Musik-CD-Markt Herr zu werden, denn die illegal gebrannten Scheiben stellen nach ihrer Analyse die Hauptursache für die Verluste dar. Im Jahr 2002 ging der Umsatz der Branche erneut um 11,3 % auf 1,97 Mrd. Euro zurück. Nicht in

die Klagen einstimmen mögen allerdings die Musikveranstalter, die bereits 1999 die Tonträgerindustrie mit einem Gesamtjahresumsatz von 2,71 Milliarden Euro überholt haben. Sie wehren sich vehement gegen die tönenden Katastrophenszenarios und dringen auf eine differenzierte Darstellung der musikwirtschaftlichen Lage. Auch die Musikverlage und Musikinstrumentenhersteller verspüren keine Flaute. Über die Lage der Musikwirtschaft, Quotenwünsche fürs Radio und die Chancen der Live-Musik sprach Wolfgang Hippe für die Kulturpolitischen Mitteilungen (KuMi) mit Dieter Gorny. Der studierte Orchestermusiker (Kontrabaß, Klavier) ist seit Mai 2000 Vorsitzender des Vorstandes der VIVA Media AG.

KuMi: Herr Gorny, derzeit sind die Nachrichten über den Zustand der Musikwirtschaft sehr widersprüchlich. Die Tonträgerindustrie beklagt andauernde Umsatzeinbrüche von über 30 %, gleichzeitig meldet der Musikinstrumentenhandel steigende Umsätze und die Musikveranstalter verbitten sich für ihr Segment ausdrücklich das Wort »Krise«.

Dieter Gorny: Für die Tonträgerindustrie ist die Situation in der Tat äußerst dramatisch, aber die Musikwirtschaft umfaßt eben mehr Bereiche. Insgesamt kann man feststellen: das Interesse an Musik ist ungebrochen.

Mag sein, trotzdem sinkt bei den Tonträgern die Nachfrage.

Immerhin scheint das Interesse am Musizieren zu wachsen, dabei hat doch mancher für die Zukunft den elektronischen Autismus an die Wand gemalt. Für die Umsatzeinbrüche insbesondere der deutschen Tonträgerwirtschaft ist vor allem das Brenner-Problem verantwortlich. Hinzu kommen fehlende Impulse, was neue Künstler angeht.

Die Industrie stellt die CD-Brenner als eigentliche Ursache ihrer Krise in den Mittelpunkt. Lenkt sie damit von ihrer fehlenden Kreativität ab?

Nein. Die Tonträgerbranche belastet vor allem dieses strukturelle technologische Problem. Tonträger können mittlerweile ohne Qualitätsverlust kopiert und damit endlos vervielfältigt werden. Das

hatten wir so noch nie. Hinzukommt, dass eine wichtige Käufergruppe verschwunden ist: die private Umstellung von Vinyl auf CD ist nahezu abgeschlossen und damit eine Nachfrage ausgelaufen, die andere Umsatzentwicklungen lange überdeckt hat.

In der Vergangenheit hat die Branche noch weitere Gründe für ihre Umsatzschwankungen ausgemacht, etwa die Tatsache, dass Menschen über 50 deutlich weniger Musik-CDs kaufen.

Zunächst: die Marktpotenziale für die Tonträgerindustrie sind da, wenn man die reine Kaufkraft betrachtet. Ihr Hinweis auf das Alter der Käufer belegt nur einmal mehr die These, dass wir hier ein Distributionsproblem haben. Zu der Gefährdung durch die elektronische Vervielfältigkeit tritt die Schwäche im traditionellen Handel. Wenn ich älter bin und mir beispielsweise ein trendiges Jackett anschaffen will, finde ich sofort ein Geschäft, das mich entsprechend berät. Wenn ich mich für Musik interessiere und ein Produkt außerhalb des Mainstream kaufen will, gibt es keinen entsprechenden Service. Wenn man einen eigenen Musikgeschmack hat, wird man nicht mehr auf den normalen Distributionswegen bedient.

Damit stellt sich automatisch die Frage nach dem Mittelstand.

Nicht nur. Ihre Musik findet ja auch nicht mehr im

Dieter Gorny ist Vorsitzender des Vorstands VIVA Media AG sowie Mitglied des Präsidiums im Deutschen Musikrat



Radio statt, Sie finden nur noch in Ausnahmefällen Besprechungen in den Printmedien. Wo finden Sie denn z.B. Hinweise auf Mink de Ville, einen Blues-orientierten Musiker mit Cajun-Hintergrund, einer Mischung aus Rock mit frankophonen und Latino-Elementen? Kurz, Sie erhalten nicht mehr automatisch die entsprechenden Informationen. Es bleibt Ihnen nur noch die Möglichkeit, sich selbst auf die Suche zu machen. In einem Buchladen würde man Ihnen vielleicht in einem vergleichbaren Fall weiterhelfen, im Musikbusiness gibt es nichts dergleichen. Da sagt man sich: dann kauf' ich eben gar nichts, auch wenn ich über die entsprechende Kaufkraft verfüge.

Es mangelt also an Fachlichkeit und Dienstleistungsbewußtsein. Problem erkannt, Gefahr gebannt?

Auf der wirtschaftlich-operativen Ebene muss sich die Wirtschaft diesen Dingen stellen – der urheberrechtlichen »Brenner«-Frage ebenso wie den Schwierigkeiten in der Distribution. Eine Konzentration auf die reine Hardware greift allerdings zu kurz. Der Film und sein Umgang mit kulturpolitischen und kulturwirtschaftlichen Herausforderungen könnte als Vorbild dienen – dabei steckt der deutsche Film eigentlich in einer viel tieferen Misere als das Musikbusiness. Dort wird aber mit einem sehr hohen kulturellen Bewußtsein das Wirtschaftsgut gefördert, und zwar von der Produktion bis hin zur Distribution. Man stützt beispielsweise kleinere und mittlere Kinos unterhalb der Multiplexketten, Stichwort Programm- oder Arthousekinos. Durch Produktionsförderung gewährleistet man den Nachschub beim nationalen Produkt und erhält gezielt eine gewisse Vielfalt am Markt. Solche »Zufälle« wie der Oscar für Caroline Link wollen wir nicht als Zufall verstanden wissen, sondern letztendlich als Ergebnis einer kulturwirtschaftlichen Strategie.

Auf die schwindende Vielfalt bei kleineren Spielstätten und entsprechende Schwierigkeiten für Nachwuchsbands weist die Veranstaltungswirtschaft seit Jahren ohne wesentliche Resonanz hin. Jetzt sind im Zuge der kommunalen Finanzmisere auch Bürgerhäuser und soziokulturelle Zentren gefährdet, die ja als Musik-Location von einer gewissen Bedeutung sind.

Das ist in der Tat eine uralte Diskussion. Zum einen hat man in der Vergangenheit versäumt, professionelle Clubbetreiber durch gezielte Förderungen zu stützen, zum anderen wollte man soziokulturelle Zentren nicht als professionell und wirtschaftlich geführte Projekte anerkennen – etwa durch Anpassung des Vereinsrechts. Hier hat sich niemand getraut, eine Diskussion für das Publikum zu führen.

Da war wohl auch die bildungsbürgerliche Ausrichtung der deutschen Kulturpolitik vor: Kultur ist zunächst das, was der Staat veranstaltet.

Hier liegt sicher ein Teil der Misere. Diese Clubs sind Kulturanbieter, die eine wichtige Funktion bei der Vielfaltssicherung einnehmen und das auf wirtschaftlicher Basis wie die Programmkinos tun. Hier läge die Möglichkeit, mit vergleichsweise geringen Summen spannende Kultur zu ermöglichen oder zu erhalten.

Apropos »vergleichsweise geringe Summen«. Es gibt ein starkes Gefälle bei der Förderung der sog. Klassischen und der sog. Populärmusik. Auch der Gesamtaufwand für die deutsche Filmförderung entspricht allenfalls dem Etat von sechs bis acht deutschen Opernhäusern. Drückt sich da nicht auch eine geringere Wertschätzung aus?

Also: Oper ist wichtig, Oper ist geil, Oper ist phantastisch. Dient es der Rock- und Popmusik, die Opernhäuser abzuschaffen? Nein, ich sehe Leute in Rockkonzerte gehen, die auch die Oper besuchen. Vor allem die junge Generation gibt nichts mehr auf die verstaubte Trennung nach »E« und »U«, sondern lebt eine übergangslose Musikkultur. Notwendig ist allerdings eine offene Diskussion über die Kriterien der Mittelverteilung. Natürlich verbirgt sich hinter dem Aufrechterhalten der Trennung in »E« und »U« auch ein politisches Programm.

... das unter dem Banner des kulturellen Erbes Strukturen aus dem 19. Jahrhundert verteidigt?

Genau das. Meiner Meinung nach führt der Begriff des kulturellen Erbes jedoch in die Irre. Ich würde statt nach dem Erbe lieber nach dem kulturellen Leben in einer Stadt fragen und was alles dazu gehört. Was interessiert die Menschen? Wo kann ich existierende Strukturen so umbauen, dass kulturelles Leben in seiner Breite erhalten bleibt? Die wird hier und jetzt eher von einer dezentralen Infrastruktur und nicht von Opernhäusern abhängen. Die Oper muss dabei auch nach ihrer Funktion als Repräsentationskultur bewertet werden. Man wird auch hier Effizienz und Qualität hinterfragen müssen – auch, ob angesichts der Mobilität in unserer Gesellschaft jede Kommune alles Hochkulturelle vorhalten muss. Vor dem Hintergrund der Subventionsproblematik antworte ich: nein.

Zudem müßten die Vergabekriterien nachvollziehbar und transparent werden. Allerdings wird die Dramatik der finanziellen Lage der Kommunen oft noch unterschätzt. Inzwischen stellt sich auch die Frage, ob man auf eine Inszenierung in der Oper verzichten soll, um die Drogenhilfe erhalten zu können.

Wenn sich diese Alternative stellt, sollte man auf die Inszenierung verzichten. Aber noch eine Anmerkung zum »Kulturellen Erbe«. Wenn wir uns einen Film wie »Nosferatu« ansehen, betrachten wir ihn auch als historisches Dokument. Die Art des Filmmachens, die Technik, die Ästhetik haben sich seit seiner Produktion verändert – der aktuelle Film

orientiert sich am Hier und Jetzt. In der Musik ist das anders. Der ganze offizielle Musikbetrieb ist von einer Produktdiskussion durchsetzt, die nichts mit den Bedingungen des heutigen Musikschaffens zu tun hat. Das betrifft neben der Popmusik auch die neuere sog. »E«-Musik. Diese Beschränkung der musikalischen Realität führt zu eigentümlichen Brechungen in der Diskussion, die manchmal schon komisch sind.

Zum Beispiel?

Wenn beispielsweise die Filmfestspiele in Cannes eröffnen, sind nicht nur die Feuilletons voll mit Cannes, sondern auch die »Bunte« und die Wirtschaftsteile der großen Zeitungen. Kunst, Kultur und Wirtschaft fließen zusammen – und kein Hahn kräht drüber. Wenn wir bestimmte Themen auf der Pop-Komm präsentieren, haben wir sofort eine Diskussion über Kommerz, Masse, Klasse und Elite. Über Musik und Musikbusiness sachlich zu diskutieren, ist offensichtlich schwer. Ein Phänomen ist beispielsweise, dass so getan wird, als hätte der subventionierte Kulturbereich nichts mit Wirtschaft zu tun. Ein Kulturorchester wird subventioniert und ist Kulturinstitution. Dann geht es aus der Tür und schließt als GmbH Plattenverträge ab. Niemand will

wahrhaben, dass beides die zwei Seiten *einer* orchestralen Medaille ist. Im Grunde ist diese Subventionierung ja nichts Außergewöhnliches. Das gibt es in der Stahlbranche, bei der Kohle oder bei den französischen Bauern. Bestimmte Märkte werden eben geschützt.

Dass diese Form des Protektionismus auch in der Musik greift, läßt sich mit Zahlen belegen. Während im nicht subventionierten Tonträgermarkt der Anteil der verkauften Klassik-CDs kontinuierlich sinkt, bleibt der Anteil klassischer Live-Konzerte konstant bei gut 30 %.

Subventionen müssen ja nicht schlecht sein. Man muss nur zugeben, dass da etwas künstlich vorgehalten wird. Ich gestatte jedem, eine Haltung dazu einzunehmen. Bei der Diskussion sollte man sich dann allerdings an Hand von Fakten orientieren. Es geht schließlich auch um Arbeitsplätze, um kulturelle Wertschöpfung und gegebenenfalls auch um einen massiven Verlust kultureller Identifikation, wenn neuere Entwicklungen nicht berücksichtigt werden.

Derzeit fordert die deutsche Tonträgerindustrie mit ihrer Kampagne »50:50« erneut eine Radioquote für deutsche Popmusik. Teilen Sie diese Forderung?

Anzeige

2 Neuerscheinungen im SCHIBRI-VERLAG

Wör|ter|buch
(der) Theater-
Pä|da|go|gik

Hg. Gerd Koch
Marianne Streisand

Schibri Verlag

Ausformulierungen und Geschichte(n). Wichtige Akteure in der Geschichte und Gegenwart der Theaterpädagogik werden in Kurzbiographien vorgestellt. Die Artikel stellen die Fakten in einem historischen Ableitungszusammenhang, skizzieren Kontroversen, zeichnen Querverbindungen zu anderen Disziplinen und liefern darüber hinaus Literatur zur weiteren Verständigung. Das Wörterbuch der Theaterpädagogik wendet sich an Leser und Leserinnen vom Fach und an Personen, die sich einen ersten Zugang verschaffen wollen.

Im deutschen Sprachraum ist das Wörterbuch der Theaterpädagogik das erste Nachschlagewerk dieser Art. Seine 299 Stichworte reichen von "Action Theater" bis "Zuschauspieler", verfasst von 140 international tätigen Autoren und Autorinnen. Es gibt einen Überblick über die Vielfalt theaterpädagogischer Ansätze, Methoden und Verfahrensweisen, deren theoretische

Praxis Schauspiel zeigt die Basis der "klassischen" Schauspielpädagogik. Es gibt Tipps für die Probenarbeit. Praxis Schauspiel stellt Theaterstücke in einem thematisch organisierten Katalog vor und zeigt Improvisationstechniken, mit denen selbst ein Stück entwickelt werden kann. Seine Wurzeln hat Praxis Schauspiel in der Schauspielpädagogik. Eine Brücke zum darstellenden Spiel in der Schule und zur Theaterpädagogik wird geschlagen. Aber Praxis Schauspiel wäre nicht Praxis Schauspiel, wenn es nicht begleitend zu diesem Arbeitsheft ein Kursangebot geben würde, in dem das geschriebene Wort erprobt und ausprobiert werden kann.

PRAXIS SCHAUSPIEL

Thomas Aye

2003
im Schibri-Verlag
380 Seiten, Preis 25,- Euro
Buch + CD 30,- Euro
ISBN 3-933978-48-3

2003
im Schibri-Verlag
94 Seiten,
Preis 10,- Euro
ISBN 3-933978-53-x

Tel. 039753/22757, Fax 039753/22583 • e-mail: Schibri-Verlag@t-online.de • <http://www.schibri.de>

Absolut. Das Formatradio bedient sich derzeit gezielt anglo-amerikanischer Produkte. Deshalb kommen weniger nationale Produkte an die Ohren der Leute, für sie entstehen keine Kaufimpulse usw. Das Beispiel Frankreich zeigt, wie es geht. Die Quote befördert eine Breite des Angebots, die längerfristig auch auf die Qualität durchschlägt: Breite schafft immer Spitze. Unter dem Aspekt der Wertschöpfung garantieren nationale Produkte natürlich hierzulande auch Umsatz und Arbeitsplätze. Das reicht vom Musikstudio über den Videoclip bis zum Verkauf von Tonträgern. Es geht um eine wirtschaftsstrukturelle Förderung, aber auch um eine nationale Identifikation von und mit Popmusik. Im übrigen sollte man nicht so tun, als ob es im europäischen Kontext für unsere Branche diesen ominösen freien Markt gebe. Versuchen Sie einmal, eine CD in England einzuspielen! Dort fragen die Gewerkschaften als erstes nach der Arbeitserlaubnis, bevor noch irgendein Kulturpolitiker kommt. Die Aggressivität der Amerikaner bei der Durchsetzung des US-Kinos ist bekannt. Schließlich macht der Film einen relevanten Anteil des US-Exportes aus.

Hollywood funktioniert nicht nur ökonomisch, sondern auch künstlerisch. Ein Blick auf die Stablisten zeigt, dass die sog. amerikanischen Filme in der Regel von internationalen, multikulturellen Crews und herausragenden Filmemachern produziert werden. Ist Hollywood nicht eher »Weltkino«?

Die Ästhetik ist eine amerikanische, auch wenn sie – wie z.B. bei »Matrix« – weltweit generiert wird. Auch die sog. Weltmusik ist anglo-amerikanisch. Die anderen haben es so schwer, »Weltmusik« zu werden, weil die Amerikaner sie nicht reinlassen. Wir sollten da nicht so politisch naiv tun, die Amerikaner denken da viel professioneller. Ein anderes Problem ist, dass die kulturpolitischen und kulturwirtschaftlichen Entscheidungen, die hierzulande für eine sinnvolle Musikförderung anstehen, völlig unspektakulär sind. Es geht um detailbezogene, regionale wie nationale Lösungen, die anders als die Quotendiskussion nicht zur großen Geste taugen.

Zu den offenen Fragen gehört auch die Ausbildung. Nicht von ungefähr sind die Musikhochschulen in die Diskussion gekommen. Was muss sich bei der Musikausbildung ändern?

Alles. Ausbildung hat etwas mit Beruf zu tun, deshalb müssen die Studieninhalte der veränderten Berufssituation Rechnung tragen. Der Musiker von heute braucht ein breiteres Qualifikationsprofil. Der reine Jazzler ist genauso für die Arbeitslosigkeit programmiert wie der einseitig ausgebildete Klassiker. Dem trägt man weder mit der Gründung von Popakademien noch mit der Curriculumsdiskussion, wie sie derzeit an manchen Musikhochschulen geführt werden, Rechnung. Der Musikerberuf ist ansonsten ein Beruf mit Zukunft, der Bedarf an Musik ist ungebrochen.

Obwohl der Ausfall des Musikunterrichts an Schulen eher häufig ist.

Ein andauernder Skandal. Musik ist ein ungeheurer kreativer, kultureller, emotionaler Transportriemen und in dieser Hinsicht nicht vergleichbar mit anderen Künsten.

Ideen zu haben, Kreativität umzusetzen – das lerne ich vor allem in einem guten Kunst- und Musikunterricht. Statt ihn auszubauen, wird er zugunsten des Sportes immer mehr an den Rand gedrängt. Nichts gegen Sport, die Fußballbundesliga und Dirk Nowitzki, aber man wird nicht kreativer, wenn man lernt, die 100 m schneller als andere zu laufen.

Mit dem Zusammenbruch des Deutschen Musikrates »alt« ist auch die Epoche der bildungsbürgerlichen Honoratiorenlobby in der Musikpolitik ans Ende gekommen. Wie soll Ihrer Meinung nach die Musikwirtschaft ihren Einfluß im neuen Musikrat geltend machen?

Natürlich könnte der Musikrat Lobby-Funktionen für die Wirtschaft übernehmen. Aber soll er das? Ich persönlich glaube und sage das als Vertreter der Musikwirtschaft, nein, er soll sich um Musik als solche kümmern. Der neue Musikrat sollte beispielsweise die Defizite im Umgang mit Musik deutlich machen, für mehr Musik im Schulunterricht eintreten, für aktives Musizieren – vor allem für eine musikästhetische Diskussion, die den Realitäten Rechnung trägt.

Aber welcher Interessenverband diskutiert denn ästhetische Fragen? Es geht doch eher ums Urheberrecht, Umsätze und politische Einflußnahme ...

..... und damit um Lobbying. Der Musikrat kann der Musikwirtschaft meiner Meinung nach besser helfen, wenn er sie *mittelbar* unterstützt. Mittelbar! Die Wirtschaftsverbände müssen selber genügend Kraft entwickeln, um mit ihren Interessen politisch durchzustößen. Ein Musikrat kann das flankieren, indem er auf die musikalischen Realitäten in unserem Land hinweist und die entsprechenden Fakten vorträgt. Denn diese Realität entspricht und entspricht nicht den Darstellungen des alten, honoratiorenverhafteten Musikrates. Man kann diese Realität gut oder schlecht finden, man muss sich ihr allerdings stellen. Das ist im übrigen die zentrale Voraussetzung für die anstehenden Diskussionen, sei es über die Schule, die Musikausbildung oder das Urheberrecht. Es geht hier um den Abschied vom Wunschenken hin zu mehr Professionalität und Realitätsbewusstsein.

Der Musikrat kann der Musikwirtschaft meiner Meinung nach besser helfen, wenn er sie *mittelbar* unterstützt. Mittelbar! Die Wirtschaftsverbände müssen selber genügend Kraft entwickeln, um mit ihren Interessen politisch durchzustößen.