

Dance or Die!

Electronic Dance Music boomt. Dass diese Art von Musik, die früher einfach Techno genannt wurde, weit abseits des Mainstream entstand und dort auch noch immer entsteht, gerät dabei leicht in Vergessenheit. „Musikmarkt“ hat beide Seiten unter die Lupe genommen: den **Mainstream** und den **Underground**.

„Boom Boom Boom“, „MzMz“, „stumpfsinnige Ballerbeats“ – elektronische Musik wurde in der Vergangenheit immer wieder verhöhnt, war mal mehr, mal weniger im Mainstream präsent. Und heute? „Elektronische Musik hat wieder einmal die Größe erreicht, die es braucht, um von den Majors für auswertungsreich angesehen zu werden. Es ist aktuell die Zeit der großen Chancen – aber auch der Gefahren.“ Fritz Kalkbrenner weiß, wovon er spricht. Vor vier Jahren produzierte der Berliner zusammen mit seinem älteren Bruder den mit Platin veredelten Soundtrack zum Spielfilm „Berlin Calling“. Paul Kalkbrenner, der in dem Film die Hauptrolle spielt, avancierte zum international gefragten Star der Elektro-Szene. Am 3. Juni legte er auf dem Münchner Königsplatz vor 20 000 Tanzwütigen auf, die Beats waren in der ganzen Stadt zu hören. Längst gehört Paul Kalkbrenner zu den nationalen Aushängeschildern elektronischer Musik. Sein letztes Album, „Icke wieder“, schaffte es auf Platz zwei der deutschen Charts.

Elektronische Musik ist gefragt, hat den Mainstream infiltriert. Popstars wie Madonna, Rapper wie Flo Rida und R'n'B-Künstler wie Rihanna, Usher oder Taio Cruz vertrauen auf „Four On The Floor“-Beats von Hit-Garanten wie Martin Solveig, der Swedish House Mafia oder Lady-Gaga-Produzent RedOne. Der unangefochtene Kö-





nig der Dance-Beats ist David Guetta. Seit über einem Jahr hält sich sein aktuelles Album „Nothing But The Beat“ in den Charts. Der Franzose startete den Dance-Pop-Boom mit seinen Produktionen für das fünfte Studioalbum der Black Eyed Peas. Die HipHop-Band verabschiedete sich damals von ihrem bis dahin funklastigen Sound und setzte auf dumpfe Beats. Gleichzeitig knackte David Guetta mit seiner Single „When Love Takes Over“, für die er Ex-Destiny's-Child Kelly Rowland ans Mikro bat, weltweit die Top 10 der Charts. Immer mehr Stars sprangen auf den Zug auf. „Dieser Hype hat vor allem damit zu tun, dass offensichtlich vielen R'n'B- und HipHop-Producern nichts mehr eingefallen ist und dann plötzlich die Ushers und Rihannas dieser Welt angefangen haben, auf Dance-Pop-Produktionen zu setzen“, findet der deutsche Erfolgsproduzent und DJ Paul van Dyk. „Durch deren Radiopräsenz wurden die Konsumenten dann natürlich mehr und mehr an schnelle Taktzahlen gewöhnt.“ Dance-Pop ist zur Alltagsmusik geworden. Viele Musikkenner und Underground-DJs rümpfen bei Dance-Beats jedoch die Nase. Der Vorwurf: Es klingt alles sehr ähnlich, durch den Einsatz von Vocoder kann teilweise nicht einmal zwischen Männer- oder Frauenstimme unterschieden werden.

Boom in den USA

Trotz dieser durchaus berechtigten Kritik: Der Dance-Boom hält an. Vor allem in den USA sind cluborientierte Produktionen mit Euro-Dance-Samples gefragt. Gleichzeitig feiern auch weniger am Mainstream orientierte Acts enorme Erfolge. Skrillex zum Beispiel füllt die größten Hallen. Das DJ-Trio Swedish House Mafia trat im legendären Madison Square Garden vor ausverkauftem Haus auf – dort, wo ansonsten Rockgrößen wie die Rolling Stones oder Popstars wie Lady Gaga auf der Bühne stehen. Die Tickets für die Show waren innerhalb von neun Minuten weg. Die Stars können bis zu einer Million US-Dollar kassieren, wenn sie als Headliner bei einem Festival auftreten. „Man darf nicht vergessen, dass es in den USA schon immer eine

große Fangemeinde für elektronische Musik gab. So wurden ab Mitte der 90er Jahren Riesen-Raves in Los Angeles veranstaltet – und zwar ohne, dass damals im Radio Musik gespielt worden wäre, die auch nur im Ansatz elektronisch klang. Diese Szene existiert nach wie vor. Heute kommt diese Popmusik mit tanzbarem Untergestell hinzu“, so Paul van Dyk. Der Berliner betont, wie wichtig es sei, zwischen den unterschiedlichen Spielarten von elektronischer Musik zu unterscheiden. Schließlich gibt es unzählige verschiedene Genres und Subgenres. Von Techno über Trance bis House, von Minimal-Tech über Tribal-Techno bis Tech-House, von Drum'n'Bass bis Garage, von Filter-House bis hin zu Dubstep, dem derzeit angesagten Clubsound von London bis New York. „Skrillex zum Beispiel hat nichts mit dem aktuellen Radio-Dance-Boom in den USA zu tun“, so Paul van Dyk. „Er macht etwas sehr eigenes und sticht damit natürlich heraus. Er hat sozusagen die Rolle der ‚Crazy Punk Band‘ innerhalb der Elektro-Szene eingenommen und ist zur Projektionsfläche rebellischer College-Studenten geworden. Darauf basiert – neben seinem Riesentalent – letztendlich auch sein Erfolg. Auf der anderen Seite gibt es in den USA einen ‚Top 40 Radio Dance Boom‘ – ich möchte dabei aber nicht von ‚Electronic Music‘ sprechen.“

Im Sommer dröhnten aus jedem Cabrio, aus jeder Open-Air-Disco und aus jeder Bar Hits von erfolgreichen Aushängeschildern der Szene wie DJ Antoine und Co.– zumindest gefühlt. Denn obwohl Acts wie Jennifer Lopez, Pitbull, David Guetta, Martin Solveig, Alexandra Stan, Snoop Dogg vs. David Guetta, LMFAO, Rihanna und Taio Cruz mit ihren Dance-Pop-Songs die Top 25 der Single-Charts 2011 dominieren, sind die Umsatzzahlen im Segment „Dance“ rückläufig, wie ein Blick in die BVMI-Zahlen verrät. So steigerte sich zwar der Anteil von Dance-Produktionen am Gesamtumsatz von 2010 auf 2011 von 2,2 auf 3,0 Prozent. Im vergangenen Jahr ging der Anteil jedoch auf 2,6 Prozent zurück. Dies mag jedoch auch an der Definition von „Dance“ liegen. Die Genres vermischen sich



| Unterwegs zum nächsten DJ-Set? Das neue Album von Fritz Kalkbrenner heißt „Sick Travellin“ und erscheint am 19. Oktober via Suol
| Foto: Torben Conrad

| Paul Kalkbrenner gehört zu den international bekanntesten deutschen Elektro-DJs. Sein neues Album soll noch dieses Jahr über sein eigenes Label erscheinen
| Foto: zvg

| Er hat allen Grund zum Jubeln: David Guetta dominiert seit Jahren die Charts – auch mit der Neuauflage seines Hit-Alboms „Nothing But The Beat“
| Foto: Andrew McPherson

| Zuletzt veröffentlichte Paul van Dyk sein Album „Evolution“ – derzeit tourt er wieder um die Welt
| Foto: Universal Music

| DJ Antoine landete mit „Welcome To St. Tropez“ einen Sommer-Hit
| Foto: Kontor

immer mehr – zwischen einem R'n'B-Künstler wie Taio Cruz und einem House-DJ wie David Guetta gibt es musikalisch kaum noch Unterschiede. Die Grenzen zwischen Pop, Rock und elektronischer Musik verwischen zunehmend, wie sich auch beim diesjährigen Echo zeigte. Für die neu hinzugefügte Kategorie „Club/Dance National/International“, mit der die Deutsche Phono-Akademie dem verstärkten Interesse an zeitgemäßen Club- und Dance-Produktionen Rechnung trägt, waren neben dem Sieger David Guetta Acts wie Deichkind, DJ Antoine, Paul Kalkbrenner und LMFAO nominiert.

Die derzeit hohe Nachfrage nach elektronischen Beats bietet den namhaften DJs natürlich auch mehr Einnahmen. Denn immer mehr Künstler aus den unterschiedlichsten musikalischen Ecken setzen auf eine elektronische Handschrift. Elektro-Remixe gehören längst zum guten Ton. Madonna zum Beispiel ließ den schwedischen Shootingstar Avicii und Paul van Dyk an ihre Songs, Florence & The Machine ließen ihre aktuelle Single „Spectrum“ von Calvin Harris clubtauglich machen. „Wir erhalten schon viele Anfragen für Remixe, aber ich bin da sehr selektiv“, meint Paul van Dyk. „Für mich ist es wichtig, dass mich etwas – musikalisch oder in einer anderen Art und Weise – an einem Projekt reizt. Und diesen Dance-Pop-Bereich finde ich wirklich nicht sehr spannend. Stattdessen mag ich zum Beispiel Genre-übergreifende Remixe. So habe ich gerade einen Remix für Linkin Park gemacht.“ Auch Fritz Kalkbrenner erhält mehr Remix-Anfragen als früher – „aber leider keine guten“, wie er sagt. „Da ich noch nie einen Remix gemacht habe, soll mein Einstand auch etwas Besonderes sein.“

Labels gehen mit dem Zeitgeist

Die Majors haben den Boom erkannt und stärken ihre Dance-Sparten. So reanimierte Universal Music vor zwei Jahren das Label Zeitgeist. „Elektronische Musik ist nicht nur ein maßgeblicher Bestandteil von Pop geworden, sondern begeistert als Genre die Menschen auf der ganzen Welt“, so Zeitgeist-A&R-Chef Manuel Overbeck damals. Sony Music, das mit der Dance-Pop-Nummer „Mr. Saxobeat“ einen Sommer-Hit landete, lancierte Ende 2011 die neue Dachmarke Columbia Dance. EMI Music brachte im Frühjahr das EMI Dance Network an den Start. Damit bündelt der Major auf internationaler Ebene seine A&R- und Marketing-Kräfte. Darüber hinaus initiierte EMI Music Germany die Marke Get No Sleep, ein Konglomerat aus Community, Live-Experience und Label. Dazu gehören neben Events auch eine Merchandising- und Compilation-Linie. Und auch bei Warner Music Germany setzt man auf elektronische Beats: Der Hamburger Major rief im Herbst 2011 das Dance-Label Bitclap ins Leben. Zum Roster gehören Acts wie Skrillex, Blitzkids mvt. und Afrojack.

Doch die großen Musikkonzerne haben den Dance-Bereich natürlich nicht für sich gepachtet. „Online-Plattformen wie Beatport und Social-Media-Kanäle, über die Künstler den Vertrieb ihrer Musik selbst in die Hand nehmen können, haben die Sache ungemein demokratisiert“, erklärt Paul van Dyk. Viele Szene-DJs nehmen die Sache selbst in die Hand und gründen ihre eigenen Labels. Von Paul van Dyks Vandit Records und BPitch Control von Ellen Allien über Sven Väths Cocoon, Monkeytown Records von Modeselektor, Boys Noize Records des Hamburgers Ale-

xander Ridha bis hin zu Moon Harbor von Matthias Tanzmann gibt es mittlerweile unzählige Labels, die sich auf die verschiedenen Spielarten elektronischer Musik und deren Vertrieb spezialisiert haben.

Gemeinsam mit seinem Team lancierte Paul van Dyk bereits 2005 – also noch vor Amazon MP3 – mit vonyc.com eine eigene Online-Plattform inklusive Download-Angebot. Letzteres wurde mittlerweile wieder eingestellt. „Wir wollten den Usern einfach einen Service zur Verfügung stellen, haben dann aber schnell festgestellt, dass wir mit unserem Download-Angebot plötzlich in Konkurrenz zu Beatport und iTunes traten. Das war jedoch nie unsere Absicht. Außerdem wäre das auf Dauer nicht erfolgsversprechend gewesen. Meinem Team und mir ging es damals in erster Linie einfach darum, Musik, die uns am Herzen liegt, auch für andere erhältlich zu machen. Mittlerweile konzentrieren wir uns bei Vonyc verstärkt auf das Radio-Programm.“

Vielfalt im Netz

Im Internet gib es heute hunderte von Sendern, die sich teilweise auf Nischen der elektronischen Musik spezialisiert haben. Im Formatradio sieht die Situation natürlich anders aus. „Die explizit fürs Airplay produzierten Sachen, die sich in einer Art Mimikry für Clubmusik ausgeben, sind meist bei einem Major gesignt, und durchlaufen die ganz klassischen Pfade“, meint Fritz Kalkbrenner. „Die meisten guten Sachen dagegen bleiben leider weiterhin ungehört.“ Das sieht Paul van Dyk ähnlich. „Toll wäre, wenn wir den Radio-Musikredakteuren den Druck der MA-Analyse nehmen könnten, damit diese die



Foto: Emma Pierre

Musik wieder nach ihrer Wertigkeit auswählen können, nicht nach deren Erfolg. Die Aufgabe eines Redakteurs ist es schließlich, Musik zu filtern – und nicht das, was ohnehin schon jeder kennt, in die Rotation zu packen.“

Neue Marktbedingungen

„Der Markt hat sich massiv verändert“, weiß Paul van Dyk, der auf knapp 20 Jahre Erfahrung als DJ zurückblickt. „Von der Wertigkeit, die Musik für jeden einzelnen hatte, ist viel verloren gegangen. Viele Musikfans machen sich heute gar nicht mehr die Mühe, in ein komplettes Album reinzuhören. Stattdessen wird Musik ‚Track by Track‘ konsumiert. Das kriegt man natürlich auch als Label zu spüren.“ War früher alles besser? Paul van Dyk winkt ab: „Neue Technologien wie Social Networks eröffnen ganz neue Möglichkeiten. So kann man direkt mit den Fans kommunizieren und erhält ein direktes Feedback.“

Auch die Produktionstechnik hat sich enorm weiterentwickelt. „Heute ist kein umfangreich ausgestattetes Studio mit teurem Equipment mehr nötig, um gute Musik zu produzieren“, so Bernd Breiter, Geschäftsführer von BigCityBeats. Der 42-Jährige erlebte als Produzent des Dance-Duos Magic Affair den Euro-Dance-Boom in den 90ern hautnah mit. 2004 gründete er Big CityBeats. „Clubmusik fristete lange Zeit ein Nischendasein, wurde als ‚Boom Boom Boom‘-Musik abgetan. Wir wollten dem ganzen eine Plattform bieten“, erklärt Breiter. Ursprünglich als Radioshow konzipiert, entstand später die BigCityBeats-Community, eine Plattform, über die sich interessierte Musikfans austauschen konnten – „damals war Facebook ja noch nicht online!“ Im Lauf der Zeit kamen u.a. eine eigene Event- und Compilation-Reihe, eine TV-Sendung, ein Magazin, ein Label sowie eine In-house-Booking-Agentur hinzu. Zuletzt versammelte BigCityBeats im August in Neu-Ulm seine Resident-DJs – darunter auch David Guetta – beim „SommerTagTraum“. Vor 15 000 Besuchern stellten die Turntable-Rocker ihr Können unter Beweis. Am 5. Oktober erscheint „BigCityBeats“-Compilation Nummer 17.

Wie lange der Dance-Pop-Boom noch anhalten wird, lässt sich natürlich nicht sagen. In Zeiten von Social Networks und der Geschwindigkeit, die das Internet vorgibt, verbraucht sich Musik relativ schnell, meint Paul van Dyk. „Es gibt immer Zwei-Jahres-Zyklen“, so der DJ. „Insofern kann man da-

von ausgehen, dass dieser Trend bald vorbei sein wird. Wenn zum Beispiel Dr. Dre wieder Musik macht, statt Kopfhörer zu verkaufen, und eine tolle HipHop-Produktion auf den Markt bringt, die den Popmarkt wieder in Richtung HipHop umschwingen lässt, dann ist der Dance-Boom schnell wieder vorbei.“

Abseits des Mainstream

Wie in allen Musikgenres spielen sich ein Booms und Flauten überwiegend auf Mainstream-Ebene ab. Produzenten, DJs und Labelbetreiber, die ihr ganzes Leben der Elektronischen Musik gewidmet haben und die fest in der Szene verankert sind, denken in anderen Kategorien: „Dance-Musik ist in meinen Augen keine Mode oder Welle oder ähnliches, sondern ein fest verankertes Musikgenre – genau wie Jazz, Klassik, Soul oder Weltmusik“, so Jens Thele, Gründer von Kontr Records. „Die Majors haben schon einmal den Fehler gemacht, ihre Dance-Labels zu schließen. Jetzt werden sie alle hektisch wiedereröffnet.“

Das sieht Konrad von Löhneysen, Managing Director/Head Of A&R der Embassy of Music GmbH, ähnlich: „Vor 20 Jahren hatten die Majors alle Dance-Labels. Jetzt haben sie auch wieder entsprechende Abteilungen. Daran sieht man schon, dass mit Dance wieder Geld zu machen ist.“ Die Art von Elektronischer Musik, mit der „wieder Geld zu machen ist“, hat mit der Musik, die in Clubs gespielt wird, allerdings gar nichts zu tun. Konrad von Löhneysen: „Es gibt zwar Ausnahmen, generisch gewachsene Titel wie etwa den Wankelmut-Remix des Asaf Avidan Songs „One Day/Reckoning Song“. Das passiert allerdings vielleicht einmal im Jahr.“

Auch Matthias Tanzmann, Gründer von Moon Harbour Recordings, bestätigt: „Wenn

wir von der populären Dance-Musik reden, die auch in den Charts vertreten ist, dann kann man durchaus sagen, dass sie populärer geworden ist. Vor allem in den USA ist elektronische Musik ganz groß. Das hat mit der Musik, die wir machen, allerdings nicht viel zu tun.“

Matthias Tanzmann und sein Label Moon Harbour Recordings entspringen einer Musikszene, die abseits der Mainstream-Industrie entstanden ist. Das schlägt sich in den Produktionen nieder, die auf leicht verdauliche Melodien und weiche Klänge, von denen man sich als Hörer berieseln lassen kann, großteils pfeifen. Der fehlende Druck, einen massenkompatiblen Sound zu kreieren, fördert die Experimentierfreudigkeit der Produzenten. „Innerhalb der Szene wären aber natürlich alle gerne Stars, einen gewissen Ehrgeiz kann man den Leuten ja nicht absprechen. Mit der Musik, die man macht, wäre man schon gerne erfolgreich. Man will sich aber nicht verbiegen, um Erfolg zu haben, das trifft zumindest auf die Künstler aus meinem Umfeld zu“, erklärt Matthias Tanzmann.

Jan-Michael Kühn vom Berlin Mitte Institut ergänzt: „Beim Techno geht es primär ums Künstlerische. Der ökonomische Faktor ist sekundär.“ Der Techno-Bereich sei ein Nischenmarkt. Natürlich wollten seine Akteure auch Geld verdienen, aber nie mit dem Wunsch, „richtig reich zu werden“, so Kühn. Die aktuelle GEMA-Debatte rücke einen entscheidenden Unterschied zwischen Kulturindustrie und Szenewirtschaft in den Vordergrund. „Wenn jemand einen Club gründet, dann tut er das, weil er sich einer bestimmten Musikszene zugehörig fühlt. Er legt damit von vornherein fest, welche Musik er in seinem Club spielen wird. In diesen Clubs wirst du niemals David Guetta oder Paul van Dyk hö-

hintergrund

Neue Geschäftsfelder?

Es ist nicht nur in der Szene für Electronic Dance Music (EDM) mittlerweile schwer geworden, allein vom Verkauf der Musik zu leben, Ausnahmen bestätigen die Regel. Für viele Labels haben sich deshalb andere Felder zu einem ebenso wichtigen Geschäftsmodell entwickelt, etwa Booking. Matthias Tanzmann: „Analog zu der Entwicklung, dass Künstler ihr Einkommen eher durch Auftritte als durch Tantiemen verdienen, haben Labels ihre Geschäftsfelder in Richtung Künstlervermittlung weiterentwickelt. Diese Kombination ist für viele Labels in unserem Bereich überlebenswichtig.“ Neben dem Booking würden viele Labels zudem nicht nur die Masterrechte eines Künstlers sondern auch die Verlagsseite übernehmen, erklärt Michael Reinboth, der mit seinem Label Compost Records ein anderes

Geschäftsfeld erschlossen hat: „Wir bieten anderen Labels als Service-Leistung an, die GVL-Gebühren aus dem Ausland einzusammeln. Klassische Verwaltungssarbeit“, so Reinboth. Florian Meindl bietet viele Merchandise Produkte wie T-Shirts, USB-Sticks, Beutel etc., in seinem Facebook-Shop an. „Aber Geld verdienen konnte ich damit noch nicht. Dadurch, dass die Leute mehrheitlich nicht bereit sind Geld für Musikstücke zu bezahlen und der GEMA-Verteilungs-Schlüssel meiner Meinung nach nicht gerecht ist, kommt von anderen Seiten auch nicht viel Geld, deswegen ist man von Auftritten abhängig – was schnell zur finanziellen Notlage führt wenn man durch Krankheit zum Beispiel nicht auftreten kann.“



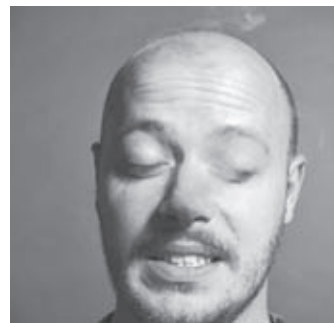
| Matthias Tanzmann, Gründer von Moon Harbour Recordings | Foto: Anke Duensing



| Michael Reinboth, Gründer von Compost Records | Foto: Compost Records



| Florian Meindl, Gründer von Flash Recordings | Foto: Flash Recordings



| Jan-Michael Kühn vom Berlin Mitte Institut | Foto: Roman Kutzowitz

ren, da würde der gesamte Club still stehen. Clubbetreiber aus der Szene entscheiden sich bewusst für diesen Weg, auch wenn sie auf andere Art und Weise viel mehr Geld verdienen könnten. Bei dem Gedanken fühlen sich diese Clubbetreiber allerdings einfach nicht wohl und entscheiden sich bewusst dagegen“, so Kühn. Dass diese Eigenheiten der Clubszene nicht beachtet würden, sei auch einer der Hauptgründe, weshalb die Debatte um die neuen GEMA-Tarife für Veranstalter so emotional geführt werde (s. Kasten).

Nichts für jeden

An die nötigen Geräte, um Clubmusik zu produzieren, gelangt man heute sehr leicht. Im Prinzip ist es jedem möglich, sich ein kleines Heimstudio einzurichten, Songs zu produzieren, ein eigenes Label zu gründen und die Tracks zu veröffentlichen. Das bringe aber auch wahnsinnig viele Trittbrettfahrer hervor, die relativ schnell einen Track zimmern, über ein eigenes Label veröffentlichen und damit sogar in den Charts landen würden, erklärt Michael Reinboth, Gründer von Compost Records. Langfristig setzten sich die guten Produzenten zwar durch, diese Leute ließen sich weltweit allerdings an einer Hand abzählen, so Reinboth. Auch Florian Meindl, Betreiber

von Flash Recordings, erkennt „momentan einen Trend zum kurzen Hype mit anschließendem steilem Abfall. Die Eintagsfliegen werden wieder mehr. Es gibt jedoch auch Leute die es konstant alle Jahre wieder an die Spitze schaffen wie im Techno Bereich zum Beispiel Richie Hawtin oder Adam Beyer – diese Produzenten haben einen langen Atem und ziehen das durch, wofür sie stehen.“

Die Zahl an Künstlern mit eigenen Labels ist im Dance-Bereich auffallend hoch. „Künstler gründen ihr eigenes Label, um ein eigenes Netzwerk aufzubauen und sich auf einer eigenen Plattform zu präsentieren, über die sie wachsen können“, erklärt Matthias Tanzmann. Ein solches Label werde nicht wie ein klassisches Indie-Label geführt – mit Mitarbeitern und großer Struktur, fährt der Moon Harbour-Gründer fort. „Das wird heutzutage alles vom Schreibtisch aus gemacht.“ Der Aufwand, halte sich in Grenzen, das meiste geschehe digital. „Der Künstler hat mit einem eigenen Label in Sachen Marketing und Kommunikation einfach bessere Möglichkeiten, sich zu präsentieren, als wenn er unter seinem DJ Namen auftritt“, so Tanzmann. Florian Meindl ergänzt: „Die eigenen Labels der Künstler eignen sich jedoch selten zum Geldverdienen sondern sind, wie in meinem Fall,

eher ein verlängerter Arm des jeweiligen Künstlers oder eine Art Ausdrucks-Möglichkeit. Der Vorteil eines eigenen Labels ist, dass man alles selber bestimmen kann.“

Allerdings merke man als Betreiber eines solchen kleinen Labels eine Krise auch viel stärker. Matthias Tanzmann: „Man hat vielleicht nicht klassische monatliche Fixkosten, die ein Label mit Strukturen tragen muss. Trotz allem würde ich sagen, dass die meisten kein Geld damit verdienen werden. Wenn sie Geld für Artworks, Mastering und Marketing ausgeben, werden sie eher draufzahlen.“ Da stimmt Florian Meindl zu: Man müsse zufrieden sein, wenn sich Grafik-, Werbe- und Mastering-Kosten mit den Einnahmen deckten. „Das liegt einerseits an der Unwilligkeit für Musik zu bezahlen – das hat sich ja schon in die Kultur eingepreist – und andererseits auch daran, dass viel mehr Leute elektronische Musik machen und releasen. Die Konkurrenz wächst von Tag zu Tag“, so Meindl. Auch Konrad von Löhneysen, der mit Embassy Of Music eindeutig kein „Schreibtisch-Label“ betreibt, merkt die Krise seit mittlerweile elf Jahren. „Über diesen Zeitraum haben wir fast 40 Prozent des Marktes verloren. Derjenige, der das nicht gemerkt hat, muss ein Genie sein“, so Löhneysen.

im überblick

Die GEMA, EDM und das Problem trackbezogener Abrechnung

„Man kann nicht von einer Musiklandschaft sprechen. Das sind verschiedenste kulturelle Felder. Wenn man genau sein wollte, müsste jedes dieser Felder getrennt behandelt werden. Die Idee, mit zwei Tarifen alle Bereiche abzubilden, war von vornherein zum Scheitern verurteilt, auch wenn der Versuch, alles zu vereinfachen natürlich lobenswert ist. Für diese zwei neuen Tarife ist die Musiklandschaft allerdings zu komplex“, erklärt Jan-Michael Kühn vom Berlin Mitte Institut im Gespräch mit „Musikmarkt“. Dabei zahle jeder Clubbetreiber gerne für Musik, was sich unter anderem in relativ hohen Gagen für DJs niederschlägt. Nur die Pro-Track-Vergütung funktioniert nicht, weil die GEMA nicht titelgenau abrechnen könne.

Die GEMA erlaubt zwar auch DJs das einreichen von Playlisten, allerdings nur, wenn die Veranstaltung als Konzert eingestuft wird. Das ist der Fall, wenn ein DJ mehr macht, als einfach nur Musik aufzulegen. Wenn er beispielsweise live einen Sequenzer oder einen Midi-Con-

troller zum Einsatz bringt wie andere Künstler ihre Instrumente. In diesem Sinne sind die große Mehrheit der DJ-Veranstaltungen keine Konzerte.

Es gebe für das Problem der titelgenauen Abrechnung allerdings Lösungen, so Michael Reinboth, Gründer von Compost Records. „Eine moderne Verwertungsgesellschaft müsste es Produzenten erlauben, sämtliche Audiofiles einzureichen und diese in ihr System einspeisen. Auf diese Weise kann eine Erkennungssoftware auch Remixe oder Edits erkennen, und dann Radiostationen abgrasen.“ Es gebe aber noch andere Möglichkeiten: „Man könnte die ganzen Internet-Radiostationen dazu verpflichten, Tracklistings abzugeben. Die Öffentlich-Rechtlichen werden ja auch dazu verpflichtet. Ich bin mir sicher, dass die alle mitmachen würden. Vor allem würden die Künstler darauf drängen, dass sie mitmachen. Das könnte alles digital laufen, es muss sich nur jemand darum kümmern, bzw. die GEMA muss diese Track-Meldungen verarbeiten“, so Reinboth.

Laut Reinboth müsste die GEMA, Download-Portale wie Beatport in die Gewichtung einfließen lassen. Das könne die GEMA laut eigener Aussage allerdings nicht, weil es sich um ein ausländisches Portal handle. „Die GEMA lässt Dancefloor-Tracks von Musicload in die Berechnung mit einfließen, aber Musicload ist völlig irrelevant für Clubmusik in Deutschland.“ Auch die Deutschen Club Charts und die Deutschen Dance Charts würden in die Berechnung der GEMA einfließen. „Aber auch da ist ja nur die kommerzielle Speerspitze vertreten und nicht das, was im Untergrund gespielt wird.“

Der gesamte Bereich Electronic Dance Music (EDM) müsse wirklichkeitsgetreu gewichtet werden, damit das Geld aus den Töpfen der GEMA auch bei den richtigen Leuten ankomme. Dann würden viele Clubbetreiber auch bereit sein, mehr zu zahlen als bislang. Bekämen die DJs nämlich mehr aus der Verwertung ihrer Musik, könnten Clubbetreiber an den Gagen sparen.



| Jens Thele, Gründer von Kontor Records
| Foto: Kontor Records



| Konrad von Löhneysen, Managing Director & Head Of A&R Embassy Of Music
| Foto: Embassy Of Music

Nur an Jens Thele und Kontor Records scheint die Krise vorbeigegangen zu sein, weshalb der Labelbetreiber und sein Team täglich „Demut walten lassen“, wie Thele erklärt. „Wir sind international aufgestellt und als es hierzulande nicht gut lief, hatten wir mit Scooter in England riesigen Erfolg. Auch unsere Kopplungen sind noch vernünftig gelaufen, insofern hat uns diese Krise so nicht getroffen. Zudem sind wir mit Kontor New Media recht früh auf Digital umgestiegen und waren vom ersten Tag vernünftig bei iTunes vertreten. Bei Spotify läuft es jetzt genauso.“

Spotify, die Zukunft?

Wie sich Streaming in Zukunft entwickeln wird, vermag niemand zu sagen. Tendenz steigend, wie auch die aktuellen BVMI-Zahlen belegen, laut denen mit Streaming in der ersten Jahreshälfte rund drei Prozent der Gesamtmarktumsätze respektive knapp 13 Prozent der Digitalumsätze erwirtschaftet worden sind. Noch weiß keiner so recht, ob Streams den Downloads nun den Rang ablaufen werden, oder nicht. Jens Thele hat laut eigener Aussage keine Angst vor der digitalen Zukunft: „Die Büchse der Pandora ist ohnehin geöffnet. Ich finde Spotify toll. Da ist ein Konzept dahinter, mit dem wir die Leute, die bisher illegal heruntergeladen haben, zurück in die Legalität bekommen.“ Auch Konrad von Löhneysen, der mit Embassy Of Music konstant steigende Einnahmen aus dem Streaming-Bereich verzeichnet, hält das Thema für wichtig. Allerdings sei bei der Fülle von Songs, die sämtliche Streaming-Dienste im Angebot haben „eine Empfehlungskompetenz notwendig, wie wir sie beispielsweise mit unseren Pacha-Compilations an den Tag legen. Die Leute wollen sich nicht durch 16 Millionen Songs hören, sondern das, was ihnen gefällt, aufbereitet bekommen“, so Löhneysen.

Florian Meindl hält Streaming für die Zukunft: „Man bezahlt eine Flatrate und kann alles sofort haben. Das Traurige ist, dass diese Flatrate zu gering ist, die Leute aber nicht bereit sind, mehr zu zahlen. Damit habe ich mich abgefunden, das ist im Internet-Zeitalter einfach so. Alles hat Vor- und Nachteile, aber die Vorteile überwiegen in dem Fall dermaßen, dass man sich über gewisse Dinge einfach nicht ärgern darf.“ Michael Reinboth dagegen sieht in Streaming-Diensten eine „Katastrophe“ für Labels und Künstler, „weil es nur Peanuts gibt. Letztendlich kommen wir aber nicht drum herum. Mal abwarten, rückgängig kann man diese Entwicklung ohnehin nicht mehr machen“, so Reinboth. | Renzo Wellinger & Gideon Gottfried

Mehr Information:

www.bigcitybeats.de

www.musikmarkt.de Hier finden Sie die kompletten Interviews mit sämtlichen Künstlern und Labelbetreibern, mit denen wir gesprochen haben

Buddemusic at ADE 2012

Independent publishing

Representing catalogs such as: !K7, Get Physical, Hospital, International Dee Jay Gigolos, Italic, Kompakt, Pooled Music, Random Noize Musik, Raster Noton, Sinnbus, Souvenir, Sugar Hill Music, Tresor.

Represented writers include: Alva Noto, Apparat, Bodi Bill, Daniel Haacksman, Fritz Kalkbrenner, Henrik Schwarz, Ian Pooley, Louie Vega, M.A.N.D.Y., Matias Aguayo, Motor City Drum Ensemble, Niels van Gogh, Oval, Phon.o, Raz Ohara, Superpitcher, Motor, T.Raumschmiere, Zombie Nation.

Worldwide. Since 1947.
www.buddemusic.com
ade@buddemusic.com

Hauptsache, die Leute tanzen

Vom 17. bis 21. Oktober geht das **Amsterdam Dance Event (ADE)** über die Bühne. Die Branche ist sich einig: Neben dem „Ibiza Music Festival“ und der „Winter Music Conference“ in Miami ist das ADE das wichtigste Ereignis für den Bereich Electronic Dance Music. Die letzten fünf Ausgaben waren ausverkauft. „Musikmarkt“ sprach mit Chef-Organisator **Richard Zijlma**.



| Richard Zijlma, Organisator des ADE | Foto: ADE

musikmarkt: Noch zwei Wochen, dann geht's los. Sind Sie mit der Organisation durch?

Richard Zijlma: Ich würde behaupten: Ja (lacht). Wir sind so gut wie fertig und haben noch ein paar Wochen bis zum Event. Das ist wichtig, da man sich in dieser Zeit darauf konzentrieren kann, die letzten Details zu verbessern. Außerdem kann man in dieser Phase über die aktuelle Situation sowie die Langzeit-Strategie nachdenken.

musikmarkt: Welche Eigenschaften muss man mitbringen, um ein solches Event auf die Beine zu stellen?

Richard Zijlma: Als Organisator spielt man über das gesamte Jahr gesehen verschiedene Rollen. Es beginnt damit, eine Strategie zu entwickeln, Sponsorengelder aufzutreiben, sein Team zu managen und währenddessen viele Kleinigkeiten abzarbeiten. Erfahrungen in Sachen Planung und Finanzen sowie Kenntnis der Szene und der Netzwerke helfen. Ebenfalls wichtig, zumindest hoffe ich das: ein kreativer und aufgeschlossener Kopf.

musikmarkt: Was sind die größten Veränderungen, die das Amsterdam Dance Event seit der Premiere 1996 durchgemacht hat?

Richard Zijlma: Wir haben als kleine, engagierte Konferenz begonnen, die sich in erster Linie an Labels gerichtet hat. Mittlerweile sind wir eine Plattform für eine ganze Szene geworden – von aufstrebenden DJs und Produzenten, über interessierte Studenten, bis hin zu den weltweit führenden Branchenköpfen und Künstlern. Wir sind das „all in one“ für die Elektronische Musikszene.

musikmarkt: Anderen Musikkonferenzen fällt es teilweise schwer, relevant zu bleiben. Warum dem Amsterdam Dance Event nicht?

Richard Zijlma: Wir sind in der glücklichen Lage, dass sich Dance-Musik nach und nach zu einem weltweiten Phänomen entwickelt hat und nach wie vor wächst und dass Amsterdam eine attraktive Stadt ist – mit einem tollen Flughafen und einer lebendigen lokalen Szene. Auch die Leistungen holländischer Künstler sowie der Industrie, die im Hintergrund sehr professionell arbeitet, sind Schlüssel zum Erfolg. Diese relevanten Zusammenhänge versuchen wir natürlich abzubilden.

musikmarkt: Was sind die Themen, die der Dance-Community aktuell schlaflose Nächte bereiten? Spiegeln sie sich im Konferenzprogramm wider?

Richard Zijlma: Das hoffe ich doch. Wir versuchen sämtliche relevanten Angelegenheiten im Auge zu behalten und arbeiten hierfür mit einem tollen internationalen Team zusammen. Das Hauptziel ist aber natürlich, die Leute die ganze Nacht tanzen zu sehen.

musikmarkt: Verfolgen Sie die aktuelle Debatte zwischen der GEMA und den Clubbetreibern in Deutschland?

Richard Zijlma: Ich bin kein Experte auf dem Gebiet. Klar ist allerdings, dass in einer professionellen Umgebung jeder einen fairen Anteil der Einnahmen erhalten sollte – das gilt für sämtliche kreative Branchen, die mit Urhebern arbeiten. Eine faire Verteilung zu erreichen, wird immer schwierig sein, solange wir nicht gemeinsam als professioneller Sektor an einer Lösung arbeiten.

musikmarkt: Was empfinden Sie beim aktuellen Dance-Boom?

Richard Zijlma: Er eröffnet vielen Leuten zahlreiche neue Möglichkeiten. Vor zehn Jahren wurde ich von Freunden und anderen Leuten gefragt: „Glaubst du nicht, in zehn Jahren ist es vorbei mit der Dance-Musik und dem Amsterdam Dance Event?“ Heute befinden wir uns in einer völlig neuen Situation. Ich wünsche mir, dass der aktuelle Dance-Boom mit all der tollen Musik künftigen Generationen als Inspiration dient.

musikmarkt: Was macht die Dance-Community innerhalb der Musikindustrie zu einem Phänomen?

Richard Zijlma: Da gibt es eine Menge: Die gesamte DNA der Dance-Musik basiert auf Sharing, dem Teilen von Inhalten und Erlebnissen. Das beginnt bei Leuten, die gemeinsam auf den Dancefloors tanzen, und hört bei den Künstlern auf, die Songs austauschen und ihre Musik bei Performances gegenseitig spielen. Außerdem spielen innerhalb der Dance-Szene einzelne Single-Tracks noch eine viel größere Rolle als beispielsweise in der traditionellen Pop-Szene. Auch das spiegelt den aktuellen Zeitgeist sowie die Art und Weise wider, wie Menschen Musik konsumieren und miteinander teilen.

Außerdem erübrigt sich im Dance-Bereich das Problem der Sprachbarriere, weshalb sich ganz neue weltweite Gelegenheiten für die Künstler ergeben. Die können sie dann wiederum ohne größeren Aufwand wahrnehmen, weil Künstler aus der Dance-Szene überwiegend solo unterwegs sind.

musikmarkt: Herr Zijlma, ihr persönliches Highlight beim Amsterdam Dance Event 2012?

Richard Zijlma: In diesem Jahr freue ich mich besonders auf den ADE Playground. Dabei handelt es sich um einen Versuch, Tag- und Nacht-Programm der Clubgänger zu kombinieren. So sind tagsüber Dokus, Instore-Gigs und Studio Sessions geplant. Außerdem haben wir das Festival ausgedehnt und ein paar tolle Venues hinzugewonnen, die uns in den vergangenen 17 Jahren verwehrt waren. Darauf bin ich besonders stolz! | Interview: Gideon Gottfried

im überblick

Amsterdam Dance Event

Mehr als **180 000 Besucher** sowie **3500 Deligierte** aus 62 Ländern werden erwartet

Mehr als **800 internationale Künstler**

Mehr als **350 Events** in **80 Venues** (15 neue Venues im Vergleich zum Vorjahr)

ADE Playground, das neue Tages-Programm des ADE: Spezial-Events in der gesamten Stadt

Erweitertes Konferenzprogramm: Fünf statt vier Tage ADE