

GEORG HÜBNER (2009). *MUSIKINDUSTRIE UND WEB 2.0. DIE VERÄNDERUNG DER REZEPTION UND DISTRIBUTION VON MUSIK DURCH DAS AUFKOMMEN DES »WEB 2.0«*

Rezension von Stefan Belda

Das Internet hat die Musikkultur revolutioniert. Seit der »Napster-Revolution« 1999 haben Filesharing und diverse andere, häufig unter dem Begriff des Web 2.0 subsumierte Internet-Plattformen mit direktem Musikbezug wie MySpace, YouTube und Last.fm nicht nur die Aneignung von und den Umgang mit Musik in signifikantem Ausmaß geprägt, sondern auch den Wertschöpfungsprozess eines ganzen Wirtschaftszweigs, der über das 20. Jahrhundert erwachsenen Musikindustrie, in seinen Grundfesten erschüttert. Mit seiner im Rahmen des Studiengangs Musikmanagement der Donau-Universität Krems entstandenen Masterarbeit hat sich Georg Hübner dieses umfangreichen Themas angenommen und eine Bestandsaufnahme angestrebt.

Nach der Einleitung und notwendigen Begriffsklärungen widmet sich Hübner zunächst den zwei theoretischen Bezugspunkten seiner Arbeit: der soziologisch geprägten Geschichte der Musikindustrie von Peter Tschmuck sowie Alfred Smudits' kultursoziologischem Mediamorphosen-Modell, das den Einfluss neuer Medientechnologien auf die Kulturproduktion erläutert.

Unter Bezugnahme auf Tschmuck beschreibt Hübner zunächst die zwei Paradigmenwechsel in der Musikindustrie des 20. Jahrhunderts: die so genannte Jazz-Revolution um 1920, in der durch die technologischen Errungenschaften des Rundfunks und des elektrischen Aufnahmeverfahrens die großen Radiostationen zu den Mainplayern der Musikbranche wurden und der Jazz zum vorherrschenden Musikstil avancierte, sowie die Rock'n'Roll-Revolution um 1955, in der die Tonträgerkonzerne begünstigt durch die Einführung des Vinyls als Tonträgermaterial, dem Magnettonbandverfahren bei der Aufnahme sowie der Werbeleistung einer Vielzahl neu gegründeter, unabhängiger Radiostationen zu den maßgeblichen Instanzen der Musikbranche

wurden. Im Anschluss daran wird mit Rückgriff auf das Mediamorphosen-Modell von Alfred Smudits die Anfang der 1980er Jahre durch die allmähliche Verbreitung von Computern einsetzende Digitalisierung des Produktionsprozesses von Musik mit dem Konzept der »digitalen Mediamorphose« erklärt. Diese brachte mit Techno zwar einen neuen Musikstil hervor, hatte für die Musikindustrie hinsichtlich der Distribution von Tonträgern und für die Konsumenten in Fragen der Rezeption keine revolutionäre Wirkung und blieb somit Teil des vorherrschenden Paradigmas.

Die nächste Revolution, die die Strukturen und Mechanismen der Musikindustrie infrage stellte, setzte erst mit der massenhaften Verbreitung von breitbandigen Internetzugängen ca. 20 Jahre später ein. Aus diesem Grund rekapituliert Hübner im folgenden Kapitel zunächst ausführlich die Geschichte des Internets, bevor er schließlich auf die »Musik im Netz« zu sprechen kommt. In einem Galopp über gut 20 Seiten behandelt er die Anfänge von Musik im Internet in den frühen 1990er Jahren, das Phänomen der Tauschbörsen bzw. des Filesharings sowie die gegenwärtige Situation von Online-Musikangeboten. Hierbei spricht der Autor musikbezogene Web-Communities, Music-On-Demand-Services, Shops mit Web 2.0-Attributen sowie Podcasts und Audioblogs an, ohne hierbei jedoch in die Tiefe zu gehen. Überaus erfolgreiche und besonders stark mit dem Begriff des Web 2.0 assoziierte Plattformen wie die eingangs erwähnten MySpace, YouTube oder Last.fm handelt Hübner daher überraschenderweise auf lediglich zwei bis drei Seiten ab.

Im letzten Hauptkapitel legt der Autor schließlich dar, dass die derzeit ablaufende dritte, die sogenannte »Digitale Revolution« in einer Reihe mit der Jazz- und der Rock'n'Roll-Revolution zu sehen ist, auch wenn sie bislang keinen neuen Musikstil mit sich brachte. Vielmehr zeichnet sie sich durch neue Distributions- und Rezeptionsweisen aus, die allesamt auf das Web 2.0 zurückzuführen sind. In »Schlussfolgerungen und Ausblick« offeriert Hübner abschließend seine persönlichen Einschätzungen und Prognosen über die Zukunft von Musikproduktion, -distribution und -rezeption im Internetzeitalter, die sich leider nur wenig auf die in seiner Arbeit gewonnenen, faktenbasierten Erkenntnisse stützen.

Musikindustrie und Web 2.0 vereint in sich einige Stärken und viele Schwächen einer Qualifikationsschrift wie einer Masterarbeit. Sie ist in ihrem Ansatz innovativ, greift ein aktuelles Thema auf und ist dabei näher am Puls der Zeit als viele umfangreichere und über einen längeren Zeitraum entstandene Arbeiten. Sie enthält frische Ideen, denen oft ein großes Anknüpfungspotenzial innewohnt. Auch wenn sich Hübners Arbeit ihrer Zielsetzung entsprechend kaum mit Musik im engeren Sinn befasst, so liefert sie

doch eine Vielzahl grundlegender Informationen und Erklärungsansätze für die durch das Internet und Audiokompressionsverfahren wie Mp3 induzierten Wandlungsprozesse der Musikkultur.

Auf der Soll-Seite der Bilanz stehen hingegen eine unzureichende Tiefe der Betrachtungen, häufige Wiederholungen, die fehlende Stichhaltigkeit vieler Ausführungen sowie ein oftmals salopper Schreibstil, der sich zwar der Lesbarkeit als zuträglich erweist, häufig aber auch zu fehlender Prägnanz und Ungenauigkeiten im Ausdruck führt. Hübners überaus häufige Verwendung nicht notwendiger Anglizismen fällt ebenfalls unangenehm auf. Auch verspricht der Titel der Arbeit letztendlich mehr, als ihr Inhalt zu halten vermag, bzw. weckt Erwartungen, die nicht eingelöst werden. So kommt die Musikindustrie in erster Linie in den historischen Rückblicken auf die Revolutionen des Jazz und Rock'n'Roll und in den Ausführungen zu ihren restriktiven Maßnahmen auf illegale Filesharing-Angebote zur Sprache. Auf der Hand liegende Fragen nach der bisherigen Ausnutzung der Potenziale des Internets (insbesondere des Web 2.0) durch die Musikindustrie oder nach den Möglichkeiten, die die neue Technologie den Akteuren eröffnet, werden nicht behandelt. Auch die der Arbeit zugrunde liegende Definition des Rezeptionsbegriffs bleibt trotz des einleitenden Versuchs einer Begriffserklärung lange Zeit unklar. Erst im Verlauf der Lektüre kristallisiert sich heraus, dass mit ihm der bloße Zugriff auf Musik gemeint ist. Hierdurch versäumt es der Autor beispielsweise auf Aspekte der Qualität, Quantität und Intensität des Hörens von Musik über den Computer bzw. das Internet einzugehen und diese mit der Rezeption von physischen Tonträgern oder Live-Musik zu vergleichen.

Kritik wie diese ist bei der Beurteilung einer unter Termindruck konzipierten und realisierten Abschlussarbeit freilich anders zu bewerten als bei einer Dissertation oder einer vergleichbaren Monographie. In Anbetracht dessen ist das anerkennende und lobende Vorwort von Gerrit Pohl, dem Gutachter von Hübners Masterarbeit, als durchaus legitim zu bezeichnen. Als eine in Buchform erschienene und einen wissenschaftlichen Anspruch auf sich erhebende Publikation muss Hübners Arbeit jedoch auch entsprechenden Bewertungskriterien standhalten können, was sie leider nicht zu leisten imstande ist. Summa summarum bleibt *Musikindustrie und Web 2.0* zwar mit Sicherheit eine überdurchschnittliche Masterarbeit – die Qualität einer Publikation in Buchform, die zudem einen Endkundenpreis von 24,50 Euro rechtfertigt, besitzt sie jedoch nicht.

Hübner, Georg (2009). *Musikindustrie und Web 2.0. Die Veränderung der Rezeption und Distribution von Musik durch das Aufkommen des »Web 2.0«*. Frankfurt/M.: Peter Lang (134 S., 24,50 €).