

Die Musikwirtschaft – räumliche Prozesse in der Rezession

Dirk Ducar und Norbert Graeser

Die deutsche Musikwirtschaft umfasst neben Interpreten, Produktionsfirmen, Tonstudios und Presswerken, welche die Ware Musik herstellen, Tonträgerfirmen und Labels, die Rechte an Aufnahmen halten und vermarkten, Musikverlage, die Rechte an Kompositionen verwalten und lizenzieren, sowie Vertriebe und Großhändler, die Tonträger in den Handel bringen. Zu diesem Kernbereich aus Musik schaffenden und vermittelnden Akteuren, der auch eine Vielzahl von Agenturen beinhaltet, kommt jener der Musik verbreitenden Unternehmen, zu denen der Einzelhandel, die Konzertveranstalter, Radio- und Fernsehsender sowie ▶ **Online-** und ▶ **Printmedien** zählen.

Die Musikwirtschaft ist seit Anfang der 1980er Jahre weltweit durch extreme ▶ **horizontale** und ▶ **vertikale Konzentrationsprozesse** gekennzeichnet. Fünf große Firmen agieren in fast allen genannten Wertschöpfungsbereichen und haben über ihre Konzernmütter enge Verbindungen zu Verlagshäusern, Fernsehsendern oder Herstellern von Unterhaltungselektronik. In einer Serie von Übernahmen und Akquisitionen (▶ **Beitrag Zademach, S. 56**) konnten die „Big Five“ ihren Marktanteil zwischen 1985 und 1995 von rund 33% auf etwa 80% steigern. Im gleichen Zeitraum stieg mit der Einführung der CD auch der Wert der weltweit umgesetzten Tonträger von jährlich 14 auf rund 40 Mrd. US-\$ an. Nach einer Phase der Stagnation ab Mitte der 1990er Jahre ist die Entwicklung der letzten Jahre durch massive Umsatzrückgänge gekennzeichnet. Als Gründe für diese Entwicklung werden die massenhafte Verbreitung von Privatkopien und illegale Downloads von Musikdateien aus dem Internet, aber auch konjunkturelle Schwankungen und die wachsende Konkurrenz durch Handys, DVDs und Computerspiele genannt.

Deutschland bildet mit einem Jahresumsatz von rund 2 Mrd. Euro und einem Anteil von 6,4% am Weltmarkt

hinter den USA, Japan, Großbritannien und neuerdings Frankreich den fünftgrößten Tonträgermarkt. Neben den fünf marktbeherrschenden Unternehmensgruppen, die etwa 75% aller Umsätze auf sich vereinen, existiert eine große Zahl kleiner und kleinster Unternehmen im Bereich der Herstellung und Vermittlung von Musikprodukten. ▶ **3.** Rund 40% dieser Unternehmen sind auf die vier größten Städte Deutschlands, Berlin, Hamburg, München und Köln, konzentriert.

„Hamburg rockt!“ (Tocotronic)

Die kulturelle Vielfalt und das kreative Potenzial urbaner Metropolen sind für Unternehmen der Musikwirtschaft ein entscheidende Standortfaktoren. Kleinere Firmen, die sich durch geringe ▶ **vertikale Integration** auszeichnen, suchen aber auch häufig die räumliche Nähe zueinander. Ein besonders prägnantes Beispiel für derartige Standortgemeinschaften ist das Schanzenviertel in Hamburg. Dort hat sich um die

horizontale und vertikale Konzentrationsprozesse – das zunehmende Zusammengehen von Firmen gleicher Art bzw. von solchen, die aufeinander aufbauende Teilvorgänge in Produktion und Distribution eines Produktes betreiben

Online-Medien – über das Internet erreichbare Publikationen

Printmedien – gedruckte Publikationen

vertikale Integration – Abdecken mehrerer Teilprozesse einer Produktions- und Distributionskette eines Produktes im selben Unternehmen

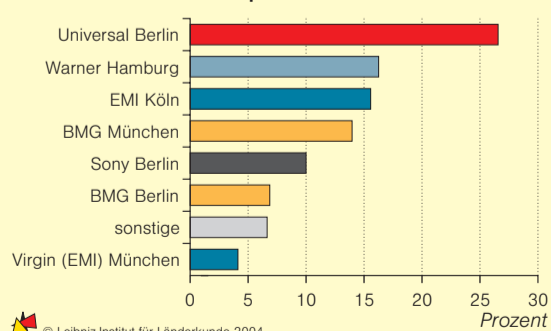
Bands und Interpreten der so genannten Hamburger Schule und der Hamburger Hip-Hop-Szene herum ein kleinteiliges und produktives Netzwerk aus Labels, Plattenläden, Tonstudios und Veranstaltungsorten entwickelt. ▶ **2.** Derzeit plant die Hansestadt dort mit dem Musikzentrum St. Pauli ein musikwirtschaftliches Gründerzentrum für kleine unabhängige Unternehmen, um dieses Milieu zu stärken und in der Hansestadt zu halten.

„Dann geh doch nach Berlin!“ (Angelika Express)

Die Bemühungen um die Unternehmen haben ihren Grund, denn die Entwicklung der deutschen Musikwirtschaft ist derzeit nicht nur von massiven Umsatzrückgängen und kontinuierlichem Personalabbau geprägt, sondern auch von anhaltenden Wanderungsbewegungen nach Berlin. Mit der Wende hat die dortige Independent-Szene beständigen Zuwachs von jungen Unternehmen erhalten, und seit Ende der 1990er Jahre verfolgt der Berliner Senat mit großzügigen finanziellen Anreizen für die



1 Umsatzstärkste Tonträgerfirmen (Big Five) Anteile an den Top 100 Album-Charts 2003



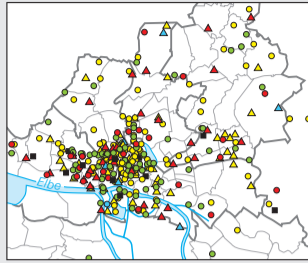
Marktführer das Ziel, die Bundeshauptstadt auch zur Musikhauptstadt zu machen.

Universal und Sony haben bereits ihre bisher lokal getrennt agierenden Divisionen in Berlin zusammengelagert, um neben Kommunikationsvorteilen eine flexiblere und effizientere Infrastruktur zu schaffen. EMI und BMG sind mit einzelnen Unternehmensteilen anwesend, und auch Warner prüft derzeit eine komplette Standortverlagerung von der Alster an die Spree. In ihrem Schlepptau sind in den letzten Jahren ebenfalls viele große Produktionsfirmen und Agenturen, die Verbände der Phonographischen Wirtschaft, der Musiksender MTV Deutschland und auch wichtige Branchenevents wie die Fach-

messe Popkomm und der Musikpreis Echo dorthin umgezogen. Die derzeit angekündigte Fusion von Sony und BMG macht eine weitere räumliche Konzentration wahrscheinlich.

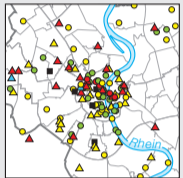
Der räumliche und unternehmerische Konzentrationsprozess tangiert zunehmend alle bisherigen Subzentren und lokalen Szenen der Musikwirtschaft. Am stärksten ist Hamburg von der Abwanderung betroffen, aber auch die föderale Struktur der deutschen Medienlandschaft wird beeinträchtigt. Selbst in Berlin lassen sich mögliche Opfer finden, denn die wachsende Präsenz der konkurrierenden Großunternehmen lässt auf Dauer einen Ausverkauf der alternativen Musikszene der Stadt befürchten. ♦

Hamburg



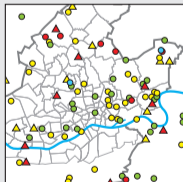
— Stadtgrenze
— Stadtteilgrenze

Köln



— Stadtgrenze
— Stadtbezirksgrenze
— Stadtteilgrenze

Frankfurt a.M.

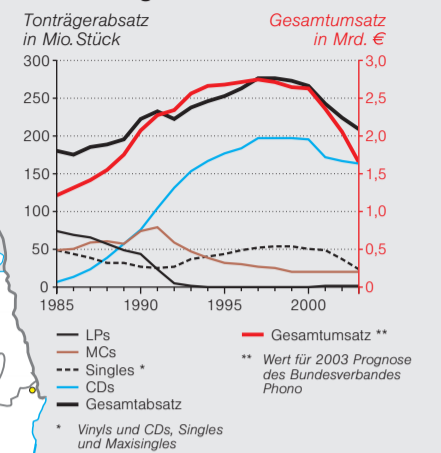


— Stadtgrenze
— Stadtteilgrenze

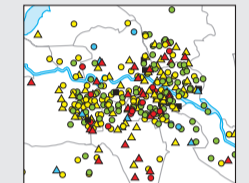
— Staatsgrenze
— Ländergrenze
— Kreisgrenze
● Erfurt Landeshauptstadt
● Kempten Stadt (in Auswahl)

Autor: D. Ducar

Tonträgerabsatz und Gesamtumsatz des Tonträgermarktes 1985-2003

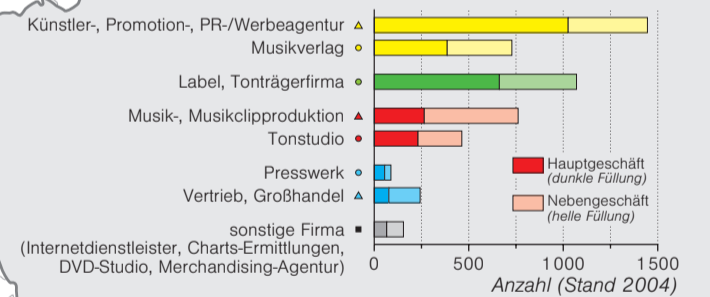


Berlin



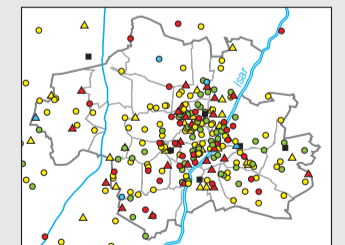
— Stadtbezirksgrenze

Unternehmen der Musikwirtschaft



Die Signaturen sind im Zentrum der Gebiete der 3-stelligen Postleitzahl lokalisiert.

München



— Stadtgrenze
— Stadtbezirksgrenze

Maßstab der Nebenkarten 1:700000

0 25 50 75 100 km
Maßstab 1:2750000