

Indies im Aufwind? Der Umbruch am Tonträgermarkt und sein Verteilungseffekt

von Christian Handke

Eine endgültige Version dieses Artikels erscheint in Schneider, B. and Weinacht, S. (eds.) *Die Musikwirtschaft - aus der Perspektive der Medien*. Reihe: Praxisforum Medienmanagement Band 7. München: R. Fischer, 2007.

Über den Autor

Christian Handke ist wissenschaftlicher Mitarbeiter an der Humboldt-Universität zu Berlin und PhD Candidate an der Erasmus Universiteit Rotterdam. Seine wissenschaftlichen Interessenschwerpunkte legt er auf die wirtschaftswissenschaftliche Analyse von Copyright, Innovation und die Tonträgerindustrie.

Näheres unter www2.hu-berlin.de/gbz/staff/handke.

Dieser Artikel basiert auf einem Vortrag am Institut für Journalistik und Kommunikationsforschung, Hannover, vom 15. Mai 2006.

1 Einführung

Der Tonträgermarkt hat sich in den letzten Jahren stark verändert. Drei Entwicklungen stehen dabei im Vordergrund: Erstens die massenhafte Nutzung von CD-Brennern und File-Sharing-Netzwerken zur unautorisierten Verbreitung von urheberrechtlich geschützten Tonaufnahmen; zweitens erhebliche Umsatzrückgänge am Tonträgermarkt (siehe Grafik 1). In wie weit ein kausaler Zusammenhang zwischen unautorisiertem Kopieren und Umsatzrückgängen besteht, ist allerdings umstritten. (Für eine Übersicht über die wirtschaftswissenschaftliche Literatur zum Thema File-Sharing siehe Peitz und Walbroek (2003) und Liebowitz (2005a).) Dem entsprechend klaffen die Meinungen weit auseinander, ob und in welcher Form Investitionen in einen verschärften Schutz von Urheber- und verwandten Leistungsschutzrechten sinnvoll erscheint. Drittens herrscht zurzeit in der Tonträgerindustrie die Hoffnung, dass andere Aspekte technologischen Wandels (wie der wachsende Absatz von autorisierten Downloads, Streams oder Ringtones) in naher Zukunft den Umsatzrückgang im Markt für traditionelle Medienformate ausgleichen werden. Ein Nebenaspekt dieser Entwicklung ist es, dass die Begriffe ‚Tonträgermarkt‘ (wie der Begriff ‚Plattenfirma‘) zu einem Anachronismus geworden ist. In diesem Text wird mit Tonträgermarkt der primäre Markt für Tonaufnahmen bezeichnet, an dem autorisierte Kopien an Endverbraucher verkauft werden, egal ob dabei die Tonaufnahmen in Verbindung mit einem physischen Tonträger (z.B. CD oder Vinyl-Platte) oder ohne (z.B. als Internet-Download) vermarktet werden.

Die Literatur zu den aktuellen Entwicklungen in der Tonträgerindustrie betrachtet die Industrie häufig als Ganzes. Dies steht im Kontrast zur Analyse vergangener Umbruchphasen, in denen immer wieder die Bedeutung des Wettbewerbs zwischen einer Handvoll relativ konservativer Großunternehmen – den Majors – und einer Vielzahl kleinerer Konkurrenten betont wird (siehe Abschnitt 3). Kleine Unternehmen – sogenannte Indies – erwiesen sich dabei sowohl als Triebkräfte von Veränderungen als auch, zumindest für eine Zeit, als Nutznießer von Umbrüchen. Die Gruppe der Indies weitete ihren Marktanteil in vergangenen Phasen des Umbruchs auf Kosten größerer Konkurrenten aus (Peterson and Berger 1971, 1975).

Mit anderen Worten, Umbrüche hatten einen Verteilungseffekt zugunsten von Indies. Einige vermuten, dass sich ähnliches im Rahmen der derzeitigen Veränderungen am Tonträgermarkt wiederholen wird (Alexander 1994, 2002, Röttgers 2003, Tschmuck 2003, Renner 2004). Empirische Untersuchungen zur Entwicklung von Indies in den letzten Jahren, die diese Vermutung stützen könnten, fehlen allerdings weitgehend.

Dieser Artikel dreht sich um die Frage, ob in der heutigen Tonträgerindustrie tatsächlich Verteilungseffekt zugunsten von Indies zu beobachten sind. Abschnitte 2 erläutert den Begriff Indies und Abschnitt 3 die veränderliche Rolle dieses Unternehmenstyps in der Geschichte der Tonträgerindustrie. Abschnitt 4 beschreibt die heutigen Indies anhand der Ergebnisse einer Umfrage unter den Mitgliedern des Verbandes unabhängiger Tonträgerunternehmen, Musikverlage und Musikproduzenten (VUT). Abschnitt 5 stellt Eckdaten zur krisenhaften Entwicklung des deutschen Tonträgermarktes zwischen 1998 und 2005 vor. In Abschnitt 6 wird die Entwicklungen der Gruppe der Indies seit Einsetzen der Rezession im Jahr 1998 beschrieben. Ein Gründungsboom und eine gute Stimmung unter bestehenden Indies legt es nahe, dass sich die Bedingungen für diese kleinen und unabhängigen Unternehmen trotz allgemeiner Umsatzrückgänge am Tonträgermarkt verbessert haben. Die verfügbaren Daten deuten darauf hin, dass der Umbruch am Tonträgermarkt einen Verteilungseffekt zugunsten von Indies hat. Abschnitt 7 stellt mögliche Erklärungen für die positive Entwicklung von Indies vor. In Abschnitt 8 werden allgemeinere Schlussfolgerungen gezogen.

2 Was sind „Indies“?

Plattenfirmen (d.h. Unternehmen, die Rechte an Tonaufnahmen erwerben und vermarkten) nehmen eine Schlüsselrolle in der Tonträgerindustrie ein (vgl. Garofalo 1994, Tschmuck 2003). In der Regel koordinieren sie die verschiedenen Funktionen innerhalb der Industrie. Dazu gehört die Auswahl und Förderung geeigneter Kreativer genauso wie die Organisation stärker routinisierbarer Reproduktions- und Vermarktungsschritte (vgl. Caves 2000).

Eine Eigenheit der Tonträgerindustrie ist eine polarisierte Industriestruktur mit einer Handvoll von dominanten, multinationalen Unternehmen und buchstäblich Tausenden kleinerer Firmen. Gillet (1970) prägte die Bezeichnung „Majors“ für marktmächtige und international operierende Plattenfirmen und „Independents“ (oder kurz „Indies“) für ihre kleineren Konkurrenten. Die Polarisierung in Majors und Indies ist so augenfällig, dass die Entwicklung der Tonträgerindustrie häufig als Ringen zwischen diesen beiden Unternehmenstypen beschrieben worden ist (e.g. Gillet 1970, Peterson and Berger 1971, 1975, Chapple and Garofalo 1977, Garofalo 1994, Tschmuck 2003).

Der Begriff Major ist dabei relativ unstrittig. Heute sind dies die vier großen Plattenfirmen Universal Music, SonyBMG, Warner Music und die EMI. Diese vier Unternehmen sind Teil größerer Medienkonglomerate, spielen in allen wichtigen Märkten eine Rolle und beschäftigen sich mit allen musikalischen Genres, für die es einen Massenmarkt gibt. Der globale Marktanteil der Majors liegt seit langem relativ stabil um 75%. Majors decken weite Teile der Wertschöpfungskette innerhalb ihres Unternehmens ab. Neben den Funktionen einer Plattenfirma betreiben Majors (bzw. ihre Muttergesellschaften) die größten Musikverlage, Presswerke und Vertriebe. Die besonderen Stärken der Majors liegen im Vertrieb, dem Zugang zum Finanzmarkt und in ihren überlegenen Möglichkeiten, ihren Veröffentlichungen einen Platz in den traditionellen Promotionskanälen (Radio, Fernsehen, Film) zu sichern.

Als „Indies“ kann man Plattenfirmen bezeichnen, die erheblich kleiner als Majors sind und unabhängig von den Majors operieren. Festzustellen, welche Plattenfirma unabhängig ist, kann allerdings schwierig sein, denn Majors sind spätestens seit den 1980er Jahren mit einer Vielzahl von kleineren Unternehmen verflochten (Burnett 1996). Die Verbindungen reichen

von „distribution-deals“, bei denen Majors den Vertrieb für Publikationen kleinerer Plattenfirmen übernehmen, bis zu Unternehmensbeteiligungen und Übernahmen (Negus 1992).

Es finden sich in der Literatur noch weitere Ansätze zur Definition von Indies. Zunächst galt die Spezialisierung auf wenige Kernfunktionen in der Wertschöpfungskette als typisch für Indies. Als Gillets (1970) zum Beispiel den Begriff in seiner Untersuchung des US-Marktes in der ersten Hälfte des 20. Jahrhunderts prägte, definierte er Indies als Plattenfirmen, die kein eigenes nationales Vertriebsnetz unterhielten. Diese Definition ist allerdings auf die Situation in kleineren und stärker integrierten Märkten als dem der USA vor 1970 nur schwer zu übertragen. Zweitens gelten Indies traditionell als national oder regional ausgerichtet im Gegensatz zu den weltweit operierenden Majors. Drittens sind Indies häufig auf bestimmte musikalische Genres spezialisiert und in den Szenen verwurzelt, in denen entsprechende Musik entsteht und konsumiert wird. Schließlich ziehen verschiedene Quellen noch politische und inhaltlich-ästhetische Fragen zur Definition von Indies heran (z.B. Vormehr 2003). Besonders in den 1970ern wurden Indies als Gegenmodell zum anscheinend rein kommerziellen Vorgehen der Majors gesehen. Dies mag auf viele kleine Plattenfirmen zutreffen, ist aber bei weitem kein allgemein taugliches Unterscheidungsmerkmal zwischen Majors und ihren kleineren Konkurrenten (Frith 1981, Garofalo 1994).

Wie sich in Abschnitt 4.2 zeigt, verdeutlichen solche weiterführenden Ansätze zur Definition von Indies zwar häufige Unterschiede zwischen typischen Indies und Majors. Sie treffen aber heute bei weitem nicht auf alle kleinen, unabhängigen Plattenfirmen zu. So bleibt die Definition von Indies als kleine, von den Majors unabhängige Plattenfirmen die sinnvollste, wenn es darum geht, die Struktur der Tonträgerindustrie insgesamt zu beleuchten und Schlüsse auf die Wettbewerbssituation zu ziehen.

3 Die Rolle von Indies in Umbruchsphasen

In der Wahrnehmung der unabhängigen, kleinen Tonträgerunternehmen gibt es zwei Extreme. Einerseits erscheinen Indies in der Literatur häufig als besonders dynamischer, progressiver Teil der Tonträgerindustrie (Gillet 1970, Negus 1996). Ihr besonderer Wettbewerbsvorteil besteht darin, neue kreative Projekte und neue Stilrichtungen zu entdecken und zu fördern (Frith 1990, Burnett 1990, 1996, Negus 1996, Gander and Rieple 2004). Je größer ihr Marktanteil, desto innovativer und vielfältiger scheint das Musikangebot (Peterson and Berger 1975, Burnett 1990, Negus 1996).

Andererseits werden Indies häufig als wirtschaftlich marginal und international nicht wettbewerbsfähig gesehen. Burke (1997) wird angesichts des speziellen Falles von Unternehmensgründungen durch Komponisten besonders deutlich, wenn er diese als „Spreu“ bezeichnet, der es nicht gelungen ist, Verträge mit etablierten Tonträgerunternehmen zu erhalten. Er schließt daraus, dass von Unternehmen dieser Art kaum wirtschaftliche Impulse zu erwarten sind.

Der Kontrast zwischen diesen beiden Sichtweisen lässt sich anhand von zwei Punkten verstehen. Erstens bezeichnet der Begriff Indies eine äußerst heterogene Gruppe (vgl. Schulze 1995). Die Bandbreite erstreckt sich vom Ein-Mann Feierabend-Unternehmen bis zu international operierenden Firmen mit über hundert Mitarbeitern, die sich aus strategischen Gründen von den Majors distanzieren. Angesichts der offensichtlichen Unterschiede innerhalb dieser Gruppe findet sich für die meisten generellen Aussagen eine Vielzahl von Ausnahmen.

Zweitens hat sich die Rolle von Indies in der Tonträgerindustrie im Laufe der Zeit mehrfach deutlich verändert. Im 20. Jahrhundert scheint sich die Tonträgerindustrie zunächst zyklisch entwickelt zu haben. Lange Phasen, in denen Majors den Markt klar beherrschten, wechselten sich mit kürzeren Phasen des Wandels ab, in denen sich neue musikalische Genres und neue Technologien schnell verbreiteten, und Majors erhebliche Marktanteile an Indies

verloren (Gillet 1970, Peterson and Berger 1971, 1975, Peterson 1990, Tschmuck 2003). Solche Umbruchsphasen gingen mit der Etablierung von Jazz und Rock'n'Roll einher, die Indies gegen den anfänglichen Widerstand der damaligen Majors vorantrieben (Gillet 1970, Tschmuck 2003).

Diese Beobachtungen decken sich mit allgemeinen Theorien zur Auswirkung von radikalen Innovationen auf die Struktur der betroffenen Industrien (e.g. Abernathy and Utterback 1975, 1978, Freeman and Perez 1988, Klepper 1996, Dowd 2004). Demnach folgt auf eine bahnbrechende Neuerung, die neue Märkte eröffnet oder erhebliche Produktivitätszuwächse möglich macht, eine Periode vermehrter Markteintritte, verstärktem Wettbewerbs und hoher Innovationsintensität. Unternehmen, die in der Lage sind, diese Veränderungen voranzutreiben oder sich ihnen zügig anzupassen, verdrängen konservativere Marktteilnehmer. Häufig verschieben sich die Wettbewerbsbedingungen zugunsten von kleinen und flexiblen Unternehmen (Peterson and Berger 1971, Freeman and Soete 1997, Evans and Wurster 1999, Tripsas 2001). Insgesamt erhöht sich die Produktivität der betroffenen Industrie. Produktivitätssteigerungen werden durch die Anwendung und Perfektionierung neuer Produkte und Produktionsmethoden erreicht. Dieser Prozess kann durch einen erhöhten Wettbewerb verstärkt werden. Je nach Elastizität der Nachfrage kann technologischer Wandel zu Umsatzsteigerungen oder -verringerungen einer Industrie führen. Daraus lassen sich keine direkten Schlüsse auf die erzielten Gewinne ziehen, wenn Innovationen zu Kostensenkungen führen (Levinsohn und Petropoulos 2001, Handke 2006b). Schließlich setzt nach einer Stabilisierung der neuen Märkte und Produktionsweisen eine Konsolidierung ein, und es bildet sich wieder eine stabile, relativ konzentrierte Industriestruktur heraus.

In den 1980er und 1990er Jahren schien es vielen Autoren, dass dieses zyklische Modell auf die Tonträgerindustrie nicht mehr zutraf. In dieser Zeit diversifizierten die Majors ihre künstlernahen Aktivitäten, indem sie sich auf vielfältige Weise mit Indies verflochten (siehe z.B. Hellmann 1983, Frith 1987, Burnett 1990, 1996, Lopes 1992, Dowd 2004). Diese Entwicklung führte zu einer relativ stabilen Situation, die häufig als Symbiose aus Majors und weiten Teile der Indies verstanden wurde (Hellmann 1983, Burnett 1996). Es gelang den Majors in der Folge, neue Musikgenres (z.B. Punk, Rap und elektronische Tanzmusik) zügig zu absorbieren, ohne dass ihre Vormachtstellung in Frage gestellt worden wäre (Garofalo 1997, Hesmondhalgh 1998a, 1998b). Auch das Aufkommen neuer Tonträgerformate wie der Cassette und der CD in dieser Zeit veränderte die Situation nicht zuungunsten der Majors. Ihre Position schien gesichert und weniger im Widerspruch zu einem vielfältigen Angebot von Tonaufnahmen als zuvor angenommen (Lopes 1992, Dowd 2004).

Ungefähr seit der Jahrtausendwende erscheint es, als würden die Majors erstmals seit langem wieder vor einer ernststen Herausforderung stehen, ihre marktbeherrschende Stellung zu behaupten (vgl. Alexander 1994, 2002, Burnett 1996, Röttgers 2003, Tschmuck 2003). Gegenwärtige Umwälzungen betreffen nämlich einige der Bereiche, in denen die Überlegenheit der Majors begründet liegt. Das Internet bietet neue Möglichkeiten der Promotion und es haben sich neue Vertriebswege ohne physischen Tonträger etabliert. Die Dominanz der Majors im traditionellen Vertrieb und der industriellen Reproduktion von Tonträgern sowie durch Präsenz ihrer Produkte in Rundfunk und Film verliert hierdurch an Bedeutung. Diese Veränderungen im Tonträgermarkt bestehen zusätzlich zu etwaigen Problemen durch vermehrtes unautorisiertes Kopieren. Die Wettbewerbsbedingungen könnten sich in der Folge zugunsten von kleineren Unternehmen verändern.

Verteilungseffekte, bei denen die Gruppe der Indies Marktanteile gewinnen, wären ein Indiz für Veränderungen der Wettbewerbsbedingungen zugunsten dieses Unternehmenstyps. Gesonderte Daten zur Gruppe der Indies waren allerdings lange kaum erhältlich. Auf der Grundlage einer Befragung von einigen Hundert Indies aus dem Jahr 2005 geben die folgenden Abschnitte eine Übersicht über grundlegende Eigenschaften von Indies in Deutschland.

Eine Reihe von Beobachtungen legen es nahe, dass die Gruppe der Indies zurzeit tatsächlich wächst und ihren Marktanteile ausdehnt.

4 Eigenschaften der Indies im VUT

4.1 Die VUT-Mitgliederbefragung

Viele der im folgenden angeführten Daten beruhen auf der Auswertung einer ausführlichen Online-Befragung der rund 1.000 VUT-Mitglieder im Sommer 2005. Eine nähere Erläuterung von Ergebnissen, dem theoretischen Ansatz und der Methode der Befragung findet sich in Handke (2006a) und Handke (2006c). Insgesamt nahmen 585 Unternehmen an der Umfrage teil. Eine Reihe von Fragen richtete sich nur an bestimmte Unternehmensarten. Wo absolute Ergebnisse genannt werden, sind dies Hochrechnungen der jeweiligen Antworten auf die Gesamtzahl an VUT-Mitgliedern, an die sich die Frage richtete (z.B. 925 im Jahr 2004 bestehende Unternehmen oder 826 als Plattenfirmen aktive Mitgliedunternehmen im selben Jahr).

Im VUT sind über 1.000 kleinere Unternehmen Mitglieder (Stand Juni 2005). Damit deckt die VUT-Befragung aller Wahrscheinlichkeit nach eine große Mehrheit der Indies in Deutschland ab. Die Mitgliedschaft bietet erhebliche finanzielle Vorteile bei der Vermarktung von Tonträgern. Plattenfirmen müssen bei der Vervielfältigung von Tonaufnahmen für jede Kopie eine Gebühr an die ‘Gesellschaft für musikalische Aufführungs- und mechanische Vervielfältigungsrechte’ (GEMA) abführen, die an Urheber weitergegeben wird. Plattenfirmen, die VUT-Mitglieder sind und mehr als eintausend Alben pro Jahr herstellen lassen, können einen Rabatt auf diese Zahlungen bei der GEMA erhalten. Dieser Rabatt liegt grob in der Größenordnung von 25 Cent pro Album. So macht sich die VUT-Mitgliedschaft bei einer jährlichen Gebühr zwischen 150 und 275€ für Plattenfirmen ab einer relativ geringen Größe bezahlt.

Für größere Plattenfirmen ist eine Mitgliedschaft in der deutschen Gruppe der International Federation of the Phonographic Industry (IFPI) in der Regel attraktiver. Die IFPI bietet weiterführende Vergünstigungen bei der GEMA als der VUT. Hier ist die Mitgliedschaft mit jährlich mindestens 875€ aber erheblich teurer und rentiert sich erst für Unternehmen mit größeren Auflagen (Handke 2006b). In der Praxis sind sämtliche Majors, die meisten ihrer Tochterunternehmen und einige größere Indies unter den 14 ordentlichen und 332 außerordentlichen Mitgliedern der IFPI in Deutschland (Stand Ende 2004). Die Majors nehmen eine führende Rolle in der IFPI ein, da sich die Beiträge und die Mitbestimmungsrechte an der Umsatzhöhe der ordentlichen Mitglieder orientiert. Die IFPI Deutschland und der Bundesverband der Phonographischen Wirtschaft (BV Phono) sind eng verknüpft und arbeiten bei der Herausgabe von Statistiken zum Tonträgermarkt zusammen.

Die Konzentration auf den VUT bietet eine relativ einfache Möglichkeit, einen Großteil der Indies in Deutschland gesondert zu betrachten. Einige größere Indies, die in der IFPI gemeinsame Interessen mit den Majors verfolgen, und Unternehmen, die in keinem der beiden Verbände Mitglied sind (etwa weil sie so kleine Auflagen haben, dass sich eine Mitgliedschaft nicht lohnt) fallen allerdings aus der Betrachtung.

4.2 Die Eigenschaften der VUT-Mitglieder im Vergleich zum althergebrachten Bild der Indies

Indies (d.h. kleine unabhängige Plattenfirmen) machen die überwiegende Mehrheit der VUT-Mitglieder aus. Ca. 90% der VUT-Mitglieder sind als Plattenfirmen aktiv (Handke 2006a). (Wo die VUT-Mitgliederbefragung sich nur an Plattenfirmen richtete, ist ausdrücklich von Plattenfirmen die Rede.) Laut VUT-Geschäftsführung hat sich der Anteil der Plattenfirmen an den VUT-Mitgliedern in den letzten sieben Jahren kaum verändert. Fast alle VUT-Mitglieder sind klein und unabhängig. Im Jahr 2004 waren 90% Kleinunternehmen mit einem Umsatz bis 500.000€ Fast 56% hatten sogar nur einen Umsatz bis 45.000€ Über 97% der befragten

Mitglieder geben an, eigenständig über den Einsatz ihrer Mittel zu bestimmen und 92%, nicht Teil einer größeren Unternehmensgruppe zu sein.

Anhand von Ergebnissen der VUT-Mitgliederbefragung (Handke 2006a) lassen sich eine Reihe von Eigenschaften von Indies in Deutschland beschreiben. Die Resultate der Befragung bestätigen einige der als typisch angenommenen Eigenschaften von Indies (siehe Abschnitt 2), während einige dieser Annahmen auf die Indies im VUT nur eingeschränkt zutreffen.

Zunächst sind nur wenige der teilnehmenden Indies auf eine einzige der traditionellen Geschäftsfunktionen in der Tonträgerindustrie spezialisiert. In der Regel übernehmen diese Unternehmen zwei bis drei solcher Funktionen, sind zum Beispiel gleichzeitig als Plattenfirma und Verlag aktiv oder übernehmen Aufgaben eines Vertriebes. Andererseits decken sie kaum die gesamte Wertschöpfungskette ab. Sie sind in einigen Bereichen von externen Dienstleistern abhängig.

Auch die Ausrichtung auf einen lokalen oder nationalen Markt gilt nur für einige VUT-Mitglieder. Für ca. 33% der Unternehmen ist der Hauptabsatzmarkt international, für 59% national und nur für ca. 8% lokal oder regional. Nur ein gutes Viertel (27%) der Plattenfirmen vermarktet keine ihrer Neuveröffentlichungen im Ausland. Gleichzeitig bringen die befragten Plattenfirmen aber weit überwiegend Neuveröffentlichungen heraus, an denen in Deutschland ansässige Musiker beteiligt sind.

Der typische Indie im VUT ist also weniger stark auf einzelne Funktionen in der Tonträgerindustrie spezialisiert und auf einen geographisch weiteren Absatzmarkt ausgerichtet, als es das althergebrachte Bild von Indies vorsieht. Die große Bedeutung des Repertoires deutscher Komponisten und Interpreten für VUT-Mitglieder deutet auf eine lokale Verwurzelung. Die Bedeutung von inhaltlich-ästhetischen oder politischen Gesichtspunkten in Relation zu rein kommerziellen Erwägungen ist quantitativ besonders schwer zu fassen. Etwas mehr als die Hälfte (54%) der VUT-Mitglieder gibt an, dass „die Vermarktung neuer, stilistisch neuartiger oder künstlerisch ambitionierter Tonaufnahmen“ für das Unternehmen bedeutend ist. Viele der übrigen kleinen und unabhängigen Tonträgerunternehmen scheinen sich demnach weniger über künstlerisch-inhaltliche Ambitionen zu definieren.

4.3 Der Anteil der VUT-Mitglieder am Tonträgermarkt

Den Ergebnissen der VUT-Befragung zufolge lag der Umsatz der VUT-Mitglieder 2004 bei hochgerechnet 216 Millionen Euro. Im selben Jahr lag die durchschnittliche Anzahl an Mitarbeitern ohne Künstler und externe Auftragsnehmer bei ca. 3.800. Der entsprechende Wert für bezahlte Vollzeitstellen lag bei ca. 2.180. Vergleiche der Ergebnisse der VUT-Mitgliederbefragung mit Angaben des BV Phono zum Gesamtmarkt sind nur äußerst grob zu ziehen (Handke 2006a). Im Jahr 2004 lag der Umsatz der VUT-Mitglieder wahrscheinlich mindestens bei 12% des vom BV Phono für den gesamten Tonträgermarkt veranschlagten Wertes. Bei den Arbeitsplätzen lag der Anteil der VUT-Mitglieder höher, wahrscheinlich zwischen 18 bis 33% (genauer lässt sich nicht sagen, da die BV Phono Statistik nicht zwischen Vollzeit- und Teilzeitbeschäftigung unterscheidet). Der Anteil der Plattenfirmen im VUT an den Veröffentlichungen war mit fast der Hälfte der Neuveröffentlichungen und mehr als einem Drittel des Gesamtangebots noch einmal deutlich höher (Handke 2006a). Es bestätigt sich also die Beurteilung von Peterson und Berger (1975), dass Indies einen besonders wichtigen Beitrag zu einem vielfältigen Musikangebot leisten.

Zur Einordnung dieser groben Vergleiche muss beachtet werden, dass die Angaben für VUT-Mitglieder solche Indies nicht mit einschließt, die nur in der IFPI oder in keinem der beiden Dachverbände vertreten sind. Der gesamte Anteil von kleinen und unabhängigen Tonträgerunternehmen am Umsatz, den Arbeitsplätzen und Veröffentlichungen im deutschen Tonträgermarkt könnte also noch einiges größer sein als es ein Vergleich der Ergebnisse der VUT-Mitgliederbefragung mit den Angaben des BV Phono vermuten lässt.

5 Auswirkungen des Umbruchs am Tonträgermarkt auf die Gruppe der Indies

5.1 Eckdaten zum Tonträgermarkt der letzten Jahre

Laut BV Phono (1995) waren die Jahre zwischen 1984 und 1994 extrem erfolgreich für die Tonträgerindustrie in Deutschland. Der reale Wert des Brutto-Umsatzes am Tonträgermarkt (dem primären Markt für Tonaufnahmen an dem autorisierte Kopien an Endverbraucher verkauft werden) stieg in dieser Zeit um über 86%.

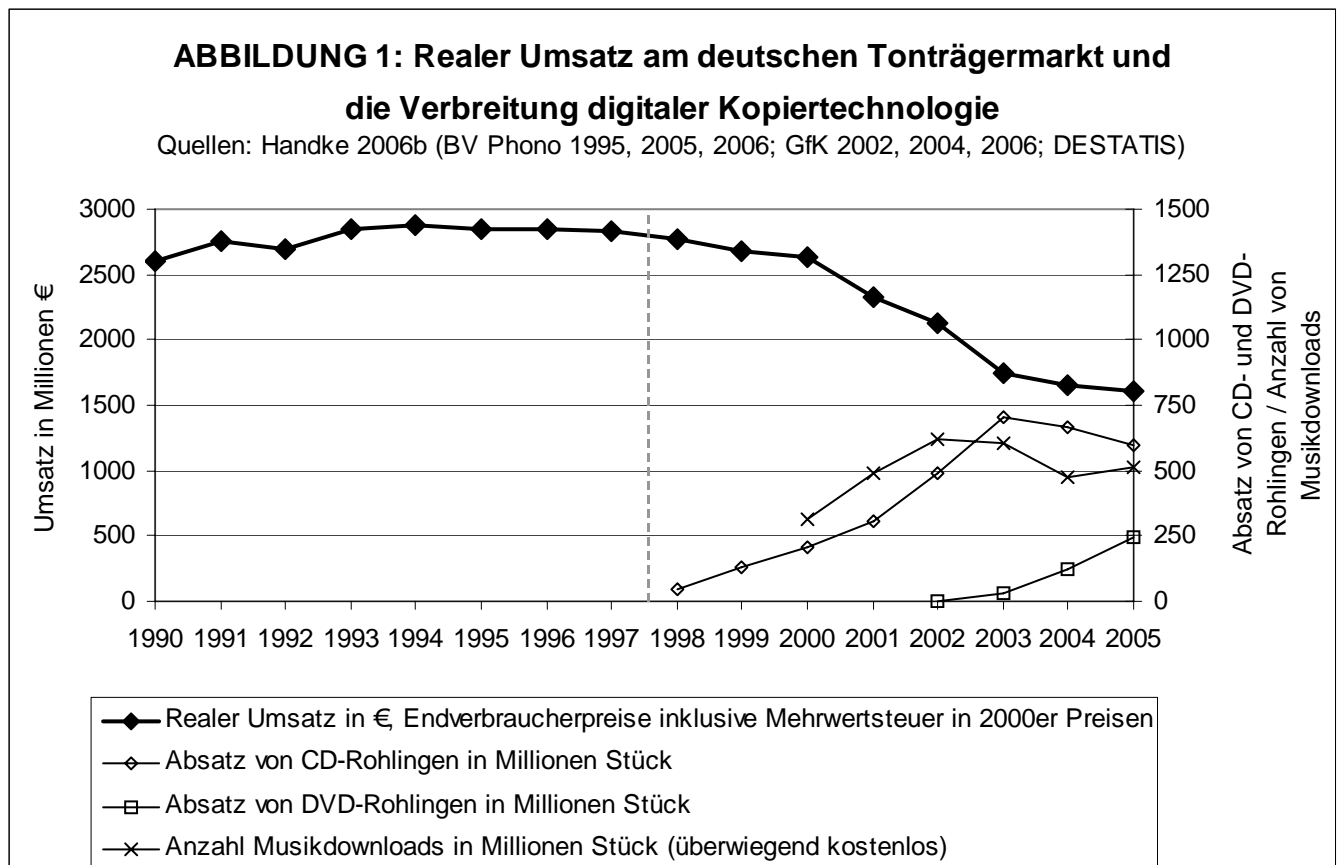


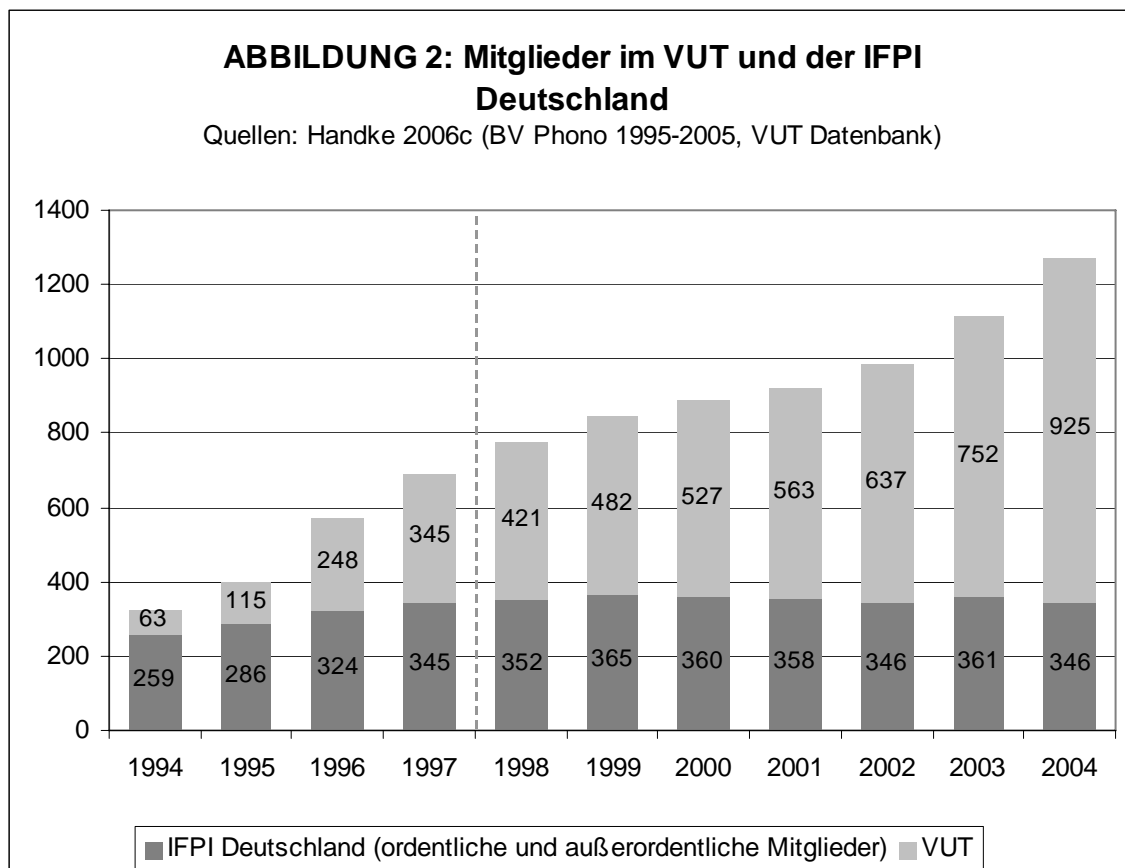
Abbildung 1 zeigt den realen Umsatz am Tonträgermarkt seit 1990. Dabei schließen die Werte für 2004 und 2005 die Vermarktung von Downloads mit ein. Während der Umsatz zwischen 1994 und 1997 auf historisch hohem Niveau stagnierte, zeichnet sich mit dem Jahr 1998 ein Einschnitt ab. Die Absätze sind seitdem in jedem Jahr um 2% oder mehr zurückgegangen. Besonders in den Jahren 2001 bis 2003 gab es dramatische Einbrüche. Insgesamt ist der Umsatz am Tonträgermarkt zwischen 1997 und 2005 um mehr als 43% gefallen. Diese Rezession fällt zeitlich mit der Verbreitung von digitaler Kopiertechnologie zusammen, für die einige Indikatoren in Abbildung 1 enthalten sind (GfK 2002, 2004, 2006). Anhand der Umsatzentwicklung und der Verbreitung von digitaler Kopiertechnologie lassen sich eine Boom-Periode bis 1997 und eine Rezessions-Periode ab 1998 unterscheiden. In Abbildung 1 markiert eine gestrichelte graue Linie die Trennung zwischen diesen beiden Perioden.

Angesichts dieser Entwicklungen beklagten wichtige Vertreter der Branche eine Krise, die sie im wesentlichen auf unautorisiertes Kopieren zurückführten. In der Zeit nach 1998 ergriffen die Majors und Branchenverbände eine Reihe von Maßnahmen, die darauf abzielen,

die unautorisierte Verbreitung von geschützten Werken einzuschränken. In diese Zeit fallen außerdem Versuche von großen Unternehmenszusammenschlüssen und eine Vielzahl von Entlassungen bei den Majors in Deutschland.

5.2 Die Entwicklung der Indies in der Rezession

Was lässt sich zu den Entwicklungen der Gruppe kleiner, unabhängiger Plattenfirmen während der Rezession sagen? Abbildung 2 zeigt die Anzahl der Mitglieder im VUT und der IFPI Deutschland. Die gestrichelte graue Linie markiert die Trennung zwischen Boom und Rezession im Tonträgermarkt.



Die Summe der Mitglieder in diesen beiden Dachverbänden für Plattenfirmen ist auch in der Rezessionsphase nach 1997 stark gewachsen. Dies deutet auf eine zunehmende Zahl von Plattenfirmen in Deutschland hin. Dies bestätigt sich in der Anzahl an Plattenfirmen, die bei der Verwertungsgesellschaft 'Gesellschaft zur Verwertung von Leistungsschutzrechten' (GVL) gemeldet sind. Auch dort ist die Zahl der gemeldeten Plattenfirmen zwischen 1998 und 2005 außerordentlich schnell gewachsen (Handke 2006b).

Allerdings haben sich die Mitgliederzahlen der IFPI Deutschland und des VUT unterschiedlich entwickelt. Während der Boom-Periode zwischen 1994 und 1997 wuchs die IFPI-Mitgliederzahl von 259 auf 345. Während der Rezession ab 1998 hörte die Mitgliederzahl der IFPI in Deutschland auf zu wachsen. Der Dachverband für größere Plattenfirmen hatte zwischen 1998 und 2004 eine relativ stabile Zahl an durchschnittlich 355 Mitgliedern und lag bei 346 Mitgliedern im Jahr 2004 (Handke 2006b, 2006c).

Die Mitgliederzahl im VUT wächst dagegen im gesamten beobachteten Zeitraum. Wie in Abschnitt 4.1 erläutert, deckt der VUT heute einen großen Teil der Indies in Deutschland ab. Allerdings lassen sich für die Zeit zwischen 1993 und 1997 kaum Rückschlüsse aus der Anzahl an VUT-Mitglieder auf die Anzahl von Indies in Deutschland ziehen. Dies liegt an Sondereffekten in diesem Zeitraum. Der VUT wurde 1993 gegründet und der GEMA-Rabatt für VUT-Mitglieder (der direkte finanzielle Anreize für Plattenfirmen bietet, dem Verband

beizutreten) ist Ende 1995 in Kraft getreten. In den Mitt-1990ern entfiel ein Großteil der Beitritte also wahrscheinlich auf länger bestehende Unternehmen, die den Vorteilen einer Mitgliedschaft gewahr wurden. Seit den End-1990ern ist dann davon auszugehen, dass die meisten Indies in Deutschland im VUT Mitglied sind, um in die Vergünstigungen des GEMA-Rahmenvertrages zu kommen. Seitdem haben sich keine grundlegenden, plötzlich wirksamen Veränderungen des Angebots des VUTs ergeben. Für der Rezessionsperiode ab 1998 ist es also eher möglich, von Veränderungen in der Mitgliederzahl des VUTs auf Veränderungen in der Population von Indies zu schließen.

Auch während der Rezession im Tonträgermarkt ist die Anzahl der VUT-Mitglieder gewachsen. Besonders stark ist diese Zunahme an Mitgliedern seit 2002 gewesen. Zwischen 1998 und 2004 sind insgesamt 840 Unternehmen beigetreten und 260 ausgetreten. Diese Beobachtung bestätigt sich in der VUT-Befragung. Hier gaben über 60% der VUT-Mitgliedunternehmen an, nach 1997 gegründet zu sein (siehe Handke 2006b, 2006a). Es hat während der Rezession einen veritablen Gründungsboom kleiner, unabhängiger Tonträgerunternehmen gegeben. Dies ist in Anbetracht der schweren Umsatzeinbußen am Gesamtmarkt eine erstaunliche Beobachtung.

Darüber hinaus ist die Stimmung unter den kleinen, unabhängigen Tonträgerunternehmen im VUT gegenwärtig überwiegend positiv. Fast zwei Drittel (65%) beurteilen die derzeitige Lage ihres Unternehmens als sehr gut bis befriedigend, 19% als ausreichend und nur 11% als schlecht. Die Mehrheit (58%) erwartet, dass ihr Unternehmen zukünftig wächst und weitere 20% erwarten, dass es zumindest gleich groß bleibt. Dem stehen nur 17% gegenüber, die ein Schrumpfen erwarten und 2%, die einer Unternehmensauflösung oder einer Übernahme entgegensehen.

Austritte aus dem VUT, die auf Unternehmensauflösungen hinweisen könnten, haben mit Einsetzen der Rezession zunächst zugenommen. Im Jahr 2002 lag die Zahl mit 69 Austritten am höchsten. In den Jahren 2003 und 2004 sind allerdings mit 21 respektive sieben Unternehmen weit weniger ausgetreten (Handke 2006a). Die Lage der bestehenden VUT-Mitgliedunternehmen scheint derzeit im Großen und Ganzen stabil.

Insgesamt ergibt die Betrachtung der VUT-Mitglieder also deutliche Anzeichen dafür, dass es in der Gruppe der Indies während der Rezession positive Entwicklungen gegeben hat. Außerordentlich viele kleine und unabhängige Plattenfirmen sind neu gegründet worden und die Stimmung unter den bestehenden Unternehmen ist gut. Der Kontrast zu den größeren Unternehmen, deren Situationsbeschreibung die öffentliche Wahrnehmung einer Krise in der Tonträgerindustrie prägt, ist augenscheinlich.

Anhand der VUT-Mitgliederbefragung lässt sich allerdings nicht mit Sicherheit feststellen, dass die Gruppe der Indies während der Rezessionsphase wirtschaftlich gewachsen ist. Schließlich sind zwischen 1998 und 2004 nicht nur 840 neue Mitglieder dem VUT beigetreten, sondern auch 260 Unternehmen ausgetreten, deren wirtschaftliche Bedeutung und Verbleib sich in einer Befragung der aktuellen Mitglieder nicht ermitteln lässt.

Dafür bietet die Umsatzstatistik des BV Phono (2006) Hinweise auf wirtschaftliches Wachstum in der Gruppe der Indies. BV Phono-Angaben unterscheiden zwischen der unter den Mitgliedern des BV Phono und der IFPI Deutschland ermittelten „Verbandsstatistik“ und dem Umsatz „sonstiger Marktteilnehmer“ am Tonträgermarkt. Für 1998 veranschlagt der BV Phono nominal 135 Millionen € Umsatz für die sonstigen Marktteilnehmer. Dieser Wert ist seitdem kontinuierlich angestiegen und liegt für 2004 bei 181 Millionen € und für 2005 bei 246 Millionen €. Da der Gesamtumsatz in dieser Zeit deutlich gefallen ist, fällt das Wachstum des Marktanteils dieser Gruppe noch deutlicher aus. Er ist von 5% in 1998 auf 10% in 2004 und über 14% in 2005 angestiegen. Die Unterscheidung in Verbandsstatistik und sonstige Marktteilnehmer ist zwar nicht gleichbedeutend mit einer Trennung in Indies und Majors, da ein Teil der von Indies erzielten Umsätze in der Verbandsstatistik enthalten ist. (Die Verbandsstatistik greift auf Angaben von Vertrieben zurück, die auch viele Veröffentlichungen

von Indies bearbeiten. Zudem sind Indies, die IFPI-Mitglieder sind, in der Verbandsstatistik enthalten.) Trotzdem liefern diese Zahlen einen Hinweis darauf, dass die Gruppe der Indies in der Rezessionsphase tatsächlich wirtschaftlich gewachsen ist und ihren Marktanteil ausgeweitet hat. Eine Analyse der Steuerstatistik durch Söndermann (im Erscheinen) bestätigt ein starkes Wachstum im Bereich kleiner Tonträgerunternehmen nach 2001.

Insgesamt erscheinen Indies in den letzten Jahren wettbewerbsfähiger gegenüber größeren Unternehmen und die verfügbaren Daten deuten darauf hin, dass der Marktanteil, der auf diesen Unternehmenstyp entfällt, nach 1998 gewachsen ist. Der derzeitige Umbruch hat einen Verteilungseffekt zugunsten der Indies.

5.3 Mögliche Einschränkungen

Der Gründungsboom von Indies in den letzten Jahren legt es nahe, dass sich die Marktbedingungen für kleine und unabhängige Unternehmen verbessert haben. Allerdings sind manche Branchen-Insider skeptisch, ob sich dies aus vermehrten Unternehmensgründungen tatsächlich schließen lässt. Diese skeptische Sichtweise stützt sich in etwa auf die folgenden Überlegungen.

Während der Rezession hat es massive Entlassungen bei den Majors gegeben. Zudem sind die Plattenverträge vieler Musikschafter nicht verlängert worden und neue Verträge sind zurzeit schwer zu bekommen. Es ist also vorstellbar, dass von den größeren Unternehmen Freigesetzte ihre branchenspezifische Expertise einzusetzen versuchen, indem sie neue Plattenfirmen gründen. Folgt man weiterhin ähnlich wie Burke (1997) der Auffassung, dass eine Mitarbeit in etablierten Plattenfirmen generell vorzuziehen sei, und es sich bei Selbstveröffentlichern und Ausgründungen um die „Sprenu“ handele, läge eine skeptische Beurteilung des Gründungsbooms kleiner Plattenfirmen in den letzten Jahren nahe. Die Vielzahl an Gründungen könnte vor allem ein Resultat mangelnder Alternativen sein und weniger auf verbesserte Marktbedingungen für Indies zurückgehen. Die Aussicht der Neugründungen auf wirtschaftlichen Erfolg wären eher schlecht und eine hohe Zahl an Unternehmensgründungen nur eine vorübergehende Umverteilung bevor – sollten die Gründe der Krise nicht behoben werden – Viele die Branche endgültig verlassen.

Ergebnisse der VUT-Mitgliederbefragung lassen Rückschlüsse darauf zu, ob diese skeptischere Sichtweise gerechtfertigt erscheint. Zunächst wurden sämtliche Plattenfirmen gefragt, ob sie Selbstveröffentlicher sind, d.h. „vorwiegend Tonaufnahmen veröffentlichen, bei denen die Urheber oder Interpreten auch in anderer Weise im Unternehmen mitarbeiten oder als Eigentümer beteiligt sind“. Fast genau ein Drittel, rund 34%, bestätigten und über 63% verneinten dies. Das Thema der (unfreiwilligen) Ausgründungen vor dem Hintergrund von massiven Entlassungen ist schwerer mit einer gezielten Frage zu erfassen. Alle in 2004 und 2005 gegründeten Unternehmen wurden gefragt, ob sie „im wesentlichen durch Abspaltung von einem anderen Unternehmen, das in der Tonträgerbranche arbeitet, entstanden“. Bei 20% war dies der Fall, bei 80% nicht. Sowohl (möglicherweise unfreiwillige) Ausgründungen als auch Selbstveröffentlicher machen also zumindest einen Teil der Neugründungen aus.

Diese Beobachtung allein lässt allerdings noch keine Bewertung des Gründungsbooms kleiner Tonträgerunternehmen als vorübergehende Anomalie zu. Dazu müssten die Aussichten der neugegründeten Unternehmen tatsächlich größtenteils schlecht sein. Das scheint nicht der Fall zu sein. Wie in Abschnitt 6 angesprochen, ist die Zahl der VUT-Austritte in den letzten Jahren rückläufig gewesen und insgesamt gefallen (siehe Handke 2006a, 2006b). Pleiten als ein Grund für Austritte scheinen zur Zeit selten und die Situation der meisten Mitgliedsunternehmen stabil. Dies zeichnet sich auch in der überwiegend positiven Beurteilung der gegenwärtigen Lage und der Zukunftsaussichten von VUT-Mitgliedern ab (siehe Abschnitt 6 und Handke 2006a). Die skeptische Sichtweise lässt zudem eine Frage offen: Warum sollten nach über acht Jahren Rezession so Viele weiterhin eine Tätigkeit in einer Plattenfirma ge-

genüber anderen Tätigkeiten vorziehen, wenn ihre Erfolgsaussichten tatsächlich gering wären?

Insgesamt scheint es also durchaus plausibel, anzunehmen, dass der Zuwachs an kleinen Tonträgerunternehmen sich zum Teil auch aus dem freigesetzten Personal größerer Unternehmen speist. Allerdings gibt es trotz der fortgesetzten Rezession am Tonträgermarkt wenig Anlass zu glauben, dass es den neu gegründeten Firmen im Allgemeinen schlecht ginge. Es bleibt bei dem Eindruck, dass sich die Bedingungen für kleine und unabhängige Unternehmen im Vergleich zu denen größerer Plattenfirmen verbessert haben.

6 Erklärungsansätze für einen Verteilungseffekt zugunsten von Indies

Mehrere Erklärungen für eine Expansion der Gruppe der Indies während des derzeitigen Umbruchs am Tonträgermarkt sind denkbar.

Generell sollte der Einsatz neuerer Informationstechnologie die Kosten in vielen Bereichen der Produktion und Vermarktung von Informationsgütern wie Tonaufnahmen senken (vgl. Varian 2005, Liebowitz and Watt 2006). Sinkende Fixkosten – etwa bei der Beschaffung von Aufnahmetechnik oder Vervielfältigungsgeräten – könnten den Markteintritt von kleineren Unternehmen begünstigen. Außerdem sollten auf Dauer sowohl die Fixkosten als auch die variablen Kosten bei der Vermarktung von Downloads und Ringtones erheblich unter denen im traditionellen Tonträgerbereich liegen.

Zudem dient das Internet als Kommunikationsforum, über das Konsumenten auf Tonaufnahmen aufmerksam werden. Praktisch alle (95%) der befragten Plattenfirmen haben eine eigene Website. Über die Hälfte bietet kostenlose Hörproben an (Handke 2006a). Das Internet als Alternative zu den übrigen Massenmedien, in denen Indie-Produkte kaum vorkommen, könnte also einen wichtigen Wettbewerbsnachteil der Indies gegenüber den Majors verringern.

Eine Erweiterung dieser möglichen Erklärung betrifft den spezifischen Promotioneffekt unautorisierten Kopierens und Downloadens. In einer Untersuchung des amerikanischen Marktes fand Blackburn (2004), dass File-Sharing die Verkäufe von Publikationen populärer Interpreten verringerte, weil manche Konsumenten den Kauf von autorisierten Kopien durch unautorisierte Downloads ersetzten. Bei Publikationen unbekannter Interpreten nahmen Verkäufe in der Gegenwart von File-Sharing allerdings zu, da Konsumenten durch Downloads überhaupt erst auf die entsprechenden Werke aufmerksam wurden. Für Newcomer war der Schaden des „Substitutions-Effekt“ durch unautorisiertes Kopieren geringer als der Nutzen durch einen „Exposure-Effekt“. Unautorisiertes Kopieren in File-Sharing Netzwerken könnte die Geschäftsbedingungen für Newcomer sowohl in Relation zu etablierteren Konkurrenten, als auch absolut verbessert haben.

Darüber hinaus könnten zusätzliche Einnahmen, die nicht in der BV Phono-Statistik enthalten sind – etwa aus der sekundären Verwertung von Tonaufnahmen, bei der Rechte an kommerzielle Nutzer lizenziert werden – Anreize bieten, Plattenfirmen zu betreiben.

Die tatsächliche Bedeutung solcher Faktoren, die positive Entwicklungen unter den Indies mitbewirkt haben könnten, bedarf weiterer empirischer Untersuchung.

Zuletzt kann man die Betrachtungsweise umdrehen und nicht nur nach den Stärken der Indies fragen, sondern auch nach den Schwächen der Majors. Größere Plattenfirmen laufen Gefahr, wie ihre Vorgänger in vergangenen Umbruchsphasen durch negative Größeneffekte und versunkene Kosten in traditioneller Infrastruktur zunächst allzu konservativ an ein veränderliches Geschäftsumfeld heranzugehen (vgl. Peterson and Berger 1971, Aldermann 2001). Eine langsame Reaktion der Majors auf veränderte Rahmenbedingungen könnte sie in der Konkurrenz mit flexibleren Unternehmen verwundbar machen.

7 Schlussfolgerungen

Zur Zeit findet ein Gründungsboom von Indies statt und es herrscht eine gute Stimmung unter den bestehenden kleinen und unabhängigen Tonträgerunternehmen. Diese Beobachtungen stehen im Kontrast zur allgemeinen Wahrnehmung einer Krise der Tonträgerindustrie im Zusammenhang mit erheblichen Umsatzeinbrüchen, massenhaftem unautorisiertem Kopieren und dem Bemühen größerer Marktteilnehmer, die Bedrohlichkeit dieser Entwicklung zu kommunizieren. Dass es trotz der allgemeinen Umsatzrückgänge eine Vielzahl an Markteintritten und Anzeichen für wirtschaftliches Wachstum unter den Indies gibt, weist auf einen Verteilungseffekt derzeitiger Veränderungen zugunsten dieser kleinen und unabhängigen Plattenfirmen hin. Indies scheinen ihren Marktanteil auf Kosten größerer Marktteilnehmer auszuweiten, ähnlich wie in vergangenen Umbruchsphasen in der Tonträgerindustrie.

Aus einem Verteilungseffekt zugunsten des Indie-Bereichs in der gegenwärtigen Rezession und im Zusammenhang mit der Verbreitung digitaler Kopiertechnologie ergeben sich eine Reihe weiterführender Überlegungen. Zunächst relativiert der Erfolg von Indies die Wahrnehmung des derzeitigen Umbruchs als existentielle Krise der Tonträgerindustrie. Dass es einigen Tonträgerunternehmen gelingt, im derzeitigen Umfeld zu wachsen, ist ein hoffnungsvolles Zeichen für Produzenten und Konsumenten von Musik allgemein.

Zweitens ist ein Gründungsboom von kleinen Plattenfirmen trotz der fortwährenden Rezession am Tonträgermarkt ein mögliches Anzeichen für einen radikalen technologischen Wandel (Handke 2006b, vgl. Abernathy und Utterback 1978, Freeman und Perez 1988). Ein solcher Wandel ist für die Tonträgerindustrie mit dem Aufkommen neuer Verbreitungsmöglichkeiten seit langem erwartet worden (vgl. Goldstein 1994, Alexander, 1994, Burnett 1996) und könnte die Position von Indies gegenüber den Majors auf absehbare Zeit erheblich stärken (Alexander 1994, 2002, Röttgers 2003, Tschmuck 2003, Renner 2004). Allerdings macht die empirische Untersuchung auch deutlich, wie unsicher Vorhersagen einer Revolution in der Tonträgerindustrie bisher bleiben, die das Ende der Majors ankündigen. Fürs erste bleibt der wirtschaftliche Anteil der beobachteten Indies am Gesamtmarkt zu gering, um solche Erwartungen zu stützen. Offensichtlich haben die Majors nach wie vor einen großen Einfluss auf die weitere Entwicklung. In der Vergangenheit hat sich allerdings gezeigt, dass es selbst für Marktführer Risiken birgt, sich in einem veränderlichen Umfeld zu stark auf den Erhalt traditioneller Geschäftsmodelle auszurichten (Gillet 1970, Peterson and Berger 1971, 1975, Peterson 1990).

Eine dritte Überlegung betrifft die Frage, in welchem Ausmaß es sich für Tonträgerunternehmen lohnt, in einen verschärften Urheberrechtsschutz zu investieren. Um den Schaden durch unautorisiertes Kopieren zu beurteilen, gilt es zunächst, die Auswirkungen der sogenannten Piraterie vom Einfluss weiteren technologischen Wandels und eines verstärkten Wettbewerbs in der Tonträgerindustrie zu unterscheiden (Handke 2006b). Die positiven Entwicklungen im Indie-Bereichs legen es zudem nahe, dass es auch nach der Verbreitung digitaler Kopiertechnologie für Tonträgerunternehmen möglich ist, erfolgreich zu wirtschaften. Als Ergänzung zum Kampf gegen unautorisiertes Kopieren erscheint es so lohnenswert zu prüfen, was Plattenfirmen aus dem Erfolg einiger Indies lernen können.

Ein letzter Punkt betrifft besonders die Debatte um öffentliche Maßnahmen zur Reform des Urheberrechtes. Der Verteilungseffekt zwischen Plattenfirmen unterschiedlicher Größe im Zusammenhang mit der Verbreitung von digitaler Kopiertechnologie verdeutlicht, dass die Interessen verschiedener Marktteilnehmer bei der digitalen Kopie auseinander laufen können. Weitere Interessenskonflikte bestehen dabei möglicherweise auch zwischen Rechteinhabern und Konsumenten (Rob und Waldfoegel 2004) sowie zwischen Künstlern und Medienunternehmen (Towse 1999, 2006, Gayer und Shy 2006). Wenn ein verschärfter Urheber-

rechtsschutz für SonyBMG gut ist, muss dies noch lange nicht für kleinere Plattenfirmen, Künstler oder Konsumenten gelten. Politische Entscheidungsträger sollten keine Maßnahmen ergreifen, ohne die Interessen aller betroffenen Gruppen zu berücksichtigen. Die empirische Untersuchung von Verteilungseffekten – also zu bestimmen, wem unautorisiertes Kopieren schadet und wem es nützt – sollte eine Grundlage für die Urheberrechtspolitik werden.

Literatur

Abernathy, W.J. und J.M. Utterback (1975) "A Dynamic Model of Product and Process Innovation", *Omega* 3; 639-656.

Abernathy, W.J. und J.M. Utterback (1978) "Patterns of Innovation in Industry", *Technology Review* 80; 40-47.

Alexander, P. J. (1994) "New Technology and Market Structure in the Music Recording Industry", *Journal of Cultural Economics* 18; 113-123.

Alexander, P. J. (2002) "Peer-to-Peer File Sharing: The Case of the Music Recording Industry", *Review of Industrial Organization* 20; 151-161.

Blackburn, D. (2006) *A Study of Online Piracy and Recorded Music Sales*. Working paper, Harvard University. Online. 4. Januar 2006.
http://www.economics.harvard.edu/%7Edblackbu/papers/blackburn_fs.pdf

Burke, A.E. (1997) "Small Firm Start-up by Composers in the Recording Industry", *Small Business Economics* 9; 463-471.

Burnett, R. (1990) *Concentration and Diversity in the International Phonogram Industry*, Gothenburg Studies of Journalism and Mass Communication.

Burnett, R. (1996) *The Global Jukebox: the International Music Industry*, London, Routledge.

BV Phono / Bundesverband der Phonographischen Wirtschaft (1995), *Jahrbuch 1995 – Phonographische Wirtschaft*, München, Musikmarkt Verlag.

BV Phono / Bundesverband der Phonographischen Wirtschaft (2004), *Jahrbuch 2004 – Phonographische Wirtschaft*, München, Musikmarkt Verlag.

BV Phono / Bundesverband der Phonographischen Wirtschaft (2005), *Jahrbuch 2005 – Phonographische Wirtschaft*, München, Musikmarkt Verlag.

BV Phono / Bundesverband der Phonographischen Wirtschaft (2006), *Jahrbuch 2006 – Phonographische Wirtschaft*, München, Musikmarkt Verlag.

Caves, R.E. (2000) *Creative Industries. Contracts between Art and Commerce*, Cambridge MA, Harvard University Press.

Chapple, S. und R. Garofalo (1977) *Rock 'n' Roll Is Here to Pay: The History and Politics of the Music Industry*, Chicago, Nelson-Hall.

Dowd, T.J. (2004) "Concentration and Diversity Revisited: Production Logics and the U.S. Mainstream Recording Market, 1940-1990", *Social Forces* 82; 1411-1455.

Evans, P. und Wurster, T. (1999) *Blown to Bits: How the Economics of Information Transforms Strategy*, Boston: Harvard Business School Press.

Freeman, C. und C. Perez (1988) "Structural Crisis of Adjustment", Dosi G., C. Freeman, R. Nelson, G. Silverberg und L. Soete (Hrsg.), *Technical Change and Economic Theory*. London, Pinter; 38-66.

Freeman, C. und L. Soete (1997 / 3rd edition) *The Economics of Industrial Innovation*, London, Pinter.

Frith, S. (1981) *Sound Effects: Youth, Leisure and the Politics of Rock'n'Roll*, New York, Pantheon.

Frith, S. (1987) "The Industrialisation of Popular Music", Lull J. (Hrsg.), *Popular Music and Communication*, London, Sage.

Frith, S. (1990) *Facing the Music. Essays on Pop, Rock and Culture*. London, Mandarin.

Gander, J. und A. Rieple (2004) "How Relevant is Transaction Cost Economics to Inter-Firm Relationships in the Music Industry?", *Journal of Cultural Economics* 28; 57-79.

Garofalo, R. (1994) "Die Relativität der Autonomie", *PopScriptum* 2; 9-30.

Garofalo, R. (1997) *Rockin' Out. Popular Music in the USA*. Needham Heights MA: Allyn and Bacon.

GfK Panel Services Consumer Research GmbH (2002) *Brennerstudie 2002*, <http://www.ifpi.de/news/279/>.

GfK Panel Services Consumer Research GmbH (2004) *Brennerstudie 2004*, <http://www.ifpi.de/news/379/brennerstudie2004.pdf>.

GfK Panel Services Consumer Research GmbH (2006) *Brennerstudie 2006*. <http://www.ifpi.de/wirtschaft/brennerstudie2006.pdf>.

Gillett, Charlie (1970 / revised edition 1983) *The Sound of the City*, London, Souvenir Press.

Goldstein, P. (1994) *Copyright's Highway: From Gutenberg to the Celestial Jukebox*, New York, Hill and Wang.

Handke, C. (2006a) *Wachstum gegen den Trend - Grundlegende Ergebnisse der VUT-Mitgliederbefragung 2005 unter kleinen und mittleren Tonträgerunternehmen*, Online. 4. Januar 2006. http://www.vut-online.de/studie_wachstum_gegen_den_trend_-_vut.pdf.

Handke, C. (2006b) "Plain Destruction or Creative Destruction? Copyright Erosion and the Evolution of the Record Industry", *Review of Economic Research on Copyright Issues* 3; 29-51.

Handke, C. (im Druck) "Copyright and Digital Copying Technology. An Introduction with Reference to the British and German Record Industry", Gerlach, R., Eisenberg, C. und Handke, C. (Hrsg.), *The Cultural Industries: The British Experience in International Perspectives*, Berlin, edoc-Server der Humboldt-Universität zu Berlin: <http://edoc.hu-berlin.de>.

Handke, C. (2006c) "Measuring Innovation in Media Industries", *RECIDA Working Paper* No.11.

- Hellmann, H. (1983) "The New State of Competition in the Record Industry", *Sociologia* 20; 285-295.
- Hesmondhalgh, D. (1998a) "The British Dance Music Industry", *British Journal of Sociology* 49: 235-251.
- Hesmondhalgh, D. (1998b) „Post-Punk’s Attempt to Democratize the Music Industry“, *Popular Music* 16: 255-274.
- Klepper, S. (1996) "Entry, Exit, Growth, and Innovation over the Product Life Cycle", *The American Economic Review* 86; 562-583.
- Levinsohn, J.A. und W. Petropoulos, W. (2001) "Creative Destruction or Just Plain Destruction?: The U.S. Textile and Apparel Industries since 1972". *NBER Working Paper No. W8348*.
- Liebowitz, S. J. (2005a) "Economists Examine File-Sharing and Music Sales", Peitz M. und P. Waelbroeck (Hrsg.), *The Industrial Organization of Digital Goods and Electronic Markets*, Cambridge MA, MIT press.
- Liebowitz, S. J. und R. Watt (2006) "How Best to Ensure Remuneration for Creators in the Market for Music? Copyright and Its Alternatives", *Journal of Economic Perspectives* 20; 513-545.
- Lopes, P. (1992) "Innovation and Diversity in the Popular Music Industry, 1969 to 1990", *American Sociological Review* 57; 56-71.
- Negus, K. (1992) *Producing Pop: Culture and Conflict in the Popular Music Industry*, London, Edward Arnold.
- Negus, K. (1996) *Popular Music in Theory*, Cambridge, Polity Press.
- Peitz, M. und P. Waelbroeck (2003) "Piracy of Digital Products: A Critical Review of the Economics Literature", *CESifo Working Paper No. 1071*.
- Peterson, R. (1990) "Why 1995?", *Popular Music* 9: 97-116.
- Peterson, R. und D. Berger (1975) "Cycles in symbol production: the case of popular music", *American Sociological Review* 40; 158-73.
- Peterson, R. und Berger, D. (1971) "Entrepreneurship in Organizations", *Administrative Science Quarterly* 15; 97-107.
- Renner, T. (2004) *Kinder, der Tod ist gar nicht so schlimm! Über die Zukunft der Musik- und Medienindustrie*, Frankfurt/Main, Campus.
- Rob, R. und J. Waldfogel (2004) "Piracy on the High C's: Music Downloading, Sales Displacement, and Social Welfare in a Sample of College Students." *NBER Working Paper No. W10874*, 2004.
- Röttgers, J. (2003) *Mix, Burn & R.I.P. – Das Ende der Musikindustrie*, Hannover, Heinz Heise.

- Schulze, R. (1995) *Die Musikwirtschaft. Marktstrukturen und Wettbewerbsstrategien der deutschen Musikindustrie*, Hamburg, Kammerer & Unverzagt.
- Söndermann, M. (im Erscheinen; Dezember 2006 oder Januar 2007) „Musikwirtschaft“, Deutscher Musikrat (Hrsg.), *Musikalmanach 2007/2008*, Regensburg, Conbrio.
- Towse, R. (1999) “Copyright and Economic Incentives: An Application to Performers' Rights in the Music Industry”, *Kyklos* 52; 369-390.
- Towse, R. (2006) “Copyright and Artists: a View from Cultural Economics”, *Journal of Economic Surveys* 20 (2006); 567-585.
- Tripsas, M. (1997) “Unraveling the Process of Creative Destruction: Complementary Assets and Incumbent Survival in the Typesetter Industry”, *Strategic Management Journal* 18 (Summer Special Issue); 119-142.
- Tschmuck, P. (2003) *Kreativität und Innovation in der Musikindustrie*, Innsbruck, Studienverlag.
- Varian, H. (2005) “Copying and Copyright”, *Journal of Economic Perspectives* 19; 121-38.
- Vormehr, U. (2003) “Independents”, R. Moser und A. Scheuermann (Hrsg.), *Handbuch der Musikwirtschaft*, München, Josef Keller Verlag.