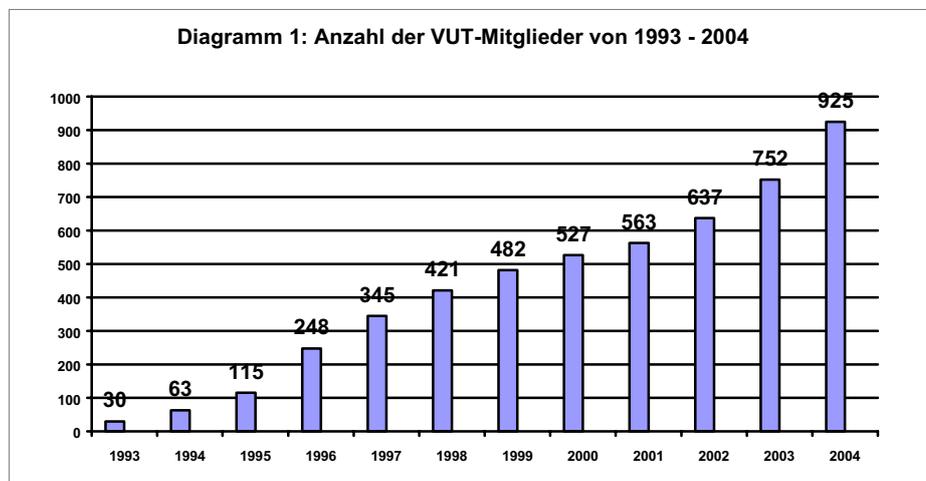


„Wachstum gegen den Trend“

VUT-Mitgliederbefragung soll Bedeutung von Independent Labels belegen



Aus der zunehmenden Zahl an VUT-Mitgliedunternehmen schließt Christian Handke, dass der Independent-Markt gewachsen ist

Der VUT hat mit dem Austritt aus der IFPI nicht nur seine Unabhängigkeit demonstriert, er verfügt mit der jüngst vorgelegten Studie „Wachstum gegen den Trend“ nun auch erstmalig über eine Statistik über seine Mitgliedsfirmen. Wer aktuelle Zahlen über die Tonträgerwirtschaft suchte, war bislang auf das von den Deutschen Phonoverbänden herausgegebene Jahrbuch angewiesen.

Die darin enthaltenen Statistiken repräsentieren nach Angaben der Herausgeber zwar 91 Prozent des deutschen Musikmarktes, eine gesonderte Betrachtung des Marktes der klein- und mittelständischen Tonträgerunternehmen – er wird nachfolgend als Independent-Markt bezeichnet – gibt es allerdings nicht. Diese Wissenslücke zu schließen, hat sich Christian Handke, wissenschaftlicher Mitarbeiter der Humboldt-Universität Berlin, als Grundlage seiner Doktorarbeit zur Aufgabe gemacht.

Gemeinsam mit dem Verband unabhängiger Tonträgerunternehmen, Musikverlage und Musikproduzenten führte Handke im Sommer 2005 eine Befragung der VUT-Mitglieder durch. Die „Grundlegenden Ergebnisse der VUT-Mitgliederbefragung 2005 unter kleinen und mittleren Tonträ-

gerunternehmen“, wie der Subtitel der Studie lautet, sollen im Folgenden genauer vorgestellt werden. Vorweg zu erwähnen ist, dass Handke unter der Bezeichnung „Tonträgerunternehmen“ alle im VUT organisierten Unternehmen subsumiert.

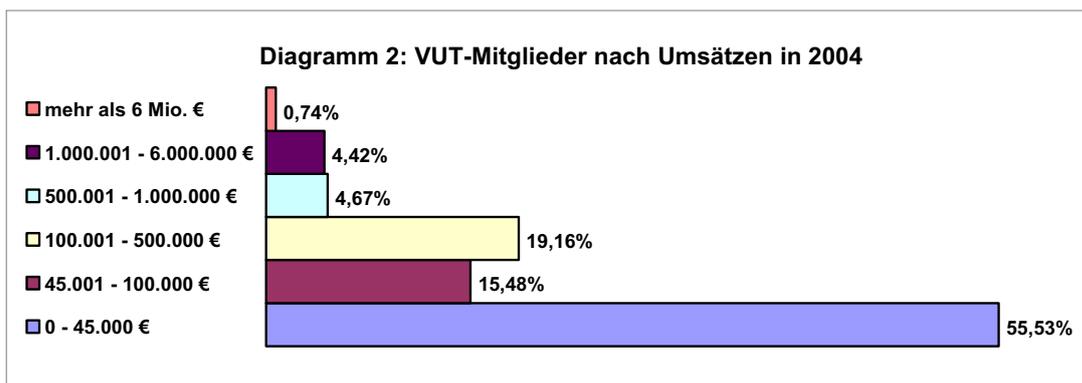
Abwärtstrend beim Gesamtumsatz

Auch wenn Handke dem Jahrbuch der Phonographischen Wirtschaft etwas kritisch gegenübersteht, die darin enthaltene Statistik „Gesamtumsatz des Phonomarktes in der Bundesrepublik Deutschland“ akzeptiert er. Danach beginnen die bis heute anhaltenden Umsatzrückgänge im Jahr 1998. In diesem Jahr sind die Umsätze zurückgegangen, der Absatz von CD-Rs hat dagegen laut einer vom Bundesverband der Phonographischen Wirtschaft in Auftrag gegebenen

Studie zugenommen. Insgesamt ist der Phonomarkt seit Beginn der Krise um rund 40 Prozent eingebrochen.

Wachstum des Independent-Markts

Während der Gesamtmarkt schrumpft, wächst der Independent-Markt, so ein zentrales Ergebnis der Studie. Das macht Handke im Wesentlichen an der Zahl der Tonträgerunternehmen fest. Ebenfalls von Bedeutung sind die Zahl der Mitarbeiter und die Höhe der Umsätze. Aus der kontinuierlich steigenden Zahl an VUT-Mitgliedern (siehe Diagramm 1), schließt Handke, dass auch die Zahl an Neugründungen von Tonträgerunternehmen wächst. Er geht davon aus, dass ab 1997 fast alle Unternehmen des Independent-Markts Mitglied beim VUT sind. Seine Begründung: Seit 1996 gebe es für VUT-Mitglieder einen Gesamtvertragsnachlass von 20 Prozent bei der GEMA. Es sei damit nahezu für jedes unabhängige Tonträgerunternehmen von wirtschaftlichem Interesse, Mitglied beim VUT zu sein. Zu Beginn der Krise gab es 421 VUT-Mitglieder, heute sind es über 1000. Der Independent-Markt müsste sich Handkes Theorie zufolge in dieser Zeit mehr als verdoppelt haben. Die erhobenen Daten seien wahrscheinlich auch ein Indiz dafür, dass es im Independent-Markt Umsatzzuwächse gegeben hat. An konkreten Zahlen wird diese Annahme nicht belegt. Auch wird in der Studie nicht dargelegt, in welchen Tätigkeitsbereichen die wesentlichen Umsätze generiert werden und wo Zuwächse zu verzeichnen sind. Zu klären wäre zudem, ob



Der Gesamtumsatz der VUT-Mitglieder wird 2004 auf 216 Millionen Euro veranschlagt. Über die Hälfte der Firmen hatten einen Jahresumsatz von nicht mehr als 45 000 Euro

Abbildungert: VUT

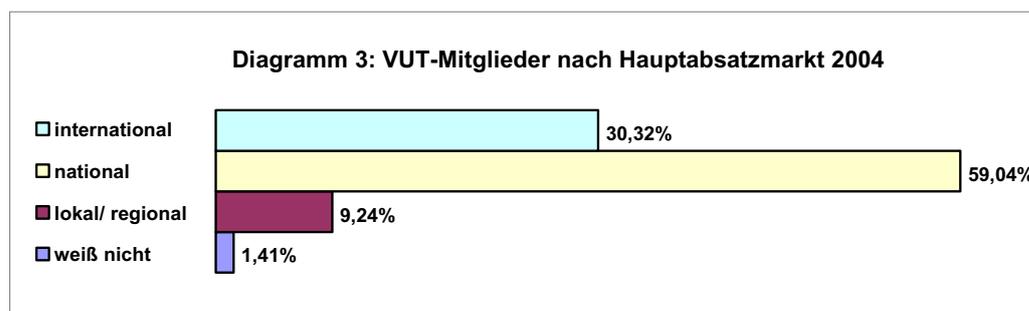
es sich wirklich um einen Marktzuwachs und nicht nur um eine Fragmentierung des Marktes handelt.

Gegenläufige Entwicklung

Es stellt sich auch die grundlegende Frage, ob die gegenläufige Entwicklung von Gesamtumsatz des Phonomarktes und Anzahl der kleinen und mittleren Tonträgerunternehmen ungewöhnlich ist.

Peter James hat die steigende Zahl an Musikfirmen damit erklärt, dass bei den Majors freiwerdendes Personal sich mit eigenen Musikfirmen selbstständig mache. Die Wirtschaftlichkeit und Nachhaltigkeit dieser Unternehmen lässt sich bislang, wenn überhaupt, nur schwer einschätzen. Es könnte sich um eine temporäre Marktzersplitterung handeln, der eine Marktberingung folgt. Dann wäre der Zuwachs bei der Anzahl der Tonträgerunternehmen nur eine vorübergehende Erscheinung ohne anhaltende Bedeutung. Handke geht von einer Nachhaltigkeit der kleinen und mittleren Tonträgerunternehmen aus und begründet dies damit, dass es in den letzten Jahren kaum Austritte aus dem VUT gegeben hat. Ein rein idealistisches Interesse an den vielen Firmengründungen schließt er als alleinige Erklärung aus. „Auch der idealistischste Label-Inhaber wird nur begrenzt wirtschaftliche Verluste tolerieren“, erklärt er. Die Masse weiß es besser, sagt er, und bezieht sich damit auf eine Theorie aus den Sozialwissenschaften. Wenn eine Vielzahl von Menschen sich für die Gründung eines Tonträgerunternehmens entscheidet, bedeute dies der Theorie zufolge, dass es gute Gründe dafür gibt.

Die Bedeutung des Independent-Marktes wird einmal aus wirtschaftlicher und einmal aus kultureller Sicht betrachtet. Die wirtschaftliche Bedeutung wird



Auch ohne deutsches Musikexportbüro: Mehr als ein Drittel der VUT-Mitglieder sahen 2004 ihren Hauptabsatzmarkt im Ausland

am Gesamtumsatz, die kulturelle an der Anzahl neu veröffentlichter Tonträger gemessen. Der Gesamtumsatz der VUT-Mitglieder ist in der Studie mit rund 216 Millionen Euro veranschlagt. Der Betrag mag als überraschend niedrig bewertet werden, wo er nur rund 12 Prozent des vom Phonoverband mit 1,754 Milliarden Euro angegebenen Gesamtumsatzes des Phonomarktes ausmacht. Es muss jedoch berücksichtigt werden, dass beide Werte wegen der unterschiedlichen Erhebungsmethoden kaum miteinander vergleichbar sind. Dazu kommt, dass einige Independent-Firmen nicht im VUT, sondern in der IFPI Mitglied sind.

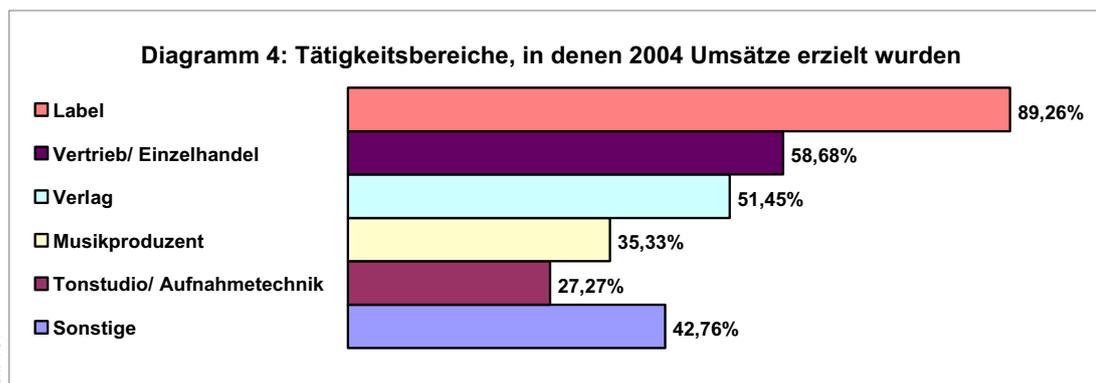
Steigende Bedeutung der Indies

Zur Ermittlung des Gesamtumsatzes der VUT-Mitglieder erklärt Handke, dass er den Wert konservativ berechnet habe. Dies beinhaltet, dass die Umsatzzahlen von unplausiblen Angaben bereinigt wurden. Über die Hälfte der befragten VUT-Mitgliedsfirmen hat ihren Umsatz mit bis zu 45 000 Euro angegeben (siehe Diagramm 2). Überraschen mag auch, dass 2004 knapp ein Drittel der VUT-Mitglieder ihren Hauptabsatzmarkt im Ausland gesehen hat (siehe Diagramm 3). Das Ergebnis wird besonders für das Ende 2003 gegründete deutsche Musikexportbüro GermanSounds interessant sein. Wie zu

erwarten war, deckt die Mehrheit der VUT-Mitgliedsfirmen mehrere Tätigkeitsfelder ab, ihr Schwerpunkt bildet allerdings die Arbeit als Label (siehe Diagramm 4). Die Angabe, dass weniger als 10 Prozent ihre „sämtlichen Einnahmen“ als Label erzielen, wirft die Frage auf, in welchem Tätigkeitsbereich die VUT-Mitgliedsfirmen ihre Hauptumsätze erzielen. Eine Antwort darauf gibt die Studie nicht. Laut Studie haben die Mitgliedsfirmen des VUT 2004 rund 9100 Neueröffnungen herausgebracht. Die Zahl an Veröffentlichungen aus Back-Katalog und Neuheiten zusammen, die von VUT-Mitgliedern vermarktet wurden, entspricht mit 32 600 „deutlich mehr als einem Drittel des Gesamtkataloges von 84 799 ‚Pop- und Klassiktonträgern‘ laut BV Phono“, heißt es in der Studie. Bei über der Hälfte der Unternehmen waren an über 80 Prozent der Neuerscheinungen deutsche oder in Deutschland ansässige Künstler beteiligt; sie werden in der Studie als „deutsche Produktionen“ bezeichnet. Die Angabe scheint ungenau, da bereits durch die Teilnahme eines deutschen Künstlers eine gesamte Produktion zu einer deutschen Produktion wird.

Urheberrecht als Innovationshemmer

In der Mitgliederbefragung wurden zwölf Gründe abgefragt, die sich auf VUT-Mitglieder innovationshemmend auswirken könnten. „Probleme, geeignete Kooperationspartner zu finden“, „ungleiche Marktbedingungen für unterschiedlich große Unternehmen“ und „Mangel an geeigneten Finanzierungsquellen“ wurden als Innovationshemmnissen eine große Bedeutung beigemessen. Als weniger relevant wurden Probleme



Die große Mehrheit der VUT-Mitglieder generiert durch die Arbeit als Label Umsätze. In den meisten Unternehmen werden allerdings mehrere Tätigkeitsbereiche abgedeckt

bei der Durchsetzung eigener Urheber- und Leistungsschutzrechte und bei der Rechtklärung für innovative Projekte bewertet. Hier bestätigt sich, so Handke, die Hypothese, dass kleine Marktteilnehmer ein geringeres Interesse an einem stärkeren Urheberrechtsschutz haben. „Das Urheberrecht erscheint so komplex, dass es innovativen Aktivitäten im Wege steht. Wenn ein Zwei-Mann-Unternehmen erst einen Juristen braucht, bevor es mit seiner Arbeit beginnen kann, ist das innovationshemmend.“ Außerdem bestehen bei der Frage nach einer stärkeren urheberrechtlichen Reglementierung unterschiedliche Interessen zwischen bereits etablierten Unternehmen und neuen Marktteilnehmern, erklärt Handke. Etablierte Unternehmen haben bereits einen großen Katalog an Rechten erworben. Sie profitieren von einem starken Urheberrechtsschutz, da er sie bei der kommerziellen Auswertung ihrer Rechte stärkt. Kleine Musikunternehmen müssen sich erst noch einen Namen machen. Sie haben ein Interesse, ihre Werke möglichst weit zu verbreiten und bieten ihre Nutzung deshalb zuweilen auch kostenlos an oder zahlen sogar dafür. Das Urheberrecht, das eine angemessene Vergütung für öffentliche Nutzung von Musik vorschreibt, ist in diesem Falle nicht immer hilfreich.

Internet ja, DRM nein

Die Studie versucht auch zu klären, welche Rolle das Internet beim ermittelten Wachstum des Independent-Markts spielt. Die Umfrage ergab, dass knapp 97 Prozent der VUT-Mitgliedsfirmen im Internet präsent sind und gut 85 Prozent der Internet-Präsenz eine hohe Bedeutung beimessen. Fast 80 Prozent haben Tonträger über das Internet verkauft und rund 46 Prozent bieten Downloads im Internet an. Erstaunlich ist, dass die Hälfte der befragten Unternehmen dem

Download eine große Bedeutung beimessen, obgleich die Mehrheit der VUT-Unternehmen 2004 überhaupt keine Einnahmen in diesem Bereich erzielen konnten. Es wird in der Studie der Schluss gezogen, dass die positive Entwicklung im Independent-Markt nicht durch das Online-Geschäft zu klären sei. Das insbesondere bei Independent-Labels zu verzeichnende Desinteresse gegenüber Digital Rights Management spiegelt sich in der Angabe über die Bedeutung von DRM-Systemen wieder. Über 80 Prozent haben sie noch nicht verwendet und halten ihren Einsatz auch für unbedeutend.

Positive Zukunftsaussichten

Ob VUT-Mitglieder Realisten oder Optimisten sind, lässt sich zwar nicht sagen, sicher ist jedoch, dass sie positive Erwartungen an die Zukunft haben. Es herrscht alles andere als Untergangsstimmung. Über die Hälfte der befragten VUT-Unternehmen schätzt ihre Lage als befriedigend oder besser ein. Über die Hälfte der Befragten glaubt auch, dass ihr Unternehmen wachsen und ihre Umsätze steigen werden. Die Anzahl der Mitarbeiter wird sich in Zukunft jedoch nicht verändern, wie die Hälfte der Befragten meinen. Die Arbeitsplätze scheinen im Independent-Markt als sicher zu gelten, haben doch nur 10 Prozent angegeben, dass die Mitarbeiterzahlen sinken würden. Berücksichtigt man jedoch, dass die Hälfte der VUT-Mitgliedsfirmen Ein- bis Zwei-Mann-Unternehmen sind (siehe Diagramm 5), kann diese Einschätzung auch als Zweckoptimismus betrachtet werden. Denn ein Sinken der Mitarbeiterzahl käme hier einer Firmenauflösung gleich.

Indies als fünfter Major?

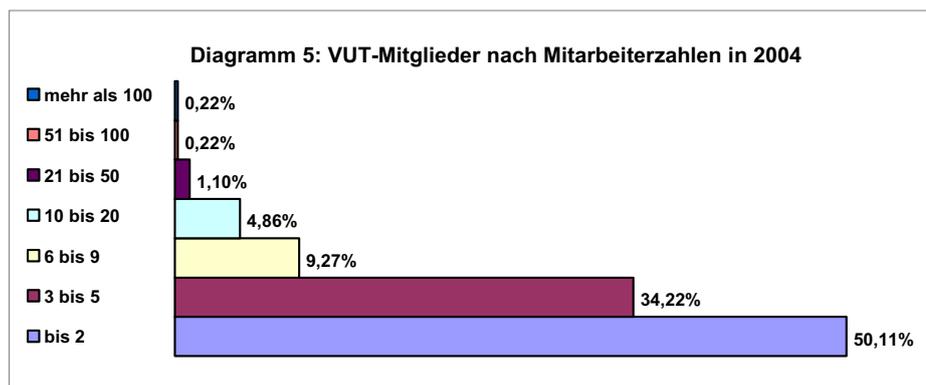
Mit drei Kernaussagen schließt die Studie. Erstens: Der Beitrag der kleinen und mittleren Tonträgerunternehmen im VUT entspricht mindestens einem der

AUF EINEN BLICK!

Zentrale erste Ergebnisse der VUT-Mitgliederbefragung 2005 der Studie „Wachstum gegen den Trend“ :

1. Trotz Umsatzrückgängen seit 1998 sind eine Vielzahl neuer Tonträgerunternehmen gegründet worden. Die älteren befragten Unternehmen haben nach 1997 mehrheitlich expandiert.
2. Die teilnehmenden kleinen und mittleren Tonträgerunternehmen sehen ihre Zukunftsaussichten überwiegend positiv und erwarten weiteres Wachstum.
3. Die Unternehmen im VUT erzielten in 2004 Umsätze von rund 216 Millionen Euro. Sie hatten ca. 3800 Mitarbeiter und boten ungefähr 2180 Vollzeitstellen.
4. Kleinere Labels bringen bis zur Hälfte aller Neuveröffentlichungen in Deutschland heraus. Sie vermarkten überwiegend die Arbeiten in Deutschland ansässiger Kreativer und sehen mehrheitlich künstlerische Ambitionen als bedeutend für ihr Unternehmen an.
5. Als Innovationshemmnisse werden mehrheitlich folgende Faktoren wahrgenommen: „Mangel an geeigneten Finanzierungsquellen“, „ungleiche Marktbedingungen für unterschiedlich große Unternehmen“ und „Probleme, geeignete Kooperationspartner zu finden“.
6. Probleme mit dem Schutz geistigen Eigentums scheinen nicht vorrangig. Hürden, die sich aus der Wahrnehmung von Urheber- und Leistungsschutzrechten ergeben, werden sogar als Innovationshemmnisse empfunden.

Auf der Musik-Messe MIDEM wird Christian Handke die Ergebnisse seiner mit dem VUT durchgeführten Mitgliederbefragung noch einmal persönlich vorstellen. Weitere Informationen darüber gibt es bereits jetzt im Netz unter www.vut-online.de.



Über die Hälfte der VUT-Mitgliedsfirmen sind Ein- bis Zwei-Mann-Unternehmen. Weniger als 15 Prozent haben mehr als zehn Beschäftigte

vier Majors. Zweitens: Trotz allgemeiner Umsatzkrise geben kleine und mittlere Tonträgerunternehmen Wachstumsimpulse. Und drittens: Die Interessen der kleinen und mittleren Tonträgerunternehmen scheinen in den Reformdebatten kaum berücksichtigt. Ein Mangel an Informationen über den Independent-Markt kann – nach Vorlage der Umfrageergebnisse – nicht mehr ohne Weiteres als Grund für diese unzureichende Berücksichtigung angegeben werden.

Lothar Scholz

Abbildung: VUT