

17.11.2007

Bezugsquelle: BETA
READERS EDITION
 EIN BLOGFORM-PROJEKT

Musik 2.0 – Ohne Internet geht es nicht

VON SIMON HERKER

Wie verbreitet sich Musik in der Zukunft? Und wie können Newcomerbands das Internet effektiv nutzen?...

Mit einer hitzigen Podiumsdiskussion begann der Freitagabend [am local heroes-Finalwochenende](#). Fünf Experten und ein interessiertes Publikum erörterten die Bedeutung des World Wide Web zum Thema "[Musik im Internet](#)".

Für junge Bands führt am Internet kaum ein Weg vorbei. Das machten die Diskutanten bereits zu Beginn deutlich. Man könne dank dem Internet eine viel größere Reichweite erlangen, sagte Christian Schulze, Manager beim [EMG Music Label](#). "Newcomerbands verfügen in der Regel nicht über genügend finanzielle Mittel für eine CD und dazugehörige Promotion." Daher werde die digitale Musikverbreitung immer bedeutender. Oliver Adikunle von [onlinemusicstar.de](#) fügte hinzu, dass die Fans auch immer im Internet unterwegs sein würden.



Odeville gingen diesmal als strahlende Sieger aus dem Wettbewerb hervor. Doch was ist den Fans ihre Musik wert? Photo: Bernd Zahn

Doch was bedeutet das für die jungen Musiker? Wie können Newcomer das interaktive Medium nutzen?

Feliks Eyser stellte die Plattform [justaloud.com](#) vor, auf der jede Band Lieder anbieten kann. Dessen Preise werden über die Nachfrage reguliert. "Generell gehen 85 Prozent der Gelder direkt an die Bands", erklärte Eyser. Des Weiteren sei über justaloud.com ein direkter Kontakt zu den Musikern möglich. So entstünde eine emotionalere Beziehung und "Künstler und Fans arbeiten gemeinsam an der Entwicklung der Band".

Eine weitere Alternative erläuterte Adikunle. Auf [onlinemusicstar.com](#) könnten die Bands "unkompliziert in fünf Minuten" einen live-stream zu ihren Konzerten anbieten. Damit könne man ein neues breiteres Publikum gewinnen. Die Befürchtung, die Leute gingen dann nur noch an den PC und nicht mehr zu den Konzerten, versteht er zwar, allerdings teilt er sie nicht. Schließlich bleibe ein live Konzert immer ein besonderes Erlebnis.

Bezugsquelle:

BETA
READERS EDITION
EIN BLOGFORM-PROJEKT

Viel Skepsis bei den Bands

Im weiteren Verlauf der Diskussion kamen vor allem kritische Töne der Landessieger. So fragte ein Teilnehmer, welche Bands denn durch das Internet groß geworden seien. Ein weiterer junger Musiker merkte an, die Bands lebten von ihren Auftritten und dem CD-Verkauf danach. Über das Internet ginge das verloren. Außerdem wurde Kritik an den beiden Vertretern der Musikportale geäußert: "Euch geht es doch nur um ein großes breites Publikum und möglichst viele Klicks auf eurer Homepage und nicht um die eigentliche Verbreitung der Musik." – "Wir stellen nur das Medium bereit", erwiderte Adikunle und wies darauf hin, dass onlinemusicstar auch Auftritte organisiere. Er gestand aber auch ein: "Natürlich gibt es nicht nur das Internet, es gibt auch reale Welt." Es komme darauf an, auf beiden Ebenen gezielt zu arbeiten.

Die Internetskepsis verstand am ehesten noch Jonathan Imme von [Universal Music](#) und Manager des local heroes-Siegers 2006 [MY BABY WANTS TO EAT YOUR PUSSY](#). "Ihr müsst euch selbst treu bleiben", riet er den Bands, "und eine Story verkaufen". Beispielsweise könnte man sich als die einzige Band bezeichnen, die nicht bei myspace vertreten ist, ganz getraut dem Motto: "Wir machen nur noch live!"

Auf das Bewusstsein der Fans kommt es an

Den Bands wurde deutlich, dass es keinen goldenen Königsweg gibt. Das Potenzial des Web 2.0 zu nutzen lernen, das ist die Herausforderung an die neue Generation der Musiker. Letztendlich ist aber das Bewusstsein der Fans unerlässlich. "Die Fans", sagte Eyser, "müssen sich klar darüber werden, dass Musik etwas wert ist."