

Universität Tartu
Fakultät für Geisteswissenschaften
Institut für Fremdsprachen und Kulturen
Abteilung für Deutsche Philologie

**Streaming und die Musikindustrie: Exemplarischer Vergleich des
Einflusses von Musikstreaming auf den Rückgang physischer
Tonträger und den Erfolg deutscher Musiker in der deutschen
Musikindustrie**

Bachelorarbeit

Verfasser: Robert Vincent Lackmann
Betreuer: Daniel Kulesza

Tartu 2024

Inhaltsverzeichnis

1. Einleitung	3
2. Ein Überblick über die Musikindustrie	4
2.1 Die Definition einer Musikindustrie	5
2.2 Die Entstehungsgeschichte der Musikindustrie	5
2.3 Die Geschichte der deutschen Musikindustrie seit der Digitalisierung	7
2.3.1 Technologische Weiterentwicklung in der deutschen Musikindustrie	7
2.3.2 Die Evolution der Musikpräferenzen in Deutschland	12
3. Einfluss von Musikstreaming auf die deutsche Musikindustrie	14
3.1 Umsatzvergleich zwischen Musikstreaming, Vinyls und CDs	15
3.1.1 Analyse des Umsatzes vom Musikstreaming	18
3.1.2 Analyse des Umsatzes von physischen Tonträgern.....	21
3.2 Nutzervergleich zwischen Spotify und physischen Tonträgern	22
3.3 Erfolgsbeispiele von deutschen Musikern anhand Spotify und die Rolle der sozialen Medien ..	26
4. Fazit	28
5. Ausblick für die Zukunft	29
6. Literaturverzeichnis	31
7. Lõputöö autori kinnitus	37
8. Resümee	38
9. Lihtlitsents lõputöö reprodutseerimiseks ja üldsusele kättesaadavaks tegemiseks	40

1. Einleitung

Die vorliegende Bachelorarbeit thematisiert die deutsche Musikindustrie und den Einfluss von Musikstreaming auf den Rückgang von physischen Tonträgern und den Erfolg deutscher Musiker in der deutschen Musikindustrie seit den 2010er Jahren. Das Thema der Arbeit entsprang in erster Linie durch ein starkes Interesse und persönlichen Bezug zur Musik. Als ehemaliger und langjähriger Schüler einer Musikschule und dank den zahlreichen Erfahrungen, worunter das Lernen der Musikpraxis und -theorie, das Auftreten auf verschiedenen Konzerten und Teilnahmen an verschiedenen Musikprojekten sowohl innerhalb der Musikschule als auch ehrenamtlich zählen, entstand so die Idee, die Bachelorarbeit mit dem Bereich Musik zu verknüpfen.

Gerade Musikstreaming wurde als Untersuchungsgegenstand gewählt, da es vor allem seit den 2010er Jahren, als die Digitalisierung beschleunigt wurde, zu den größten und bedeutendsten Musiksendern gehört. Ob Vorschulkinder, Schüler, Studenten, Menschen mittleren Alters oder Rentner über das Internet und seine Plattformen wird heute ein großer Teil der Musik konsumiert. Aufgrund persönlicher Präferenz wurde für die Untersuchung der Streamingdienst Spotify ausgewählt, da die Plattform eine der beliebtesten und meistgenutzten Streamingdienste ist. Es ist jedoch wichtig zu bedenken, dass auch anhand von physischen Tonträgern viel Musik gehört wird und sie vor allem vor dem Aufkommen von Musikstreaming zu den Hauptquellen des Musikkonsums gehörten. Die physischen Tonträger, die für die Analyse dieser Bachelorarbeit ausgewählt wurden, sind Vinyls und CDs. Hierbei soll klargestellt werden, dass die Physikalität nur auf Tonträger wie CDs und Vinyls hinweist, und nicht auf Streamingdienste oder digitale Geräte, auf denen Musik mit Streamingdiensten gehört werden kann.

Die Hypothese der Bachelorarbeit ist, dass das Aufkommen von Spotify den Rückgang des Umsatzes und der Nutzung von Vinyls und CDs bekräftigt hat. Ist der Umsatz von Musikstreaming höher als der von physischen Tonträgern und warum? Welche Musikmedien sind unter den Deutschen am beliebtesten? Welches Medium leidet unter der Verbreitung von Musikstreaming mehr, Vinyls oder CDs? Das sind die Fragen, auf die im Verlauf dieser Untersuchung Antworten gesucht werden sollen. Die Bachelorarbeit beschäftigt sich als Erstes mit den historischen Aspekten, wobei die Definition der Musikindustrie, ihre Ursprünge, die Geschichte der Digitalisierung der deutschen Musikindustrie und die Evolution der Musikpräfe-

renzen in Deutschland näher beleuchtet werden. Anschließend wird im analytischen Teil gezeigt, wie sehr sich die jährlichen Umsätze zwischen Musikstreaming und physischen Tonträgern unterscheiden. Anschließend folgt separat eine Analyse zu den Umsätzen, wo herausgefunden wird, was die Gründe für diese Entwicklung sein könnten. Danach wird Spotify einzeln betrachtet und untersucht, wie intensiv und von wem diese Plattform genutzt werden. Als Kontrast wird auch die Nutzung und der Kauf von Vinyls und CDs dargestellt. Der letzte Teil der Analyse befasst sich damit, wie deutsche Musiker mit der Veröffentlichung ihrer Musik auf Spotify dem Erfolg näher gekommen sind. Zum Abschluss werden die Ergebnisse in einem Fazit zusammengefasst und anschließend ein Ausblick für die Zukunft gemacht. Da im Falle dieser Bachelorarbeit bereits vorhandene Daten erforscht werden, wird diese Analyse durch deskriptive Statistiken dargestellt: „Unter deskriptiver Statistik werden statistische Methoden zur Beschreibung und Auswertung von Daten zusammengefasst.“ (zit. nach Statista, o.J.) Hierbei werden die in den Forschungsstellen hervorgehobenen Daten beschrieben und daraus Ergebnisse geschlussfolgert (vgl. Oestrich, Romberg, 2022: 38). Der Grund hinter der Wahl dieser Forschungsmethode liegt darin, dass man anhand einer deskriptiven Statistik bereits verfügbare Statistiken und Untersuchungen exemplarisch analysieren kann und es durch die Vergleiche im Anschluss möglich ist, ein Fazit zu ziehen (vgl. Statista, o.J.).

2. Ein Überblick über die Musikindustrie

In dem ersten Kapitel der vorliegenden Bachelorarbeit wird der Fokus zunächst auf die Vorstellung einer Musikindustrie gelegt. Das erste Unterkapitel befasst sich zuerst mit der Definition der Musikindustrie, um ein klares Verständnis dafür zu schaffen, was sie ist und wie sie funktioniert. Das zweite Unterkapitel setzt sich mit der Entstehungsgeschichte der Musikindustrie auseinander, wobei der Werdegang, die Entwicklungen und mögliche Rückschläge für die Industrie und die positiven Aspekte seit den 1990er Jahren betrachtet werden. Im dritten Unterkapitel wird die Geschichte der Musikindustrie in Deutschland seit den Erfindungen digitaler Geräte genauer beleuchtet, wobei wiederum die wichtigsten Ereignisse hervorgehoben werden.

2.1 Die Definition einer Musikindustrie

Musik ist ein großer und wichtiger Bestandteil der Kultur im Allgemeinen und schon seit Jahrhunderten eines der wichtigsten Medien zur Unterhaltung der Menschen. Ohne Musik hätten wir nicht so eine Kulturszene, wie wir sie heute haben. Allerdings steckt in der Musik so viel mehr als nur der Text, die Melodie und das daraus resultierende Dopamin. Im Rahmen der vorliegenden Arbeit ist es deshalb auch wichtig zu erläutern, was die Musikindustrie ausmacht. Als ein wichtiger Teil der Kulturwirtschaft und ein breites Feld der Musik, beinhaltet es dementsprechend auch verschiedene Elemente und kann in drei Teile kategorisiert werden (vgl. Söndermann, 2012: 1).

Zum einen gehört darunter die Musikszene. Die Musikszene ist ein Überblick von Musikern, die einen Beitrag zur Musikindustrie geleistet haben. Der Musikszene sind keine Grenzen gesetzt – sie umfasst sowohl professionelle, semiprofessionelle als auch freischaffende Künstler und Produzenten aus allen Musikgenres. Zweitens verfügt die Musikindustrie auch über eine unternehmerische Seite. Dazu gehören beispielsweise die Herstellung von Musikinstrumenten, Musikverlage und spezialisierte Musikhandelsprogramme. Der dritte und letzte Teil befasst sich hauptsächlich mit dem wirtschaftlichen Aspekt, wo der Fokus insbesondere auf die Wertsteigerung gelegt ist. Im Falle der Musikindustrie wird dies auch als phonographische Wirtschaft bezeichnet (ebd.).

Was die Musikindustrie von anderen kulturwirtschaftlichen Sektoren unterscheidet, ist die Tatsache, dass sie ein breites Spektrum an Wirtschaftstätigkeiten umfasst. Neben traditionellen Mitteln wie handwerkliches Vorgehen, stehen heutzutage auch neue und sich immer noch weiterentwickelnde digitale Mittel zur Verfügung, was zum Teil auch den Wandel der Musikindustrie ausmacht (ebd.).

2.2 Die Entstehungsgeschichte der Musikindustrie

Wie bereits im vorherigen Unterkapitel erwähnt, ist Musik eines der einflussreichsten Unterhaltungsmedien. Vergleicht man Musik jedoch in der heutigen Zeit mit früheren Zeitaltern,

lassen sich gewisse Differenzen identifizieren. Betrachtet man zum Beispiel das 17. Jahrhundert, kann festgestellt werden, dass Musiker nicht in der Art und Weise wahrgenommen wurden, wie sie in der heutigen Gesellschaft wahrgenommen werden. Während viele Musiker heutzutage einen besonderen Status und nicht selten eine große Fangemeinde haben, galten Musiker im 17. Jahrhundert als Diener, die in der Adelsgesellschaft tätig waren. Ihre Rolle blieb bis zum 19. Jahrhundert dieselbe. Gleichzeitig entwickelte sich aber im Laufe der Zeit die Kultur weiter, und die Musik begann, ein breiteres Publikum zu erreichen. Im 19. Jahrhundert konnten die Menschen bereits Musik in Theatern und Opernhäusern genießen, was zeigte, dass die Gesellschaft bereit war, für Musik und die damit verbundene Unterhaltung zu bezahlen (vgl. Raab, 2008: 13f.).

Nachdem der Musikkonsum im 19. Jahrhundert gestiegen ist und das Interesse daran wuchs, wurden die ersten Tonträger erfunden. Im Jahr 1877 entwickelte Thomas Alva Edison den Phonograph, dessen Aufgabe es war, Klänge aufzunehmen und sie zu wiederholen. Noch im selben Jahr entwickelte der aus Deutschland nach Amerika ausgewanderte Emil Berliner das Gramophon. Diese Entwicklung sollte als Fortschritt des Phonographs angesehen werden und die Musikindustrie erweitern (vgl. Perné, 2014). Die Erfindung neuer Tonträger und die Möglichkeit, Töne aufzunehmen, waren auch eine Grundlage zur Gründung von Musiklabels. Als Musiklabels bezeichnet man Unternehmen, die unter einem bestimmten Namen fungieren und Künstler unter Vertrag nehmen. Die Aufgaben der Labels sind es Künstler bei ihrer Promotion, der Produktion und Vermarktung ihrer Musik zu unterstützen (vgl. Meier, 2024). Grundsätzlich werden Musiklabels in zwei verschiedene Formen eingeteilt: Major Label und Independent Label. Major Labels gehören in der Musikindustrie zu den größeren Unternehmen, die internationalen Groununternehmen angehören. Einige Beispiele davon sind *Warner Music* und *Universal Music*. Grundsätzlich sehen Major Labels vor, dass die Musik der Künstler, die bei ihnen unter Vertrag stehen, verschiedene Musikgenres verbinden soll. Das hauptsächliche Ziel besteht darin, dass die Musik den Weg ins Radio, Fernsehen oder Filme findet. Independent Labels sind im Gegensatz zu Major Labels kleinere Unternehmen, die keinem internationalen Großunternehmen angehören. Dazu gehören zum Beispiel *Chimperator Department* und *Embassy of Music*. Der Unterschied zu Major Labels liegt darin, dass die Musik der unter Vertrag stehenden Künstlern genrebasiert ist. Das heißt, dass die Musiker mehr Freiheit über die Produktion ihrer eigenen Musik haben und sich dadurch auch neue Trends in der Musik entdecken lassen (vgl. Seekamp, Michalina, 2016: 96ff.).

Zeitgleich mit dem Aufschwung und der Weiterentwicklung der Musik gab es auch die ersten Krisen in der Musikindustrie. Die erste Krise traf die Musikindustrie mit der Erfindung des Radios. Die Krise bestand darin, dass man befürchtete, es würde Partituren und die handgeschriebene Musik und das damit verbundene Geschäft schädigen. Es wurde jedoch das Gegenteil bewiesen. Das Radio ermöglichte den Menschen den Zugang zu Nachrichten und Unterhaltung, wozu auch die Musik gehört. Neben dem Radio hat auch die Entwicklung des Plattenspielers einen wichtigen Beitrag geleistet und eine neue aufkommende Ära in der Musikindustrie geprägt, da die Musik dadurch immer leichter für die Menschen erreichbar wurde und auch die ersten Plattenfirmen gegründet wurden. Auch vom finanziellen Aspekt her war es ein Erfolg, da durch die Verkäufe von Platten große Einnahmen erzielt wurden (vgl. Raab, 2008: 14f.).

Ungeachtet des technischen Fortschritts und seiner Möglichkeiten war der nächste kritische Punkt für die Musikindustrie die Einführung der CD und die Erfindung des Internets. Dadurch rückte nämlich Piraterie in den Vordergrund, was der Musikindustrie und der Förderung von Elektronik und Technologie zu jener Zeit geschadet hat. Man lernte jedoch, mit ihnen umzugehen, indem man neue Unternehmenskonzepte entwickelte, um auch daraus Einnahmen zu erzielen (ebd.: 15).

2.3 Die Geschichte der deutschen Musikindustrie seit der Digitalisierung

Das folgende Kapitel wird den Werdegang der deutschen Musikindustrie seit dem Zeitalter der Digitalisierung genauer erforschen, indem zuerst Aspekte wie technologische Weiterentwicklung in der deutschen Musikindustrie und danach die Evolution der Musikpräferenzen in Deutschland betrachtet werden.

2.3.1 Technologische Weiterentwicklung in der deutschen Musikindustrie

Wie bereits im vorherigen Unterkapitel angedeutet, unterlief die Musikindustrie durch die Jahre hinweg zahlreichen Veränderungen, wodurch sie sich weiterentwickelt hat. Diese Weiterentwicklungen sollen nun auch in der deutschen Musikindustrie erläutert werden. Wenn man die

1990er Jahre näher betrachtet, kann dieser Zeitraum als eine Zeit des Wandels für die Musikindustrie angesehen werden, sowohl in Deutschland als auch weltweit. Das Zeitalter der Digitalisierung hatte bereits begonnen und brachte eine Vielzahl neuer Erfindungen mit sich, die zur maßgeblichen Revolution führten. Zu den wichtigsten Erfindungen aus den 1990er Jahren gehörte beispielsweise die MP3-Datei, die in Deutschland erfunden wurde. Die Idee der Entwicklung einer MP3-Datei stammt ursprünglich aus dem Jahr 1982, als es hieß, man müsse die Musik in Dateien verkleinern, damit es für jeden möglich ist, mehr Lieder auf einem elektronischen Gerät unterzubringen. Dies nutzte der aus Erlangen kommende deutsche Forscher Karlheinz Brandenburg aus, um es in seiner Doktorarbeit zu thematisieren. Im Endeffekt hat alles dazu geführt, dass er zusammen mit den Forschern Heinz Gerhäuser, Bernhard Grill, Ernst Eberlein, Harald Popp und Jürgen Herre am Fraunhofer-Institut am 14. Juli 1995 die MP3-Datei erfunden hat. Die Zielsetzung der Gruppe lag darin, die Qualität, den Ton für die anstehende Generation zu modernisieren und mit der Zeit zu gehen. Die Erfindung der Erlanger stellte sich jedenfalls als Revolution in der Musikindustrie dar, da es für Konsumenten möglich war, grenzenlos Musik über das Internet so zu teilen, wie es zuvor nicht möglich war (vgl. Dernbach, 2020). Da man es allerdings mit einem Umbruch zu tun hatte, der vor allem von einem Übergang von physischen zu digitalen Mitteln geprägt war, wurde der Vergleich von beiden Musikquellen relativ schnell zur Debatte gestellt. Dies wurde von Alexander Endress und Hubert Wandjo wie folgt beschrieben:

„[...] In der Industrie herrschte die Ansicht, dass die alleinige MP3-Datei als Produkt in jeglicher Hinsicht weit hinter der Qualität eines Produktes wie der CD stand. Und dies ist wohl auch unbestritten so, denn es sind akustische Qualitätsverluste durch die Komprimierung als auch der fehlende künstlerische Content zur Musik (Coverart-Gestaltung, Songtextblätter, Haptik des Tonträgers) hinzunehmen [...]“ (zit. nach Endress, Wandjo, 2021: 27)

Die neuen digitalen Mittel waren noch ganz frisch und man wusste nicht exakt, wie man damit umzugehen hat. Hinter dieser Phase liegt schließlich eine Ära, die von Plattenspielern geprägt war. Dennoch rückte der digitale Konsum von Musik immer häufiger in den Vordergrund und ist somit an dem Punkt angekommen, wo der allererste Streamingdienst namens Napster ins Leben gerufen wurde. Die Plattform wurde 1999 in Boston, in den Vereinigten Staaten von Amerika, erfunden und war der erste Dienst, der für die gemeinsame Nutzung und das Teilen von Musik im Internet zur Verfügung stand (vgl. Endress, Wandjo, 2021: 45ff.). Die von Shawn Fanning entwickelte Software war ein Beispiel von einem Peer-To-Peer (auf Deutsch „von

Freund zu Freund") Netzwerk. Der Begriff deutet darauf hin, dass Musik zwischen Menschen leicht austauschbar ist. Der Einstieg von Napster war eines der Gesichter der musikalischen Revolution und brachte viele Vorteile mit sich:

- Es beinhaltete eine größere Auswahl an Liedern und Alben als in Plattenläden.
- Lieder waren immer und überall erhältlich.
- Es gab kostenlosen Zugriff.
- Man sparte Geld, indem man es nicht mehr für CDs, Kassetten oder Schallplatten ausgeben hat (vgl. Endress, Wandjo, 2021: 499).

Aufgrund dieser positiven Merkmale war die Peer-To-Peer Plattform in jeder Hinsicht effektiv für die Nutzer und machte es für sie leichter, Musik zu hören und darauf zuzugreifen. Allerdings schuf sie auch Probleme für die Musikindustrie und die Musiker. Der Austausch von Musik über das Internet und das Herunterladen von Liedern wurde damals als illegale Aktivität betrachtet, die man beziehungsweise auch als Piraterie bezeichnen kann. So beschlossen einige Künstler aus den Vereinigten Staaten, wie z.B. die weltbekannte Rockband Metallica, rechtliche Schritte gegen Napster einzuleiten, weil ihre Songs illegal heruntergeladen wurden, was als Verletzung des Urheberrechts angesehen wurde (vgl. Anz, 2023). Napster musste daher schnell agieren und beschloss, aus der bisher kostenlosen Plattform eine kostenpflichtige zu machen, was in diesem Fall auch eine legale Herangehensweise gewesen wäre. Allerdings wollten sich die Nutzer damit nicht zufriedengeben und waren gegen einen Umstieg von einer kostenlosen auf eine kostenpflichtige Plattform. Schließlich war die kostenlose Herangehensweise auch die Besonderheit von Napster, was viele reizte. Nachdem rechtliche Schritte gegen Napster eingeleitet worden waren, verlor das Unternehmen 2001 den Gerichtsprozess und wurde geschlossen. Das Ende von Napster schien somit besiegelt zu sein. Dennoch ist der Plattform einige Jahre später eine Rückkehr gelungen, nachdem sie von anderen Unternehmen gekauft worden war und sich seitdem als legaler Streamingdienst entwickelt hat. In Deutschland kam die Plattform erst im Jahr 2005 an, was dort damals als erster Streamingdienst galt (vgl. Anz, 2023; Endress, Wandjo, 2021: 500ff.).

Seit dem Anfang der 2000er-Jahre, fing die deutsche Musikindustrie an noch bedeutendere Veränderungen zu erleben, da das Zeitalter der Technologie immer weiter Fahrt aufnahm. Man wurde vor allem vom Ausland beeinflusst. Das US-Unternehmen Apple hat im Jahr 2001 den iPod entwickelt – ein kleines und leicht tragbares Gerät, womit es möglich war, Musik zu hören

und Musik herunterzuladen (vgl. Dolata, 2008: 20). Dank der Existenz von MP3-Dateien war es möglich, ca. 1000 Lieder auf dem Gerät zu speichern (vgl. Dernbach, 2020). Dank dieser Eigenschaften ist es dem Milliarden Dollar Unternehmen Apple gelungen, bis ins Jahr 2007, mehr als 3 Milliarden Songs und über 100 Millionen iPods zu verkaufen. Die neue Technologie sollte bald auch in Europa, inklusive Deutschland, Einzug halten. Nach der Eröffnung des iTunes Music Stores in den USA im Jahr 2003 beschloss Apple 2004, auch in Deutschland und anderen europäischen Ländern ihre Läden zu eröffnen, um den Menschen dort eine ganze Palette digitaler Medien zugänglich zu machen (vgl. Dolata, 2008: 20).

Was einerseits als Revolution angesehen wurde, war zum anderen auch problematisch für die Musikindustrie. Wie schon Ende des 20. Jahrhunderts war die Piraterie, d. h. das illegale Herunterladen von Liedern aus dem Internet, noch immer weit verbreitet. Da es an legalen Alternativen mangelte, wollten deutsche Plattenfirmen eine gemeinsame Lösung finden, indem sie ein vom Bundesverband Musikindustrie organisiertes legales Musikangebot gründeten, das auch von der Deutschen Telekom als Technologiepartner unterstützt wurde (vgl. Bläsi, 2018: 10). Als Lösung erwies sich die Plattform Phonoline. Phonoline war eine Plattform, die in Deutschland gegründet wurde und deren Planung Anfang der 2000er Jahre startete. Die Ambition hinter diesem Projekt war, wie auch vorhin erwähnt, eine legale Alternative zur Musikpiraterie zu bilden (vgl. Kuri, 2004). Phonoline war am Anfang sogar ein Erfolg – bevor Apple iTunes gründete, war Phonoline in Deutschland sogar der Marktführer (vgl. Bläsi, 2018: 10). Allerdings hielt der Erfolg nicht lange und der Versuch, den Musikvertrieb unter Kontrolle zu bekommen, scheiterte. Mehrere Gründe trugen zum schnellen Scheitern des Projekts bei. Diese wurden auch von Ulrich Dolata in seiner Forschungsarbeit genauer erläutert:

„Anhaltende Auseinandersetzungen mit der Verwertungsgesellschaft GEMA über die Höhe der abzuführenden Vergütungen und eine geringe Akzeptanz der Plattform bei Einzelhändlern, technische Schwierigkeiten, die zeitweise zu Totalausfällen der Plattform führten sowie eine scharfe konzerninterne Konkurrenz bei der Deutschen Telekom zwischen T-Com, die das Phonoline-Projekt technisch betreute, und T-Online, wo parallel an der Etablierung eines konzerneigenen Musikdienstes gearbeitet wurde, der bereits 2003 als Musicload gestartet war und das Repertoire aller Majors anbieten konnte.“ (Renner, 2004: 163-173; zit. nach Dolata, 2008: 18)

Wie man dem Zitat entnehmen kann, kam es zwischen verschiedenen Parteien zu Meinungsverschiedenheiten, was dann in diesem Fall auch der entscheidende Grund für das Scheitern

dieses Projektes war. Im damaligen Zeitalter der deutschen Musikindustrie waren noch andere Phonoline ähnelnde Plattformen aktiv, wie z.B. Musicload, das schon im Zitat erwähnt wurde. Die Plattform ermöglichte nämlich das Herunterladen von Musik, was allerdings ein kostenpflichtiger Prozess war (ca. 1,29 oder 1.49 € pro Song). Auch wenn man für das Herunterladen von Liedern zahlen musste, war es für viele Menschen damals kein Problem, da man es als Möglichkeit gesehen hat, Songs ohne Probleme herunterzuladen und man dementsprechend auch nicht auf den Preis geachtet hat. Im Jahr 2005 haben schätzungsweise 2 Millionen Kunden 15 Millionen Titel heruntergeladen, was die rasante Nutzung und die Popularität der Plattform hervorhebt. Es ist wichtig zu bedenken, dass in dieser Zeit internationale Großmächte der Musikindustrie wie Apple schon mit ihren Produkten wie mit dem iPod das Herunterladen und kostenpflichtiges Sichern von Musik in die Wege geleitet haben. In Deutschland war Apple im Jahr 2005 allerdings nicht so erfolgreich, da beinahe 75% aller online verkauften Lieder über Musicload erworben wurden (vgl. Spiegel, 2006: o.S.). Die Plattform war bis ins Jahr 2014 aktiv, als sie letztendlich von der Telekom geschlossen wurde. Als maßgeblicher Grund für das Schließen der Musikplattform gilt vor allem die Tatsache, dass andere Plattformen wie Apple und Amazon zu starke Konkurrenz angeboten haben. Die von Musicload hoch gesetzten Anforderungen und dabei erzielte erfolgreiche Zahlen in 2005, sah man 9 Jahre später also nicht mehr als gut genug an, um mit der Konkurrenz mitzuhalten. Dies beweist auch, dass sich das digitale Zeitalter im Musikfeld sich mit der Zeit immer weiter entwickelt hat und höhere Standards gesetzt wurden (vgl. Gottfried, 2014: o.S.).

Nach Musicload und den von Apple zugestellten Produkten wurden auch die ersten Streamingdienste erfunden. Ein gutes Beispiel dafür ist Soundcloud. Soundcloud ist ein digitaler Streamingdienst für Musik, der 2008 vom schwedischen Tongestalter Alexander Ljung und dem schwedischen Künstler Eric Wahlforss gegründet wurde und dessen Hauptsitz in Berlin, Deutschland liegt (vgl. Stovall, 2024). Was die Plattform ausmacht, ist die Tatsache, dass sie es jedem erlaubt, seine eigene Musik frei hochzuladen und sich auch dadurch mit anderen Künstlern zu verbinden. Die Flexibilität der Plattform hat somit für einige Künstler die Möglichkeit gegeben, eine musikalische Karriere aufzubauen (vgl. Wortham, 2011). Ein Erfolgsbeispiel, das man von einem heutzutage etablierten deutschen Künstler hervorheben kann, ist Robin Schulz, da er durch Soundcloud erstmals die Aufmerksamkeit des Publikums an sich gezogen hat und von dort an als Künstler immer weiter gewachsen ist. Der DJ und Musikproduzent aus Osnabrück hat auf Soundcloud bislang 459.000 Follower erreicht und ist damit einer der erfolgreichsten Künstler Deutschlands. In seinen Anfangsjahren, 2012 und 2013, begann er

damit, Remixe verschiedener Songs auf Soundcloud hochzuladen, die bald an Bekanntheit gewannen. Der erste Song, den er auf Soundcloud hochgeladen hat, wurde bereits fast 50.000 Mal angehört, und die Aufrufzahl ist mit jedem Song deutlich gestiegen. Im Jahr 2013 lud er den Remix des Songs „Waves“ von Mr. Probz auf Soundcloud hoch, der auf der Plattform um die 37.1 Millionen Aufrufe erreicht hat. Sein nächster großer und bislang erfolgreichster Remix, „Prayer in C“ von Lilly Wood & the Prick, wurde ebenfalls zuerst auf Soundcloud hochgeladen. Bis heute wurde der Track circa 41.7 Millionen mal auf Soundcloud angeklickt und ist somit der meistgestreamte Song von Robin Schulz auf der Plattform. Beide Remixes gelten als Durchbruch von Robin Schulz, da er es nach Veröffentlichung in mehreren Ländern in die Charts schaffte (vgl. Lohmann 2020; Soundcloud 2024). Heute kann über Robin Schulz gesagt werden, dass er mehrere Auszeichnungen für seine Musik und Musikvideos gewonnen hat, was ein großer Teil seines Erfolges ist (vgl. Lohmann, 2020).

2.3.2 Die Evolution der Musikpräferenzen in Deutschland

Wie bereits im ersten Unterkapitel der vorliegenden Bachelorarbeit erwähnt, ist ein wesentlicher Bestandteil der Musikindustrie auch die Musikszene, die sich aus allen Musikern zusammensetzt, die Musik zum Vergnügen des Publikums machen und dabei auch selbst Erfolge feiern können. Die Entwicklung der Musikindustrie ist demnach nicht nur unter dem Aspekt des Aufkommens technologischer Mittel und ihres Beitrags zur Entwicklung der Musikindustrie zu sehen, sondern auch unter dem Aspekt, wie sich der durchschnittliche Musikgeschmack in Deutschland verändert hat und welche Genres heute öfter oder weniger Beachtung finden als früher.

Sieht man sich Statistiken zur Musikpräferenz der Deutschen an, kann man klar festmachen, dass beispielsweise Rock- und Popmusik früher beliebter waren als heutzutage. Im Jahr 2003 hörten durchschnittlich 87.8% der deutschen Bevölkerung Rock- und Popmusik. Dabei lässt sich feststellen, dass diese Musikrichtung in den frühen 2000ern definitiv sehr erfolgreich und für viele Menschen in Deutschland beliebt war. Mit der Zeit sind die Werte der Statistik allerdings um 15.3% gesunken. Im Jahr 2023 hörten durchschnittlich 72.5% der deutschen Bevölkerung Rock- und Popmusik (vgl. Deutsches Musikinformationszentrum, 2023). Warum Rock- und Popmusik heutzutage nicht so oft gehört werden wie früher, könnte daran liegen, dass andere Genres wie beispielsweise Hip-Hop in Deutschland mit der Zeit beliebter geworden sind.

Sieht man sich die Musikcharts in Deutschland an, entdeckt man, dass vor allem im Jahr 2018 mehrere deutsche Rapsongs an der Spitze standen. Der Erfolg von Hip-Hop zeichnet sich auch darin aus, dass sie im Umsatz der deutschen Musikindustrie mit 18.6 Prozent schließlich eine wichtige Rolle spielen (vgl. Statista, 2024a). Der statistische Rückgang von Rock- und Popmusik und das Aufrücken anderer Genres heißt aber nicht, dass diese Musikrichtung heutzutage in Deutschland unpopulär und unattraktiv ist. Im Vergleich zu anderen Musikgenres zeigt sich, dass Rock- und Popmusik im vergangenen Jahr die beliebteste Musikrichtung in Deutschland war (vgl. Deutsches Musikinformationszentrum, 2023). Das deutet darauf hin, dass diese Genres in den letzten 20 Jahren ihren Status nie verloren haben. Popmusik enthält in der Regel Melodien und Texte, an die man sich leicht erinnert und mit denen man sich identifizieren kann (z. B. Lebensthemen wie Liebe). Popmusik findet deswegen auch oft seinen Weg ins Radio, was sie für die Menschen leicht zugänglich macht. Auch Rockmusik ist für ihre Texte, wo in den meisten Fällen auch emotionale, politische und soziale Themen vorkommen, beliebt. Rockmusik gewinnt auch deswegen viel Aufmerksamkeit, da deutsche Rockbands wie Rammstein nicht nur das deutsche, sondern auch das internationale Publikum erreicht haben (vgl. Schwan, 2023a).

Eine andere Musikrichtung, die heutzutage statistisch gesehen weniger gehört wird als früher, ist Hardrock und Heavy Metal. Im Jahr 2003 wurden diese Musikgenres von durchschnittlich 33.5% der Bevölkerung Deutschlands gehört. 10 Jahre später sind die Zahlen um 10.6 % gesunken. Im vergangenen Jahr hörten nur 26,1 % der Deutschen Hard Rock und Heavy Metal. Daraus lässt sich ableiten, dass diese Musikgenres in Deutschland im Laufe der Jahre an Popularität verloren haben. Im Gegensatz zur Rock- und Popmusik sind Hardrock und Heavy Metal heute allerdings nicht mehr sehr weit verbreitet, da der Prozentsatz der Hörerinnen und Hörer immer noch viel geringer ist als bei Rock- und Popmusik (vgl. ebd.).

Schaut man sich nun Musikrichtungen an, die mit der Zeit unter den Deutschen beliebter geworden sind, kann gesagt werden, dass überraschenderweise deutsche Schlager zu diesen Musikrichtungen gehören. Vor 21 Jahren wurde diese Musikrichtung von durchschnittlich 36.4% der deutschen Bevölkerung gehört, was im Vergleich zu der heutigen Zeit ein geringerer Prozentsatz ist. Letztes Jahr wurden deutsche Schlager von 46% der Deutschen gehört, was eine klare Weiterentwicklung darstellt. Hierbei ist es auch wichtig zu erwähnen, dass deutsche Schlager nicht bei allen Altersgruppen beliebt sind. Vor allem werden sie von Menschen über 70 Jahren gehört und am wenigsten von Jugendlichen von 14-19 Jahren. Vermutlich liegt es

daran, dass ältere Menschen mit dieser Art von Musik groß geworden sind und sich damit deshalb heute noch gut identifizieren können. Die Jugend von heute wuchs immerhin in einer Ära auf, wo Musikrichtungen wie Hip-Hop oder R&B populärer geworden sind und sie mehr anspricht. Eine ähnliche Betrachtung findet auch im Falle der Musicals statt, die im Verlauf der letzten 21 Jahre an Popularität gewonnen haben. Es fällt auf, dass Musicals in den frühen 2000ern von durchschnittlich 32.7%, in den frühen 2010ern von 36.9% und im letzten Jahr von 41.6% der deutschen Bevölkerung gehört wurden. Daraus ist festzustellen, dass Musicals in diesem Zeitraum an Popularität gewonnen haben und für die Menschen interessanter geworden sind. Vor allem bei älteren Menschen sind sie beliebt – 53,5 % der über 70-jährigen haben beispielsweise im vergangenen Jahr Musicals gehört (ebd.).

Die Darstellung der Prozentsätze der vorliegenden Beispiele gibt hierbei einen Überblick über die Evolution des durchschnittlichen Musikgeschmacks der Deutschen. Zusammenfassend ist der Statistik zu entnehmen, dass Rock- und Popmusik, Heavy Metal und Hardrock von einem Zeitraum ab 2003 bis 2023 an Beliebtheit verloren haben, aber dennoch nicht von der Musikszene verschwunden sind. Auf der anderen Seite sind Musikrichtungen wie deutscher Schlager und Musicals aufgestiegen, was hierbei eine überraschende Erkenntnis war (ebd.).

3. Einfluss von Musikstreaming auf die deutsche Musikindustrie

Das folgende Kapitel befasst sich zunächst mit dem praktischen Teil der vorliegenden Bachelorarbeit. In diesem Kapitel soll untersucht werden, welchen Einfluss das Aufkommen von Musikstreaming auf physische Tonträger hat. Hierbei werden die Unterschiede zwischen den jährlichen Umsätzen und der durchschnittlichen Nutzung der Deutschen verglichen.

Untersucht werden dabei vorhandene Statistiken und Daten, die vom Deutschen Musikverband, Statista und Acquisa publiziert worden sind und circa die letzten 10-12 Jahre betreffen (vgl. Bundesverband Musikindustrie, 2021, 2022; Statista, 2022, Prellwitz, 2024). Die Untersuchung ist quantitativ, da sich in diesen Untersuchungsquellen exemplarische Datenvergleiche zwischen Spotify und physischen Tonträgern auffinden lassen. Diese Quellen beinhalten quantitative Information zum Umsatz, zur Nutzung und auch zum finanziellen Aspekt beider Tonträger,

die eine Grundlage für den Vergleich bieten. Aufgrund dessen soll durch diese Herangehensweise das Ziel dieser Forschung erreicht werden.

Zum Vergleich werden zwei Arten von Tabellen erstellt: Eine, die den Umsatz beider Tonträger vergleicht, und eine, die die Nutzung der Tonträger nach Altersgruppen vergleicht. Nachdem die Daten in die Tabellen eingetragen sind, erhält man einen Überblick dieser Vergleiche, der auch ermöglicht, eine anschließende Analyse durchzuführen. Dabei werden auch Parameter wie der Mittelwert und der Median ausgerechnet, um signifikante Differenzen zwischen den Daten festzustellen. Am Ende dieser Untersuchung werden anhand der Ergebnisse eine Prognose und eine Aussicht für die Zukunft erstellt.

3.1 Umsatzvergleich zwischen Musikstreaming, Vinyls und CDs

Im ersten Unterkapitel dieser Analyse wird untersucht, welche signifikanten Unterschiede es zwischen dem Umsatz von Musikstreaming, Vinyl- und CD-Verkäufen gibt. Was ein Umsatz genau bedeutet und wie man ihn generiert, wird wie folgt definiert:

„Als Umsatz (oft auch ‚Erlös‘ genannt) bezeichnet man die Einnahmen eines Betriebs durch Waren, Produkte oder Dienstleistungen in einem bestimmten Zeitraum, zum Beispiel innerhalb eines Geschäftsjahres. Man könnte als Umsatzformel also sagen, dass $\text{Umsatz} = \text{Absatzmenge} \times \text{Preis}$ ist. Anhand dieser Formel kann sowohl der gesamte Umsatz als auch der einzelner Produkte errechnet werden. Den Umsatz benötigt man als Ausgangsbasis für die Berechnung des Gewinns.“ (zit. nach GoCardless, 2020)

Im Kontext der deutschen Musikindustrie, zeigt der Umsatz, wie auch im Zitat erläutert, wie groß der finanzielle Gewinn anhand verschiedener Kanäle und Plattformen für die Industrie ist und wie viel Geld man dadurch generiert. Genau dies wird in der folgenden deskriptiven Statistik dargestellt, wo die Umsätze des Musikstreamings, Vinyl- und CD-Verkäufen von 2012 bis 2022 dargestellt werden.

Jahr	Musikstreaming	Vinyl-Verkäufe	CD-Verkäufe
2022	1.5 Mrd. €	124 Mio. €	268 Mio. €
2021	1.3 Mrd. €	118 Mio. €	323 Mio. €
2020	1.1 Mrd. €	99 Mio. €	387 Mio. €
2019	895 Mio. €	79 Mio. €	472 Mio. €
2018	705 Mio. €	70 Mio. €	528 Mio. €
2017	549 Mio. €	74 Mio. €	722 Mio. €
2016	385 Mio. €	70 Mio. €	860 Mio. €
2015	223 Mio. €	50 Mio. €	943 Mio. €
2014	108 Mio. €	38 Mio. €	985 Mio. €
2013	61 Mio. €	29 Mio. €	1.006 Mrd. €
2012	29 Mio. €	19 Mio. €	1.019 Mrd. €
Mittelwert	ca. 623 Mio.	ca. 70 Mio.	ca. 683 Mio.
Median	549 Mio.	74 Mio.	722 Mio.

(vgl. Bundesverband Musikindustrie, 2023a; Bundesverband Musikindustrie, 2023b, eigene Darstellung)

Die deskriptive Statistik gibt übersichtliche Auskunft darüber, wie groß die Unterschiede zwischen den Umsätzen von Musikstreaming, Vinyl- und CD-Verkäufen sind. Diese Unterschiede können vor allem anhand der in der Tabelle vorhandenen Daten festgemacht werden. Wenn man zuerst die Entwicklung des Umsatzes von Musikstreaming betrachtet, ist erkennbar, dass der Umsatz mit jedem Jahr gewachsen ist. Der Umsatz erreichte im Jahr 2014 zum ersten Mal eine dreistellige Zahl und betrug im Jahr 2020 sogar 1.1 Milliarden Euro. Auch in den Folgejahren blieb der Umsatz im Bereich von einer Milliarde Euro. So erreichte die deutsche Musikindustrie im Jahr 2021 einen Umsatz von 1.3 Milliarden Euro und im vorletzten Jahr einen Umsatz von 1.5 Milliarden Euro. Daran lässt sich festmachen, dass die deutsche Musikindustrie durch Musikstreaming seit 2012 sehr viel profitiert hat.

Schaut man sich nun die Daten von Vinyl-Verkäufen an, fällt auf, dass der Umsatz ebenfalls mit jedem Jahr gewachsen ist. In den 2010ern war der Umsatz von Vinyl-Verkäufen noch zweistellig, allerdings erreichten auch diese Verkäufe im Jahr 2021 einen Umsatz von 118 Millionen Euro. Auch wenn sich der Umsatz positiv entwickelt hat, liegen diese Daten im Vergleich zum Musikstreaming allerdings deutlich niedriger. Am gleichwertigsten war der Umsatz beider Tonträger im Jahr 2012, als Vinyl-Verkäufe nur 10 Millionen Euro vor dem Musikstreaming lagen. Danach wichen die Zahlen jedoch immer mehr voneinander ab. Selbst im Jahr 2019, als der Umsatz von Musikstreaming schon bei 1.1 Milliarden Euro lag, konnte die deutsche Musikindustrie mit Vinyl-Verkäufen nicht einmal genau 100 Millionen Euro generieren. Anhand dieser Daten lässt sich also schlussfolgern, dass die deutsche Musikindustrie mit Hilfe von Musikstreaming finanziell zumindest heutzutage einen größeren Gewinn macht als mit Vinyl-Verkäufen.

Die Spalte der Tabelle ganz rechts gibt Auskunft über den Umsatz von CD-Verkäufen. Wenn man sie mit dem Umsatz von Musikstreaming vergleicht, fällt auf, dass die deutsche Musikindustrie in den frühen 2010ern wesentlich mehr Geld per CD-Verkäufe generieren konnte, als per Musikstreaming. Den größten Unterschied stellt man im Jahr 2012 fest, wo CD-Verkäufe einen Umsatz von 1.019 Mrd. € erzielt haben. Der Umsatz von Musikstreaming hingegen lag damals nur bei 29 Mio. €. Auch in den Folgejahren blieb der Umsatz von CD-Verkäufen höher. Blickt man auf die weitere Entwicklung, kann man der Statistik entnehmen, dass das Verhältnis der Umsätze von Musikstreaming und CD-Verkäufen im Jahr 2017 am engsten lag, weil der Umsatz beider Tonträger damals 173 Mio. € auseinander lag. Im Jahr 2018 hat der Umsatz von Musikstreaming allerdings den von CD-Verkäufen erstmals überholt, als die deutsche Musikindustrie mit Musikstreaming 177 Mio. € mehr generierte als mit CD-Verkäufen. Von da an konnte die deutsche Musikindustrie jedes Jahr mehr Umsatz mit Musikstreaming als mit CD-Verkäufen erzielen. Wenn man nun von 2022, 2021 und 2020 spricht, wo mit Musikstreaming jedes Mal über 1 Mrd. € Umsatz generiert wurde, und mit CD-Verkäufen nicht einmal die Hälfte davon, ist letztendlich festzustellen, dass die deutsche Musikindustrie ebenfalls mit Musikstreaming einen deutlich höheren Umsatz erzielt, als mit CD-Verkäufen.

Als Nächstes stehen nun die physischen Tonträger im Fokus. Wenn man den Umsatz von Vinyl- und CD-Verkäufen vergleicht, fällt auf, dass sich der Umsatz von CD-Verkäufen im Vergleich zum Umsatz der Vinyl-Verkäufe im Laufe der Jahre zurück entwickelt hat. Der Tabelle ist zu entnehmen, dass der Umsatz von CD-Verkäufen beispielsweise in den frühen 2010ern

wesentlich höher war, als er in den letzten Jahren gewesen ist. Allerdings muss hierbei betont werden, dass CD-Verkäufe trotz des finanziellen Rückgangs im Vergleich zu Vinyl-Verkäufen für die deutsche Musikindustrie profitabler gewesen sind, weil deren Umsatz höher ist. Dies sieht man auch anhand des ausgerechneten Mittelwerts: 683 Mio. und 70 Mio. ist ein enormer Unterschied und weist darauf hin, dass mit CD-Verkäufen wesentlich mehr Profit gemacht wurde, als mit Vinyl-Verkäufen. In den frühen 2010ern war der Unterschied am größten, als die deutsche Musikindustrie beispielsweise im Jahr 2012 anhand von CD-Verkäufen 1.019 Mrd. € generiert hat und mit Vinyl-Verkäufen nur 19 Mio. €. Eine besondere Erkenntnis ist, dass die deutsche Musikindustrie noch heutzutage mit CD-Verkäufen einen größeren Umsatz erzielt als mit Vinyl-Verkäufen. Allerdings ist die Tatsache, dass im Jahr 2022 nur 144 Mio. € beide Umsätze getrennt haben, nicht unübersehbar. Auch im Hinblick auf die jährlich steigenden Umsätze bei Vinyl-Verkäufen lässt sich schlussfolgern, dass Vinyl-Verkäufe die CD-Verkäufe aus finanzieller Sicht potenziell irgendwann einholen könnten.

3.1.1 Analyse des Umsatzes vom Musikstreaming

Nachdem mit dem Umsatzvergleich eine Vorlage für die Analyse erstellt wurde, ist es nun essenziell darüber zu reflektieren, warum sich die jährlichen Umsätze von Musikstreaming und physischen Tonträgern so entwickelt haben. Da im Rahmen dieser Bachelorarbeit die Hypothese, dass Musikstreaming den Rückgang physischer Tonträger bekräftigt, im Fokus steht, wird zuerst analysiert, warum der jährliche Umsatz des Musikstreamings größer ist und was die Gründe dafür sind.

Der erste Faktor, den man berücksichtigen sollte, hängt mit dem theoretischen Teil der vorliegenden Bachelorarbeit zusammen. Zurückblickend auf das Kapitel 2.3.1, in dem unter anderem Deutschlands erster Streamingdienst Napster, die importierten Produkte von Apple und auch das Aufkommen von Soundcloud thematisiert wurden, kann gesagt werden, dass die Plattformen schon damals eine Grundlage für die technologische Zukunft der Musik geschaffen haben. Im Bezug auf Musikstreaming kann über die Technologie heute gesagt werden, dass ihre Flexibilität im Vergleich zu CDs und Vinyls ein großer Vorteil ist. Auf der einen Seite lässt sich Musik auf Streamingdiensten überall hören, da sich beispielsweise das Smartphone, was für die Nutzung erforderlich ist, sich überall mitnehmen lässt und dadurch der Zugriff vorhanden ist. Über CD- und Plattenspieler kann aufgrund ihrer Größe und dem Aufwand nicht das gleiche

gesagt werden. Beim Verzicht auf physische Tonträger spart man so auch Platz Zuhause, da sämtliche CDs und Vinyls viel Platz wegnehmen (vgl. Schwan, 2023b). Ein anderer Aspekt der Flexibilität ist die Entdeckung neuer Musik, die vom Algorithmus gesteuert wird. Das funktioniert so, indem Streamingdienste die von Nutzern gehörte Musik abspeichern und der Algorithmus somit Musik, die sich dem Musikgeschmack des Hörers anpasst, an sie weiterempfiehlt. Spotify ist in diesem Fall exemplarisch, da der Algorithmus da in dieser Form funktioniert. Die Plattform beinhaltet eine große Auswahl an Künstlern und deren Musik, wodurch der Algorithmus es ermöglicht, neben eigener Lieblingsmusik neue Musik zu finden und den musikalischen Horizont erweitern zu lassen (vgl. Trepp, 2021).

Eine weitere wichtige Erkenntnis ist der preisliche Unterschied zwischen den Tonträgern. Auch wenn in Deutschland laut der Statistik der Umsatz von Vinyls und CDs immer noch hoch ist, ist das Kaufverhalten eher ein teures Hobby. Aus eigener Erfahrung kann behauptet werden, dass man beim Kauf eines Vinyls in deutschen Musikläden durchschnittlich mit ungefähr 20-40 € rechnen muss, je nachdem, um welches Vinyl es sich handelt. Bei CDs kann man hingegen mit weniger Geld rechnen, da aufgrund eigener Beobachtung CDs in Deutschland durchschnittlich 10-20 € kosten. Würde man allerdings eine Kollektion aufbauen wollen, die von mehreren Vinyls und CDs besteht, könnte es darauf hinauslaufen, dass man insgesamt ca. 300-400 € ausgibt. Die Grundlage dafür ist natürlich auch der Besitz der entsprechenden technischen Ausstattung – ein Plattenspieler und ein CD-Spieler. Für einen Plattenspieler zahlt man in Deutschland auch durchschnittlich 200-300 € (vgl. Bähr, Ziogas, Westphal, 2024). Der Preis eines CD-Spielers kann in eine ähnliche Richtung gehen. Es hängt auch immer von der Qualität, der Marke und dem Alter des Produktes ab (vgl. Idealo, o.J.). Im Endeffekt muss man also bereit sein, eine Menge Geld zu investieren, um die Musik mit Schallplatten oder CDs genießen zu können.

Sieht man sich nun den digitalen Streamingdienst Spotify an, ist festzustellen, dass der Zugriff auf die Musik aus finanzieller Sicht ganz anders läuft. Grundsätzlich ist es möglich, Musik auf Spotify kostenlos zu hören, dies beinhaltet jedoch Werbeunterbrechungen. Für ein Erlebnis ohne Werbeunterbrechungen und bessere Möglichkeiten für die Flexibilität beim Musikkonsum, kann man sich eine jederzeit kündbare Premium-Version sichern, die zum Beispiel Individual 10.99 € und für Studenten so gar 5.99 € im Monat kostet. Im Vergleich zu Schallplatten spart man dadurch also viel mehr Geld, hat jederzeit Zugriff und auch noch eine wesentlich größere Auswahl an verschiedenen Songs, Künstlern und sogar Podcasts (vgl. Spotify, 2024a).

Mit Musikstreaming werden allerdings auch Nachteile verbunden. Als Kontrast zu den positiven Merkmalen muss gesagt werden, dass man bei der Erstellung von einem Konto bei Spotify auch seine persönlichen Daten eingeben muss. Dazu gehören Daten wie Vor- und Nachname, Standort, E-Mail Adresse und im Falle einer kostenpflichtigen Version auch die Kontonummer. Bei der Angabe von derartigen Daten besteht immer die Gefahr, dass diese missbraucht werden können (vgl. Kretschmer, 2018: 7). Beispielsweise hat Noyb, der ein Datenschutzverein aus Österreich ist, im Laufe der letzten Jahre wegen Datenmissbrauch Mehrmals gegen Spotify und andere Streamingdienste appelliert:

„Noyb warf dem Musikdienst vor, Informationen über die Herkunft sowie die Empfänger personenbezogener Daten oder Einzelheiten über internationale Transfers nicht vollständig bereitgestellt zu haben. Zudem habe Spotify nur Auskunft über eine Auswahl von Daten erteilt, ohne Betroffene aufzuklären, wie sie ein Gesamtpaket abrufen könnten. Die IMY betont nun, dass die beauskunfteten Informationen ‚konkreter‘ sein sollten.“ (zit. nach Krempl, 2023)

Das heißt, dass Spotify mit ihren Nutzern über den Umgang mit ihren Daten nicht offen genug war, was die Nutzung der Daten innerhalb des Unternehmens in Frage gestellt hat (vgl. Krempl, 2023). Auf der anderen Seite ist ein derartiger Verdacht des Datenmissbrauchs bei physischen Tonträgern unwahrscheinlicher. Bestellt man sie über das Internet, muss ebenfalls der Standort eingegeben oder die Kontonummer benutzt werden, um die Transaktion durchzuführen und das Produkt zu kaufen. Wenn man sie in Musikläden kauft, ist das Weitergeben dieser Art von Daten nicht notwendig.

Im Bezug auf den vorher genannten preislichen Unterschied, ist es auch möglich, das Gegenargument hervorzubringen, dass die technische Ausrüstung, darunter Smartphones, PCs und Co, die für die Nutzung von Spotify und anderen Streamingdiensten erforderlich sind, ebenfalls teuer sind. Aus eigener Erfahrung kann behauptet werden, dass insbesondere ein qualitatives Smartphone heutzutage 500-1000 € kostet. Jedoch darf nicht vergessen werden, dass Smartphones nicht nur wegen der Musik, sondern für viele andere Zwecke gekauft werden. Neben Streamingdiensten bieten Smartphones schließlich die Möglichkeit soziale Medien zu nutzen, Bilder und Videos zu machen, Nachrichten zu schreiben und vieles mehr, weshalb sie auch eine Grundlage für den Alltag sind. Da die Technologie inzwischen auch ein sehr hohes Niveau erreicht hat, bei dem bereits künstliche Intelligenz und maschinelles Lernen involviert sind, kann man behaupten, dass Smartphones und andere Geräte ihren Preis wert sind. Man kann

also argumentieren, dass es aus finanzieller Sicht sinnvoller ist, Musik auf Spotify zu hören, als sich Vinyls oder CDs von Lieblingskünstlern zu kaufen, da man mit dieser Herangehensweise mehr Geld spart und man ein qualitatives und flexibleres Erlebnis des Musikkonsums bekommt.

Letztendlich kann man aufgrund der deskriptiven Statistik und der in der Analyse erläuterten Argumente nachvollziehen, warum der Umsatz des Musikstreamings im Laufe der letzten in dieser Form gewachsen ist und er im Vergleich zu physischen Tonträgern höher ist.

3.1.2 Analyse des Umsatzes von physischen Tonträgern

Der nächste Schritt ist es, den Fokus auf die Umsatzentwicklung der Vinyls und CDs zu legen. Wie bereits im Datenvergleich erwähnt, erlebt die deutsche Musikindustrie einen Aufstieg von Vinyl-Verkäufen und einen Abstieg von CD-Verkäufen. Als Parallele kann erläutert werden, dass dieses Phänomen nicht nur in Deutschland, sondern auch international gilt. Ein Beispiel aus den USA: „Im gesamten Jahr 2022 lag der Absatz bei rund 43,5 Millionen Einheiten. Die Absatzzahl von Vinylplatten in den USA hat sich seit 2011 mehr als verzehnfacht.“ (zit. nach Statista, 2024b) Hiermit ist zu sehen, wie groß der Einfluss von Vinyl-Verkäufen auch im Ausland ist.

Gründe für die Viralität der Vinyls sind einzigartige Merkmale, wie zum Beispiel die Klangqualität. Der Sound, der von einem leisen Knistern begleitet wird, übt im Vergleich zur Audioqualität der Streamingdienste einen anderen Effekt auf den Hörer aus und macht die Hörerfahrung interessanter (vgl. Lichetzki, 2023). Auch der visuelle Aspekt spricht für die Vinyls, da auf den Hüllen in den meisten Fällen einzigartige Illustrationen abgebildet sind. Dies sorgt auch für das Sammeln von verschiedenen Vinyls, was als Hobby angesehen werden kann (vgl. Zandt, 2023). Die anhaltende Relevanz von Vinyls liegt auch in ihrer wichtigen Rolle in der DJ-Kultur. Nämlich benutzen einige DJs nach wie vor Schallplatten, die bei Auftritten gemischt werden, um Übergänge zwischen verschiedenen Liedern zu kreieren. Auch aus diesem Grund dürften Vinyls nicht wegzudenken sein (vgl. Lichetzki, 2023). Nennenswert ist dazu der Nostalgie-Effekt. Es handelt sich um die Sehnsucht nach alten Aktivitäten oder Gewohnheiten aus der Vergangenheit (Duden, o.J.). Aus diesem Grund verursachen Vinyls vor allem für ältere

Generationen, die damit aufgewachsen sind, Nostalgie. Auf der anderen Seite wird dieses Gefühl mittlerweile auch an jüngere Menschen vermittelt. Sie kommen zwar nicht aus diesem Zeitalter, interessieren sich jedoch für Vintage-Gegenstände und haben den Wunsch, sich in die Rolle von jemanden, der aus diesem Zeitalter kommt, hineinzusetzen. Genau dafür gibt es heutzutage auch die Möglichkeit, indem man Plattenläden besucht, wo sich Vinyls aus den 80er oder 90er Jahren finden lassen (ebd.).

Einer der Gründe für die sinkende Tendenz der CDs sind zum einen die Haltbarkeit. In der Regel sind beide physischen Tonträger lange haltbar, in manchen Fällen allerdings eher die Vinyls. Selbst wenn ein Vinyl mehrere Jahre nicht mehr benutzt worden sind, verfügt es immer noch mehr oder weniger über eine identische Klangqualität. Vor allem über gebrannte CDs kann nicht das gleiche behauptet werden. Nach einigen Jahren des Gebrauchs sind sie nämlich nicht mehr in der Lage, die gleiche Klangqualität aufzuweisen. Das hebt auch hervor, warum weiterhin immer mehr Vinyls gekauft werden (vgl. Ziemer, 2018). Ein anderer Aspekt, der den sinkenden Umsatz begründen könnte, ist ebenfalls mit der Audioqualität verknüpft. Wie bereits erwähnt, haben Vinyls einen unikaligen Klang. Attribute wie das Knistern und Rauschen eines Vinyls sind bei der CD nicht präsent, was das Hörerlebnis wenig spektakulär macht. Allerdings ist das nicht der einzige ausschlaggebende Grund. Es ist wichtig zu erwähnen, dass mittlerweile auch die Klangqualität von Audioformaten wie FLAC, WMV, und erst recht von Streamingdiensten wie Spotify den Klang von CDs übertreffen (MacTechNews, 2012).

Letztendlich kann aufgrund der Erkenntnisse und Argumente behauptet werden, dass Vinyls wegen ihren Eigenschaften im Vergleich zu CDs beliebter sind und auch deshalb der Umsatz der Vinyls jedes Jahr steigt, während der Umsatz der CDs jährlich auf eine sinkende Tendenz zuweist.

3.2 Nutzervergleich zwischen Spotify und physischen Tonträgern

Im vorliegenden Unterkapitel wird der Fokus explizit auf den digitalen Streamingdienst Spotify gelegt. Zur Fortsetzung des vorherigen Unterkapitels wird hierbei verglichen, von welchen Altersgruppen sowohl Spotify als auch physische Tonträger heutzutage in Deutschland am wenigsten und am meisten genutzt und gekauft werden. Anschließend wird analysiert, warum die

Altersgruppen sich eher Spotify oder physischen Tonträgern zuneigen. Spotify ist eine digitale Plattform, die auf einem digitalen Gerät wie Handy, Computer oder Tablet heruntergeladen werden und auf der man von verschiedenen Künstlern und Personen publizierte Musik und Podcasts hören kann. Die Plattform kann kostenlos genutzt werden, obwohl es eine kostenpflichtige Version gibt, die zum Beispiel werbefreies Musikhören und Song-Downloads ermöglicht (vgl. Spotify, 2024b). Der Streamingdienst wurde vom Schweden Daniel Ek im Jahr 2008 gegründet und ist mit über 100 Millionen Liedern und über 602 Millionen Benutzern die meistgenutzte Plattform fürs Audio-Streaming (vgl. Spotify – For the Record, o.J.). In Deutschland ist die Plattform seit 2012 erhältlich (vgl. Prellwitz, 2024).

Als Nächstes sollte im Rahmen dieser Analyse untersucht werden, warum der Umsatz von Musikstreaming im Vergleich zu Vinyl-Verkäufen viel höher ist. Das hängt damit zusammen, dass Musik in Deutschland häufiger auf Spotify, als anhand physischer Medien wie Vinyls, gehört wird. Dies ist auch in der folgenden Tabelle sichtbar.

Altersgruppe	Spotify-Nutzung	Vinyl-Käufer	CD-Käufer
20-29	33,8 %	7 %	13 %
30-39	23,3 %	11 %	9 %
40-49	10,2 %	36 %	19 %
50-59	9,4 %	28 %	31 %
60+	3,2 %	18 %	28 %

(vgl. Prellwitz, 2024; Bundesverband Musikindustrie, 2021: 37, eigene Darstellung)

Die Daten dieser Statistik stammen aus dem Jahr 2021 und sie vergleichen den Nutzeranteil zwischen Konsumenten von Spotify, Vinyl-Käufern und CD-Käufern im Jahr 2021. Verglichen werden die Daten anhand verschiedener Altersgruppen. Als Erstes muss gesagt werden, dass die Prozentsätze je nach Altersgruppe variieren. Bei näherer Betrachtung ist zu erkennen, dass Spotify von jungen Erwachsenen von 20-29 Jahren am meisten und von Personen über 60 Jahren am wenigsten benutzt worden ist. Das sieht man auch anhand der Statistik: Vinyls wurden vor 3 Jahren am häufigsten von 40-49 und von 50-59-Jährigen gekauft. Nur 10,2 % und 9,4 %

von diesen Altersgruppen benutzen Spotify. 20-29-Jährige Jugendliche, auf der anderen Seite, machen einen Prozentsatz von 33,8 % aus.

Legt man den Fokus auf die Käufe der CDs, kann gesagt werden, dass CDs ähnlich wie bei Vinyls von jungen Erwachsenen ebenfalls kaum gekauft werden, weshalb sie nur 13 % der CD-Verkäufe ausmachen. Am meisten wurden sie allerdings von 50-59 Jährigen gekauft – etwa 31% von ihnen leisteten ihren Beitrag dazu. Eine weitere Parallele lässt sich auch davon ziehen, dass auch CDs im älteren Alter deutlich mehr gekauft werden, als Musik auf Spotify konsumiert wird. Vor allem handelt es sich dabei um Personen über 60 Jahren, da 28% von ihnen im Jahr 2021 CDs gekauft haben und nur 3,2 % Spotify nutzten. Eine weitere überraschende Erkenntnis war die Tatsache, dass die Prozentsätze zwischen 40-49 Jährigen beim Vergleich von Vinyl- und CD-Käufen sich deutlich unterschieden – 36% von ihnen kauften Vinyls, während nur 19% CDs kauften. Die Gemeinsamkeit liegt aber darin, dass die Nutzung von Spotify in dieser Altersgruppe im Vergleich zur Nutzung von physischen Tonträgern geringer war. Am nächsten lag der Prozentsatz noch bei CD-Käufen, da er schließlich nur 8,8 % hinter dem Prozentsatz der CD-Käufe lag.

Im Falle der Jugendlichen und jungen Erwachsenen ist die Erkenntnis, dass die Altersgruppe 20-29 Spotify den physischen Tonträgern bevorzugt, nicht überraschend. Es ist bekannt, dass die Jugend immer nach der neuesten Technik strebt und sich mit bereits vorhandenen Mitteln gut auskennt. Allerdings treibt die Jugend nicht nur Spotify zur Nutzung der Technologie, sondern auch andere Plattformen. Anstatt DVDs werden mittlerweile zum Beispiel auch Filme und Serien auf audiovisuellen Streamingdiensten wie Netflix und Amazon Prime von der Jugend gestreamt. Auch eine breite Auswahl an Spielen ist auf Smartphones verfügbar, und erst recht auf dem PC und Spielekonsolen, was ebenfalls zur Technologie gehört. Es ist eine Herangehensweise der Jugend und jungen Erwachsenen, die im Laufe mehrerer Jahre bereits stattfindet und analoge Mittel in den Schatten rücken lässt (vgl. Heise Online, 2017). Als jemand, der dieser Altersgruppe angehört und diese Interessen teilt, kann diese Behauptung bestätigt werden. Dementsprechend lässt sich hierbei zusammenfassen, dass die vielseitige Förderung verschiedener Arten von Technologie auch die aktive Nutzung der Jugendlichen von Spotify beeinflusst.

Ein Grund dafür, warum ältere Generationen, darunter Altersgruppen wie 50-59 und 60+, immer noch Vinyls und CDs kaufen, hängt mit den Musikpräferenzen und der Langlebigkeit zusammen:

„Im Alter von durchschnittlich 31 Jahren kommt es angeblich zum musikalischen Stillstand. Von da an würden wir keine neue Musik mehr entdecken und immer wieder die gleichen Titel und Genres hören.“ (zit. nach Welt, 2018)

Verbunden ist diese Ursache vor allem mit neuen Lebensrollen, die in diesem Alter eintreten können, darunter zum Beispiel Elternschaft und Arbeit in einem festen Beruf (vgl. Welt, 2018). Laut dem Kapitel 2.3.2 im ersten Teil dieser Bachelorarbeit, hörten im vergangenen Jahr Menschen über 70 Jahre am meisten Schlager. Anhand des Zitats kann man behaupten, dass Menschen in dieser Altersgruppe Schlager treu geblieben sind und wegen der alten Gewohnheit, Musik mit physischen Tonträgern zu hören, dieses Genre lieber mit CDs oder Vinyls genießen, was sie noch heutzutage zum Kauf oder zum Hören von bereits vorhandenen CDs und Vinyls treibt. Dieses Beispiel kann deshalb als potenzieller Grund für die immer noch aktive Nutzung der physischen Tonträger der Altersgruppe 60+ wahrgenommen werden. Eine andere Ursache, die als Grund angesehen werden kann, ist der Mangel an der Musik von gewissen Künstlern auf Spotify: „Leider können wir dir nicht alle Songs und Podcasts, die es gibt, auf Spotify zur Verfügung stellen.“ (zit. nach Spotify, 2024c) Aus diesem Grund kann es zur Abwesenheit von Alben oder Singles auf Spotify kommen, die beispielsweise aus den 70ern bis zu den 2000ern stammen, die von der damaligen Generation oft gehört wurden und unter ihnen heute noch beliebt sind. Deshalb spielt auch die Abwesenheit bestimmter Musik von Streamingdiensten eine Rolle in der Förderung von Vinyl- und CD-Käufen und der geringeren Spotify-Nutzung von älteren Altersgruppen. Wenn man sich darauf konzentriert, warum ältere Generationen weniger Spotify nutzen, dann ist festzustellen, dass das nicht nur mit dem Interesse an physischen Tonträgern, sondern auch mit Konzertbesuchen zusammenhängt. Blickt man einige Jahre zurück, ist zu erkennen, dass beispielsweise schon im Jahr 2017 ältere Generationen im Vergleich zu jüngeren Altersgruppen öfter z.B. klassische Musikfestivals und Konzerte besucht haben. Altersgruppe 70+ ist mit einem Anteil von 19,3% die größte Mehrheit in diesem Vergleich (vgl. Reuband, 2019: 520). Von daher kann man hierbei zur Erkenntnis kommen, dass ältere Generationen sich auch mehr für Konzerte bestimmter Musikgenres interessieren und es zu digitalem Streaming bevorzugen.

Aufgrund dieser Untersuchung kann behauptet werden, dass im Falle von beiden physischen Tonträgern und Spotify die Nutzung sehr altersbedingt ist. Letztendlich zeigt der Vergleich, dass der Kauf von Vinyls und CDs von älteren Generationen vor allem mit Nostalgie, Gewohnheit, Verfügbarkeit von Musik und auch Musikpräferenzen zusammenhängt. Im Hinblick auf Spotify spielt die Jugend im Konsum eine wichtige Rolle, da sie die neueste Technologie fördert, und das nicht nur auf Spotify und dem Musikstreaming allgemein, sondern auch mithilfe anderer Unterhaltungsmedien.

3.3 Erfolgsbeispiele von deutschen Musikern anhand Spotify und die Rolle der sozialen Medien

Da digitale Streamingdienste in Deutschland viel genutzt werden und dadurch die deutsche Musikindustrie finanziell profitiert, wird im folgenden Unterkapitel der Fokus darauf gelegt, wie auch deutsche Künstler anhand dieser Plattform mit ihrem Erfolg profitieren können. Beobachtet man Spotify, ist festzustellen, dass die berühmtesten und erfolgreichsten Künstler von Deutschland auf der Plattform aktiv sind und sie schon seit Jahren für das Vermitteln ihrer Werke benutzt wird. Die Künstler, die auf Spotify im vergangenen Jahr am meisten gehört wurden, sind z.B. die Rapper Luciano, Bonez MC, Cro, Capital Bra und Sido (vgl. Höchel, 2023). Allerdings stellt sich die Frage, wie die Künstler neben der Bekanntheit noch durch Spotify profitieren? Hierbei liegt der finanzielle Aspekt im Fokus, denn durch Spotify ist es für Künstler nämlich möglich, mit der eigenen Musik auch Geld zu verdienen. Das Geld, das die Musiker durch Streams verdienen, wird wie folgt generiert:

„Spotify zahlt Künstlern im Durchschnitt zwischen 0,003 und 0,005 US-Dollar pro Stream. Nimmt man den Mittelwert, also 0,004 US-Dollar, rechnet diesen in Euro um (0,0041 Euro) und multipliziert ihn mit den Streams, bekommt man eine Summe.“ (zit. nach Kawalkowski, 2023)

Durch diese Methode lässt sich also problemlos ausrechnen, wie viel Geld die Künstler per Streaming verdienen. Beispielsweise hat der Song „Bamba“ von Luciano bislang 193 735 337 Streams erreicht und damit auch der meistgehörte Song des deutschen Rappers. Folgt man der im Zitat genannten Methode, stellt man fest, dass Luciano durch diesen Song auf Spotify ca.

794 000 € verdient hat, und das nur mit einem Lied (vgl. Spotify, 2024d). Ein weiteres Erfolgsbeispiel ist der aktuell meistgehörte Song von Cro, der den Titel „Einmal um die Welt“ trägt und bislang 137 507 588 Streams erreicht hat. Verdient hat er mit dem Song durch Spotify ca. 564 000 € (vgl. Spotify, 2024e). Ein nächstes Beispiel ist der deutsche Rapper Bonez MC, dessen meistgehörter Song zur Zeit „Ohne mein Team“ und durch Zusammenarbeit mit RAF Camora und Maxwell entstanden ist. Stand heute wurde der Song 272 375 284 Mal gestreamt, was umgerechnet 1,1 Mio. € ausmacht und von den genannten Erfolgsbeispielen die größte Summe ist (vgl. Spotify, 2024f). Anhand dieser exemplarisch dargestellten Beiträge kann behauptet werden, dass deutsche Künstler dank Spotify äußerst viel Geld verdienen. Die Gesamtsummen von jedem Künstler sind natürlich noch höher, da in dieser Untersuchung nur die meistgehörten Songs im Fokus standen. Diese Summen sind für die Künstler auch deshalb erreichbar, da auf Spotify das ganze Repertoire der Musiker für die Hörer zur Verfügung steht und die Songs, wie auch schon früher im vorhandenen Kapitel erwähnt, auf der Plattform leicht erreichbar sind.

In der Promotion und im Verhelfen zum Erfolg spielen für deutsche Musiker heutzutage neben Spotify auch soziale Medien eine zentrale Rolle. Über soziale Medien können Künstler nämlich ihren eigenen Bekanntheitsgrad steigern, indem sie oder auch ihre Fans die Musik auf den Plattformen teilen. Wie das genau funktioniert, sieht man heutzutage auf jeder Social Media Plattform. Betrachtet man beispielsweise TikTok, kann gesagt werden, dass es sich grundsätzlich um eine auf audiovisuelle Videos basierende Plattform handelt, deren Videos durchschnittlich eine Länge von 15 bis 60 Sekunden betragen und zur Unterhaltung dienen sollen. Dasselbe Phänomen ist mittlerweile auch auf Instagram zu beobachten, mit dem Abteil „Instagram-Reels“, wo den Usern ebenfalls Videoclips zur Unterhaltung gezeigt werden. Das gleiche Format wird auch von Facebook verfolgt, die ebenfalls den Usern die Möglichkeit anbieten. Ein großer Teil dieser Unterhaltung beruht auch auf der Musik. Allerdings wird aufgrund der Kürze der Videos nur ein bestimmter Abschnitt von einem Song abgespielt. In vielen Fällen sind die User ungeachtet der 30- oder gar 15-sekündigen Spielzeit allerdings musikalisch von den Liedern überzeugt, da zum Beispiel die Melodie des Refrains in Erinnerung bleibt oder man sich mit der Lyrik des Liedes identifizieren kann. Dies regt die User dazu auf, einen bestimmten Song in voller Länge zu hören und ihn im Internet aufzusuchen. Dadurch profitiert zum einen der Künstler, der durch die gewonnene Aufmerksamkeit auf sozialen Medien mehr Streams auf Spotify und Co erzielt, aber auch die Streamingdienste selber, dessen Nutzung dadurch steigt und somit auch mehr Umsatz generiert wird (vgl. Moormann, Ruth, 2023: 82ff.).

4. Fazit

Das Ziel der vorliegenden Bachelorarbeit war es herauszufinden, ob das Aufkommen von Musik-Streamingdiensten am Beispiel von Spotify den Rückgang des Umsatzes und der Nutzung von Vinyls und CDs bekräftigt hat. Im Laufe der Analyse wurde festgestellt, dass Spotify und Musikstreaming allmählich die Nachfrage nach physischen Tonträgern senken. Die physischen Tonträger stark bewirken und einen Rückgang stattfinden lassen.

Der erste Vergleich vom praktischen Teil der Bachelorarbeit befasste sich sowohl mit den Umsätzen von Musikstreaming insgesamt, als auch mit den Umsätzen von CDs und Vinyls von 2012 bis 2022. Die Daten in der deskriptiven Statistik zeigten eine steigende Tendenz für den Umsatz von Musikstreaming und Vinyl-Verkäufen und eine sinkende für CD-Verkäufe. Der Statistik konnte man vor allem entnehmen, dass die deutsche Musikindustrie mit Musikstreaming im Laufe der 2010er Jahre wesentlich mehr Umsatz erzielt hat, als mit Vinyl- und CD-Verkäufen. Dabei wurde auch untersucht, was der Auslöser für diese Entwicklung sein könnte. Wie es sich herausstellte, wird Musikstreaming vor allem wegen der Technologie, der Flexibilität und der breiten Musikauswahl bevorzugt. Währenddessen spricht für die steigende Tendenz der Vinyls, dass sie insbesondere wegen der Klangqualität, der Nostalgie und Ästhetik noch heutzutage relevant und populär sind. CDs hingegen verlieren wegen der geringen Klangqualität und mangelnder Nachhaltigkeit die Relevanz in der Musikindustrie.

Der nächste Teil der Analyse beruhte auf dem Nutzervergleich zwischen Spotify, Vinyls und CDs, wo exemplarisch die Nutzung der Tonträger im Jahr 2021 anhand von verschiedenen Altersgruppen dargestellt und verglichen wurde. Aus dem Vergleich war zu ersehen, dass Jugendliche und junge Erwachsene (Altersgruppen 20-29 und 30-39) sich der Nutzung von Spotify und Menschen ab Alter 40 bis 60+ dem Kauf von Vinyls und CDs zuneigen. In der Analyse wurde festgestellt, dass Jugendliche und junge Erwachsene eher an Spotify und Musikstreaming gewohnt sind. Das hängt damit zusammen, dass sie teilweise im Zeitalter der Digitalisierung aufgewachsen sind, worunter das Aufkommen von Musik-Streamingdiensten wie Spotify gehört. Dementsprechend haben sie keinen persönlichen Bezug zu physischen Tonträgern. Ältere Generationen hingegen haben wegen der Nostalgie, alten Gewohnheiten, konkreten Musikpräferenzen und der Verfügbarkeit an bestimmter Musik einen persönlichen Bezug zu Vinyls und CDs, weshalb sie von ihnen eher gekauft werden.

Der letzte Teil des praktischen Teils setzte den Fokus darauf, wie Spotify und soziale Medien deutschen Musikern helfen, Geld zu verdienen, erfolgreich zu werden und ihre Reichweite zu vergrößern. Anhand der konkreten Beispiele und der Methode zur Ausrechnung hat die Analyse bewiesen, dass deutsche Musiker wie Luciano, Cro und Bonez MC mit ihren Liedern auf Spotify rund bis zu eine Million Euro verdienen können. Sozialen Medien helfen den Künstlern viral zu gehen, indem auf Plattformen wie TikTok oder Instagram Songausschnitte der Musiker genutzt werden, sie in die Trends gehen und sie die Nutzer dazu antreiben, die Lieder auf Spotify oder auf anderen beliebigen Streamingdiensten zu hören.

Die Ergebnisse der Untersuchung legen den Schluss nahe, dass Musikstreaming in mehrfacher Hinsicht Vorteile gegenüber den physischen Tonträgern hat. Die Analyse stellte vor allem fest, dass die CD-Käufe und Verkäufe unter dem Erfolg von Spotify und Musikstreaming am meisten leiden. Hierbei kann geschlussfolgert werden, dass das Aufkommen von Spotify und Musikstreaming den Rückgang physischer Tonträger bekräftigt.

5. Ausblick für die Zukunft

Nach dem Vergleich zwischen Musikstreaming und den beiden physischen Tonträgern gilt es nun im folgenden Kapitel den Fokus darauf zu legen, wie es für die deutsche Musikindustrie in der Zukunft weitergeht. Hierbei wird ein Ausblick gegeben, der die Ergebnisse der Analyse in Anspruch nimmt und die Zukunft der Streamingdienste und der physischen Tonträger interpretiert.

Aufgrund des Umsatzvergleiches und dessen Analyse ist es voraussehbar, dass Musikstreaming wegen der jährlich steigenden Tendenz und den mit Abstand höheren Umsätzen die deutsche Musikindustrie weiterhin dominieren wird. Vor allem auch deswegen, da der Umsatz im Milliardenbereich liegt, und die Umsätze der Vinyl- und CD-Verkäufe weit dahinter im Millionenbereich. Ungeachtet dessen muss man erwähnen, dass es allerdings nicht das Ende für physische Tonträger ist. Die Statistik wies immerhin auf eine steigende Tendenz der Umsätze von Vinyl-Verkäufen hin. Sie hat auch gezeigt, dass Musikliebhaber in Deutschland immer noch zur Nostalgie neigen und die Eigenschaften eines Plattenspielers zu schätzen wissen. Dementsprechend ist zu erwarten, dass der Umsatz von Vinyl-Verkäufen auch weiterhin steigt und

digitalem Streaming am meisten Konkurrenz anbieten wird, auch wenn die Zahlen mit hoher Wahrscheinlichkeit nicht eingeholt werden. Eher negativ sieht es für CDs aus, mit denen die deutsche Musikindustrie zwar bislang mehr Umsatz als mit Vinyl-Verkäufen generiert hat, jedoch im Hinblick auf die Zukunft aufgrund der sinkenden Tendenz nicht viel Hoffnung hat, das digitale Streaming einzuholen. Aus diesem Grund kann man vermuten, dass ein Zeitpunkt kommen wird, wo CDs für die deutsche Musikindustrie aus finanzieller Sicht und für Menschen aus Sicht der Unterhaltung keine große Rolle mehr spielen werden.

Aus Perspektive der Künstler sollte man meinen, dass Spotify weiterhin eine ausreichende Plattform sein wird, um Musik zu veröffentlichen und erfolgreich zu werden. Dies könnte allerdings bei den Künstlern gelten, die schon eine größere Reichweite besitzen. In diesem Jahr wurde nämlich beschlossen, dass der Streamingdienst nur den Künstlern Lizenzgebühren zahlen wird, deren Hörerzahl im Jahr über 1000 liegt (vgl. Schmidt, 2023). Daraus lässt sich schließen, dass in Zukunft Künstler, die erst am Anfang ihrer Karriere sind, ihr Werk lieber zuerst auf Soundcloud oder Youtube hochladen und dort eine Fangemeinde aufbauen sollten, um später sicher zu gehen, dass für sie auf Spotify auch die Chance besteht bezahlt zu werden. Man könnte auch davon ausgehen, dass soziale Medien weiterhin in derselben Form neuen Künstlern mit der Promotion weiterhelfen. Es sollte also keine Probleme damit geben, dass Musiker auch in Zukunft über das Internet eine Karriere aufbauen können, die von Streamingdiensten wie Spotify geprägt und begleitet wird.

6. Literaturverzeichnis

ANZ, Philipp (2023): Vor 24 Jahren: Napster revolutioniert die Musikindustrie. Im Juni 1999 ging Napster online. Fast auf den Tag genau 3 Jahre später kam das endgültige Aus für den Peer-to-Peer-Dienst. Online unter: <https://www.inside-it.ch/vor-24-jahren-napster-revolutioniert-die-musikindustrie-20230602> (Stand: 04.03.2024).

BLÄSI, Christoph (2018): Associations in the creative industries as operators of digital platforms: “failure factors”, with an example from the German book industry in the focus. P.I.E. Peter Lang. Mainz. S. 18, 20. Online unter: <https://openscience.ub.uni-mainz.de/bitstream/20.500.12030/477/1/59622.pdf> (Stand: 07.02.2024).

Bundesverband Musikindustrie (2021): Musikindustrie in Zahlen 2021. Musikkaufernde. Online unter: https://www.musikindustrie.de/fileadmin/bvmi/upload/06_Publikationen/MiZ_Jahrbuch/2021/Musikindustrie_in_Zahlen_2021_E-Paper.pdf (Stand: 11.04.2024).

Bundesverband Musikindustrie (2023a): Gesamtumsatz aus Verkäufen physischer Tonträger und digitaler Musik in Deutschland. Online unter: <https://miz.org/de/statistiken/gesamtumsatz-aus-verkaeufen-physischer-tontraeger-und-digitaler-musik-in-deutschland> (Stand: 05.04.2024).

Bundesverband Musikindustrie (2023b): Umsatz aus dem Verkauf von physischen Tonträgern. Online unter: <https://miz.org/de/statistiken/umsatz-aus-dem-verkauf-von-physischen-tontraegern> (Stand: 05.04.2024).

BÄHR, Laura/ ZIOGAS, Helena/ WESTPHAL, Mila (2024): Plattenspieler Test 2024: Unsere Top 17 Modelle im Vergleich. Online unter: <https://www.gq-magazin.de/technik/galerie/plattenspieler-test> (Stand: 05.04.2024).

DERNBACH, Christoph (2020): Die MP3-Revolution begann in Deutschland. Online unter: <https://www.welt.de/wirtschaft/webwelt/article211586433/25-Jahre-MP3-Format-Als-die-Musik-Revolution-in-Deutschland-begann.html> (Stand: 22.02.2024).

DOLATA, Ulrich (2008): Das Internet und die Transformation der Musikindustrie. Rekonstruktion und Erklärung eines unkontrollierten sektoralen Wandels. iTunes und die Folgen: Branchenexterne Newcomer, Rückkehr zum alten Vertriebsmodell auf digitaler Basis und Abkehr von DRM-Systemen. S. 18ff. Verfügbar unter: <https://www.econs-tor.eu/bitstream/10419/36513/1/572161921.pdf> (Stand: 03.03.2024).

Duden. Nostalgie, die. Online unter: <https://www.duden.de/rechtschreibung/Nostalgie> (Stand: 27.05.2023).

ENDRES, Alexander/WANDJO, Hubert (2021): Musikwirtschaft im Zeitalter der Digitalisierung. Handbuch für Wissenschaft und Praxis. Baden-Baden: Nomos Verlagsgesellschaft. (Stand: 05.03.2024).

GoCardless (2020): Umsatz und Gewinn: Was ist der Unterschied? Online unter: <https://gocardless.com/de/handbuch/artikel/umsatz-und-gewinn/> (Stand: 01.05.2024).

GOTTFRIED, Gideon (2014): Telekom trennt sich von Musicload, Softwareload & Gamesload. Konkurrenz zu stark, außer für Videoload. Online unter: <https://web.archive.org/web/20140218220129/http://www.musikmarkt.de/Aktuell/News/Telekom-trennt-sich-von-Musicload-Softwareload-Gamesload> (Stand: 15.02.2024).

Heise Online (2017): Mehrheit der jungen Leute hört Musik überwiegend online. Online unter: <https://www.heise.de/news/Mehrheit-der-jungen-Leute-hoert-Musik-ueberwiegend-online-3793765.html> (Stand: 23.05.2024).

HÖCHEL, Sarah (2023): Diese 10 Künstler haben die meisten Hörer auf Spotify in Deutschland. Online unter: <https://www.suedkurier.de/ueberregional/panorama/rekorde/diese-10-kuenstler-haben-die-meisten-hoerer-auf-spotify-in-deutschland;art1373672,11751449> (Stand: 17.04.2024).

Idealo: CD-Player. Online unter: <https://www.ideal.de/preisvergleich/ProductCategory/2043.html> (Stand: 05.05.2024).

Institut für Demoskopie Allensbach (2023): Bevorzugte Musikrichtungen nach Altersgruppen. Online unter: <https://miz.org/de/statistiken/bevorzugte-musikrichtungen-nach-altersgruppen> (Stand: 09.03.2024).

KAWALKOWSKI, Blasius (2023): So viel verdienen Musiker und Bands wirklich mit Streaming. Online unter: <https://www.inside-digital.de/news/spotify-so-viel-verdienen-musiker-wirklich#:~:text=Vereinfacht%20aber%20kann%20das%20den,Streams%2C%20be-kommt%20man%20eine%20Summe.> (Stand: 18.04.2024).

KREMPL, Stefan (2023): Mangelhafte Auskunft: Spotify muss Millionen-DSGVO-Strafe zahlen. Online unter: <https://www.heise.de/news/Mangelhafte-Auskunft-Spotify-muss-Millionen-DSGVO-Strafe-zahlen-9186389.html> (Stand: 25.05.2024).

KURI, Jürgen (2004): T-Com zahlt nach Aus von Phonoline Schadenersatz in Millionenhöhe. Online unter: <https://www.heise.de/news/T-Com-zahlt-nach-Aus-von-Phonoline-Schadenersatz-in-Millionenhoehe-105901.html> (Stand: 15.02.2024).

LICHETZKI, Jessica (2023): Vinyl-Revival: Warum die Schallplatte überlebt. Online unter: <https://www.sueddeutsche.de/kultur/analog-vinyl-revival-warum-die-schallplatte-ueberlebt-dpa.urn-newsml-dpa-com-20090101-230508-99-602496> (Stand: 19.05.2024).

LOHMANN, Stefan (2020): DJ Robin Schulz Künstlerinformation und Biografie. Online unter: <https://stefanlohmann.com/robin-schulz-kuenstlerinformation/> (Stand: 17.05.2024).

MacTechNews (2012): Studie: Musik-CDs werden immer unbeliebter. Online unter: <https://www.mactechnews.de/news/article/Studie-Musik-CDs-werden-immer-unbeliebter-153789.html> (Stand: 27.05.2024).

MEIER, Damian (2024): Was ist ein Label? Einfach erklärt. Online unter: https://praxistipps.chip.de/was-ist-ein-label-einfach-erklart_177691 (Stand: 25.05.2024).

MOORMANN, Peter/ RUTH, Nicolas (2022): Musik und Internet. Aktuelle Phänomene populärer Kulturen. Köln: Springer VS, S. 88ff.

OESTRICH, Markus/ ROMBERG, Oliver (2022): Keine Panik vor Statistik! Beschreibende Statistik. Bremen, Deutschland: Springer Spektrum, S. 38

PERNÉ, Walter (2014): Eine kleine Geschichte der Schallaufzeichnung. Online unter: <https://www.mediathek.at/unterrichtsmaterialien/eine-kleine-geschichte-der-schallaufzeichnung/#:~:text=Die%20Geschichte%20der%20Schallaufzeichnung%20ist,eines%20konservierten%20akustischen%20Ereignisses%20erm%C3%B6glichte.> (Stand: 17.05.2024).

PRELLWITZ, Miriam (2024): Spotify-Nutzer: 21+ Statistiken für Deutschland und den Rest der Welt. Seit wann gibt es Spotify in Deutschland? Online unter: <https://www.acquisa.de/magazin/spotify-nutzer-statistiken> (Stand: 05.04. 2024).

RAAB, Ulrich (2008): Der Wandel der Musikindustrie. Aktuelle Situation und Entwicklungen in zukunftssträchtigen Unternehmen im Bereich der Tonträgerindustrie. Diplomarbeit. S. 13, 15. Online unter: <http://bit.ly/3SHIUIIN> (Stand: 17.02.2024).

REUBAND, Karl-Heinz (2019): Musikpräferenzen und Musikpublika. Trends des Musikgeschmacks. In: Bäßler, Hans u.a. (Deutscher Musikrat, gemeinnützige Projektgesellschaft mbH, Deutsches Musikinformationszentrum): Musikleben in Deutschland. Bonn: Deutsches Musikinformationszentrum, S. 32

SCHMIDT, Hannah (2023): Streichung der Tantiemen auf Spotify für Künstler*innen. Online unter: <https://www.swr.de/swrkultur/musik-jazz-und-pop/streichung-der-tantiemen-auf-spotify-fuer-kuenstlerinnen-100.html#:~:text=Der%20Streamingdienst%20Spotify%20will%20ab,die%20%C3%BCber%20dieser%20Marke%20liegen.> (Stand: 26.05.2024).

SCHWAN, Jens (2023a): Welche Musikgenres sind bei den Deutschen am beliebtesten? Online unter: <https://www.theclubmap.com/2023/07/01/die-beliebtesten-musikgenres-in-deutschland/> (Stand: 30.04.2024).

SCHWAN, Jens (2023b): Musik Streaming vs. physische Tonträger – was eignet sich besser für Musikliebhaber? Online unter: <https://www.theclubmap.com/2023/11/08/musik-streaming->

[vs-physische-tontraeger-was-eignet-sich-besser-fuer-musikliebhaber/#:~:text=Streaming%20von%20%C3%BCberall%3A%20Ein%20Hauptvorteil,ist%20immer%20auch%20ein%20Platzproblem.](#) (Stand: 23.05.2024).

SEEKAMP, Michalina (2016): Die Trägheit der deutschen Musikunternehmen bei technologischem Wandel. Eine Analyse aus branchenkultureller Perspektive. Arten und Organisationsstruktur. Hamburg: Springer Gabler. S. 96ff.

Soundcloud (2024). Robin Schulz. Tracks. Online unter: <https://soundcloud.com/robin-schulz/tracks> (Stand: 22.03.2024).

Spiegel Netzwelt (2006): Der Platzhirsch heißt Musicload. Online unter: <https://www.spiegel.de/netzwelt/web/musikdownloads-der-platzhirsch-heisst-musicload-a-397317.html> (Stand: 08.03.2024).

Spotify (2024a): Premium Individual für optimalen Musikgenuss. Online unter: <https://www.spotify.com/de/premium/> (Stand: 05.04.2024).

Spotify (2024b): What is Spotify? Online unter: <https://support.spotify.com/us/article/what-is-spotify/> (Stand: 26.03.2024).

Spotify (2024c): Fehlende Musik oder Podcasts. Online unter: <https://support.spotify.com/ch-de/article/missing-music-or-podcasts/> (Stand: 20.05.2024).

Spotify (2024d): Luciano. Online unter: <https://open.spotify.com/artist/3CJkKkU0XuEIRT1z8rEtIYg> (Stand: 18.04.2024).

Spotify (2024e): Cro. Online unter: <https://open.spotify.com/artist/3utZ2yeQk0Z3BCOBWP7Vlu> (Stand: 18.04.2024).

Spotify (2024f): Boney M. Online unter: <https://open.spotify.com/artist/1aS5tqEs9ci5P9KD9tZWa6> (Stand: 18.04.2024).

Spotify – For the Record (o.J.): About Spotify. Online unter: <https://newsroom.spotify.com/company-info/> (Stand: 26.03.2024).

Statista (2024a): Daten und Fakten zu Hip-Hop und Rap. Online unter: <https://de.statista.com/themen/5412/hip-hop/#topicOverview> (Stand 10.03.2024).

Statista (2024b): Absatz von Schallplatten (Vinyl) in den USA in den Jahren 1993 bis zum 1. Halbjahr 2023. Online unter: <https://de.statista.com/statistik/daten/studie/249985/umfrage/absatz-von-schallplatten-in-den-usa-zeitreihe/> (Stand: 19.05.2024).

Statista (o.J.): Definition Deskriptive Statistik. Online unter: <https://de.statista.com/statistik/lexikon/definition/49/deskriptive-statistik/> (Stand: 12.04. 2024).

STOVALL, Jacob (2024): Soundcloud. Internet-streaming service. Online unter: <https://www.britannica.com/topic/SoundCloud> (Stand: 08.03.2024).

SÖNDERMANN, Michael (2012): Deutscher Musikrat. Musikwirtschaft. S. 1. Online unter: <https://d-nb.info/1063919029/34> (Stand: 01.02.2024).

Welt (2018): Warum wir mit 31 aufhören, neue Musik zu entdecken. Online unter: <https://www.welt.de/kmpkt/article178151606/Hoerverhalten-Warum-wir-mit-31-aufhoeren-neue-Musik-zu-entdecken.html> (Stand: 20.05.2024).

WORTHAM, Jenna (2011): SoundCloud, an Audio-Sharing Site, Hits 5 Million Users. Online unter: <https://archive.nytimes.com/bits.blogs.nytimes.com/2011/06/15/soundcloud-an-audio-sharing-site-hits-5-million-users/> (Stand: 08.03.2024).

ZANDT, Florian (2023): Warum kaufen Musik-Fans Vinyl? Online unter: <https://de.statista.com/infografik/30238/gruende-fuer-vinyl-kauf/> (Stand: 19.05.2024).

ZIEMER, Tim (2018): Schallplatte oder CD - was klingt besser? Online unter: https://praxistipps.chip.de/schallplatte-oder-cd-was-klings-besser_47730 (Stand: 26.05.2024).

7. Lõputöö autori kinnitus

Olen bakalaureusetöö kirjutanud iseseisvalt. Kõigile töös kasutatud teiste autorite töödele, põhimõtteliste seisukohtadele ning muudest allikaist pärinevatele andmetele on viidatud.

8. Resümee

Selle bakalaureusetöö eesmärgiks oli uurida, kuidas mõjutab muusika voogesitus füüsiliste helikandjate taandumist. Uurimisobjektideks valiti voogesituse platvorm Spotify ning füüsilised helikandjad CD ja vinüül. Uurimismeetodiks on kirjeldav statistika, mis kujutab endast uurimisallikatest võetud andmete kandmist tabelisse, kus arvutatakse välja nii keskmised väärtused kui ka mediaanid. Selle abil kirjeldatakse andmeid, mis sellele järgnevat analüüsi võimaldab.

Bakalaureusetöö esimene peatükk käsitleb teooriaosa, mis kajastab muusikatööstuse definitsiooni, selle tekkelugu, Saksamaa muusikatööstuse tehnoloogilist arengut ja sakslaste muusikaeelistuste evolutsiooni. Töö teine peatükk hõlmab praktilist osa, mis algab võrdlusega muusika voogesituse, vinüülide ning CD-de müügikäibe vahel aastast 2012 aastani 2022. Sellele järgneb analüüs, kus uuritakse lähemalt, mis on võimalikud põhjused arenguteks ja langusteks. Peale seda keskendutakse praktilises osas tabelis kujutatud Spotify-, vinüülide- ja CD-de-vahelisele kasutajavõrdlusele, mis hõlmab vanusegruppe 20-29, 30-39, 40-49, 50-59 ja 60+. Nii samuti järgneb ka sellele analüüs, kus uuritakse võimalikke asjaolusid ja põhjusi, miks mõned vanusegrupid näiteks Spotifyd füüsilistele helikandjatele eelistavad ning vastupidi. Praktiline osa lõpeb uuringuga sellest, kuidas Spotify ja sotsiaalmeedia Saksamaa artistide edule, sealhulgas finantsilise kasumi saamisele ja artisti edendamisele kaasa aitavad. Töö lõpeb kokkuvõtte ning tulevikuväljavaadetega.

Esimeses võrdluses selgus, et muusika voogesituse müügikäive on viimaste aastate käigus olnud kõrgem nii CD-de kui ka vinüülide müügikäibest ning on iga aastaga kasvanud. Olenemata väiksemast müügikäibest on ka vinüülide müügikäive iga-aastaselt kasvanud, kuid CD-de müügikäive seevastu iga aastaga langenud. Analüüs näitas, et kasvava voogesituse müügikäibe põhjusteks on selle paindlikkus, rahaline eelis, lai muusikavalik ja sellega kaasaskäiv tehnoloogia. Kasvava vinüülide müügikäibe põhjusteks olid eelkõige tehnika helikvaliteet, nostalgia ja plaatide esteetika, mis vinüülid endiselt relevantsetena hoiavad. Langeva CD-de müügikäibe põhjusteks olid peamiselt vähene kestvus ja vinüülidest kui ka voogesitusest nõrgem helikvaliteet.

Spotify, CD-de ja vinüülide kasutajapõhine võrdlus näitas, et eelkõige vanusegrupid 20-29 ja 30-39 eelistavad muusikakuulamiseks pigem Spotifyd ning inimesed alates vanusest 40 vanuseni 60+ vinüülide ja CD-de ostmist. Järgnevast analüüsist tulenes, et nooremad vanusegrupid eelistavad Spotifyd just selle tõttu, et nad on osaliselt tehnoloogia ja muusika voogesitusega üles kasvanud ning neil puudub isiklik seos füüsiliste helikandjatega. Vanemad vanusegrupid eelistavad vinüüle ja CD-sid just sellega üleskasvamise, vanade harjumuste, muusikamaitsete ja muusika kättesaadavuse tõttu.

Praktilise osa viimane analüüs näitas, et Saksamaa artistid, näiteks Luciano, Cro ja Bonez MC, võivad Spotifyga teenida kuni miljon eurot. Sotsiaalmeedia roll seisneb selles, et näiteks Instagrami ja TikToki videotel mängivad taustaks lühikesed lõigud lauludest, mis ajendab kasutajaid artiste Spotifyst või teistest voogesitustest üles otsima ning nende laule täispikkuses kuulama, mis muusikutele sedasi rohkem kuulamisi ja kuulust toob.

Bakalaureusetöö tulemused näitasid, et muusika voogesitusel on füüsiliste helikandjate ees mitmeid erinevaid eeliseid. Eelkõige leiti ka analüüsis, et CD-de müük kannatab kõige rohkem Spotify ja muusika voogesituse tõttu. Sellest võib järeldada, et Spotify ja muusika voogesituse esilekerkimine mõjutavad füüsiliste helikandjate taandumist Saksa muuskatööstuses.

9. Lihtlitsents lõputöö reprodutseerimiseks ja üldsusele kättesaadavaks tegemiseks

Mina, Robert Vincent Lackmann

1. annan Tartu Ülikoolile tasuta loa (lihtlitsentsi) minu loodud teose

Streaming und die Musikindustrie: Exemplarischer Vergleich des Einflusses von Musikstreaming auf den Rückgang physischer Tonträger und den Erfolg deutscher Musiker in der deutschen Musikindustrie

mille juhendaja on Daniel Kulesza

reprodutseerimiseks eesmärgiga seda säilitada, sealhulgas lisada digitaalarhiivi DSpace kuni autoriõiguse kehtivuse lõppemiseni.

2. Annan Tartu Ülikoolile loa teha punktis 1 nimetatud teos üldsusele kättesaadavaks Tartu Ülikooli veebikeskkonna, sealhulgas digitaalarhiivi DSpace kaudu Creative Commons'i litsentsiga CC BY NC ND 4.0, mis lubab autorile viidates teost reprodutseerida, levitada ja üldsusele suunata ning keelab luua tuletatud teost ja kasutada teost ärieesmärgil, kuni autoriõiguse kehtivuse lõppemiseni.
3. Olen teadlik, et punktides 1 ja 2 nimetatud õigused jäävad alles ka autorile.
4. Kinnitan, et lihtlitsentsi andmisega ei riku ma teiste isikute intellektuaalomandi ega isikuandmete kaitse õigusaktidest tulenevaid õigusi.

Robert Vincent Lackmann

27.05.2024