



Diplomarbeit

„Turning music into images“
Konzeption und Entwurf eines bildnerischen Ausdrucks
für die Musik und kritische Position Tracy Chapmans

Ninetta Orfgen
Matrikelnummer 444689

Prüfer
Prof. Dr. Rainer Zimmermann
Dipl.-Des. Helen Hacker

Fachhochschule Düsseldorf
University of Applied Sciences
Fachbereich Design

Wintersemester 2008 / 2009





009	1. Die Musikindustrie
010	1.1.1 Die ökonomische Bedeutung der Musikindustrie
011	1.1.2 Konsumverhalten von Musik
013	1.1.3 Mögliche Ursachen für die Veränderung des Konsumverhaltens
015	1.1.4 Der Absatz im Tonträgermarkt
017	1.1.5 Probleme der Musikindustrie
021	1.1.6 Konsumententypologien im Tonträgermarkt
021	1.1.7 Konsumtypologien im Bereich digitale Musik
022	1.1.8 Was uns den Konsum von digitaler Musik ermöglicht
023	1.1.9 Konkurrenzprodukte des klassischen Tonträgers aus der IT-Branche
024	1.2.0 Zahlen zur Musikwirtschaft und Musiknutzung
026	1.2.1 Internationale Downloadplattformen im world wide web
030	1.2.2 Hier spielt die Musik
035	2. Musik und ihre Wirkung: Was ist Musik?
036	2.1 Was bewirkt Musik bei Menschen?
038	2.2 Musik, Ausdruck einer bestimmten Stimmung
039	2.3 Die Bedeutung des Künstlers
040	2.4 Vorbildlich!
044	2.5 Wie kann man sich mit Musik auseinandersetzen?
049	3. Künstlerbiographien
051	3.1 Kritik an den üblichen Künstlerbiographien
053	4. Was ist Streetart?
055	4.1 Best of Streetart
059	5. Ein Exkurs in die synästhetische Wahrnehmung
061	5.1 Verschiedene Arten von Synästhesie und wie Synästhetiker wahrnehmen
064	5.2 Was ist Wahrnehmung

6 INHALTSVERZEICHNIS

065	5.3 Der Vorgang des Wahrnehmens
066	5.4 Kontextabhängigkeit und Einfluss der Erfahrung
066	5.5 Veränderungen der Wahrnehmung
067	5.6 Synästhesie in der Kunst
073	6. Konzeption: Idee und Ziel
075	6.1 Konzeptioneller Ansatz
075	6.2 Zielgruppe
076	6.3 Name
077	6.4 Absender
077	6.5 Positionierung
077	6.6 Vermarktung
081	7. Tracy Chapman – „The Reluctant Revolutionary“
086	7.1 „Nelson Mandela 70th Birthday Tribute Concert“
086	7.2 Karriere und Diskografie
094	7.3 Wurzeln der Songs von Tracy Chapman
097	8. Populäre Musik
098	8.1 Kategorien der populären Musik
100	8.2 Die Bezeichnung populäre Musik
100	8.3 Was bedarf die Popularität von Musik?
101	8.4 Wie hat Musik unser soziales Leben verändert?
102	8.5 Popularität von Musik
102	8.6 Definition von populärer Musik
103	8.7 Wurzeln der populären Musik
103	8.8 Einfluss der technischen Entwicklung auf die populäre Musik
104	8.9 Folk Music und Folk Rock

106	9. Visualisierung: inhaltliche Struktur
114	9.1 Seitengestaltung
122	9.2 Typografie und Bildsprache
124	9.3 Vermarktung
127	10. Quellenangaben
128	10.1 Abbildungen
130	10.2 Literatur
137	10.3 Thanks!
139	11. Eidesstattliche Erklärung

8 1. DIE MUSIKINDUSTRIE



1. Die Musikindustrie

Der Begriff Musikindustrie bezeichnet heute umgangssprachlich Unternehmen, die Musik auf Tonträgern produzieren, diese vertreiben und bewerben. Spricht man von der Musikindustrie, so versteht man darunter meist die marktdominierenden Unternehmen (Major-Labels) wie Universal Music Group (UMG, Marktanteil 31,77%), Sony Bertelsmann Music Group (Sony BMG, Marktanteil 26,1%), Electric & Musical Industries (EMI Group, Marktanteil 15,0%) oder Warner Music Group (WMG, Marktanteil 9,55%). Der Einfluss der Musikindustrie ist stark. Sie prägt die musikalische Entwicklung, absorbiert oder kommerzialisiert bestimmte Musikrichtungen und setzt rechtliche Rahmenbedingungen, die Einfluss auf die Vermarktung ihrer Produkte nehmen.¹

¹ wikipedia.org (2008)

10 1.DIE MUSIKINDUSTRIE

1.1.1 Die ökonomische Bedeutung der Musikindustrie

Die Musikbranche ist mit rund 9.000 Beschäftigten und einem Umsatz von knapp 1,7 Milliarden Euro recht klein. Allerdings sind die Produkte der Branche Motor für andere Industrien, welche auf der Grundlage der Musik ein Vielfaches dieser Summe erwirtschaften. Ohne Musik hätten die Radiosender keine Werbeeinnahmen mehr. Ohne Musik gäbe es keinen iPod, iTunes, usw. Musik ist der meist genutzte Breitbandinhalt im Internet.

Radiosender geben einen Teil der Einnahmen an Urheber und Künstler weiter, während Internetprovider die Mithilfe verweigern, wenn es um den Schutz des geistigen Eigentums, im Besonderen von Musik, geht. Seitdem es die Möglichkeit gibt, Musik mit Hilfe von Komprimierungstechnologien auf einen Bruchteil ihrer vorherigen Größe zu reduzieren, gab und gibt es eine Vielzahl von freien Tauschbörsen im Internet, welche sich auch aufgrund des viel höheren Preisniveaus mit Durchschnitts CD-Preisen über 15 EUR, einer großen Beliebtheit erfreuen.

Die Provider stehen hier in der Verantwortung den illegalen Musik-Download, von allein 300 Millionen in Deutschland, in akzeptable Bahnen zu lenken. Die Musiktauschbörse Napster galt als Pionier für den kostenfreien Download von Musikdateien, wurde aber durch die richterliche Entscheidung zur Einstellung des Austauschsystems verpflichtet. In Folge dessen entstanden jedoch neue Tauschbörsen.

Frankreich und England haben bereits konkrete Schritte eingeleitet, um die Internetpiraterie zu stoppen. Die französische Olivennes-Vereinbarung (benannt nach dem Chef der französischen Kulturkaufhauskette FNAC) sieht vor, bei mehrmaligen Verstößen gegen das Urheberrecht, den Zugang zum Internet zu sperren. Sozusagen ein „Flensburg“ für Internetsünder.¹

1 Branchendaten / Jahreswirtschaftsbericht 2007, Bundesverband Musikindustrie

Die Musikindustrie stand dem digitalen Vertrieb von Musik bisher immer skeptisch gegenüber, sah sie vor allem als Bedrohung ihrer starken Marktposition in Produktion und Vertrieb von Tonträgern. Illegale Tauschbörsen und Piraterie von Tonträgern wurden stets juristisch bekämpft. Mittlerweile hat die Branche erkannt, dass durch den Internetvertrieb die Möglichkeit besteht, das eigene Angebot zu erweitern. Jedoch hat sie bisher noch eine schwache Position im digitalen Musikvertrieb, da sie bislang nicht über Technologien und ein Geschäftsmodell zum digitalen Musikvertrieb verfügt. Das bisherige Geschäftsmodell der Branche, welches sich größtenteils auf den Verkauf von CDs stützt, ist langfristig überholt, was bedeutet, dass sie langfristig ihre Abhängigkeit vom klassischen Tonträgergeschäft überarbeiten müssen.¹

1.1.2 Konsumverhalten von Musik

Für 2007 verzeichnet der Bundesverband Musikindustrie eine Downloadsteigerung von fast 40%, während die Internetpiraterie weiter rückläufig ist. Mit Minus 3,2 % gingen die Umsätze des deutschen Tonträgers zwar leicht zurück (Abb. 1), in vielen anderen europäischen Märkten war dieser Prozentsatz jedoch zweistellig. Nach einer ARD/ZDF Studie Massenkommunikation stieg der tägliche Musikkonsum von 14 Minuten auf 45 Minuten und hat sich somit mehr als verdreifacht.² Der Musikkonsum findet heute sowohl über Tonträger wie CDs, LPs und MCs, als auch in digitaler Form statt. Musik in digitaler Form hat auf jeden Fall eine zunehmende Bedeutung für den Konsumenten. Auch die Labels haben das erkannt, und wenn sie ihre zentrale Rolle im Musikgeschäft behalten wollen, müssen sie ihre Abhängigkeit vom klassischen Tonträgerkauf verringern und neue Wege im digitalen Markt gehen.

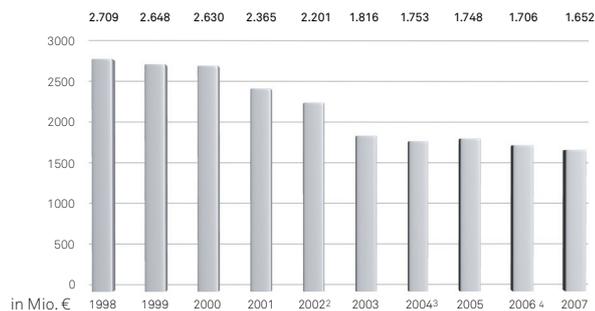
Musik nimmt heute einen viel größeren Stellenwert als früher ein, und nie war das Interesse an Musik größer als heute, so dass deutlich wird, dass die Branche kein Produkt -, sondern ein Abrechnungsproblem hat.³

¹ Die Musikindustrie im Wandel, 2008

² ARD Mediaperspektiven (2007)

³ Branchendaten / Jahreswirtschaftsbericht 2007, Bundesverband Musikindustrie

12 1. DIE MUSIKINDUSTRIE

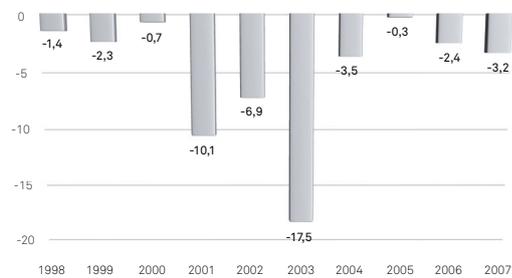


Gesamtumsatz des Tonträgermarktes in der Bundesrepublik Deutschland¹

¹Endverbraucherpreise inkl. Mehrwertsteuer, ²ab 2002 inkl. Musikvideos

³ab 2004 inkl. Downloads, ⁴ab 2006 inkl. Mobile Musik

Quelle: Bundesverband Musikindustrie



Umsatzentwicklung Veränderung nominal gegenüber dem jeweiligen Vorjahr¹

¹Endverbraucherpreise inkl. Mehrwertsteuer, seit 2002 inkl. Musikvideos (DVD und VHS), seit 2004 inkl. Musikvideos (DVD und VHS) und Downloads, seit 2005 inkl. Mobile Musik, Quelle: Bundesverband Musikindustrie

„(...) Ein Problem mit der Basis hätten wir, wenn niemand sich für unsere Produkte interessieren würde. Das ist aber gerade nicht der Fall, nie war das Interesse an Musik größer als heute. Was wir haben ist ein Problem mit der Abrechnung. Es kann doch nicht sein, dass wir so dumm sind zu glauben, nur das, was man anfassen kann, hat einen Wert. Im digitalen Zeitalter! Deshalb fordere ich eine Debatte über den gesellschaftlichen Wert von Kreativität: Die Leute müssen einsehen, dass illegale Downloads Diebstahl sind.“ **Dieter Gorny, Verbandsvorsitzender der Musikindustrie**¹

Eine mögliche Erklärung für den Umsatzverlust von 38% bei Verdreifachung des Musikkonsums ist natürlich die große Anzahl legaler und illegaler Musikkopien. Die in 2007 legal und illegal kopierte Musik, hätte nach den Endverbraucherpreisen einen Wert von rund sechs Milliarden Euro gehabt.²

1.1.3 Mögliche Ursachen für die Veränderung des Konsumverhaltens

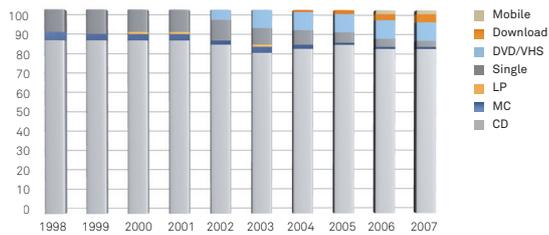
Zwar bleibt im deutschen Tonträgermarkt immer noch die CD mit einem Umsatz von 81% stärkster Umsatzträger, die Bereitschaft, Tonträger im regulären Handel bei einem für viele Konsumenten als zu hoch empfundenen Preisniveau zu kaufen, sinkt. Als Folge dessen wurde Musik lieber auf illegalen Tauschbörsen aus dem Netz geladen. Durch die abnehmende Wertschätzung von Musik und Qualität, welche sich durch den stark genutzten illegalen Download abzeichnete, entstanden Online-Musikdienste, welche den digitalen Einkauf von Musik bequem und einfach von zu Hause anbieten. Hier können einzelne Singles für einen geringen Wert aber auch Alben, DVDs, ... zu einem geringeren Preis als im Handel eingekauft werden. Der Wunsch des Konsumenten nach einer größeren Musikvielfalt und Individualisierung seines Musikgeschmacks folgt dem allgemeinen Trend zu individueller Selbstverwirklichung in der Gesellschaft.³

¹ Branchendaten / Jahreswirtschaftsbericht 2007, Bundesverband Musikindustrie

² DIE ZEIT Nr. 41, S. 51, 1. Oktober 2008

³ Branchendaten / Jahreswirtschaftsbericht 2007, Bundesverband Musikindustrie

14 1. DIE MUSIKINDUSTRIE

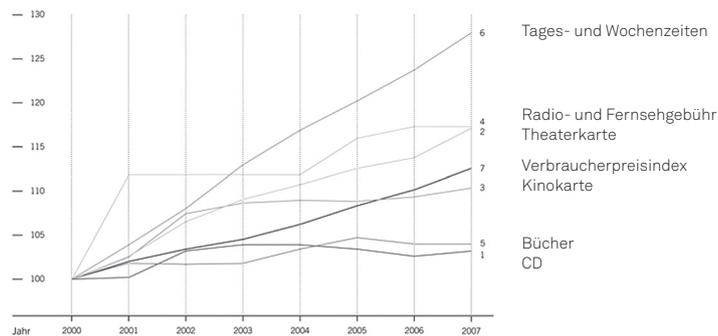


CD	85	85	85	85	83	79	81	83	81
MC	4	3	3	3	2	3	2	1	1
LP	0	0	1	1	0	1	0	0	0
Single	11	12	11	11	10	8	7	5	4
DVD/VHS	0	0	0	0	5	9	9	9	9
Download	-	-	-	-	-	-	1	2	3
Mobile	-	-	-	-	-	-	-	-	2

Umsatzanteile der Musikmedien¹

Der Anteil der Musikvideos ist mit 9% unverändert, während der Umsatzanteil der Singles mit 3% sogar noch unter das Niveau der Downloadumsätze sinkt. Die LP ist immer noch ein Tonträger der sich großer Beliebtheit erfreut (LP Verkäufe von 100.000 auf 700.000 Exemplare gestiegen), jedoch spielt sie wie die MC und Kassette bei den Umsätzen keine Rolle mehr. ¹Basis: Endverbraucherpreise inkl. Mehrwertsteuer,

Quelle: Bundesverband Musikindustrie



Entwicklung der Preisindizes von Kultur- und Medienprodukten,

Quelle: Statistisches Bundesamt

Online-Musikdienste, wie zum Beispiel iTunes, bieten dem Konsumenten eine enorm große Auswahlmöglichkeit an Musik. Zudem das komfortable Einkaufen von zu Hause, man kann schnell in die Titel/Alben hineinhören und sich gegebenenfalls auch nur für eine Single entscheiden.

1.1.4 Der Absatz im Tonträgermarkt

Die CD bleibt natürlich mit einem Absatz von 81% das wichtigste Produkt der Branche. Ihr Absatz ist bei 148,6 Millionen Alben gerade mal um 0,6% rückläufig, jedoch liegt die Zukunft im digitalen Musikgeschäft. Im Vergleich zu anderen Kultur- und Medienprodukten ist das Preisniveau der CD, entgegen der Meinung sie sei „zu teuer“, nicht nennenswert angestiegen.¹

Besonders im Vergleich mit anderen Kulturgütern zeigt sich die hohe Preisstabilität der CD. Vergleicht man allerdings den Preis einer CD im Handel, z.B. für das Album „In Rainbows“ von „Radiohead“ für 14,95 EUR, so kostet das Album bei iTunes nur 9,99 EUR, jede Single sogar nur 0,99 EUR. „Radiohead“ startete einen interessanten Versuch, nachdem die Band ihren Vertrag mit der Plattenfirma EMI nicht verlängert hatte. Die Musikband entschied sich Ende 2007 ihr damals neues Album „In Rainbows“ auf ihrer Webseite frei zum download anzubieten. Den Fans wurde freigestellt, ob sie etwas für dieses Album zahlen wollen oder nicht. So stellte die Band ihre Fans vor die Frage „Wieviel ist dir unser Album wert?“. Durch diese Aktion gab es natürlich kostenlose Publicity für die Band, doch luden rund 60% der Fans das Album kostenlos herunter.²

¹ Die Musikindustrie im Wandel, 2008

² Süddeutsche Zeitung, online 18.10.2008

16 1. DIE MUSIKINDUSTRIE



in Mio. Stück	1998	1999	2000	2001	2002	2003	2004	2005	2006	2007
Single	56,8	56,9	54	51,8	38,9	26,8	23,3	17,8	15,9	10,7
CD-Alben	206,8	209,7	206,1	184,6	178,7	146,8	145,5	147,6	149,5	148,6
MC	26,6	21,5	20,5	22,3	14,3	15,5	13,2	8,7	5,8	4,6
Vinyl-LP	0,6	0,6	0,9	1,1	1,1	1,1	0,8	0,7	0,6	0,7
DVD-Audio/SACD	0	0	0	0,1	0,2	0,6	0,3	0,5	0,2	0,2
Summe Longplay	234	231,8	227,5	208,1	194,3	164	159,8	157,5	156,1	154,1
DVD-Musikvideo	0	0	0,6	1,5	3,8	9	11,5	12,9	14,2	13,6
VHS-Musikvideo	1,2	1	0,6	0,6	3,2	1,9	1,2	0,8	0,1	0
Summe physisch	292	289,7	282,7	262	240,2	201,7	195,8	189	186,3	178,4
Einzeltracks	-	-	-	-	-	k.A.	7,5	19,7	25,2	35,2
Bundles	-	-	-	-	-	k.A.	0,4	1,4	1,9	2,6
Summe Download							7,9	21,1	27,1	37,8
Sub-Total (o. Mobile)	292	289,7	282,7	262	240,2	201,7	203,7	210,1	213,4	216,2
Audio Single Track	-	-	-	-	-	-	-	k.A.	4	4,7
Klingeltöne	-	-	-	-	-	-	-	k.A.	11,9	8,3
Ring Back Tunes	-	-	-	-	-	-	-	k.A.	1,3	1,2
Summe Mobile									17,2	14,2
Gesamt	292	289,7	282,7	262	240,2	201,7	203,7	210,1	230,6	230,4

Musikabsatz in Deutschland hochgerechnet auf den Gesamtmarkt Handel,

Club und Premiums 1998-2007, ¹ Die Marktdeckung der MC Daten liegt seit 2002 unter 91%

² CD/MC/LP/DVD-Audio/SACD, Quelle: Bundesverband Musikindustrie

Die LP profitierte 2007 von der allgemeinen Retrowelle und konnte ihren Absatz von 100.000 auf 700.000 Exemplare steigern, belegt im Markt aber eindeutig eine Nische. DVD-Audio und SA-CD liegen mit 200.000 verkauften Exemplaren sogar noch hinter der LP. Die Musikkassette ist ebenfalls rückläufig bei 4,6 Millionen (vor ca. 10 Jahren noch 26.6 Millionen) verkauften Exemplaren. DVD Videos verzeichnen 2007 einen Rückgang um 4,2%.¹

Der Single - Absatz ging 2007 sogar um 32,7% zurück, dagegen wächst die Downloadrate der Singles von 25,2 Millionen auf 35,2 Millionen Songs stark an. Das große Problem hierbei ist allerdings, dass es aufgrund der niedrigen Downloadpreise für eine Single (0,99 EUR)² schwer ist, die Umsatzverluste zu kompensieren. Zwar wächst der Markt der Einzelstücke kontinuierlich und der Einzeltrack Download ist um fast 40% gewachsen, doch kann der Verlust der nicht verkauften Alben so nicht aufgefangen werden.³ Es ist ein großes Problem, dass durch die Verfügbarkeit der einzelnen Stücke, der Kauf eines Albums oft nicht mehr notwendig ist.

An diesem Punkt sollte die Überlegung ansetzen, welchen Anreiz es für den Konsumenten geben könnte, ein ganzes Album zu kaufen, auch wenn er durch den Single-Download zum Beispiel seiner „5 Favoriten Songs“ des Albums weniger bezahlen würde. Was könnte den Kauf eines Albums wieder attraktiv machen?

1.1.5 Probleme der Musikindustrie

Größte Konkurrenz für den Verkauf von Musik bleiben selbst gebrannte CDs und DVDs, Musikkopien auf Computern, MP3⁴-Playern und Handys, ebenso wie illegal aus dem Internet heruntergeladene Songs. Auf eine gekaufte CD fallen drei Kopien, auf einen legal im Netz gekauften Song kommen 10 illegale.

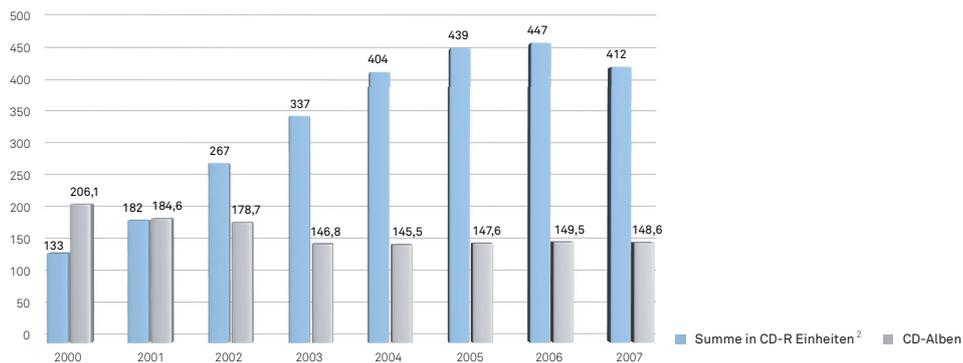
1 Branchendaten / Jahreswirtschaftsbericht 2007, Bundesverband Musikindustrie

2 iTunes

3 Branchendaten / Jahreswirtschaftsbericht 2007, Bundesverband Musikindustrie

4 Das MP3-Format wurde 1992 am Fraunhofer Institut für Digitale Medientechnologie erfunden

18 1. DIE MUSIKINDUSTRIE



CD-R/RW ²	133	182	267	321	303	275	229	201
DVD-R/RW ²	0	0	0	2	13	21	28	27
Summen in CD-R-Einheiten ³	133	182	267	337	404	439	447	412

Mit Musik bespielte Rohlinge und verkaufte CD-Alben 2000 - 2007¹, Quelle: GfK Panel Services, ¹ seit 2003 inkl. DVD-Rohlingen, ² in Mio. Stück, jeweils nur die mit Musik bespielten Leer-Träger, ³ Umrechnung in „CD-Einheiten“ auf Grundlage der unterschiedlichen Speicherkapazität: Eine DVD entspricht 7,8 CDs. Quelle: GfK Panel Services

Personen in %	10-19 Jahre	20-29 Jahre	30-39 Jahre	40-49 Jahre	50 Jahre „+“	Gesamt
Ja, ich habe für mich selbst Musik überspielt (gebrannt)	76	84	85	82	84	82
Ja, ich habe für andere Personen Musik überspielt (gebrannt)	36	31	28	24	21	28
Ja, andere Personen haben für mich Musik überspielt (gebrannt)	44	36	25	22	22	29

Brenner-Reichweite Musik nach Altersgruppen

Basis: 21,7 Millionen Personen, die Musik gebrannt haben

Personen in %, Jahr 2006

Im Auftrag des Bundesverbandes Musikindustrie ermittelt die GfK¹ das Brenn- und Downloadverhalten der Deutschen. Die sogenannte „Brennerstudie“ ist mit 100.000 Befragten, repräsentativ für 64 Millionen Deutsche ab 10 Jahren, die größte Studie zum Thema. Im Jahr 2007 wurden 391 Millionen beispielbare CDs und 253 Millionen DVDs verkauft. Rund 87 Millionen weniger als im Jahr zuvor. Beliebtester Inhalt der Deutschen war immer noch die Musik, wobei 85% der Deutschen im Alter zwischen 30 - 39 Jahren, Musik für sich selbst gebrannt haben, 36% zwischen 10 - 19 Jahren Musik für andere Personen kopierten und 44% gleichen Alters, Musik von anderen gebrannt bekamen. Berücksichtigt man den Teil der gebrannten Inhalte, die auf Musik fallen, so sind im Allgemeinen 412 Millionen Musikalben auf CD oder DVD kopiert worden. Zwar zeichnet sich hier ein Rückgang ab (447 Millionen im Vorjahr), allerdings kommen auf eine gekaufte CD immer noch drei Kopien.

Was das Downloadverhalten von Musik angeht, so stieg die Zahl der Downloader insbesondere in der Altersgruppe von 30 - 49 Jahren von 8,2 auf 9,4 Millionen (+15%) an. Das beinhaltet auch Downloader im kommerziellen Bereich. Insgesamt laden 42% aller Konsumenten (auch) kostenpflichtige Musik aus dem Internet.²

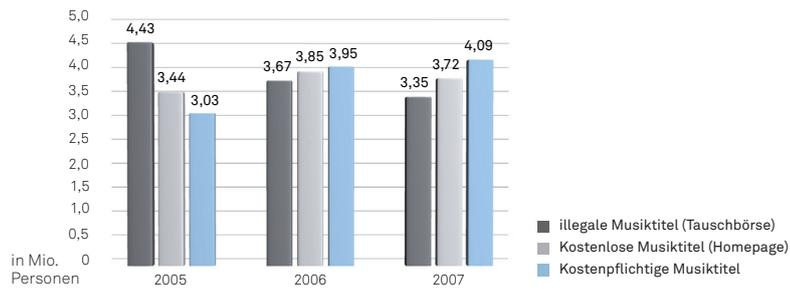
Das illegale Herunterladen von Musik hat sich von 2003 bis 2007 von 602 Millionen auf 312 Millionen nahezu halbiert. Das liegt vor allem daran, dass die Musikindustrie seit 2004 rechtlich gegen die Internetpiraterie vorgeht und neben 16.000 Zivilverfahren auch die rechtliche Unterstützung zur Schließung zahlreicher illegaler Tauschbörsen bekam. Trotz alldem kommen auf einen legal herunter geladenen Song immer noch fast zehn illegale.³

¹ GfK = „Growth from Knowledge“, größtes Marktforschungsunternehmen weltweit

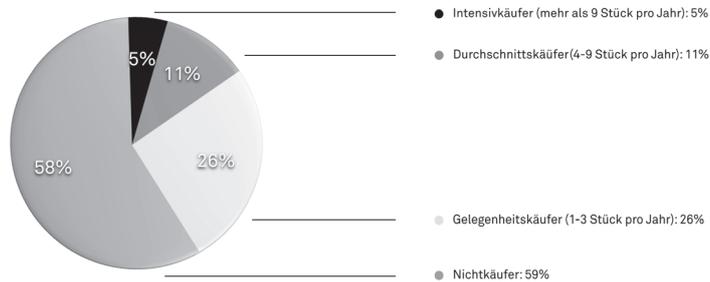
² Brennerstudie 2007, Bundesverband der Phonografischen Wirtschaft/GfK

³ Branchendaten / Jahreswirtschaftsbericht 2007, Bundesverband Musikindustrie

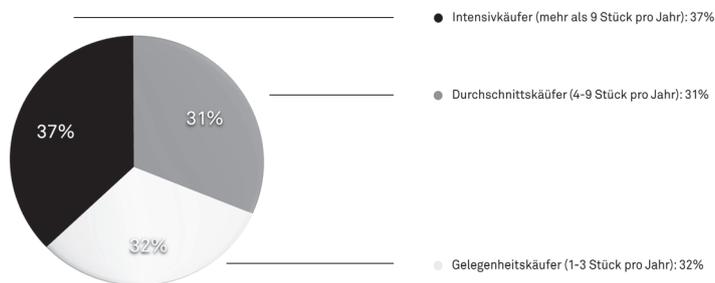
20 1. DIE MUSIKINDUSTRIE



Personen, die legal/illegal Musik aus dem Internet laden 2005 - 2007



Käuferreichweite und Kaufintensität 2002-2007 Quelle: GfK Panel Services



Umsatzanteile nach Käufergruppen 2002-2007 Quelle: GfK Panel Services

1.1.6 Konsumententypologien im Tonträgermarkt

Konsumenten von Tonträgern lassen sich in ihrer Kaufintensität unterscheiden. Die Unterscheidung lässt sich in vier Gruppen gliedern. Intensivkäufer kaufen mehr als neun Tonträger pro Jahr, Durchschnittskäufer kaufen vier bis neun Tonträgern pro Jahr und Gelegenheitskäufer, ein bis drei Tonträger pro Jahr. Dem steht die Gruppe der Nichtkäufer mit 59% gegenüber. Die größten Umsätze erzielt die Musikindustrie mit den Intensivkäufern (37%), gefolgt durch die Gelegenheitskäufer (32%) und knapp dahinter der Durchschnittskäufer (31%). Veränderungen im Konsumverhalten haben entscheidende Auswirkungen auf die Umsätze im Tonträgermarkt. Die hohe und steigende Anzahl der Nichtkäufer wird sich mit großer Wahrscheinlichkeit auf legale und illegale Downloads im Netz bzw. Konsumenten, die CDs brennen, verteilen.

1.1.7 Konsumtypologien im Bereich digitale Musik

Die Kaufintensität im klassischen Tonträgermarkt nimmt durch alle Altersstufen betrachtet kontinuierlich ab, während der tägliche Konsum von Musik stetig steigt (Studie Massenkommunikation). Die Anzahl der Musik, die aus dem Netz geladen wurde lag im Jahr 2006 bei rund 465 Millionen, was einen Rückgang von 9% zum Vorjahr bedeutet. Die Zahl der Personen, die Musik aus dem Netz geladen haben stieg um 15% von 8,2 auf 9,4 Millionen Konsumenten.¹ Insbesondere in der Altersgruppe der 20 bis 29-jährigen ist die Entwicklung der Download-Reichweite mit 33% am größten. In der Altersgruppe der 30 bis 39-jährigen liegt der Wert bei 24%.² 80% der Downloads stammt immer noch aus Tauschbörsen, was aber durchaus das Marktpotential digitaler Musik deutlich macht, es fehlt nur der richtige Anreiz bzw. das Bewusstsein für Musik Geld zu zahlen.

Der Anteil der Personen, die kostenpflichtig Musik aus dem Internet geladen haben, ist in der Altersgruppe der 20 bis 29-jährigen und der 30 bis 39-jährigen bzw. der 40

¹ Brennerstudie 2007, Bundesverband der Phonografischen Wirtschaft/GfK
² Brennerstudie 2007

22 1. DIE MUSIKINDUSTRIE

bis 49-jährigen von allen Altersgruppen am höchsten.¹ Das bedeutet zum einen, dass in dieser Altersgruppe das entsprechende Budget beziehungsweise die Bereitschaft vorhanden ist, für Musik Geld zu zahlen (vgl. bei der jungen Altersgruppe ist die Investition in Hardware größer). Zum anderen besteht ein größeres Interesse am digitalen Medium als bei der Zielgruppe 50+ (vgl. Brennerstudie, je Älter die Generation, desto geringer das Kaufinteresse an Hardware zum Abspielen von digitaler Musik).

1.1.8 Was uns den Konsum von digitaler Musik ermöglicht

Erst durch das Internet und die Verfügbarkeit einer schnellen Datenübertragung können wir mit relativ hohem Komfort, Musikdateien aus dem Internet laden. Durch das Daten-Kodierverfahren MP3 stehen uns Musikdateien in hoher Qualität, aber in einer relativ geringen Datenmenge zur Verfügung. Das Format ermöglicht, dass Musik nicht mehr an physikalische Tonträger wie CD, MC oder LP gebunden ist, sondern kann nun auch auf unserem Computer oder mobil zum Beispiel über MP3-Player oder Handys konsumiert werden.

Das heutige Problem beispielsweise bei Musik, die im iTunes Store gekauft wurde ist, dass im Falle von iTunes die Musik auch nur auf Produkten aus der Apple Reihe gespielt werden kann. Es besteht nicht die Möglichkeit, Musik auf unterschiedlichen Playern zu spielen, d.h. wenn man mehrere Rechner besitzt kann dies ebenfalls kompliziert werden. Selbiges gilt für andere Stores im Netz. Ein Problem, welches die Musikindustrie nicht rechtzeitig erkannt hat, bzw. es nicht geschafft hat einen allgemeingültigen Standard in diesem Segment durchzusetzen.²

¹ Brennerstudie 2007

² Interview Süddeutsche Zeitung mit Prof. Karlheinz Brandenburg, www.jetzt.de

1.1.9 Konkurrenzprodukte des klassischen Tonträgers aus der IT-Branche

Das veränderte Konsumverhalten insbesondere der jungen Zielgruppe ist mitverantwortlich für die Umsatzeinbrüche in der Musikindustrie. Produkte aus der Unterhaltungsindustrie, damit sind zum Beispiel MP3-Player, MP3-Handys, Computerspiele gemeint, haben für die junge Zielgruppe einen höheren Stellenwert als die klassischen Tonträger. Was bedeutet, dass ein großer Teil des Freizeitbudgets in den Kauf dieser Geräte fließt. Der Musikbezug, insbesondere bei der jungen Zielgruppe erfolgt dann oft illegal übers Netz.

Laut der Brennerstudie Stand Januar 2007 erhöhte sich der persönliche Besitz von MP3-Playern innerhalb von zwei Jahren von 2005 bis 2007 von 15% auf 23%, der persönliche Besitz von MP3-Handys im selben Zeitraum von 2% auf 17%. Basis der Befragung sind 64 Millionen Deutsche ab 10 Jahren. In der Altersgruppe von 10 bis 19 Jahren besitzen bereits 53% aller Befragten 2007 einen MP3-Player, bei den 20 bis 29-jährigen sind es nur noch 45%. Je älter die Generation, desto kleiner wird der Prozentsatz.¹

¹ Brennerstudie 2007, Bundesverband der Phonografischen Wirtschaft/GfK

24 1.DIE MUSIKINDUSTRIE

1.2.0 Zahlen zur Musikwirtschaft und Musikknutzung

Anstieg der täglichen Musikknutzung (CD / LP / MC / MP3) 1995 – 2005 in Prozent (14 zu 45 Minuten ohne Radio / Internet) ³	+ 221
Umsatzentwicklung deutscher Tonträgermarkt 1998 – 2007 in Prozent ¹	- 39
Umsatz der phonographischen Wirtschaft in Deutschland 1998 in Euro ¹	2.709.000.000
Umsatz der phonographischen Wirtschaft in Deutschland 2007 in Euro ¹	1.652.000.000
Zahl der Beschäftigten bei Tonträgerherstellern 1996 ¹	12.200
Zahl der Beschäftigten bei Tonträgerherstellern 2007 ¹	8.650
Zahl illegaler Downloads im Jahr 2003 vor Beginn der Pirateriebekämpfung ²	602.000.000
Zahl illegaler Downloads im Jahr 2007 ²	312.000.000

1 Bundesverband Musikindustrie

2 GfK

3 Studie Massenkommunikation

Legale Single-Downloads im Jahr 2007 ²	35.000.000
Umsatzrückgang 2002 –2003 vor Beginn der Pirateriebekämpfung in Euro ¹	385.000.000
Umsatzrückgang 2003 –2004 nach Beginn der Pirateriebekämpfung in Euro ¹	63.000.000
CD-Kopien 2007 ²	412.000.000
CD-Verkäufe 2007 ¹	149.000.000
Zeit zum Kopieren einer Langspielplatte auf eine Musikkassette in Minuten	60
Zeit zum Kopieren einer CD auf Festplatte im MP3-Format (128 Bit) in Minuten	10
Zeit zum Download eines CD-Albums im MP3-Format aus einer illegalen Tauschbörse in Minuten	5

1 Bundesverband Musikindustrie
2 GfK

26 1.DIE MUSIKINDUSTRIE



1.2.1 Internationale Downloadplattformen im world wide web

Germany

7digital
AOL Musik Downloads
e-Music
Finetunes
Freenet
Hotvision
iTunes Germany
Jamba
Kontor
Magix Music Shop
Mediamarkt
Medion

mp3.de

MSN Music Club Germany
MTV Digital Downloads
Germany
Musicload
Napster
Saturn
Tiscali Germany
T-Mobile
Vodafone
Weltbild
WOM Download

Austria

A & M Weltbild
AonMusicDownload
e-Music
iTunes Austria
Libro
MSN Music Club Austria
Music Network
Musikladen
Mycokemusic
Preiser
Soulseduction

Switzerland

Ex Libris
i-m Music Download
iTunes Switzerland
Jamba
Orangemusic
Soundmedia

France

121 MusicStore
4deejays.com
7digital
airtist
Alapage.com
Alice
Cultura.com
E-Compil
e-Music
Europe 2
FnacMusic
iTunes
Jamlabel
Les Accros
Mondomix
MusicEtMoi
musicMe
MSN
MTV
NC Numricable
Nuloop

Orange Music
Packardbell
Qobuz
Reshape-Music
Starzik
Virgin Mega

Italy

Azzurra Music
Dada
Downlovers
Full Music 3
iTunes
Libero iMusic
M20 Store
Messaggerie Digitali
MediaWorld Net-Music
MSN Music
Nokia Store
Radio DeeJay Music Store
Rosso Alice
Tiscali Music Downloads
TVSorrisieCanzoni Music
Shop

Netherlands

Dance Tunes
e-Music
Free Record Shop NL
Glandigo Music

iTunes Netherlands
Kindermuziek.tv
Mediagigant
Mega-Media
MP3downloaden
MSN Music Club NL
Music Minutes
MusicNow
Music Store
Muzikism
Planet Internet Music
Stream
PlaymeLoud
Radio 538
This
Toost Tunes
TuneTribe
vanLeest
YouMakeMusic
Zazell
ZoekMuziek

United Kingdom

7digital
Bleep.com
Chandos
Classics & Jazz
Delta Music Digital
Disaudio
Dgwebshop

28 1. DIE MUSIKINDUSTRIE

DJ Download.com
e-Music
Emuso (D A Recordings)
Groove Mobile
HMV Digital
iTunes UK
Juno
Mbop Megastore
Ministry of Sound
MusicStation
Napster UK
Nectar Music Store
Nervous Records
Nokia Music UK
Orange Music UK
Oxfam
Passionato
Peoplesound
Play.com
Scotloads
Tesco
Tiscali Music
T-Mobile
Track It Down
TuneTribe
War Child Music
Warner Classics
We7
Woolworths

USA
AmazonMP3
Beatport
Buy.com
Calabash Music
Chondo.net
Dada
eMusic
Fox Music
Indieburn
iTunes
Lifewaystores
Misrolas
MSN Music
Music Giants
Napster 2.0
National Geographic World
Music
Pass Along.com
Philadelphia Orchestra
Rhapsody
Ruckus
Songtouch
Voy Music
Wal-Mart
Zune Marketplace

Japan
BGV.jp
Biglobe Music
clubDAM
goo Music Store
HMV Digital Japan
i-revo
iTunes Japan
LISMO
Listen Japan
Moocs
mora
mora win
MSN Music Japan
mu-mo
MusicDrop
Music.jp for PC
Musico
Napster Japan
Naxos Digital Japan
Olio Music
OnGen
Rakuten Music Download
Yahoo! Music Download

China
9Sky
9You
A8
Aigo

1.DIE MUSIKINDUSTRIE 29

Anymusic
CM
iPeer
Kongzhong
Koowo
Lelexingqiu
Perfect
Sina
Tencent
Tom
Top100
Wanmei
Woniu

Diese Liste dient zur Veranschaulichung und ist nicht vollständig. Die vollständige Liste ist zu finden unter: www.pro-music.org;

30 1. DIE MUSIKINDUSTRIE

1.2.2 Hier spielt die Musik

„Ein neues Zeitalter der Musikkonsumtion hat begonnen: Die vier größten Plattenfirmen lassen nun online alles umsonst hören“¹. Das war die Schlagzeile, die am 27. Oktober 2008 in der Süddeutschen Zeitung online zu lesen war. Geschrieben wird über ein Modell, welches laut den Verantwortlichen, die Zukunft des Musikvertriebs sein wird. Die Idee hinter dem Konzept ist, dass die vier größten Musikkonzerne der Welt, Universal Music Group (UMG), Sony Bertelsmann Music Group (Sony BMG), Electric & Musical Industries (EMI Group) und Warner Music Group (WMG), ihr gesamtes Archiv an Musik im Netz als virtuelle Musik Bibliothek anbieten.

My Space gelang eine Einigung mit den vier „Majors“ und bietet nun seit kurzem in den USA „My Space Music“ an. Doch wie finanziert sich das Ganze? Das „Kernangebot“ ist kostenlos. Musik kann als Stream online gehört werden, jedoch nicht von der Seite geladen werden. Play-Listen, die jeder Nutzer anlegen kann, können von Freunden aus dem Netzwerk geteilt und ebenfalls abgespielt werden. Laut My Space Chef Joel Berger finanziert sich die Plattform „über werbefinanzierte Pre-Listings der Musikindustrie“. Die Musikkonzerne werden direkt am Dienst beteiligt sein, und verdienen zum einen das Geld, sobald ein Song aus der Bibliothek abgefragt wird und zum anderen über die Werbeeinnahmen des Unternehmens My Space. Wirtschaftlich gesehen soll das Konzept den Musikkonsum ankurbeln und bietet die Möglichkeit das später über Amazon MP3 jeder Song für 79 bis 99 Cent zum Download bereitsteht. Konzertkarten und alles was es rund um den Künstler gibt, werden in Zukunft auch dort vertrieben.

Das Ganze hat angeblich schon jetzt einen negativen Beigeschmack, denn den unabhängigen Labels wurde zum Start keine Beteiligung an diesem Projekt angeboten, obwohl sie ca. 20 bis 30 Prozent des Musikweltmarktes ausmachen. Das ist wohl auch deshalb überraschend, da My Space gerade durch Künstler ohne Plattenverträge bei einem der Majors, zum zentralen „Pop-Ort der Gegenwart“¹ geworden ist.

¹ <http://www.sueddeutsche.de/kultur/775/315664/text/>, 27.10.2008

Doch mittlerweile laufen auch Verhandlungen zwischen My Space und den unabhängigen Labels, jedoch ist eine Einigung bisher nicht in Sicht, da die unabhängigen Plattenfirmen nicht wollen, dass die Majors als Miteigentümer der Werbeeinnahmen an den Musiktiteln aus der „unabhängigen“ Seite mitverdienen.

Was es in den USA schon gibt, soll auch in absehbarer Zeit in Europa online gehen. Allerdings muss hierfür noch eine Einigung erzielt werden, wer sich nun letztendlich zu welchen Bedingungen an dem neuen Konzept beteiligt. Der Zusammenschluss der vier Plattenfirmen würde eine 70 bis 80 prozentige Kontrolle des Musikmarkts und einen bedeutenden Vertriebsweg eröffnen. Warum den kleineren Labels dieses Angebot nicht unterbreitet wurde, ist fraglich.¹

Schaut man sich auf dem online Markt um, so ist die Idee von My Space allerdings nicht neu. Ein Beispiel dafür ist der französische Online Musikdienst Deezer, welcher durch das Unternehmen Blogmusic SAS seit 2007 betrieben wird. Das Konzept von Daniel Marhely und Jonathan Benassaya ist einfach. Kostenlos und dennoch legal dem Konsumenten Musik aller verschiedenen Richtungen zur Verfügung stellen, während Werbung das Ganze finanziert.²

Deezer bietet Songs on demand, das sogenannte Smart Radio eine Art Internetradio-Station bei der bestimmte Künstler vertreten sind, 32 Webradios in verschiedenen Musikgenren und MusicQuiz. Und auch hier lassen sich die Playlisten angemeldeter Besucher untereinander teilen. Ein Teil der Werbeeinnahmen geht hier an die Künstler und Rechteinhaber. Deezer hat seit Oktober 2007 einen Vertrag mit Sony BMG, welche die Nutzung der Titel dieser Plattenfirma ermöglicht und seit September 2008 auch ein Abkommen, dass Deezer alle Musiktitel aus dem Katalog von Sony BMG zur Verfügung stehen. Im Mai 2008 unterschrieb Universal Music France ebenfalls ein Abkommen, welches die Nutzung dessen Musik-Katalogs ermöglicht. Hinzu kommen Verträge mit unabhängigen Musiclabels.³

1 <http://www.sueddeutsche.de/kultur/775/315664/text/>, 27.10.2008

2 <http://www.deezer.com/de>

3 <http://de.wikipedia.org/wiki/Deezer>

32 1. DIE MUSIKINDUSTRIE



Das Prinzip ist also nicht neu, und so hat wahrscheinlich My Space den Vorteil, dass es sich einer größeren Beliebtheit allein durch seine Bekanntheit erfreut. Dennoch kommt es nicht nur darauf an, den Konsumenten eine attraktive Plattform zu bieten auf der sie sich bewegen können. Je nach Belieben wird es die Konsumenten eher zu My Space Music oder beispielsweise Deezer ziehen. Einen eindeutigen Produktvorteil hat jedoch keiner dieser beiden Anbieter, sieht man momentan von der größeren Auswahl an Musik bei My Space Music ab.

Ein kurzes Fazit:

Die Musikindustrie und vor allem die Konsumenten sind offen für eine digitale Entwicklung und neue innovative Konzepte. Der Konsum von CDs bzw. das Interesse an CDs ist weiterhin stark, aber der unkonventionelle Gebrauch und die einfache Form, Musik im Internet zu kaufen spricht den Zeitgeist der Menschen an. Wichtig ist, dass die Konsumenten verstehen, dass jede künstlerische Leistung ihren Wert hat und auch gewürdigt werden muss. Das bedeutet, illegales Downloaden ist nicht nur nachteilig für die Künstler, sondern auch auf lange Sicht für die Konsumenten. So braucht die Musikindustrie attraktive Konzepte, die sowohl die Künstler unterstützen als auch das Interesse der Konsumenten wecken.

34 2.MUSIK UND IHRE WIRKUNG: WAS IST MUSIK?

2. Musik und ihre Wirkung: Was ist Musik?

Musik ist eine universale Sprache, die es Völkern und Kulturen ermöglicht, einfach miteinander zu kommunizieren. Musik ist emotional und verleiht Gefühlen Ausdruck. Musiker, die sich in ihrer Musik kritisch zu etwas äußern, erreichen mehr Menschen, als wenn jemand eine Rede hält. Melodien und Texte bleiben viel länger im Gedächtnis als zum Beispiel ein Artikel den wir vielleicht über das selbe Thema gelesen haben.

Musik ist etwas Subjektives, da es keine klare Definition gibt, was Musik und was nicht mehr Musik ist. John Cage deklarierte Stille als Musik, welche als musikalische Pause durchaus einen Einfluss auf den menschlichen Gemütszustand hat.

36 2. MUSIK UND IHRE WIRKUNG: WAS IST MUSIK?

2.1 Was bewirkt Musik bei Menschen?

Die Wirkung, die Musik auf Menschen hat, ist sehr individuell. Musik kann entspannen aber auch Anstoß zum Denken sein. Das ist möglich, weil Musik Emotionen auslöst. Musik bewegt uns und wirkt sich auf unsere Stimmung aus. Sie kann bestehende Emotionen verstärken, so dass sich zum Beispiel Freude und Glücksgefühle bis hin zum Rauschzustand verstärken.

Musik kann beim Hören eine Gänsehaut auslösen oder uns zum Träumen anregen. Sie kann uns helfen von einem psychisch weniger erwünschten Zustand in einen erwünschteren zu wechseln. Viele Menschen gehen mit Musik joggen. Unbewusst steigert man das Tempo bei schnellen Songs und verringert es wieder bei langsamen. Da die Wirkung von Musik so auf unseren Körper so stark ist, wird Musik als Therapiemethode in der angewandten Psychologie eingesetzt. Hier wird sie gezielt eingesetzt, um die seelische, körperliche und geistige Gesundheit wieder herzustellen. Schon Naturvölker schrieben der Musik eine Unheil abwehrende und magische Kraft zu.¹

„Medizinisch werden der Musik bei gezielter Anwendung nachfolgende Fähigkeiten zugeschrieben. Vorbeugung gegen Herzinfarkt und Schlaganfall, Verbesserung der allgemeinen Sauerstoffaufnahme-fähigkeit und damit Funktionsfähigkeit aller Organe, Senkung des Blutdrucks und des Ruhe- und Belastungspulses, Verbesserung der körpereigenen Widerstandsfähigkeit (Immunabwehr), Harmonisierung der Psyche und Abbau von Stressfaktoren, positive Wirkung bei Depressionen, Verbesserung der Gehirndurchblutung und Optimierung der Kreativität (aktiver Umgang mit Musik bewirkt ein intensives Gehirnjogging und Kreativitätstraining), Motivation, Antriebsförderung und Animation, Entspannung, Entkrampfung, meditative Besinnung und konzentrierte Versenkung, Stärkung der Beziehungs- und Kontaktfähigkeit, der sozialen Sensibilität und Kompetenz, Musik begeistert, befreit aus Zwängen, öffnet Herz und Sinne für das Schöne und Positive, weckt Freude am Leben, Musik verbindet, baut Brücken, fördert Toleranz und das Verständnis für andere Menschen und Kulturen, stiftet Frie-

¹ www.fellit.ag.vu/index

2. MUSIK UND IHRE WIRKUNG: WAS IST MUSIK? 37

den und Menschlichkeit, Musik baut aufgestaute Aggressionen, Verklemmungen und Frustrationen ab und leistet dadurch einen Beitrag zu Frieden und Menschlichkeit.“¹

Musik wird aber nicht nur als Therapieform eingesetzt, sondern begegnet uns in unserem täglichen Leben beispielsweise als Filmmusik oder in der Werbung. Musik im Film begleitet die Bilder und soll die Handlung unterstreichen bzw. verstärken. Sie wird gerade in der Filmproduktion als ein wichtiges Mittel eingesetzt, um beispielsweise eine Grundstimmung zu erzeugen und Gefühle zu wecken, Handlungsabläufe und Handlungssprünge zu verbinden. Sie kreierte sozusagen eine Umwelt für den Film.

In der Werbung ist Musik ebenso wichtig. Ein sehr aktuelles Beispiel ist hierfür der Spot der Getränkemarkte Ramazzotti „Ramazzotti - Lebe Ramazzotti (2008)“². Der Song „Cambiera“ aus dem Album von Neffa „Alla fine della notte“ wurde bereits 2006 in Italien veröffentlicht und wurde in Folge des Ramazzotti Spots der Sommerhit 2008 in Deutschland. Der Spot ist vor allem wegen des Songs sehr beliebt.



Ramazzotti - Lebe Ramazzotti (2008), youtube

1 www.abendblatt.de, Prof. Hermann Rauhe (2002)

2 <http://de.youtube.com/watch?v=sOpQLgTiNM>

38 2. MUSIK UND IHRE WIRKUNG: WAS IST MUSIK?

2.2 Musik, Ausdruck einer bestimmten Stimmung

Musikalische Lebenswelten bilden Subkulturen. Sie ermöglichen es, dass sich Menschen nach ihren Vorstellungen und einem bestimmten Lebensgefühl entsprechend ausleben können. Ein starkes Beispiel ist hierfür u.a. Hip-Hop oder Punk bei der Jugendkultur, oder auch Liebhaber und Kenner Alter Musik und Oper. Musikgeschmack verbindet und trägt zur Verständigung in den Subkulturen bei. Das äußert sich nun nicht mehr primär über die Musik, sondern geht hin bis zum ähnlichen Kleidungsstil- (Gothic) und Lebensstil.¹

Im 19. Jh. bezeichneten die sogenannten Hootenannies ein Zusammentreffen gleichgesinnter, die in kleinem Kreis Kommunikation und Austausch suchten. In den 50er Jahren wurden aus den Hootenannies Singveranstaltungen einer Gruppe, die ihren gemeinsamen politischen Willen Ausdruck verleihen wollten. Schon hier war eine bestimmte Stilrichtung Ausdruck einer gemeinsamen Stimmung.²

Gerade für Jugendliche ist Musik oder auch das aktive Musizieren ein hoch relevantes Mittel zur Findung der eigenen Identität.¹ Eine Auseinandersetzung mit Musik kann also sowohl passiv, als „hörender“ Part und aktiv, als „musizierender“ Part stattfinden. Neben der vollkommenen Identifizierung mit einer Musikrichtung oder auch Künstlerin, kann man Musik auch einfach nur als Medium sehen, sich zu entspannen oder abzuschalten.

Wie man sich Musik nähert, wann und wo man sie konsumiert, lässt ebenfalls Rückschlüsse auf eine bestimmte Stimmung ziehen. Will man entspannen, so hört man sich beispielsweise zu Hause Musik an. Genausogut kann man Konzerte besuchen, in die Oper gehen, Clubs besuchen oder mit Freunden Musik hören usw. Gleichzeitig lässt sich Musik aber auch eher beiläufig konsumieren. Neben der Arbeit durch das Radio, beim Einkaufen im Supermarkt, bei Filmen, die man sich anschaut usw. Musik beeinflusst uns also auch, wenn wir nicht aktiv dafür entschieden haben, sie zu konsumieren.

¹ wikipedia.org/wiki/Musik

² Hootenanny, Handbuch der populären Musik (2007)

2.3 Die Bedeutung des Künstlers

Musiker, als Personen öffentlichen Interesses haben oft eine Vorbildfunktion. Gerade das junge Publikum sieht ihre Stars oft als Vorbilder, möchte alles über die Künstler wissen oder diese nachahmen. Je jünger man ist, desto empfänglicher ist man für den Einfluss von Vorbildern. Gerade bei Jugendlichen hat Musik einen großen Anteil an der Ausbildung der Identität. Musik ist mit ihrem gesamten Ausdruck eine Form der Selbstdarstellung. Oft sieht man junge Fans, die auch in ihrem Alltag so aussehen wie ihre Vorbilder. Gerade in der Phase, in der Jugendliche ihre eigene Identität bilden, ist Musik sehr wichtig. Musik kann die eigene Einstellung bestärken, wenn diese eine Minderheitenposition einnimmt. Menschen finden sich selbst in Musik wieder und gestalten ihre eigene Persönlichkeit mit all ihren Facetten wie Zielen, Normen, Werte auch anhand von Vorbildern, deren Äußerungen aber auch deren Äußerem.

Damit haben die Bands natürlich auch eine gewisse Verantwortung wie sie ihr Leben gestalten. Sicherlich muss man den Künstlern auch eine Privatsphäre zubilligen, allerdings ist das Interesse der Öffentlichkeit meist so groß, dass es diese nicht wirklich gibt. Bestes Beispiel ist hierfür Amy Winehouse, die immer wieder gerne durch negative Schlagzeilen auf sich aufmerksam macht. Ein eindeutig schlechtes Vorbild für ihre meist doch jugendlichen Fans.

Genauso gibt es aber auch Künstler, die durch ihre öffentliche Position auf soziale Mißstände aufmerksam machen und das gesteigerte Interesse an ihrer Person dazu nutzen, eine breite Masse an Menschen zu erreichen. So treten bekannte Künstler z.B. für die Menschenrechtsorganisation Amnesty International auf und engagieren sich für Menschenrechte oder prägen das Bild einer Generation, wie zum Beispiel Madonna. Mit ihrer Person und wie sich die „Stars“ in der Öffentlichkeit präsentieren, kultivieren sie eine Haltung und sind so für viele Menschen Inspiration, wenn auch nicht genauso zu handeln, dann aber sich mit ihren Mitteln ähnlich stark zu engagieren.

40 2. MUSIK UND IHRE WIRKUNG: WAS IST MUSIK?

2.4. Vorbildlich!

„Für viele Menschen ist der Besuch eines Konzerts die schönste Möglichkeit, sich als Individuum voll zu entfalten. Der Fotograf James Mollison zeigt Fans kurz vor dem großen Moment. Das Ergebnis: Zeugnisse von einzigartiger, äh ... Einzigartigkeit“¹
Ein humorvoller Exkurs in die Welt der Fans.



Shakira, American Airlines Arena, Miami, 16. September 2006.



Sex Pistols, Brixton Academy, London, 8. November 2007.

2. MUSIK UND IHRE WIRKUNG: WAS IST MUSIK? 41



Oasis, Manchester Stadium, Manchester, 3. Juli 2005.



Rod Stewart, Earls Court, London, 9. Dezember 2005.

42 2. MUSIK UND IHRE WIRKUNG: WAS IST MUSIK?



50 Cent, O2 Arena, London, 10. November 2007.



Take That, Manchester Evening News Arena, Manchester, 5. Mai 2006.

2. MUSIK UND IHRE WIRKUNG: WAS IST MUSIK? 43



Marilyn Manson, Mazda Palace, Mailand, 7. Juni 2005.



Tom Jones, Wembley Arena, London, 28. Oktober 2006.

44 2. MUSIK UND IHRE WIRKUNG: WAS IST MUSIK?

2.5 Wie kann man sich mit Musik auseinandersetzen?

Mit Musik kann man sich sowohl passiv als auch aktiv auseinandersetzen. Mit der aktiven Auseinandersetzung wäre hier gemeint, selbst in die Musik eingreifen, selber Musik machen, sei es durch ein Instrument selber Stücke komponieren oder nachspielen bzw. auch bereits bestehende Musikstücke miteinander vermischen wie zum Beispiel DJs dieses tun. Musik kann aber auch Anlass intellektueller Auseinandersetzung sein. Es gibt sicherlich Menschen, die Stücke nicht nur hören wollen, sondern denen es Spaß macht Musikstücke zu analysieren. Analysieren würde zum Beispiel bedeuten, sich mit dem Aufbau des Stückes auseinandersetzen, mit Orchester oder Dirigenten, lyrischen Sätzen. So kann Musik zu einem Wissenshobby werden, bei dem das primäre Hören nicht mehr im Vordergrund steht, sondern auch der Hintergrund des Stückes zu einem wichtigen Teil des Musikkonsums gehört, bzw. die Auseinandersetzung und der Austausch mit anderen Personen.

Die Frage, wie man sich mit Musik auseinandersetzen kann, hängt eng mit dem Punkt zusammen, was Musik bei Menschen bewirkt. Kennt man die Wirkung, die Musik auf die eigene Person hat, so kann man diese gezielt anwenden, sich gezielt mit Musik auseinandersetzen um eine bestimmte Wirkung zu erzielen. Wie schon erwähnt, beeinflusst Musik unsere Motivation, unsere Bereitschaft zu Handeln. So kann man gezielt Musik nutzen, um sich auf bestimmte Situationen vorzubereiten. Ruhige Musik hören, um sich zu entspannen oder zum Beispiel Rockmusik (wenn diese denn die eigene Motivationsbereitschaft fördert), um die Aufmerksamkeit zu steigern. Genauso kann man Musik einsetzen, um aus dem Alltag zu flüchten. Musik schafft es eine Scheinwelt aufzubauen, welche im Gegensatz zur realen Welt steht und uns Möglichkeit zum Träumen bietet.¹

¹ Funktionen von Musik in der modernen Industriegesellschaft: Eine Untersuchung zwischen Empirie und Theorie

2. MUSIK UND IHRE WIRKUNG: WAS IST MUSIK? 45

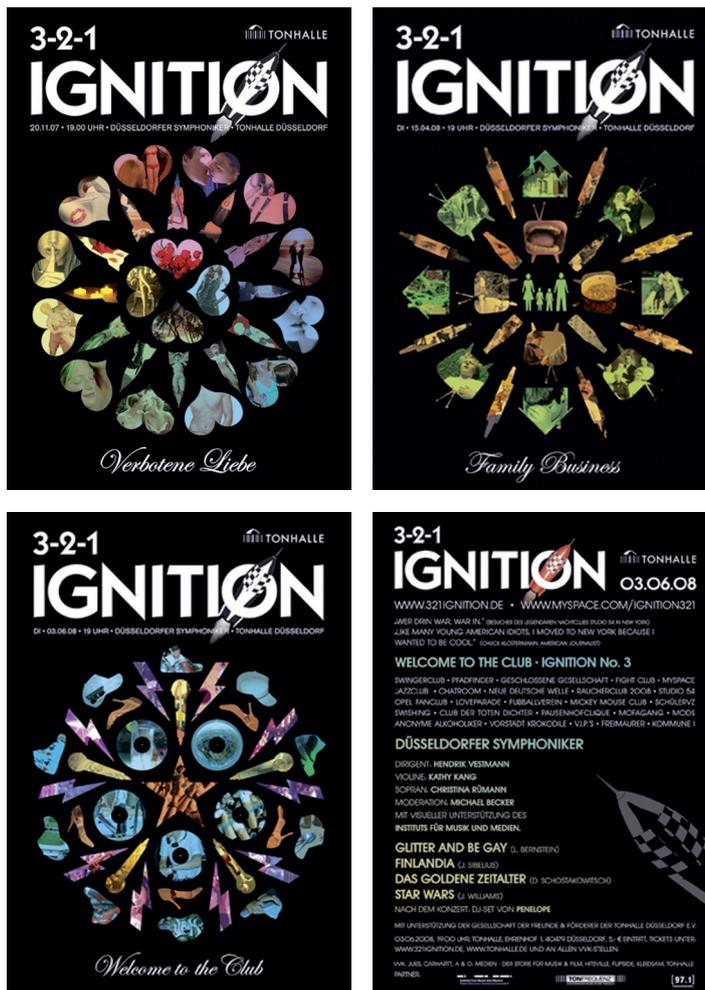
Musik ist aber auch ein gesellschaftliches Ereignis, welches gemeinsame Interessen und Ausdruck von Lebenswelten, wie zum Beispiel der Oper, ist. Ein sehr schönes Konzept für junge Menschen, sich mit klassischer Musik auseinanderzusetzen, bietet die Tonhalle in Düsseldorf mit ihrer Reihe „3-2-1 IGNITION“.

„Wenn Jugendliche eins nicht wollen, ist das von Erwachsenen erzählt zu bekommen, wo es lang geht. Also bitte: Keine Kinderkonzerte und erst recht keine Familienkonzerte für junge Menschen. Ignition ist der Tonhallen-Weg für Jugendkonzerte: Ohne Zwangsbeglückung, entspannt, spannend und immer wieder neu. Symphonisch ist ja soviel intensiver...“²

Die Reihe „3-2-1 IGNITION“ ist ein Beispiel dafür, dass sich auch junge Menschen gerne mit vielleicht fremden oder vorerst scheinbar nicht auf Anhieb interessanten Musikrichtungen auseinandersetzen, wenn die Rahmenbedingungen attraktiv gestaltet sind.

¹ <http://www.tonhalle.de/programm/ignition>, Infos: www.321ignition.de

46 2. MUSIK UND IHRE WIRKUNG: WAS IST MUSIK?



Programm: „3-2-1 IGNITION“, WELCOME TO THE CLUB, Williams, Star Wars - Main Title / Sarasate, Zigeunerweisen op. 20 / Schostakowitsch, Adagio aus dem Ballett „Das goldene Zeitalter“ op. 22 / Bernstein, Glitter and Be Gay (Candide) / Wagner, Ouvertüre zu „Die Meistersinger von Nürnberg“ / Mozart, Der Hölle Rache kocht in meinem Herzen (Arie der Königin der Nacht aus „Die Zauberflöte“ KV 620) / Sibelius, Finlandia op. 26¹

1 <http://www.tonhalle.de/programm/ignition>, Infos: www.321ignition.de

2. MUSIK UND IHRE WIRKUNG: WAS IST MUSIK? 47

48 3.KÜNSTLERBIOGRAPHIEN



3. Künstlerbiographien

Klassische Biographien findet man meist in Form eines Buches. Diese beinhalten im besten Fall den chronologischen Werdegang eines Künstlers, künstlerische Orientierung, seine musikalische Entwicklung und Hintergründe, die Diskographie bzw. Filmographie und einige Fotos. Im Fall Bob Dylan gibt es sogar eine Biographie aus der Reihe Reclam. Desweiteren hielt ein Fotograf sein Leben in einem bestimmten Zeitabschnitt fest.

Im Internet lassen sich ebenfalls Biographien von Künstlern finden. Zum einen gibt es dies auf der offiziellen Homepage des Künstlers, wenn er denn eine hat, oder Kurzbiographien auf den Seiten der Plattenfirma, bei der der Künstler unter Vertrag steht. Diese Informationen fallen zumeist aber recht dürftig aus. Mehr Interesse möglichst viel über den Künstler zu kommunizieren gibt es auf einigen Fanseiten. Auf diesen Seiten findet man neben den üblichen Information auch aktuelle Nachrichten über den Künstler, z.B. an was sie gerade arbeiten, für welche Themen sie sich aktuell engagieren bzw. aktuelle Auftritte.

3.1 Kritik an den üblichen Künstlerbiographien

Eine übliche Künstlerbiographie in Form eines Buches ist im besten Fall so informativ, dass man nachher das Gefühl hat, das Werk des Künstlers, dessen Motivation zu kennen und auch parallel einige schöne Fotos dazu betrachten konnte. Schade ist allerdings, wenn man sich mit einer solchen Biographie auseinandersetzt, dass man nicht parallel auf Songs des Künstlers, Videos oder anderes Audiomaterial zurückgreifen kann. Ein Buch ist ein analoges Medium, welches die Musik selber und die Stimmung der Musik nicht kommunizieren kann.

Generell besteht heute ein großes Interesse an digitalen Medien. Gerade die junge Generation setzt sich vermehrt hiermit auseinander. Gäbe es vielleicht auch Biographien oder Künstlerportraits oder generell gesagt Informationen über Künstler in digitaler Form, wäre das Interesse auch bei jüngeren Menschen stärker, sich mit den Künstlern auseinanderzusetzen und nicht „nur“ deren Musik zu konsumieren.

Kleines Resümee

Musik ist eine universelle Sprache, die auch über Kontinente hinweg funktioniert und vor allem verbindet. Musik beeinflusst unser Leben auf eine eher unbewusste Weise und kann dadurch unser Handeln bestimmen. Es gibt viele Möglichkeiten sich mit Musik auseinanderzusetzen, und meist beschäftigt man sich mit Musik, welche einem bekannt ist und welche man mag. Es gibt aber auch Konzepte, die den Menschen Musik näher bringen, mit welcher sie sich im Alltag nicht beschäftigen. Wichtig ist, wie man an die Menschen herantritt, um deren Interesse zu wecken. Schafft man auf eine neue und interessante Weise zu begeistern, ist auch der Konsument bereit, sich auf unbekannte Wege einzulassen.

52 4.STREETART



4. Was ist Street-Art?

Der Begriff Street-Art hat seinen Ursprung in den USA. Er bezieht sich heute hauptsächlich auf den Bereich der Bildenden Kunst im öffentlichen Raum und beinhaltet sowohl die offizielle als auch die inoffizielle Form dieser Kunst. Street-Art vereint verschiedene künstlerische Ansätze und Motivationen und auch verschiedene Techniken, wie z.B. Schablonen, Malerei, Collagen, Zeichnungen, Animationen oder Skulpturen. Die Straße dient als große Galerie für die Künstler und jeder wird Zuschauer dieser Kunst.¹ Daher äußern sich viele Street-Art Künstler nicht nur rein ästhetisch, sondern geben durch ihre Kunst auch oft ein politisches und sozialkritisches Statement ab. In Deutschland führen die Anfänge der Street-Art vor allem auf die Münchner Graffiti Künstler der 1980er Jahre zurück, welche ihre Botschaften auf klebende Etiketten schrieben, die sie in der Stadt anbrachten. Prinzipiell kann jeder Untergrund denkbar für die Street-Art sein, so z.B. Wände, Stromkästen, Laternen, Verkehrsschilder, Bürgersteige, Bäume etc. So wird oft ein schon vorhandenes Objekt im öffentlichen Raum durch die Street-Art in einem neuen Kontext gestellt bzw. sinnentfremdet. Zum größten Teil arbeiten die Künstler unter einem Pseudonym, da Street-Art immer noch illegal ist – auch wenn es inzwischen in der traditionellen Kunstszene angenommen ist und steigendes wissenschaftliches und kunsthistorisches Interesse auf sich zieht. Breite Teile der Öffentlichkeit betrachten Formen der Street-Art jedoch eher als Vandalismus und nicht als eine Form der Kunst.

¹ <http://www.graffitieuropa.org/streetart.htm>

54 4. STREETART

Der Franzose Gérard Zlotykamien war der erste Künstler, der den öffentlichen Raum im Sinne der heutigen Street-Art für sich nutzte und wird somit als Urvater betrachtet.¹ Von Paris aus vergrößerte sich die Bewegung der Schablonensprüher, die im Unterschied zu den „normalen“ Sprayern/Writern verstärkt als Kunstform betrachtet wurde. Diese Figuren/Schablonen, auch „Stencils“ genannt, sind meist mit Bedacht ins Stadtbild integriert, und vermitteln eine klare Botschaft. Dies ist somit auch das wichtigste Qualitätsmerkmal von Street-Art und langfristig auch der Grund, dass die Akzeptanz dieser Straßenkunst so groß wurde.

Inzwischen wird Street-Art auch von Unternehmen sowohl in ihrem Stil als auch in ihrer Platzierung als eine Form der Werbung aufgegriffen, um ihren Produkten ein jugendkulturelles Image zu geben. Die Marke Nike machte zum Beispiel durch wildplakatierte Werbeaufkleber und Wandmalereien auf sich aufmerksam, welche im ersten Augenblick nicht als kommerzielle Werbung wahrgenommen wurden. Diese Form der kommerziellen Werbung stößt allerdings eher auf negative Kritik, da Street-Art in seinem Ursprung vor allem als Kritik und Kampf gegen den Kapitalismus und der Konsumgesellschaft verstanden wird.²

Wieso ist nun Street-Art bei vielen inzwischen so beliebt? Street-Art ist für die meisten Betrachter leichter zugänglich als das, was die meisten Menschen unter Graffiti verstehen. Street-Art beinhaltet vor allem figurative, comichafte Elemente, oder auch Elemente aus der Pop Art. Außerdem transportiert diese im besten Fall einen klaren Gedanken, kritisiert einen gesellschaftlichen Mißstand. Graffiti dagegen ist urbane Kalligraphie, die zumeist schlecht visualisiert ist. Das Problem, kaum jemand versteht diese Kalligraphie, weshalb auch die wenigsten einen Zugang hierzu finden.³

¹ <http://de.wikipedia.org/wiki/Streetart>

² <http://www.graffitieuropa.org/streetart.htm>

³ Auszug, Interview mit dem Kurator der Berliner Ausstellung Backjumps, <http://zuender.zeit.de>

4.1 Best of Street-Art



Alias, ein bekannter Street-Art Künstler aus Deutschland, dessen Arbeiten vor allem in Berlin zu finden sind. Seine Arbeiten sind sehr detailgetreu und aufwändig gemacht und üben meist gesellschaftliche Kritik aus. <http://www.flickr.com>



Der sozialkritische argentinische Künstler Blu ist vor allem durch großflächige Arbeiten an Hauswänden (Murals) und seine Stopmotion Filme u.a. MUTO sehr bekannt! <http://www.blublu.org/>



Obey Giant aka Shepard Fairey ist wohl einer der bekanntesten Street-Art Künstler der Welt, der zuletzt wieder durch seine Wahlplakate für Obama auf sich aufmerksam gemacht hat. <http://obeygiant.com/>

1 <http://farbwolke.de/top-10-streetartists/>

56 4.STREETART



Banksy, der wohl derzeit bekannteste Street-Art Künstler stammt aus Großbritannien. Er ist weltweit vor allem mit seinen Schablonengraffiti und Installationen sehr aktiv und bekannt. Seinen Arbeiten liegen meist politische und wirtschaftliche Themen zugrunde. <http://www.banksy.co.uk/>



C215 ist ein aus Frankreich stammender Künstler, der auf der ganzen Welt aktiv die Straßen bemalt. Seine Schablonenkunst ist sehr komplex!
<http://www.flickr.com/people/c215/>



SpY, ein spanischer Street-Art Künstler, der als zweiter Banksy betitelt wird. Seine Arbeiten sind meist Erweiterungen urbaner Elemente. Er arbeitet zum Teil auch mit schweren Materialien, die er baut und dann anbringt.² <http://www.spy.org.es/>



Blek Le Rat ist ebenso bekannt wie Banksy. Der Franzose Xavier Prou gilt als Urvater der Stencil Kunst obwohl bereits vor ihm andere diese Technik nutzten. <http://bleklerat.free.fr/>

1 <http://farbwolke.de/top-10-streetartists/>

2 <http://streetart.berlinpiraten.de/spy-streetart-aus-spanien/>

58 5. EIN EXKURS IN DIE SYNÄSTHETISCHE WAHRNEHMUNG



5. Ein Exkurs in die synästhetische Wahrnehmung

Synästhesie ist eine Erscheinung der „Vermischung der Sinne“. Das Wort Synästhesie leitet sich von den altgriechischen Wörtern für „Wahrnehmen und Empfinden“ aisthesis und syn (= Einheit, zusammen) ab.¹ Bei der Stimulation eines Reizes, beispielsweise des Hörens oder des Riechens, kommt es zu einer Vermischung mit einer anderen Sinneswahrnehmung, zum Beispiel dem Sehen von Farben oder von geometrischen Figuren. Häufigste Form ist das „farbige Hören“ („Audition colorée“, „coloured hearing“). Hierbei führen Geräusche, Musik, Stimmen, ausgesprochene Buchstaben und Zahlen typischer Weise zur Wahrnehmung bewegter Farben und Formen, die in die Aussenwelt bzw. auch in das Kopffinnere projiziert werden. Meist erscheinen vorbeilaufende farbige Strukturen, Kugeln oder langgestreckte vorüberziehende dreidimensionale Gebilde mit charakteristischen Oberflächen auf einem „inneren Monitor“.

¹ Wenn Töne Farben haben, Synästhesie in Wissenschaft und Kunst

60 5. EIN EXKURS IN DIE SYNÄSTHETISCHE WAHRNEHMUNG

Die synästhetische Wahrnehmung ist für Menschen, die so etwas nicht kennen, meist schwer vorstellbar. Am ehesten vergleichen kann man die Synästhesie mit einer Assoziation, wobei die Assoziation z.B. zu einem gegebenen Wort immer gleich sein müsste - auch über Jahre hinweg. Die gleichen Reize rufen also bei Synästhetikern immer die gleichen Farben, Bilder, Formen oder Oberflächen hervor.

Menschen, die Gerüche als Farben wahrnehmen können oder die bei Wörtern Geschmacksempfindungen haben, sind besonders selten. Die am häufigsten vorkommende Synästhesie ist die Ton-Farben-Synästhesie. Hierbei löst nicht nur das Gehörte, sondern ebenso das Gelesene oder auch Gedachte Wort, ein Buchstabe oder eine Zahl ein damit fest verbundenes synästhetisches Farberlebnis oder Erlebnis geformter Farbe aus.

Ein Bericht eines Synästhetikers: „Wenn ich Musik höre, dann nehme ich das farblich und räumlich wahr. Auch Zahlen nehme ich räumlich wahr, aber nicht in diesen Funktionen, die sie haben, als 3er-Pack oder 4er-Pack, sondern das sind Treppen oder Fluchten, die sich entwickeln, Dimensionen, die sich entwickeln. ... Dies war bei mir schon als Kind so, es ist eine Konstante meines Lebens ... überstark war es in der Pubertät.“

Eine Übereinstimmung von Wahrnehmungen auch bei der gleichen Form der Synästhesie bei verschiedenen Personen ist jedoch gering. Wie häufig eine solche synästhetische Wahrnehmung in der Bevölkerung ist, ist unklar. Nach Untersuchungen von Baron-Cohen et al. (1996) ist eine Person unter 2000 Menschen betroffen. Richard E. Cytowic geht hingegen von einer viel geringeren Häufigkeit (1:25 000) aus (Cytowic 1989). Die Differenz der beiden Untersuchungsergebnisse mag zum einen daher kommen, dass zwischen den Untersuchungen einige Jahre liegen, aber auch ist fraglich welche Formen/Randgruppen in diese Studien mit aufgenommen wurden oder werden sollen.¹

¹ Das Leben mit verknüpften Sinnen; Emrich, Schneider, Zedler

Laut Cytowic ist Synästhetische Wahrnehmung folgendermaßen definiert:

- :: unwillentlich (spontan) und durch Reize ausgelöst
- :: projiziert
- :: dauerhaft
- :: gut erinnerbar
- :: emotionell¹

5.1 Verschiedene Arten von Synästhesie und wie Synästhetiker wahrnehmen

Es gibt verschiedene Arten der Synästhesie und nicht jeder Synästhetiker erfährt jede Art der Synästhesie. Die wahrgenommenen Synästhesien sind individuell verschieden und treten verschieden häufig auf. Man unterscheidet in sensorische und kognitive Synästhesie.

Sensorische Synästhesie bedeutet, dass es bei der Stimulation eines Sinnes unwillkürlich zu einer gleichzeitigen synästhetischen Empfindung kommt. Beispielsweise führt der Klang eines Instrumentes zu einer Farbwahrnehmung. Kognitive Synästhesie beschreibt das Prinzip der Zuordnung. Zahlen oder Buchstaben beispielsweise werden bestimmten Farben zugeordnet. A ist pink, B ist grün, C ist gelb ... usw.²

Die häufigste Form der Synästhesie ist das Farbenhören. Das bedeutet die Wahrnehmung eines Farbempfinden beim Hören von Tönen und Geräuschen. Diese Wahrnehmung tritt wie jede Synästhesieform unwillkürlich auf und zeigt für jede Person individuelle Formen, welche aber während des gesamten Lebens konstant bleiben und vom Kontext der Wahrnehmung (Situation) unabhängig sind. Eine absolute Kopplung von Farbwahrnehmungen an bestimmte Töne oder Geräusche ist vergleichbar mit der Fähigkeit des absoluten musikalischen Gehörs. Auch bei der häufigsten Form der Synästhesie weist jeder Synästhetiker sein eigenes Zuordnungsschema auf, welches nicht nur auf die unterschiedlichen Farben bezogen ist, sondern auch auf die unter-

¹ Robert-Schumann-Hochschule Düsseldorf, hrsg. Volker Kalisch

² <http://de.wikipedia.org/wiki/Syn%C3%A4sthesie>

62 5.EIN EXKURS IN DIE SYNÄSTHETISCHE WAHRNEHMUNG

schiedlichen Aspekte der Wahrnehmung. Akustische Farbwahrnehmung kann auch oft einherkommen mit einer ausgeprägten Wahrnehmung von Formen.¹

Weitere Formen der Synästhesie kurz erläutert:

:: Schmerzen sehen

Sie werden farbig und teilweise speziell geformt gesehen. Verschiedene Farben stehen hierbei für verschiedenartige Schmerzen, z.B. Hellblau für Zahnschmerzen, eine dunkle Farbe für dumpfen Schmerz.

:: Personen Aura

Eine farbige oder speziell geformte Aura wird um eine Person gesehen. Die Farbe der Aura hat mit Stimmung der Person zutun.

:: Zahlen und Zeitvorstellung

Es gibt Synästhetiker, die eine bestimmte räumliche Vorstellung von Zeit haben. Beispielsweise Farbigkeit und Form für Stunden, Tage, Wochen, Monate und Jahre. Auch eine räumliche Vorstellung des Zahlensystems ist möglich.

¹ Robert-Schumann-Hochschule Düsseldorf, hrsg. Volker Kalisch

5.EIN EXKURS IN DIE SYNÄSTHETISCHE WAHRNEHMUNG 63

:: Schmecken und riechen

Wörter oder Buchstaben werden geschmeckt oder geruchlich wahrgenommen. Am häufigsten wird der Geschmack von Süßigkeiten, Obst, Gemüse oder Fleisch wahrgenommen. Auch Musik oder Geräusche können geschmeckt werden oder mit dem Geruchssinn wahrgenommen werden.

:: Hören

Es gibt Synästhetiker, die Schmerzen hören können. Der wahrgenommene Ton z. B. ändert sich nach Art und Stärke des Schmerzes.

:: Fühlen

Geschmack kann von einigen Synästhetikern als Form gefühlt werden, welche aber nichts mit der eigentlichen Form des Essens zu tun haben muss.

64 5. EIN EXKURS IN DIE SYNÄSTHETISCHE WAHRNEHMUNG

5.2 Was ist Wahrnehmung

Da es sich bei synästhetischem Empfinden um eine Wahrnehmung handelt wird hier kurz auf das Thema eingegangen. Folgend zwei Definitionen:

„Wahrnehmung bezeichnet im Allgemeinen den Vorgang der bewussten Aufnahme von Informationen eines Lebewesens über seine Sinne. Auch die aufgenommenen und ausgewerteten Informationen selbst werden gelegentlich als Wahrnehmung (oder Perzepte) genannt. Die Fähigkeit zur Sinneswahrnehmung (Perzeption) kann bewusst durch Aufmerksamkeit gesteigert werden.“¹

„[Wahrnehmung ist ein] psychophysischer Prozess, in dessen Verlauf ein Organismus aufgrund von äußeren und inneren Reizen eine anschauliche Repräsentation der Umwelt und des eigenen Körpers erarbeitet.“²

Man unterscheidet folgende Sinneswahrnehmungen bei Menschen

Bewusst empfundene Wahrnehmungen

- :: Visuelle Wahrnehmung (Gesichtssinn, Sehen)
- :: Auditive Wahrnehmung (akustische Wahrnehmung, Hören)
- :: Haptische Wahrnehmung, Sensibilität (Tastsinn, Fühlen)
- :: Olfaktorische Wahrnehmung (Geruch)
- :: Gustatorische Wahrnehmung (Geschmack)

Häufig unbewusst empfundene Wahrnehmungen

- :: Vestibuläre Wahrnehmung (Gleichgewichtssinn)
- :: Trigeminaler Wahrnehmung (Taktile Wahrnehmung im Gesicht, beispielsweise Wind)

Die Zeitwahrnehmung ist gesondert als eine Form der Wahrnehmung zu betrachten, welche nicht direkt mit den fünf menschlichen Sinnen zusammenhängt.

¹ <http://de.wikipedia.org/wiki/Wahrnehmung>

² Brockhaus 2002-2006, Der Brockhaus: in 15 Bänden

Zeit ist als eine abstrakte aber reale Eigenschaft der Umwelt zu sehen. Zeitwahrnehmung entsteht erst durch kognitive Vorgänge und unterscheidet sich in zwei Formen der Wahrnehmung. Die Wahrnehmung der zeitlichen Folge (Sequenz) und die Wahrnehmung von Zeitintervallen.¹

5.3 Der Vorgang des Wahrnehmens

Wahrnehmung ist keine passive Wiedergabe der Wirklichkeit, sondern ein aktiver Prozess, bei dem Kontexte eine große Rolle spielen. Modellhaft lässt sich der Wahrnehmungsvorgang in drei Stufen² untergliedern.

1. Sensorisches Empfinden – Übermittlung von Reizen

„Physikalische Energie wie Licht oder Schallwellen wird umgewandelt in neurale Aktivität von Gehirnzellen, in der Informationen über die Art der Stimulation der Rezeptororgane verschlüsselt sind.“³

2. Wahrnehmen im engeren Sinne

Der äußere Reiz wird in ein erlebtes Perzept (Wahrnehmung) umgewandelt.

„Diese innere Repräsentation liefert eine Art Arbeitsbeschreibung der äußeren Umwelt des Beobachters. Informationen untergeordneter Rezeptoren werden durch übergeordnete Gehirnprozesse organisiert und modifiziert, so dass Eigenschaften und Bestandteile der Reize in erkennbare Muster und Formen umgewandelt werden. In dieser Stufe wirken (vor allem bei visueller Wahrnehmung) Organisationsprozesse.“³

3. Klassifikation

Die Klassifikation fügt zur Wahrnehmung den Begriff, die Fakten und ihre Bedeutung hinzu. Dabei werden die Eigenschaften der wahrgenommenen Gegenstände in vertraute Kategorien eingeordnet und erhalten so ihre Funktion.

1 <http://de.wikipedia.org/wiki/Wahrnehmung>

2 Wahrnehmungsmodell nach Gerhard Igl

3 http://www.goethezeitportal.de/index.php?id=intermedialitaet_wahrnehmung

66 5. EIN EXKURS IN DIE SYNÄSTHETISCHE WAHRNEHMUNG

Die drei Prozesse laufen automatisch ab und sind eng miteinander verbunden.

5.4 Kontextabhängigkeit und Einfluss der Erfahrung

Objekte werden immer im Kontext von ihrer Umgebung wahrgenommen, so dass der Kontext Einfluss auf Bedeutung oder Funktion des Wahrgenommenen hat. Die Abhängigkeit des Kontextes wird deutlich, wenn man ein Objekt aus seinem gewohnten Kontext in einen atypischen setzt. Diese Szene würde direkt gesteigerte Aufmerksamkeit des Betrachters mit sich führen. Ein Beispiel: Ein Schiff liegt im Hafenbecken im Wasser, ein Schiff, welches auf einer Wiese steht wird mehr Beachtung finden. Bei sich widersprechenden Informationen, die verarbeitet werden müssen, greift das Gehirn auf die wahrscheinlichste Interpretation durch Vergleichen mit bereits erlernten Erfahrungen zurück.

5.5 Veränderungen der Wahrnehmung

Wahrnehmung kann durch verschiedene, hier kurz erläuterte Einflüsse verändert werden.

Drogen, wie zum Beispiel Alkohol oder Halluzinogene (bewusstseinsweiternde Drogen) beeinflussen die Wahrnehmung auf physiologischer Ebene. Alkohol führt eher zu starkem Nachlassen der Leistungsfähigkeit, während Halluzinogene subtilere Veränderungen hervorrufen: Halluzinationen, Reize werden evtl. falsch kombiniert.

Lernprozesse. Unsere Wahrnehmung ist zu einem großen Teil erlernt und sehr anpassungsfähig. Ein Beispiel hierfür: Blinde Menschen können lernen, Hindernisse durch die Reflexion von Schallwellen zu orten.

Gelerntes Wissen wird zu Wissen. Ein Beispiel: Wenn ich es gelernt habe, kann ich, bei einer bestimmten Bewegung des Barometers wahrnehmen, dass sich das Wetter ändert.

Technische Geräte. Beispielsweise sollen Brillen, Kontaktlinsen oder Hörgeräte die normale Funktionsweise der geschädigten Sinnesorgane wieder herstellen. Ferngläser, Lupen oder auch Nachtsichtgeräte ermöglichen uns eine erweiterte Wahrnehmung und ermöglichen uns eine Wahrnehmung, welche sonst in dieser Form nicht möglich wäre.

Meditation. Meditationstechniken zielen auf eine Schärfung der Wahrnehmung ab. Durch die gesteigerte Konzentration und erhöhte Aufmerksamkeit werden Reize stärker oder überhaupt wahrgenommen, die sonst unbewusst oder unbeachtet bleiben.

Sensorische Deprivation. Werden einem Menschen über einen bestimmten Zeitraum z.B. durch Einzelhaft sowohl optische wie auch akustische Reize entzogen, kann es zu Wahrnehmungsverarbeitungsstörungen kommen. Dies kann u.a. zu schweren Halluzinationen führen.¹

5.6 Synästhesie in der Kunst

Geschichte der Synästhesie und ihre Bedeutung in der Kunst

In der Medizin ist der Begriff der Synästhesie bereits seit mehr als 300 Jahren bekannt. Insbesondere in den Jahren 1860 bis 1930 wurde das Phänomen Synästhesie reichlich untersucht und diskutiert. John Locke, englischer Philosoph, beschrieb 1690 in seinem Aufsatz „Essay concerning human understanding“ einen Blinden, welcher den Klang einer Trompete mit der Farbe Purpur verglich. Lange Zeit war das Phänomen in Vergessenheit geraten, bis sich in den 80er Jahren Richard E. Cytowic, amerikanischer Neuropsychologe, dem Thema annahm. Synästhesie tauchte in den

¹ <http://de.wikipedia.org/wiki/Wahrnehmung>

68 5. EIN EXKURS IN DIE SYNÄSTHETISCHE WAHRNEHMUNG

verschiedensten Bereichen wie Musik, Kunst, Literatur, Linguistik und Naturphilosophie auf und erregte das Interesse der Öffentlichkeit.

Mitte des vergangenen Jahrhunderts hatte die Synästhesie einen starken Einfluss auf die damalige Kunstszene. Charles Baudelaire (1821 - 1867), Dichter, Essayist und Kunstkritiker, hat in seinen Gedichten die Entsprechung von Tönen, Gerüchen und Farben bewusst eingesetzt. Sein Gedanke war, dass Sinne ineinander übersetzt werden können. Sinneseindrücke wie z.B. Riechen und Hören hätten durchaus auch ihre Entsprechung in anderen Sinnesqualitäten. Zu dem Zeitpunkt der Gedichte Charles Baudelaire waren Konzerte äußerst beliebt, bei denen Musik von Licht begleitet wurde. Sogenannte Lichtorgeln standen in direkter Verbindung zur Musik und sollten dem Betrachter die Verschmelzung zweier Sinne, Hören und Sehen, erlebbar machen. Alexander Skrjabin (1872 - 1915) komponierte 1910 eine Synästhesie Symphonie „Prometheus“ bei der auch eine Lichtorgel zum Einsatz gebracht wurde.¹

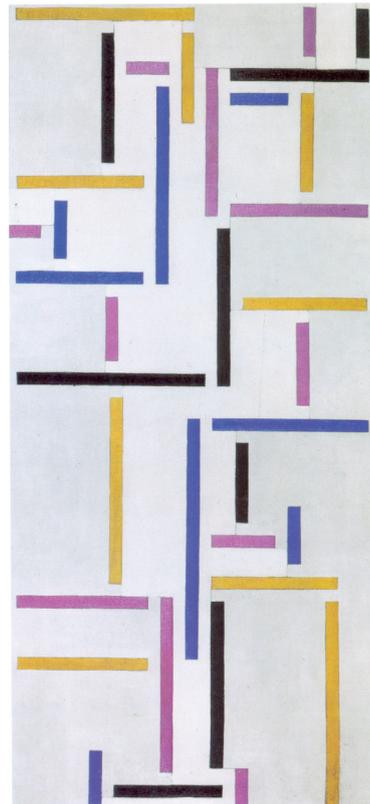
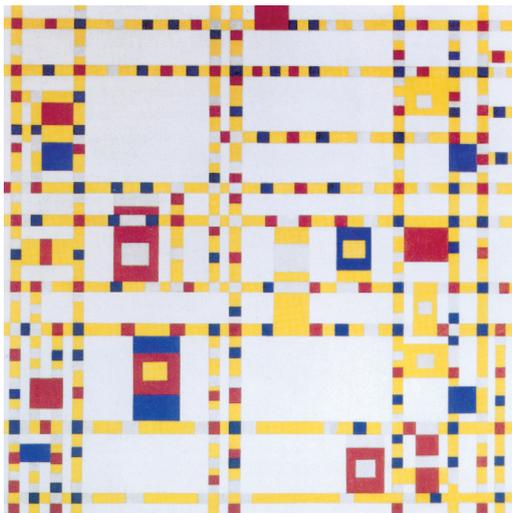
Bis Ende des 19. Jhd. bildete die Visualisierung von Musik und Geräuschen eher die Ausnahme. Aufgrund der Befreiung der Malerei vom Gegenständlichen hin zum abstrakten Bild kommt es zu einer Masse von Bildern, die Geräuschphänomene auf visuellem Wege nachempfindbar machen sollen.² Hierzu gab es im Jahr 1985 in der Stuttgarter Staatsgalerie eine wohl sehr ausdrucksvolle Ausstellung unter dem Namen „Vom Klang der Bilder“. Beispielsweise Wassily Kandinskys (1866 - 1944) Streben nach vollkommener Abstraktion war der Versuch seinen Bildern eine synästhetische Dimension zu verleihen. Er beabsichtigte mit seinen abstrakten Werken, dass die Bilder beim Betrachter Klänge suggerieren.³ Folgend eine Auswahl an Abbildungen aus dem Katalog der Ausstellung.

Moritz von Schwind (1804 - 1871), Die Katzensymphonie (Le Chat Noir), 1868, Feder und Pinsel in Dunkelbraun über Bleistift, Feder in Hellbraun (Notenlinien) auf beigefarbenen Papier, 31,7 x 21,5 cm, Staatliche Kunsthalle Karlsruhe, Kupferstichkabinett⁴

1 Das Leben mit verknüpften Sinnen; Emrich, Schneider, Zedle
2 Wenn Töne Farben haben, Synästhesie in Wissenschaft und Kunst
3 Vom Klang der Bilder, Karin v. Maur
4 Vom Klang der Bilder, Karin v. Maur



70 5. EIN EXKURS IN DIE SYNÄSTHETISCHE WAHRNEHMUNG

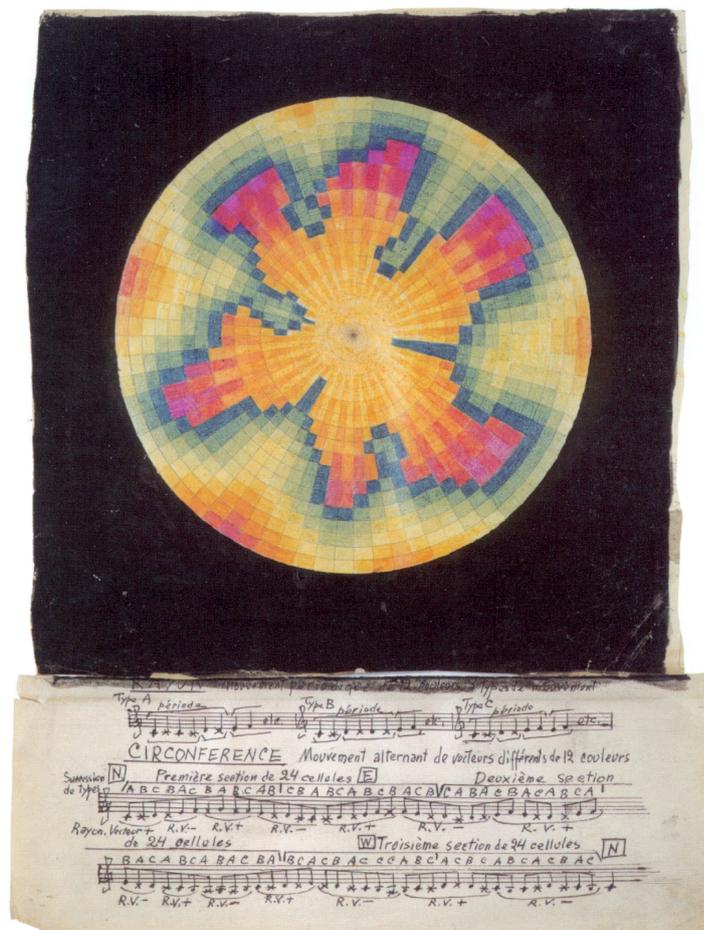


links oben: Piet Mondrian (1872 – 1944), Broadway Boogie-Woogie, 1942 – 43, Öl auf Leinwand, 127 x 127 cm, The Museum of Modern Art, New York¹

links unten: Wassily Kandinski (1866 – 1944), Impressionen III (Konzert), 1911 Öl auf Leinwand, 77,5 x 100 cm, Städtische Galerie im Lenbachhaus, München¹

rechts: Theo van Doesburg, Rhythmus eines russischen Tanzes; 1918, Öl auf Leinwand, 135,9 x 61,6 cm, The Museum of Modern Art, New York¹

¹ Vom Klang der Bilder, Karin v. Maur



Ivan Wyschnegradsky (1893 - 1979), Projekt eines Lichttempels, Entwurf einer Farbanordnung für das Kuppel-Lichtspiel mit zugehöriger Partiturstelle, (1943 - 44), Farbstift, Aquarell und Tuschfeder auf Papier, 32 x 24,5 cm, Privatsammlung¹

72 6.KONZEPTION: IDEE UND ZIEL



6. Konzeption: Idee und Ziel

Eine kurze Zusammenfassung zur momentanen Situation der Musikindustrie.

Einer der bedeutendsten Teile deutscher Kulturindustrie ist mit 1,706 Milliarden Euro die Musikindustrie. Musik stellt ein emotionales und heterogenes Gut da und ist ein global agierender Wirtschaftszweig geworden.

Die Musikindustrie, das sind die marktdominierenden Unternehmen (Major-Labels) wie Universal Music Group (UMG), Sony Bertelsmann Music Group (Sony BMG), Electric & Musical Industries (EMI Group) und Warner Music Group (WMG). Während die Warner Music Group und Electric & Musical Industries an der Börse notierte, reine Musikunternehmen sind, sind Sony BMG und UMG Bestandteile eines Medienkonzerns. Fast 80 Prozent des Umsatzes des Marktsegments Tonträger werden durch diese vier Major Labels generiert. Die restlichen 20% teilen sich die kleineren, unabhängigen Labels.¹ Im internationalen Vergleich liegt der deutsche Tonträgermarkt an vierter Stelle hinter England, Japan und den USA. Sein Marktanteil entspricht 7 Prozent. Noch steht der analoge Tonträgermarkt im Zentrum der Musikindustrie, doch der Trend des digitalen Musikkonsums zeichnet sich durch die zunehmende Digitalisierung und den Aufbau kostenpflichtiger Musikdienste im Internet ab. Dieses wird am kontinuierlichen Absatzrückgang der Tonträger im deutschen Markt bereits deutlich. 2000 waren es noch 282,7 Millionen verkaufte Tonträger, 2007 bereits nur noch 230,4 Millionen. Aktuell liegt das Marktvolumen der CD bei 148,6 Millionen Stück, was einen leichten Rückgang von 0,6% zum Vorjahr verdeutlicht. Die CD bildet damit aber immer noch das stärkste Absatzsegment.

¹ ms_branchendaten_jahreswirtschaftsbericht_2007_02

74 6. KONZEPTION: IDEE UND ZIEL

Das größte Marktpotential für die Musikindustrie liegt jedoch im digitalen Musikvertrieb. Zunächst war das Musikdateiformat MP3 eine starke Konkurrenz zu den klassischen Tonträgern. Das Bedürfnis der Konsumenten nach digitaler Musik, stellt jedoch auch eine Chance für die Musikindustrie dar, auf Konsumentenbedürfnisse besser einzugehen. Mit Verlauf der Digitalisierung entstehen Chancen noch gezielter auf den Konsumenten einzuwirken und Bedürfnisse zu wecken bzw. neue Produkte rund um den Künstler auf dem Markt anzubieten.

„The record business is turning into a true music entertainment business. We are breaking away from the single product format to a vast range of different and complementary products, all centred around the release of an artist.“

Thomas Hesse, President, Global Digital Business, Sony BMG Music Entertainment¹

Studien und der Blick auf den momentanen Musikmarkt verdeutlichen, dass der Trend in Zukunft in Richtung digitaler Vertrieb von Musik gehen wird. Jedoch fehlt dem Konsumenten der Anreiz hierfür Geld auszugeben bzw. geht der Trend in die Richtung, nicht mehr das komplette Album seines Künstlers zu kaufen, sondern nur noch die favorisierten Songs beispielsweise bei iTunes für nur 0,99 € günstig zu erwerben. Das ist ein großes Problem, da durch den Verkauf der einzelnen Songs insgesamt weniger verdient wird, als durch den Verkauf von ganzen Alben erwirtschaftet werden kann.

Idee und Ziel ist es deshalb ein Format zu entwickeln, welches auf neue innovative Weise zeigt, wie sich ein Künstler präsentieren kann. Dieses soll Anreiz sein, die kreative Leistung des Künstler wieder honorieren zu wollen und sich somit auch gegen den illegalen Vertrieb von Musik stark zu machen.

Dem Konsumenten fehlt die Motivation Geld auszugeben, der Musikindustrie fehlt ein geeignetes zeitgemäßes Produkt, welches den Künstler auf eine neue Art und Weise präsentiert und biografiert.

¹ IFPI Digital Music Report 2008 Revolution Innovation Responsibility

6.1 Konzeptioneller Ansatz

Es entsteht ein Multimediaformat, welches sich inhaltlich mit dem Künstler beschäftigt. Es gibt Einblick in die Lebenswelten eines Künstlers und setzt sich bildnerisch und kritisch mit dem Werk des Künstlers, der Musik, auseinander. Es gibt dem Konsumenten die Möglichkeit, sich mit einem musikalischen Genre auseinanderzusetzen und dabei den direkten Bezug zur Musik und somit dem Ausdruck des Künstlers zu erleben.

Im Wesentlichen bietet das Format für den Künstler eine bessere Verbindung zu seinem Publikum und für den Konsumenten einen inhaltlichen und emotionalen Mehrwert beim legalen Kauf von Musik. Für die Musikindustrie stellt es ein Instrument der Kundenbindung dar.

6.2 Zielgruppe

Die Zielgruppe für dieses Format sind in erster Linie Menschen, die sich für Musik von Künstlern begeistern können, die sich in ihrer Musik kritisch mit bestimmten Themen auseinandersetzen und diese kommunizieren. Die Zielgruppe lässt sich deshalb nicht in eine bestimmte Musikrichtung kategorisieren.

Laut dem Bundesverband der Phonografischen Wirtschaft/GfK ist die Bereitschaft, kostenpflichtig Musik aus dem Internet zu laden, in den Altersgruppen der 20 bis 49-jährigen am größten. Das bedeutet zum einen, dass in dieser Altersgruppe das entsprechende Budget und auch die Bereitschaft vorhanden ist, für Musik Geld zu zahlen. Zum anderen ist diese Altersgruppe offen für neue Dinge und kommt dem digitalen Medium mit großem Interesse entgegen.

76 6.KONZEPTION: IDEE UND ZIEL

Die zuvor beschriebene inhaltliche Ausrichtung und Umsetzung erfordert ein bestimmtes Bildungs- und Abstraktionsvermögen. So richtet sich das Format in erster Linie an intelligente, unkonventionelle, wache Menschen, die vielseitig interessiert und begeisterungsfähig sind. Sie zeigen Verantwortung in ihrem Handeln und haben eine gewisse Affinität zu multimedialen Anwendungen bzw. sind offen für technische Entwicklungen.

6.3 Name

Es handelt sich um ein anspruchsvoll gestaltetes, multimediales Format. Man erhält es als kostenlose Zugabe beim Kauf des ganzen Albums. Neben den üblichen Informationen, wie z.B. Songtexten, enthält es aufwendig produziertes, in Zusammenarbeit mit dem Musiker entstandenes Zusatzmaterial. Dadurch ist das Format durch seine Form, sowie durch seine Inhalte, also im doppelten Sinne als Bonus zu verstehen. Folglich kommuniziert der Name genau dieses: Bonus Booklet.

6.4 Absender

Absender ist im allgemeinen die Musikindustrie, im speziellen die Labels, die die Künstler unter Vertrag haben und natürlich die Künstler selber. Sie brauchen neue innovative Konzepte, welche die Konsumenten wieder dazu veranlassen, für die Musik, die sie herunterladen, auch Geld zu bezahlen. Die Labels müssen bei der Vermarktung ihrer Künstler neue Wege gehen.

6.5 Positionierung

Das Produkt besetzt einen neuen innovativen Zweig im Markt, da es in dieser Form nicht existiert. Es erinnert an uns bekannte Formate, wie zum Beispiel das CD-Booklet oder auch das Plattencover, greift teilweise dessen Funktion auf und positioniert sich neu durch die Interpretation des Künstlers und die Umsetzung im multimedialen Format.

6.6 Vermarktung

Das Produkt wird in Kombination mit einem Album auf der Plattform iTunes zum Kauf angeboten. iTunes ist ein von Apple angebotenes Programm für Mac und PC. Mit iTunes lassen sich digitale Medien wie Songs und Videos verwalten, abspielen und mit iPod, iPhone und Apple TV synchronisieren. iTunes ist ebenfalls ein Store für Unterhaltungsinhalte (z.B. 8 Millionen Songs für 0,99 €), in dem man einfach und schnell online einkaufen kann. Zusätzlich bietet der Store Kinofilme zum Mieten oder Kaufen an, Programme für das iPhone oder den iPod, Hörbücher oder kostenlose Podcast zum Abonnieren.

78 6. KONZEPTION: IDEE UND ZIEL

Die Problematik beim iTunes Store ist allerdings, dass viel mehr Singles als Alben gekauft werden. Wie bereits erwähnt, ist es aufgrund der niedrigen Downloadpreise (von nur 0,99 €) schwer, die Umsatzverluste durch die nicht verkauften Alben zu kompensieren.

Das „Bonus Booklet“ erwirbt man nur beim Kauf eines Albums. Es wird, wie die gesamten Titel des Albums, beim Kauf mit herunter geladen. Denkbar ist dieses Format für anspruchsvolle Künstler.

Aufmerksam gemacht wird auf das Produkt auf Fanseiten, der Internetseite des Plattenlabels bei dem der Künstler unter Vertrag steht und auf der offiziellen Homepage des Künstlers. Auch im iTunes Store selber lässt sich für das neue Format werben. Dies wäre denkbar durch einen Trailer, der für das Produkt wirbt und kurze Ausschnitte aus dem „Bonus Booklet“ präsentiert.

Ein Zwischenfazit

Zielgruppe für dieses Format sind Menschen, die sich für Musik von Künstlern begeistern können und sich auch neben dem reinen Hören der Musik mit dem Künstler beschäftigen möchten. Aus diesem Grund lässt sich keine bestimmte Musikrichtung definieren, für welche das Format interessant ist. Vielmehr geht es darum, dass der Künstler das Potential bietet, sei es durch eine kritische Auseinandersetzung mit aktuellen Themen oder mit seiner Musik, sich näher mit dem Werk befassen zu wollen.

Die Musikindustrie bietet dem Konsumenten mit diesem Produkt einen großen Anreiz zum legalen Kauf von Musik, im Speziellen beim Kauf eines Albums. Dem Konsumenten muss deutlich werden, dass kreative Arbeit ihren Preis hat, unterstützt er diese durch seine Wertschätzung (Kauf), so wird auch der Konsument davon profitieren.

Der Künstler bekommt durch das „Bonus Booklet“ außerdem die Möglichkeit, seine Nähe zum Publikum unter Beweis zu stellen und so bietet sich zusätzlich eine neue Plattform an, an das Publikum heranzutreten.

Exemplarisch ist die Idee und das Konzept am Beispiel der US-Amerikanischen Folk Sängerin Tracy Chapman im Folgenden realisiert. Sie gilt als eine der bedeutendsten Songwriterinnen, die sich mit ihren Songs von Anfang ihrer Karriere bis heute kritisch mit aktuellen sozialen Themen und Missständen auseinander gesetzt hat. Ihre Texte sind zudem oft auch autobiografisch, da sie als schwarzes Kind in einem wirtschaftlich zerrüttelten Ohio aufwuchs, in dem Rassenunruhen und Armut an der Tagesordnung lagen. Im Anschluss nun eine kurze Analyse zu Tracy Chapman und den Musikstil, welchen sie vertritt.

80 7. TRACY CHAPMAN – „THE RELUCTANT REVOLUTIONARY“

7. Tracy Chapman – „The Reluctant Revolutionary“

Tracy Chapman wurde am 30. März 1964 in Cleveland, Ohio, USA geboren. Sie gilt als eine der bedeutendsten Songwriterinnen der letzten zwei Dekaden. Ihr Debüt hatte sie 1988 bei einem Konzert anlässlich des 70sten Geburtstages des damals noch inhaftierten Nelson Mandela. Die zu diesem Zeitpunkt 24 Jährige Tracy Chapman wurde durch ihren Auftritt eine der bekanntesten jungen Künstlerinnen dieser Zeit.

82 7. TRACY CHAPMAN – „THE RELUCTANT REVOLUTIONARY“



Foto: James Minchin

So lange wie sich Tracy Chapman erinnern kann, war die Musik immer ein wichtiger Teil, wenn nicht sogar der wichtigste in ihrem Leben. Sie wuchs mit ihrer Mutter und mit ihrer älteren Schwester Anita in Cleveland, Ohio auf. Ihr Vater verließ die Familie früh als Tracy erst vier Jahre alt war. Ihre Mutter hörte zu Hause immer R&B und Gospel Musik, während ihr Vater dichtete. Mit acht Jahren fing Tracy Chapman an Gitarre zu spielen und Songs zu schreiben, später lernte sie Klarinette. Für die Chapman's war es nicht einfach in Cleveland zu sein und für Tracy Chapman hart, dort aufzuwachsen. Rassenunruhen waren damals allgegenwärtig.¹

Ihre Mutter war aus diesem Grund sehr besorgt um ihre Kinder und erlaubte ihnen lediglich allein in die örtliche Bibliothek zu gehen. Dort verbrachten Tracy und ihre Schwester auch die meiste Zeit ihrer Freizeit.² Conneticut ist eine nördlich gelegene alte Industriestadt, wirtschaftlich niedergeschlagen, nachdem die Stahlindustrie und die Gummibaumplantagen geschlossen wurden und auch die Autoindustrie sich in den Süden verlagert hat. Als die weißen Familien aufgrund der schlechten Wirtschaft die Stadt verließen, spannte sich die Situation an. Aber schon als Kind hatte Tracy Chapman ein Gefühl für die politische und soziale Situation um sie herum. Sie selbst sagt, dass es damit zusammenhing, dass ihre Mutter schon früh mit ihr und ihrer Schwester über solche Dinge diskutierte und auch diskutieren konnte, da Tracy sehr viel las und sich informierte. Viele Menschen, die in schlechten Situationen und unter schlechten Bedingungen leben, denken nicht darüber nach, was die Ursache für diese Probleme ist und was sie daran hindert die Situation zu ändern. Tracy Chapman wurde schon früh durch die Diskussionen mit ihrer Mutter angehalten, sich über diese Dinge Gedanken zu machen.³

¹ The Independent (London), September 9, 2005

² The Independent (London), October 11, 2002

³ The Guardian (London), September 28, 2002

84 7. TRACY CHAPMAN – „THE RELUCTANT REVOLUTIONARY“

Als Tracy Chapman 16 Jahre alt war, wurde sie durch ein Bildungsprogramm „A Better Chance“ unterstützt und sie bekam einen Schulplatz in einer privaten, politisch aufgeklärten Schule in Connecticut. In ihrem Jahrbuch stand damals folgender Kommentar über sie: „most likely to marry her guitar.“ Nach ihrem Abschluss bekam Tracy Chapman ein Stipendium an der Tufts University in Medford, Massachusetts in der Nähe von Boston, wo sie Anthropologie und Afrikanistik studierte. Nebenher spielte sie ihre Lieder in Begleitung der Gitarre in einigen Clubs und Bars in Boston.¹

Außerdem fand sie Zugang zum Folk-Zirkel in Boston und machte beim Campus Radio WMFO ihre ersten Demoaufnahmen. Ein Kommilitone wurde auf sie aufmerksam und gab die Demoaufnahme seinem Vater Charles Koppelman, welcher der Chef des Musikverlages SPK war und dem Produzenten und Manager David Kershenbaum von Elektra Records die Demos vorspielte. Tracy Chapman bekam einen Plattenvertrag angeboten mit dessen Unterzeichnung sie allerdings sechs Monate auf sich warten ließ. David Kershenbaum übernahm schließlich die Produktion ihres ersten Albums. Im März 1987 trat Chapman neben einer anderen Band zum ersten Mal in London auf und gab wenig später, im Mai zwei Konzerte in New York.²

¹ The Independent (London), October 11, 2002

² Rockmusiklexikon, Christian Graf und Burghard Rausch

7. TRACY CHAPMAN – „THE RELUCTANT REVOLUTIONARY“ 85



Fotos: James Minchin (oben) und Neal Preston (unten)

86 7. TRACY CHAPMAN – „THE RELUCTANT REVOLUTIONARY“

7.1 „Nelson Mandela 70th Birthday Tribute Concert“

1988 kam das nach ihr selbst betitelte Debüt-Album TRACY CHAPMAN heraus und bildet seitdem einen Meilenstein für die Popmusik. Mit diesem Album wurde sie bekannt als Chapman beim „Nelson Mandela 70th Birthday Tribute Concert“ für den damals noch inhaftierten Bürgerrechtskämpfer am 11. Juni 1988 im Wembley-Stadion in London auftrat. Es war doch mehr ein Zufall, dass sie ein zweites Mal auf die Bühne ging weil Stevie Wonder seinen Auftritt wegen eines abhanden gekommenen Computerprogramms abbrechen musste. Spontan trug sie solo mit ihrer akustischen Gitarre einige Lieder aus ihrem Debütalbum vor und schaffte mit diesem Auftritt ihren kommerziellen Durchbruch.¹ Das Konzert wurde global im TV in 64 Länder übertragen. In der Amtszeit von Ronald Reagan stießen die Texte Chapman bei vielen jungen Menschen auf offene Ohren. Im Gegensatz zum noch herrschenden Zeitgeist der Selbstgefälligkeit und sozialen Gefühlsroheit der Reagan Ära sang Tracy Chapman vom verlorenen amerikanischen Traum, dem Aufstand der Armen und anderen sozialen und politischen Mißständen. Zwei Tage später hatte sich ihr Album bereits 12.000 Mal verkauft und war Top of the UK und amerikanischen Charts.²

7.2 Karriere und Diskografie

Im September 1988 beteiligte sie sich an der von Amnesty International international organisierten, sechswöchigen Human-Rights-Tournee, an der auch andere bekannte Musiker wie Peter Gabriel, Sting, Bruce Springsteen und Youssou N'Dour teilnahmen. Es folgten weitere Benefit Tours, an denen sie teilnahm, z.B. bei Neil Youngs Annual Bridge School Benefit Concerts, Farm Aid, Tibetan Freedom Festival, Vote for Change, SF AIDS Foundation u.v.m.

Anfang 1989 wurde Tracy Chapman als „beste neue Künstlerin des Jahres“ mehrfach ausgezeichnet und erhielt drei Grammys und den BRIT-Award. Weltweit wurde ihr

¹ http://de.wikipedia.org/wiki/Tracy_Chapman

² Rockmusiklexikon, Christian Graf und Burghard Rausch

erstes Album über neun Millionen Mal verkauft. 1989 erschien die zweite Platte Tracy Chapmans CROSSROADS, welche sie in einem Bruchteil der Zeit geschrieben hatte, die sie für die erste Platte benötigt hatte. Mark Cohn und Neil Young unterstützten die damalige Newcomerin bei diesem Album, welches wiederum von David Kershenbaum produziert wurde. Sie folgte dem Konzept der ersten Platte, überwiegend rein akustische Folksongs und kam in UK auf Platz eins, in den USA auf Platz neun der Charts. Sie wiederholte mit dieser Platte den mehrfachen Platinerfolg der ersten. Die Songs der schwarzen Folksängerin durften jedoch im südafrikanischen Rundfunk nicht gespielt werden. Eine Europatournee und eine achtwöchige Tournee durch die USA folgten.¹

Im Jahr 1991 gab es dann weniger Auftritte von Chapman, sie beschränkte sich auf zwei große Konzerte (Martin Luther King Celebration und Bill Graham Memorial Concert Laughter Love & Musik) und konzentrierte sich auf ihre folgende dritte Platte MATTERS OF THE HEART, die 1992 erscheinen sollte. Jedoch konnte sie schon mit diesem Album nicht mehr an den Erfolg ihrer ersten beiden Alben anknüpfen.² Weitere Alben folgten 1995 NEW BEGINNING, 2000 TELLING STORIES, 2001 THE COLLECTION. Doch auch diese Alben waren nicht annähernd so erfolgreich wie die beiden ersten Alben. Mit der Best of Collection ging es zwar wieder Bergauf für Chapman, doch erst die darauf folgenden Alben wurden wieder zum Erfolg (2002 LET IT RAIN, 2005 WHERE YOU LIVE), wahrscheinlich auch weil sie sich bei diesen Platten deutlich hörbar musikalisch weiterentwickelt hat und nicht auf den Stil ihrer früheren Protestsongs gesetzt hat. 2002 LET IT RAIN wurde von Tracy Chapman und John Parish produziert und mit herausragenden Musikern wie Schlagzeuger Joey Waronker, Bassist Andy Stoller, Keyboarder Patrick Warren, sowie Joe Gore, Steve Hunter und Greg Leisz für die Gitarren eingespielt.³

Seit Juli 2008 arbeitet Tracy Chapman mit dem Produzenten Larry Klein an ihrem achten Album OUR BRIGHT FUTURE welches am 10. November in Europa und am 11. November in den USA veröffentlicht wird. Ab November wird sie erstmals nach

1 http://de.wikipedia.org/wiki/Tracy_Chapman

2 Rockmusiklexikon, Christian Graf und Burghard Rausch

3 <http://www.tracychapman.de>

88 7. TRACY CHAPMAN – „THE RELUCTANT REVOLUTIONARY“

zehnjähriger Pause eine Europa-Tournee starten, bei der sie an vier Termine auch in Deutschland (Berlin / Tempodrom, Dresden / Kulturpalast, Hamburg / CCH 1 und München / Postpalast) auftritt.¹

Singles und Alben / Chartplatzierungen²

Jahr	Titel	US	UK	DE	AT	CH
1988	Fast Car	6	5	–	–	–
1988	Talkin' ,Bout a Revolution	75	85	–	29	–
1988	Baby, Can I Hold You?	48	94	–	–	–
1989	Crossroads	90	61	21	38	18
1992	Bang Bang Bang	–	–	–	–	–
1995	Give Me One Reason	3	–	–	–	–
2000	Telling Stories	–	–	–	–	76
2008	Sing for You	–	–	–	–	48

Jahr	Titel	US	UK	DE	AT	CH
1988	Tracy Chapman	1	1	1	1	1
1989	Crossroads	9	1	1	3	2
1992	Matters of the Heart	53	19	13	11	10
1995	New Beginning	4	–	60	9	22
2000	Telling Stories	33	–	5	5	2
2001	The Collection	–	3	3	1	4
2002	Let It Rain	25	–	15	6	4
2005	Where You Live	49	43	12	7	4
2008	Our Bright Future	57	75	28	23	9

¹ <http://www.nachrichten.ch/detail/318429.htm>; Dienstag, 16. September 2008

² http://de.wikipedia.org/wiki/Tracy_Chapman

7. TRACY CHAPMAN – „THE RELUCTANT REVOLUTIONARY“ 89

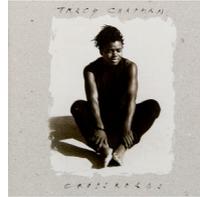


Debut Album, 1988
Tracy Chapman
Release date : 04/05/1988

[TRACKLISTING]

1. Talkin' Bout A Revolution (2:38)
2. Fast Car (4:58)
3. Across The Lines (3:22)
4. Behind The Wall (1:46)
5. Baby Can I Hold You (3:16)
6. Mountains O' Things (4:37)
7. She's Got Her Ticket (3:54)
8. Why? (2:01)
9. For My Lover (3:15)
10. If Not Now... (2:55)
11. For You (3:09)

Produced by David Kershenbaum
for Sbk Record Productions Inc.



Crossroads, 1989
Release date : 10/03/1989

[TRACKLISTING]

1. Crossroads (4:11)
2. Bridges (5:24)
3. Freedom Now (4:02)
4. Material World (3:02)
5. Be Careful Of My Heart (4:39)
6. Subcity (5:09)
7. Born To Fight (2:46)
8. A Hundred Years (4:20)
9. This Time (3:43)
10. All That You Have Is Your Soul (5:16)

„Freedom Now“ is dedicated to Nelson Mandela
Produced by David Kershenbaum and Tracy
Chapman for SBK Records Productions, INC.

90 7. TRACY CHAPMAN – „THE RELUCTANT REVOLUTIONARY“



Matters Of The Heart, 1992

Release date : 04/28/1992

[TRACKLISTING]

1. Bang Bang Bang (4:21)
2. So (3:26)
3. I Used To Be A Sailor (3:56)
4. The Love That You Had (4:11)
5. Woman's Work (2:01)
6. If These Are The Things (4:40)
7. Short Supply (4:23)
8. Dreaming On A World (5:03)
9. Open Arms (4:34)
- 10 Matters Of The Heart (6:59)

Produced by Tracy Chapman &

Jimmy Lovine except Woman's Work



New Beginning, 1995

Release date : 11/14/1995

[TRACKLISTING]

1. Heaven's Here On Earth (5:23)
2. New Beginning (5:33)
3. Smoke And Ashes (6:39)
4. Cold Feet (5:40)
5. At This Point In My Life (5:09)
6. The Promise (5:28)
7. The Rape Of The World (7:07)
8. Tell It Like It Is (6:08)
9. Give Me One Reason (4:31)
10. Remember The Tinman (5:45)
11. I'm Ready (4:56)

** Save A Place For Me

Engineered and Mixed by Don Gehman

for Rhapsody Productions, Inc.

Recorded at the Site in San Rafael, CA

7. TRACY CHAPMAN – „THE RELUCTANT REVOLUTIONARY“ 91



Telling Stories, 2000
Release date : 02/15/2000

European only release date :
05/05/2000 (Tour)

[TRACKLISTING]

1. Telling Stories (3:58)
2. Less Than Stranger (3:20)
3. Speak The Word (4:30)
4. It's OK (4:00)
5. Wedding Song (4:36)
6. Unsung Psalm (4:20)
7. Nothing Yet (4:04)
8. Paper And Ink (4:52)
9. Devotion (2:48)
10. The Only One (3:08)
11. First Try (3:33)

BONUS CD:

1. Three Little Birds (live)
2. House Of The Rising Sun (live)
3. Mountain's O' Things (live)
4. Behind The Wall (live)
5. Baby Can I Hold You

Produced by David Kershenbaum
and Tracy Chapman

92 7. TRACY CHAPMAN – „THE RELUCTANT REVOLUTIONARY“



Collection (Best Of), 2001
Release date : 09/17/2001

[TRACKLISTING]

1. Fast Car (4:58)
2. Subcity (5:09)
3. Baby Can I Hold You (3:16)
4. The Promise (5:28)
5. I'm Ready (4:56)
6. Crossroads (4:11)
7. Bang Bang Bang (4:21)
8. Telling Stories (3:58)
9. Smoke and Ashes (6:39)
10. Speak the Word (4:14)
11. Wedding Song (5:37)
12. Open Arms (4:34)
13. Give Me One Reason (4:31)
14. Talkin' Bout A Revolution (2:38)
15. She's Got Her Ticket (3:54)
16. All That You Have Is Your Soul (5:16)

Produced by David Kershenbaum for
SBK Record Production, Inc.



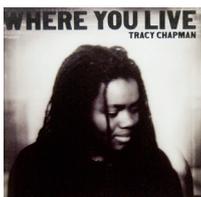
Let It Rain, 2002
Release date : 05/10/2002

[TRACKLISTING]

01. Let It Rain (3:40)
02. Another Sun (3:11)
03. You're The One (3:06)
04. In The Dark (5:02)
05. Almost (3:52)
06. Hard Wired (3:36)
07. Say Hallelujah (2:11)
08. Broken (4:25)
09. Happy (3:58)
10. Goodbye (2:31)
11. I Am Yours (3:33)
12. Over In Love* (2:49)

*Over in Love is available on the international
edit, the US one has the instrumental version.

Produced by John Parish and Tracy Chapman,
Recorded and mixed at the Plant Studios,
Sausalito, California



Where You Live, 2005
Release date : 09/13/2005

[TRACKLISTING]

01. Change (5:06)
02. Talk To You (4:27)
03. 3,000 Miles (5:58)
04. Going Back (5:22)
05. Don't Dwell (3:22)
06. Never Your's (3:37)
07. America (3:43)
08. Love's Proof (3:44)
09. Before Easter (3:03)
10. Taken (3:42)
11. Be And Be Not Afraid (4:44)
12. Loose Your Love* (6:27)

* Japanese bonus track

Produced by Tchad Blake & Tracy Chapman



Our Bright Future, 2008
Release date : 11/10/2008

[TRACKLISTING]

1. Sing For You
2. I Did It All
3. Save Us All
4. Our Bright Future
5. For A Dream
6. Thinking Of You
7. A Theory
8. Conditional
9. Something To See (No War)
10. The First Person On Earth
11. Spring

Produced by Tracy Chapman and Larry Klein

94 7. TRACY CHAPMAN – „THE RELUCTANT REVOLUTIONARY“

7.3 Wurzeln der Songs von Tracy Chapman

Tracy Chapman sieht sich und ihre Texte selbst nicht beeinflusst durch die Folksinger Tradition, dessen Wurzeln ihr immer wieder nachgesagt werden. In einem Interview der St. Petersburg Times sagt sie, dass sie der in der Arbeiterklasse in einer afrikanisch-amerikanischen Nachbarschaft aufgewachsen ist und niemand dort hätte Songs von Joan Baez, Bob Dylan oder anderen in dieser Zeit bekannten Folksingern gehört. Chapman wurden von vielen anderen Dingen beeinflusst, Teile der Country Musik, die ihre Mutter immer zu Hause gehört hat – Charlie Pride, Dolly Parton – mehr diese Richtung. Sie erinnert sich, Glen Campbell und Buck Owens gesehen zu haben, wie diese akustische Gitarre gespielt haben und vielleicht war das der Grund, weshalb sie auch akustische Gitarre spielen wollte. In ihrer Jugend war sie vielmehr von der R&B und Soul Musik beeinflusst. Das war die Musik, die sie hörte. Gospel und Jazz Musik, aber keine Folk Musik. Sie sieht sich ebenfalls nicht als politische Songwriterin oder Protest Song Sängerin, sondern thematisiert in ihren Songs einfach soziale und politische Belange. Auch die Lyrik sieht Tracy Chapman eher in der Tradition des R&B bzw. beeinflusst durch die Dichtung. Songs wie „Front Line“ von Stevie Wonder, „What’s going on“ von Marvin Gaye oder Songs von Curtis Mayfield und James Brown waren ebenfalls Songs, die sich mit politischen und sozialen Themen auseinandergesetzt haben. Diesen Songs hat Tracy Chapman ihre Aufmerksamkeit gegeben und auch daher kam ihre Inspiration.¹

¹ St Petersburg Times, Friday, June 16, 2006

7. TRACY CHAPMAN – „THE RELUCTANT REVOLUTIONARY“ 95



8. Populäre Musik

Unter populärer Musik versteht man ein Ensemble sehr verschiedenartiger Genres und Gattungen der Musik, denen allen gemeinsam ist, dass sie zu Massen produziert werden, sich verbreiten und angeeignet werden. Populäre Musik lässt sich als Kategorie nicht auf einen Katalog von Merkmalskomplexen festlegen, da sich das musikalische Genre und die Gattungen in einem ständigen Prozess der Veränderung befinden. Vielmehr ist es als Resultat eines komplexen sozial-kulturellen Prozesses anzusehen, dessen Hauptakteure, welche Musiker, das Publikum und die Industrie sind, die Vorstellung davon, was populäre Musik sein soll oder werden kann, gegeneinander aushandeln oder durchzusetzen suchen.

98 8. POPULÄRE MUSIK

8.1 Kategorien der populären Musik

Die Kategorie populäre Musik lässt sich nicht dauerhaft an bestimmte Musikformen binden, doch kann man ein Resümee aus dem bisherigen Verlauf der Musik ziehen, welches folgende Definition zulässt. Danach umfasst dieses Ensemble verschiedenartiger Gattungen und Genres der Musik in den westlichen Industrieländern:

:: verschiedene Formen der praktischen angewandten Musik
wie Marsch- oder Tanzmusik

:: verschiedene Formen der Unterhaltungsmusik wie die Salonmusik,
Caféhaus-Musik, Barmusik, Blasmusik und die populäre Klassik

:: die musikalischen Formen des unterhaltenden Musiktheaters,
wie Opernmusik, das Musical, musikalische Possen und Schwänke des 19. Jh.

:: Genremischformen wie die Musik der Revue, des Vaudeville, Varietés,
Kabarett, der Music Hall, Zirkus und Estrade

:: aus dem ursprünglichen Zusammenhang herausgenommen und zur Darbietung
gebrachte bzw. durch die Massenmedien verbreitete Volksmusik

:: einzelne selbstständig gewordene Liedformen wie das Couplet, den Chanson und
den Schlager. Das Brettlied, aber auch volkstümliche Lieder des 19. Jh. wie die
Gassenhauer, Küchenlieder, Bänkelsang, Moritaten, politische Lieder wie die Topical
Songs, Protestsongs, Union Songs und Strike Ballads

:: ein Teil der Filmmusik

:: afroamerikanische Musik bis hin zum Jazz

:: Anfang der 1960er Jahre die Rockmusik

:: und seit Ende der 1970er Jahre Discomusik und Dancefloor

:: Anfang der 1980er Jahre Rap und HipHop

:: Musik als emotionale Stimulans, zur Entspannung, als illustratives Mittel
oder als musikalischer Hintergrund für artistische und sportliche Darbietungen,
die Musik zur Werbung

:: Signature Tunes

8.2 Die Bezeichnung populäre Musik

Sie ist abgeleitet von der amerikanischen Bezeichnung Popular Music, welcher den Begriff umreißt als „leichte Tanzmusik“, oder „Tanz- und Unterhaltungsmusik“. Im Unterschied hierzu ist die Begrifflichkeit populäre Musik nicht allein an eine Musik gebunden, sondern bezieht wie oben beschrieben verschiedenartige Gattungen und Genres mit ein. Sie verweist eher auf den Funktions - und Wirkungszusammenhang einer solchen Musik, in dem ihre Popularität, d.h. ihr Verbreitungsgrad und somit ihr Stellenwert in der Lebenspraxis großer Massen von Hörern ein wesentlicher Moment ist. Das soll nicht ausschließen, dass es Entwicklungen mit experimentellem Charakter gibt, die nicht unmittelbar das Kriterium der massenhaften Verbreitung tragen. Trotz der unterschiedlich beschreibbaren Formen der populären Musik gibt es durchaus übergreifende Aspekte, die sich von den anderen Musikformen abheben und zugleich den inneren Zusammenhang musikalischer und sozialer Faktoren gerecht werden.

8.3 Was bedarf die Popularität von Musik?

Sie bedarf ihrer Produktion und der Verbreitung auf einer Massenbasis, denn nur dann vermag sie auch massenhaft angeeignet und populär zu werden. Populäre Musik ist in dem Schluss an technische und finanzielle Apparaturen gebunden, die die massenhafte Produktion und Verbreitung erst ermöglichen. Das erste bedeutende Medium zur massenhaften Verbreitung der Musik waren die Notendrucke (Sheet Music), welche mit der Einführung der Lithografie im 19. Jh. in massenweise billiger Herstellung möglich wurden. Mit der kommerziellen Nutzung der Schallplatte ab 1892 folgten dem auch die technischen Kommunikationsmittel und letztlich die heutigen audiovisuellen Medien. Die massenhafte Verbreitung ist schließlich die Voraussetzung für die Popularität von Musik. Massenproduktion von Musik setzt aber auch ein massenhaftes Bedürfnis nach der Musik voraus.

8.4 Wie hat Musik unser soziales Leben verändert?

Die gesellschaftliche Durchsetzung der industriellen Massenproduktion auf kapitalistischer Grundlage bedeutete die Konzentration großer Massen von Menschen an den Zentren der Produktion und in dessen Folge auch die Angleichung der Lebensbedingungen über ehemalige nationale und territoriale Besonderheiten hinweg. Als Folge war die Arbeitsorganisation nötig, mit ihr die Trennung von Arbeits- und Wohnstätten und somit die Herausbildung von „Freizeit“ als neuer Form der Tagesgestaltung, in der auch das Bedürfnis nach Musik Bestandteil einer sich hier herausbildenden Massenkultur ist. Massenhaft gleiche Arbeitsbedingungen führten auch zu ähnlichen massenhaft gleichen Bedürfnissen, wobei insbesondere in der neu entstandenen Lebensform „Freizeit“ das Bedürfnis nach Musik als Bestandteil einer sich herausbildenden Massenkultur behauptet. Durch den Industrialisierungsprozess sind also die Produktions- und Wirkungsbedingungen von Musik entscheidend verändert worden. Popularität wird zu einer besonderen sozialen Qualität von Musik, da sie nicht mehr aus der musikalischen Praxis der Massen selbst hervorgeht. Sie muss, noch bevor sie den Hörer erreicht, verschiedene Eigenschaften mit sich bringen, die ihre Popularität im Sinne ihrer Eignung für eine massenhafte Produktion bestätigen.

102 8. POPULÄRE MUSIK

8.5 Popularität von Musik

Was umfasst nun die Popularität von Musik? Zum einen im technischen Sinne ihre Eignung für die jeweiligen Produktions- und Verbreitungstechnologien.

Zum Beispiel damals die Anpassung an die vorgegebene Spieldauer einer Schallplatte von einer maximalen Anzahl der Minuten.

Desweiteren ihre Realisierbarkeit in verschiedenen Aufführungsorten, in denen sie Massen von Zuhörern zugänglich ist, bei gleichzeitiger Anpassung an die jeweiligen akustischen Gegebenheiten und daraus folgenden Besetzungsformen (z.B. Orchester, kleine Besetzungen in Bars oder Cafés usw.).

Die Funktion in der Lebenspraxis ihrer Zuhörer, die durch den gesellschaftlichen Charakter der Lebensweise geprägt sind. Musik als Unterhaltung im Alltag.

8.6 Definition von populärer Musik

„Damit ist die populäre Musik also ein Ensemble von musikalischen Genres und Gattungen, das aus den durch die Industrialisierung der Gesellschaft tiefgreifend veränderten Funktions- und Wirkungsbedingungen für Musik hervorgegangen ist, als Bestandteil von Massenkultur funktioniert und auf einer Massenbasis produziert und verbreitet wird. Die Popularität dieser Genres und Gattungen ist eine ihnen eigene besondere soziale Qualität, in der sich ihre Eignung für eine derartige massenhafte Produktion, Verbreitung und Aneignung ausdrückt.“

8.7 Wurzeln der populären Musik

Entstanden ist die populäre Musik als zum einen die technischen als auch die gesellschaftlichen Bedingungen mit der kapitalistischen Industrialisierung gegeben waren. Die Entstehung der populären Musik fand auf zwei Wegen statt. Einmal über die Professionalisierung der Volksmusik, zum zweiten über die Popularisierung der Kunstmusik. Ende des 18. Jh. war der Übergang von der volksmusikalischen Tradition an professionelle Komponisten als eine Folge der Veränderung der Lebensweise der Massen. Rasch steigender Musikbedarf, der zur Folge hatte, dass die alten Volkslieder und Volkstänze von Komponisten „nachkomponiert“ wurden. Trotz der großen Unterschiede von der Volksmusik bis zur heutigen populären Musik bleibt die Volksmusik in ihren verschiedenen Erscheinungsformen bis heute eine der wichtigsten Wurzeln der populären Musik.

8.8 Einfluss der technischen Entwicklung auf die populäre Musik

Mit der Einführung des Schallaufzeichnungsverfahrens nach dem Prinzip des Edisonschen Phonographen begann ein Wendepunkt in der Entwicklung der populären Musik. Auf dieser Grundlage bildete sich die Musik als Massenkommunikationsmittel heraus. Musik wurde zum alltäglichen Bestandteil im Leben und man konnte unmittelbar und beliebig von ihr Gebrauch machen. Musik konnte nun auch durch die technischen Voraussetzungen und Umsetzung als Ware vertrieben werden. Das hatte nun wieder zur Folge, dass ein qualitativ neuartiges Moment, die Symbiose zwischen Musik und Technik hervor trat. Und auch das Verhältnis zwischen Musik und Ökonomie änderte sich rasch. Eine weitgehend monopolistische Musikindustrie entstand als Bestandteil kapitalistisch organisierter Kultur- und Medienindustrie. Musik wurde zu einem Wirtschaftszweig und in folge dessen auch zu einem umsatzstarken Industriezweig gemacht. Die Entwicklung von Musik musste immer mehr auch ökonomisch sein, so dass die Ökonomie zu einem nicht mehr weg zu denkenden Kriterium für die

Musik geworden ist. An der Produktion von Musik ist nun nicht mehr nur der Künstler selber beteiligt, sondern vielmehr ist die schöpferische Leistung das Ergebnis einer kollektiven Anstrengung eines ganzen Teams. Musik ist das Resultat, dass verschiedenste Menschen an dem Prozess der Entstehung beteiligt waren.

8.9 Folk Music und Folk Rock

Folk Music [engl./amerik., auch Folk]; der englisch Sprachige Ausdruck für Volksmusik. Typisch bei der Folk Music ist die Verwendung akustischer Instrumente, wie die Gitarre, die Mundharmonika, die Geige, der Dudelsack und die Flöte. Nach dem zweiten Weltkrieg hat dieser in den USA einen spezielleren Sinn erhalten. Dies gilt auch für den Begriff Folksong. Gemeint ist die von der angloamerikanischen Folklore beeinflusste Musik, wie sie von den USA ausgehenden Folk Revival in den 1960er Jahren entstanden ist. Es handelt sich hier nicht mehr um die eigentlich spontan vom Volk entstandenen und über Generationen traditionell weiter gegebene Musik, sondern meint hier die größtenteils von Studenten und jungen Intellektuellen vorgetragenen Lieder in Begleitung der Gitarre. Diese Lieder waren geprägt durch ihren aktuellen Charakter. Die zentrale Rolle des Textes machte den Folk Rock geeignet für die Protestsongs der verschiedenen sozialen Bewegungen.

Traditionelles Liedgut der amerikanischen Volksmusik wurde schon in den 1940er Jahren und den frühen 1950er Jahren adaptiert für Friedens- und Antikriegslieder. Eine wichtige Basis dafür waren die Hootenannies. Ursprünglich eine Bezeichnung für eine zwanglose Party mit Musik, wurden sie im Laufe der Zeit zu einer Singveranstaltung die einen gemeinsamen politischen Willen der Beteiligten offerierte. 1950 waren die Hootenannies ein wesentlicher Bestandteil der amerikanischen Folk-Music-Bewegung und wurden vor allem an Colleges und Universitäten im ganzen Land veranstaltet. Hootenannies folgen in dem Sinne keinem festen Programm, sondern entstehen aus gegenseitiger Anregung des Sängers und der mitwirkenden im Publikum.

Das Publikum beteiligt sich am Singen und initiiert durch Zuruf auch bestimmte Lieder. Die jungen Intellektuellen schufen zu dieser Zeit im Rahmen der Bürgerrechtsbewegung, insbesondere auch in Zusammenhang mit dem Protest gegen den amerikanischen Vietnamkrieg ein Ausdrucksmittel des politischen Selbstverständnisses ihrer Generation. Vor allem die internationale Rockmusik trägt immer noch die Spuren und den Einfluss der amerikanischen Folksongbewegung (Folk Rock).

Folk Rock [engl.; auch Electric Folk]

Folk Rock ist eine in den 1960er Jahren in den USA und in England entstandene Art der Rockmusik. Hierbei werden auf Elemente der traditionellen Volksmusik sowie des amerikanischen Folksongs zurückgegriffen. Dichte Gesangsharmonien, sowie ein effekt- und verzerrungsfreier Klang der elektrischen Instrumente waren typische Eigenschaften. In England und den USA vollzog sich diese Entwicklung in genau gegenläufiger Richtung. In den USA vom Folksong zum Rock, in England vom Rock in Richtung Folklore. Zum einen konnte man die elektrisch verstärkten Instrumente der Rockmusik nutzen, zum anderen wurden akustische Instrumente in die Klangstrukturen der Rockmusik integriert. In den USA war Bob Dylan (geb. 1941) einer der wichtigsten Vertreter, welcher 1965 auf dem Newport Folk Festival mit elektrisch verstärkten Instrumenten auftrat und die Richtung in den Rock wies.

In Westeuropa wie in den USA fand die Studentenbewegung und ihre Suche nach einer alternativen Kultur und Lebensweise Ausdruck im Folk Rock. 1970 zerfiel jedoch diese Studentenbewegung unter dem Druck sozialer und politischer Realität und somit auch die Bewegung des Folk Rock als eine kaum mehr wahrnehmbare Musikrichtung im internationalen Musikgeschäft.¹

¹ http://de.wikipedia.org/wiki/Folk_Rock

106 9.VISUALISIERUNG – INHALTLICHE STRUKTUR



9. Visualisierung: inhaltliche Struktur

Sitemap

Menü

Artwork

Sweet Lazy Life*

Just Another Form Of Slavery

You Can Have The Whole Wide World

Money Rules When All Else Fails

Heavens Here On Earth

I Did It All

Where Are The Sunny Days?

inspiriert von Song :: Album

Mountains O' Things :: Tracy Chapman

Material World :: Crossroads

So :: Matters Of The Heart

Crossroads :: Crossroads

Heavens Here On Earth :: New Beginning

I Did It All :: Our Bright Future

Short Supply :: Matters Of The Heart

Peace Keepers**

You Spoke Of Peace But Waged A War

Government And Big Business

Hold The Purse Strings

Choose Sides

Free Our Bodies Free Our Minds

You Can't Believe What You Hear

Why? :: Tracy Chapman

America :: Where You Live

Subcity :: Crossroads

Across The Lines :: Tracy Chapman

Freedom Now :: Crossroads

Something To See (No War) :: Our Bright Future

Bonusmaterial

* Tracy Chapman kritisiert den Konsumterror

** Tracy Chapman kritisiert den Terror des Krieges

Typografische Umsetzung: Bonus Booklet

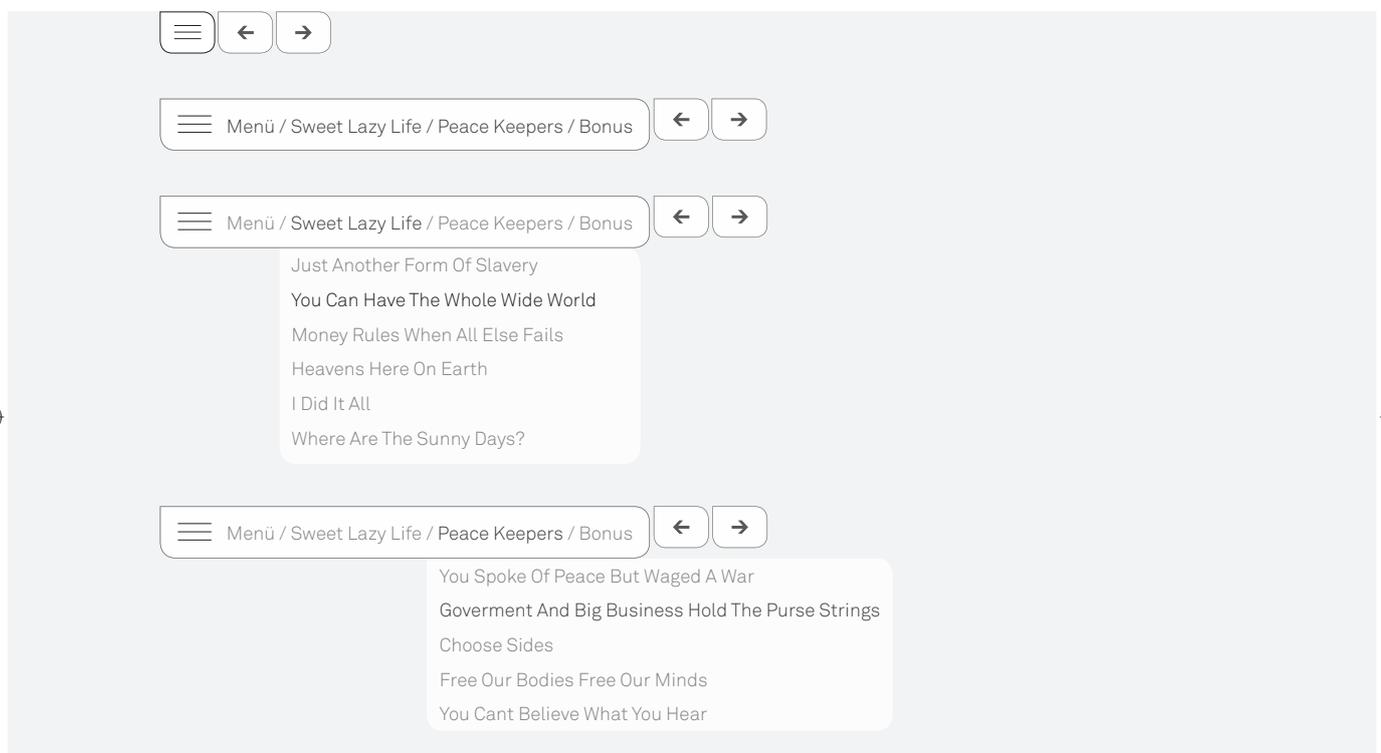
bonus booklet
by tracy chapman

Die typografische Umsetzung des Begriffes BONUS BOOKLET ist schlicht und klar in der Akkurat Light Italic. Sie gilt auch für folgende Booklets anderer Künstler und muss daher mit den unterschiedlichen Gestaltungserscheinungen harmonieren.

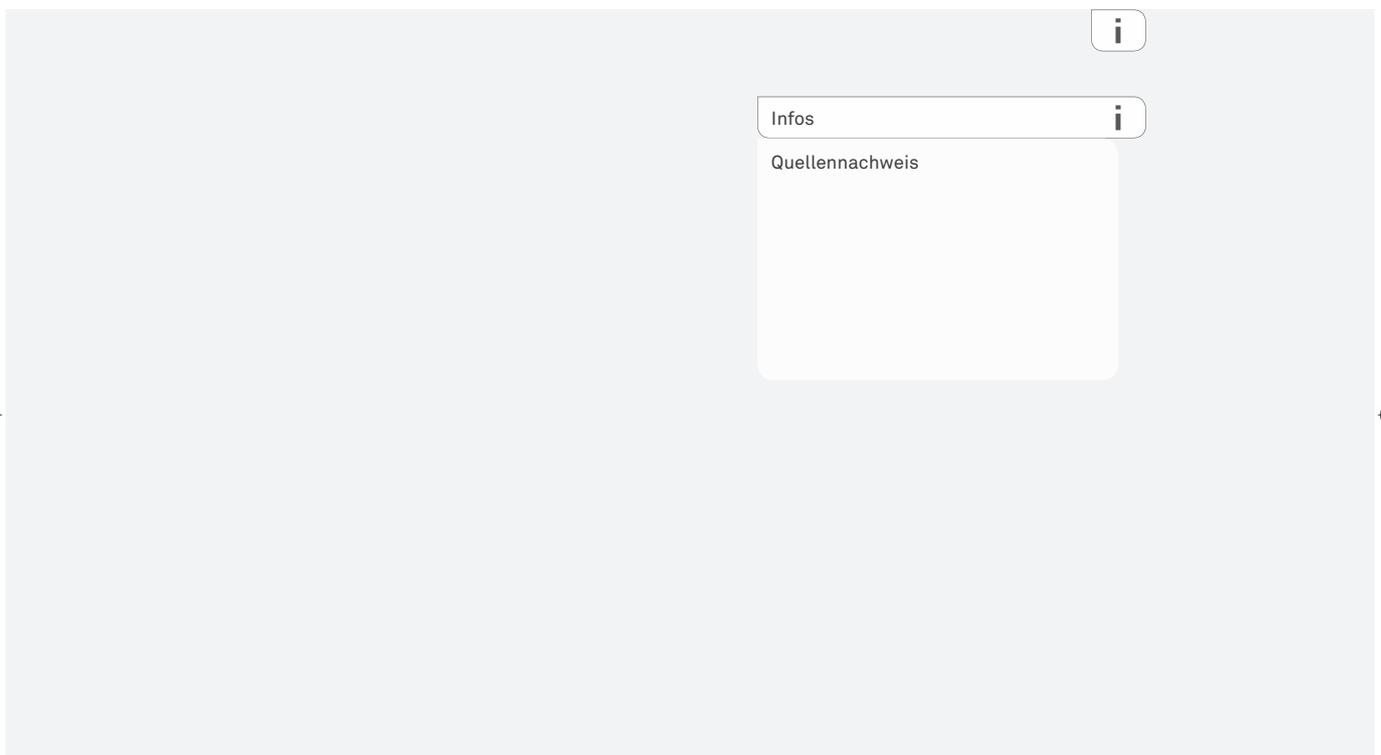
Die Benennung taucht sowohl auf der ersten Seite jedes Booklets als auch in Zusammenhang mit dem iTunes Store und den Alben die dieses beinhalten auf.

110 9. VISUALISIERUNG – INHALTLICHE STRUKTUR

Navigation



Die Navigation innerhalb des Bonus Booklet funktioniert sowohl durch das Startmenü als auch den Menübutton, durch welchen man jederzeit zum gewünschten Thema gelangt. Die Pfeiltasten geben die Möglichkeit, sich innerhalb eines Kapitels vor oder zurück navigieren zu können.



Der Infobutton und die darauf folgenden Informationen geben Einblicke in Themen, die über die Audiobeiträge angesprochen werden.

112 9. VISUALISIERUNG – INHALTLICHE STRUKTUR

Musik



Die ausgewählten Musiktitel starten mit betreten eines Themas und sind grundsätzlich die ganze Zeit zu hören. Die Musik eines Themas lässt sich über den Music Player steuern.

Sobald eine audiovisuelle Anwendung oder ein Audiokommentar startet, tritt die Musik in den Hintergrund, stoppt aber nicht komplett. Diese Möglichkeit besteht zusätzlich manuell über den Player.



Über den Player können außerdem die Lyrics des gespielten Liedes abgerufen werden.

114 9. VISUALISIERUNG – INHALTLICHE STRUKTUR

9.1 Seitengestaltung

bonus booklet
by tracy chapman

Startseite

Artwork inspiriert von Song / Album

SWEET LAZY LIFE* Mountains O' Things from Tracy Chapman

JUST ANOTHER FORM OF SLAVERY Material World from Crossroads

YOU CAN HAVE THE WHOLE WIDE WORLD So from Matters Of The Heart

MONEY RULES WHEN ALL ELSE FAILS Crossroads from Crossroads

HEAVENS HERE ON EARTH Heavens Here On Earth from New Beginning

I DID IT ALL I Did It All from Our Bright Future

WHERE ARE THE SUNNY DAYS? Short Supply from Matters Of The Heart

PEACE KEEPERS** Why? from Tracy Chapman

YOU SPOKE OF PEACE BUT WAGED A WAR America from Where You Live

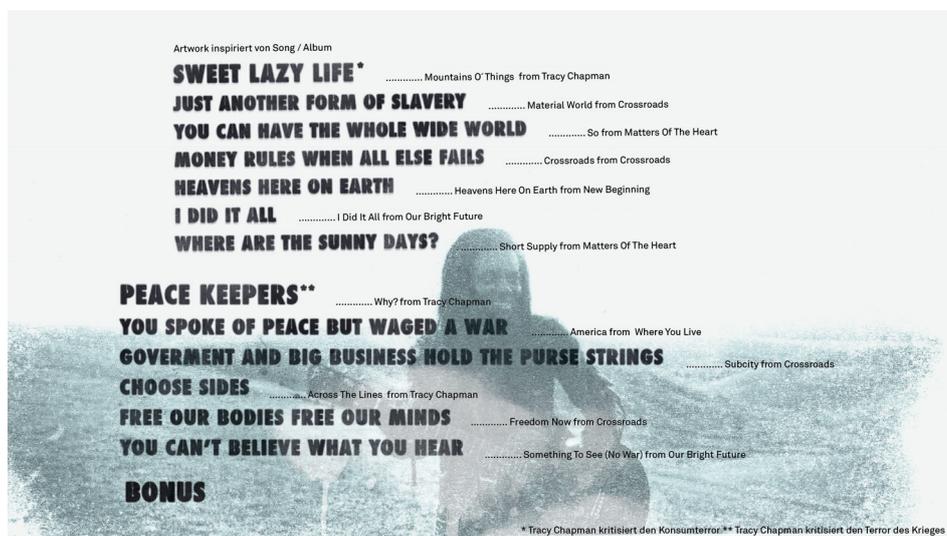
GOVERNMENT AND BIG BUSINESS HOLD THE PURSE STRINGS Subcity from Crossroads

CHOOSE SIDES Across The Lines from Tracy Chapman

FREE OUR BODIES FREE OUR MINDS Freedom Now from Crossroads

YOU CAN'T BELIEVE WHAT YOU HEAR Something To See (No War) from Our Bright Future

BONUS



* Tracy Chapman kritisiert den Konsumterror. ** Tracy Chapman kritisiert den Terror des Krieges

Menü

116 9. VISUALISIERUNG – INHALTLICHE STRUKTUR



Einstiegsseite zu „Sweet Lazy Life“

Der Stil der Collagen zieht sich gestalterisch durch das gesamte Booklet.

Prinzipiell gilt: Klicke auf alles was rot ist, und es passiert etwas.



Beispiel der Gestaltung eines Themas im Kapitel „Sweet Lazy Life“

118 9. VISUALISIERUNG – INHALTLICHE STRUKTUR



Einstiegsseite zu „Peace Keepers“



Beispiel der Gestaltung eines Themas im Kapitel „Sweet Lazy Life“

120 9. VISUALISIERUNG – INHALTLICHE STRUKTUR

Dieser Code ermöglicht es Dir auf der offiziellen Homepage der Künstlerin unter <http://www.tracychapman.com/> vergünstigt Konzertkarten für Tracys aktuelle Tour zu bestellen. Als Dankeschön für den Kauf des Albums und deine Unterstützung für Tracy wartet ein unveröffentlichter Bonus Track auf dich, den du ebenfalls über die Eingabe dieses Codes erhältst.

TC220010BT



Bonus; über die Eingabe des Codes auf der offiziellen Homepage von Tracy Chapman erhält man als Dankeschön für den Kauf des Albums und somit die Wertschätzung der Künstlerin einen weiteren Bonus Track und die Möglichkeit vergünstigt Konzertkarten für die nächste Tour zu bekommen.

Die Programmierung des Bonus Booklets wurde von Jens Koblitz ausgeführt.

9.2 Typografie und Bildsprache

Headlineschrift der Gestaltung ist die Futura, die 1927 von Paul Renner veröffentlicht wurde. Der hier verwendete Schnitt ist Condensed Extra Bold in Versalien. Die Futura ist vom Bauhaus inspiriert und war der Prototyp einer geometrischen serifenlosen Linear-Antiqua. Die Futura eignet sich in dieser Gestaltung als Headlineschrift besonders gut, da es hier darum ging eine klare Schrift zu finden, die auch als Stencil (Schablonen) Schrift funktioniert. So ist die Futura auch in gesprayter Form sehr gut lesbar, was gerade bei den unruhigen Hintergründen sehr wichtig ist.

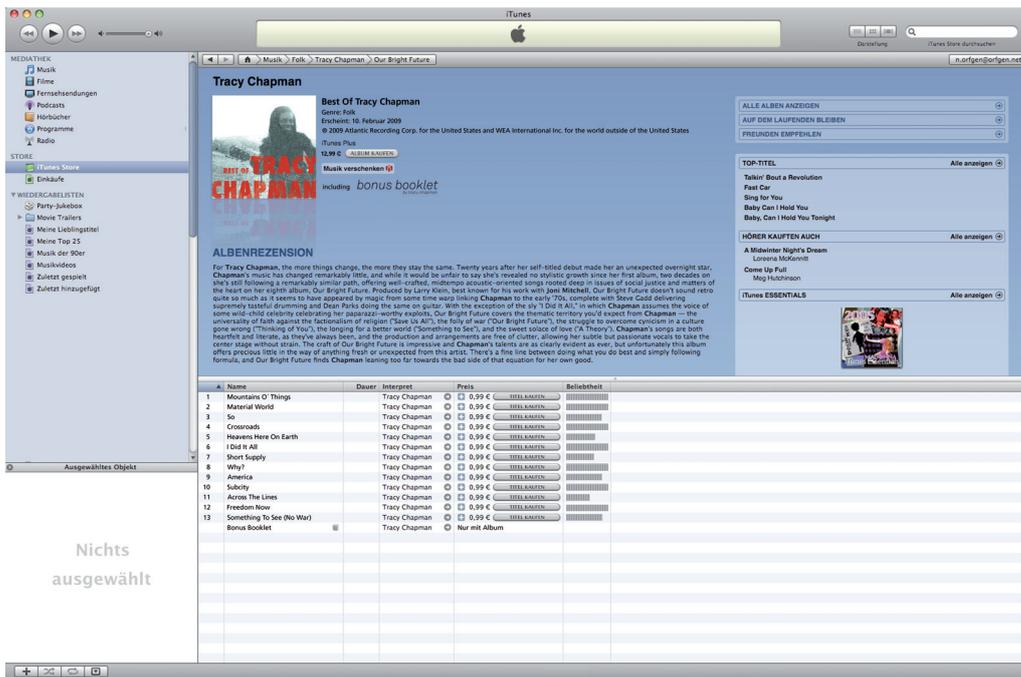
Weitere verwendete Schrift ist die Akkurat. 2004 entworfen vom Schweizer Laurenz Brunner (herausgegeben von Lineto). Der Bau der Schrift spiegelt die Tradition pragmatischer Schweizerischer Gestaltung wieder, d.h. simple aber präzise Formgebung. Das macht die Akkurat ebenso geeignet für das Bonus Booklet. Die Schrift kommt sowohl im Menübutton, im Audioplayer und in den Infotexten bzw. Quellen als Akkurat Regular zum Einsatz.

Die Bildsprache ist angelehnt an den Stil der Street-Art Künstler. Die Gestaltung und die Collagen haben einen eigenständigen Charakter. Diese bilden einen Rahmen für die Darstellung der Arbeiten verschiedenster Künstler.

**HEADLINE FONT
FUTURA
CONDENSED EXTRA**

Text Font
Akkurat Normal

124 9. VISUALISIERUNG – INHALTLICHE STRUKTUR



Oberfläche des iTunes Store / Auswahl eines Album mit Bonus Booklet

9.3 Vermarktung

Das Bonus Booklet wird wie schon erwähnt als kostenloser Bonus beim Kauf eines Albums im iTunes Store in digitaler Form mit dem Album erworben. iTunes ist ein Online Musik Store, der dem Konsumenten eine enorm große Auswahlmöglichkeit an Musik bietet. Der Store bietet die Möglichkeit komfortabel Musik von zu Hause zu kaufen.

Aufmerksam wird man auf das Bonus Booklet sowohl auf der Internetseite der Plattenfirma des Künstlers, als auch auf den Fanseiten und der offiziellen Homepage des Künstlers. Hier wird ein kurzer zwei bis drei minütiger Trailer gezeigt, der interessante Einblicke in das Booklet liefert und kommuniziert auf welchen Weg dies erhältlich ist.

10. Quellenangaben

10.1 Abbildungen

- 012 Gesamtumsatz des Tonträgermarktes in der Bundesrepublik Deutschland,
Quelle: Bundesverband Musikindustrie
- 012 Umsatzentwicklung Veränderung nominal gegenüber dem jeweiligen Vorjahr,
Quelle: Bundesverband Musikindustrie
- 014 Umsatzanteile der Musikmedien, Quelle: Bundesverband Musikindustrie
- 014 Entwicklung der Preisindizes von Kultur- und Medienprodukten,
Quelle: Statistisches Bundesamt
- 016 Radiohead, Quelle: <http://blog.isg-institut.ch/category/isg-denkanstosse/>
- 016 Musikabsatz in Deutschland hochgerechnet auf den Gesamtmarkt,
Quelle: Bundesverband Musikindustrie
- 018 Mit Musik bespielte Rohlinge und verkaufte CD-Alben 2000 - 2007,
Quelle: GfK Panel Services
- 018 Brenner-Reichweite Musik nach Altersgruppen, Quelle: Brennerstudie 2007,
Bundesverband der Phonografischen Wirtschaft/GfK
- 020 Personen, die legal/illegal Musik aus dem Internet laden 2005 - 2007, Quelle:
Brennerstudie 2007, Bundesverband der Phonografischen Wirtschaft GfK
- 020 Käuferreichweite und Kaufintensität 2002-2007 Quelle: GfK Panel Services
- 020 Umsatzanteile nach Käufergruppen 2002-2007 Quelle: GfK Panel Services
- 032 <http://www.deezer.com>
- 037 Ramazzotti - Lebe Ramazzotti (2008), Quelle: www.youtube.com
- 040 Süddeutsche Zeitung Magazin, Nummer 27, 4. Juli 2008
- 046 <http://www.tonhalle.de>, Quelle: www.321ignition.de
- 050 <http://www.warnermusic.de/tracychapman/bio/>
- 050 <http://www.tracychapman.com/>
- 050 <http://www.about-tracy-chapman.net/>
- 055 [http:// www.flickr.com](http://www.flickr.com)

- 055 <http://www.blublu.org/>
- 055 <http://obeygiant.com/>
- 056 <http://www.banksy.co.uk/057>
- 057 <http://www.flickr.com/people/c215/>
- 057 <http://www.spy.org.es/>
- 057 <http://bleklerat.free.fr/>
- 069 Moritz von Schwind (1804-1871), Die Katzensymphonie (Le Chat Noir), 1868, Feder und Pinsel in Dunkelbraun über Bleistift, Feder in Hellbraun (Notenlinien) auf beigefarbenen Papier, 31,7 x 21,5 cm, Staatliche Kunsthalle Karlsruhe, Kupferstichkabinett, Quelle: Vom Klang der Bilder, Karin v. Maur
- 070 Piet Mondrian (1872-1944), Broadway Boogie-Woogie, 1942-43, Öl auf Leinwand, 127 x 127 cm, The Museum of Modern Art, New York
- 070 Wassily Kandinski (1866 1944), Impressionen III (Konzert), 1911; Öl auf Leinwand, 77,5 x 100 cm, Städtische Galerie im Lenbachhaus, München, Quelle: Vom Klang der Bilder, Karin v. Maur
- 070 Theo van Doesburg , Rhythmus eines russischen Tanzes; 1918, Öl auf Leinwand, 135,9 x 61,6 cm; The Museum of Modern Art, New York, Quelle: Vom Klang der Bilder, Karin v. Maur
- 071 Ivan Wyschnegradsky (1893 - 1979), Projekt eines Lichttempels, Entwurf einer Farbanordnung für das Kuppel-Lichtspiel mit zugehöriger Partiturstelle, um 1943-44, Farbstift, Aquarell und Tuschefeder auf Papier, 32 x 24,5 cm, Privatsammlung, Quelle: Vom Klang der Bilder, Karin v. Maur
- 082 Tracy Chapman Foto: James Minchin
- 085 Tracy Chapman Fotos: James Minchin und Neal Preston
- 089 Tracy Chapman Alben Cover

10.2 Literatur

Branchendaten/
Jahreswirtschaftsbericht 2007,
Bundesverband Musikindustrie

Brennerstudie 2007,
Bundesverband der Phonografischen
Wirtschaft/GfK

Die Musikindustrie im Wandel,
Patrick Heinsohn, Wettbewerbsstrategi-
en großer und kleiner Anbieter in einem
multimedialen Markt. VDM Verlag
Dr. Müller, 2008

DIE ZEIT, Nr. 41, S. 51, 1. Oktober 2008

Funktionen von Musik in der modernen
Industriegesellschaft. Eine Untersu-
chung zwischen Empirie und Theorie,
Paul Rigggenbach, Tectum Verlag, Oktober
26, 2000, ISBN 9783828881686

Handbuch der populären Musik:
Geschichte - Stile - Praxis - Industrie
Peter Wicke; Kai-Erik Ziegenrucker;
Wieland Ziegenrucker, ISBN: 3795705711,
Verlag: Schott Music, Mainz, September
10, 2006

IFPI Digital Music Report 2008;
Revolution, Innovation, Responsibility

Rockmusiklexikon, Christian Graf;
Burghard Rausch, Verlag Fischer (Tb.),
Frankfurt, September 10, 2003, ISBN
3596158699

Sueddeutsche Zeitung, 2008

Süddeutsche Zeitung Magazin,
Nummer 27, 4. Juli 2008

St Petersburg Times THE VOICE OF
AMERICA - By Sergey Chernov,
St Petersburg Times, Issue #1178(44),
Friday, June 16, 2006

Synästhesie in der Musik, Musik in der
Synästhesie : Vorträge und Referate wäh-
rend der Jahrestagung 2002 der Gesell-
schaft für Musikforschung in Düsseldorf
(25.-28. September 2002) an der Robert-
Schumann-Hochschule / herausgegeben
von Volker Kalisch., Verlag Die Blaue Eule,
Oktober 28, 2004, ISBN 3899240855

The Independent (London),
September 9, 2005, Friday,
by Fiona Sturges; Rock & Pop:

The Reluctant Revolutionary;
First Edition; Features; Pg. 16,17

The Independent (London),
October 11, 2002, Friday, by Glyn Brown;
The Tracy Way; Features; Pg. 16,17

The Guardian (London),
September 28, 2002, by Gary Younge;
Guardian Weekend Pages, Pg 36;
A Militant Mellows: Tracy Chapman was
just 24 ...

The Sound of Painting:
Music in Modern Art (Pegasus Library),
Karin von Maur, Verlag Prestel, Oktober
26, 1999 ISBN 3791320823

Vom Klang Der Bilder, Karin v. Maur,
Verlag: Prestel Pub, Oktober 6, 1985, ISBN
,3791307274

Welche Farbe hat der Montag?
Synästhesie: das Leben mit verknüpften
Sinnen, Hinderk M. Emrich, Udo Schnei-
der, Markus Zedler, Hirzel, Stuttgart;
Auflage: 2., überarb. u. aktualis. A. (April
2004), ISBN 978-3777613031

Wenn Töne Farben haben: Synästhesie in
Wissenschaft und Kunst, John Harrison,
Spektrum Akademischer Verlag, Septem-
ber 12, 2007, ISBN 382741864X

Internetquellen

<http://de.wikipedia.org/wiki/Musikindustrie>

<http://www.wikipedia.org/wiki/Musik>

<http://de.wikipedia.org/wiki/Deezer>

http://de.wikipedia.org/wiki/Tracy_Chapman

http://de.wikipedia.org/wiki/Folk_Rock

<http://de.wikipedia.org/wiki/Syn%C3%A4sthesie>

<http://de.wikipedia.org/wiki/Wahrnehmung>

<http://www.media-perpektiven.de>,
Arbeitsgemeinschaft der ARD-Werbegeellschaften

<http://www.apple.com/de/itunes/>, 2008

<http://www.jetzt.de>, Süddeutsche Zeitung
Interview mit Prof. Karlheinz Brandenburg

<http://www.sueddeutsche.de/kultur/775/315664/text/>, 27.10.2008

<http://www.iis.fraunhofer.de/bf/amm/>

<http://www.pro-music.org>

<http://www.deezer.com/de>

www.fellit.ag.vu/index

www.abendblatt.de,
Prof. Hermann Rauhe (2002)

http://de.youtube.com/watch?v=sOpQL_gTiNM

http://de.youtube.com/watch?v=sOpQL_gTiNM&feature=related
(Ramazzotti - Lebe Ramazzotti (2008))

<http://www.tonhalle.de/programm/ignition>

<http://www.321ignition.de>

<http://www.amazon.de>

<http://www.warnermusic.de/tracychapman/bio/>

<http://www.tracychapman.com/>

<http://www.about-tracy-chapman.net/>

[http:// www.brockhaus.de](http://www.brockhaus.de)
Brockhaus 2002-2006, Der Brockhaus: in 15 Bänden,
F.A. Brockhaus, Leipzig, Mannheim, 2002-2006

134 10. QUELLENANGABEN

http://www.goethezeitportal.de/index.php?id=intermedialitaet_wahrnehmung

<http://www.nachrichten.ch/detail/318429.htm>

<http://www.graffitieuropa.org/streetart.htm>

<http://de.wikipedia.org/wiki/Streetart>

<http://zuender.zeit.de>

<http://farbwolke.de/top-10-streetartists/>

<http://streetart.berlinpiraten.de/spy-streetart-aus-spanien/>

<http://www.banksy.co.uk/>

<http://www.blublu.org/>

<http://obeygiant.com/>

<http://www.flickr.com/people/c215/>

<http://www.spy.org.es/>

<http://www.graffitieuropa.org/streetart.htm>

<http://de.wikipedia.org/wiki/Streetart>

<http://zuender.zeit.de>

10.3 Thanks!

Ein großes Dankeschön an alle die mich bei meiner Arbeit unterstützt und motiviert haben und nicht müde geworden sind immer wieder meinen Gedanken zu folgen. Im Besonderen ein riesiges Danke an Papa Orfgen für die wirklich großartige Unterstützung. Danke an meine Familie weil sie immer an mich glaubt. Sebastian Simonis für Alles. Moritz Schmidt fürs Sprechen der Audiokommentare aus dem fernen Hamburg und Jens Koblitz für die unglaublich schnelle Programmierung des Bonus Booklets. Nicht zuletzt ein großes Danke an meine Prüfer Prof. Dr. Rainer Zimmermann und Dipl.-Des. Helen Hacker. Thanks a lot!

138 11. EIDESSTATTLICHE ERKLÄRUNG

11. Eidesstattliche Erklärung

11. EIDESSTATTLICHE ERKLÄRUNG **141**

Ich versichere hiermit, dass ich die vorliegende Arbeit selbständig angefertigt und keine anderen als die angegebenen und bei Zitaten kenntlich gemachten Quellen und Hilfsmittel benutzt habe.



