

Jens Berger hinterfragt [in diesem Beitrag](#) das Geschäftsmodell der Audio-Streaming-Dienste. Anhand des Branchenprimus Spotify wird verdeutlicht, wer die Jahreseinnahmen von 10 Milliarden erhalte. Künstler und Rechteinhaber würden wenig, aber der Dienst relativ viel – etwa ein Drittel – erhalten. Das Oligopol der Plattformen sorge für eine Umverteilung von unten nach oben. Künstlerisch fragwürdige Anreize würden gesetzt. In Corona-Zeiten würden vor allem Bands leiden, die von Live-Musik lebten. Abschließend wird die These diskutiert, ob die Kleinen gegen die Major Labels gewinnen könnten. Gefordert wird, dass „die jungen, innovativen Künstler, von denen Spotify lebt, auf die Barrikaden gehen“. Danke für die interessanten E-Mails. Es folgt eine Auswahl der Leserbriefe. Zusammengestellt von **Christian Reimann**.

1. Leserbrief

Lieber Jens Berger,

im Folgenden mein Leserbrief zu Ihrem o.g. Artikel vom 3.2.2022.

Aus Sicht eines Betroffenen kann ich Ihre Einschätzungen nur bestätigen, möchte aber hier die eine oder andere persönliche Erfahrung noch hinzufügen.

Seit ca. 1986 bin ich nun als Künstler und Kreativer in der Musikbranche tätig und betreibe seit Mitte der 90er ein eigenes Label und einen Musikverlag, in denen ich mein eigenes Repertoire verwerte.

Ich habe ganz klassisch, damals mit einem Major-Deal bei BMG Ariola, als deutschsprachiger Singer/Songwriter begonnen, nach Achtungserfolgen und weiteren drei bei BMG produzierten Alben aber herausgefunden, dass ich unter dem profitorientierten Diktat einer Major Company auf die Dauer nicht glücklich werde.

Der Einfluss auf Inhalt und Art der Musik war mir von Seiten der Plattenfirma viel zu groß und ausgesprochen übergriffig. Musikstücke, egal welchen Genres, hatten grundsätzlich Hit-Qualitäten zu haben und vor allem „radiotauglich“ zu sein, damals das Promotion-Mittel der Wahl. Mit der Schere im Kopf kreativ zu sein, das war wohl nicht mein Ding.

Als einer der wenigen Künstler habe ich es geschafft, die der Plattenfirma überlassenen Rechte für mein Repertoire wieder komplett zu mir zu holen und meine Stücke mit Hilfe eines eigenen Labels und eigenen Musikverlages selbst und auf eigene Rechnung zu

verwerten.

Im Rahmen eines solchen sogenannten „Major-Deals“ hat die Plattenfirma zwar damals alle Kosten für Produktion, Promotion und Vertrieb übernommen, dem Künstler blieben demzufolge in der Regel lediglich 6 bis 7% vom sogenannten NDP (Nettodetailpreis), der bei Erstveröffentlichung eines Albums irgendwo zwischen 10 und 13 DM lag. Wir reden also über einen Erlös für den Künstler von etwa 0,80 bis maximal 1,00 DM pro Album-Tonträger. Dieser Erlös wurde durch kompliziert abgefasste Verträge natürlich noch runtergerechnet, mit allerlei zusätzlichen Einschränkungen, z.B. damals „erhöhte Herstellungskosten“ für CD(!) oder Cover und Verpackung, wenn man sich mit Standard-Plastik und Vier-Seiten-Booklet nicht zufriedengeben wollte. „Sonderveröffentlichungen“ im Mid- und Low-Preisbereich und die damit verbundenen reduzierten Händler-Abgabepreise wurden natürlich auch erstmal von der Berechnungsbasis der Lizenz abgezogen und so an den Künstler durchgereicht.

Für mich damals Grund genug, das Ganze auf eigene Füße zu stellen, um hier andere, aus meiner Sicht, gerechtere Margen zu erzielen.

Bei meiner erfolgreichsten Veröffentlichung Anfang der Nullerjahre im Eigenlabel, damals mit großem bundesweitem Vertrieb (Virgin) lag mein Einnahmen-Anteil dann schon bei etwa 6 € pro Tonträger. Beim Vertrieb blieben ohne jegliches Risiko immerhin noch 4 € pro Tonträger hängen. Wie auch immer...

Zusammen mit den GEMA-Einnahmen war das Produkt für die damalige Marktsituation sehr erfolgreich, allerdings für mich unglaublich arbeitsintensiv und aufgrund der hohen Kosten für notwendige freie Promotion, die ich als Label und Verleger natürlich selbst zu tragen hatte, gerade mal kostendeckend, mehr aber auch nicht.

Gut Geld verdienen konnte ich etwa ab 2006 mit reinen Eigenveröffentlichungen in einem engen Marktsegment als Singer/Songwriter vor allem durch Tonträgerverkauf bei meinen Live-Konzerten, zunächst mit Band und seit 2008 vor allem Solo, mit 60 bis 120 Auftritten pro Jahr, bundesweit. Die Marge für meinen Tonträgerverkauf lag, alle Kosten eingerechnet, in dieser Zeit bei 8 bis 12 € pro Tonträger, auch wenn diese Tonträger über aufwändige Pappverpackungen und sehr schön gestaltete Booklets verfügten.

Davon allein kann man zwar auch nicht leben, aber dazu kamen eben auch die Konzerteinnahmen und ich konnte mich tatsächlich nicht beschweren.

Inzwischen ist die Situation, abgesehen vom Einbruch der Tournee-Einnahmen durch

CORONA, völlig anders. Tonträger sind so gut wie nicht mehr verkäuflich. Mit der Digital-Veröffentlichung meines gesamten Back-Kataloges und dem Digital-Release meines neuen Albums im vergangenen Herbst habe ich bis heute durch Streaming und Download, insgesamt, sage und schreibe 165 € Nettoeinnahmen erzielt. Das entspricht in etwa 20.000 Streams und um die 30 Komplett-Downloads. Für Release und Bemusterung bzw. Newslettern an Radio und Presse stehen den bisherigen Einnahmen mehr als 5.000 € Kosten gegenüber.

Elend ist hier noch ein charmanter Ausdruck. Ohne Reserven könnte ich mir ein solches Debakel nicht leisten.

War das alte Major-Company-System der 80er und 90er Jahre, dem ich durch eigenes Label und eigenem Verlag ein Schnippchen schlagen konnte, schon hochgradig ausbeuterisch aus Sicht des Kreativen, so sind wir Künstler heute praktisch vom Regen in der Traufe gelandet. Die Situation ist schlimmer als je zuvor.

Der Anpassungsdruck für Künstler, doch gefälligst Output zu generieren, der Spotify-&-Co-konform zu sein hat, maximale Spieldauer von 3 Minuten und möglichst mainstream-stromlinienförmig zu klingen hat, ist so groß wie nie zuvor und wächst täglich.

Zynischerweise bieten Spotify und Co. natürlich auch noch kostenpflichtige Tutorials an, damit jeder Künstler möglichst lernt, wie er es künstlerisch als Eigenvermarkter den sogenannten Kuratoren und anderen Trittbrettfahrern, die den Standard für den Einheitsbrei vorgeben und aufgrund ihrer Marktmacht kategorisch aussieben, recht machen kann. Wenn Sie mit Ihrem Material nicht dauerhaft auf irgendeiner Playlist landen, haben Sie so gut wie keine Chance auf gute Streaming-Zahlen.

Gut und einigermaßen wirtschaftlich tragend für ein Album-Release hieße 500.000 bis 1.000.000 Streams pro Monat für die Dauer von mindestens sechs Monaten. Das entspräche in etwa dem Netto-Verkaufserlös von 1.000 CDs in sechs Monaten ohne zusätzliche Personal- oder Promotion-Kosten, also im Alleingang.

Dauerhaft heißt bei Spotify & Co. natürlich auch, dass Sie permanent, so wie viele Rapper das tun, nachlegen müssen, um im Gespräch oder neudeutsch „en vogue“ zu bleiben. Einmal im Jahr ein Album nachzulegen, reicht keinesfalls. Sie müssen das Spotify-Publikum schon mit ständig neuen Single-Veröffentlichungen und den notwendigen Begleitmaßnahmen auf sozialen Medien beglücken.

Die Szene wird auch von vielen ehemaligen Major-Mitarbeitern bevölkert, die im Zuge der

Umstrukturierung der Major-Companies in den vergangenen 15 Jahren ihren Job verloren haben und nun ihre Dienste im Bereich Online-Promotion, Vermarktung und Beratung als Selbständige einträglich feilbieten.

Dazu gehört natürlich auch eine, inzwischen mindestens zwei Generationen von Konsumenten, die Musik und künstlerische Leistung nicht für sonderlich schützenswert halten und entsprechend konsumieren. Nämlich als Hintergrundrauschen bei Studium, Arbeit und allen anderen täglichen Verrichtungen. Wirkliche Musikliebhaber, die sich ein Album des Künstlers ihrer Wahl, das sie interessiert, tatsächlich aussuchen und von A bis Z durchhören und nebenher nichts anderes tun, sind selten geworden, leider.

Dieser Spotify-Effekt zeigt sich inzwischen auch schon bei Live-Konzerten. Nicht selten verlassen da jüngere zahlende Zuschauer nach drei Stücken den Saal, vielleicht weil es ihnen nicht gefällt oder auch weil sie eben bei Spotify gewohnt sind, in dem Fall einfach weiterzusteppen. Die 20 € Eintrittsgeld scheinen hier keine Rolle zu spielen, wenn einem die ganze Welt musikalisch für schlappe 6,90 € im Monat, wann immer und wie oft man will, zur Verfügung steht.

Nicht ganz unschuldig an dieser Entwicklung und den Hörgewohnheiten vieler Menschen sind Radio-Programme, die diese Art von Musikkonsum nicht nur fördern, sondern auch aggressiv bewerben. „Der Sound der 80er und 90er und die Hits von heute“, das ist das Erfolgsrezept von maximal einer Handvoll Programm-Lieferanten, die zu nahezu 90% für die Programmgestaltung und die Playlisten kommerzieller und inzwischen auch öffentlich-rechtlicher Radiosender in ganz Europa verantwortlich sind.

Beliefert von weltweit operierenden Verlagskonzernen wie Warner, Sony oder BMG wird hier in großem Stil die Dauerverwertung von vor allem in den USA günstig eingekauftem Alt-Repertoire betrieben und spült, eingestreut in den o.g. täglichen Allerwelts-Mix, den ohnehin schon Großen täglich Geld aus Verlagsanteilen, GEMA und GVL-Lizenzen in die Kassen. Mit so viel Geld im Rücken können Lobbyisten dieser Firmen natürlich auch und besonders in Brüssel gut Druck machen für die gewünschten Anpassungen und Änderungen des Europäischen Urheberrechtsgesetzes.

Das ist das Ziel. Auch europäische Künstler sollen doch bitte, wenn es zum Leben nicht mehr reicht, ihre Urheberrechte, so wie in USA endgültig und natürlich weit unter Wert, verkaufen können, damit sie als Komponisten und Texter in Zukunft keinesfalls am großen Geldsegen der gut organisierten Wertschöpfung aus ihren kreativen Outputs partizipieren.

Das lässt sich nur vermeiden, wenn, wie Sie ausgeführt haben, namhafte Künstler sich

öffentlich wehren und natürlich der Konsument selbst hier Kante zeigt, weil er etwas Anderes möchte. Wollen wir hoffen, dass sich die Erkenntnis, dass Musik Ergebnis eines kreativen und manchmal mühsamen und arbeitsaufwendigen Schaffens-Prozesses ist und dem Kreativen hierfür eine angemessene Gegenleistung zusteht, doch noch oder besser wieder durchsetzt. Besonders optimistisch bin ich da nicht.

Ich grüße Sie herzlich
Michael Fitz

2. Leserbrief

Lieber Herr Berger,

der Mensch will offenbar: Billig, sofort und überall! Eine CD im kleinen Laden kaufen, wo der einzige Verkäufer auch der Inhaber ist? Ich mache das noch und profitiere nebenbei von der Fachkenntnis dieses Mannes. So ein Smalltalk über Musik bringt Qualität an Information, im Internet werde ich mit Quantität zugeschüttet.

Spotify höre ich zum ersten Mal, Netflix kenne ich von meiner Tochter, nein, ich will den Scheiß nicht! Ich bin keineswegs ein Internet-Verächter, im Gegenteil, von berufs wegen ein Profi in der Angelegenheit. Und ich hoffte einmal, dass das Internet die Dezentralität fördern und damit die Unabhängigkeit der kleinen Produzenten und Händler stärken würde. So ist es nämlich technisch angelegt. Das Gegenteil hat sich ergeben, riesige Monopole bildeten sich. Daran ist aber nur zur Hälfte der Monopolist Schuld. Die Hauptverantwortung trägt der unkritische Verbraucher, der jeden Mist mit macht (siehe oben, erster Satz).

Nun kann man verlangen, dass die Monopole reguliert werden. In diesen Zeiten ein frommer, blauäugiger Wunsch. Nein, der Impuls muss "von unten" kommen. Lebensmittel vom Erzeuger kaufen oder nah dran, Musik ebenso oder von kleinen Genossenschaften der Künstler. Und dann, pardon, mal genauer hinhören und genießen. Kunst unterscheiden von dem hirnlosen Gedröne, das so zu 90% die Medien füllt (ich kenn's nur vom Autoradio).

Kunst und Kommerz gehören nicht zusammen. Kommerz (Kapitalismus) ist gerade dabei unsere Welt zu zerstören. Wenn ich in der Lage bin, mich wirklich auf Kunst einzulassen, werde ich langsam immun gegen Kommerz.

Herzliche Grüße,

Rolf Henze

3. Leserbrief

Hallo liebes Nachdenkseiten-Team,

auch ich bin Spotify-Nutzer und mir der Problematik nur zu bewusst. Man kann aber auch als Rezipient etwas dafür tun, um gerade den unbekannten Künstlern in diesen Zeiten unter die Arme zu greifen.

Da ich meist in musikalischen Gefilden unterwegs bin, in denen Songs eher zehn als zwei Minuten Länge gehen und viele der Künstler die ich gerne höre bei Spotify auf ein paar hundert, mit Glück auf wenige Tausend Hörer pro Monat kommen (also vermutlich so gut wie nie Geld sehen), kaufe ich deren Alben digital, wenn sie mir denn auf Dauer gefallen.

Das kann man machen, wo man will, aber sehr viele der unabhängigen Acts aller Genres haben ein gutes Zuhause auf bandcamp.com gefunden (Mit denen ich in keiner Weise geschäftlich verhandelt bin). Diese Plattform nimmt erstens soweit mir bekannt den mit Abstand geringsten Prozentsatz vom Umsatz und bietet besonders in der Pandemie eine Besonderheit, mit der sie sich sicher viele Freunde fürs Leben gemacht haben. An jedem ersten Freitag des Monats verzichtet bandcamp komplett auf die Provision der digitalen Verkäufe und reicht das Geld mehr oder weniger eins zu eins an die Künstler durch.

Wer ein paar Infos dazu haben möchte: daily.bandcamp.com/features/bandcamp-fridays-update

Also werde ich morgen Abend mit meiner Einkaufsliste, die ich beim Pendeln mittels Spotify erstellt habe, vor dem Rechner sitzen und Bands abseits des Mainstreams ihre Alben abkaufen.

Dort finden sich auch durchaus Bands, die das Spiel der Streamingdienste nicht mitmachen und über Spotify und Co. nicht zu haben sind. Viel zu wenige aber immerhin.

Ich spiele übrigens die Songs dann nach dem Kauf oft trotzdem weiter über Spotify, in der stillen Hoffnung, dass über die Bruchteile von Cents dann doch einmal eine kleine Überweisung von dort zustande kommt.

Mit besten Grüßen
Oliver Göpfert

P.S.: Da schreibe ich eine so schöne Mail über meine Unterstützung von Bands abseits des Mainstream und habe meine bevorzugte Quelle für Nachrichten und Meinungen abseits des Mainstream sträflich vernachlässigt. Das werde ich am Wochenende ebenfalls ändern. Versprochen. Bitte bleiben Sie dran. Besonders die Aggression gegenüber Russland beunruhigt mich schon seit langer Zeit und von dem was wir zur Zeit erleben kann einem tatsächlich nur angst und bange werden.

P.P.S: Da Sie ja auch an Songs mit politischen Texten interessiert sind. Seltsamerweise nicht auf bandcamp zu finden, aber für mich [einer der besten Texte der letzten Jahre](#).

Er beschreibt leider nur zu genau die herrschende Denkweise.

4. Leserbrief

Sehr geehrter Herr Berger,

Wie heißt es doch so schön? Wer die Wahrheit hören will, den sollte man vorher fragen ob er sie ertragen kann.

Eins vorweg, hier kommt die Wahrheit, so ganz nebenbei, denn es muss raus weil es sein muss: Was oder Wer ist Spotify und Co.?

Und nicht nur diese, alle anderen Social Media Angebote – Kanäle mit eingeschlossen – doch bleiben wir beim Sound (engl. Klang oder Klänge).

Als ehemaliger alleinerziehender Vater, eines damals 18 jährigen Gitarristen dessen Schulband, im melodischen Black – Death Bereich, zu Gymnasium Zeiten 2008, musizierte sind wir zum gegenwärtigen Zeitpunkt noch immer die verrücktesten Soundliebhaber und Sammler von tausenden Platten und CDs. Die Betonung, liegt bei uns auf Sound.

Der Zeilenschreiber, heute 64 Jahre alt, der Sohn, heute 32 in Familie lebend, streamen bis Jetzt, Nachher oder Anderweitig keine auf Plattformen eingestellte 0815 Mainstream Mickey-Mouse-Bullshit-Musik weil wir schon immer wußten, dass nur durch Konzertbesuche und dem Kauf der Tonträger unsere speziellen Künstler bessere Einnahmen erzielen

können.

Wir hören mit absoluter Sicherheit keine „Massenkulturmusik“ sowie „Populärkulturmusik“, besuchen nicht solche Konzertveranstaltungen und haben somit einen Hörgenuss abseits des verordneten Massengeschmacks und sind dadurch frei in unseren Entscheidungen, welchen Sound wir uns je nach persönlicher Stimmung einlegen, auflegen, und zum persönlichen Wohlbefinden genießen wollen.

Das Radio ist bei uns schon vor Jahrzehnten von der Soundanlage abgeklemmt und im Karton verschwunden, da war an Spotify und Co. noch nicht einmal zu denken. (Der Werbung wegen)

Um bei der Wahrheit zu bleiben: Ein Blick auf den erkennbaren Krisenherd der Musikbranche und die dahinter stehenden Mächte macht eines deutlich – Nichts würde sich bei ihrer Handlungsweise für den „Musikliebhaber“ verbessern – weil Normalität heißt Dauerkrise und ist in allen anderen desolaten Gesellschaftsbereichen dauerhaft präsent.

Denn, wenn das Hirn krank ist, somit kein Intellekt vorhanden, man also zu den Normalbürgern zählt, dann braucht man sich über desolate Zustände, in der Musikbranche, sondern auch abseits derselben, nicht zu wundern.

Oder anders ausgedrückt: Normal sein ist wie Selbstmord auf Raten – da halte ich es lieber wie Dr. Manfred Lütz es in seinem Buch beschreibt, Irre – Wir behandeln die Falschen: Unser Problem sind die Normalen, meide nicht nur Streaming Dienste bzw. Social Media Plattformen, fahre und besitze auch weiterhin kein Auto, mache keine Schiffs – Flugreisen und erweise mich im persönlichen wahren Leben eines Menschen würdig – und bleibe, wie im Buch beschrieben, weiterhin ein außergewöhnlicher Irrer.

Sehr geehrter Herr Berger,

Wenn auch die NachDenkSeiten weiterhin an kritische, wahrhaftige, Leserzuschriften interessiert sind, keinem Veröffentlichungsverbot und keinerlei Zensur unterliegen, wäre es wert meinen Beitrag auch ihrer Leserschaft zur Verfügung zu stellen, erst recht bei diesem Thema, (Benutzungsverhalten von Social Media Kanälen) um über das eigene persönliche Verbraucherverhalten einmal noch gründlicher nachzudenken.

Es verbleibt mit freundlichen Grüßen, auch an Ihr Team
Herr Werner Matzat

Ein weiterhin in recht großer Sorge lebender Vater und Bürger dieses Landes

5. Leserbrief

Lieber Herr Berger,

meine Zeilen sind nur insofern mit dem Thema Ihres Beitrages in Verbindung zu bringen, als dass ich auf die subtile Art und Weise aufmerksam machen möchte, mit der über Internetplattformen geschickt das Geld abgesaugt wird. Und zwar unter dem Deckmantel vermeintlich wichtiger Themen.

Ich diesem Falle rede ich über die Petitions-Plattform change.org. Ich hatte vor längerer Zeit eine Petition unterschrieben, die mir nun wirklich am Herzen lag, nämlich diese

change.org/p/bundesregierung-abwahl-misstrauensvotum-vom-ministerpr%C3%A4sidenten-michael-kretschmer-cdu

Ich hatte kaum meine Unterschrift geleistet, als eine Spendenaufforderung in meinem Postfach einging. Das wiederholte sich einige Tage später.

Ich habe den Petitionsfortschritt aufmerksam verfolgt, nämlich vor dem Hintergrund, dass laut Sächsischer Landesverfassung Artikel 71 bei Vorlage der Stimmen von 40.000 Landesstimmberechtigten ein sog. Volksantrag in Gang gesetzt werden kann. Es hätte ja sein können, dass die Intension des Petitionsverfassers darauf ausgerichtet gewesen ist. Also fragte ich bei der Kontaktadresse von change.org nach, wie es nun weitergehen soll.

Darauf konnte man mir seitens change.org nun aber überhaupt keine Auskunft geben, weil das ausschließlich im Ermessen des Initiators liegen würde. So weit, so gut. Aber wer streicht hier eigentlich die Spenden ein und vor allem, wofür? Und es wird gespendet. Das konnte man an den Kommentaren sehen.

Vielleicht wäre diese Frage für Sie einmal ein interessantes Recherche-Thema.

Mit freundlichen Grüßen
Björn Ehrlich

6. Leserbrief

Hallo Herr Berger,

ich habe Ihren Artikel mit Interesse gelesen, weil mich insbesondere auch das Gehabe von Neil Young gestört hat. Ich habe dazu auf einer amerikanischen Seite noch einen Artikel über weitere Hintergründe für das Verhalten der “Altstars” gelesen, der in diesem Zusammenhang vielleicht von Interesse ist:

childrenshealthdefense.org/defender/joe-rogan-musicians-threaten-remove-music-spotify/

Mit freundlichen Grüßen,
Alexander Beck

7. Leserbrief

Hallo liebes Nachdenkseiten-Team,

hier ein Hinweis zum heute [von Jens Berger veröffentlichten Artikel zu Spotify](#).

Berthold Seliger sieht das Problem eher in den Verträgen der Künstler mit den Labels. Der lesenswerte Artikel ist [hier zu finden](#).

Schöne Grüße
Heinz Peter Brinkmann

Anmerkung zur Korrespondenz mit den NachDenkSeiten

Die NachDenkSeiten freuen sich über Ihre Zuschriften, am besten in einer angemessenen Länge und mit einem eindeutigen Betreff.

Es gibt die folgenden E-Mail-Adressen:

- [leserbriefe\(at\)nachdenkseiten.de](mailto:leserbriefe@nachdenkseiten.de) für Kommentare zum Inhalt von Beiträgen.

- [hinweise\(at\)nachdenkseiten.de](mailto:hinweise(at)nachdenkseiten.de) wenn Sie Links zu Beiträgen in anderen Medien haben.
- [videohinweise\(at\)nachdenkseiten.de](mailto:videohinweise(at)nachdenkseiten.de) für die Verlinkung von interessanten Videos.
- [redaktion\(at\)nachdenkseiten.de](mailto:redaktion(at)nachdenkseiten.de) für Organisatorisches und Fragen an die Redaktion.

Weitere Details zu diesem Thema finden Sie in unserer „[Gebrauchsanleitung](#)“.