

Die Technik von morgen

Man kann es nicht oft genug betonen: mit seiner Digitalisierung hat sich der Ton vom Träger gelöst, die Tonträgerindustrie wird obsolet« (Arno Frank, taz)

Die heute allgegenwärtige Krise der Musikindustrie warf bereits Ende der Achtziger seine Schatten voraus. Dabei war die Meldung damals kaum einer Schlagzeile wert und trieb der Musikindustrie auch nicht den Angstschweiss auf die Stirn, als 1987 zwei Professoren am Fraunhofer Institut in Erlangen ein Audio-Kompressionsformat namens »Moving Pictures Experts Group-1 Layer 3« – kurz MP3 – entwickeln. Es gab auch kein Anlass zur Besorgnis als 1991 der Informatiker Tim Berners-Lee am Genfer CERN-Institut das Hyperlink-System erfindet, das künftig das rasche Springen zwischen verschiedenen Internet-Seiten ermöglicht. Das World Wide Web war geboren; eine Errungenschaft mit der sich die Plattenbosse nicht weiter zu beschäftigen hatten, schliesslich blickte die Tonträgerindustrie zu Beginn der Neunziger in eine rosige Zukunft.

Der Schreiber dieser Zeilen empfindet immer wieder eine kindliche Freude, die Archive der Musikpresse zu durchstöbern und über die Journalisten zu staunen, die schon vor 25 Jahren ihr Talent als prophetisches Orakel herausforderten und Spekulationen anstellten, wie die Industrie in ferner Zukunft funktionieren wird. Schon 1988 in der Prä-Internet-Zeitrechnung warnte der MUSIKEXPRESS seine Leserschaft: »Die fortschreitende Versorgung der Musikkonsumenten mit Kommunikationstechniken, die ihn mit der ganzen Welt verbinden oder auch nur den Lokalfunk ins Haus bringen, geben ihm so viele, zumeist kostenlose Musikprogramme an die Hand, dass der Anreiz, bespielte Tonträger zu kaufen, immer geringer wird« und dass die CD nicht partout bis zum Sankt-Nimmerleins-Tag unser bevorzugter Tonträger bleiben wird, ahnte das Musikmagazin meines Gewissens schon damals, denn »schon gibt es Zukunfts-Szenarien, die der Compact-Disc im Wunschkonzert des Jahres 2000 zwischen all den neuen Tonträgern und Musikprogramm-Quellen dann allenfalls noch ein Gnadensbrot zugestehen wollten«. Obwohl 1988 das gute alte Vinyl in den akribisch sortierten Plattenläden noch omnipräsent war, begann manch kritischer Zeitgenosse bereits erste Nachrufe auf den in die Jahre gekommenen Tonträger zu verfassen. Die Tatsache, dass der Album-Anteil im Mainstreambereich zu Beginn der Neunziger bei gerade noch fünf Prozent darbt, bemüssigte den MUSIKEXPRESS im Mai 1992 auf den Abgang der Schallplatte einzustimmen: »Wir erheben uns und gedenken still des Toten: 1992 wird als dasjenige Jahr in die Geschichte eingehen, in dem das Vinyl endgültig den Geist aufgab«. Doch der lang herbeigesehnte Tod des Vinyl trat dann doch nicht so schnell ein, dank der Widerspenstigkeit der DJs, die mit ihrer Weigerung CD's zu verwenden, dem Vinyl das Überleben gesichert haben. »Es wird nicht mehr lange dauern, bis es keine Schallplatten mehr gibt. Bald wird man sich die Musik über den Bildschirm ins Haus holen, wo man sie dann noch in bester DAT abspeichern kann. Vergütet wird das Ganze dann mit einer Monatspauschale. Die Industrie könnte sich auf die

Einspeisung verlegen, vielleicht sogar zu Satellitengemeinschaften zusammenschliessen« warnte schon 1988 Klaus-Michael Karnstedt, Geschäftsführer des Peer Musikverlages. Mit seiner Vision, der Konsument kaufe seine Musik am Computer ein, sollte sich später sogar bewahrheiten – dass die Kontrolle dazu in den Händen der Plattenfirmen liegen würde allerdings weniger. Den Fokus legte die Industrie zu Beginn der Neunziger ohnehin auf ein Format, an das sich heute niemand mehr so recht entsinnen will. Mit der »Digital Audio Tape« (DAT), auf dem das Bandrauschen der analogen Kassetten verschwunden war und mit der »Digital Compact Cassette« (DCC) wurden dem Konsument der Mund wässrig gemacht und von der Industrie vollmundig als die technische Zukunft angepriesen; die Markteinführung stand auch kurz bevor. Paradoxerweise fand die digitale Zukunft – ausser in Japan – dann aber doch nicht Einzug auf die heimische Stereoanlage. Die Elektronikbranche, die sowohl Hard – als auch Software – Lieferant ist, bekam kurz vor der Lancierung offenbar kalte Füße, angesichts der zu drohenden Flut von Raubkopien in digitaler Qualität.

»Die Vorstellung, wie jüngst in ›Details‹ beschrieben, dass ein Singer/Songwriter ohne Hoffnung auf einen Plattenvertrag seine Musik ins Data-Netzwerk ›Internet Underground Music Archive‹ (IUMA) einspeist und auf diesem Wege zu 1770 ›Kontakten‹ kommt, kling in Deutschland wie eine Mär aus ferner Zeit« (SPEX, 1994)

1995 wurde die Firma Opticon mit der Vermarktung von MP3 beauftragt. Man hoffte, dass kommerzielle Anbieter ein Interesse an der Musikkomprimierung haben könnten und als neue Distributionsmöglichkeit ins Auge gefasst werden sollte. Doch ein dreister Student stellte die MP3-Rezeptur auf den noch blutjungen Daten-Highway Internet, wo sie von zahlungsfaulen Studenten in den USA benutzt wurde, um gegenseitig Musik übers Netz auszutauschen. Seither ist kein Stein auf dem anderen geblieben. »1994 könnte in die Geschichte als das Jahr der Anarchie auf dem Musikmarkt eingehen ... mal sehen, was die Plattenfirmen aushecken, um sich das Monopol auch für diese Technologie zu sichern« kommentierte der MUSIKEXPRESS das Phänomen 1994 leicht zynisch und stellen am Schluss eine fast schon rhetorische Frage: »Werden die Plattenfirmen überhaupt noch gebraucht?«.

1994 tummeln auf der von zwei kalifornischen Studenten lancierten Internet – Mailbox IUMA (Internet Underground Music Archive) knapp 400 Songs, die von etwa 190 Bands und Interpreten zum Download am heimischen PC offeriert werden. Noch ein halbes Jahr zuvor fanden sich gerade mal 30 Interpreten im Internet-Archiv. Spätestens hier hätte die Industrie hellhörig werden müssen und zur Abwechslung einmal ihr Scheuklappendenken ablegen sollen. Doch sie reagierte so, wie sie schon früher neuen Technologien beizukommen wollte – mit Verboten, indem die RIAA (Recording Industry Association of America) die einschlägigen Internet-Seiten kurzerhand schliessen liess. Schon 1985 nahm die RIAA angesichts der Kopierpraxis auf Kasette einen Anlauf ein Gesetz durchzubringen, das auf jede Leerkassette eine

Steuer pro Bandminute aufschlagen sollte. Es gehörte also schon fast zur Philosophie der Plattenindustrie, technische Erneuerungen, die der Industrie zuwider liefen, mit Verboten und Einschüchterungen in Schach zu halten. Zu behaupten, die Industrie sei mit MP3 auf dem falschen Fuss erwischt worden, wäre eine Untertreibung. Bis 1998 hatten die meisten Labels für Internet-Aktivitäten noch überhaupt keine Mitarbeiter.

»Wenn man behaupten würde, die Branche hätte verstanden, was da auf sie zukommen, würde man die Verantwortlichen wohl überschätzen. Ich glaube, dass sie eigentlich nie verstanden haben, was da vor sich ging. Vielleicht gab es ein paar Ausnahmen bei der RIAA, aber diese Leute hörten sich am Schreibtisch keine Musik an. Man darf nicht vergessen, dass damals, 1993, 1994, 1995 oder 1996, bei den meisten Unternehmen der Unterhaltungsbranche keine Computer auf den Schreibtischen standen. Die Zukunft zu verstehen, ohne daran irgendwie mitzuarbeiten, ist verdammt schwer. Wenn man Musik per Computer von einem Ende des Flurs zum anderen schicken kann, versteht man vielleicht, wie es ist, sie ans andere Ende der Welt zu verschicken« (Jim Griffin, MP3 – die digitale Revolution in der Musikindustrie, S.45)

Das Zauberwort »Multimedia« geisterte ab 1995 durch die Medienlandschaft – ein Geschenk des Himmels für den Konsumenten, eine Horrorvision für die Musikindustrie. Aerosmith nutzen 1994 die Möglichkeiten des Cyberspace-Zeitalters als einer der ersten: sie veröffentlichten *Head First* über das Internet. Wobei der Fan auf die harte Geduldsprobe gestellt wurde: das Herunterladen dauerte eine Stunde, aber das Tor war geöffnet. Es ist nicht untertrieben zu behaupten, die Plattenfirmen seien mit der Verbreitung von Musik im Internet komplett auf dem falschen Fuss erwischt worden. Was noch schlimmer wiegt, ist die Tatsache, dass man einfach glaubte, dass sich das Problem irgendwie von selbst wieder löst, wie es bislang immer der Fall gewesen ist. Elmar Kruse, Sprecher vom Dachverband der deutschen Phonoindustrie beteuerte damals: »Wir müssen schauen, dass wir diese Musik umfassend sichern, denn im Jahre 2000 ist die Musikeinspeisung ins digitale Netz sicher schon sehr weit vorangeschritten¹⁸³« und WEA Sprecher Edward Will schwebt nichts Geringeres vor, als das ganze Netz zu kontrollieren: »Diese Musiker müssen das Netz ja auch erst mal nutzen können. Dann werden wir irgendwann als Anbieter auftreten«. Ein fataler Trugschluss, wie sich noch weisen sollte. Und so blieb der Industrie erst einmal nichts anderes als konsterniert festzustellen, dass die Verkaufszahlen ihrer Tonträger ab 1998 konstant in eine Richtung wiesen, und zwar nach unten. Die nackten Zahlen sprechen eine deutliche Sprache: 1998 war der Umsatz durch den Verkauf von Tonträgern fast doppelt so hoch wie heute. Was im World Wide Web wie in einer globalen, virtuellen Jukebox abgelegt war, konnte theoretisch jederzeit und überall auf den heimischen Computer geladen werden. Die Suche nach Hehlern hatte sich Ende der Neunziger zu einem Rennen zwischen Hase und Igel festgefahren, doch ein Licht am Ende des Tunnels war für die Industrie am Ende der Dekade nicht festzumachen.