

**DOC KOLONKO's**  
PDF GUIDE | Februar 2010

---

Für Musiker  
und Bands!

# „Die Struktur des Musik- business“

So sind die Zusammenhänge  
zwischen Plattenfirmen, Medien,  
Musikverlagen, GEMA und GVL



myspace  
**BandRadar**



**Bandologie**

# 1. Was ihr in diesem PDF Guide erfahren könnt



**L**iebe Musiker bei MySpace,

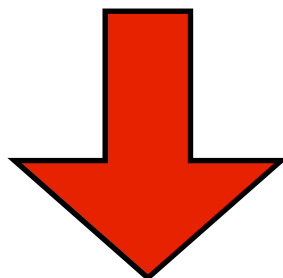
**in diesem PDF Guide erhaltet ihr eine Übersicht über die Zusammenhänge der wichtigsten Instanzen im Musikbusiness.**

In den kommenden, monatlichen PDF Guides werden noch weitere Themen behandelt, die euch auf dem Weg als Musiker ins Musikbusiness helfen können.

Als „Doc Kolonko“ stehe ich euch zudem für Fragen rund um die Themen „Musikbusiness“ und insbesondere „Selbstvermarktung für Musiker“ zur Verfügung. Jede Woche beantworte ich eine besonders spannende Frage in meinem Blog bei MySpace: [Doc Kolonko's Blog](#)

Hast du auch eine Frage? Dann sende mir einfach eine Nachricht über mein MySpace-Profil: <http://www.myspace.com/bandologiemusiker>

Jetzt geht es los!



## 2. Die wichtigsten Instanzen des Musikbusiness – eine Übersicht

Um das Musikgeschäft wird seit vielen Jahren ein Mysterium geschürt. Insbesondere Musiker wissen häufig nicht so recht, wer nun was genau macht, wer wofür Geld kriegt und wer wofür verantwortlich ist. Im Folgenden eine Auflistung dazu. Die Parteien im Musikgeschäft sind in Deutschland:

<i>Name</i>	<i>Verantwortlich für</i>	<i>Umsatz pro Jahr</i>
<b>Musiker</b>	Inhalte (Musik, Texte), Performance, im Zweifelsfall für alles	Schwer zu ermitteln, da es sich um eine Vielzahl von Freiberuflern handelt
<b>Publikum</b>	100 Prozent des Geldflusses aller genannten Parteien	Keiner. Das Publikum ist ‚die‘ Geldquelle im Musikgeschäft!
<b>Konzertveranstalter</b>	Veranstaltung von Konzerten	2,822 Milliarden, davon ca. 28% Rock / Pop national. Relevant für euch: 790 Millionen Euro (Stand: 2007)
<b>Plattenfirmen</b>	Herstellung und Vermarktung von Tonträgern der Künstler, die einen Plattenvertrag mit ihnen haben. Mehr und mehr auch Beteiligung an Merchandising und Live-Auftritten (360 Grad-Deals).	1,575 Milliarden Euro, davon Anteil nationaler Produktionen: 36,3 Prozent. Relevant für euch: 572 Millionen Euro (Stand: 2008)
<b>GEMA</b>	Geldfluss durch Musikverwertungen, von den Verwertern (Radio, Fernsehen, Konzertveranstalter etc.) an die Musiker	823 Millionen Euro, davon 700 Millionen an Musiker verteilt (Stand: 2008)
<b>Musikverlage</b>	Auswertung von Musikkonzessen	730 Millionen

<i>Name</i>	<i>Verantwortlich für</i>	<i>Umsatz pro Jahr</i>
<b>„Die Medien“: Fernsehen, Radio, Internet, Printmedien</b>	Im Zweifelsfall für nichts. In der Regel: Berichterstattung über erfolgreiche oder besonders kreative und ungewöhnliche Musiker	Schwer zu ermitteln, da es sich um eine Vielzahl verschiedenartiger Firmen handelt
<b>Musikmerchandising-Firmen</b>	Herstellung von Merchandising; Verkauf entweder über den Hersteller, über Versandhäuser oder direkt über die Bands (bei Live-Konzerten)	Machte bei den Rolling Stones, 8,8 Prozent des Umsatzes, zwischen 1989 und 2002, aus. Merchandising wird für Bands immer wichtiger, da die Umsätze durch produzierte Musik weniger wurden.
<b>Manager, Produzenten, Medienanwälte, Grafiker, Videoregisseure, sonstige Freiberufler</b>	Alles wofür sie von ihren Auftraggebern (Musiker oder Firmen) bezahlt oder woran sie beteiligt werden.	Schwer zu ermitteln, da es sich um eine Vielzahl von Freiberuflern handelt

Quellen:

Plattenfirmen: „Musikindustrie in Zahlen 2008“, <http://www.musikindustrie.de/jahrbuecher/>, Seite 13

Musikveranstaltungen, Merchandising-Umsätze der Rolling Stones: [http://www2.hu-berlin.de/fpm/wip/raetz\\_01.pdf](http://www2.hu-berlin.de/fpm/wip/raetz_01.pdf), Seite 19 beziehungsweise Seite 65

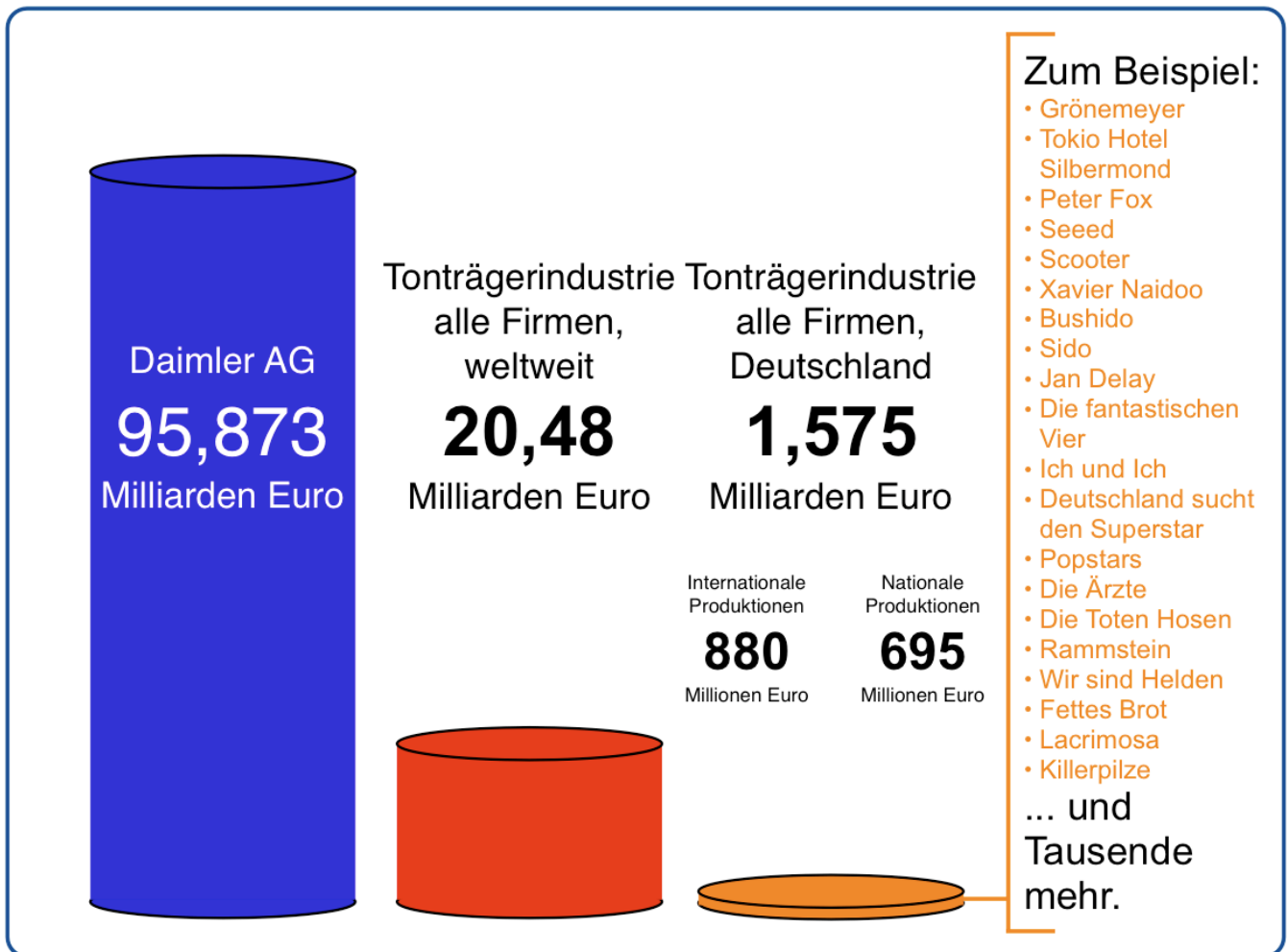
Musikverlage: [http://www.miz.org/static\\_de/themenportale/einfuehrungstexte\\_pdf/07\\_Musikwirtschaft/tietze.pdf](http://www.miz.org/static_de/themenportale/einfuehrungstexte_pdf/07_Musikwirtschaft/tietze.pdf), Seite 1

GEMA: <http://www.gema.de/presse/publikationen/geschaeftsbericht/>, Seite 5

Na hallöchen ... geht doch. Sieht ja plötzlich ganz übersichtlich aus.

Mit über 2,915 Milliarden Euro Umsatz allein in Deutschland müsste das doch ein fetter Markt sein, auf dem es genug für alle gibt, oder? (Ich habe an dieser Stelle alle Zahlen aus der Tabelle, die relevant für Rock- und Popmusiker aus Deutschland sind zusammengerechnet. Musikrichtungen wie Hip Hop und Metal sind natürlich ein Bereich davon.)

Also: Fetter Umsatz? Naja ... schaut euch doch einfach mal die folgende Grafik an, bei der ich den Jahresumsatz der Firma „Daimler AG“ (das ist nur EINE Firma) mit der gesamten Tonträgerindustrie vergleiche ... dann kriegt ihr in etwa ein Gefühl dafür, wie groß oder klein der Musikmarkt ist.



Diese Unterlagen sind Teil eines Workshops von Nils Kolonko | [www.bandologie.de](http://www.bandologie.de) Vervielfältigung nur mit schriftlicher Genehmigung

**Diese Grafik zeigt maßstabsgetreu den Jahresumsatz der Daimler AG verglichen mit dem Jahresumsatz der gesamten Tonträgerindustrie.**

Okay. Habt ihr die Grafik (oben) mal genauer unter die Lupe genommen? Das sind zwar „nur“ die Tonträgerumsätze, aber ihr kriegt schon eine Ahnung, wo es hin geht: Die Musikindustrie ist eine relativ kleine Industrie. Das ist übrigens auch der Grund, weshalb man mit einer entsprechend guten Selbstvermarktung bereits eine ganze Menge auf diesem Markt erreichen kann. Wenn ihr – beispielsweise – Autos bauen wolltet, wäre das nicht so einfach! Ihr bräuchtet riesige Geldsummen als Startkapital für die Fabriken. ... Musik kann man heutzutage mit privaten Geldmengen (ein paar Hundert oder ein paar Tausend Euro) richtig professionell von zuhause aus im Wohnzimmer produzieren! Das ist auch der Grund, warum so viele Leute zuhause Musik produzieren und so wenige Leute in ihrem Wohnzimmer den neuen Mercedes bauen! ;)

Quellen: Daimler AG Umsatz: <http://ar2008.daimler.com/reports/daimler/annual/2008/gb/German/30105080/umsatz.html> (Seite), Rest: „Musikindustrie in Zahlen 2008“, <http://www.musikindustrie.de/jahrbuecher/>

Jetzt wieder im Ernst. Es sieht also auf dem Musikmarkt so aus: Ziemlich kleine Geldmenge, ziemlich große Konkurrenz! Daraus lassen sich gewisse Dinge für den Erfolg als Musiker ableiten, die ich im [Bandologie-Buch](#) genauer erkläre. Wenn dich das näher interessiert, kannst du dort weiterlesen.

In diesem Dokument folgt jetzt in Super-Geschwindigkeit noch eine schnelle Übersicht, wer mit wem, wie auf dem Musikmarkt zusammenhängt:

**Die Musiker** ... liefern üblicherweise Musik, Texte und Live-Performances ab. Im Zweifelsfall – insbesondere heutzutage – müssen Musiker sich allerdings um viel mehr kümmern. Beispielsweise: Eigene Webseite, MySpace-Profil-Updates, Konzert-Organisation, eigenes Merchandising, CD-Herstellung, Werbung, möglicherweise ein eigenes Label und dergleichen mehr. ... Einige erfolgreiche Musiker kümmern sich regelrecht ‚um alles‘ und suchen sich ausgewählte, freiberufliche Partner, um ihren Umsatz zu machen und somit als Profimusiker erfolgreich zu sein.

**Das Publikum** ... erhält einen Nutzen (in der Regel ‚Spaß‘ / Amusement) und zahlt dafür Geld. Es wird immer schwieriger das Publikum bei der Masse an kostenlos verfügbarem Entertainment und der harten Konkurrenz (auch aus dem Filmbereich etc.) noch zum Kauf von Musik zu bewegen. Inspirationen, wie es am besten geht findest du bei Bandologie in rauen Mengen.

**Die Plattenfirmen** ... verkaufen im Wesentlichen Tonträger und zahlen davon einen Prozentsatz an die Musiker; üblicherweise ca. 8 bis 25 Prozent. Hier gibt es keine Vorgaben; jeder Plattenvertrag ist frei verhandelbar. Zudem zahlen Plattenfirmen Geld für CD-Herstellungen an die GEMA.

**Die GEMA** ... kassiert im Auftrag von Musikkomponisten, Musiktextern und Verlagen Geld von Musikverwertern und schüttet dieses, abzüglich einer Bearbeitungsgebühr, an die Musiker und Verlage aus. [www.gema.de](http://www.gema.de)

**Die GVL** ... erhält Geld von der GEMA (diese führt das Inkasso für die GVL mit durch) und schüttet es an ausübende Künstler aus. [www.gvl.de](http://www.gvl.de)

**Die Musikverlage** ... sorgen dafür, dass die Musikstücke ihres Repertoires möglichst häufig ‚verwertet‘ werden. In der Regel erhält ein Verlag dafür 40% der GEMA-Einnahmen des Komponisten. Ein Komponist braucht nicht unbedingt einen Verlag.

**Die Konzertveranstalter** ... veranstalten Konzerte in der Regel mit Bands, bei denen sich das finanziell lohnt. Der Konzertveranstalter zahlt üblicherweise eine Beteiligung der Eintrittsgelder an die Musiker; zudem muss jeder Konzertveranstalter GEMA-Meldelisten einreichen und – wenn GEMA-relevantes Material gespielt wird – eine Gebühr dafür an die GEMA zahlen.

„**Die Medien**“ ... berichten über (für die Medien interessante!) Künstler und wollen damit ihre Auflagen (oder Quoten, Zuhörerzahlen, Klickzahlen) erhöhen oder halten. Normalerweise fließt zwischen diesen Medien und der Musikindustrie kein Geld.

**Die Musikmerchandising-Firmen** ... stellen meist im Auftrag der Musiker entsprechende Merchandising-Artikel her. Das finanzielle Risiko dazu tragen kleinere Bands meistens selbst oder umgehen es mit dem Anbieter [Spreadshirt](#).

Soweit diese blitzschnelle Übersicht über die wichtigsten Player auf dem Musikmarkt in Deutschland.

Bis zum nächsten PDF Guide im März 2010!



Alles Gute und schöne Grüße, euer

  
Doc Kolonko

<http://blogs.myspace.com/bandologiemusiker>

