

# Schlagwort: Vernetzung

Scheune-Akademie und Internet-Vertrieb recordJet sind Dresdner Projekte zum Popmusik-Geschäft – Gespräch mit den Machern

Haben es Polarkreis 18 jetzt geschafft? Selten ist es schon, dass eine Pop- oder gar Rockband aus Dresden überregionale bzw. internationale Wahrnehmung erlangt und vor allem wirtschaftlichen Erfolg erzielt. Liegt es an Dresden? An den Bands? An der Struktur? Im dritten Jahr betreibt das Neustädter Kulturzentrum Scheune eine „Akademie“ mit Thementagen, Workshops und Seminaren. Seit April 2010 arbeitet von Dresden aus mit recordJet ein Online-Musikvertrieb. DNN sprach mit Sebastian Schwerk (Scheune Akademie) und Jorin Zschiesche (recordJet) über Inhalte und Perspektiven.

**Frage:** Was verbirgt sich hinter dem hoch-offiziellen Begriff „Scheune Akademie“?

**Sebastian Schwerk:** Wir wollen mit dieser Akademie unter dem Dach der Scheune einen Ort schaffen, der sich als Netzwerk für die regionale Musikwirtschaft versteht. In gewisser Hinsicht ist es also Lobbyismus-Arbeit, in jedem Falle aber keine Schule.

**Das Projekt läuft seit 2008. Wie fällt der Vergleich zwischen Soll- und Ist-Zustand aus?**

**S. Sch.:** Alle Veranstaltungen sind mittlerweile so gut besucht, wie wir es erwartet haben. Es gibt also Bedarf. Wir wollten Aufmerksamkeit erregen, auch das ist uns gelungen. So sind wir schon im ersten Jahr in den bundesweiten Katalog der Musikförderer aufgenommen worden. Dementsprechend wohlwollend waren auch erste Reaktionen auf politischer Ebene. Aber wir sind natürlich noch lange nicht am Ziel. Das wird noch zwei, drei Jahre benötigen.

**Der bislang letzte Workshop hatte den Musikvertrieb im Internet zum Thema. Was steckt hinter dem Dresdner Projekt recordJet?**

**Jorin Zschiesche:** Es ist ein digitaler Vertrieb, der es Musikern und Labels ermöglicht, ihre Musik online bei großen Anbietern wie iTunes oder Amazon zu verkaufen. Die Künstler erhalten dabei 100 Prozent der Einnahmen, was in Deutschland neu ist. Der Kostenfaktor ist dabei gering, also für jedermann erschwinglich.

**Gibt es Auswahlkriterien oder kann jeder alles anbieten?**

**J. Zsch.:** Es geht um akustische Qualität, nicht um Musikstile. Jede Musik ist bei uns willkommen, wenn sie inhaltlich den Gesetzen entspricht und klanglich in Ordnung ist. Aufnahmen mit dem Walkman-Mikro aus einer Garage lehnen wir ab.

**Die Grundidee von recordJet ist also dem Anliegen der Scheune Akademie sehr ähnlich: Einzelkämpfer zusammenzubringen, ihnen zu helfen, sich und ihre Musik zu verkaufen...**

**S. Sch.:** Dabei gehen wir davon aus, dass sich die klassischen Strukturen der Musikindustrie komplett verändert haben. Die großen Unternehmen hatten früher fachorientierte Einzelsparten unter einem Dach: Label, Promotion, Verlag, Vertrieb, Booking. Unter dem Eindruck drastisch gesunkener Verkäufe von CDs spricht jetzt jeder vom so genannten 360-Grad-Modell, bei dem eine Einheit komplett alles übernimmt. In zunehmendem Maße wird das auch für kleine Unternehmen zutreffen. Es wird leichter sein, ein Label zu gründen, das Künstler vermarktet und alles wahrnimmt, was nötig ist, von den Konzertterminen bis zum Vertrieb im Netz. Insofern ist eine Plattform wie recordJet von enormer Wichtigkeit. Kleine Label mit zwei oder fünf Künstlern werden sich nicht bei allen Shops anbieten können.

**J. Zsch.:** Besser gesagt, man kommt dort als kleines Label gar nicht erst hinein. Die Shops müssten mit den Einzelnen Verträge abschließen, das ist denen schlichtweg zu viel Arbeit. Digitale Musikvertriebe übernehmen es, und der Zugang wird wesentlich erleichtert oder erst möglich.

**S. Sch.:** Wenn man mit Plattformen wie der Scheune Akademie oder recordJet vor Ort ist wie hier in Dresden, hat



Haben die Zukunft des Musikgeschäfts im Blick: Sebastian Schwerk (l.) und Jorin Zschiesche.

Foto: Dietrich Flechtner

man ständigen Austausch und profitiert voneinander. Der digitale Vertrieb ist die Zukunft. Diesen Baustein benötigen wir zum Aufbau besserer regionaler Strukturen.

**Was heißt in diesem Falle „regional“?**

**S. Sch.:** Für mich eigentlich Mitteldeutschland, im mindesten aber Sachsen.

**J. Zsch.:** Ich bin derzeit im gesamten deutschsprachigen Raum tätig, gehe aber davon aus, dass es demnächst weltweit greifen wird. Theoretisch ist es jetzt schon möglich, seine Musik über uns in aller Welt anzubieten, im Detail fehlen nur noch die sprachlichen Übersetzungen der Seiten.

**Wie viele vergleichbare Projekte gibt es?**

**J. Zsch.:** Wirklich ernst zu nehmende Konkurrenten gibt es in Deutschland vielleicht fünf. Wir haben allerdings dieses wesentliche Alleinstellungsmerkmal einer 100prozentigen Beteiligung der Künstler.

**S. Sch.:** Aus Sachsen ist mir nichts Vergleichbares zur Scheune Akademie bekannt. Deutschlandweit gibt es die ebam-Akademie, die ich besucht habe und mit der wir eng zusammenarbeiten. Die macht das auf professioneller Ebene in groß. Wichtig ist, dass wir uns wirklich nur um die wirtschaftlichen Aspekte kümmern. Wir bieten kein Bandcoachig und keine Instrumenten-Workshops, denn das existiert bereits. Wir glauben daran, dass das kreative Potenzial hier in Sachsen besonders groß ist, was auch an der musikalischen Ausbildung liegt. Woran es mangelt, sind musikwirtschaftliche Strukturen, weil die einfach nicht gewachsen sind. Normalerweise erfolgt der Einstieg ins Musikgeschäft über Praktika. Hier fehlen dazu schlichtweg die Firmen. Deshalb holen wir zumeist kompetente Kräfte von außerhalb in unsere Workshops und Thementage.

**Stichwort Förderung: Der Fördergedanke wird oft falsch interpretiert. Es geht doch in der Scheune Akademie nicht darum, dass jemand etwas für andere macht, sondern dass die Eigeninitiative angeregt wird...**

**S. Sch.:** Ja, genau. Dass hier jemand etwas für einen tun würde, ist aber ein Nebeneffekt, der natürlich zu beobachten ist. Unsere Kurse sind auch deshalb nicht kostenfrei. Grundsätzlich bin ich überrascht über die Vielfalt der Teilnehmer. Es reicht von Musikern, die wir jedoch nicht direkt ansprechen wollen, bis zum klassischen Manager. Darunter sind wiederum einige, die vielleicht als Musiker angefangen haben, aber feststellen mussten, dass ihr Talent nicht ausreicht. Wohl jede Band hat einen

der eine CD produzieren und veröffentlichen kann? Ich finde, dass beispielsweise Produzenten viel stärker gefördert werden müssten. Das hören die Musiker sicher nicht gern.

Bei vielen Künstlern und Veranstaltern gibt es einen nahezu naturgewachsenen Drang nach Förderung, bei anderen eine regelrechte Scheu davor. Der Freistaat Sachsen hatte bis 2002 ein „Strukturprogramm Rockmusik“ laufen, seitdem ist Ruhe im Segment. Will die Scheune Akademie den Staat wieder im Boot haben?

Was wir wollen, ist eher im Wirtschaftsministerium angesiedelt. Kunstförderung ist etwas anderes, das muss klar sein. Wir wollen gern kooperieren, Konzepte vorlegen und sind dabei, Kontakte zum neu geschaffenen Kompetenzzentrum für Kreativ- und Kulturwirtschaft zu pflegen. Wir wollen, dass Label, Manager und Produzenten gefördert werden, und zwar so, dass sie wirklich etwas erreichen können. Popmusik ist global ein extrem starker Wirtschaftssektor, aber nicht hier. Das wissen die Bands selbst. Wenn sie ihre Demos verschicken, wird kaum eine Postleitzahl aus Sachsen auf dem Umschlag stehen.

**Sebastian Schwerk: Die Mär, dass man nur noch in großen Städten wie Hamburg, Berlin oder Köln als Musiker Erfolg haben kann, weil dort die Label sitzen, wird sich demnächst erledigen.**

**Ist der klassische Selfmade-Musiker, der sich um alles kümmert, ausgestorben?**

**J. Zsch.:** Wenn es ums reine Musikmachen geht, ganz im Gegenteil. Das Equipment ist erschwinglich geworden, so dass fast jeder relativ professionell Musik machen kann. Diese Menschen tummeln sich dann auf verschiedenen Plattformen im Internet. Das fördern wir. Bei uns braucht man kein Label, um sich anzumelden, keine großen Deals im Hintergrund. Ich glaube, dass Musiker zunehmend dahinterkommen, solche für sie lästigen Dinge wie Booking, Vertrieb und Promotion abzugeben.

Viele zum Teil großartige Bandprojekte aus Dresden sind in den vergangenen Jahren nicht zuletzt gescheitert, eben weil Promotion, Booking und Vertrieb nicht funktionierten. Oder weil die Künstler selbst damit überfordert waren.

**S. Sch.:** Das genau ist unser Thema. Ich sehe reine Selbstvermarktung, ob-

wohl sie ganz groß diskutiert wird, als gefährlich an. Ein Künstler ist Künstler und kein Kaufmann. Promotion, Booking und Vertrieb sind geschaffen für Jobs, nicht fürs Nebenbei. Diejenigen, die es wagen, wollen wir mit Kontakten in die etablierte Praxis unterstützen.

**Was macht einen guten Manager aus?**

**S. Sch.:** Er muss die Band verstanden haben und ständig mit Leidenschaft daran arbeiten, sie in allen wichtigen Bereichen zu vernetzen.

**Hat die Standortfrage an Gewicht verloren? Andersherum gefragt: Kann wirklich alles von Dresden aus funktionieren?**

**J. Zsch.:** Bei mir ist es eigentlich egal, von wo aus ich arbeite.

**S. Sch.:** Das sehe ich anders. Wir werden hier in der Stadt beispielsweise im Bereich Videoproduktion/Multimedia immer stärker. Du wirst gute und bezahlbare Programmierer brauchen, wenn du wächst. Da ist Dresden sehr gut aufgestellt.

**J. Zsch.:** Stimmt. RecordJet hat ja auch einen Servicebereich, in dem Leistungen für Künstler angeboten werden, und da tauchen schon vor allem regionale Anbieter auf.

**S. Sch.:** Die Mär, dass man nur noch in großen Städten wie Hamburg, Berlin oder Köln als Musiker Erfolg haben kann, weil dort die Label sitzen, wird sich demnächst erledigen. Wir sind durch das Internet auf dem Weg dorthin und werden auch in Dresden erfolgreiche Businessmodelle erleben. Ich habe gerade eine Frau in der Akademie, die hat sich aus dem sehr konservativen Job einer Rechtsberaterin heraus selbstständig gemacht und eine Agentur für A-cappella-Gruppen gegründet. Sie besucht fleißig unsere Workshops und hat vielleicht links neben sich jemand sitzen, der sich um Hip Hop kümmert, und rechts einen für Heavy Metal. Ich hoffe, dass wir für den Standort gut sind, nicht der Standort für uns. Unser Angebot ist ehrenamtlich. Es geht nicht darum, von Fehlern in der Struktur zu profitieren, sondern die Struktur zu verbessern.

Interview: Andreas Körner

## INFORMATIONEN

++ Die **Scheune Akademie** ist mit Workshops, Foren und Thementagen auch ein Angebot für Quereinsteiger und Nur-Interessierte. Schwerpunkt ist dabei die Workshop-Reihe „Musikwirtschaft“.

Nächste Termine: „YouTube richtig nutzen“ (15. Juli), Thementag „Radio und Popkultur“ (4. September), Thementag „Ausbildung, Weiterbildung, Existenzgründung“ (23. Oktober). Der dritte Workshop „Musikkritik“ ist ebenfalls noch für Herbst 2010 vorgesehen.

Anmeldung & Informationen: [www.scheune-akademie.de](http://www.scheune-akademie.de)

++ **recordJet** ist ein Internet-Tool für die Vermittlung von Songs und Alben in Online-Shops. Rechte und Einnahmen verbleiben beim Urheber, erhoben wird eine einmalige/jährliche Gebühr. Angeboten wird auch die Vermittlung von Serviceleistungen wie Webpräsenz, Layout- und Musikvideogestaltung.

Informationen: [www.recordjet.com](http://www.recordjet.com)

Freund, der neben ihr steht und sich um dieses oder jenes kümmert. Auch die kommen zu unseren Kursen. Wobei wir uns in diesem Jahr noch stärker mit anderen Kreativbranchen vernetzen, also Dozenten einladen, die Webseiten oder Musikvideos produzieren, sich mit Urheberrecht auskennen oder Promotion.

**Eine noch immer gern praktizierte Fördermaßnahme sind Bandwettbewerbe...**

**S. Sch.:** Und was nützt es der besten Band, wenn sie dreimal hintereinander gewinnt, und hinterher ist keiner da,