

1 Einleitung

1 Einleitung

1.1 Herausforderungen der Musikindustrie

Erstmals seit Anfang der 80er Jahre stagnieren weltweit die Umsätze der Musikindustrie. Besonders in Deutschland, sind die Absatzzahlen, nach einem Boom zu Beginn der 90er, wieder rückläufig. In dieser Situation bieten sich der Musikindustrie neue Chancen und Herausforderungen durch das Medium Internet. Dieses kann als neuer Vertriebsweg genutzt werden und dem Absatz neue Impulse geben. Darüber hinaus eröffnet der Online-Vertrieb neue direkte Kommunikationsmöglichkeiten zum Musikkäufer. Allerdings birgt das Internet auch die Gefahr von einer unkontrollierten illegalen Verbreitung von Musik. Der Austausch von Musik über das Internet stößt bei den Internetbenutzern auf großes Interesse. Diese nutzen zumeist das ungeschützte Komprimierungsverfahren MP3, welches sich bereits zu einem Quasi-Standard für digitale Musik im Internet entwickeln konnte. Die Herausforderung für die Musikindustrie ist nun die Etablierung von neuen sicheren Standards für den digitalen Musikvertrieb. Es gilt sichere Online-Distributionsysteme und digitaler Musikformate zu entwickeln, die den Musikvertrieb im Internet erschließen und gleichzeitig unkontrollierte Weiterverbreitung wirksam verhindern können.

Das Ziel der vorliegenden Arbeit, ist eine Darstellung der neuen Möglichkeiten, die der Vertrieb von Musik im Internet bietet. Der digitale Musikvertrieb im Internet ist aber auch durch neue Rahmenbedingungen, gegenüber dem klassischen Musikvertrieb über den Handel, geprägt. Für die Distribution von Musik im Internet gilt es neue Vertriebsstrategien zu entwickeln. Neben den klassischen Tonträgerherstellern bietet sich nun für neue Musikanbieter die Möglichkeit, Musik im Internet zu vermarkten. Dabei gilt es für den technisch geprägten Vertriebsweg Internet, sichere Distributionssysteme zu schaffen. Digitale Musik ist mehr noch, als ein Musiktonträger, der Gefahr des illegalen Kopierens ausgesetzt. Daher ist die Entwicklung einer geschützten digitalen Musikdistribution, eine der Herausforderungen des digitalen Musikvertriebes

1.2 Gang der Untersuchung

Zur Einführung in die Zusammenhänge der klassischen Musikindustrie und deren Vermarktungsstrategien, werden in Kapitel 2 die Bedingungen des klassischen Tonträgerhandels dargestellt. Des Weiteren sollen die rechtlichen Grundlagen des Musikvertriebs dargestellt.

Der erste Hauptteil der Arbeit, Kapitel 3, behandelt Chancen und Möglichkeiten des digitalen Musikvertriebs im Internet. Nach Definition des digitalen Musikvertriebs und einer Einschätzung der zukünftigen Entwicklungen, werden in Kapitel 3.2 die Neuerungen und Veränderungen für die Musikindustrie durch den digitalen Musikvertrieb dargestellt. Im Kapitel 3.3 werden Konzepte und Handlungsmöglichkeiten die der Digitale Musikvertrieb eröffnet aufgezeigt. Dazu werden die Businessmodelle der verschiedenen Musikanbieter im Internet und neue Formen der Musikdistribution behandelt. Mit einer Darstellung der Einflußfaktoren für die digitale Musikdistribution schließt Kapitel 3.4 ab.

In Kapitel 4, das den zweiten Hauptteil der Arbeit bildet, werden die technischen Herausforderungen und Bedingungen der digitalen Musikdistribution untersucht. Digitale Musik muß vor einer unkontrollierten Weitergabe, nach einem erfolgten Verkauf, geschützt werden. Kapitel 4.1 betrachtet die Möglichkeiten zur Sicherung von digitaler Musik im Internet. Nachdem die Entwicklungen durch die Musikpiraterie und die Anforderungen für sichere Standards dargestellt wurden, werden verschiedene Technologien zur Sicherung einer Musikdistribution vorgestellt. Digitale Musik muß vor der Distribution komprimiert werden, um sie an die Bandbreiten des Internet anzupassen. In Kapitel 4.2, werden die verschiedenen Kompressionsverfahren vorgestellt und verglichen. Die Wiedergabe von digitaler Musik und die dafür einsetzbare Soft- und Hardware wird in Kapitel 4.3 vorgestellt. Die zukünftige Entwicklung eines digitalen Musikvertriebes wird mitbestimmt, von den Kosten und der Geschwindigkeit, der Übertragung der Musikdaten. Dies wird in Kapitel 4.4 behandelt. Neben einem technischen Schutz von Musik, bedarf es neuer rechtlicher Grundlagen, um Musik im Internet schützen zu können. Die rechtlichen Rahmenbedingungen eines digitalen Musikvertrieb beschreibt Kapitel 5. In Kapitel 6 werden exemplarisch Anbieter von digitaler Musik im Internet beschrieben. Das Resümee schließt die Arbeit zum Thema digitaler Musikvertrieb im Internet ab.