

Jeong-Won Sin

Du bist, was du hörst

Musiklabels als Wegweiser im digitalen Zeitalter

2014, kart., 427 Seiten, ca. 14 Abb.

D 39,90 € / A 41,10 € / CH 53,90 Fr.

ISBN 978-3-593-50103-1

Erscheinungstermin / Sperrfrist: 18. Juni 2014

Auch als E-Book erhältlich.

Welche Bedeutung haben Musiklabels heute? Jeong-Won Sin zeigt, wie Labels zu einem musikkulturellen Wegweiser im digitalen Zeitalter werden können.

Bis in die späten 1990er Jahre waren es die Plattenfirmen bzw. Labels, die als Teil der Musikindustrie die Kontrolle über Produktion, Veröffentlichungsstrategie und Vertrieb von Musik innehatten. Dies änderte sich im Zuge der digitalen Entwicklung auf für die Branche dramatische Weise. Neue Formate und Vertriebswege ermöglichen es den Künstlern heute, ihre Musik selbst zu produzieren, zu vermarkten und zu vertreiben. Und die Konsumenten müssen Musik nicht mehr besitzen, um sie zu hören, sondern nutzen immer häufiger kostenlose Internetportale wie Youtube oder Streamingdienste wie Spotify. Wozu also braucht man heute überhaupt noch Labels? Welche Relevanz haben sie im digitalen Zeitalter?

Diesen Fragen geht der Musik- und Medienexperte Jeong-Won Sin in seiner Studie nach. Vor dem Hintergrund des rasanten digitalen Umbruchs im Musikmarkt zeigt er, dass Labels zwar in ihrem traditionellen Aufgabenbereich an Bedeutung verlieren, als Orientierungshilfe für die verschiedenen Zielgruppen aber immer wichtiger werden. Denn der Musikmarkt ist heute mehr denn je von einer unübersichtlichen Vielfalt an Veröffentlichungen geprägt. Die digitalen Portale führen Millionen von Songs, und für die Konsumenten wird es immer schwieriger, den Überblick zu bewahren und die Musik zu finden, die sie suchen. Wie Musiklabels den Kunden als kultureller Wegweiser in der musikalischen Veröffentlichungsflut dienen können, indem sie eine eigene Identität und ein unverwechselbares Profil entwickeln, das zeigt der Autor anhand von Genretheorie und Markenführung.

Für seine Studie hat der Autor zahlreiche Interviews mit namhaften Musikexperten und Künstlern geführt. Am Beispiel von Sub Pop (Grunge/Indie), Nuclear Blast (Metal) und Ninja Tune (Elektronik) demonstriert Sin, wie Musiklabels es gelingen kann, sich so zu positionieren, dass die Fans sich auf sie verlassen können: auf einen bestimmten Sound, eine spezielle „Attitude“, auf Authentizität und Qualität. Damit rückt Sin die genuin kulturelle Aufgabe der Identifikation in den Mittelpunkt seiner Labeltheorie.

Der Autor

Jeong-Won Sin, Dr. phil., hat Medien-Planung, -Entwicklung und -Beratung in Siegen studiert. Erste Erfahrungen in der Musikbranche sammelte er bei Labels wie Community, Matador, Domino und Grand Royal. Zudem hat er mit Noize.cc ein eigenes Online-Musikmagazin aufgebaut. Seit 2003 ist er bei Universal Music im Bereich Digital tätig. Heute verantwortet er dort als Head of Sales das Geschäft mit allen Download-Portalen von iTunes über Amazon bis Google Play.

Kontakt: Miriam Schulte, 030-40576782 (Di. bis Do.), schulte@campus.de