

Digitale Nische für Liebhaber oder Revolution des Musikvertriebs?

# Netzwerk der



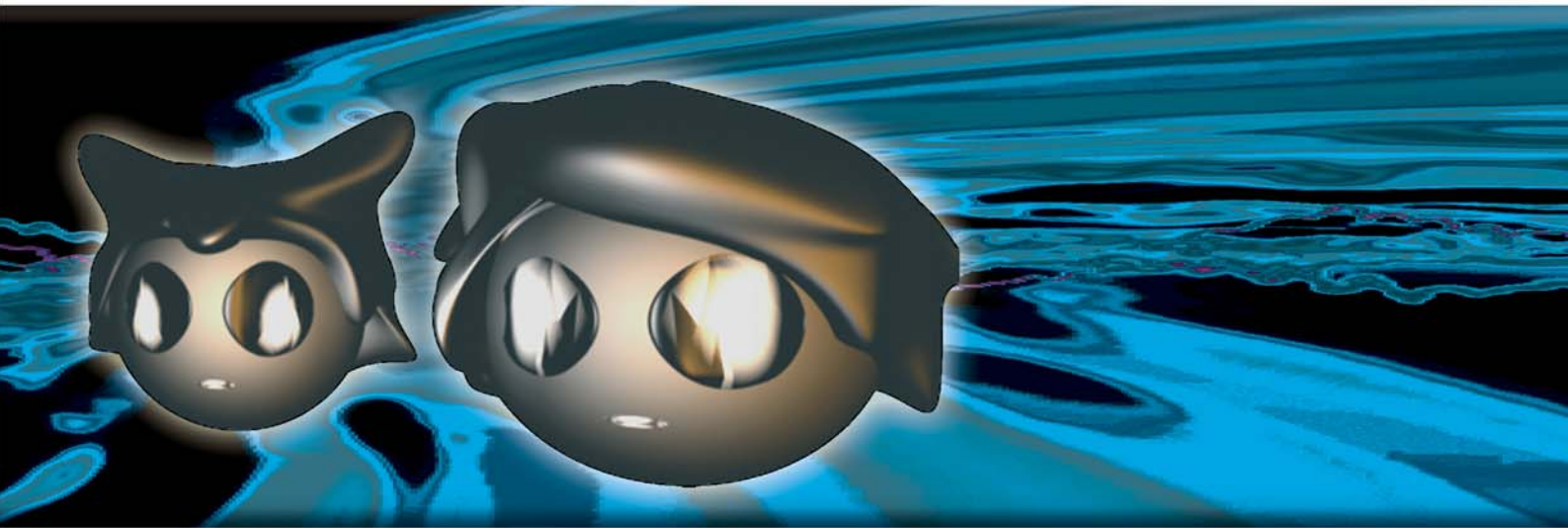
*Ist froh, dass sie bei ihrem Netlabel nicht funktionale Musik mit Hit-Garantie abliefern muss: DJ Brigitte Bijoux*

*Die Grafik dieser Doppelseite stammt von Christian Sierpinski, dem Designer des Netlabels iD.eology*

# Musik-Idealisten

**Köln - Viele Menschen gehen lieber auf virtuelle Tauschbörsen als in den Plattenladen.**

**Doch auch die großen MP3-Portale haben ihren Glanz verloren. An ihre Stelle treten immer häufiger die Netlabels, die wie herkömmliche Plattenlabels ihren eigenen Sound propagieren. Den kann der Surfer allerdings nicht kaufen, er darf ihn kostenlos runterladen. Wie arbeiten und überleben die Netlabels?**



Der Begriff ist noch relativ jung. Einige Netlabels bezeichnen sich selbst auch als MP3-Label, Internetlabel, Netzlabel, Weblabel oder Onlinelabel. Ihnen allen gemeinsam ist aber der kostenlose Musikvertrieb über das Internet. In der Regel hat sich dabei das MP3-Format mit einer Datenrate von 192 kbps durchgesetzt, was der Qualität einer CD ziemlich nahe kommt. Einige Netlabels betonen jedoch ihre Open-Source-Philosophie dadurch, dass sie ihre Musik auch oder ausschließlich im offenen Ogg-Vorbis-Format zum Download anbieten. Die meisten Künstler, die auf einem Netlabel ihre Musik „releasen“, blicken in der Regel auf keinerlei Hardware-Veröffentlichung auf Vinyl oder CD zurück. Die Motivation eines Musikers, auf einem Netlabel die eigene Musik gratis anzubieten, speist sich aus

unterschiedlichen Motiven. Die einen veröffentlichen als Überzeugungstäter, die anderen haben keinen anderen Unterschlupf gefunden, und wieder andere möchten ihre Songs und Tracks nicht auf eine festgelegte Anzahl von Tonträgern begrenzt sehen, sondern einem potenziellen Millionenpublikum auf dem ganzen Globus zur Verfügung stellen. Die Deutsch-Französin Brigitte Bijoux, die auf dem Kölner Netlabel iD.eology veröffentlicht, meint dazu: „Als Drum&Bass-DJ lege ich hauptsächlich roughe Tracks auf, die das Publikum anpeitschen. Im Club möchte ich gemeinsam mit dem Publikum schwitzen und feiern. Wenn ich zu Hause in meinem Heimstudio produziere, geht es mir vor allem um Musik, die Bestand hat und über Genre-Grenzen hinausgeht. Während ich im Club oft DJ-Tools ver-

wende, sollen meine eigenen Tracks Seele atmen. iD.eology gibt mir die Freiheiten, die mir andere Vinyl-Drum&Bass-Labels versagt haben. Hier darf ich Musikerin sein und muss nicht funktionale Musik mit Hit-Garantie abliefern.“

## Entstehung einer neuen Szene

Die Ursprünge der Netlabels entspringen der Demo-Szene, einer Subkultur, die mit dem Einzug der Heimcomputer in die Familien entstand. Denn in den frühen Achtzigern wuchsen die ersten Kinder und Jugendlichen mit Computern in den eigenen vier Wänden auf. Da der Computer damals lange nicht so komplex wie der heutige PC und der Speicher des Volkcomputers C64 auf 64 Kilobyte begrenzt war, gelang den jungen Menschen ►

Anhänger des Creative-Commons-Gedankens: Jörg Friedrichs (l.) vom Netlabel iD.eology und Musiker René Margraff von www.starvingbuthappy.tk



schnell der Einstieg in die Programmierwelt. Spiele, deren Kopierschutz man geknackt hatte, wurden mit kleinen selbst programmierten Intros geschmückt. Der Anspruch dieser ersten digitalen Signaturen wuchs stetig, und mit den Programmierfähigkeiten potenzierte sich die Kreativität. Schnell entwickelte sich eine Szene, in der Programmierer, Grafiker und Musiker zusammenarbeiteten.

### Am Anfang war das Format ...

Für die Jugendlichen, die sich damals noch vorwiegend über den gewöhnlichen Postweg verständigten, wurden diese Intros langsam interessanter als das neueste Spiel. Mit dem Einzug des Commodore



Galt als das Musikprogramm auf dem Amiga500 schlechthin: Der Pro-Tracker speicherte Song- und Sample-Daten in einer Datei

Amiga und des Atari ST wuchsen die Möglichkeiten. Intros wurden nun immer häufiger losgelöst von Spielen verschickt und nannten sich ab da Demos. Diese Demos kann man als eine Art Videoclip sehen, in dem Musik, Computercode und Grafik verschmolzen werden. Solch ein selbstständig laufendes Programm wurde in gemeinschaftlichem Schaffen erarbeitet. Neben Grafikern und Programmierern war vor allem auch Musik ein wesentlicher Bestandteil. Die ersten Grundweichen für den Austausch von Musik auf elektronischen Wegen legte Karsten Obarski. Er

entwickelte ein Musik-Sequencer-Programm für den Amiga. Mit Hilfe des „Ultimate Soundtracker“ konnten Computer-Freaks leicht 8-Bit-Mono-Samples auf vier Spuren arrangieren. Dabei setzte man die Samples in Form von Noten auf die einzelnen Spuren, und das Programm „pitchte“ die Samples: Dadurch veränderte sich die Tonhöhe, und mit Hilfe eines Sounds ließen sich Melodien komponieren. Noten wie auch die Samples wurden in einer Datei gespeichert, die mit der Abkürzung „.mod“ (für Module) endete. Somit ließen sich Songs auf Disketten abspeichern und an Freunde sowie Interessierte verteilen. In der Regel wurden die .mods wiederum via Ultimate Soundtracker geöffnet. Dadurch bekam jeder einen direkten Einblick in den Aufbau des Musikstücks und konnte den Ablauf wie auf einem Notenblatt verfolgen. „Open Source“ war damals noch kein

Thema, wurde aber schon verwirklicht. Da das Module-Format relativ klein gehalten wurde, stand der Verbreitung der elektronischen Musik nichts im Wege. Vor allem ab 1990, als die BBS-Mailbox-Szene aufblühte, tauschten Musiker und Fans ihre Lieblings-.mods gerne schon via Telefonleitung. Mit der Entstehung des Internets nach 1994 verlagerten sich dann langsam die Kommunikations- und Distributionswege. Um 1997/1998 entstanden schließlich die ersten Netlabels, die Musik in Form der .mods zur freien Verfügung zum Download anboten.

### ... und dann kam die Leitung

Vor allem der FTP-Server ftp.scene.org wurde als Umschlagsplatz der Szene fleißig genutzt und gab den Labels einen ordentlichen Schub nach vorne. Erst mit der stetigen und nicht aufzuhaltenden Verbreitung des MP3-Formats bahnte sich dann der langsame Untergang der Module-Szene an. Zwar können Surfer noch heute jede Menge .mod- und auch .sid-Files – .sid ist das Musikformat des Commodore 64 – aus dem Netz fischen und mit Hilfe von Programmen wie Winamp

## Nachgefragt bei der Agentur Renomme: „Wir schaffen zusätzliche Verwert

**Stuttgart - Am 21. Juni 2004 startete die Agentur Renomme im Auftrag von Mercedes Benz die kostenlose Download-Compilation „Mixed Tape“. Nach dem zweiten Online-Album verzeichnet die Agentur nach eigenen Angaben bereits über 1,4 Mio. Downloads. Neben Nachwuchskünstlern sind maßgeblich Netlabels am Erfolg beteiligt, deren Künstler kostenlos Songs zur Verfügung stellten. René Herzer und Brian Bray von Renomme erklären Moritz Sauer das Konzept.**

**musikwoche:** Ihre Agentur hat das „Mixed Tape“ von Mercedes Benz ins Leben gerufen. Können Sie kurz das Konzept erläutern?

**René Herzer:** „Mixed Tape“ ist eine kostenlose Online-Musikplattform mit hochwertiger innovativer Musik zum Hören und Herunterladen für Musikinteressierte und zum Hochladen und Bewerben für Musiker.

**Brian Bray:** Ziel ist es, innovative Künstler aus aller Welt zu fördern und ihnen zu ermöglichen, sich einem großen internationalen Publikum zu präsentieren. Um sich von anderen Musikangeboten qualitativ abzuheben, werden stets nur 15 exklusive Titel im sechs- bis achtwöchigen Turnus als eine Compilation veröffentlicht.

**mw:** Wie sind Sie auf die Idee gekommen, mit Netlabels zusammenzuarbeiten?

**Bray:** Wir empfinden Netlabels als zeitgemäße Form der Distribution von Musik. Das Engagement, die Leidenschaft für Musik und die innovativen Inhalte der Betreiber und Künstler beein-

drucken uns. Das möchten wir gern unterstützen, indem wir sie in unsere Projekte wie „Mixed Tape“ integrieren.

**mw:** Warum arbeiten Sie mit Netlabels und GEMA-freien Internetkünstlern zusammen?

**Herzer:** Wir arbeiten natürlich auch mit Künstlern, die Mitglieder in einer klassischen Verwertungsgesellschaft sind. Entscheidend für unsere Zusammenarbeit mit allen Künstlern sowie Labels und Verlagen ist immer das künstlerische Potenzial und die Form der Zusammenarbeit. Für „Mixed Tape“ verwenden wir aus Projektgründen viele GEMA-freie Werke. Vor allem wegen der wirtschaftlichen Planbarkeit ist es schwierig, kostenfreie Internet-Musikangebote zu machen, da die GEMA pro Download abrechnet, wir aber keine Einnahmen pro Download dagegen rechnen können. Bei vielen Downloads kann das dann schnell jeden Budgetrahmen sprengen. Bisher ließ sich leider keine Regelung finden, die solchen Projekten, von denen Anbieter und

abspielen. Doch Musiker und Netlabels umarmten das soundtechnisch bessere Audioformat und vertreiben heute in der Regel alle Musikstücke via MP3. Gemeinhin schließen Netlabels, jedenfalls derzeit noch, keine Künstlerverträge mit ihren Musikern und Produzenten ab. Oftmals veröffentlichen die Betreiber eines Labels die Musik, ohne je ein Foto des Musikers gesehen zu haben. Obendrein ist sämtliche Netlabel-Musik GEMA-frei und eröffnet neue und oft umkomplizierte Horizonte der Vermarktung (siehe das Renommee-Interview auf dieser Seite). Wie das Format Netlabel virtuell ist, so gestaltet sich auch zumeist der Kontakt über digitale Datenbahnen entweder via Email oder ICQ. Oft finden sich Musikbegeisterte auch in Tauschbörsen mit Chat-Funktionen wie zum Beispiel Soulseek. Dort kamen vor Jahren auch die beiden Musiker René Margraff und Nicolas Saez zusammen: „Nicolas und ich haben uns noch nie wirklich getroffen“, sagt Margraff. „Kennengelernt haben wir uns in einem Chatroom von Soulseek. Später tauschten wir uns dann irgendwann abseits des Chatrooms über unsere eigentlichen musikalischen Vorlieben aus. Kurz darauf haben wir dann unser

Projekt Anorak gestartet und immer mehr Leute kennen gelernt, die alle irgendwie an ihren Computern Indie- und Elektroniksongs zusammenbastelten. Bei so viel ungehörten Talenten drängte sich unserer Meinung nach unser Unternehmen [www.starvingbuthappy.tk](http://www.starvingbuthappy.tk) auf.“

### Nachteile und Vorteile

Trotzdem veröffentlichen Netlabels ihr Material in der Regel unter einer Lizenz. Dabei greifen die meisten Betreiber auf die Creative Commons Licence zurück, die der amerikanische Rechtsexperte Lawrence Lessig, Professor an der Stanford Law School, ins Leben gerufen hat. Die Rechtslizenz, die seit Mitte 2004 auch in einer rechtsgültigen deutschen Fassung vorliegt, gibt es in zwei Versionen – einer leicht verständlichen für jedermann und einer genau ausformulierten Fassung für Juristen. Ein großer Vorteil der Creative Commons ist ihre „Zusammenklickbarkeit“. Denn der Benutzer kann sich seine beanspruchten Copyrights selbst zu-

sammensuchen. Anschließend reicht ein Link oder Button auf der eigenen Netlabel-Seite, um auf das juristische Dokument zu verweisen. Bei aller virtuellen Schlagkraft haben Netlabels auch einige Nachteile. Neben der definitiv geringeren Klangqualität im Vergleich mit CD und Vinyl fallen auch die Gewinnmöglichkeiten nicht so positiv aus, wie man sie vom Plattenkauf her kennt. Außerdem ist das Ansehen der Netlabels noch nicht sehr weit fortgeschritten, und die Wahrnehmung ihres Angebots findet hauptsächlich im Internet statt und nicht etwa im Plattenladen unter DJs und Musikliebhabern. Das liegt vor allem auch an der noch wenig akzeptierten DJ-Mix-Culture, die sich auf die Haptik einer Vinyl-Platte eingeschworen hat. Netlabels können aber auch unschlagbare Vorteile für sich geltend machen, wie Jörg Friedrichs von iD.eology konstatiert: „Neben einem zukunftssträchtigen ▶

## ungsmöglichkeiten für die Künstler“

Musiker gleichermaßen profitieren, eher gerecht wird. Aber wir arbeiten daran.

**mw:** Wie sehen Sie das Konzept der GEMA in Bezug auf das Internet?

**Herzer:** Wir halten Verwertungsgesellschaften wie die GEMA als Vertreter von Künstlerinteressen für sehr sinnvoll und unterstützenswert. Leider sind die rechtlichen und bürokratischen Rahmenbedingungen, denen die GEMA unterworfen ist, die sie aber auch teilweise selbst gestaltet, nicht an die Wirklichkeit in den Neuen Medien angepasst. Hier erscheint uns die Situation unflexibel und veraltet. Dies führt nicht immer zur besten Vertretung der GEMA-Mitglieder.

**Bray:** Speziell für Musikangebote im Internet sind technische Lösungen zur direkten Verrechnung mit dem Musiker denkbar, sodass der Kostenfaktor Verwertungsgesellschaft zu Gunsten der wirklich Beteiligten wegfallen könnte. Wir begrüßen daher Bemühungen wie die von Media Control, eine eigenständige Verwertungsgesellschaft zu gründen, damit Wettbewerb und dadurch hoffentlich Bewegung entsteht.

**mw:** Wie profitieren die Künstler von Ihrer Zusammenarbeit mit der Agentur beziehungsweise mit Mercedes-Benz?

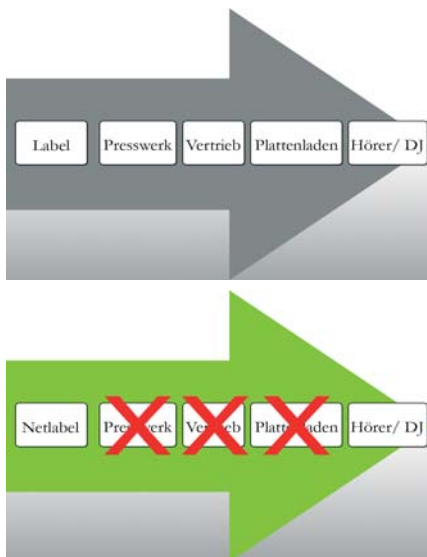
**Herzer:** Als Renommee bringen wir Musik in Marken und in professionelle Medien und schaffen so zusätzliche Verwertungsmöglichkeiten für die Künstler, die über den Verkauf von Musik an den Endkunden hinausgehen. „Mixed Tape“ von Mercedes-Benz ist ein gutes Beispiel. Hier erhalten Künstler und Label die Möglichkeit, sich einem großen, breiten und internationalen Publikum zu präsentieren und von der Bekanntheit der Marke und der damit verbundenen hohen Besucherzahl zu profitieren. Ihre Reputation steigt, sie können sich besser vermarkten, und zudem werden sie direkt für Medienproduktionen von Mercedes-Benz in die enge Auswahl genommen. In der Folge konnten wir „Mixed Tape“-Künstler direkt bei Mercedes-Benz, aber auch bei anderen Musikverwendern in kommerziellen Projekten erfolgreich unterbringen. Darüber hinaus verstehen wir uns als Begleiter und Berater der Künstler, der ihnen in vielen inhaltlichen Fragen wie beispielsweise Verlags- und Labelauswahl oder bei Vertragsverhandlungen zur Seite steht.



Verhelfen schwäbischen Autobauern zu Szene-Renommee: René Herzer (l.) und Brian Bray

**mw:** Wie sehen Ihre bisherigen Erfahrungen in der Zusammenarbeit mit Netlabels aus?

**Bray:** Wir arbeiten gern mit den Netlabels zusammen; unsere Erfahrungen sind in jeder Hinsicht sehr positiv. Wir sind sehr stolz darauf, mit Netlabels wie Audiobulb, Tokyodawn, Observatory, Alpinechic und anderen eine erfolgreiche Arbeit aufgebaut zu haben. Wir pflegen mit allen genannten Firmen einen engen Kontakt. Allerdings wussten wir natürlich, dass wir mit „Mixed Tape“ eine kontroverse Diskussion auslösen würden und gehen diese auch gerne ein. „Mixed Tape“ wurde und wird auch weiterhin aufgrund der Reaktionen der Labels verändert und optimiert.



Vom Label zum Kunden: Netlabels sind kundenorientierter, erreichen ihre Hörer via Download direkter und minimieren das finanzielle Risiko

Direktvertrieb und einer potenziell größeren und weltweiten Zuhörerzahl operieren wir mit unserem Netlabel näher an den Kundenbedürfnissen. Außerdem verfügen viele Netlabels wie zum Beispiel Tokyo Dawn im Web über ein Forum zur Community-Bildung. Wir bei iD.eology nutzen

moderne Wiki- und Forentechnik, um intern mit unseren Künstler über Zukunftspläne zu diskutieren. Hier finden die Künstler auch virtuell zueinander, um gemeinsam miteinander zu arbeiten.“ Eines der überzeugendsten Argumente jedoch ist der Kostenfaktor. Denn für den Betrieb eines Netlabels muss man nicht tief in die eigene Tasche greifen. Sämtliche Software von HTML-Editoren über MP3-Encoder bis hin zum Redaktionssystem gibt es in zahlreichen Open-Source-Varianten. Außerdem bieten die Webhoster heutzutage viele Funktionen und ordentlich Webspace für geringes Geld. Deswegen kann ein Netlabel schon allein von den Kosten einer 1000er-Vinyl-Auflage, die ein kleines Label ausgeben müsste, mehrere Jahre zehren. Netlabels können deshalb vor allem im Indie-Bereich zu einer oder vielleicht sogar zu der Alternative schlechthin werden, wenn es darum geht, Musik zu vertreiben. Für die Kostendeckung müssen indessen neue Wege gefunden werden, die allerdings so neu gar nicht sind. Dazu gehören in erster Linie der Verkauf von Merchandise-Ware und Konzertauftritte. So stellt Marc Wallow

wy von tokyodawn.com fest: „Finanziell gesehen machen kleine Indie-Auflagen unter 2000 Einheiten eh keinen Sinn – als Straßenmusiker verdient man da mehr. Das sind reine Promotools, um den Künstler- und Labelnamen aufzubauen, damit man mehr Gigs bekommt. Und so gesehen sind mir 10.000 Downloads lieber als 1000 verkaufte Einheiten, wenn ich weiß, dass ich die Miete von den Verkaufserlösen sowieso nicht bezahlen kann. Die Strategien, wie man Aufmerksamkeit in Geld konvertieren kann, werden aber zunehmend verfeinert.“



der autor

Moritz Sauer, 29, ist Journalist und Web-Designer. Seine Künstlerporträts, Thementexte und Fachartikel veröffentlicht er regelmäßig in den Magazinen „c’t“, „keyboards“, „Internet Intern“, „De:Bug“ und „Intro“. Außerdem ist er der verantwortliche Herausgeber des Internet-Magazins Phlow.net, das im Frühling 2004 für den Grimme Online Award nominiert wurde. Weiterhin betreut er den Netlabel Catalogue, ein Verzeichnis im Wiki-Gewand, und steckt als einer von vier Köpfen hinter dem kölschen Netlabel iD.eology.

Netlabels kurz vorgestellt

www.monotonik.com

Monotonik gehört zum Urgestein der Netlabels. Sein Kurator, der Brite Simon Carlisle, arbeitet heute am vielbeachteten archive.org-Projekt mit, das vielen Netlabels kostenlosen Webspace im Netz anbietet, darüber hinaus aber vor allem eine Archivierung des WorldWideWeb vornimmt. Auf Monotonik finden sich neben aktuellen MP3s auch alte Modules aus der Demoszene-Zeit, in der Carlisle aktiv war.



www.ideology.de

Das Kölner Netlabel iD.eology setzt auf keinen speziellen Labelsound, sondern folgt dem eigenen offenerherzigen Geschmack und veröffentlicht eine große Bandbreite elektronischer Musik von Downbeats über HipHop bis Disco/House. Besonderes Merkmal von iD.eology sind die hochauflösenden Covergrafiken in drucktauglicher Qualität. Außerdem treffen sich die Labelköpfe und Künstler regelmäßig zum Ideenaustausch, was bei der Virtualität von Netlabels eher selten ist.



www.thinnerism.com

Geht es um moderne Clubmusik und speziell um DubTechno, dann könnte man das Netlabel Thinner als Monolith unter den Netlabels bezeichnen. Denn fast jedes MP3 wird im Schnitt mehr als 3000 Mal heruntergeladen – meist innerhalb eines Monats. Auch Thinner hat seine Wurzeln in der Demoszene. Auf dem Sublabel Autoplate veröffentlicht man experimentelle elektronische Musik zwischen Ambient und Electronica. Künstler werden gern für Clubabende als Live-Act gebucht.



www.tokyodawn.org

Tokyo Dawn, 1997 gestartet, ist das Netlabel der Wahl, wenn es um relaxten HipHop und Soul geht. Der Kopf, Marc „Primer“ Wallowy, ist mit 26 Jahren schon ein alter Szenekenner, der im Sommer 2004 in Köln den ersten großen Netlabel-Abend veranstaltete. Der Australier beschränkt sich aber nicht auf das Internet; er ist auch auf Panels, wie zum Beispiel beim diesjährigen mem04-Kongress, gern gesehen. Die Künstler von Tokyo Dawn sind über den ganzen Globus verstreut und verdienen ihr Geld durch Auftritte.



Weitere interessante Netlabels

Ambient	www.2063music.de
Experimentelle Musi:	www.subsource.de
Electronica	www.hippocamp.net
Indietronics	www.starvingbuthappy.tk
Techno/ House	www.stadtgruenlabel.net
Ambient/Drum&Bass/Techno	www.realaudio.ch
Pop/Electronica	www.alpinechic.net
Techno	www.textone.org
Disco	www.choqolat.org

Weitere wichtige Links zum Thema

Musik-Downloads	www.archive.org/audio/netlabels.php www.scene.org/ftp.scene.org
Magazin:	www.phlow.net
Netlabel Catalogue	www.netlabels.org
Radiosendung	www.interjamp.com
Radiosendung „Tiefen“	www.radio-z.net

