

reference

Springer Reference

Holger Schramm *Hrsg.*

# Handbuch Musik und Medien

Interdisziplinärer Überblick über  
die Mediengeschichte der Musik

*2. Auflage*



Springer VS

---

# Handbuch Musik und Medien

---

Holger Schramm  
Hrsg.

# Handbuch Musik und Medien

Interdisziplinärer Überblick über die  
Mediengeschichte der Musik

2., überarbeitete und erweiterte Auflage

mit 65 Abbildungen und 9 Tabellen

 Springer VS

*Hrsg.*  
Holger Schramm  
Institut Mensch-Computer-Medien  
Universität Würzburg, Campus Hubland Nord  
Würzburg, Deutschland

ISBN 978-3-658-21898-0            ISBN 978-3-658-21899-7 (eBook)  
ISBN 978-3-658-22121-8 (Bundle)  
<https://doi.org/10.1007/978-3-658-21899-7>

Die Deutsche Nationalbibliothek verzeichnet diese Publikation in der Deutschen Nationalbibliografie; detaillierte bibliografische Daten sind im Internet über <http://dnb.d-nb.de> abrufbar.

Springer VS

1. Aufl. © UVK Verlagsgesellschaft mbH, Konstanz 2009

© Springer Fachmedien Wiesbaden GmbH, ein Teil von Springer Nature 2019

Das Werk einschließlich aller seiner Teile ist urheberrechtlich geschützt. Jede Verwertung, die nicht ausdrücklich vom Urheberrechtsgesetz zugelassen ist, bedarf der vorherigen Zustimmung des Verlags. Das gilt insbesondere für Vervielfältigungen, Bearbeitungen, Übersetzungen, Mikroverfilmungen und die Einspeicherung und Verarbeitung in elektronischen Systemen.

Die Wiedergabe von allgemein beschreibenden Bezeichnungen, Marken, Unternehmensnamen etc. in diesem Werk bedeutet nicht, dass diese frei durch jedermann benutzt werden dürfen. Die Berechtigung zur Benutzung unterliegt, auch ohne gesonderten Hinweis hierzu, den Regeln des Markenrechts. Die Rechte des jeweiligen Zeicheninhabers sind zu beachten.

Der Verlag, die Autoren und die Herausgeber gehen davon aus, dass die Angaben und Informationen in diesem Werk zum Zeitpunkt der Veröffentlichung vollständig und korrekt sind. Weder der Verlag, noch die Autoren oder die Herausgeber übernehmen, ausdrücklich oder implizit, Gewähr für den Inhalt des Werkes, etwaige Fehler oder Äußerungen. Der Verlag bleibt im Hinblick auf geografische Zuordnungen und Gebietsbezeichnungen in veröffentlichten Karten und Institutionsadressen neutral.

Springer VS ist ein Imprint der eingetragenen Gesellschaft Springer Fachmedien Wiesbaden GmbH und ist ein Teil von Springer Nature.

Die Anschrift der Gesellschaft ist: Abraham-Lincoln-Str. 46, 65189 Wiesbaden, Germany

---

# Inhaltsverzeichnis

<b>Teil I Geschichte der Musik in auditiven und audio-visuellen Medien</b> .....	<b>1</b>
<b>Der Tonträger als Medium der Musik</b> .....	<b>3</b>
Peter Wicke	
<b>Musik im Radio</b> .....	<b>41</b>
Holger Schramm	
<b>Musik im Hörspiel</b> .....	<b>65</b>
Hans-Jürgen Krug	
<b>Musik im Film</b> .....	<b>95</b>
Saskia Jaszoltowski und Albrecht Riethmüller	
<b>Musikformate im Fernsehen</b> .....	<b>123</b>
Irving Benoît Wolther	
<b>Musikfernsehsender</b> .....	<b>157</b>
Daniel Klug und Axel Schmidt	
<b>Musik in der Werbung</b> .....	<b>187</b>
Benedikt Spangardt, Ann-Kristin Herget und Holger Schramm	
<b>Musik in Computerspielen</b> .....	<b>213</b>
Peter Moormann	
<b>Musik auf Online- und Mobilmedien</b> .....	<b>225</b>
Nicolas Ruth	
<b>Teil II Geschichte der Musik in nicht-auditiven Medien</b> .....	<b>253</b>
<b>Notation als mediale Darstellung von Musik</b> .....	<b>255</b>
Herbert Bruhn	
<b>Musikjournalismus in Zeitung und Blogs</b> .....	<b>273</b>
Gunter Reus	

<b>Musikzeitschriften</b> .....	303
Stefan Weinacht und Till Krause	
<b>Modellfälle von „Musik“ in der deutschsprachigen Literatur des 20. und 21. Jahrhunderts</b> .....	339
Julia Cloot	
<b>Plattencover und Konzertplakate</b> .....	371
Roland Seim	
<b>Teil III Komposition und Produktion von Musik unter Einfluss von Medien</b> .....	<b>419</b>
<b>Komposition und Produktion von populärer Musik</b> .....	421
Michael Ahlers	
<b>Computermusik</b> .....	449
André Ruschkowski	
<b>Medienkonstellationen zeitgenössischer Musik- und Klangkunstformen</b> .....	471
Marion Saxer	
<b>Teil IV Rahmenbedingungen der Gestaltung und Produktion von Musik in den Medien</b> .....	<b>495</b>
<b>Kulturen und Ästhetiken von Popmusik und Medien</b> .....	497
Christoph Jacke	
<b>Die rechtlichen Rahmenbedingungen der Produktion, Distribution und Rezeption von Musik</b> .....	525
Frédéric Döhl	
<b>Die ökonomischen Wechselwirkungen von Musikindustrie und Medien</b> .....	551
Peter Tschmuck	
<b>Autorinnen und Autoren</b> .....	569
<b>Stichwortverzeichnis</b> .....	577

---

## Autorenverzeichnis

**Michael Ahlers** Institut für Kunst, Musik und ihre Vermittlung, Leuphana Universität Lüneburg, Lüneburg, Deutschland

**Herbert Bruhn** Hamburg, Deutschland

**Julia Cloot** Gemeinnützige Kulturfonds Frankfurt RheinMain GmbH, Bad Homburg, Deutschland

**Frédéric Döhl** Institut für Musik und Musikwissenschaft, Technische Universität Dortmund, Dortmund, Deutschland

**Ann-Kristin Herget** Institut Mensch-Computer-Medien, Julius-Maximilians-Universität Würzburg, Würzburg, Deutschland

**Christoph Jacke** Institut für Kunst, Musik, Textil, Universität Paderborn, Paderborn, Deutschland

**Saskia Jaszoltowski** Institut für Musikwissenschaft, Karl-Franzens-Universität Graz, Graz, Österreich

**Daniel Klug** Seminar für Medienwissenschaft, Universität Basel, Basel, Schweiz

**Till Krause** SZ-Magazin Redaktion, München, Deutschland

**Hans-Jürgen Krug** Hamburg, Deutschland

**Peter Moormann** Institut für Musikpädagogik, Universität zu Köln, Köln, Deutschland

**Gunter Reus** Institut für Journalistik und Kommunikationsforschung, Hochschule für Musik, Theater und Medien Hannover, Hannover, Deutschland

**Albrecht Riethmüller** Institut für Theaterwissenschaft, Freie Universität Berlin, Berlin, Deutschland

**André Ruschkowski** Savannah, USA

**Nicolas Ruth** Institut Mensch-Computer-Medien, Julius-Maximilians-Universität Würzburg, Würzburg, Deutschland

**Marion Saxer** Institut für Musikwissenschaft, Goethe-Universität Frankfurt, Frankfurt am Main, Deutschland

**Axel Schmidt** Institut für Deutsche Sprache, Universität Mannheim, Mannheim, Deutschland

**Holger Schramm** Institut Mensch-Computer-Medien, Julius-Maximilians-Universität Würzburg, Würzburg, Deutschland

**Roland Seim** Telos Verlag, Münster, Deutschland

**Benedikt Spangardt** Lünen, Deutschland

**Peter Tschmuck** Institut für Kulturmanagement und Gender Studies, Universität für Musik und darstellende Kunst Wien, Wien, Österreich

**Stefan Weinacht** Institut für Journalismus und Public Relations, Westfälische Hochschule, Gelsenkirchen, Deutschland

**Peter Wicke** Mühlenbeck, Deutschland

**Irving Benoît Wolther** phonos-Journalistenbüro, Hannover, Deutschland

---

**Teil I**

**Geschichte der Musik in auditiven und  
audio-visuellen Medien**



# Der Tonträger als Medium der Musik

Peter Wicke

## Inhalt

1	Von der Sprechmaschine zum Musikmedium .....	4
2	Der Tonträger in der Musikindustrie .....	9
3	Tonträgermarketing und Musikentwicklung .....	19
4	Die Tonträgerformate .....	22
5	Der Tonträger in der Musikproduktion .....	30
	Literatur .....	37

## Zusammenfassung

Mit dem Tonträger beginnt ein neues Zeitalter der Musik, das reichlich ein Jahrhundert Musikgeschichte umfasst. Bis heute weisen die für den Tonträger produzierten Klanggebilde eine eigene klangtechnische Beschaffenheit auf. Sie besitzen durch ihre Bindung an die Tonträgerindustrie eine eigene Ökonomie, sie sind an eine institutionelle Infrastruktur eigener Art gebunden, die tief in sie hineinreicht, und sie unterliegen einem aktiven Marketing, das sie an immer komplexer gewordene Verwertungsketten bindet. Der Tonträger hat die Musikkultur unaufhaltsam in ein Produkt seiner selbst verwandelt. Die verschiedenen Tonträgerformate, die dem Medium im Verlauf seiner Geschichte Gestalt gegeben haben, sind dabei nicht nur ein äußeres Merkmal der Audio-Technologie. Sie haben gravierende klangtechnische Konsequenzen und erweisen sich als ein entscheidender Faktor der Verortung des Mediums auf dem sozial-kulturellen Terrain, seiner Bindung an bestimmte Ziel- und Nutzergruppen. Der wohl direkteste Einfluss auf die Musikentwicklung geht jedoch von dem mit dem Tonträger verbundenen Marketing aus, das ihn als Produkt auf dem kulturellen Terrain zu platzieren sucht. Künstlerische Inspiration, technisches Know-how und

---

P. Wicke (✉)  
Mühlenbeck, Deutschland  
E-Mail: [pwicke@popmusicology.org](mailto:pwicke@popmusicology.org)

wirtschaftliche Kompetenz sind unlösbar zusammengewachsen und haben aus der Musik eine phonographische Kunst werden lassen. Im Verlauf seiner rund einhundertjährigen Entwicklung ist der Tonträger in kultureller, wirtschaftlicher und ästhetischer Hinsicht zum normativen Paradigma der Musik geworden. Geblieben ist davon im Zeitalter der trägerlosen Verwertung von Musik die Aufnahme, die sich gegenüber ihrem materiellen Träger weitgehend verselbstständigt hat.

---

**Schlüsselwörter**

Musikindustrie · Tonträger · Tonträgerfirmen · Tonträgerformate ·  
Tonträgermarketing

---

## 1 Von der Sprechmaschine zum Musikmedium

Als Thomas Alva Edison (1847–1931) am 19. Februar 1878 unter der Nummer 0.200.251 für seinen Ende Dezember 1877 angemeldeten *Phonographen* das *Patent* erhielt, war dies der erste Schritt in ein neues Zeitalter der Musik. Nach dem vergeblichen Versuch, Edisons Erfindung als Diktiergerät zu vermarkten, begann Mitte der 1890er-Jahre die 1889 von Edward D. Easton (1856–1919) in Washington, D.C., gegründete Columbia Phonograph Company, sich auf die Produktion von bespielten Zylindern zu spezialisieren und sollte damit zum ersten *Tonträgerunternehmen* in der Geschichte des neuen Mediums werden (Brooks 1978). Zumindest der Name hat sich als Marke bis heute erhalten. Die Columbia Records, wie sie seit 1947 heißt, ging nach einer wechselvollen Geschichte 1988 in der Musiksparte des japanischen Elektronik-Riesen Sony Inc. auf, der sie 2004 in ein joint venture mit dem Gütersloher Medienkonzern Bertelsmann AG einbrachte, die seit Oktober 2008 als hundertprozentige Tochter der Sony Inc. geführte Sony BMG Music Entertainment, wo der beeindruckende Katalog aus mehr als 100 Jahren Musikgeschichte unter dem Markenzeichen „Columbia“ noch immer gepflegt und weitergeführt wird.<sup>1</sup>

Die Entdeckung, dass sich der Zylinder-Phonograph auch als Musikmaschine nutzen lässt, geht auf Louis T. Glass (1845–1924) zurück, General Manager der in San Francisco ansässigen Pacific Phonograph Company. Glass ließ im November 1889 im Palais Royal Saloon in San Francisco einen mit einem Münzmechanismus und Stethoskopschläuchen versehenen Phonographen aufstellen, dem im Abstand von nur wenigen Wochen 15 weitere in Restaurants und Wartehallen der Stadt folgten. Die ursprünglich als verkaufsfördernde Maßnahme für den Phonographen gedachte Aktion sollte zur Geburtsstunde der *Jukebox* werden (Segrave 2002, S. 5 ff.). Bestückt waren die Musikmaschinen mit Aufnahmen lokaler Bands, die das Unternehmen von Glass anfänglich noch selbst erstellte, dann aber der Columbia in Washington, D.C., überließ. Der erste Katalog, den die Columbia Phonograph Company 1890 vorlegte, verzeichnete unter insgesamt 100 bespielten Zylindern

---

<sup>1</sup>vgl. <http://www.columbiarecords.com>.

27 Märsche, 13 Polkas, 10 Walzer, 34 Operausschnitte sowie diverse Hymnen (Koenigsberg 1987). Die Aufnahmen waren sämtlich für diese „Nickel-in-the-Slot“-Maschinen bestimmt, denn das erste Modell eines Phonographen für den Heimgebrauch kam mit dem Edison Home Model A erst 1896 auf den Markt (Frow und Sefl 1978). Im Juli 1890 veröffentlichte die *Cincinnati Commercial Gazette* einen Bericht über das sich explosionsartig ausbreitende Geschäft, in dem es hieß:

„The Musical Phonograph, which is now to be seen in every restaurant and bar downtown, is knocking the business of all the other Drop-a-nickel-in-the-slot machines in to a cocked hat. When a man can hear the 7<sup>th</sup> Regiment Band of New York play the Boulanger March, a Cornet solo by Levy, or the famous song, The Old Oaken Bucket, for five cents, he has little desire to pay five cents to ascertain his weight or test the strength of his grip. That is the reasons the musical machine has killed the business of the other automatic machines.“ (Welch und Burt 1994, S. 32)

Auch Emil(e) Berliner (1851–1921), der im November 1887 sein Verfahren der Schallaufzeichnung auf einem reproduzierbaren scheibenförmigen Speichermedium zum Patent angemeldet hatte, dachte zunächst nicht an die Musik, als er sich über die Anwendungsmöglichkeiten seines *Grammophons* Gedanken machte. Er hatte wie Edison die Konservierung der menschlichen Stimme im Blick. Der Vortrag, mit dem er im März 1888 im Auditorium des Franklin Institute in New York seine Erfindung der Öffentlichkeit vorstellte, trug den Titel „The Gramophone. Etching the human voice“ (Berliner 1888). Die neue Technologie stand zunächst ganz im Zeichen der Idee, analog der Fotografie nicht nur das Bildnis, sondern auch die Stimme des Menschen der Erinnerung zu bewahren (Sterne 2003).

Da Berliner in den USA aufgrund der Ähnlichkeit mit Edisons Erfindung der Patentschutz zunächst verweigert wurde, kehrte er 1889 nach Deutschland zurück. Hier fand er in der Thüringer Spielzeugfirma Kämmer & Reinhardt einen Partner, der mit einer miniaturisierten Version des Grammophons Spielzeugpuppen zu einer Lautäußerung verhalf.<sup>2</sup> 1892 kehrte Berliner in die USA zurück, um nach dem unübersehbaren Erfolg des Phonographen als Unterhaltungsapparat sein Grammophon als Musikmaschine zu vermarkten. Dafür richtete er 1894 in Washingtons Pennsylvania Avenue das erste professionelle Musikstudio ein,<sup>3</sup> das dann hauptsächlich das von Berliners Geschäftspartner Eldridge R. Johnson (1867–1945) im Oktober 1901 unter dem Namen Victor Talking Machine Company gegründete Unternehmen zur Vermarktung der Schallplattenpatente auf dem US-Markt belieferte. Schon zuvor hatten sich die 1897 zur Auswertung von Berliners Patenten in London gegründete British Gramophone Company und ihre im Jahr darauf in Hannover entstandene Zweigniederlassung, die Deutsche Grammophon

---

<sup>2</sup>Das einzige erhaltene Exemplar von Berliners *Sprechpuppe* befindet sich heute im Puppenmuseum der Thüringer Stadt Waltershausen.

<sup>3</sup>Die zuvor entstandenen Aufnahmestudios wie das 1889 von dem Edison-Mitarbeiter A. Theo E. Wangemann (1855–1906) in Orange, New Jersey, eröffnete Tonlabor, das nahezu ausschließlich für Edison tätig war, oder die 1890 gegründete New Yorker Phonograph Recording Company waren noch reine Experimentallabors für die Tonaufzeichnung.

Gesellschaft, mit Aufnahmen aus Berliners Aufnahmestudio einen Namen gemacht. Auch die Namen dieser, eng mit der Schallplatte und ihrer Entwicklung verbundenen Unternehmen leben auf dem Tonträgermarkt der Gegenwart zumindest als Markennamen fort – Victor als RCA Victor in der Bertelsmann Music Group, die British Gramophone als EMI Classics und die Deutsche Grammophon unter dem Dach der Universal Music Group.

Berliners Verfahren sollte angesichts der relativ unkomplizierten und nahezu unbegrenzten Reproduktionsfähigkeit der Schallplatte binnen weniger Jahre zum Industriestandard werden. Eine bedeutende Rolle für die Etablierung der neuartigen Technologie als Musikmedium spielte der ab 1894 in Berliners Studio zunächst als Klavierbegleiter tätige Frederick William Gaisberg (1873–1951), der als erster Toningenieur und de facto erster Musikproduzent, auch wenn es den Begriff damals noch nicht gab, in die Geschichte eingegangen ist. Da es Berliner an musikalischen Kompetenzen mangelte, übernahm Gaisberg in Berliners Studio schon bald die Aufnahmeleitung und erwarb sich hier eine ausgesprochene Meisterschaft im Umgang mit der sperrigen Apparatur der mechanischen Tonaufzeichnung. 1898 wurde er als Aufnahmespezialist nach London geschickt, um der British Gramophone einen eigenen Katalog aufzubauen und dabei das attraktive Repertoire der europäischen Klassik für den Tonträger zu erschließen (Gaisberg 1942). Gaisberg brachte es dabei zu beachtlichen Ergebnissen. Vor allem besaß er die Fähigkeit, durch Einfühlungsvermögen, musikalische Kompetenz und ein erhebliches Maß an Charme die Vorbehalte auf Seite der Musiker zu überwinden, die der Tonaufzeichnung und den mit ihr verbundenen enervierenden Prozeduren zunächst wenig abgewinnen konnten. Ein sehr anschauliches Zeugnis für das ebenso anstrengende wie amüsische Prozedere der mechanischen Musikaufnahme ist von Joe Batten (1885–1955) überliefert, der seine spätere Karriere in leitenden Funktionen verschiedener britischer Tonträgerunternehmen ebenso wie Gaisberg als Klavierbegleiter im Studio begonnen hatte. In seinen 1956 posthum erschienenen Erinnerungen findet sich die Beschreibung der ersten Aufnahmesession, die er als Sechzehnjähriger im Sommer 1900 für die Londoner Musiphone Company<sup>4</sup> unter Leitung eines gewissen Dan Smoot absolvierte.

„Most of the space of the room (...) was occupied by an improvised rostrum, five feet in height, upon which an upright grand piano had been hoisted to enable its sound board to be on a level with the recording horn. The back and front of the piano had been removed, so that the maximum of sound could be obtained, thus leaving only the action and sound board. (...) I had to climb four high wooden steps to reach the piano, which brought my head to within a few inches of the ceiling. The singer, an arm resting on the piano, stood in front of a recording horn which measured five inches in diameter, in such a position that I could not see him. In this fantastic setting and throughout the sultry heat of the day A. H. Gee and Montague Borwell, baritone and tenor, alternated in singing, ‚Come into the Garden, Maud‘, ‚The Diver‘ and ‚The Soldiers of the Queen‘. Precariously perched on a stool on the rostrum, coat discarded, perspiring profusely, I hammered out the accompaniments. Dan Smoot had

<sup>4</sup>1896 entstandenes Plattenlabel der australischen Craig Williamson Ltd., ab 1906 mit Übernahme durch die Londoner Fonotopia Ltd. als Odeon firmierend.

demanded of me to make the tone ‚double forte‘, and double forte it was. From time to time the singers whispered appeals to ‚keep it down‘. I appalled myself at the din I was making, I did so, Dan Smoot would clamber up the rostrum with the agility of a monkey and fiercely command: ‚Take no notice. Keep it loud. You’re doing fine.‘ I could not judge. My brain, usually cool, detached and critical of what my hands were doing, was in a state of bewilderment, and I rattled off the accompaniments like an automaton.“ (Batten 1956, S. 32)

Gaisberg gelang es, trotz solch widriger Umstände der Apparatur ein beachtliches Maß an Musikalität abzunötigen. Seine legendär gewordenen Aufnahmen mit dem italienischen Tenor Enrico Caruso (1873–1921) vom Sommer 1902, die 1903 bei der British Gramophone – damals als Gramophone & Typewriter firmierend – unter dem Markenzeichen des schreibenden Engels auf der berühmten Red-Label-Serie<sup>5</sup> erschienen (G & T GC-52440, GB 1903), bescherten der Musikwelt den ersten Star des neuen Mediums (Bolig 2004) und machten aus dem Tonträger einen bald schon nicht mehr wegzudenkenden Bestandteil der Musikkultur.

Wie kein anderer prägte Gaisberg – neben dem ebenfalls aus Berliners Studios kommenden William Sinkler Darby (1878–1950), der Gaisberg ab 1899 bei der British Gramophone zur Seit stand – die frühe Phase des Mediums Schallplatte. Seinem Nachfolger in der Funktion des Aufnahmeleiters bei der British Gramophone, der späteren EMI, Walter Legge (1906–1979), erklärte er einmal, dass es ihm im Studio stets darum gegangen sei, eine möglichst unverfälschte „Klang-Fotografie der Aufführung“ (Schwarzkopf 2002, S. 16) herzustellen. Und das sollte zum Credo der Branche werden. Bis zur Mitte des 20. Jahrhunderts stand die Musikaufnahme unangefochten im Zeichen der Idee, das Hör-Erlebnis des Konzerts in den häuslichen vier Wänden zu rekonstruieren, die Illusion von Dabeisein zu erzeugen. Die berühmt gewordenen „Tontests“ der Thomas A. Edison Inc., unter deren Dach Edison die Vermarktung seiner Erfindung – nun ebenfalls als Musikmaschine – ab 1912 wieder selbst betrieb, sind ein anschauliches Beispiel für dieses Konzept. Mit über viertausend solchen Tests versuchte Edison zwischen 1916 und 1925 die Öffentlichkeit von der Wirklichkeitstreue seines Disc-Phonographen zu überzeugen (Thompson 1995). Von einer der ersten dieser Vorführungen, in New Yorks Carnegie Hall, ist ein Bericht erhalten, der am 29. April 1916 in der *New York Tribune* erschien:

„Startlingly novel even in this age of mechanical marvels was the concert that drew 2,500 persons to Carnegie Hall yesterday afternoon. Alone on the vast stage there stood a mahogany phonograph, apparently exactly like the tamed and domesticated variety that has become to be as much apart of the furniture of the ordinary drawing room as was the wheezy melodeon a generation ago. In the midst of the hushed silence a white-gloved man emerged from the mysterious region behind the draperies, solemnly placed a record in the gaping mouth of the machine, wound it up and vanished. Then Mme. Rappold stepped forward, and leaning one arm affectionately on the phonograph began to sing an air from ‚Tosca.‘ The phonograph also began to sing ‚Vissi d’ Arte, Vissi d’Amore‘ at the top of its mechanical lungs, with exactly the same accent and intonation, even stopping to take a

<sup>5</sup>Firmenname, Logo und Aufnahmedetails befanden sich auf einem roten Aufkleber, der die Platten den Käufern auf den ersten als Teil einer Serie kenntlich machen sollte, die musikalischen Kostbarkeiten mit berühmten Interpreten vorbehalten war.

breath in unison with the prima donna. Occasionally the singer would stop and the phonograph carried on the air alone. When the mechanical voice ended Mme. Rappold sang. The fascination for the audience lay in guessing whether Mme. Rappold or the phonograph was at work, or whether they were singing together.“ (Thompson 1995, S. 131)

Diese seinerzeit als sensationell geltenden Demonstrationen sollten beweisen, dass es unmöglich sei, die Wirklichkeit von ihrem phonographischen Abbild zu unterscheiden. Freilich muss hierbei die Autosuggestion des Publikums eine ebenso große Rolle gespielt haben wie die Fähigkeit der Künstler, den Klang des Phonographen zu imitieren, denn nur so ließ sich wenigstens der Schein einer Ähnlichkeit zwischen Original und technischer Reproduktion erzeugen. Wie weit die Wirklichkeit von einer „Klang-Fotografie“ der Aufnahme zu Gaisbergs Zeit entfernt war, belegen die Klagen von Rezensenten über die rabiaten Eingriffe, die vorgenommen wurden, um Musik in den technischen Grenzen von damals überhaupt aufnahmefähig zu machen. Das betraf nicht nur die radikalen Kürzungen, mit denen die Stücke in die etwa viereinhalb Minuten Spielzeit der damaligen Tonträgerformate gezwungen wurden. Da für die mechanische Klangaufzeichnung ein ausreichender Schalldruck erforderlich ist, mussten die druckschwachen Streichinstrumente, sofern nicht mit den eigens dafür erfundenen Stroh-Violenen<sup>6</sup> besetzt, durch Bläser ersetzt werden. So klagte der Berliner Musikwissenschaftler und -journalist Max Chop (1862–1929), der für die ab 1900 in Berlin erscheinende *Phonographische Zeitschrift*, das erste deutschsprachige Fachorgan der rasch expandierenden „Sprechmaschinen“-Industrie, Plattenrezensionen schrieb, über die Verstümmelungen der aufgenommenen Werke durch unsachgemäße Eingriffe, obwohl er solche Bearbeitungen zum Zweck der Tonaufnahme prinzipiell für legitim hielt. In einem Aufsatz aus dem Jahre 1909, in dem er eine Bilanz der Entwicklung zu ziehen sucht, heißt es:

„Vor allem habe ich an der orchestralen Fassung und Bearbeitung manches auszusetzen. Man sollte da jede Willkür im Ersatz meiden und nach Möglichkeit das Original berücksichtigen, soweit dies eben die Eigenart der Membran zuläßt. Dass die Bässe und Violoncelle [sic!] vor der Hand auszuschalten und durch tiefe Holz- und Blechbläser zu ersetzen sind, ist dura necessitas, die der Schmiegsamkeit der Linien manches nimmt, aber schließlich das ganze Klangbild nicht zu sehr verändert. Der willkürliche Austausch von hohen Streichern gegen hohe Blasinstrumente (Flöten, Klarinetten, Trompeten) ist entschieden zu mißbilligen. Die Geiger, wenn sie nur in gehöriger Zahl besetzt sind und mit ihrem Klange Holz oder Blech aufwiegen, müßten unter allen Umständen beibehalten werden.“ (Chop 1909, S. 76)

Dennoch war der Vormarsch des Tonträgers als Musikmedium nicht mehr aufhaltbar. Die Möglichkeit, Musik von der raumzeitlichen Bindung ihrer Aufführung

<sup>6</sup>1899 von Johannes Matthias August Stroh (1828–1914) entwickelte Violine, die anstelle des Resonanzkörpers einen Schalltrichter besaß und so ihren Klang gerichtet und damit verstärkt abgab. Das Instrument, auch als „Phonogeige“ bezeichnet, war ab 1904 im Gebrauch, wurde wegen seines schrillen Klangs bei Klassikaufnahmen jedoch nur zögerlich eingesetzt. In der populären Musik findet es sich dagegen sogar heute noch gelegentlich. Tom Waits (\*1949) etwa hat das Instrument mehrfach eingesetzt, beispielsweise auf seinem Album „Alice“ (Anti Records 86632, USA 2002).

zu lösen, entfaltete eine Anziehungskraft, der mit dem Verweis auf den Verlust ihrer ästhetischen Integrität nicht zu begegnen war.

Auch wenn die Audio-Technologie schon bald die Schwächen ihrer Frühzeit hinter sich ließ, die für den Tonträger produzierten Klanggebilde weisen bis heute eine eigene klangtechnische Beschaffenheit auf. Sie besitzen durch ihre Bindung an die Tonträgerindustrie eine eigene Ökonomie, sie sind an eine institutionelle Infrastruktur eigener Art gebunden, die tief in sie hineinreicht, und sie unterliegen einem aktiven Marketing, das sie an immer komplexer gewordene Verwertungsketten bindet. Der Tonträger verwandelte die Musikkultur unaufhaltsam in ein Produkt seiner selbst.

---

## 2 Der Tonträger in der Musikindustrie

Nachdem sich der *Tonträger* erst einmal als Musikmedium etabliert hatte, war seine rasante Verbreitung nicht mehr aufzuhalten. Die neue Technologie wurde in den ersten Dekaden des 20. Jahrhunderts zur Grundlage einer eigenen Industrie und rückte damit ins Zentrum des Musikgeschäfts (Gronow 1983). Dass sich die Stammsitze der wichtigsten Firmen schon in den Gründerjahren auf die USA, Großbritannien, Frankreich und Deutschland konzentrierten, sollte für die Musikentwicklung weitreichende Folgen haben. Innerhalb nur weniger Jahre geriet sie in einen transnationalen Kontext und darin in eine wachsende Abhängigkeit von den umsatzstarken Tonträgermärkten der westlichen Industrieländer. So fanden schon in den Anfangsjahren der neuen Industrie mit dem Tango aus Südamerika und dem afroamerikanischen Jazz Musikformen über den Tonträger zu einer großen internationalen Verbreitung, die es ohne das Medium der Klängaufzeichnung in diesen Dimensionen nicht gegeben hätte. Und das hatte massive Rückwirkungen auf die Ursprungszusammenhänge dieser Musik, denn Erfolg auf den internationalen Tonträgermärkten erwies sich in den lokalen Kontexten von einer außerordentlichen normativen Kraft. Sehr deutlich ist das etwa an der Entwicklung des Tango ablesbar. Der erste große Star dieser Musik, der argentinische Sänger und Schauspieler Carlos Gardél (1887–1935), machte seine Karriere ab 1912 mit insgesamt über 900 Aufnahmen für die amerikanische Columbia, für das Berliner Label Odeon der deutschen Carl-Lindström-AG und für das vor allem in Paris vertriebene Label Nacional des in Argentinien lebenden russisch-jüdischen Kaufmanns Max Glücksmann (1885–1946), der sein Unternehmen in Kooperation mit der französischen Pathé betrieb. Der Erfolg Gardéls im Ausland wurde auch in Argentinien zum Maßstab für die Entwicklung des *Tango*. Er nahm vor allem im Gefolge der Pariser Tangomode eine deutlich andere Richtung als der Tango, der im letzten Drittel des 19. Jahrhunderts in Argentinien und Uruguay entstanden war (vgl. ausführlicher hierzu: Farris 2005).

Hinzu kommt, dass sich die Tonträgerproduktion schon frühzeitig auf einige wenige international operierende Firmen konzentrierte, die mit ihrer Repertoirepolitik der Musikentwicklung den Weg wiesen. Dazu gehörten neben den Pionieren in den USA – Edisons National Phonograph Company, die Columbia Phonograph Company und die Victor Talking Machine Company mit ihren europäischen

Ablegern British Gramophone, Deutsche Grammophon und British Columbia – die deutsche Carl-Lindström-AG und die französische Société Pathé Frères als die bedeutendsten Vertreter der noch jungen Industrie.

Der Grundstein zur Carl-Lindström-AG, die mit eigenen Filialen in ganz Europa, den USA und Südamerika vertreten war, bevor sie 1925 als Folge der Inflation die Aktienmehrheit an die britische Columbia abtreten musste,<sup>7</sup> wurde 1904 in Berlin gelegt. In den nur zwei Jahrzehnten seines Bestehens hat das Unternehmen tiefe Spuren in der Musikgeschichte hinterlassen. Lindström brachte ab 1922 auf seinen Marken Odeon und Beka amerikanische Originalaufnahmen der damals führenden Jazz-Ensembles auf den europäischen Markt, die zum Ausgangspunkt der europäischen, insbesondere deutschen und skandinavischen Jazz-Entwicklung wurden (Lange 1996). Den exklusiven Zugang zu diesem Repertoire gewährleistete die enge Verbindung zur New Yorker Okeh Phonograph Corporation, die 1918 von dem ehemaligen Lindström-Vorstandsmitglied Otto Heinemann (1877–1965) mit finanzieller Unterstützung aus Berlin gegründet worden war. Für ihre Marke Okeh Records hatte sie sich einen Katalog mit erstklassigen Aufnahmen früher Jazz-Ensembles aufgebaut, darunter auch die Original Dixieland Jazz Band, der die erste Jazz-Aufnahme zugeschrieben wird (Laird und Rust 2004). Mit seiner innovativen Repertoirepolitik hat Okeh auch in den USA großen Einfluss auf die Musikentwicklung genommen. Auf Okeh erschien 1920 mit Mamie Smith (1883–1946) und den Johnny Dunn’s Original Jazz Hounds die erste Aufnahme eines Blues, der „Crazy Blues“ (Okeh 4169, USA 1920), mit der sich eine der zentralen Gattungen der populären Musik etablierte. Bis dahin war der Blues ein rein lokales Phänomen im Süden der USA (Barlow 1989). Der Erfolg der Aufnahme veranlasste Firmengründer Heinemann zur Einrichtung der ersten „Race Music“-Serie.<sup>8</sup> Im gleichen Jahr eröffnete das Unternehmen in Chicago ein Aufnahmestudio unter Leitung des afroamerikanischen Pianisten Richard M. Jones (1898–1945), das viele klassisch gewordene Jazz-Aufnahmen auf den Weg brachte, darunter Produktionen mit King Oliver (1895–1938), Sidney Bechet (1897–1959) und Louis Armstrong (1900–1971). Auf Okeh Records ist 1923 auch die erste Country-Aufnahme in der Geschichte der Musik erschienen – Fiddlin’ John Carsons (1868–1949) „The Little Old Log Cabin In the Land“ (Okeh 4890, USA 1923), aufgenommen 1922 in einem mobilen Aufnahmestudio, mit dem das Label den gesamten Süden und Mittleren Westen der USA nach aufnahmef higem Material abgraste. Die finanziellen Verbindungen zur Berliner Carl-Lindström-AG hatten zur Konsequenz, dass

---

<sup>7</sup>Das Unternehmen wurde nach dem zweiten Weltkrieg von der EMI, in der die britische Columbia 1931 aufgegangen war, in eine Kapitalgesellschaft zurückverwandelt, die Carl-Lindström GmbH, die mit Sitz in Köln für die Bereiche Aufnahme und Herstellung der EMI-Tochter Electrola verantwortlich zeichnete. 1972 wurden beide Gesellschaften in Köln zur EMI Electrola GmbH zusammengelegt.

<sup>8</sup>Von dem damaligen Recording Director der Okeh Records, Ralph S. Peer (1892–1960), geprägte Bezeichnung für die mit farbigen Musikern für die afroamerikanische Bev lkerungsminderheit produzierten Schallplatten, die in den Angebotskatalogen durch eine entsprechende Etikettierung als solche erkennbar sein sollten.

nach deren Übernahme durch die britische Tochter der amerikanischen Columbia auch Okeh unter die Kontrolle der Columbia in den USA geriet. Dort wurde das Label noch bis 1935 weitergeführt und dann eingestellt.

Das Medienimperium Societé Pathé-Frères entstand 1894 aus der von den Brüdern Charles Pathé (1863–1957) und Émile Pathé (1860–1937) in Paris gegründeten Les Phonographes Pathé, mit der Edisons Phonograph in einer abgewandelten, Pathéphon genannten Version dem französischen Publikum erschlossen werden sollte. Bereits 1906 nahm das Unternehmen mit dem krähenden Hahn im Logo auch die Produktion von Schallplatten auf, entwickelte dafür aber ein eigenes Format, das bei einem Plattendurchmesser zwischen 21 und 50 cm mit 90 Umdrehungen in der Minute lief und von innen nach außen abgespielt wurde. Pathé war zudem das erste Unternehmen der Branche, das seine Aufnahmen auf Zylinder und Platte parallel vermarktete. Das setzte ein eigenes Aufnahmemedium voraus, das sowohl der Herstellung von Platten wie der Zylinderproduktion zugrunde gelegt werden konnte. Pathé bediente sich dafür eines vergrößerten Wachszyinders, der zur Erreichung eines optimalen Klangergebnisses mit doppelter Geschwindigkeit beschrieben und anschließend auf mechanischem Weg entweder auf Zylinder oder Platte umkopiert wurde. Das Verfahren war eine frühe Vorwegnahme der ab 1949 mit Einzug des Tonbandes als Aufnahmemedium zum Standard gewordenen Praxis, für die Musikaufnahme und die Tonträgerherstellung verschiedene Medien zu benutzen. Bis dahin erfolgte die Aufzeichnung normalerweise direkt auf eine zunächst mit Wachs, dann mit Azetatlack überzogene Zink- oder Aluminiumplatte,<sup>9</sup> von der auf elektrolytischem Weg eine Pressmatrize hergestellt wurde.

Der Katalog von Pathé verzeichnete 1904 bereits 12.000 Einzelaufnahmen, darunter Einspielungen mit der italienischen Sopranistin Claudia Muzio (1889–1936), dem Schweizer Dirigenten und Komponisten Rudolf Ganz (1877–1972) und dem französischen Geiger Jacques Thibaud (1889–1953), die zu den großen Stars jener Jahre gehörten. Der populärste Künstler im Portfolio des französischen Tonträgerpioniers, war jedoch Maurice Chevalier (1888–1972), der seine ersten Aufnahmen 1909 für Pathé machte (Marie 2004). Bei der 1914 entstandenen US-Tochter, der New Yorker Pathé-Frères Phonograph Company, ist der afroamerikanische Bandleader James Reese Europe (1881–1919) mit seinem Society Orchestra unter Vertrag gewesen, der mit einer Version des Jazz für Salon-Orchester vor allem in Europa für Furore sorgte. Auch der Kornettist Red Nichols (1905–1965), der Pianist Duke Ellington (1899–1974) mit seiner Big Band und das Golden Gate Quartet haben ihre Schallplatten-Karrieren bei der amerikanischen Pathé begonnen. Der ab 1918 unter Pathé-Marconi firmierende Musik-Arm des damals dann schon hauptsächlich im Filmgeschäft aktiven Unternehmens geriet im Vorfeld der Weltwirtschaftskrise 1928 in Trudeln und wurde an die britische

---

<sup>9</sup>Bei dem 1981 eingeführten Direct Metal Mastering (DMM) von Telefunken erfolgt der Schnitt in eine Kupferfolie anstatt auf eine beschichtete Aluminiumplatte, was die Klangeigenschaften noch einmal deutlich verbesserte, da dieses Material aufgrund seiner höheren Steife die feinen Auslenkungen des Schneidstichels wesentlich besser aufnehmen konnte.

Columbia verkauft. Die amerikanische Pathé ging im Jahr darauf in der American Record Corporation auf, die bei Ausbruch der Weltwirtschaftskrise 1929 durch einen Zusammenschluss von mehreren US-Plattenfirmen entstand.

Binnen weniger Jahre war der Tonträger zur Grundlage einer rasch wachsenden und äußerst dynamisch agierenden Industrie geworden. In den ersten Jahren nach 1900 stieg allein in Deutschland die Zahl der in diesem Bereich registrierten Unternehmen auf über 100 (Schulz-Köhn 1940, S. 99). In den USA vergrößerte sich die Zahl der auf dem Tonträgermarkt operierenden Firmen von 18 im Jahre 1914, die zusammen 514.000 Walzen und Platten in einem Gesamtwert von 27,1 Mill. US\$ produzierten, auf über 200 im Jahre 1921 mit einem Produktionsausstoß von mehr als 140 Mill. Einheiten in einem Gesamtwert von 106 Mill. US\$ (Gronow 1983). Danach machten sich die verheerenden Auswirkungen bemerkbar, die das Aufkommen des *Rundfunks* in den 1920er-Jahren für den Tonträger hatte. Die drahtlose Übertragung von Live-Musik erwies sich nicht nur von überlegener Klangqualität, da der unvermeidbare Geräuschpegel des Trägermaterials entfiel. Sie war selbst in dem auf Subskriptionsbasis aufgebauten europäischen Rundfunkwesen wesentlich kostengünstiger als der Kauf von Schallplatten. In den USA, wo das entstehende kommerzielle Rundfunksystem lediglich den einmaligen Anschaffungspreis für das Empfangsgerät erforderte, sank der jährliche Gesamtumsatz auf dem Tonträgermarkt bereits nach Einführung des Rundfunks wieder unter die 100-Millionen-Marke, betrug 1922 nur noch 92 Mill. US\$ und fiel bis 1933 mit einem Rekordtiefstand von 6 Mill. US\$ auf das Niveau der Jahrhundertwende zurück (Gronow 1983). Die Zahl der häuslichen *Rundfunkempfänger* stieg dagegen bis 1926 auf 5 Millionen und wuchs bis 1933 auf 17 Millionen (Eberly 1982, S. 36 ff.). Die Entwicklung in Europa verlief mit einer leichten Zeitverzögerung analog (Lersch und Schanze 2004).

Als Ausweg aus der Krise erwies sich die Fokussierung der Tonträgerproduktion auf zielgruppenorientierte Nachfragestrukturen wie sie OKeh mit ihrer „Race“- und Country-Music-Serie schon seit Anfang der 1920er-Jahre praktizierte. Das Modell wurde nun von nahezu allen Tonträgerherstellern übernommen. Es führte in den USA zu einer die Musikentwicklung zutiefst prägenden und noch heute bestehenden Fragmentierung des Musikmarktes in vier verschiedene Sektoren – in ein afroamerikanisches Marktsegment, das seit 1949 unter der Bezeichnung „Rhythm & Blues“ firmiert; in einen zunächst als „Hillbilly“, ab 1927 als „Country Music“ bezeichneten Sektor, der auf den nichturbanen Bevölkerungsteil ausgerichtet ist; in einen seit 1928 als „Classic“ etikettierten Sektor mit Musik für die exklusiven Schichten des Bildungsbürgertums und schließlich in einen repertoireunspezifischen, lediglich an absoluten Verkaufszahlen orientierten Sektor, der seit 1940 unter dem Kürzel „Pop“ (für Popular Music) geführt wird. Auch in Europa begann mit der Verbreitung des Rundfunks der konsequente Aufbau von zielgruppenorientierten Repertoirelinien durch die Tonträgerindustrie. Hier waren die Marktsegmente zumindest bis in die 1950er-Jahre jedoch noch eher genrespezifisch als demografisch definiert und verliefen entlang einer Grenze, die im deutschen Sprachraum seit den 1920er-Jahren durch die von den Rundfunkanstalten und Verwertungsgesellschaften geprägten Kürzel U („Unterhaltungsmusik“) und E („ernste“ Musik) markiert ist. Musik, die sich in den *Repertoirekategorien* der Tonträgerindustrie nicht unterbringen ließ,

verlor damit sukzessive sowohl in wirtschaftlicher wie kultureller Hinsicht die Existenzgrundlage. Ein Großteil der regionalen Musikformen wie die einst weit verbreiteten regionalen Tanzmusikstile (Rheinländer, Egerländer etc.) verschwand damit von der kulturellen Landkarte.

Die schwierige Situation, in die die Tonträgerindustrie durch den Rundfunk geraten war, veranlasste die Victor Talking Machine Company 1925 zu einem folgenreichen Schritt, der aus den beiden konkurrierenden Medien für Jahrzehnte eine funktionelle Einheit machte. Victor startete im Frühjahr 1925 bei WEAf in New York – eine der größten Stationen im damaligen Sendernetz von A.T.&T. – eine regelmäßige Halbstunden-Sendung mit seinen Neuerscheinungen. Noch im gleichen Jahr folgten analoge Sendungen bei Stationen anderer Senderketten. Obwohl es dann noch gut ein Jahrzehnt dauerte, bis der Anteil der als Tonkonserve verfügbar gemachten Musik das Live-Programm im Rundfunk übertraf (vgl. ausführlicher hierzu: Morton 2004), war damit einer Allianz aus Rundfunk und Plattenfirmen der Weg gewiesen, die sich erst am Ende des 20. Jahrhunderts wieder aufzulösen begann, als es zwischen den Zielgruppen der beiden Medien kaum noch Überschneidungen gab. Jahrzehntelang fungierte der Rundfunk jedoch als Werbemedium für den Tonträger und die Tonträgerindustrie als Materiallieferant für den wichtigsten Programminhalt des Rundfunks. Als 1929 die Victor Talking Machine Company in die Radio Corporation of America (RCA) eingegliedert wurde, ein 1919 geschaffenes Unternehmen zur gemeinsamen Verwertung der Rundfunkpatente von General Electric, Westinghouse und A.T.&T., war die Allianz der beiden Medien schließlich auch institutionell vollzogen.<sup>10</sup>

Die Weltwirtschaftskrise traf den jungen Industriezweig Ende der 1920er-Jahre nicht nur durch das Wegbrechen der Absatzmärkte. Angesichts der weitläufigen internationalen Vernetzung der phonographischen Industrie wirkten sich vor allem die anhaltenden Währungsturbulenzen katastrophal aus. Firmenzusammenbrüche, Ausgründungen und Übernahmen bestimmten das Bild – ein Prozess, der am Ende nur einige wenige, hochgradig integrierte Firmenkonglomerate übrig ließ. So waren in den USA 1935 nur noch drei Firmen in der Musik- und Tonträgerproduktion aktiv – neben der RCA Victor die American Record Corporation, der ab 1933 auch die traditionsreiche Columbia gehörte, und die 1934 gegründete US-Tochter der britischen Decca Gramophone,<sup>11</sup> die sich mit Künstlern wie Guy Lombardo (1902–1977), Ted Lewis (1892–1971), Ethel Waters (1896–1977), den Dorsey

---

<sup>10</sup>Der Rundfunk benutzte in den 1930er-Jahren dann sogar eine Zeit lang ein eigenes Tonträgerformat, die Transcription Disc, eine einseitig bespielte, lackbeschichtete 16-Zoll-(40 cm)-Aluminiumplatte (Acetate), später Vinyl, die bereits mit 33<sup>1</sup>/<sub>3</sub> Umdrehungen in der Minute, allerdings von Innen nach Außen abgespielt wurden und zur Aufzeichnung von Radiosendungen dienten, um sie zwischen den Stationen austauschen zu können (Radio Syndication).

<sup>11</sup>1914 von Barnett Samuel & Sons in London gegründetes Unternehmen zur Herstellung von tragbaren Grammophonen, die die Marken-Bezeichnung „Decca“ erhielten. Das Unternehmen ging 1928 an die Börse und wurde 1929 von der Malden Holdings Company des Börsenmakler Edward Lewis (1901–1980) übernommen, der ein Presswerk erwarb und die Decca Records Ltd. als Tochter der Decca Gramophone in London gründete.

Brothers, den Mills Brothers und der Casa Loma Band binnen kurzer Zeit zum führenden Label der Swing-Ära entwickelte. Mit Bing Crosbys (1903–1977) „White Christmas“ (Decca 18429, USA 1943) hatte die jüngste der Großen auf dem Weltmarkt, die ab Ende der 1940er-Jahre mit Bill Haley (1925–1981) auch den Rock'n'Roll auf den Weg brachte, die bis heute meistverkaufte Single aller Zeiten im Programm.

In Europa fusionierten auf dem Höhepunkt der Weltwirtschaftskrise 1931 die British Gramophone und die britische Tochter der Columbia zur Electrical and Musical Industries Ltd. (EMI), die die Musikproduktion mit Interessen im Phonogeräte- sowie Elektrobereich verband und mit Niederlassungen in über fünfzig Ländern zum größten europäischen Tonträgerproduzenten avancierte (Martland 1997). In Deutschland entstand 1932 aus den Tonträgerbestandteilen des auseinandergebrochenen Küchenmeister-Konzerns – eine nach der Inflation 1925 in Berlin gebildete Holding, die verschiedene Schallplatten-, Tonfilm- und Radiofirmen unter sich vereinte – die Telefunken-Platte GmbH (Thiele 2003) als Tochter der 1903 zur gemeinsamen Verwertung der Funkpatente von AEG und Siemens & Halske gegründeten Telefunken AG. Sie agierte ähnlich wie die britische EMI, die amerikanische RCA Victor oder die CBS Columbia, die 1938 mit Übernahme der Columbia durch ihre einstige Radio-Tochter CBS entstanden war, im Schnittpunkt von Film-, Elektro-, Rundfunk- und Tonträgerinteressen. Mit Peter Kreuder (1905–1981) und seinem Orchester, der Sängerin Greta Keller (1903–1977), Kurt Hohenberger (1908–1979) und seinem Solisten-Orchester, Lewis Ruth (1889–1941) und seiner Kapelle, Barnabas von Géczy (1897–1971) und seinem Orchester und vor allem mit dem Telefunken Swing-Orchester unter Leitung von Heinz Wehner (1908–1945) versammelte das Unternehmen eine Reihe der populärsten Repräsentanten der Tanz- und Unterhaltungsmusik im Deutschland der 1930er-Jahre um sich.

In den diversifizierten Unternehmensstrukturen erfolgte auch die organisatorische und administrative Trennung der Tonträgerproduktion von der phonographischen Technik. Je komplexer die Firmenkonglomerate wurden, in denen sich die Sprechmaschinen-Industrie von einst nun wiederfand, je komplexer also auch die Verwertungsketten, umso stärker differenzierten sich Produkte und Produktionsstrukturen aus. Und dieser Prozess setzte sich nach dem Zweiten Weltkrieg ungebrochen fort. Angetrieben von den Wachstumsraten auf dem mit dem Rock'n'Roll erschlossenen Jugendmarkt (Chappel und Garofalo 1977, S. 171 ff.) entstanden Unternehmensarchitekturen, die sich durch weit gespannte Verwertungsketten und tief geschachtelte Diversifikationsprozesse auszeichneten. Auch die Großen der Vorkriegszeit expandierten auf diese Weise häufig in völlig branchenfremde Bereiche. RCA übernahm den Autoverleiher Hertz, engagierte sich auf dem Bausektor sowie in der Herstellung von Küchengeräten und Elektronik (Sobel 1986). Die CBS erweiterte ihren geschäftlichen Kern im Rundfunk-, Fernseh- und Tonträgerbereich (CBS Radio Networks, CBS TV Networks, CBS Fox, CBS Recording Group) in den 1960er-Jahren mit der Übernahme von Holt, Rinehart & Winston, W. B. Saunders und Fawcett Publications um das Buchgeschäft (CBS Publishing), mit Steinway Inc. (Flügel und Klaviere), mit Fender

Musical Instruments (Rhodes E-Pianos, Rogers Schlagzeuge, Fender Gitarren) um die Musikinstrumentenherstellung (CBS Musical Instruments) und mit Pacific Stereo um den Phonogeräte-Bereich.

In Europa entwickelten sich, durch die Kriegsfolgen lediglich etwas zeitversetzt, ähnliche Verhältnisse wie in den USA. Zunächst nahmen auch hier die Großen der Vorkriegszeit bald wieder ihren ursprünglichen Platz ein. Insbesondere die britische EMI vermochte, nicht zuletzt durch die spektakulären Erfolge, die sie mit den Beatles in den 1960er-Jahren erzielte, ihre Führungsposition zügig auszubauen. Sie übernahm 1969 die Associated British Picture Corporation, zu der eine der größten Kinoketten des Landes gehörte, expandierte mit Thames Television auf den Fernsehmarkt und baute eine der größten Handelsorganisationen für Musikinstrumente und -zubehör auf. Fernsehübertragungs- und Studioteknik, medizinische Gerätetechnik und Radarsysteme für zivile und militärische Anwendungen sowie Phonotechnik gehörten zu dem ausgedehnten Geschäftsfeld des Unternehmens, das zudem mit einer Kette von Musikverlagen in den 1970er-Jahren nahezu ein Fünftel aller Verlageinnahmen der Welt kontrollierte (Pandit 1996).

In Deutschland fasste nach dem Krieg als erstes Unternehmen die Deutsche Grammophon wieder Tritt, zumal ihre alten Produktionsstätten in Hannover weitgehend erhalten geblieben waren (Hein 1963). Sie war noch während des Krieges 1940 in eine hundertprozentige Tochter von Siemens & Halske umgewandelt worden. Die Siemens AG, wie die Muttergesellschaft nach dem Krieg dann hieß, verband ihre Tonträgerinteressen 1966 mit denen der niederländischen Koninklijke Philips Electronics N.V., der Philips Phonographische Industrie, 1967 in Phonogram umbenannt, während die Auslandsaktivitäten der alten Deutschen Grammophon in der 1946 in Hamburg gegründeten Polydor International zusammengefasst wurden. 1972 reorganisierten die beiden Elektrogiganten ihre Tonträgeraktivitäten in der gemeinsamen Holding PolyGram, die 1998 unter dem Dach des kanadischen Getränkeherstellers Seagram Inc. in der Universal Music Group aufging.

Unter den nach dem Zweiten Weltkrieg in Europa erfolgten Neugründungen ragen insbesondere zwei Unternehmen heraus. Mit der Gründung des von der Gütersloher Bertelsmann AG eingerichteten Kompilationslabels Ariola erfolgte 1958 die Grundsteinlegung für die BMG Music Group, die in Deutschland als BMG Ariola Musik GmbH firmiert und binnen kürzester Frist zu einem der Größten der Branche avancierte. Kompilationslabel für die lizenzierte Nachverwertung erfolgreicher Veröffentlichungen unterschiedlicher Hersteller in Form von Neuzusammenstellungen und Kopplungen wurden vor allem in den 1960er- und 1970er-Jahren zu einer wichtigen Form der Musikvermarktung. Die zweite, zu beachtlicher Größe expandierte europäische Neugründung der Nachkriegszeit war die 1970 in London als spezialisierter Versandhandel entstandene Firma Virgin Records von Richard Branson (\*1950). Sie wurde 1973 in ein Label umgewandelt und war mit Projekten wie Mike Oldfields (\*1953) „Tubular Bells“ (1973) und den Produktionen der deutschen Electronic Rock-Band Tangerine Dream derart erfolgreich, dass das Unternehmen ins Film- und Buchgeschäft, in die Tourismusbranche und in den Luftverkehr expandieren konnte. Mit dem Konzept der *Virgin Mega Stores* wurde 1979 der Einzelhandel mit Tonträgern auf eine neue Grundlage gestellt und in

Medienkaufhäusern verankert, die die gesamte lieferbare Repertoirepalette mit zielgruppenorientierten Zusatzangeboten von Computer- und Videospiele bis hin zu T-Shirts verbanden. Der Musikbereich der Virgin Group wurde von Firmengründer Branson 1992 an die EMI verkauft (Southern 1993).

Auf dem Höhepunkt der steilen Karriere des Tonträgers, der im Jahr 1996 mit einem Gesamtabsatz von 3,83 Mrd. verkauften Einheiten und einem Gesamtumsatz von 39,82 Mrd. US\$ erreicht wurde (IFPI 1997), entfielen 83 Prozent des Welttonträgermarktes auf fünf Firmenkonglomerate (Hull 1998, S. 125 ff.) – die Warner Music Group,<sup>12</sup> Bestandteil des US Medienimperiums Time-Warner Inc.; PolyGram,<sup>13</sup> damals bereits im alleinigen Besitz des niederländischen Elektronikonzerns Koninklijke Philips Electronics N.V.; Sony Music Entertainment,<sup>14</sup> Bestandteil des japanischen Elektronikriesen Sony Inc.; Thorn EMI,<sup>15</sup> deren Muttergesellschaft Thorn Electric Industries hauptsächlich im Rüstungsgeschäft engagiert war; die Bertelsmann Music Group (BMG), Bestandteil des deutschen Medienkonzerns Bertelsmann AG, und die 1990 unter dem Dach der japanischen Matsushita Electric Industrial Co. entstandene MCA Music Entertainment Group,<sup>16</sup> die 1995 von dem im kanadischen Montréal beheimateten Getränkehersteller Seagram Company Ltd. übernommen wurde, der sie 1998 mit der von ihm im gleichen Jahr erworbenen PolyGram verband und als Universal Music Group reorganisierte. Als Vollsortimenter decken diese weltweit tätigen Großfirmen (Majors) nahezu das gesamte Spektrum der verfügbaren Musik ab. Sie verfügen jeweils über eine Vielzahl von Labels, die häufig als selbstständige administrative Einheiten (Profit Center) agieren und identifizierbare Markenzeichen für bestimmte Repertoiresegmente darstellen. Der Marktmacht, über die sie damit verfügen, steht seit den 1950er-Jahren eine wachsende Zahl von Kleinfirmen (Indies) gegenüber, die auf den zahllosen Nischenmärkten operieren und häufig lediglich durch ihre Kreativität einen nachhaltigen Einfluss auf die Musikentwicklung nehmen. Verwiesen sei etwa auf das 1952 in Memphis, Tennessee, von Sam Phillips (1923–2003) gegründete Label Sun Records, auf dem mit Elvis Presley (1935–1977), Jerry Lee Lewis (\*1935), Carl Perkins (1932–1998), Johnny Cash (1932–2003) und Roy Orbison (1936–1988) der *Rock'n'Roll* geprägt wurde. Das 1981 von Tom Silverman (\*1956) in New York gegründete Label Tommy Boy Records gehörte mit Afrika Bambaataa (\*1957), Queen Latifah

---

<sup>12</sup>entstanden 1995; Grundlage waren die US-Tonträgerfirmen Warner Bros. Records, Atlantic Records und Elektra Records.

<sup>13</sup>Das 1972 als gemeinsame Holding von Siemens und Philips entstandene Unternehmen ging 1987 in den alleinigen Besitz von Philips über.

<sup>14</sup>entstanden 1988 durch Übernahme der in der CBS Recording Group zusammengefassten Tonträgerfirmen von CBS.

<sup>15</sup>entstanden 1979 zur Abwendung eines Konkursverfahrens nach milliardenstarker Fehlinvestition seitens der EMI in die am Markt nicht durchsetzbare Bildplatte.

<sup>16</sup>entstanden aus der 1924 als Konzertagentur gegründeten Music Corporation of America (MCA), die 1962 durch Übernahme der amerikanischen Decca ins Tonträgergeschäft expandierte und in den 1980er-Jahren mit Übernahme so traditionsreicher Firmen wie Chess, Motown und Geffen zu einer marktbeherrschenden Größe geworden ist.

(\*1970), Stetsasonic, De La Soul oder Naughty By Nature zu den wichtigsten Geburtshelfern von *Rap* und *HipHop*. Und die 1993 in Frankfurt am Main von Achim Szepanski (\*1957) ins Leben gerufene Labelgruppe Mille Plateaux spielte eine ähnliche Rolle für die als *Electronica* firmierende experimentelle elektronische Musik.

Dass der Tonträger 1996 seinen Zenit erreicht hatte und seither durch die trägerlose Verbreitung von Musik in digitaler Form massiv in Bedrängnis geriet, manifestierte sich unübersehbar in der Musiktaschbörse *Napster*, die der damalige College-Student Shawn Fanning (\*1981) 1999 in Boston auf der Basis einer von ihm geschriebenen Software für den direkten, *Peer-to-Peer*-(P2P)-Tausch von Musikdateien eröffnete (Menn 2003). Zwar hatte es schon 1994 mit dem Internet Underground Music Archive einen ersten Online-Musikdienst gegeben, aber der war als Alternative zu einem Plattenvertrag Newcomern vorbehalten. Den gleichen Ansatz verfolgte auch die 1997 eröffnete Plattform MP3.com. Mit Napster dagegen konnten sich die über 40 Millionen Nutzer, die das Portal bereits im Jahr seiner Eröffnung frequentierten, zu nahezu allem, was an Musik auf Tonträgern vorlag, Zugang verschaffen. Ungeachtet der urheberrechtlichen Problematik, die 2001 auch zur gerichtlich verfügten Schließung von Napster führte, war der Übergang vom Tonträger zur trägerlosen Musikdatei zumindest für das Segment der populären Musik, das immerhin reichlich 90 Prozent des Marktes ausmacht, nicht mehr aufhaltbar. Der 2003 von dem Computerhersteller Apple Corp. im Internet als Verkaufshilfe für seinen *iPod* eröffnete Music Store *iTunes* hat diese Entwicklung mit weitreichenden Folgen sowohl für den Umgang mit Musik als auch für die Musikentwicklung insgesamt unumkehrbar gemacht. Der 2006 in Stockholm gegründete Streaming-Dienst *Spotify* hat mit inzwischen rund 160 Millionen Nutzern in 61 Ländern und einem Musikangebot von 35 Millionen Einzeltiteln die trägerlose Verbreitung von Musik zu einem Standard werden lassen, der sich neben dem Tonträger unwiderruflich etabliert hat, wovon *Streaming*-Dienste wie Apple Music, Deezer oder Amazon Music Unlimited, um nur die größten zu nennen, Zeugnis ablegen. 2015 wurden allein über Spotify 20 Milliarden Stunden Musik gestreamt, was einem Umsatz von 5 Milliarden Dollar entsprach.<sup>17</sup> Seither sinkt der Tonträgerabsatz kontinuierlich und hat sich seit 1999 nahezu halbiert, während die Zuwachsraten im Musik-Download bzw. Streaming inzwischen im zweistelligen Bereich liegen. Für das Jahr 2016 betrug nach Angaben der IFPI der Zuwachs des weltweiten Umsatzes von Musik-Downloads gegenüber dem Vorjahr 17,7 Prozent, der Umsatzzuwachs von Streaming-Diensten sogar mehr als 60 Prozent. 2016 gab es allein in den USA insgesamt 431,7 Milliarden Streams, das entspricht 1,2 Milliarden gestreamter Musiktitel pro Tag oder 49,3 Millionen jede Stunde. Damit liegt der Anteil der gestreamten Musik am weltweiten Gesamtumsatz, der mit der Verbreitung von Musik per Tonträger und trägerlos erzielt wird, inzwischen bei 50 Prozent (IFPI 2017) (Tab. 1).

<sup>17</sup>DMR Business Statistics. <https://expandedramblings.com/index.php/spotify-statistics/>. Zugegriffen am 19.03.2018.

**Tab. 1** Weltweiter Umsatz mit Tonträgern 1997–2016

1997	1998	1999	2000	2001	2002	2003	2004	2005	2006	2007
38.473	38.289	38.802	36.858	34.787	32.538	32.340	33.507	33.456	31.813	29.922
2008	2009	2010	2011	2012	2013	2014	2015	2016		
23.490	18.606	16.147	16.646	16.480	19.029	14.966	14.760	15.700		

Angaben in Mill. US\$ inkl. Mehrwertsteuer, alle Formate. (Quelle: IFPI 2017)

In der Konsequenz hat das noch einmal zu gravierenden strukturellen Veränderungen in der Tonträgerindustrie geführt. Der Branchen-Primus, die Universal Music Group, mit einem Marktanteil von 29,86 Prozent (2017), ging 2004 im Ergebnis einer Aktienzusammenlegung an den französischen Mischkonzern Vivendi Environment. Sony und BMG haben 2004 ihre Tonträgerinteressen in ein gemeinsames Unternehmen, die Sony BMG Music Entertainment, eingebracht, die seit 2008 von Sony allein geführt wird.<sup>18</sup> EMI und Warner trennten sich von ihren Muttergesellschaften – die EMI Group 1997, die Warner Music Group 2004 – und agierten wieder eigenständig als reine Musikverwerter. Die EMI wurde 2011 zerschlagen; die EMI Music, der Tonträgerarm, ging an die Universal Music Group, EMI Music Publishing wurde von Sony Music übernommen und in dessen Verlagsarm Sony/ATV Music Publishing eingegliedert. Vereinzelt wurden Sub-Labels und EMI-Geschäftsinteressen in verschiedenen Ländern auch einzeln veräußert. Damit verschwand eines der ältesten und traditionsreichsten Tonträgerunternehmen für immer vom Markt. Im gleichen Zeitraum, zwischen 1997 und 2007, hat aber auch der Prozess der Ausdifferenzierung in eine ständig wachsende Zahl von Klein- und mittelständischen Unternehmen einen massiven Schub erhalten, da sie mit dem Internet als Marketing- und Vertriebsplattform deutlich bessere Bedingungen für ihre Operationen finden. Bis 2007 hatten sie ihren Marktanteil auf rund 30 Prozent ausgebaut (IFPI 2007). Bis 2017 stieg er nochmals auf nunmehr 38,4 Prozent (Worldwide Independent Network 2017). Damit hat sich der quantitativ wie qualitativ verengende musikalische Mainstream, der von immer weniger global vermarkteten Produkten mit immer komplexeren Verwertungsketten getragen wird, an den Rändern in eine sich vermehrende Zahl von Substilen und Alternativtrends ausdifferenziert.

<sup>18</sup>BMG hat zum Ende des Jahres 2008 die Kooperation mit Sony beendet und sich als erster der Branchenriesen in Anpassung an die durch das Internet gründlich veränderten Bedingungen auf den Musikmärkten aus dem operativen Tonträgergeschäft völlig zurückgezogen, um sich stattdessen ganz auf das Management von Musikrechten zu konzentrieren. Auch der zu diesem Zeitpunkt drittgrößte Musikverlag der Welt, die BMG Music Publishing, wurde im Zuge der Neuausrichtung des Konzerns an die französische Vivendi-Gruppe veräußert, die ihn in Universal Music Publishing integrierte. BMG ist damit zu einer reinen Verwaltungs- und Vermarktungsplattform von Musikrechten Dritter geworden, ein Schritt, der das Ende der Musikindustrie in der bisherigen Form einläuten könnte.

### 3 Tonträgermarketing und Musikentwicklung

Der wohl direkteste Einfluss auf die Musikentwicklung geht von dem mit dem Tonträger verbundenen Marketing aus, das ihn als Produkt auf dem kulturellen Terrain zu platzieren sucht. Schon in den Gründerjahren resultierte bereits aus der Tatsache des Vorliegens einer Aufnahme eine Kanonisierung des Repertoires, die weit über das hinausging, was der Konzertbetrieb hervorgebracht hatte. Das betraf sowohl das Repertoire wie die Künstler, die ziemlich ungeniert nach dem schon im Konzertbetrieb des 19. Jahrhunderts aufgekommenen Star-System bewirtschaftet wurden (vgl. hierzu Lebrecht 2007). Es betraf aber auch die Interpretationsstile klassischer Werke, die durch die Tonaufnahme in direkte Konkurrenz zueinander gerieten, wobei die Tonträgerindustrie durch ihre Repertoirepolitik häufig alles andere als unumstrittene Standards setzte. Adorno hat diesen Effekt schon 1938 nicht ohne Polemik auf den Punkt gebracht und als Verdinglichung beschrieben:

„Es herrscht eiserne Disziplin. Aber eben eiserne. Der neue Fetisch ist der lückenlos funktionierende, metallglänzende Apparat als solcher, in dem alle Rädchen so exakt ineinander passen, dass für den Sinn des ganzen nicht die kleinste Lücke mehr offen bleibt. Die im jüngsten Stil perfekte, makellose Aufführung konserviert das Werk um den Preis seiner definitiven Verdinglichung. Sie führt es als ein mit der ersten Note bereits fertiges vor: die Aufführung klingt wie ihre eigene Grammophonplatte.“ (Adorno 1973, S. 31)

Nicht nur in der populären Musik ist die Aufnahme und damit das Resultat der Studioproduktion längst zum Maß aller Dinge geworden. Bei Opernsängern etwa wurde beobachtet, dass der Tonträger zu einer Internationalisierung und Vereinheitlichung des Stimmklangs geführt hat, der die Stimmen letztlich austauschbar macht (Pfeiffer 2006). Je weiter die Entwicklung voranschritt, desto deutlicher manifestierten sich die Auswirkungen des Tonträgers in der Musikkultur.

In den ersten Jahren galt der Tonträger noch als ein reines Nebengeschäft zur Unterstützung des Absatzes der Wiedergabegeräte. Die exklusive Bindungen von Künstlern an die Hersteller war noch unbekannt,<sup>19</sup> da die Konkurrenz hauptsächlich über die gerätetechnische Seite ausgetragen wurde. Markenbildung erfolgte hauptsächlich mit dem Ziel, den Absatz der Apparate durch geeignete Repertoirekategorien zu strukturieren. So begann die für Emile Berliner's Patente in Europa zuständige British Gramophone schon 1902 mit ihrer Red-Label-Serie – Platten mit einem roten Aufkleber als Markenzeichen – unter Leitung ihres eigens dafür berufenen Musikdirektors Sir Landon Ronald (1873–1938) eine Repertoirelinie aufzubauen, die mit einer exklusiven Auswahl an klassischen Werken auf die einkommensstarken Schichten des Bürgertums abgestellt war. Angeführt von Enrico Caruso verband

---

<sup>19</sup>Eine Ausnahme war die exklusive Bindung von Sousa's Band, der 1892 von dem ehemaligen Leiter der US Marine Band John Philip Sousa (1854–1932) gegründeten Blaskapelle, ab 1895 an die Columbia Phonograph Company, die allerdings ohne Mitwirkung des populären Bandleaders erfolgte, der ein erklärter Gegner der neuen Technologie war, auf den auch der Ausdruck „canned music“ zurückgeht (vgl. Bierley 1973).

sie sich mit den Namen berühmten Interpreten wie der italienischen Sopranistin Adelina Patti (1843–1919), des russischen Bass Fjodor Schaljapin (1873–1938), des polnischen Pianisten Ignacy Paderewski (1860–1941) oder des deutschen Violinvirtuosen Fritz Kreisler (1875–1962). Victor, die US-Schwester der British Gramophone übernahm das Konzept und anfangs auch das Repertoire unter der Bezeichnung Victor Red Seal Records und machte damit seine *Victrola*, das erste Grammophon im Möbeldesign, zu einem Verkaufsschlager. In dem bis heute als RCA Red Seal Records unter dem Dach von Sony BMG Masterworks weitergeführten Katalog fanden u. a. der legendäre italienische Dirigent Arturo Toscanini (1867–1957) mit dem NBC Symphony Orchestra, der englische Dirigent Leopold Stokowski (1882–1977) mit dem Philadelphia Orchestra und der russische Pianist Vladimir Horowitz (1903–1989) ihre Heimat auf dem neuen Medium und lieferten hierfür Einspielungen ab, die bis heute musikalische Standards setzen. Die Columbia hatte als Antwort auf Victors Klassik-Linie 1902 ebenfalls eine solche Luxus-Marke, allerdings mit rot-goldenem Label, unter der Bezeichnung Grand Opera Discs im Programm, die hauptsächlich den großen Stars der New Yorker Metropolitan Opera vorbehalten war. 1906 wurde sie von der Columbia Records Symphony Series abgelöst, die 1927 in den Columbia Masterworks aufging, heute Sony BMG Masterworks. Unter den zahllosen InstrumentalsolistInnen, SängerInnen, Dirigenten und Ensembles, die die Columbia mit ihrer Masterwork-Serie der Nachwelt erhielt, befindet sich auch der kanadische Pianist Glenn Gould (1932–1982), der zu den ersten gehörte, die sich konsequent darum bemühte, die klang- und aufnahmetechnischen Möglichkeiten des Tonträgers für die Interpretation klassischer Werke zu nutzen und dafür 1964 den ungewöhnlichen Schritt ging, auf das Konzertieren völlig zu verzichten und stattdessen nur noch im Aufnahmestudio zu arbeiten (vgl. Gould 1966).

Obwohl das prestigeträchtige Klassik-Repertoire bei der Etablierung und Vermarktung der neuen Technik im Vordergrund stand – denn die einkommensstarken und meinungsführenden Schichten des Bürgertums spielten für die Zukunft der neuen Technologie eine entscheidende Rolle – war auch damals schon der übergroße Teil der Aufnahmen den populären Musikformen vorbehalten. Die Columbia hatte mit der Band des ehemaligen Direktors der US Marine Band, John Philip Sousa (1854–1932), schon in den 1890er-Jahren den Aufbau eines speziellen „Pop“-Katalogs begonnen und mit dem Musical-Stars Sam Ash (1884–1951), dem als „Ragtime-König“ in die Musikgeschichte eingegangenen Gene Greene (1878–1930), dem Sänger Bill Murray (1877–1954) oder der Sängerin Ada Jones (1873–1922) die populärsten Studio-Artisten der frühen akustischen Periode in ihrem Programm. Im Januar 1917 entstand bei der Columbia mit „Darktown Strutter’s Ball“, „Indiana“ der Original Dixieland Jass Band (Columbia 2297, USA 1917) die erste *Jazz*-Aufnahme in der Geschichte der Musik. Allerdings kam diese Aufnahme erst vier Wochen nach dem von Victor mit der Original Dixieland Jass Band aufgenommenen „Livery Stable Blues“ (Victor 18255, USA 1917) auf den Markt, so dass Victor für sich in Anspruch nehmen konnte, den Jazz auf die Schallplatte gebracht zu haben. Solche Aufnahmen wurden damals noch fast ausschließlich von den in gastronomischen Einrichtungen und Arkaden aufgestellten Musikautomaten absorbiert. 1900 gingen über 95 Prozent der produzierten

ca. 3 Millionen Zylinder und Platten in die Jukebox, 1939 noch immer mehr als zwei Drittel der Jahresgesamtproduktion (Segrave 2002). Obwohl das Billigpreis-Segment schon seit den 1920er-Jahren für Massenabsatz sorgte, brauchte es noch bis Mitte der 1950er-Jahre, um den Tonträger mit der Single-Schallplatte zum Gegenstand des individuellen Massenkonsums zu machen.

Partizipierte die Tonträgerproduktion in den ersten Jahren mehr oder weniger an dem, was ohnehin schon etabliert war und durch seine Ausstrahlungskraft die neue Technologie attraktiv machen konnte – Ausnahmen von dieser Regel waren eher selten –, erfolgte ab Mitte der 1920er-Jahre eine aktive Repertoireentwicklung, die durch möglichst langfristige und exklusive vertragliche Bindungen abzusichern versucht wurde. Der Schwerpunkt verlagerte sich nun darauf, Musik möglichst exklusiv für den Tonträger zu erschließen, was die Musikentwicklung dann vollständig in Abhängigkeit von der Tonträgerindustrie brachte. Damit begann sich auch das A&R- (*Artist & Repertoire*)-Management bei den Plattenfirmen zu etablieren. Mit der Auswahl der aufzunehmenden Künstler und der Entscheidungsgewalt über das aufzunehmende Repertoire ist die Musikgeschichte des 20. Jahrhunderts hinter den Kulissen von den A&R-Leuten der Plattenfirmen in einer kaum zu überschätzenden Weise geprägt worden.

Als erster A&R-Direktor gilt der 1920 bei OKeh Records eingestellte, vordem unter anderem auch für Bessie Smith (1894–1937) tätige afroamerikanische Komponist Clarence Williams (1898–1965). Nachdem in den 1930er-Jahren die Tonträgerproduktion in zunehmendem Maße als Musikproduktion verstanden war, gewann auch der A&R-Bereich stärker an Bedeutung. Zu den A&R-Managern, die die Geschichte der Tonträgerindustrie ebenso geprägt haben wie die Musikgeschichte, gehören der ehemalige Orchestermusiker (Oboist) Mitch Miller (1911–2010), der zunächst für Mercury Records, von 1948 bis 1963 dann für die Columbia in der Funktion des A&R-Direktors tätig war; John H. Hammond (1910–1987), der seine Karriere als Musikkritiker begann und seit den frühen 1930er-Jahren für die Columbia neben vielen anderen Benny Goodman (1908–1986), Count Basie (1904–1984), Billie Holiday (1915–1959), Robert Johnson (1911–1936), Bessie Smith (1894–1937), Bob Dylan (\*1941), Aretha Franklin (\*1943), Pete Seeger (1919–2014) und Bruce Springsteen (\*1949) entdeckt, aufgebaut und betreut hat; des Weiteren der Arrangeur Gordon Jenkins (1901–1984), der für die amerikanische Decca Billy Eckstine (1914–1993) und Ella Fitzgerald (1917–1996) betreute, bevor er ab 1957 bei Capitol Records u. a. für Frank Sinatra (1915–1998) verantwortlich war, und schließlich der ab 1950 die A&R-Abteilung der RCA Records leitende ehemalige Bandleader und Arrangeur Hugo Winterhalter (1909–1983). In der Regel sind die A&R-Leute jedoch nur den Branchen-Insidern bekannt, obwohl sie die wohl wichtigste Gatekeeper-Funktion in der Musikindustrie innehaben.

Je professioneller der A&R-Bereich wurde, je enger damit der Zusammenhang von Musik und Tonträgermarketing, umso mehr verwandelte sich die Musik damit in ein renditeträchtiges Investitions- und Spekulationsobjekt, das nicht zuletzt durch die anhaltend hohen Gewinnerwartungen in den diversifizierten Unternehmensstrukturen frei flottierende Kapitale aus allen möglichen Branchen anzog. Die Kapitalkonzentration in der Musik- und Medienindustrie führten nach dem Zweiten

Weltkrieg zu einem explosionsartigen Ansteigen der *Tonträgerproduktion*, die zwischen 1950 und dem Ende der 1970er-Jahre anhaltend zweistellige Zuwachsraten aufwies (Chappel und Garofalo 1977, S. 11). Bereits im Verlauf der 1950er-Jahre wurde dabei der Punkt der faktischen Marktsättigung erreicht. Das heißt, dass schon damals 90 Prozent der produzierten Tonträger noch nicht einmal ihre Produktionskosten deckten und aus dem Verkauf der restlichen 10 Prozent mitfinanziert werden mussten (vgl. Hirsch 1970, S. 11 ff.).<sup>20</sup> Das seither hier geltende Regime einer kalkulierten Überproduktion ist durch eine Reihe von Strategien zu optimieren versucht worden. Diese reichen vom massiven Ausbau des Starsystems, das vor allen in den 1980er-Jahren mit Michael Jackson (1958–2009), Madonna (\*1958) und Bruce Springsteen bis dahin nicht gekannte Dimensionen erhielt, über eine effizientere Strukturierung des Marktes durch ein Ausdifferenzieren der Angebotskategorien in immer wieder neue Derivate bestehender Musikformen (vgl. Negus 1999; Holt 2007) bis hin zu einer extremen Beschleunigung der Produktlebenszyklen mit einer entsprechenden Verkürzung der Halbwertzeit der Veröffentlichungen, die heute in der Regel nur noch wenige Wochen beträgt.<sup>21</sup>

---

#### 4 Die Tonträgerformate

Die verschiedenen *Tonträgerformate*, die dem Medium im Verlauf seiner Geschichte Gestalt gegeben haben, sind keineswegs nur ein äußeres Merkmal der Audio-Technologie. Sie haben gravierende klangtechnische Konsequenzen, und sie waren ein entscheidender Faktor der Verortung des Mediums auf dem sozial-kulturellen Terrain, seiner Bindung an bestimmte Ziel- und Nutzergruppen. Zunächst jedoch sind sie erst einmal nur eine Konsequenz aus der Entwicklung der Technologie selbst, die ihre eher unbeholfenen ersten Schritte rasch hinter sich ließ. Edisons Wachszyylinder mit einer Spieldauer von zweieinhalb Minuten wurden 1908 durch Walzen auf der Basis von Zelluloid abgelöst, die den Weg für Edisons berühmt gewordene Blue Amberol Records bildeten – eine ab 1912 hergestellte verbesserte Version der von Thomas Bernhard Lambert (1862–1928) entwickelten Zelluloidwalze.<sup>22</sup> An der Vormachtstellung der Schallplatte änderte das jedoch nichts mehr. Die Produktion von Walzen wurde 1929 endgültig eingestellt. Auch Berliner arbeitete zunächst mit Zelluloid als Trägermaterial, bevor er 1890 die ersten, noch einseitig bespielten Schallplatten aus Hartgummi herausbrachte. 1898 folgte *Schellack*, eine harzige Substanz,

---

<sup>20</sup>Vgl. auch die Publikation des ehemaligen Deutschlandchefs der Universal Music Group, Tim Renner (2004, S. 112), der die gleiche Relation auch für die jüngste Vergangenheit angibt.

<sup>21</sup>Dem ehemaligen Deutschlandchef der Universal Music Group, Tim Renner, zufolge, ist die auf dem Popsektor auf ganze sechs Wochen gesunken (Renner 2004, S. 123 ff.).

<sup>22</sup>Die Amberol-Zylinder bestanden aus tiefblau gefärbtem, besonders hartem Zelluloid, das auf einem Gipskern anstelle des zuvor üblichen Kartonträgers aufgebracht war und über hundert Abspielungen einigermaßen verschleißfrei überstanden haben soll. Die Zylinder wurden mit 160 Umdrehungen in der Minute abgespielt und besaßen eine Spielzeit von reichlich vier Minuten.

die erst in den frühen 1960er-Jahren endgültig vom Markt verschwand. 1903 erschienen die ersten *Platten* mit einer Wiedergabegeschwindigkeit von 78 Umdrehungen in der Minute, was bei einem Durchmesser von 30 cm (12 Zoll) eine Spieldauer von viereinhalb Minuten ergab. Damit war dem Medium ein Format gegeben, in dem es sich aus einer technischen Kuriosität in ein ernst zu nehmendes Mittel der Musikverbreitung verwandelte. Die ersten doppelseitig bespielten Schallplatten brachte 1902 die in New York und Berlin ansässige Firma International Zon-O-Phone Co. heraus, auf deren 1903 in Berlin gegründeten Label Odeon auch das erste „Album“ erschien, eine Aufnahme von Tschaikowskis „Nussknacker-Suite“ mit dem London Palace Orchestra unter Leitung von Hermann Finck (1872–1939), die auf vier doppelseitigen Platten (Odeon 0475/78, D 1909) aufgeteilt war (vgl. auch Wahl 1986). Der erste Versuch zur Gesamtaufnahme einer Oper, Verdis „Aida“, aufgenommen 1906 und 1907 in Mailand, erschien 1908 auf dem New Yorker Schwesterlabel von Odeon, Zonophone Records (Zonophone 12664, USA 1908). Die insgesamt 40 Platten enthielten jedoch noch immer nur eine bearbeitete und erheblich gekürzte Fassung des Werkes. Für die erste ungekürzte Gesamtaufnahme einer Oper, „Faust“ von Charles Gounod unter Leitung von François Ruhlmann (1868–1948), brachte die Pariser Pathé 1912 insgesamt 56 Plattenseiten (Pathé, Opera Series 1622/49, F 1909).

Als die Victor Talking Machine Company 1906 mit ihrer *Victrola* auf den Markt kam – ein Apparat, der in Design und Preis auf die bürgerlichen Mittelschichten abgestellt war –, hatte der Tonträger sowohl wirtschaftlich wie kulturell eine Zukunft gefunden, die seine Entwicklung bis Mitte des 20. Jahrhunderts prägte. Systematisch wurde nun die unterhaltende Musikkultur des so genannten „gehobenen Standards“<sup>23</sup> ebenso wie das klassische Repertoire dem neuen Medium erschlossen. Dabei versuchten die Phonofirmen durch proprietäre Formate, Abspielgeschwindigkeiten zwischen 60 und 90 Umdrehungen pro Minute sowie diverse Unterschiede im Schnitt- und Abtastverfahren das von ihnen aufgenommene Repertoire an die eigenen Wiedergabegeräte zu koppeln. So basierten Berliner Schallplatten in den Anfangsjahren auf 60 Umdrehungen in der Minute. Ab 1910 liefen die nach seinem Verfahren hergestellten Platten dann mit einer Geschwindigkeit von 75 Umdrehungen pro Minute. Pathé hatte mit seinen von innen nach außen abspielbaren Platten ein eigenes Format, das für Abspielgeschwindigkeiten bis zu 130 Umdrehungen in der Minute ausgelegt war. Auch die Plattengrößen variierten erheblich, zwischen 8 Zoll (20 cm) und 16 Zoll (40 cm). So brachte *Victor* den größten Teil seiner Aufnahmen ab 1904 auf 14-Zoll-Platten heraus, die mit 60 Umdrehungen in der Minute liefen. Zu einer industrieweiten Standardisierung kam es erst nach Einführung des in den Bell Telephone Laboratories von AT&T entwickelten und über deren Partner, die Western Electric Co., vertriebenen elektrischen Aufnahmeverfahrens ab Mitte der 1920er-Jahre. Lediglich die Musikautomaten-Hersteller hatten sich schon in den 1910er-Jahren auf den späteren Standard von 78 Umdrehungen in der Minute festgelegt, den die British Gramophone nach einer Serie von Hörtests ab 1912 als

---

<sup>23</sup>Der Begriff „gehobene Unterhaltungsmusik“ tauchte erst in Zusammenhang mit dem Tonträger auf (Spohr 1999).