

# Mit Blick auf die digitale Vermarktung

Das **Musiksymposium** findet dieses Jahr erstmals in Zürich statt. Bei der achten Ausgabe des Branchentreffs sollen nicht zuletzt Zukunftsmodelle diskutiert werden.



| Zu Gast beim Musiksymposium: Gabriele Skarda... | Foto: zvg



| ... und Poto Wegener von Swissperform | Foto: Swissperform

Während die ersten sieben Ausgaben des Musiksymposiums in der Bergwelt des Bürgenstocks stattfanden, zieht es den Branchentreff für die achte Durchführung erstmals in die Stadt, genauer: ins Zürcher Hallenstadion. „Ins Zentrum des Geschehens“, wie die Veranstalter schreiben. Organisiert wird das Musiksymposium 2013 – The Music Meeting Day vom SVMV, der schweizerischen Vereinigung der Musikverleger, und von der Association of Swiss Music Producers, ASMP.

Seit der letzten Durchführung des Events 2008 hätten sich ganz neue Herausforderungen und Möglichkeiten für die Musikbranche ergeben, sagt die Programmverantwortliche Olivia Vitka. Entsprechend hätten sich auch die Themen verschoben, „in Richtung digitale Vermarktung“.

## Ergänzung zum m4music

Obschon das Musiksymposium vergleichbare Themen wie das Popmusikfestival m4music behandelt, empfindet Vitka dieses nicht als Konkurrenz, sondern als Ergänzung. m4music führe zwar ebenfalls Panels durch, orientiere sich aber sehr stark an Bands und Musikern. „Wir betrachten uns eher als Branchentreff für alle Musikschaffenden.“ Beim Musiksymposium kämen Labels, Plattenfirmen, Manager, Booking Agents, Musiker oder Vertreter von Content-Vertrieben und Urheberrechtsgesellschaften zusammen, um einen gemeinsamen Nenner zu finden und Zukunftsmodelle zu diskutieren.

Der Event, der am 12. September über die Bühne geht, bietet auch ein Referat von Oliver Heckmann, Director of Engineering You-

Tube. Titel: „Was bedeutet YouTube Schweiz für Künstler und Labels?“ Beim Panel „Download vs. Streaming“ wird neben Alexander Herbet (CEO Simfy), Julie Born (Managing Director Sony Music Switzerland) und Poto Wegener (Direktor Swissperform) auch Dennis Hausamann, CEO iGroove, teilnehmen. Debattiert wird u.a. über die Gefahr, dass das traditionelle Geschäft mit Musik „im digitalen Universum verschwindet“ und über die Tatsache, dass Musik zunehmend als Treiber für Content-Verwertung eingesetzt wird. Dennis Hausamann glaubt, die Zukunft gehöre dem bequemsten Weg, Musik zu konsumieren. „Der Konsument interessiert sich nicht für die Technologie, die er verwendet, um Songs zu hören.“ Seine Prognose: „Der Download – als Technik – wird auf längere Sicht an Bedeutung verlieren.“

Hausamanns 2012 gegründetes Unternehmen iGroove hat die Vision einer weltweiten Plattform, die Musiker mit Berufskollegen, Konsumenten und Marketingabteilungen verbindet. „Unser Musikportal ermöglicht Künstlern, ihre Arbeit optimal zu vermarkten und ein zusätzliches Einkommen zu erzielen.“ iGroove setzt dabei auf den Fairtrade-Gedanken: „Wir bezahlen 92 Prozent des Nettoerlöses aus Musikverkäufen direkt an den Künstler respektive den Lizenzträger“, erklärt Hausamann.

„Selbstvermarktung der Künstler“ lautet beim Musiksymposium der Titel eines Referats von Gabriele Skarda, Dozentin und Coach für Existenzgründer in der Kreativwirtschaft und Autorin des bei Musikmarkt Verlag/ebam erschienenen Buches „Die

Künstleragentur – Grundlagen und Praxis“. Sie ist überzeugt, dass bis zu 70 Prozent der auf dem Musikmarkt aktiven Künstler nicht in der Lage seien, sich selbst zu vermarkten. Selbst die „Digital Natives“, die nach 1980 geborenen, würden sich damit schwertun. „Wenn es um Promotion-Tools geht, fällt den meisten von ihnen gerade mal Facebook ein“, sagt Skarda. Die Inhaberin einer Künstleragentur konstatiert zudem einen Mangel an professionell arbeitenden Agenturen. „Die Gründe dafür liegen nicht zuletzt am mangelnden Durchhaltevermögen.“ Und eine Besserung sei leider nicht in Sicht. Jungen Bands würde Skarda raten, ihre Formation wie ein kleines Unternehmen zu führen. Es gelte, Know-how in den Bereichen des Kaufmännischen oder der Marketingtechnik zu trainieren. Abgerundet wird das Programm des Musiksymposiums durch weitere Themen wie Crowdfunding, Copyright und Digital Content. | **Michael Gasser**

Weitere Informationen: [www.svmv.ch/file/Programm.PDF](http://www.svmv.ch/file/Programm.PDF)

## im Überblick

### Musiksymposium (Auswahl)

Musiksymposium - The Music Meeting Day  
12. September, Conference Center Hallenstadion  
Zürich, 9 bis 18 Uhr

#### 09.45-10.30h

Was bedeutet YouTube Schweiz für Künstler und Labels?

#### 10.30-11.00h

„Get physical“: Streaming-Dienste und Downloads verdrängen die klassischen Datenträger

#### 11.15-12.30h

„Download vs Streaming“: Das traditionelle Geschäft mit Musik droht im digitalen Universum zu verschwinden

#### 13.30-14.15h

„Crowdfunding alias Schwarmfinanzierung“: Die Masse macht's möglich, Romano Strebel (100-days.net)

14.15-15.00h „Mehr als eine Vision“: Copyright und fortschreitende Technologie im Einklang, Steffen Holly (M2D)

#### 15.00-16.00h

„Selbstvermarktung der Künstler“: Möglichkeiten und Realisierung, Gabriele Skarda

#### 16.30-18.00h

„Funktionierendes Netzwerk: Künstler - Produzent - Industrie“, u.a. mit Reto Lazzarotto (Gadget), Christian Figher (Two Gentlemen), Ivo Sacchi (Universal)

#### 18.00h

Apéro/Networking