

---

# **Jahrbuch für Musikwirtschafts- und Musikkulturforschung**

**Reihe herausgegeben von**

C. Winter, Hannover, Deutschland

M. Lücke, Berlin, Deutschland

**Das neue *Jahrbuch für Musikwirtschafts- und Musikkulturforschung* [JMMF]** der GMM e.V. ist mit der Reihe „Musikwirtschafts- und Musikkulturforschung“ verbunden und wie sie überdisziplinär angelegt. Es dokumentiert aktuelle Forschung, Diskussionen, Publikationen und Veranstaltungen insbesondere zu Entwicklungen der Musikwirtschaft und Musikkultur und ist als thematisches und zugleich offenes Forum konzipiert. Als begutachtete und bewusst inter- und transdisziplinäre Fachpublikation lädt das JMMF sowohl zu thematischen Forschungsbeiträgen, zu aktuellen Forschungsbeiträgen sowie auch zu Rezensionen und Veranstaltungsbesprechungen ein. Vorgesehen sind für jedes Jahrbuch neben Beiträgen zu Titel und Thema jedes Jahrbuchs weitere Beiträge, die rechtliche, politische, ästhetische o.ä. Aspekte aktueller Entwicklungen in Musikwirtschaft und Musikkultur thematisieren.

Weitere Bände in der Reihe <http://www.springer.com/series/15573>

---

Michael Ahlers  
Lorenz Grünewald-Schukalla  
Martin Lücke · Matthias Rauch  
(Hrsg.)

# Big Data und Musik

Jahrbuch für Musikwirtschafts-  
und Musikkulturforschung 1/2018

 Springer VS

*Hrsg.*

Michael Ahlers  
Lüneburg, Deutschland

Martin Lücke  
Berlin, Deutschland

Lorenz Grünewald-Schukalla  
Berlin, Deutschland

Matthias Rauch  
Mannheim, Deutschland

ISSN 2524-3101

ISSN 2524-311X (electronic)

Jahrbuch für Musikwirtschafts- und Musikkulturforschung

ISBN 978-3-658-21219-3

ISBN 978-3-658-21220-9 (eBook)

<https://doi.org/10.1007/978-3-658-21220-9>

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

© 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 Gebrauchsnamen, Handelsnamen, Warenbezeichnungen usw. in diesem Werk berechtigt auch ohne besondere Kennzeichnung nicht zu der Annahme, dass solche Namen im Sinne der Warenzeichen- und Markenschutz-Gesetzgebung als frei zu betrachten wären und daher von jedermann benutzt werden dürften.

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.

Verantwortlich im Verlag: Barbara Emig-Roller

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

---

# Inhalt

Autor_innen .....	VII
1 Einleitung. Big Data und Musik. Zwischen Potenzial und Anwendung ... <i>Michael Ahlers, Lorenz Grünewald-Schukalla, Martin Lücke und Matthias Rauch</i>	1
<b>I Big Data und Musik</b>	
2 Knowing Me, Knowing You. Datafication on Music Streaming Platforms .....	9
<i>Robert Prey</i>	
3 Music Data Mining und das Urheberrecht .....	23
<i>Fabian Rack</i>	
4 Blockchain als Chance der Verwertungsgesellschaften .....	53
<i>Wolfgang Senges</i>	
5 Die Blockchain in der Musikindustrie. Innovationspotential und Geschäftsmodelle .....	99
<i>Lorenz Gilli und Aaron Röver</i>	
6 Big Data in der Praxis. Marketing in der Musikindustrie. Eine Momentaufnahme des Social Web .....	129
<i>Anita Carstensen</i>	

7	Talententdeckung und -förderung im Zeitalter von Big Data. Der Einfluss von Datenanalyse auf das A&R-Management der Musikindustrie .....	153
	<i>Ulrika Müller</i>	
8	„Täglich ein Terrabyte Daten...“ Interview mit Michael Krause, Deezer .....	175
	<i>Martin Lücke und Lorenz Grünewald-Schukalla</i>	
<b>II GMM Best Paper Award</b>		
9	Ich weiß was nicht, was du nicht weißt! Informationsbedarf, Informationsangebot und Informationsvalidierung zwischen Musikschaffenden und der Verwertungsgesellschaft GEMA .....	185
	<i>Marco Räuchle</i>	
<b>III Veranstaltungsbesprechungen</b>		
10	Abschlussbericht zum 2. Summer Institute der Gesellschaft für Musikwirtschafts- und Musikkulturforschung Developments for Musicpreneurs: 14.–20. September 2016, Porto, Portugal .....	213
	<i>Jonas Gödde, Christoph Jacke und Dominik Nösner</i>	
11	Most Wanted: Music 2016 .....	217
	<i>Martin Lücke und Lorenz Grünewald-Schukalla</i>	
12	„Solutions for a more equal electronic music scene and business“. re:publica-Panel zu Frauen in der elektronischen Musikwirtschaft .....	219
	<i>Lorenz Grünewald-Schukalla</i>	
13	8th Vienna Music Business Research Days, 2017 .....	223
	<i>Konstantin Hondros</i>	

**IV Rezensionen**

- 14 Holger Schwetter: *Teilen. Und dann? Kostenlose Musikdistribution, Selbstmanagement und Urheberrecht* ..... 227  
Michael Ahlers
- 15 Jan-Michael Kühn: *Die Wirtschaft der Techno-Szene. Arbeiten in einer subkulturellen Ökonomie* ..... 231  
Lorenz Grünewald-Schukalla

---

## Autor\_innen

### **Prof. Dr. Michael Ahlers**

Leuphana Universität Lüneburg

Universitätsallee 1, C16.216, 21335 Lüneburg, Deutschland

michael.ahlers@leuphana.de

Michael Ahlers ist seit 2012 Professor für Musikdidaktik mit dem Schwerpunkt Populärmusik. Er ist Schatzmeister der GMM, im wissenschaftlichen Beirat der Gesellschaft für Populärmusikforschung, sowie in weiteren Fachgesellschaften für empirische Musik- und Bildungsforschung aktiv. Seine Lehr- und Forschungsschwerpunkte liegen in der empirischen Musikforschung, der Analyse, Produktion und Didaktik der populären Musik, der Forschung zu digitalen Medien, sowie Improvisations- und Kreativitätsforschung. Jüngere Publikationen befassen sich mit *Perspectives on German Popular Music* (mit Christoph Jacke, Ashgate 2017) oder *Aspekten der Popmusik-Vermittlung* (LIT 2015).

### **Anita Carstensen M.A.**

Humboldt-Universität zu Berlin

Georgenstr. 47, 10117 Berlin, Deutschland

anita\_carstensen@hotmail.com

Anita Carstensen ist PR-Beraterin bei der Kommunikationsagentur public link und verantwortet den deutschen Markteintritt verschiedener internationaler Firmen im Bereich Consumer Goods und Travel. Sie beschäftigt sich schwerpunktmäßig mit Content-Strategien, PR und Social Media und den neuen Möglichkeiten des Marketings, die Unternehmen heutzutage zur Verfügung stehen. Während ihres Studiums konnte Anita Carstensen zahlreiche Erfahrungen in der Musik-, Kommunikations- und Medienbranche sammeln, beispielsweise beim Deutschlandradio Kultur. Im Rahmen eines gemeinsamen Forschungsprojekts der Berlin Music Commission und der Humboldt Universität zu Berlin widmet sie sich aktuell dem digitalen Umbruch



des Musikmarkts und erarbeitet gemeinsam mit Expert\_innen der Musikbranche Handlungsempfehlungen für die Zukunft der Musikindustrie, mit einem besonderen Augenmerk auf die Entwicklung und das Geschäftsmodell von Spotify und welche neuen Möglichkeiten des Marketings sich hier für Künstler bieten.

**Lorenz Gilli, Mag. rer. soc. oec.**

Universität Siegen – Medienwissenschaftliches Seminar  
Herrengarten 3, 57072 Siegen, Deutschland  
gilli@medienwissenschaft.uni-siegen.de

Lorenz Gilli, Magister der Sozial- und Wirtschaftswissenschaften, Jahrgang 1977, ist seit 2013 wissenschaftlicher Mitarbeiter am Lehrstuhl für Medienästhetik der Universität Siegen. Er hat zunächst in Wien Betriebswirtschaftslehre studiert und seine Diplomarbeit zum Thema *Distribution digitaler Musik: Eine empirische Bestandsaufnahme aktueller Geschäftsmodelle in der Praxis* verfasst. Nach seinem Abschluss hat er in selbständig in der Kulturgastronomie gearbeitet (2005-2007) und anschließend (2008-2012) Produktmanager und Repertoire-Manager für Xenox Music and Media beim italienischen Distributor spezialisierter Musikdienstleistungen für Gastronomie und Handel in Bozen (Italien) gearbeitet. Seine Arbeits-/ Lehr- und Forschungsschwerpunkte sind DJ-Culture, Ästhetik und Kultur elektronischer Tanzmusik, (digitale) Musikdistribution, Musik- und Klangvisualisierungen. Aktuelle Publikationen: Gilli, L. (2017). *Navigate Your Set. Zur Virtuosität von DJs*. In T. Phleps (Hrsg.), *Schneller, höher, lauter. Virtuosität in populären Musiken* (S. 132-153). Bielefeld: Transcript.

**Lorenz Grünewald-Schukalla, M.A.**

Am Treptower Park 37, 12435 Berlin, Deutschland  
lgs@posteo.de

Lorenz Grünewald-Schukalla, M.A. ist seit 2014 Geschäftsführer der Gesellschaft für Musikwirtschafts- und Musikkulturforschung (GMM). Nach dem Musikstudium an der Popacademie Enschede (NL, Hauptfach Gitarre) und einem Masterstudiengang in Musik und Medien am Institut für Journalistik und Kommunikationswissenschaften Hannover arbeitet er an seiner Promotion zu Branding mit Musik. Seine Arbeitsschwerpunkte liegen in der Schnittstelle von Mediensoziologie, Cultural Studies und Management-Forschung. So ist er Ko-Herausgeber des Jahrbuchs für Musikwirtschafts- und Musikkulturforschung. Zu seinen jüngeren Publikationen zählen Artikel zu *YouTubes Musikkultur zwischen Co-Creation und Kommerzialisierung* oder zur *Methodologie kultureller Musikwirtschaftsforschung* sowie ein *Special Issue zu Internet-Memes zwischen Originalität und Viralität*.

**Prof. Dr. Martin Lücke**

Hochschule Macromedia

Campus Berlin

Mehringdamm 33, 10961 Berlin, Deutschland

m.luecke@macromedia.de

Martin Lücke, Prof. Dr., Jahrgang 1974, ist seit 2009 Professor für Musikmanagement an der Hochschule Macromedia am Campus Berlin. Martin Lücke ist derzeit Vorsitzender der Gesellschaft für Musikwirtschafts- und Musikkulturforschung (GMM) sowie im Vorstand des Fachverbands Kulturmanagement und Board Member der International Music Business Research Association (IMBRA). Er hat zunächst als Dramaturg bei den Bochumer Symphonikern gearbeitet (2003-2006) und war anschließend Kurator am Haus der Geschichte in Bonn (2006-2008). Seine Lehr- und Forschungsschwerpunkte sind Musikmanagement, Populäre Musik (u.a. Schlager und Progressive Rock), Kulturfinanzierung (Crowdfunding) sowie Ausbildungsforschung. Zu den wichtigen Publikationen zählt das 2013 bei Kohlhammer erschienene Lehrbuch *Management in der Musikwirtschaft*. Derzeit gibt Martin Lücke das *Lexikon der Musikberufe* im Laaber-Verlag heraus.

**Ulrika Müller, M.A.**

Humboldt-Universität zu Berlin

Georgenstr. 47, 10117 Berlin, Deutschland

mail@ulrikamueller.de

Ulrika Müller ist als Data Platform Managerin bei Viacom International Media Networks tätig und befasst sich mit den Bereichen Data Modeling, Governance und Integrity. Während ihres Masterstudiums der Medienwissenschaft untersuchte sie im Rahmen eines gemeinsamen Forschungsprojekts der Humboldt-Universität zu Berlin und der Berlin Music Commission die Auswirkungen der Digitalisierung auf die deutsche Musikindustrie. In diesem Zusammenhang widmet sie sich in ihrer Abschlussarbeit der Fragestellung, wie mithilfe von Big Data musikalische Talente entdeckt und gefördert werden können.

**Dr. Robert Prey**

University of Groningen

Faculty of Arts

PO box 72, 9700 AB Groningen, The Netherlands

r.prey@rug.nl

Robert Prey is an Assistant Professor at the Center for Media and Journalism Studies, University of Groningen, The Netherlands. He earned his PhD from the School of Communication at Simon Fraser University, Canada, with a dissertation on the

political economy of music streaming services. His research interests include creative/cultural industries, data and society, global communications, and social and media theory. Dr. Prey's work has been published in numerous academic journals and edited collections. Prior to and in between academic degrees he worked in radio in Canada and with multicultural television in South Korea.

### **Fabian Rack, Rechtsanwalt**

Nolte Pustejovsky, Wallstr. 6, 79098 Freiburg sowie  
FIZ Karlsruhe – Leibniz-Institut für Informationsinfrastruktur Dreisamstr. 1,  
79098 Freiburg, Deutschland  
rack@np-recht.de

Fabian Rack, Jahrgang 1987, ist seit 2016 Rechtsanwalt bei der Kanzlei Nolte Pustejovsky in Freiburg und Wissenschaftlicher Mitarbeiter bei Prof. Dr. Franziska Boehm, FIZ Karlsruhe. Fabian Rack ist Mitglied des Telemedicus e.V. und dort als Autor aktiv. Seine Arbeitsschwerpunkte liegen im Musikrecht, dem Forschungsdatenmanagement sowie dem Urheber- und Datenschutzrecht.

### **Dr. Matthias Rauch**

Leitung Kulturelle Stadtentwicklung Mannheim  
mg: mannheimer gründungszentren gmbh  
Hafenstr. 49, 68159 Mannheim, Deutschland  
rauch@startup-mannheim.de

Matthias Rauch, Dr. phil., Jahrgang 1978, leitet seit 2017 den Geschäftsbereich *Kulturelle Stadtentwicklung* für Startup Mannheim. Matthias Rauch ist derzeit stellvertretender Vorsitzender der Gesellschaft für Musikwirtschafts- und Musikforschung (GMM). Er studierte Amerikanistik, Betriebswirtschaftslehre, Medien- und Kommunikationswissenschaft, Geschichte und Soziologie an den Universitäten Mannheim und Heidelberg. Von 2007-2010 war er Promotionsstipendiat im Promotionskolleg *Formations of the Global* an der Universität Mannheim und im Jahr 2010 *Visiting Research Fellow* an der York University, Toronto. Matthias Rauch hatte bzw. hat Lehraufträge u.a. an der Universität Mannheim, der SRH Hochschule Heidelberg und der Popakademie Baden-Württemberg inne. Zudem ist er seit fast 20 Jahren als freier Autor für Print- und Online-Medien tätig. Von 2013-2014 leitete er die Presse- und Öffentlichkeitsarbeit des Clustermanagements Musikwirtschaft Mannheim & Region und übernahm im Anschluss die Leitung des Clustermanagements Musikwirtschaft (2014-2016). Seine Lehr- und Forschungsschwerpunkte sind, Populäre Musik & Kultur, Musik- und Kulturmanagement, kreative Stadtentwicklung sowie kulturelle Globalisierung.

**Marco Räuchle, M.A.**

ferryhouse productions GmbH & Co KG  
Shanghaiallee 9, 20457 Hamburg, Deutschland  
marco@ferryhouse.net

Marco Räuchle, M.A. Music and Creative Industries, Jahrgang 1990, ist seit April 2017 Online Marketing Manager bei ferryhouse productions GmbH & Co KG. Er hat zunächst an der Hochschule der Medien in Stuttgart seinen Bachelor in *Werbung und Marktkommunikation* absolviert; anschließend hat er seinen Master of Arts an der Popakademie in Mannheim im Fachbereich *Music and Creative Industries* erlangt.

**Aaron Röver, B.A.**

Lutherstraße 23, 68169 Mannheim, Deutschland  
Aaron.roever@gmx.de

Aaron Röver, Bachelor of Arts, Jahrgang 1994, studiert im Masterstudiengang *Music and Creative Industries* an der Popakademie Baden-Württemberg. Er ist seit 2016 selbständiger Künstlermanager und Bookingagent für Musiker und hat nach seinem Bachelor Abschluss in Medienwissenschaft & Medienmanagement an der Universität Siegen eine freie Mitarbeit in der Kölner Musikagentur Kingstone Entertainment GmbH absolviert. Seine B.A.-Arbeit hat Aaron Röver zum Thema *Die Blockchain in der Musikindustrie – Innovation und Problemlösungsstrategien* verfasst.

**Wolfgang Senges, M.A., M.Sc.,**

ContentSphere  
St.-Mergener-Str. 12, 54292 Trier, Deutschland  
Wolfgang.senges@contentsphere.de

Wolfgang Senges, M.A., MSc., Jahrgang 1965, ist seit 2008 freiberuflicher Berater für Musik und Technologie in Berlin und Trier. Er ist Mitgründer und Koordinator der Arbeitsgruppe Blockchain und Dozent des Music Pool Berlin. Nach Positionen im Marketing und als Projektleiter bei Media Asset Management und Content Management Dienstleistern war er tätig als Kurator und Programmleiter des Konferenzformats all2gethernow sowie der Berlin Music Week. Er begleitete beratend das Marketing und die Entwicklung der Promotion-Plattform Songpiper und übernahm im Anschluss gemeinsam mit Meik Michalke die Rolle des geschäftsführenden Direktors der Cultural Commons Collecting Society SCE (C3S SCE). Seit seinem Ausscheiden in 2015 widmet er sich Blockchain-Projekten wie Resonate, der Arbeitsgruppe Blockchain sowie der Mitarbeit an der BlockchainExpo Global Konferenzreihe. Im Verlauf seiner Tätigkeiten arbeitete er mit Künstlern wie Marillion, Martin Atkins, Amanda Palmer, Ingrid Chavez, Zoe Leela, Luci

van Org u.a. Seine Arbeitsschwerpunkte sind Blockchain sowie die Evolution der Technologie und ihre Auswirkungen auf die Musikwirtschaft. Publikationen: *Innovative Geschäftsmodelle der Online-Distribution* (2008); *ContentSphere: Readings in Music and Technology* (2008-2017); in Arbeit: *Blockchain for Music Business: Preventing the Threat of Disruption* (2017).