

Andreas Gebesmair (2008).
Die Fabrikation globaler Vielfalt. Struktur und Logik der transnationalen Popmusikindustrie

Rezension von Martin Pfeleiderer

Die Verbreitung von Musik, ganz besonders der populären, wird seit über hundert Jahren industriell organisiert und überschreitet dabei zunehmend die Grenzen von Nationalstaaten. Vor diesem Hintergrund wird mitunter das Schreckensszenario einer globalen Homogenisierung oder McDonaldisierung heraufbeschworen, in dem lokale, regionale und nationale Musikkulturen vom Aussterben bedroht sind, weil wenige, in den USA, Westeuropa und Japan ansässige, transnational operierende Großkonzerne ihre vorwiegend anglo-amerikanischen Musikprodukte bis in den letzten Winkel der Welt verkaufen. Diese Großkonzerne folgen einer einfachen ökonomischen Logik: Je mehr Exemplare von einer einmal produzierten CD verkauft werden, umso höher ist der Profit. Beobachtet man die weltweiten Musiklandschaft etwas genauer, so ist das Bild jedoch längst nicht so klar und eindeutig, wie diese kulturpessimistischen Szenarien es nahe legen – und zwar nicht erst, seitdem die Produzenten physischer Tonträger aufgrund des Siegeszugs des Internets einschneidende Umsatzeinbußen beklagen.

Die Mitarbeiter des Mediacaft-Instituts in Wien befassen sich seit langem mit den historischen Veränderungen von lokalen, regionalen und globalen Musikkulturen. Seit 2006 leitet Andreas Gebesmair das Institut und er zieht nun in seiner Habilitationsschrift *Die Fabrikation globaler Vielfalt* Bilanz. Auf über dreihundert eng bedruckten Seiten geht er der Frage nach, welche Auswirkungen die organisatorische Struktur und ökonomische Denkweise der globalen Popmusikindustrie auf die musikalische Vielfalt hat – auf regionaler wie globaler Ebene, im musikalischen Mainstream ebenso wie in den musikalischen Nischen.

Das Buch ist in drei Teile gegliedert. Im ersten Teil (»Begriffe«) setzt sich Gebesmair ausführlich mit den Konzepten »populäre Musik« und »Globalisierung« auseinander. Ziel ist es, durch eine Systematisierung der mit diesen Konzepten verbundenen Aspekte eine begriffliche Grundlage für die folgenden Beschreibungen (Teil 2) und Erklärungen (Teil 3) zu liefern.

Im umfangreichen zweiten Teil beschreibt Gebesmair den historischen Strukturwandel der transnationalen Tonträgerindustrie. Im Einzelnen geht

es dabei um technologische Veränderungen und rechtliche Rahmenbedingungen, um die Konzentration der Musikunternehmen und deren innere Organisation, um berufliche Rollen innerhalb der Unternehmen sowie um deren Vorstellungen von Märkten. Diese sechs Dimensionen der Kulturproduktion, wie sie der Production-of-Culture-Ansatz überzeugend herausgearbeitet hat, werden durch Hinweise auf die Besonderheiten von Radio, Musikfernsehen und Internet erweitert sowie durch eine Auswertung der nationalen Top 50-Charts der Länder USA, England, Deutschland, Österreich, Holland, Frankreich, Italien und Australien im Zeitraum zwischen 1961 und 2004 ergänzt. Durch die Auswertung dieser Charts ermittelt Gebesmair den jeweiligen Anteil an heimischen Künstlern im nationalen Pop-Mainstream bzw. den Grad einer globalen Homogenisierung. Sein wichtigster Befund ist, dass eine einheitliche, zeit- und länderübergreifende Tendenz zur Homogenisierung oder Heterogenisierung des Pop-Mainstreams nicht zu erkennen ist, sondern dass es zum einen Phasen stärkerer und schwächerer Homogenisierung, zum anderen zahlreiche nationale Besonderheiten gibt. Und in der Tat deckt sich ja das, was in Ländern wie Indien, Brasilien oder auch Frankreich als »Mainstream« gilt, nur in begrenztem Umfang mit dem Charts-Repertoire angloamerikanischer Provenienz. Zugleich sind in den vergangenen Jahrzehnten zahlreiche Nischen-Musikmärkte entstanden, deren Angebote aufgrund der neuen Kommunikationstechnologien zunehmend weltweit Verbreitung findet. »Zugespitzt formuliert«, so Gebesmairs Fazit, »könnte man von einer globalen Homogenisierung der Vielfalt und einer regionalen Ausdifferenzierung eines mehr oder weniger homogenen Massenmarktes sprechen« (S. 233).

Wie kommen nun aber diese widersprüchlichen Tendenzen zustande? Gebesmair verfolgt im dritten Teil seines Buches – dem, wie er schreibt, »theoretischen Herzstück« seiner Arbeit – drei Erklärungsstrategien. Der ökonomische Erklärungsansatz führt den Mangel an Vielfalt des Musikangebots – der ja in Bezug auf den popmusikalischen Mainstream durchaus mit Recht beklagt werden kann – darauf zurück, dass auf dem Musikmarkt aus verschiedenen Gründen etablierte Musik-Stars bevorzugt werden und dass zudem größere Unternehmen gegenüber kleinen Firmen Wettbewerbsvorteile haben. Wobei allerdings, so fügt Gebesmaier hinzu, kleine Labels nicht automatisch innovativer sind als große. Der organisationssoziologischer Erklärungsansatz sieht den Grund für mangelnde Vielfalt dagegen darin, dass, vereinfacht gesagt, manche Organisationen trotz rationaler Entscheidungen der einzelnen Mitarbeiter nicht in der Lage sind, angemessen auf Änderungen der Nachfrage zu reagieren.

Während diese beiden Erklärungsansätze Brücken von der Popmusikforschung zu den Nachbardisziplinen Ökonomie und Soziologie schlagen, richtet der dritte den Blick auf die Konsumenten. Was wäre, wenn die Musikhörer nicht Vielfalt und Innovation, sondern vielmehr Homogenität und Altbekanntes verlangen – aus welchen Gründen auch immer? An dieser Stelle bringt Gebesmair die Kulturindustriekritik von Horkheimer und Adorno ins Spiel, wobei er betont, dass deren Ansatz nicht eine bewusste Täuschung der Menschen durch die Kulturindustrie postuliert, sondern vielmehr eine unbewusste affektive Bindung an Radio, Fernsehen und andere Medien (S. 299). Eine Lösung dieser affektiven Bindung kann, so Gebesmair, nur durch einen reflexiven Umgang mit den eigenen kulturellen Bedürfnissen erfolgen, zu denen der Autor – so legen seine Bausteine zu einer Kulturindustriekritik am Schluss des Buches nahe – wohl auch das Bedürfnis nach musikalischer Vielfalt rechnet.

Das besondere Verdienst von Gebesmairs Studie sehe ich darin, dass sie theoretische Ansätze und empirische Forschungsmethoden aus den Wirtschafts- und Sozialwissenschaften für die Popmusikforschung erschließt und fruchtbar macht, die normalerweise jenseits von ihrem Blick- und Methodenfeld liegen. Das Buch wird insbesondere für jene Leser von Gewinn sein, die von den in der Popmusikforschung vorherrschenden kulturwissenschaftlichen Strömungen enttäuscht sind und nach neuen und alternativen Forschungsansätzen suchen. Nicht von ungefähr findet sich im Einführungskapitel eine kluge und erfrischende Polemik gegen die theoretischen und methodischen Unzulänglichkeiten vieler Untersuchungen der Cultural Studies: gegen die trügerische Gleichsetzung von Identitätskonstruktionen der Rezipienten und einer tatsächlicher Selbstbestimmung und Selbstbehauptung gegenüber der Kulturindustrie, gegen die mangelnde Berücksichtigung von Aspekten der industriellen Musikproduktion und gegen einen präventösen politischen Anspruch, der, so Gebesmair, »angesichts des Widerspruchs zur konkreten Praxis den Charakter eines modischen Accessoires bekommt« (S. 28). Schließlich kritisiert er die mangelnde Bereitschaft, mit empirischen Methoden zu klaren und eindeutigen Forschungsergebnissen zu kommen. »[D]ie Quantifizierungsphobie der Cultural Studies«, so Gebesmaier, »[verunmöglicht] die Operationalisierung von gesellschaftlichen Ungleichverhältnissen. Macht und der Widerstand gegen sie erfahren in den Cultural Studies immer nur eine impressionistische Bestimmung, die so vage ist, dass das Gegenteil von dem, was behauptet wird, gleich möglich erscheint« (S. 34). Doch auch wer diese kritische Einschätzung der Cultural Studies nicht teilt, wird von der Informationsfülle und der Klarheit wie Verständlichkeit der Argumentation des Autors beeindruckt sein. Insbesondere der zweite Teil

des Buches bietet eine materialreiche und übersichtliche Aufarbeitung von Geschichte, Strukturen und Arbeitsweisen der Tonträgerindustrie. Hat man sich erst einmal einen Überblick über die Inhalte und Gliederung des Buches verschafft – was leider durch den Umstand erschwert wird, dass ein Stichwortregister fehlt und das Inhaltsverzeichnis nicht sehr detailliert ist –, so kann es als ein informatives und umfassendes Kompendium zu historischen oder aktuellen Fragen der globalen Musikindustrie dienen und bietet zugleich zahlreiche Anregungen für weitere Forschungen.

Andreas Gebesmair (2008). *Die Fabrikation globaler Vielfalt. Struktur und Logik der transnationalen Popmusikindustrie* (= *texte zur populären musik* 5). Bielefeld: Transcript (368 S., 29,80€).