

Musik aus dem Netz

Nachdem **komprimierte Tonformate** durch ihre illegale Verbreitung über das Internet mit eher schlechten Nachrichten in Verbindung gebracht wurden, versucht nun die Musikindustrie, sie für ihre eigene Sache zu nutzen und so das Image von MP3 und Co. aufzupolieren. Von Carsten Barnbeck.

Kaum ein anderes „Produkt“ hat die Medienwelt so schnell und nachhaltig verändert wie das digitale Kompressionsverfahren MP3. Mit diesem Tonformat – sowie seinen zahlreichen Nachfolgern und Verwandten – ist es möglich, Musikdateien auf einen Bruchteil ihrer ursprünglichen Größe zu „schrumpfen“ und sie über das Internet zu versenden. Genau das ist bekanntermaßen seit Anfang des neuen Jahrtausends mit sehr reger Beteiligung geschehen. Millionen von Liedern wurden am Rande der Legalität über das weltweite Datennetz verteilt und ausgetauscht. So sehr, dass sich die Größen der Musikindustrie heute am Rande eines tiefen Abgrunds, einer wirtschaftlichen Flaute ohnegleichen sehen, haben doch Maßnahmen wie die medienwirksame strafrechtliche Verfolgung der Internet-Outlaws ihre Wirkung völlig verfehlt.

von der Industrie normalerweise eher mit dem Begriff Qualitätsbewusstsein und einem gesundem Rechtsempfinden in Verbindung gebracht wird. Obendrein finden sich hier auch noch die kaufkräftigsten Konsumenten.

Es gibt also begründeten Anlass zu der Vermutung, dass mehr hinter digitalen Datenformaten steckt als die einfache und kostengünstige Verbreitung im Internet. Solche Musikdateien lassen sich im Computer einfach archivieren und verwalten, sortieren und organisieren. Sie können mit portablen Abspielgeräten überall mit hingenommen werden, und man muss sich nicht mehr mit „lästigen“ Medien wie der CD-ROM herumärgern. Die Kompressions- und Abspiel-Software gibt es außerdem gratis im Internet. Die Folge: Es entwickelt sich eine richtige Hobby-Gemeinde um die neuen Tonformate.

Genau hier liegt ein Vorteil,

gebot von iTunes umfasst heute bereits über eine Millionen Lieder von fünf der großen Major- und 600 weiteren Indie-Labels. Seit Juni 2004 sind diese legalen Musikdownloads nun auch mit großem Erfolg in Deutschland verfügbar.

Auf Apple folgte eine ganze Schar legaler Anbieter, die gegen eine akzeptable Gebühr einzelne Stücke oder sogar ganze Alben zum Download bereitstellen. Populäre Beispiele für solche Musikgeschäfte im Internet sind die zahlreichen Dienste von OD² (On-Demand-Distribution), zu denen etwa die Online-Angebote von Karstadt, WOM und Tiscali zählen. Ein anderer Groß-Anbieter ist die Phonoline, die unter anderem mit Popfile und Eventim.music im Netz vertreten ist. Auch AOL, T-Online und Sony (Connect-Europe) wollen den Zug natürlich nicht verpassen.

Man darf diese Anbieter aber keinesfalls mit anderen

zehn Euro für ein ganzes Album – bei aktuellen Hits auch mehr. Je nach Anbieter unterscheiden sich dabei Service, Zahlungsweise und Datenformat. So bietet Apple Musik im so genannten AAC-Format, zum Download benötigt man die namensgebende Software iTunes, die auch gleich über eine gute Abspiel- und Archiv-Funktion verfügt, und gezahlt wird mit der Kreditkarte. Sonys Connect setzt beim Datenformat auf eine Eigenentwicklung, das bewährte und gut klingende ATRAC3, das viele bereits von der Minidisc kennen und verlangt ebenfalls nach einer hauseigenen Software, die mit ihren satten 30 Megabyte erst einmal heruntergeladen sein will.

Andere Anbieter vertreiben Musik im WMA-Format (Microsoft) und erlauben noch weitere Zahlungswege, zum Beispiel via Telefonrechnung. Allen gemein ist, dass der Online-Handel sehr jung ist und am Ausbau von Infrastruktur und Angebot gearbeitet wird. Service und Leistung werden also noch wachsen. Über die aktuellen Modalitäten kann man sich auf den jeweiligen Homepages der Anbieter schlau machen (siehe Kasten).

Die verschiedenen Online-Services bemühen sich, eine möglichst breite Facette an Musikstilen und Sparten abzudecken. So findet man neben den üblichen Chart-Hits auch ein ansehnliches Angebot an klassischer Musik und

Musik-Downloads erfreuen sich weiter ungebrochener Beliebtheit

Dabei haben Studien ironischerweise belegt, dass illegale Musik-Downloads nicht nur ein Phänomen bei der so gern beschuldigten Computer-Jugend sind, sondern dass insbesondere die mittlere Altersgruppe von 35 bis 55 Jahren am hinterlistigen Datentausch beteiligt ist, eine Klientel, die

den zuerst der Computer-Hersteller Apple erkannte. Mit iTunes, einer Kombination aus einem Computer-Programm und Online-Handel, eröffneten die Amerikaner im vergangenen Jahr den ersten echten – und umfangreichen – Internet-Shop für digitale Musik. Das internationale An-

Musikangeboten im Internet, etwa Amazon oder JPC, verwechseln. Diese handeln mit Medien (CDs, DVDs, Bücher, etc.), während bei iTunes und Co. ausschließlich Daten verkauft werden.

Die Preise betragen im Mittel ungefähr einen Euro für ein Lied und etwa zehn bis fünf-

an Jazz. Mit Jazzfile (www.jazzecho.de), einem Service von Universal-Jazz, gibt es sogar einen richtigen Sparten-Spezialisten – diese Ehre wird ansonsten nur noch dem Techno zuteil. Hier findet man ein gutes Sortiment von rund 25.000 historischen und zeitgenössischen Jazz-Aufzeichnungen. Aber auch alle anderen Anbieter konnten mit teils überraschend großen und erlesenen Sortimenten aufwarten. Es lohnt sich für Kenner, einfach etwas zu stöbern und sich im Netz umzusehen.

Freunde höchster Klangqualität sollten aber Vorsicht walten lassen. Komprimierte Tondaten können klanglich nicht mit der herkömmlichen CD konkurrieren. Das liegt daran, dass bei der Verkleinerung der Datenmenge auch Frequenzen ober- und unterhalb des vermeintlichen menschlichen Hörvermögens entfernt werden. Die Aufnahmen verlieren also an Infor-

mationen. Dieses Defizit macht sich vor allem in der Plastizität, der räumlichen Abbildung und Größe der Musik bemerkbar. Tonal stimmt jedoch alles, für den alltäglichen Gebrauch oder unterwegs sind die Tondaten gut geeignet und erfüllen schon dank der einfachen Handhabung ihren Zweck.

Auch wenn die zuletzt genannten Nachteile für viele Musikhörer noch eine unüberwindbare Schwelle darstellen, dürfte sich hinter den von Sony, iTunes und Co. präsentierten neuen Vertriebs-Modellen ein in die Zukunft weisender Schritt verbergen. Mit der immer größeren Verbreitung des Internets – jeder zweite Haushalt ist in Deutschland bereits angebunden – und der steigenden Geschwindigkeit der Datenübertragung wächst auch die Bedeutung des Online-Handels, und die Qualität der Tondaten wird immer besser.

„Klangwunder“



Mit dem **WAVE®** Radio/CD erleben Sie große Musik, wo Sie bisher darauf verzichtet haben:



zum Beispiel in der Küche...



... und auch im Schlafzimmer.

So sieht sie also aus, diese „kleinste, komplette HiFi-Anlage der Welt“, die vom Forbes Magazin neben solchen Legenden wie dem Porsche 550 Spyder in die Liste der „Ewig besten Produkte“ aufgenommen wurde: kaum größer als ein aufgeschlagenes Buch, großes Display und ein klares Tastenfeld oben auf dem Deckel zum CD-Laufwerk.

Dazu gibt's eine scheckkartengroße Fernbedienung mit wenigen, logischen Tasten. Das Bose **WAVE®** Radio/CD hat überall Platz, zum Beispiel in der Küche, im Schlafzimmer und überall da, wo es eine Steckdose gibt. Ein einfacher Knopfdruck genügt, und Ihre Augen werden Ihren Ohren nicht mehr trauen: Dieser kleine „Klangriese“ (Zitat HÖRZU) verwandelt jeden Raum akustisch in einen großen Konzertsaal.

Unglaublich, wie kraftvoll, lebendig und klar die patentierte Bose **WAVE®** Guide-Technologie jedes Detail der Musik wiedergibt – auch bei leiser Hintergrundmusik. Ein Radio ist ebenso Teil des Bose-Systems wie ein elektronischer Wecker, der jeden Tag mit großartiger Musik beginnen lässt.

Das Bose WAVE® Radio/CD
ist in Schwarz oder Weiß nur direkt bei Bose erhältlich.

Kostenlos anrufen, Infos anfordern oder gleich bestellen unter:

Deutschland und Österreich:

☎ (08 00) 2 67 33 33

Neu in der Schweiz:

☎ (08 00) 88 00 20

Kennziffer 4AFF38

BOSE
Better sound through research®

Wichtige Links

<http://www.apple.com/de/itunes>

Die Homepage von Apples Vorzeigedienst iTunes. Der momentan größte Anbieter für digitale Musik im Netz.

<http://musikdownloads.aol.de>

Hier findet man das Online-Musikangebot von AOL.

<http://www.musikload.de>

Musikload ist ein Musik-Service von T-Online.

<http://www.connect-europe.com>

Hinter Connect-Europe steht der Medienriese Sony.

<http://www.od2.com>

OD² ist eine Art „Dachgesellschaft“ für verschiedene Anbieter. Dazu zählen neben Tiscali und Karstadt auch Kontor, MTV, WOM und Mediamarkt. Alle Anbieter sind über OD² zu erreichen.

<http://www.phonoline.de>

Wie OD² fasst Phonoline einige Anbieter zusammen. Das sind Even-tim-Music, Popfile, MC-Beat, Coca Cola, Future Trance und der Jazz-Spezialist Jazz Echo.

<http://www.mpex.net>

Ein großes deutschsprachiges Internet-Forum, das sich mit dem Thema Kompression und den zugehörigen Programmen befasst. Interessierte finden hier viele Hintergrundinformationen.