



# Klassische Low- und High-Price- CDs im Vergleich

Eine explorative Studie anhand von Hörbeispielen

von Tim Birkner

Diese Studie kann für nicht-gewerbliche Zwecke kostenlos genutzt werden.  
Gewerbliche Nutzer holen sich bitte unter [arpeggio@t-online.de](mailto:arpeggio@t-online.de) oder Telefon  
09571-759 343 eine schriftliche Erlaubnis.

by Tim Birkner, Hirtenstraße 3, 96215 Lichtenfels im Januar 2000

# Inhalt

<b>1 Einleitung</b>	<b>6</b>
<b>2 Grundlagen</b>	<b>10</b>
2.1 Der Tonträgermarkt	10
2.1.1 Der Klassikmarkt im Überblick	13
2.1.2. Preis- und Repertoirestrukturen im Klassikmarkt	15
2.1.3 Die Marktteilnehmer	18
2.1.4 Produktionsbedingungen und Marketing	19
2.2 E-Musik im Hörfunk	23
2.2.1 Die Hörfunkredakteure	24
2.2.2 E-Musik-Redakteure als Journalisten	25
2.2.3 E-Musik-Redakteure als Produzenten	27
2.2.4 Das Publikum der E-Musik im Radio und auf CDs	28
2.3 Wahrnehmung und Bewertung von Musik	32
2.3.1 Professionalität	33
2.3.2 Komposition und Interpretation	35
2.3.3 Dimensionen der Beurteilung	36
2.3.4 Die Wiedergabe von Musik	37
2.4. Fragestellung	38

<b>3 Methode</b>	<b>40</b>
3.1 Stimulusmaterial	40
3.2 Stichproben	44
3.3 Durchführung	46
3.3.1. organisatorischer Ablauf	46
3.3.2 Fragebögen	46
3.3.2.1 Anschreiben	47
3.3.2.2 Beurteilung der Musikstücke	48
3.3.2.3 Musikmarkt, journalistisches Selbstverständnis und Publikumsbild	49
3.4 Pretest	50
3.5 Hauptbefragung	51
<b>4 Ergebnisse</b>	<b>52</b>
4.1 Beschreibung der Stichproben	52
4.1.1 Struktur aller Untersuchungsteilnehmer	52
4.1.2 Profil der Redakteure	54
4.1.3 Profil der Tonmeister	55
4.1.4 Profil der Musiker	56
4.1.5 Profil der Laien	56
4.2 Spieltechnik und Spielfreude bei Low- und High-Price-CDs im Vergleich	57

4.3 Steht das subjektive Empfinden in Zusammenhang mit den Dimensionen Spieltechnik und Spielfreude?	62
4.4 Haben Einstellungen zum Musikmarkt einen Einfluß auf das subjektive Empfinden?	66
4.4.1 Emotionalität	67
4.4.2 soziales Umfeld	70
4.4.3 Tontechnische Störfaktoren	71
4.4.4 Zufriedenheit	73
4.5 Haben das journalistische Selbstverständnis und das Publikumbild der E-Musik-Redakteure einen Einfluß auf das subjektive Empfinden?	75
4.6 Urteilen die Laien in ihrem subjektiven Empfinden anders als die Experten?	81
<b>5 Fazit</b>	<b>85</b>
<b>6 Verzeichnisse</b>	<b>90</b>
6.1 Literatur	90
6.2 Verzeichnis der Diagramme und Tabellen	100
<b>7. Anhang A</b>	<b>103</b>
7.1 Tabellen	103
7.2 Vergleich des Publikumbildes und des Selbstverständnisses mit den Kulturjournalisten	105

**8 Anhang B**

**109**

8.1 Fragebogen für E-Musik-Redakteure

8.2 Fragebogen für Tonmeister

8.3 Fragebogen für Musiker

8.4 Fragebogen für Laien

## 1 Einleitung

Wer heute ein gut sortiertes CD-Geschäft besucht oder einen entsprechenden Versandkatalog durchblättert, findet ein unüberschaubares Angebot. Allein im Segment Klassik sind im vergangenen Jahr 2875 neue CDs veröffentlicht worden (Bundesverband der Phonographischen Wirtschaft, 1999a, S. 7). Immer mehr Musiker produzieren immer mehr Tonträger, die vom Publikum gekauft und gehört werden sollen.

Die Musikfachzeitschriften haben frühzeitig erkannt, daß ihr Publikum Beratung sucht und bieten ihm Rezensionen in Kombination mit den verschiedensten Bewertungsschemata für neue CDs. So unterteilt die *Neue Musikzeitung* (NMZ) ihre Plattenbesprechungen in *Interpretation*, *Editorischer Wert* und *Technik* (Kolb, 1999, Februar, S. 16), *FonoForum* urteilt in den Kategorien *Interpretation* und *Klang* (Franke, 1999, Januar, S. 46). *Stereoplay* gliedert seine Zusammenfassungen in *Interpretation*, *Klang* und *Repertoire* (Rübenacker, 1999, Januar, S. 190), um einige Beispiele zu nennen. Ihnen allen gemein ist, daß sie unter Interpretation mindestens zwei verschiedene Dimensionen vereinen. In einer "Note" für Interpretation wird die professionelle Leistung der Musiker und der subjektive Eindruck des Rezensenten bewertet. Den Rezensenten ist dabei von den Redaktionen freigestellt, wie viele Sterne oder Punkte sie in der jeweiligen Dimension vergeben. Sie bekommen in der Regel keine Checklisten oder Richtlinien, an denen sich ihre Urteile orientieren sollten. Die Punktevergabe liegt vollständig im Ermessensspielraum der Autoren.

Professionelle Kriterien, auf denen die Urteile der Experten in der Tonträgerbranche möglicherweise basieren, bleiben im Dunklen. In dieser Arbeit sollen diese Kriterien herausgearbeitet und zur Überprüfung zweier Preissegmente herangezogen werden. Der Fokus

liegt auf klassischen Orchester-Einspielungen, die neueren Datums sind. Als Experten stehen in dieser explorativen Studie die E-Musik-Redakteure des Hörfunks im Mittelpunkt. Sie arbeiten im Spannungsfeld zwischen dem Musiker, also dem musizierenden Kommunikator, und dem Hörer, also dem konsumierenden Rezipienten. Die E-Musik-Redakteure der Radiosender vereinen in ihrem Beruf Musik und Journalismus. Sie würden sich nicht deutlich von den Musikredakteuren oder -journalisten der Presse unterscheiden, wenn sie nicht noch ein weiteres elementares Betätigungsfeld hätten. Die E-Musik-Redakteure der ARD-Anstalten produzieren oftmals selbst Musik. Sie verfügen über Budgets aus Gebührengeldern<sup>1</sup>, die sie in Aufnahmen investieren können, die sie für das Musikleben als notwendig erachten, jenseits des Gebotes der Wirtschaftlichkeit der Musikindustrie.

In kommunikationswissenschaftlichen Studien sind die E-Musik-Redakteure bisher nur in übergeordnete Gruppen beispielsweise der Kulturjournalisten oder der Musikredakteure des Rundfunks integriert. Sie unterscheiden sich aber in der Breite ihrer Tätigkeit von vielen anderen: Bei den E-Musik-Redakteuren sind die aktiven und passiven Bereiche der Musikproduktion verbunden. Sie sind professionelle Bindeglieder zwischen den ausschließlichen Produzenten in der Musikwirtschaft und den ausschließlichen Journalisten in der Medienwirtschaft.

Sie werden für diese Studie deshalb ausgewählt, weil sie beide Sichtweisen (Produktion und journalistische Bearbeitung) von einer professionellen Warte aus betrachten. Damit können sie den musikalischen Output der Musiker besonders gut beurteilen.

---

<sup>1</sup> Ca. 1600 Musiker stehen auf den Gehaltslisten der zehn ARD-Anstalten (Schneider, 1997).



Als weitere Berufsgruppen beurteilen auch Tonmeister und Musiker die Musikbeispiele, die den Untersuchungsteilnehmern in einem Blindversuch vorgespielt werden. Zusätzlich nimmt eine kleine Gruppe von Laien an der Studie teil. Dazu stellt Winkler (1997) in seinen Untersuchungen zu Klanglandschaften fest: "Menschen, die, am Musikexperten-Kriterium gemessen, unscheinbar und eigenschaftslos sind, die ihrer selbst bezüglich der Hörkompetenz oft unsicher sind, haben sich dagegen als herausragende Hörberichterstatter erwiesen." (S. 142) Vielleicht können diese Erkenntnisse, die sich bei Winkler auf "Umwelthören" beziehen, auch dieser Untersuchung Anregungen geben.

Mit diesen vier Gruppen ist der Kommunikationsprozeß von der Tonerzeugung durch die Musiker bis zum hörenden Konsumenten abgebildet. Die Tonmeister stehen darin für die Produktion, die E-Musik-Redakteure für die Vermittlung der Musik.

In der Studie werden Low- und High-Price-Produkte verglichen; Die Entscheidung ist aus Sicht der Verkaufszahlen bereits entschieden: Low-Price-CDs mit einem Preis von bis zu 15,- DM werden vom Konsumenten akzeptiert. Sie verkaufen sich besser als die CDs jedes anderen Preissegments (Bundesverband der Phonografischen Wirtschaft, 1999a, S. 13). Ob der Preis ein Indikator für die musikalische Leistung ist, soll mit einer Gegenüberstellung von Budget-CDs mit CDs aus dem High-Price-Sektor überprüft werden.

Der Musikmarkt für Klassik ist von vielen Neuerscheinungen geprägt. Die Low-Price-CDs unter ihnen verkaufen sich besonders gut. In dieser Untersuchung werden diese nach professionellen Kriterien mit CDs aus dem obersten Preissegment verglichen. Vier Gruppen - E-Musik-Redakteure, Musiker, Tonmeister und Rezipienten - beurteilen anhand von Beispielen aktuelle Orchesteraufnahmen.

## 2 Grundlagen

In diesem Kapitel werden die wesentlichen Kennzahlen des Tonträgermarktes, im besonderen des Klassikmarktes, genannt, und die Bedeutung von E-Musik im Hörfunk dargestellt. Das Arbeitsfeld von E-Musik-Redakteuren wird näher erläutert, die Hörer von klassischer Musik werden vorgestellt und es wird Ansätzen nachgegangen, Musik qualitativ zu beurteilen.

### 2.1 Der Tonträgermarkt

“Harter Wettbewerb und schwaches Konsumklima bremsen die Entwicklung”, steht über dem Wirtschaftsbericht 1998 des Bundesverbandes der Phonographischen Wirtschaft<sup>2</sup> (1999a). Dabei wurden 1998 in Deutschland 193 Millionen CDs verkauft und damit 5 Milliarden Mark umgesetzt. Nur in den USA und in Japan ist die wirtschaftliche Bedeutung der Tonträger höher. Der nationale Umsatz Großbritanniens ist mit dem deutschen vergleichbar (BPW, 1999b, S. 36).

Rund 90 Prozent der am Markt abgesetzten Longplay-Tonträger, das sind Tonträger mit einer Spielzeit von über 21 Minuten, sind CDs (BPW, 1999a, S. 5 & 12). Im folgenden beziehen sich die angegebenen Zahlen daher stets auf CDs, die vom Bundesverband der Phonographischen Wirtschaft erfaßt wurden.

Der Tonträgermarkt wird seitens der Anbieter von fünf Unternehmen dominiert: 1998 besetzt Time Warner 12,2 Prozent des Marktes, Universal Music (früher Polygram) 21,6 Prozent, EMI 14,4 Prozent, Sony 10,9 Prozent und Bertelsmann 15,1 Prozent. Damit vereinen die fünf größten Anbieter 74,2 Prozent des Marktvolumens auf sich (GfK

---

<sup>2</sup> abgekürzt BPW

Tonträgerpanel). Insgesamt verdienen jedoch mehr als 800 Unternehmen ihr Geld auf diesem Markt (BPW, 1999a, S.8).

Diagramm 1, Marktanteile am gesamten Tonträgermarkt

1995 hat die Industrie 177 Millionen Longplays an den Handel abgesetzt, 1998 waren es 193 Millionen. Ein Zehntel davon, 20 Millionen Stück, entfiel auf den Klassik-Sektor. (BPW, 1999b, S. 16 & S. 19)

Der deutsche Markt stagniert seit einigen Jahren; bereits 1995 hatte er ein Volumen von 4,7 Milliarden Mark, 1998 erreichte er die 5 Milliarden-Schwelle. Dabei waren sich die Tonträgerfirmen des

schwierigen Konsumklimas bewußt und engagierten sich dementsprechend: "Der Aufwand für Marketing und Werbung mußte daher in den vergangenen Jahren deutlich erhöht werden. Von der Anzeigen- über die Plakat- bis hin zur Hörfunk- und Fernsehwerbung werden alle Plattformen genutzt, um Produktangebote bekannt zu machen." (BPW, 1999a, S. 8)

Trotz dieser Anstrengungen seitens der Unternehmen ließ sich der Umsatz in den vergangenen Jahren nicht merklich steigern. Die Verantwortlichen sehen vor allem das digitale Kopieren von CDs auf beschreibbare CDs (CD-R) sowie die schwer kontrollierbare Verbreitung von Musik im Internet als Gründe. "Gleich klassenstufenweise werden aktuelle Top-Titel kopiert und untergraben die Geschäfte der ortsansässigen Tonträgerhändler." (BPW, 1999a, S. 25)

Im Internet hat sich parallel dazu ein neuer Standard für den Austausch von Audiodateien etabliert: Hochwertige Musikqualität im Internet, das ist heute gleichbedeutend mit MP3. Dieses Datenkompressionsverfahren, bei dem die Gesamtmenge der auf einer CD enthaltenen Digitalinformation auf ein Zwölftel reduziert wird, hat die Online-Musiklieferung in hoher Klangqualität erst möglich gemacht." (BPW, 1999a, S. 26)

Selten jedoch sind die im Internet verfügbaren Musiktitel rechtmäßig dort erhältlich. Da im weltweiten Verbund nur schwer Kontrollen darüber möglich sind, wer Inhalte im Internet präsentiert, stellt dies eine der größten Herausforderungen der Tonträgerwirtschaft in den nächsten Jahren dar. Auf EU-Ebene "wird eine Neuregelung des Rechts der privaten Vervielfältigung angestrebt, durch die es Rechteinhabern möglich wird, ‚digitales Klonen‘ ihrer Produkte technisch zu verhindern." (BPW, 1999a, S. 5)

Mehr als 100 Firmen schlossen sich im Frühjahr 1999 zur "Secure Digital Music Initiative" zusammen, um ein digitales Wasserzeichen

auf dem Markt noch vor dem Weihnachtsgeschäft diesen Jahres durchzusetzen (Süddeutsche Zeitung, 8.7.1999, S. 23).

In einer Umfrage des Stern begrüßen 18 Prozent der Bundesbürger, daß Tonträger überflüssig werden, weil Musik in gleicher Qualität aus dem Internet bezogen werden kann. 67 Prozent der Deutschen geben an, daß dies "bestimmt" oder zumindest "wahrscheinlich" eintreffen wird. (STERN Anzeigenabteilung, 1999, S. 117 & S.101)

Die Anbieter von Tonträgern rücken angesichts dieser wirtschaftlichen Gefahren enger zusammen, was sich auch im Organisationsgrad niederschlägt. Die Mitglieder des Bundesverband der Phonographischen Wirtschaft repräsentieren bereits 94 Prozent des Umsatzes am deutschen Tonträgermarkt.

### 2.1.1 Der Klassikmarkt im Überblick

Das Gesamtangebot an verfügbaren klassischen CD-Titeln ist mit 22000 unwesentlich kleiner als im Pop-Bereich. Dort sind rund 30000 verschiedene Aufnahmen erhältlich. Das Gesamtangebot an Tonträgern verdoppelte sich damit in beiden Bereichen innerhalb der vergangenen fünf Jahre (BPW, 1999b, S. 24).

Vergleicht man die abgesetzten Stückzahlen mit den verfügbaren Titeln, kommen CDs im Popsektor auf eine jährliche Durchschnittsauflage von rund 5800 Stück. Die Klassik-CD-Titel erreichen gerade eine Auflage von 950 Stück. (BPW, 1999b, S. 19 & S. 25) Klammert man die großen Erfolge der Cross-Over-Produkte aus, sieht das Verhältnis noch ungünstiger aus. Ein Beispiel für diese erfolgreichen Produktionen ist die Filmmusik zu "Titanic", die sich innerhalb eines Jahres mehr als 1,25 Millionen mal (dreimal Gold und zweimal Platin) verkaufte (BPW, 1999a, S. 36).

Dabei wird immer wieder diskutiert, ob solche Soundtracks tatsächlich zum "Klassikmarkt" gerechnet werden dürfen. "Nur weil Steichersounds dabei sind, ist das noch keine Klassik-CD", meint beispielsweise der Geschäftsführer von MVD, Wolfgang Ruso<sup>3</sup>. Sony classical, wo der Soundtrack veröffentlicht wurde, profitiert bei den Klassik-Marktanteilen von der hohen Auflage der "Titanic"-CD. Wie abhängig gerade die Majors von diesen Bestsellern sind, zeigen die Absatzzahlen im High-Price-Sektor im Jahresvergleich. So sackten diese von 1,9 Millionen Stück im Februar 1998 auf 0,9 Millionen im Februar 1999. Ruso begründet dies mit fehlenden Filmmusiken wie beispielsweise "Titanic" oder "Braveheart".

Der Klassikmarkt ist seitens der Anbieter nicht ganz so stark von den fünf Major-Companies geprägt, wie dies im Gesamtmarkt der Fall ist. Nach den Daten des Tonträgerpanels der GfK vereinen 1998 die fünf großen Tonträgerunternehmen 65,5 Prozent des Marktvolumens auf sich.

---

<sup>3</sup> Telefonat mit Wolfgang Ruso, Geschäftsführer der MVD am 28.4.1999. MVD vertreibt in Deutschland u. a. Naxos und Marco Polo CDs.

## Diagramm 2, Marktanteile am Klassikmarkt

Unangefochtener Marktführer ist Universal Music (früher Polygram) mit den drei Traditionslabeln Deutsche Grammophon, Philips und Decca. Sie beherrschen 30,9 Prozent des Klassikmarktes. Time Warner kommt auf 3,5 Prozent, EMI auf 8,8 Prozent, Sony auf 17,4 Prozent (vor allem auf Grund des Mega-Sellers Titanic) und Bertelsmann auf 4,9 Prozent Marktanteil.

### 2.1.2. Preis- und Repertoirestrukturen im Klassikmarkt

Im eher kleingliedrigen Klassikmarkt lassen sich zwei strukturierende Dimensionen erkennen: erstens die Repertoiresparten und zweitens die unterschiedlichen Preissegmente.

Die Polygram-Marktforschung<sup>4</sup> ermittelt für das Jahr 1995 folgende Anteile der Repertoiresparten: 31,1 Prozent der Klassik-CDs sind "Sinfonische Musik", 20,3 Prozent entfallen auf "Chormusik und Lieder", "Opern"-CDs haben einen Marktanteil von 19,6 Prozent, "Soloinstrumente mit oder ohne Orchester" besetzen 14,1 Prozent des Marktes, "Operetten" verbuchen 5,7 Prozent, "Kammermusik" 2,2 Prozent, die "sonstige Klassik" 6,8 Prozent Marktanteil.

Diagramm 3, Repertoiresparten im Klassikmarkt

Orchesterproduktionen sind für die Tonträgerindustrie wirtschaftlich am bedeutendsten. Sinfonische Werke verkaufen sich gut und machen rund ein Drittel des Klassikmarktes aus. Sie sind aber auch die teuersten Produktionen, weil nicht ein Streichquartett bezahlt werden will, sondern 100 und mehr Musiker eines Sinfonieorchesters auf ein

---

<sup>4</sup> Die Daten wurden nicht veröffentlicht. Die hier angeführten Verhältnisse sind von der Polygram-Marktforschung telefonisch erfragt, 27.4.1999.



Honorar werten und Dirigenten zusätzlich entsprechende Gagen fordern.

Unabhängig von der Repertoirepolitik betreiben die Label eine unterschiedliche Preispolitik. Der Bundesverband der Phonographischen Wirtschaft erfaßt in seinen Statistiken drei Segmente: Low-Price, Mid-Price und High-Price. Sie orientieren sich an den ungefähren Ladenpreisen und grenzen bei 15,- und 25,- Mark aneinander<sup>5</sup>. Im Low-Price-Segment sprechen die Marketingfachleute auch von Budget-CDs. Dieses unterste Preissegment wird von ihnen nochmals unterteilt: Für CDs unter 8,- Mark verwenden sie den Begriff "Low-Budget"<sup>6</sup>.

Der Anteil der billigen CDs im Klassik-Sektor hat sich in den vergangenen Jahren auf hohem Niveau stabilisiert. 1995 wurden 7,1 Millionen Budget-CDs verkauft, 1998 waren es 8,1 Millionen Stück. Im Vergleichszeitraum stieg der Absatz der High-Price-CDs von 5,1 Millionen auf 7,2 Millionen Stück. (BPW, 1996, S. 12 & 1999a, S. 13)

High-Price-CDs haben insbesondere im vergangenen Jahr (1997 auf 1998) zusätzlichen Marktanteil gewinnen können. Dieses Segment steht vermutlich in starker Abhängigkeit zu den Bestsellern, die nicht unbedingt zur "Klassik" zählen müßten<sup>7</sup>. Da auch die Budget-Anteile zugenommen haben, läßt sich der Verlierer leicht ausfindig machen: Die Mid-Price-Produkte haben sinkende Marktbedeutung. 1994 hatten sie noch einen Marktanteil von 25 Prozent, 1998 verringerte er sich auf 17 Prozent. (BPW, 1996 S. 12 & 1999a, S. 13)

---

<sup>5</sup> Telefonat mit der Pressestelle des Bundesverbandes der Phonographischen Wirtschaft in Hamburg

<sup>6</sup> Telefonat mit der Promotionabteilung von Naxos in Deutschland am 28.4.1999

<sup>7</sup> siehe auch Kapitel 2.1.1

Der Klassikmarkt trennt sich also zunehmend in zwei Gruppen: in die niedrigpreisigen und in die hochpreisigen Produkte. Dazwischen steht die an Bedeutung verlierende Mischung aus beiden.

### 2.1.3 Die Marktteilnehmer

Wie im Kapitel 2.1.1 erwähnt, sind zwei Drittel des Klassikmarktes von den fünf Majors besetzt. Berücksichtigt man diese Dominanz der großen Unternehmen, die traditionell hochpreisige Produkte verkaufen, wundert es wenig, daß neue Marktteilnehmer gerade auf Low-Price-CDs setzen. Als eine der ersten Firmen hat sich Naxos 1987 von Hongkong aus in diesem Segment erfolgreich engagiert.

Vom noch nicht besetzten Drittel des Marktes<sup>8</sup> räumen die Majors nach eigenen Angaben zirka 10 Prozent den "Grauen", also den Großen unter den Kleinen, ein (von Imhoff<sup>9</sup>). Gemeint sind damit Labels, die nicht Vollmitglieder der IFPI<sup>10</sup> sind. Der größte graue Anbieter ist das oben bereits erwähnte Budget-Label Naxos. Für Naxos ermittelte das GfK Tonträgerpanel 1998 einen Marktanteil von 6,5 Prozent<sup>11</sup>.

"Heute sitzt Naxos im Klassikmarkt fest im Sattel, vielleicht fester als manche Major-Company" (Heymann, 1997, S.1). Je nachdem, wie erfolgreich sich die Bestseller entwickeln, kann der Marktanteil von Naxos stark schwanken (siehe dazu auch 2.1.1). Bei Naxos sind ausschließlich Neuaufnahmen im Katalog, der inzwischen auf über 1600 Titel angewachsen ist. Die Repertoirepolitik setzt konsequent auf Werkvielfalt, was bedeutet, daß keine Komposition zweimal eingespielt wird.

---

<sup>8</sup> Siehe auch Diagramm 2 im Kapitel 2.1.1

<sup>9</sup> Telefonat mit EMI classic Pressesprecher von Imhoff am 28.4.1999

<sup>10</sup> IFPI=International Federation of the Phonographic Industry

<sup>11</sup> laut einem Telefonat mit der Polygram-Marktforschung

Mit einiger Verzögerung haben auch die Manager der Majors auf die erfolgreiche Konkurrenz reagiert. Sie schufen preisgünstige Ableger ihrer bisherigen Labels, teilweise unter dem alten, teilweise mit neuen Namen. Ein Beispiel dafür ist "Arte Nova", ein Budget-Label, das 1995 vom Bertelsmann-Konzern gegründet wurde. Es ist hier deshalb herausgegriffen, weil die Repertoirepolitik bei Arte Nova ähnlich wie bei Naxos auf Neueinspielungen ausgerichtet ist.

Die Regel ist dies nicht, denn normalerweise werden die bestehenden Archive (und damit bereits bezahlte Rechte) genutzt, um Low-Price-Serien im Markt zu positionieren. Beispiele dafür finden sich in jedem Plattenladen: Karajan-Produktionen der 70er und auch 80er Jahre, tontechnisch restaurierte Aufnahmen mit dem Dirigenten Ferenc Fricsay, große Orchester wie Concertgebouw Orchestra Amsterdam oder Wiener Philharmoniker stapeln sich in den Wühltischen zu Schnäppchenpreisen<sup>12</sup>.

#### 2.1.4 Produktionsbedingungen und Marketing

Kühnen (1997) blickt anlässlich des 100sten Geburtstages der EMI zurück in die goldenen Zeiten des Traditionsunternehmens. "Bis in die fünfziger Jahre waren EMI-Aufnahmen (bzw. die unter verschiedenen Labels wie ‚Elektrola‘, ‚Columbia‘ oder ‚His Master’s Voice‘ erscheinenden Schallplatten) noch marktbeherrschend, während man heute bei ca. 15 Prozent Marktanteil liegt. ‚Als ich anfing,‘ erinnert sich der 1952 bei der ELECTROLA eingestellte spätere Produzent Gerd Berg, ‚gab es Verträge mit den Berliner Philharmonikern und den Wiener Philharmonikern und dem Philharmonia Orchestra. Reihenweise gehörten die namhaften Pianisten und Geiger dazu, und natürlich alles, was lieb und teuer war auf dem Opernmarkt.‘ (...) War die ungeheure Fülle des Repertoires im EMI-Katalog einerseits ein

---

<sup>12</sup> z.B. bei Schmorl & von Seefeld am Kröpcke in Hannover

Wettbewerbsvorteil, fehlte es auf der anderen Seite an Koordinierung. Beispielsweise konnte es passieren, daß unter dem Dach der EMI zur selben Zeit drei Aufnahmen derselben Oper auf den Markt kamen oder Geiger wie Milstein, Menuhin, Oistrach oder Ferras fast gleichzeitig die gleichen Konzerte einspielten, während es im Bereich Kammermusik, Lied oder Alter Musik noch großen Bedarf gab.“ Heute beeinflussen andere Faktoren die Repertoireplanung: “Wachsender Umsatzdruck und hohe Verkaufserwartungen lassen (...) keine Experimente mehr zu. Beispielsweise ist die langfristige Entwicklung von Künstlern kaum noch möglich, wenn etwa bei einem begabten jungen Pianisten, dessen Verkaufszahlen durchschnittlich bei 1000 oder 1500 Stück pro CD liegen, spätestens nach zwei Jahren die ‚Sinnfrage‘ gestellt wird.“ (Kühnen, 1997, Juli, S. 11)

Die Zeiten einer marktabwehrenden Repertoirepolitik sind noch gar nicht so lange her. Der Chairman der Universal Music - früher Polygram - Wolf-Dieter Gramatke, erinnert sich an 1995: “Da hatten wir zu Weihnachten die Situation, daß Decca, die Deutsche Grammophon und Philips eine praktisch identische Platte herausbrachten. Nur das Cover und die Labels waren verschieden, ansonsten glichen sich die Inhalte auf die Achtelpause.“ Was die Künstler- und Repertoireentwicklung betrifft, unterschied sich die Situation bei Polygram nicht wesentlich von der bei EMI: “Wir haben uns leider nicht selten von Dirigenten, Sängern und Solisten verleiten lassen, ihren Output zu produzieren, den sie unbedingt veröffentlicht sehen wollten. Und da viele sich immer messen wollen sozusagen mit Vergleichbarem - meistens mit Älterem - mußten wir das mitmachen. Da ist zuviel auf den Markt gekommen, da haben wir manchmal 18 Produktionen veröffentlicht, wo es acht auch getan hätten. Wir waren oft nur noch damit beschäftigt, zu berücksichtigen, was unsere Künstler wollten und nicht mehr, was bringen wir dem Markt damit Neues?“ (Söring, 1998, 12. Dezember)

Die beiden Budget-Label Naxos und Arte Nova sind hingegen noch jung. Ihre Archive haben längst nicht den Umfang der großen, traditionellen Plattenfirmen, wie beispielsweise der EMI, deren "Klassik-Katalog 97/98" annähernd 500 Seiten stark ist. So müssen die neuen Marktteilnehmer mit neuen Produktionen das Repertoire erschließen. Sie profitieren dabei von einem schlanken Personalstand und arbeiten ähnlich wie die privaten Fernsehsender mit selbständigen Produktionsfirmen oder Freelancern. Dabei haben sie sich von überhöhten Gagen und der ausschließlichen Orientierung auf die Künstler verabschiedet. Wenn man ihren eigenen Aussagen glauben darf, sind ihre Produkte mit High-Price-CDs qualitativ vergleichbar und der Preisvorteil kommt dem Kunden zugute (Ruso<sup>13</sup>).

"Traumgagen" sind bei Arte Nova tabu. Junge Künstler und neue Talente nehmen für Arte Nova auf. "Für sie steht der Komponist, sein Werk und niveauvolle musikalische Interpretation an erster Stelle! ... Als Wegbegleiter und Verfechter dieser Philosophie ist ARTE NOVA in der Lage, Klassik-NEUaufnahmen in DDD-Qualität einem breiten Publikum zugänglich zu machen", schreibt Oehms (1999). Auf musikalische Qualität will der Labelmanager nicht verzichten: "Wir machen High-Quality-CDs", verspricht Dieter Oehms, Geschäftsführer von Arte Nova, „nur verkaufen wir sie zum Budget Preis.“ (...) Er setzt auf jüngere Künstler und Dirigenten wie Hiroshi Wakasugi, einen der bedeutendsten japanischen Orchesterchefs. Darüber hinaus schließt Oehms clevere Verträge, beispielsweise mit dem Orchester der Tonhalle Zürich." (Birkner, 1998, S. 50)

Eine vergleichbare Strategie hat auch das ältere Naxos-Label: "Warum müssen zu jeder Aufnahme fünf oder zehn Leute aus der Zentrale anreisen? Warum muß auf jedem Booklet ein feines Konterfei des Künstlers sein, selbstverständlich von einem Star-Fotografen für viel

---

<sup>13</sup> Telefonat am 28.4.1999

Geld (und Spesen) geknipst? Warum mit teuren Künstlern aufnehmen, wenn weniger teure genauso gut oder besser spielen und singen?“ (Heymann, 1997, S.1).

Das Naxos-Label verfolgt eine Strategie, die im produzierenden Gewerbe längst üblich ist: Wer den Preis senken will, muß große Stückzahlen absetzen. “Typically, Naxos sells for between one third and one quarter of the price of a full-price classical CD. This means that we have to sell three or four times as many CDs per release as a full-price label.” Das Konzept geht wirtschaftlich auf: “Fortunately, on average we sell a lot more than three or four times the number of CDs sold by full-price labels and this is the secret of the Naxos success.” Seinen Profit steckt Naxos weiter in Neuproduktionen, auch in solche mit ungewöhnlichem und neuem Repertoire. Denn bei günstigen Verbraucherpreisen, so die Schlußfolgerung des Labels, kauft der Kunde auch CDs, um sie “auszuprobieren”. (Naxos, 6.5.99)

1998 wurden in Deutschland 193 Millionen CDs, darunter 20 Millionen Klassik-CDs, verkauft. Die fünf größten Anbieter Universal Music, Time Warner, EMI, Sony und Bertelsmann halten etwa zwei Drittel des Klassikmarktes besetzt. Wirtschaftlich gesehen, spielen in den Dimensionen Preispolitik und Repertoire die besonders günstigen sowie die hochpreisigen CDs und Aufnahmen mit sinfonischer Musik die bedeutendste Rolle. Die High-Price-Produkte sind im Markt größeren Schwankungen ausgesetzt, da sie stärker als Budget-CDs von Bestsellern wie dem Soundtrack zu “Titanic” abhängig sind.

Das Budget-Label Naxos setzt erfolgreich auf Neueinspielungen. Die Majors haben darauf mit eigenen Budget-Labeln reagiert, die meist jedoch Archivmaterial wiederveröffentlichen. Eine Ausnahme ist das zu Bertelsmann gehörige Budget-Label Arte Nova, das ebenfalls alle Werke neu aufnimmt. Während die etablierten, alten Plattenfirmen wie Universal oder EMI ihre Produktions- und Repertoire-Strukturen verändern müssen, starten die Budget-

Label bereits mit einem modernen Marketingkonzept. Ihre Strategie zeichnet sich vor allem dadurch aus, daß junge Musiker mit geringeren Gagen ein Repertoire ohne Doubletten einspielen. Dadurch können diese Label ihre CDs zu Endverbraucherpreisen von unter 10 Mark anbieten.

## 2.2 E-Musik im Hörfunk

Noch günstiger als die Budget-CDs ist für die Hörer die Musik im Radio; Der Empfang ist mit der Rundfunkgebühr abgegolten. In den Kulturprogrammen der ARD spielt E-Musik eine wichtige Rolle, ähnlich wie beim privatrechtlichen Klassik-Radio, das allein aus seiner Zielsetzung heraus ausschließlich klassische Musik sendet.

Das ARD-Jahrbuch '98 dokumentiert für das Jahr 1997 fast 4 Millionen Sendeminuten "Ernster Musik" (S. 391), was einem Anteil von 14 Prozent<sup>14</sup> an der gesamten Sendezeit aller ARD-Hörfunkprogramme entspricht. Prozentual am längsten wird E-Musik in Bayern 4 Klassik (98,2 Prozent), WDR 3 (80,3 Prozent), NDR 3/radio3 (77,7 Prozent), SR 2 (74 Prozent) und hr 2 (72,5 Prozent) gesendet. (ARD, 1998, S. 383 ff)

Die gesendeten E-Musik-Minuten stammen aber nicht nur von industriellen Tonträgern: "Zusätzlich sind für die öffentlich-rechtlichen Anstalten Leistungen in der Produktion und Übertragung von E-Musik zu registrieren, die das Musikleben in Deutschland wesentlich bereichern. So unterhalten die 16 Landesrundfunkanstalten insgesamt 10 Sinfonie-Orchester mit einem Budget von etwa 200 Mio. DM pro Jahr sowie weitere 16 Klangkörper wie Tanz- und Unterhaltungsorchester und Chöre, mit insgesamt etwa 1.600 Musikern. Durch diese Orchester beleben die Anstalten das kulturelle Angebot ... und schaffen Eigenproduktionen. Die Bedeutung dieser

---

<sup>14</sup> U-Musik hat einen Anteil von 49,3 Prozent. Vom Musikanteil entfallen somit 22,2 Prozent auf die E-Musik.

Orchester für das Programm hat sich jedoch durch die neuen Strukturen relativiert, die Zahl der Sendeplätze für klassische Musik und vor allem für Zeitgenössisches hat sich dramatisch verringert.“ (Schneider, 1997, S. 121)

### 2.2.1 Die Hörfunkredakteure

Für die Redakteure in den E-Musik-Abteilungen der öffentlich-rechtlichen Programme bedeutet diese Mischung aus Industrietonträgern und Eigenproduktionen, daß sie nicht nur Musiklaufpläne zusammenstellen und journalistisch über Musik berichten, wie ihre Kollegen beim privat-rechtlichen Klassik-Radio, sondern oftmals selbst als Produzenten auftreten.

1998 arbeiten in den Anstalten der ARD rund 100 festangestellte E-Musik-Redakteure mit einem Frauenanteil von 31 Prozent (Deutscher Musikrat, 1999, S. 685ff., ARD, 1998, 273 ff. , Hessischer Rundfunk<sup>15</sup> & Saarländischer Rundfunk<sup>16</sup>). Das Klassik-Radio in Hamburg beschäftigt unter dem Programmdirektor lediglich einen Musikredakteur.

Die E-Musik-Redaktionen gerade der ARD-Anstalten sind organisatorisch im Umbruch. “Die Etablierung des dualen Hörfunksystems in Deutschland brachte die Notwendigkeit (...) mit sich, die Organisationsstruktur der Fach- und Programmredaktionen neu zu gestalten. (...) Für die Musikabteilungen der ARD-Landesrundfunkanstalten bedeutete dies den Abschied von der jahrzehntelangen Praxis der Programmgestaltung nach sog. ‚Kästchen‘<sup>17</sup>. (...) In der neuen Organisationsstruktur wurden die Redakteure nur

---

<sup>15</sup> Telefonat mit der E-Musik-Abteilung am 19.4.1999

<sup>16</sup> Telefonat mit der E-Musik-Abteilung am 19.4.1999

<sup>17</sup> Unter ‘Kästchen’ sind Sendungen zu verstehen, die bei der Gestaltung z. B. einer Stunde weder auf die Musik, Moderation oder Inhalte Bezug nehmen, die in der Stunde vorher, noch in der danach gesendet werden.



noch jeweils einem Hörfunkprogramm zugeordnet, wobei vielfach selbst auch die Fachredaktionen aufgelöst wurden. Dies waren und sind tiefgreifende Veränderungen, die verständlicherweise nicht ohne Konflikte vonstatten gingen bzw. noch gehen werden. Das Selbstverständnis eines akademisch orientierten Fachredakteurs verwandelt sich in diesem Prozeß zu dem eines kundenorientierten Dienstleisters“, schreibt Eckhardt (1999, S. 60f.).

### 2.2.2 E-Musik-Redakteure als Journalisten

E-Musik-Redakteure als Zielgruppe sind in bisherigen Untersuchungen kaum zu finden. So hat, als einer der wenigen, Kleinen 1983 die “Macher” des Rundfunks näher betrachtet. Dabei standen nicht die E-Musik-Redakteure im Mittelpunkt, sondern alle Musikprogrammhersteller der öffentlich-rechtlichen Rundfunkanstalten. Die Studie entstand in einer Zeit, als es noch keine private Konkurrenz gab, wenn auch private Modelle in der Diskussion waren. Damals klangen die Redakteure in ihren Äußerungen oft sehr überheblich:

“Am meisten Zuschriften haben wir in letzter Zeit auf den Schubert-Film bekommen. Dann sehr sehr viele auf die Beethoven-Serie mit Bernstein, vor allem auf Grund eines halbstündigen Vorworts, wo der Meister gesprochen hatte (...) also ich habe gesagt, ich weiß nicht, ob man das überhaupt senden kann, so tranig und ziemlich pathetisch, aber auf den schlechten Geschmack des Publikums vertrauend haben wir es dann gesendet, und es war ein Riesenerfolg.” (Kleinen, 1983, S. 184)

Kleinen (1983) plädiert nach seinen Gesprächen mit den “Machern” des Fernsehens und Radios für Restrukturierungen vor allem in den Köpfen der Verantwortlichen: “In den öffentlich-rechtlichen Medien gibt es sogenannte Kulturprogramme, die sich meilenweit vom Leben und den Bedürfnissen ihrer möglichen Nutzer entfernt haben. (...) Begründungen für die heutigen Usancen gibt es nicht, außer der, daß

Gewohnheiten, die in Lebensformen des vergangenen Bildungsbürgertums begründet waren, unter völlig veränderten Bedingungen gedankenlos weitergeführt werden.“ (Kleinen, 1983, S. 14 f.)

Kulturjournalisten sind bei Reus, Schneider & Schönbach (1995) “Journalisten die ‚Kultur‘ als Schwerpunkt ihrer Arbeit angaben.” (S. 309) Ein Dutzend Jahre nach der Studie von Kleinen scheint sich in den Köpfen etwas verändert zu haben, bzw. viele Köpfe sind ausgetauscht worden. Dennoch prägt das Bildungsbürgertum immer noch die Vorstellungen der Kulturjournalisten von Programm und Publikum. Die kommunikationswissenschaftliche Studie faßt zusammen, daß Kulturjournalisten in der Regel die gleiche formale Bildung (Abitur und Hochschulabschluß) wie andere Journalisten vorweisen können. Jedoch absolvierten sie deutlich seltener ein Volontariat als journalistische Ausbildung. (S. 310) “Kulturjournalisten mögen ihr Publikum - genauer gesagt: eine bestimmte Art von Lesern, Hörern und Zuschauern, die sie beim Schreiben und Produzieren vor Augen haben. Ihr Publikumsbild ist positiver als bei anderen Berufsgruppen. (...) Im einzelnen halten die Kulturjournalisten ihr Publikum häufiger für *kritisch*, seltener für *engstirnig* und *bieder* als andere Journalisten. Auch *politisch eher rechts* ist für weniger Kulturjournalisten eine Eigenschaft des Publikums, dafür häufiger *politisch eher links*. Insgesamt hat diese Berufsgruppe damit offenbar ein eher bildungsbürgerliches, auf jeden Fall jedoch waches und interessiertes Publikum vor Augen, für das zu arbeiten eine Freude sein muß.” (S. 312)

Was ihr Selbstverständnis betrifft, wollen sie, “was sie persönlich für bedeutend halten, auch gerne weiterreichen.” Das gründet sich darauf, daß sie seltener als andere “neutrale Berichterstatter” sein wollen, öfter jedoch “Pädagogen und Erzieher” oder “Vermittler neuer Ideen”. (S. 314)

Die Kulturjournalisten wollen ihr Publikum unterhalten, gaben die Befragten in der Untersuchung von Reus, Schneider & Schönbach (1995) an. Daß sie dabei weder an alle Bevölkerungsteile denken, noch gesichert ist, ob sich ihr Publikum auch unterhalten fühlt, gibt die Studie zu bedenken. (S. 316 f.) Inwieweit sich das Publikum von klassischer Musik im Radio unterhalten oder fachlich informiert wissen möchte, wird im Kapitel 2.2.4 näher erläutert.

Der Wettstreit um die Hörer wird, so Heinemann (1986), die Unterhaltungskomponente des Programmauftrages der Rundfunkanstalten hervorheben. Dabei adressiert er seine Forderung ausdrücklich auch an die E-Musik-Redakteure: "Das Publikum hat einen Anspruch auf Entspannung und Divertissement. Der Musikredakteur muß dafür sorgen, daß dieser Anspruch nicht mit Betäubung, Seichtem, Abstumpfung, Routine oder Ersatzbefriedigung eingelöst wird, sondern durch Lebenslust, Qualität, Recreation und Aufmunterung." (S. 80) Dem Musikredakteur wird dies seiner Meinung nach gelingen, wenn er sein Programmangebot vielfältig, qualitativ hochwertig und professionell gestaltet.

### 2.2.3 E-Musik-Redakteure als Produzenten

Der öffentlich-rechtliche Rundfunk baut seine Existenz auf den Staatsverträgen auf. Beim neu gegründeten Südwest-Rundfunk heißt es beispielsweise im §3, Absatz 5: "...Sein Programm soll der Information und Bildung sowie der Beratung und Unterhaltung dienen und hat dem kulturellen Auftrag des öffentlich-rechtlichen Rundfunks besonders zu entsprechen..." (Arbeitsgemeinschaft der ARD-Werbegesellschaften, 1997, S. 3)

Heinemann (1986) folgert daraus die Notwendigkeit eigener Produktionen: "Der Musikredakteur im öffentlich-rechtlichen System wird sich entsprechend dem Rundfunkauftrag auch in Zukunft verpflichtet fühlen, seinem Publikum einen Eindruck von der

Gesamtheit der verfügbaren Musik zu vermitteln. Er wird selber produzieren, um das vorhandene Angebot zu vervollständigen. Sein Kollege im privaten System wird auf eigene Produktionen verzichten, weil er sich nicht um die Gesamtheit, sondern nur um jenen Teil der Musik zu kümmern braucht, der von der Mehrheit gefragt ist.“ (S. 77 f.)

#### 2.2.4 Das Publikum der E-Musik im Radio und auf CDs

Klassische Musik im Radio erreicht nicht die Masse der Bevölkerung. Die im Kapitel 2.2 als ARD-Sender mit dem höchsten E-Musik-Anteil genannten Programme Bayern 4, NDR3/radio3, WDR 3, SR2 und hr 2 werden 1998 täglich von 1,7 Millionen Hörern eingeschaltet. Das private Klassik-Radio erreicht weitere 0,38 Millionen Hörer. Insgesamt hören damit etwa 2,1 Millionen Menschen täglich Programme, die überwiegend (mehr als 70 Prozent) aus E-Musik zusammengestellt sind. (Arbeitsgemeinschaft der ARD-Werbegeellschaften, 1998, S. 76)

In einer Fallstudie zur Nutzung von Klassik-Radio im dualen Rundfunksystem von Ahrens und Sievers (1995) zeigte sich, daß E-Musik-Hören nicht gleich E-Musik-Hören ist. In drei Ebenen analysierten die Autoren die Zuhörer: in einer Makroebene, die Soziodemographie und Mediennutzung umfaßte, in einer Mikroebene, die den Umgang mit klassischer Musik und das Image von Klassik-Radio erfaßte sowie der konkreten Programmwahl, in dieser Studie Klassik-Radio und NDR 3/radio3 (S. 342). Bündelt man die Makro- und die Mikroebene, lassen sich vergleichsweise trennscharfe Gruppen von jeweiligen Exklusiv-Hörern herausarbeiten. Dabei sind Höhergebildete in beiden Gruppen gleichermaßen zu finden (S. 342). Die individuelle Funktion der Klassik trennt jedoch die Exklusivhörerkreise: „Sowohl ‚Entspannung‘ als auch ‚Stimmungsbeeinflussung‘ lassen sich unter die Funktion der Rekreation subsumieren. Diese Funktion der Musik ist kennzeichnend für die Hörer von klassischer Musik. Bei Klassik-Radio-Exklusivhörern steht diese Funktion jedoch im Vordergrund, während

NDR-3-Exklusivhörer auch die inhaltliche Bedeutung des Begriffs für wesentlich halten. Für sie ist eine gedankliche Auseinandersetzung mit der Musikrichtung ebenso wichtig.“ (S. 345)

“Anhand der Motive, die gerade Klassik-Radio-Exklusivhörer dazu veranlassen, ihr Programm zu hören, zeigt sich deutlich, daß klassische Musik als Beiwerk neben anderen Tätigkeiten gewünscht ist. Die Mediennutzungssituation zeichnet sich dabei weniger durch ein konzentriertes Zuhören aus. Vielmehr steht die Entspannung im Vordergrund des Interesses der Rezipienten. Konträr dazu verläuft die Mediennutzung der NDR-3-Exklusivhörer. Durch ihr Interesse an Wortbeiträgen und das Hören weiterer öffentlich-rechtlicher Programme zeigt sich, daß die Befriedigung ihrer Bedürfnisse nur durch ein anderes Programmformat gewährleistet werden kann.“ (346 f.)

Die Hörer von klassischer Musik könnten von ihrem Anspruch her in einem Kontinuum von unterhaltungsorientiert bis informationsorientiert eingeordnet werden. Die Studie von Ahrens und Sievers zeigt jedoch, daß nur eine Hälfte des Kontinuums für Klassikhörer sinnvoll ist: Eine Skala vom rein unterhaltungsorientierten Hörer bis zum Mittelpunkt des skizzierten Kontinuums, an dem sich der sowohl informations- als auch unterhaltungsorientierte Hörer abbildet.

Die Ergebnisse von Ahrens und Sievers passen auch in den Rahmen, den die Studie “Kultur und Medien” der ARD/ZDF-Medienkommission (Frank, Maletzke & Müller-Sachse, 1991) absteckte. In einer repräsentativen Stichprobe wurden 3000 Personen über 14 Jahren eine Stunde lang interviewt und hatten zusätzlich einen 50-seitigen Fragebogen selbst auszufüllen. Das Themenspektrum umfaßte Situation und Zufriedenheit am Wohnort, Freizeitgestaltung inner- und außerhalb des Hauses, Nutzung, Einstellungen und Informationsverhalten gegenüber Büchern, Fernsehen, Radio, Theater,

Malerei und Musik. Außerdem wurden Kenntnisse und Interessen zu Belletristik, Spielfilmen, Schauspiel, Malerei, Klassischer Musik und Musiktheater sowie Rock- und Popmusik erhoben. (S. 79 f.)

Eine nachträgliche Gruppierung (mittels einer Clusteranalyse) der Teilnehmer brachte vier Teilpublika hervor: Das Kernpublikum (12,7 Prozent), die Gelegenheitsnutzer (31,2 Prozent), die Unterhaltungsorientierten (45,1 Prozent) und die Kulturfernen (11,1 Prozent). (S. 342 f.)

Diagramm 4, Segmentierung des Publikums nach Frank, Maletzke & Müller-Sachse

Was die Aktivitäten der Gruppen betrifft, liegen die Unterhaltungsorientierten nicht fern vom Kernpublikum: "Diese größte Publikumsgruppe unterscheidet sich von dem Kernpublikum kaum in ihrem allgemeinen Aktivitätsniveau, sondern im wesentlichen nur durch eine andere Konstellation bevorzugter

Tätigkeiten bzw. durch die darin zum Ausdruck gebrachten Lebensstilformen.“ (S. 351)

Im Bereich Musik fiel Frank, Maletzke & Müller-Sachse auf, daß die Interessen von E-Musik und U-Musik nicht wie erwartet die Gruppen trennen: “Personen, die kein Interesse an klassischer Musik haben, zeigen überdurchschnittlich oft auch keines an Rock- und Popmusik. Dagegen verfügen die Befragten, die sich als Liebhaber oder Kenner der E-Musik erweisen, in höherem Umfang über spezifische Kenntnisse auch im Bereich der Rock- und Popmusik. Das gleiche gilt auch in umgekehrter Richtung: Wer sich in besonderem Maße für Rock- und Popmusik interessiert, kennt sich überdurchschnittlich gut im Bereich der Klassik aus; wer hier kein Interesse zeigt, scheint dort noch weniger Interesse zu haben.“ (S.280 f.)

Die mediale Nutzung der Musikrichtungen (innerhalb der vergangenen sechs Monate) setzt sich aus 43,2 Prozent Hörern von Radioprogrammen mit klassischer Musik, 66,1 Prozent Rock- und Pophörern sowie 79,6 Prozent Unterhaltungsmusikhörern zusammen<sup>18</sup>. (S. 299)

In den öffentlich-rechtlichen Hörfunkprogrammen liegt der E-Musik-Anteil bei etwa 20 Prozent. Die Radios senden jedoch nicht nur industrielle CDs, sondern auch viele Eigenproduktionen, die mit ihren rund 1600 festangestellten Musikern entstanden. In den Anstalten der ARD berichten rund 100 E-Musik-Redakteure über Klassik, stellen Sendepläne zusammen und treten selbst als Produzenten auf. Der kulturelle Auftrag der öffentlich-rechtlichen Rundfunkanstalten fordert von den E-Musik-Redaktionen auch einen Beitrag zum Musikleben in Form von eigenen Aufnahmen, die sich für die Musikindustrie nicht lohnen würden.

---

<sup>18</sup> Mehrfachnennungen waren möglich, daher addieren sich die Prozentwerte nicht zu 100 Prozent.

Die Redaktionen befinden sich im Umbruch weg von einer Ausrichtung auf akademisch orientierte Fachredakteure hin zu kundenorientierten Dienstleistern.

Kulturjournalisten im allgemeinen wollen ihr Publikum unterhalten, wobei sie dabei nur an einen kleinen Teil der Bevölkerung denken. Ihr Selbstverständnis umfaßt, stärker als bei anderen Journalisten, einen pädagogischen Auftrag und die Vermittlung neuer Ideen. Musikredakteure müssen durch den Wettbewerb verstärkt dem Unterhaltungsaspekt Rechnung tragen.

Das "Kernpublikum" als auch die "Unterhaltungsorientierten" zeigen ein Interesse an Klassik. Beide Gruppen sind aktiv, stellen aber an klassische Musik unterschiedliche Anforderungen. Für das Kernpublikum steht die Musik auch intellektuell im Mittelpunkt, für die Unterhaltungsorientierten ist sie entspannende bzw. stimmungsregulierende Nebensache.

### **2.3 Wahrnehmung und Bewertung von Musik**

Wahrnehmung von Musik wirkt in zwei Richtungen. Persönliche Erfahrungen überlagern das Hörerlebnis, und das Hörerlebnis beeinflusst das Individuum: "Musik ist kein verzichtbarer Luxus, sondern existenziell notwendiger Bestandteil unseres Lebens. Sie spielt eine große Rolle für die Sozialisation und die Persönlichkeitsentwicklung des Menschen. Ihre Bedeutung liegt nicht zuletzt darin, daß sie den Menschen nicht nur geistig, sondern auch seelisch und körperlich anzusprechen vermag. Deshalb kann der aktive Umgang mit Musik zur Koordination und Integration kognitiver, affektiver und psychomotorischer Entwicklungsvorgänge beitragen und die geistige Reifung und Harmonisierung der Persönlichkeitsstruktur fördern." (Rauhe, 1986, S. 28)

Musik hören ist ebenso kreativ wie Musizieren. Das Hören setzt sich aus dem Ereignis, das der Musiker auf einer CD manifestiert und dem



vom Rezipienten Wahrgenommenen zusammen. "Musical listening (...) is and must be considered seriously by any artist as a creative act on the part of the participant" (McAdams, 1984, S. 318).

### 2.3.1 Professionalität

Das vom Hörer in die Musik Interpretierte, ist eine individuelle Dimension, deren Bewertung "Ansichtssache" ist. Die Qualität der Musik, in der Form, in der sie auf die CD gepreßt ist, ist hingegen bestimmt von der Leistung der Musiker – wie bei jedem Kunstwerk. Diese "Güte" ist separat vom Geschmack des Rezipienten zu betrachten. "Qualität kann allgemein als Eigenschaft oder Güte bzw. Wert übersetzt werden. In der Psychologie versteht man unter Qualität das meßbare ‚Wie‘ und ‚Was‘ im Gegensatz zur Quantität, während aus medienwissenschaftlicher Perspektive von einer Eigenschaft gesprochen werden kann, die bestimmten, aus Wertesystemen abgeleiteten Normen entspricht." (Breunig, 1999, S. 94 & S. 107) In seiner Conclusio reduziert er die Qualität auf die Dimensionen Publikumsakzeptanz und Professionalität.

Die Publikumsakzeptanz ist in dieser Studie soweit berücksichtigt, als daß Budget-CDs, die auf dem Markt etabliert sind und vom Publikum akzeptiert werden, sich dem Vergleich mit High-Price-Produkten stellen. Die Dimension Professionalität wird nun weiter differenziert.

Die formal betrachtete gestalterische Professionalität bezieht sich - im Gegensatz zur inhaltlichen Professionalität - generell auf das Handwerkliche, wobei im Fictionbereich ästhetisch-künstlerische Faktoren (z. B. Ton, Kamera, Beleuchtung, Regie, Schnitt), im Non-fiction-Bereich das Gebot der Verständlichkeit im Vordergrund stehen: Die Zuschauer haben nach anerkannten journalistischen Grundsätzen ein Recht auf gut aufbereitete und präsentierte Information. (Schatz und Schulz, 1992, S. 702 f.)

In die musikalische Ebene übersetzt bedeutet dies analog, daß auf einer CD die Aufnahmetechnik (Mikrofonierung, Raumeindruck, Schnitt) als ein Faktor für Professionalität steht. Der zweite Faktor betrifft die Inhalteanbieter; auf Tonträgern sind dies die Musiker. Der Hörer hat analog ein Recht darauf, daß die Instrumente gestimmt sind, sie handwerklich beherrscht werden.

Zur inhaltlichen Professionalität gehöre zuvorderst der Bereich der journalistischen Professionalität, der von Journalisten in Deutschland zum Beispiel die deskriptiven Qualitätskriterien Sachgerechtigkeit (Richtigkeit u. a.) und Unparteilichkeit (Ausgewogenheit, Fairness, Neutralität: Trennung von Nachricht und Kommentar) sowie ein gewisses Maß an analytischer Qualität (Ausleuchten von Hintergründen, Interpretation und Kommentierung von Fakten, Aufdeckung von Mißständen etc.) verlangt. (Schatz & Schulz, 1992, S. 701 f.)

Die Musiker, in einer vergleichbaren Kommunikatorsituation wie die Journalisten, sollten demnach bemüht sein um: (1) Die werkgetreue Wiedergabe einer Komposition und, was die analytische Qualität betrifft, (2) eine geistige Beschäftigung mit dem Werk, die in der individuellen Interpretation mündet.

Für Einzelsendungen im Fernsehen schlägt Breunig (1999) auf den unterschiedlichen Bewertungsebenen verschiedene Methoden vor, um Qualitätskriterien zu entwickeln. Um professionelle Standards zu etablieren, plädiert er für Expertenbefragungen der Programmacher – Journalisten, Redakteure und Produzenten - einen Kosten-Leistungsvergleich sowie Reichweitenmessungen. (S. 99)

Auf den Tonträgermarkt übertragen bedeutet dies, die Programmacher als Experten für E-Musik zu befragen. Dabei sind die Programmacher in der E-Musik (wie sicherlich auch im Fernsehen) zu differenzieren. Was im Fernsehen Journalisten, Sendungsproduzenten und Redakteure

sind, sind im Tonträgergeschäft Musiker, Tonmeister und E-Musik-Redakteure.

Die Kriterien für Professionalität lassen sich aber nicht nur aus der Perspektive der Kommunikationssituation ableiten, sie finden sich ebenso in der Ausbildung der Musiker wieder.

In der Musikpädagogik gibt es seit dem 19. Jahrhundert eine Trennung von Technik und Ausdruck (Gellrich, 1992). Etüden und "Spielstücke" werden separat geübt und gelehrt. Für eine Beurteilung von CD-Einspielungen bzw. von Musikern, die diese CD eingespielt haben, könnte das ein Ansatzpunkt sein, die Professionalität der Musiker zu bewerten: die Spieltechnik auf der einen, der Ausdruck, das Engagement auf der anderen Seite. Beide Dimensionen sind Zeichen für ein bestimmtes Ausmaß an Professionalität, die den Musikern in ihrer Ausbildung mitgegeben wurde. Beide Dimensionen haben sich im pädagogischen Alltag bewährt und können für die Beurteilung adaptiert werden.

### 2.3.2 Komposition und Interpretation

Die Dimensionen der Professionalität basieren auf der Interpretation durch die Musiker. Die Güte der Komposition zu bestimmen, liegt im Entscheidungsbereich anderer:

*"Die Frage, welches kompositorische Niveau von einem Werk erreicht werde, durfte - und darf - in seiner Reproduktion keine Rolle spielen, sie erscheint in dem Augenblick, da sich ein Interpret zur öffentlichen Realisation eines Werkes entschließt, bereits im voraus beantwortet."*  
(Danuser, 1997, S. 61)

Dem widerspricht die Praxis, daß oftmals nicht die Musiker, sondern die Produzenten der Tonträgerfirmen die Entscheidung für oder gegen ein bestimmtes Repertoire treffen. Sie orientieren sich, wie Gramatke

im Gespräch mit Söring (1998, 12. Dezember) schilderte, zunehmend am Markt und nicht am Musiker. Welche Musiker die Repertoire-Idee umsetzen, entscheiden neben der Industrie auch die Rundfunkanstalten und Konzertveranstalter. Für den Auftraggeber werden nicht nur wirtschaftliche Gründe ausschlaggebend sein, sondern vermehrt auch qualitative, wie Jenke (1986) anmerkt: "Es wird stärker darauf geachtet werden müssen, welche individuellen spieltechnischen und interpretatorischen Voraussetzungen vorhanden sein müssen, wenn Engagements vereinbart werden und Produktionen stattfinden" (S. 63).

### 2.3.3 Dimensionen der Beurteilung

Die Dimensionen, mit denen die Professionalität der Musiker auf CD-Aufnahmen beurteilt werden können, sind deren *Spieltechnik* und *Spielfreude*. Die Dimension, die den Eindruck der Musik auf den Rezipienten abbildet, ist das *subjektive Empfinden*.

Die *Spieltechnik* umfaßt den handwerklichen Umgang der Musiker mit ihren Instrumenten. Die Dimension läßt sich aus musikpädagogischer wie kommunikationswissenschaftlicher Sicht begründen. Die besten musikalischen Ideen können nicht umgesetzt werden, wenn die Fähigkeiten und Voraussetzungen dazu fehlen. Die mühelose Beherrschung der Instrumente gehört zur beruflichen Grundlage der Musiker. Musiker vermitteln in ihrem Beruf, wie auch Journalisten vermitteln. Für diese Vermittlung sind handwerkliche Voraussetzungen zu erfüllen, damit die Rezipienten die "Nachrichten" auch verstehen. Auch aus diesem Blickwinkel heraus sind spieltechnische Fähigkeiten die Grundlage jeder musikalischen Kommunikation.

Die *Spielfreude* baut auf der Spieltechnik auf. Sie füllt das Handwerkliche mit Ideen und haucht ihm "Geist" ein. Aus musikpädagogischer Sicht ist sie das Resultat, das der Musiker aus

Spieltechnik und Notentext schafft. Welche Schlüsse er aus dem Werk für seine Interpretation zieht, mit welchem persönlichen "involvement" er musiziert, steht im Zentrum dieser Dimension. Aus der kommunikationswissenschaftlichen Perspektive ist Spielfreude das, was als kreativer Umgang mit den handwerklichen Voraussetzungen gestaltet wird.

Das *subjektive Empfinden* ist die Dimension, die abbildet, was der Rezipient wahrnimmt. Sie ist eine Mischung aus persönlichen Voraussetzungen wie bestimmten Vorlieben oder Einstellungen und dem wahrgenommenen Stimulusmaterial.

#### 2.3.4 Die Wiedergabe von Musik

Neben der Komposition, den professionellen Aspekten der Musiker und dem wahrgenommenen Erlebnis, könnte die Wiedergabe von Tonträgern eine Rolle spielen. Die Qualität des Mediums selbst könnte einen Einfluß auf das Hörerlebnis haben. Inzwischen ist das Medium CD jedoch so weit entwickelt, daß bei Vergleichstests nicht nur Laien, sondern auch Experten kaum noch Unterschiede zwischen den neuen und allerneuesten technischen Entwicklungen hören.

Als 1982/83 von Sony und Philips die Compactdisc eingeführt wurde, war dies eine Revolution (BPW, 1999b, S.84). Der erste große Schritt der Digitalisierung war gemacht. Für den Hörer stellte sich schnell die Frage, was denn nun besser klänge, die digitale CD oder die analoge Langspielplatte. Behne & Barkowsky (1994) spielten 160 Versuchsteilnehmern identische Aufnahmen analog und digital vor. Für die meisten untersuchten Personen unterscheidet sich die Klangwiedergabe nicht hörbar.

In den späten 90ern lebt diese Diskussion wieder auf. Diesmal steht der inzwischen marktüblichen CD ein neuer digitaler Tonträger gegenüber, die DVD (Digital Versatile Disc). Statt der auf der Compactdisc üblichen

16 Bit Auflösung und einer Abtastrate von 44,1 kHz<sup>19</sup>, sind auf der DVD 24 Bit<sup>20</sup> bei 96kHz Abtastfrequenz möglich. Müller (1999, Mai) zieht für die Verbraucher den Schluß: “Wenn die Experten im direkten A/B-Vergleich größtenteils schon keinen Unterschied mehr hören, ist die Thematik für den Konsumenten wohl völlig irrelevant” (S. 162).

Viele Einflüsse wirken auf die “Daten”, die das Gehör dem Gehirn liefert. Die Musik wird beeinflusst von Erlebnissen, Erinnerungen, Prägungen, und Musik trägt zu neuen Erinnerungen und Prägungen bei. Für eine Beurteilung von Musik auf CDs ist es daher sinnvoll, die Dimension der subjektiven Wahrnehmung so weit wie möglich von den Dimensionen, die die Professionalität bei den Ausführenden beschreiben, zu trennen.

Die pädagogischen Konzepte in der Ausbildung der Musiker und die Qualitätsdebatte aus medienwissenschaftlicher Sicht sprechen für eine Unterteilung von Professionalität in Spieltechnik und Spielfreude. Die Arbeitsorganisation in der Musikindustrie erfordert einen Qualitätscheck durch mehrere Berufszweige. Neben den E-Musik-Redakteuren bieten sich Musiker und Tonmeister für eine Expertenbefragung an.

## 2.4. Fragestellung

Übergeordnet ist dieser Studie die Frage nach Unterschieden in den Preissegmenten Low-Price und High-Price. Beurteilt werden Hörbeispiele klassischer Orchester-Produktionen. Die Perspektive liegt in besonderem Maße auf den Kriterien für Professionalität der Musiker und berücksichtigt Werkauswahl und tontechnische Aspekte nicht.

---

<sup>19</sup> Das analoge Signal wird 44100 mal pro Sekunde abgetastet und ihm ein Wert auf einer 2 hoch 16 fachen (=65536 Stufen) Skala abgebildet.

<sup>20</sup> Entspricht 16777216 Stufen

Wie beurteilen die Experten insgesamt die Low- und High-Price-CDs hinsichtlich der professionellen Kriterien Spieltechnik und Spielfreude?

Wie unterscheiden sich die Expertengruppen - E-Musik-Redakteure, Musiker und Tonmeister - untereinander?

In welchem Zusammenhang stehen die Bewertungen des subjektiven Empfindens mit den beiden Dimensionen Spieltechnik und Spielfreude?

Haben die Einstellungen zum Musikmarkt einen Einfluß darauf, wie die Experten die Musikbeispiele subjektiv empfinden?

Welche Einflüsse gehen vom journalistischen Selbstverständnis und dem Publikumbild der E-Musik-Redakteure aus?

Beurteilen die Laien die Hörbeispiele in ihrem subjektiven Empfinden anders als die Experten?

### **3 Methode**

Um die Forschungsfragen zu beantworten, habe ich zunächst die Musikbeispiele für die Teilnehmer der Studie ausgewählt. Diesen Prozeß dokumentiert der erste Teil dieses Kapitels. Wie die Stichproben ermittelt wurden, zeigt der zweite Abschnitt. Der endgültige Fragebogen mit seinen Bewertungsskalen wird im dritten Teil vorgestellt. Pretest und Durchführung stehen am Ende des Kapitels.

#### **3.1 Stimulusmaterial**

Um lediglich die Musik als Stimulus zuzulassen, werden die Beispiele den Teilnehmern blind vorgespielt. Realisiert wird dies durch eine eigens gebrannte CD (CD-R), die die technische Qualität der Originale hat, auf der jedoch keine Orchester, Dirigenten oder Labelnamen aufgedruckt sind. Über die Werke informiert die Teilnehmer ein neues, eigens zusammengestelltes Booklet.

Diese CD-R setzt sich aus drei Musikbeispielpaaren zusammen. Sie sind entsprechend der Ausgangsfrage nach den Unterschieden zwischen niedrig- und hochpreisigen Aufnahmen zusammengestellt. Zwei Paare stellen die beiden Gruppen - Budget-CDs und hochpreisige CDs - gegenüber, das dritte Paar vergleicht zwei niedrigpreisige CDs.

Die Hörbeispiele sollten folgende Prämissen berücksichtigen:

- 1) Es sollen Paare von gleichen Kompositionen sein, um einen direkten Vergleich zwischen Budget- und High-Price-Produkten anstellen zu können.
- 2) Es sollten Aufnahmen neueren Datums sein, um auf einem tontechnisch vergleichbaren Entwicklungsstand zu sein. Für die Untersuchung wird daher ein Stichtag festgelegt, bei dem man davon ausgehen kann, daß die produktionstechnischen Rahmenbedingungen



vergleichbar sind. Die Aufnahmen sollten nach Möglichkeit nachdem 1. Januar 1995 entstanden sein. Ab Anfang der 90er Jahre kann man davon ausgehen, daß die Digitalisierung in der Produktion soweit fortgeschritten war, daß auch mit geringem finanziellen Aufwand qualitativ hochwertige Aufnahmen realisierbar waren. Die ökonomische Hürde, die früher nur großen Unternehmen Aufnahmen erlaubte, war spätestens zu diesem Zeitpunkt gefallen.

3) Die Beispiele sollten vergleichbar lang sein, um durch unterschiedliche Spielzeiten keine Einflüsse auf die Untersuchungsergebnisse zu bekommen.

4) Live-Aufnahmen werden nicht berücksichtigt, da sie die Ergebnisse womöglich verfälschen. Zu denken ist hierbei beispielsweise an Geräusche aus dem Publikum. Glaubensrichtungen der E-Musik-Redakteure, analog zu Glenn Gould und Sergiu Celibedache, können hier aufeinanderprallen. Die Fraktion der Studio-Verfechter stieß dann auf die Gruppe der überzeugten live-Fans.

5) Die ausgewählten Stücke sollten keine zu provokativen Kompositionen sein, um die Teilnehmer, die freiwillig an der Studie teilnehmen, nicht zu verschrecken und damit die Rücklaufquote zu verschlechtern. Atonale Musik oder Werke aus der zweiten Hälfte des 20. Jahrhunderts scheiden daher aus.

6) Schließlich sollte der Zeitaufwand für den gesamten Fragebogen inklusive der Musikbeispiele deutlich unter einer Stunde liegen, um die Quote der Abbrecher möglichst gering zu halten.

Am Ende des Auswahlprozesses gelangten drei Vergleichspaare auf die Hörbeispiel-CD:

Zwei Gegenüberstellungen einer Budget-Produktion mit einer High-Price-Produktion und ein Vergleich zwischen zwei Budget Produktionen.

Für die CDs werden zunächst Budget-Labels festgelegt. Die beiden größten Anbieter dieses Sektors, deren Repertoirepolitik auf Neueinspielungen aufbaut: Naxos International und die zur BMG gehörende Münchner Arte Nova GmbH.

Die erste Stufe der Auswahl der CDs geht zunächst von den Budget-Produktionen aus. Dabei ist das Veröffentlichungsdatum ein Kriterium. Es sollte zwischen Oktober und Dezember 1997 liegen. Dieses Zeitfenster liegt vor der Weihnachtszeit, deshalb ist mit vielen Neuveröffentlichungen zu rechnen, außerdem ist die Wahrscheinlichkeit hoch, Aufnahmedaten nach Januar 1995 zu finden. Da die beiden Labels Arte Nova und Naxos unterschiedliche Strategien in ihrer Öffentlichkeitsarbeit haben, kommt in der Praxis folgendes Auswahlssystem zum Tragen:

Bei Arte Nova sind die Pressemitteilungen der Monate Oktober bis Dezember 1997 ausschlaggebend.

Naxos versendet keine Pressemitteilungen. Daher wird auf die Veröffentlichungsliste des FonoForums (1997, Dezember, S. 106 f.) zurückgegriffen. Für die Veröffentlichungen von Arte Nova kommt wiederum dieses Verfahren nicht in Betracht: Die Neuveröffentlichungen dieses Labels sind generell nicht in diesen Listen verzeichnet.

In die nähere Auswahl kommen aus diesem Material CDs mit Orchesterwerken ohne Soloinstrument.

In der zweiten Stufe werden mit dieser Liste Vergleichs-CDs aus den Bielefelder Katalogen gesucht. Dabei sollte die Vergleichs-CD im Katalog 2/1997 verzeichnet sein, im Katalog 1/1995 dagegen nicht. Damit wird eine gewisse Aktualität der Aufnahmen erreicht. Die vergleichsweise große Auswahl an CDs aus dem ersten Ausleseprozeß wird nach dem zweiten deutlich reduziert. Besonders problematisch erweisen sich die zahlreichen Wiederveröffentlichungen, die mit der Bielefelder-Methode nicht

herausgefiltert werden können. Anrufe bei den Plattenfirmen ergaben, daß die Aufnahmedaten oft nicht gespeichert sind. Sie stehen nur auf der CD selbst, aber diese ist nur nach Bestellung einzusehen. Die Recherchen haben sich dann auf die großen Klassik-Label konzentriert: Deutsche Grammophon, BMG und Sony. Nachdem Sony das einzige Label ist, das vergleichbare Produktionen zu Arte Nova und Naxos im Katalog anbietet, wird im Hörtest ausschließlich auf Sony-CDs zurückgegriffen. Eine Konfundierung durch Unterschiede zwischen einzelnen High-Price-Labeln kann somit ausgeschlossen werden.

Für den Vergleich zwischen den beiden Budget-Gruppen war es schwierig, Einstellungen zu finden, da beide auf derselben Repertoirepolitik aufbauen. Da Naxos aber bereits zehn Jahre existiert, Arte Nova hingegen erst drei, sind viele Aufnahmen von Naxos zu alt, um sie in dieser Studie mit den aktuellen Arte Nova-Produkten zu vergleichen.

Nach diesen zahlreichen Filtervorgaben sind folgende Produktionen in den Hörtest einbezogen:

- a) Franz Schubert, Symphonie No. 7, "Unvollendete", D 759,  
Ausschnitt aus Allegro moderato  
von Arte Nova, Bruckner Orchestra Linz unter der Leitung von Martin Sieghart  
von Sony, Anima Eterna Symphony Orchestra unter der Leitung von Jos van Immerseel.
  
- b) Sergey Prokofiev, Symphonie No. 1, "Klassische", opus 25, Larghetto  
von Naxos, National Symphony Orchestra of Ukraine unter der  
Leitung von Theodore Kuchar  
von Sony, London Symphony Orchestra unter der Leitung von Michael Tilson Thomas

c) Ludwig van Beethoven, Symphonie No. 6, "Pastorale", opus 68, Ausschnitt aus Lustiges Zusammensein der Landleute, Allegro von Naxos, Nicolaus Esterházy Sinfonia unter der Leitung von Béla Drahos von Arte Nova, Tonhalle-Orchester Zürich unter der Leitung von David Zinman.

In einem strukturierten Auswahlverfahren stehen sich auf der Hörbeispiel-CD-R drei Werke in jeweils zwei Einspielungen gegenüber. CDs von den Budget-Labeln Arte Nova und Naxos werden mit jeweils einer Sony-Produktion verglichen. Außerdem stellt eine Komposition die Produktionen von Arte Nova und von Naxos gegenüber.

### 3.2 Stichproben

Die CD-R mit Musikbeispielen wird an die Expertengruppen und an die Gruppe der musikalischen Laien geschickt. Wie sich diese Gruppen im einzelnen zusammensetzen zeigt der folgende Abschnitt.

In der Hauptuntersuchungsgruppe, den E-Musik-Redakteuren, werden formale Auswahlkriterien angelegt. Die drei übrigen Kontrollgruppen - Tonmeister, Musiker und Laien - werden aus forschungsökonomischen Gründen einfacher rekrutiert.

Die Auswahlkriterien für E-Musik-Redakteure sind

- a) Festanstellung als Redakteur bei einem Rundfunkanbieter und
- b) Beschäftigung bei einem Rundfunkanbieter, der in dem betreffenden Programm mindestens zwei Drittel E-Musik sendet.

Ausschlaggebend sind für die öffentlich-rechtlichen Anstalten die im ARD-Jahrbuch '97 angegebenen Anteile (S. 343 ff.). Folgende öffentlich-rechtliche Programme senden demnach überwiegend E-Musik:

- a) der Bayerische Rundfunk mit Bayern 4,
- b) der Hessische Rundfunk mit hr 2,
- c) der Norddeutsche Rundfunk mit NDR 3 (heute Radio 3),

- d) der Saarländische Rundfunk mit SR 2 und
- e) der Westdeutsche Rundfunk mit WDR 3.

Von den privat-rechtlichen Radios kommt als Spartensender einzig  
f) das Klassik-Radio  
in die Auswahl.

Im Pretest gaben alle Beteiligten an, es habe ihnen viel Spaß gemacht, die Hörbeispiele zu beurteilen. Oftmals nannten sie aus freien Stücken andere Experten, die gerne daran teilnehmen würden. Guten Gewissens verwende ich diese Referenzen, um Teilnehmer für die Hauptbefragung zu rekrutieren.

Für die Gruppe der Tonmeister ist exemplarisch das System beschrieben, das auch für die beiden weiteren Kontrollgruppen der Musiker und der Laien angewandt wurde. Die Grundlage bildet das Schneeballprinzip: Jeder Untersuchungsteilnehmer wird gebeten, einen weiteren Tonmeister zu vermitteln. Der Nachteil der Schneeballmethode, daß die gesamte Stichprobe von einem einzigen, nämlich dem Ersten, gesteuert wird, sollte entschärft werden; mehrere Linien laufen deshalb parallel. Den Anfang bilden Empfehlungen auch der anderen Gruppen bzw. Nennungen aus dem Pretest. Beispielsweise werden die Redakteure im telefonischen Vorgespräch am Ende gefragt, ob sie Musiker, Tonmeister oder Laien kennen, bei denen sie sich vorstellen könnten, daß diese bei dem Hörtest mitmachen.

Die Rekrutierung der Musiker erfolgt analog zur Rekrutierung der Tonmeister.

Die Rekrutierung der Laien erfolgt analog zur Rekrutierung der Tonmeister.

Die E-Musik-Redakteure dieser Untersuchung sind festangestellt und arbeiten für ein Musikprogramm, das mindestens zwei Drittel E-Musik sendet.

Tonmeister, Musiker und Laien werden nach dem Schneeballprinzip ausgewählt.

### 3.3 Durchführung

Die vier ausgewählten Untersuchungsgruppen bekommen mit der CD-R einen Fragebogen zum Selbstauffüllen. Schriftliche Befragungen haben sich als besonders kostengünstig erwiesen und sind besonders für homogene Gruppen geeignet (J. Bortz & N. Döring, 1995, S. 231). Die Gruppen werden gebeten, die selben Musikbeispiele zu beurteilen. Die Fragebögen basieren auf einem Rumpffragebogen, der dann zielgruppenspezifisch erweitert wird.

#### 3.3.1. organisatorischer Ablauf

Der Fragebogen wird den Befragten zusammen mit der CD nach einem Telefonat zugesandt. In dem Telefonat werden die Befragten auf den Fragebogen hingewiesen und motiviert, circa eine dreiviertel Stunde für die Beispiele und Fragen aufzuwenden. In diesem Vorgespräch beantworte ich offene Fragen im Vorfeld.

Zusammen mit dem gehefteten Fragebogen und der CD-R mit Hörbeispielen, liegen in den Sendungen an die Untersuchungsteilnehmer noch ein Adreßaufkleber für die Rücksendung und das Porto in Form von drei Eine-Mark-Briefmarken für die Rücksendung. Wieken (1974) belegt die Notwendigkeit des Rückportos und seine Auswirkungen auf den Rücklauf. Dabei erbringt "eine einfache Freistemplung...wesentlich weniger als die Freimachung mit einer normalen Briefmarke." (S. 152).

#### 3.3.2 Fragebögen

Die Gliederung des Fragebogens sieht zunächst die Beurteilung der Musikbeispiele vor, dann folgt der Fragenkomplex, der sich auf den

Musikmarkt, das journalistische Selbstverständnis und das Publikumbild der Musikredakteure bezieht. Ein soziodemographischer Teil schließt den Fragebogen ab. Die Anschreiben finden sich zusammen mit den Fragebögen im Anhang. Diesem zusammengehefteten Teil wird ein kurzer handschriftlicher Brief beigelegt.

### 3.3.2.1 Anschreiben

Die persönliche Anrede, ein Antwortappell und der Hinweis auf den Rücklauftermin sind im handschriftlichen Brief erwähnt. In diesem Brief nehme ich auf das Telefonat Bezug, weise nochmals auf meine Erreichbarkeit bei Rückfragen hin und bedanke mich für die versprochene Mitarbeit.

Das einseitige, angeheftete Anschreiben mit anonymer Ansprache ("Sehr geehrte Damen und Herren,"), unterschreibe ich handschriftlich. Die Studie wird kurz vorgestellt und der Fragebogen und die beiliegende CD erläutert. Neben einem Hinweis auf den Zeitaufwand, sind die Gruppen auf ihre Funktion hin angesprochen und es wird betont, wie wichtig diese jeweilige Gruppe für die Untersuchung ist. Damit habe ich den von Richter (1970) empfohlenen Aufbau eines Begleitschreibens aufgegriffen. (S. 148 f.)

Meine Anschrift und Telefonnummer für Rückfragen stehen nochmals im handschriftlichen Brief. Ich erkläre außerdem den Verwendungszweck, gebe eine Anleitung zum Ausfüllen, sichere Anonymität zu und gebe den voraussichtlichen Zeitrahmen bekannt.

Diese Zweiteilung in handschriftlichen und anonymen, angehefteten Brief bietet sich an, da ich so eine Brücke zwischen dem persönlichen Gespräch am Telefon und dem anonym gehaltenen Fragebogen gespannt wird.

### 3.3.2.2 Beurteilung der Musikstücke

Die Beurteilung ist in drei Dimensionen unterteilt, in *Spieltechnik*, im Sinne von Instrumentenbeherrschung und Zusammenspiel, *Überzeugungskraft*, d. h. wie packend spielt das Orchester, wie überzeugend setzt es die Ideen des Dirigenten um, wie nah - im emotionalen Sinne - wird die Musik dem Hörer vermittelt, wie musikalisch ist die Aufnahme und in *Interpretation* in ihrer Anlage, ihrem Anspruch aus dem subjektiven Blickwinkel der Befragten. Die drei Dimensionen werden in sechsstufigen Skalen abgefragt, wobei jeweils "eins" für die geringste und "sechs" für die stärkste Ausprägung stehen. Darüber hinaus werden die Befragten gebeten, ihre Urteile stichpunktartig zu begründen.

Die Dimensionen grenzen persönliches Gefallen an der Interpretation von Kriterien, die sich auf die Professionalität der Musiker beziehen, ab. Diese professionellen Kriterien sind nochmals unterteilt in eine spieltechnische Komponente und in eine Komponente, die die Spielfreude der Musiker, ihr "involvement" abbildet. Mir kommt es bei der Formulierung auf eine größtmögliche Verständlichkeit einer komplexen und schwer greifbaren Dimension an. Die wortwörtliche Ausarbeitung entstand deshalb im Vorfeld in mehreren Gesprächen mit Musikern und Musikjournalisten, die aus der späteren Stichprobe ausgeschlossen werden. Zusätzlich schließt sich eine offene Antwortmöglichkeit an.

Für die Gruppe der Laien sind die Beurteilungsskalen leicht verändert. Auf die Dimension Spieltechnik wird verzichtet, da zu erwarten ist, daß musikalische Laien mit der Beurteilung überfordert wären. Die Dimension Interpretation im Sinne von subjektivem Gefallen wird umformuliert: Wie würden Sie *vom Gefühl* her diese spezielle Aufnahme insgesamt bewerten? Zusätzlich wird nach dem Gefallen dieser Art von Musik gefragt.



### 3.3.2.3 Musikmarkt, journalistisches Selbstverständnis und Publikumsbild

Die Statements zum Musikmarkt entwickelte ich aus den vorhandenen Dimensionen im Vorfeld in enger Abstimmung mit Musikredakteuren und Musikern. Insgesamt wurden 17 Statements ausgearbeitet<sup>21</sup>, die den Redakteuren vorgelegt werden. Tonmeister, Musiker und Laien haben in ihren Fragebögen eine spezifische Auswahl dieser Aussagen. Die Zustimmung erfolgt mit einer sechsfach-gestufteten Skala, wobei die erste Ausprägung für "stimme überhaupt nicht zu" und die sechste für "stimme voll und ganz zu" steht. Die Laien haben in ihrem Fragebogen zusätzlich eine siebte Möglichkeit: "Ich kann oder will keine Angabe machen".

Der Fragebogen für die Redakteure besteht zusätzlich noch aus zwei weiteren Fragekomplexen. Der erste hat das Publikumsbild im Fokus und fragt die Redakteure, welche Eigenschaften sie bei ihrem Publikum vermuten. Der zweite Komplex bezieht sich auf ihr journalistisches Selbstverständnis. Grundlage für beide sind die Journalistenbefragungen von Schneider, Schönbach & Stürzebecher (1994). Einige Eigenschaften daraus sind gestrichen, wie "sensationshungrig" (S. 214), und durch andere, speziell auf Musikredakteure zugeschnittene, ersetzt - beispielsweise "elitär" oder "musikalisch". Im einzelnen werden für das Publikumsbild folgende Eigenschaften zur Bewertung vorgelegt: aufgeschlossen, oberflächlich, gleichgültig, konservativ, elitär, kritisch, stur, gut informiert, gebildet, musikalisch, eher älter, avantgardistisch, leicht beeinflussbar, tolerant, engagiert, eher jünger, konsumorientiert, verunsichert, selbstbewußt und engstirnig.

---

<sup>21</sup> In toto ersichtlich im Anhang B, Fragebögen für E-Musik-Redakteure

Im Block "journalistisches Selbstverständnis" ist aus "Politiker mit anderen Mitteln" bei Schneider, Schönbach & Stürzebecher (S. 209) "Musiker mit anderen Mitteln" im Fragebogen der E-Musik-Redakteure geworden. Während in der Journalistenbefragung nur nach Zustimmung bzw. Ablehnung gefragt wurde, behalte ich die sechsstufigen Skalen bei. Erstens sind dann im gesamten Fragebogen gleichartige Skalen, versehentliches "Mißverstehen" kann also minimiert werden, zweitens lassen sich die Daten einfach auf dichotomes Niveau reduzieren, so daß dennoch eine Vergleichbarkeit gewährleistet ist. Im einzelnen wurden folgende Begriffe vorgegeben:

"Vermittler neuer Ideen", "neutraler Berichterstatter", "Kritiker an Mißständen", "jemand, der die Leute unterhalten sollte", "jemand, der Leuten hilft, sie berät", "Förderer der Kultur", "jemand, der Traditionen bewahrt", "Musiker mit anderen Mitteln", "jemand, der immer auf der Suche nach neuen musikalischen Strömungen ist" und "Pädagoge, Erzieher".

Der Fragebogen ist für alle Teilnehmer dreigeteilt. Im ersten Teil befinden sich die Bewertungsskalen für die Hörbeispiele, im zweiten Einschätzungen zum Musikmarkt und der dritte Teil beschäftigt sich mit der Soziodemographie. Für die E-Musik-Redakteure wird der Mittelteil noch um die Fragekomplexe Publikumbild und berufliches Selbstverständnis erweitert.

### **3.4 Pretest**

Der Pretest findet mit insgesamt zehn Personen aus allen Untersuchungsgruppen statt und zeigt vor allem eines: Es muß bei der Haupterhebung mit großen Zeitspannen für die Rücksendung und mit mehreren Nachfaßaktionen gerechnet werden. In den Fragebögen selbst werden wenige Formulierungen geändert, um die Verständlichkeit zu verbessern.

### 3.5 Hauptbefragung

Die telefonischen Vorgespräche finden über sechs Wochen gestaffelt statt. Der Versand der Fragebögen erfolgt in der Regel am gleichen Tag. Der relativ lange Zeitraum ist darauf zurückzuführen, daß nicht alle Teilnehmer sofort zu erreichen sind (wegen Urlaub, Krankheit oder Arbeitsstreß).

Die Zeitspanne zwischen der Aussendung der Fragebögen und dem Rücklauf variiert zwischen drei Tagen und acht Wochen. Am Ende hatten 59 Teilnehmer einen ausgefüllten Fragebogen zurückgeschickt: 15 Redakteure, elf Tonmeister, 19 Musiker und 14 Laien.

## **4 Ergebnisse**

In diesem Kapitel werden zu Beginn die vier Stichproben der Untersuchung beschrieben. In den weiteren Abschnitten sind die Ergebnisse der Expertenbefragung dargestellt. Die Gliederung orientiert sich an den in Kapitel 2.4 zusammengestellten Forschungsfragen und beginnt mit der Gegenüberstellung von Low- und High-Price-CDs nach professionellen Kriterien. Anschließend werden diese Kriterien mit dem subjektiven Empfinden der Experten verglichen. Danach folgen zwei Abschnitte über mögliche Einflußgrößen aus dem Blickwinkel des Musikmarktes und aus der beruflichen Situation der E-Musik-Redakteure. Ein Vergleich zu den Angaben der Laien schließt das Kapitel ab.

### **4.1 Beschreibung der Stichproben**

Um einen ersten Überblick über die Teilnehmer der Untersuchung zu bekommen, werden die Gruppen E-Musik-Redakteure, Tonmeister, Musiker und Laien nach soziodemographischen Gesichtspunkten wie Geschlecht und Alter beschrieben. Im weiteren Profil werden die Spezifika der einzelnen Subgruppen vorgestellt.

#### **4.1.1 Struktur aller Untersuchungsteilnehmer**

Unter den 58 Teilnehmern der Befragung waren 38 Männer und 18 Frauen (zweimal keine Angabe). Ein ähnliches Bild hat sich auch bei den Telefonaten mit den Redaktionen ergeben: Es arbeiten erheblich mehr E-Musik-Redakteure als -Redakteurinnen in den Landesrundfunkanstalten, gleiches gilt für die Tonmeister. Ein Blick in die Berufsorchester zeichnet ein ähnliches Bild. Frauen muß man auf der Bühne immer noch suchen, auch wenn die Zeit der reinen "Männervereine" langsam vorbei ist.

Tabelle 1, Verteilung der Geschlechter in der Stichprobe

Häufig- keiten	Redakteure	Tonmeister	Musiker	Laien	Summen
männlich	13	7	12	7	39
weiblich	2	2	7	7	18
gesamt	15	11	19	14	59 <sup>22</sup>

Das Durchschnittsalter differenziert die vier Subgruppen klar. Die Rangfolge führen die E-Musik-Redakteure als älteste Gruppe an, gefolgt von den Tonmeistern, Musikern und Laien. Auffällig ist in der Gruppe der Musiker die Distanz zwischen ältestem und jüngsten Teilnehmer, die mit 40 Jahren zirka doppelt so lang ist, wie in den Vergleichsgruppen:

<sup>22</sup> Zwei der Teilnehmer in der Gruppe Tonmeister gaben ihr Geschlecht nicht an, so daß in der Gesamtsumme 59 statt der errechneten 57 Teilnehmer erscheinen.

Tabelle 2, Alter der Teilnehmer

Alter in Jahren	Redakteure	Tonmeister	Musiker	Laien	Gesamt
Durchschnitt	48	40	38	31	39
Jüngster	38	32	25	25	25
Ältester	59	57	65	41	65

Im Fragebogen gaben die Befragten ihren Geburtsjahrgang an. Das Alter in Jahren wird in Bezug auf 1999 ermittelt<sup>23</sup>. In den Profilen der nun beschriebenen vier Gruppen (E-Musik-Redakteure, Tonmeister, Musiker und Laien) wird vor allem auf Alter, Ausbildung, Berufserfahrung und Bezug zur Musik eingegangen.

#### 4.1.2 Profil der Redakteure

Die befragten E-Musik-Redakteure sind im Schnitt bereits 17 Jahre in ihrem Beruf tätig. Ihr musikalischer Ausbildungsweg beginnt gewöhnlich mit Musikunterricht während der Schulzeit. Typischerweise schließt sich ein musikwissenschaftliches Studium an. 12 von 15 Befragten geben dies an. Acht Redakteure, also gut die Hälfte, haben an einer Musikhochschule eine musikalische Ausbildung bekommen. Schul- oder Diplommusiker sind unter den Musikredakteuren eher selten zu finden. Lediglich zwei bzw. drei geben dies als ihre musikalische Ausbildung an.

<sup>23</sup> Errechnete Jahrgänge mit Nachkommastellen werden für das Durchschnittsalter mit der Genauigkeit einer Nachkommastelle gerundet.

Journalistisch haben sich sechs Untersuchungsteilnehmer mit einem Volontariat auf ihren Beruf vorbereitet. Einer besuchte eine Journalistenschule. Das Gros (14 von 15) gibt vor allem Praxiserfahrung als journalistische Ausbildung an.

Gut die Hälfte (8) der E-Musik-Redakteure gibt ein musikalisches Spezialgebiet an. Die Bandbreite erstreckt sich von *Neuer Musik* über *Musik anderer Kulturen, Oper, spätes 19., frühes 20. Jahrhundert* bis zur *Alten Musik*.

Immerhin 60 Prozent der jetzigen Redakteure haben einmal als Musiker gearbeitet oder tun dies immer noch. 16 Jahre lang war ihre durchschnittliche Karriere als Musiker, wobei drei Befragte angeben, 30 Jahre lang als Musiker gearbeitet zu haben.

#### 4.1.3 Profil der Tonmeister

Von den elf teilnehmenden Tonmeistern machen zwei keine Angaben zu ihrer Person. Die verbliebenen neun sind im Durchschnitt bereits zwölf Jahre in ihrem Beruf tätig, Dreiviertel von ihnen bis zu zehn Jahren. Ein Tonmeister arbeitet bereits 28 Jahre in seinem Beruf.

Ihre musikalische Ausbildung bekamen die Tonmeister während ihres Fachstudiums, wie fünf Befragte angeben. Vier haben an einer Musikhochschule studiert, für drei war Musikunterricht während der Schulzeit ausschlaggebend. Jeweils ein Befragter gibt an Diplommusiker, staatlich geprüfter Lehrer für Gehörbildung, Musiktheorie und Klavier bzw. Schulmusiker zu sein. Unter den Tonmeister ist ein musikalischer Autodidakt.

Ihre Fachausbildung haben fünf Befragte im Rahmen ihres Tonmeisterstudiums, zwei geben Praxiserfahrung an. In der Expertengruppe sind außerdem je ein Toningenieur, Abgänger der Schule für Rundfunktechnik und STC Dublin-Absolvent.

Vier der Befragten geben an, auch als Musiker gearbeitet zu haben. Im Schnitt zwölf Jahre lang machen bzw. machten sie selbst Musik. Ebenso viele geben ein musikalisches Spezialgebiet an: *Kirchenmusik, Klassik, Klassik außer Oper* sowie *Rock/Pop/Jazz*.

#### 4.1.4 Profil der Musiker

Die Musiker sind ähnlich lange im Geschäft wie die E-Musik-Redakteure, durchschnittlich 17 Jahre. Die Spanne reicht vom Berufsanfänger mit drei Jahren bis zum 50. Bühnenjubiläum.

Der Ausbildungsweg bei Musikern: Von den 19 teilnehmenden Musikern geben 13 an, an einer Musikhochschule studiert zu haben, acht haben einen Abschluß als Diplom-Musiker. Musikunterricht während der Schulzeit befinden acht als wesentlich für ihre musikalische Ausbildung.

Die Frage nach dem "musikalisches Spezialgebiet" wird unterschiedlich beantwortet. Die einen verstehen sie als Frage nach dem Instrument, andere interpretieren sie als Stilaussage. Insgesamt machten zwölf Untersuchungsteilnehmer eine Angabe. Zehn geben ihre Instrumente an, sechs ihre Stile (Mehrfachnennungen waren möglich). *Gesang, Klarinette, Orgel, Violoncello, historische Instrumente* und (fünfmal) *Klavier* sind die Nennungen im einzelnen. Stilistisch spannt sich das Spektrum von (zweimal) *Kirchenmusik* über (zweimal) *Liedbegleitung, Barock & Frühromantik* bis zur *Kammermusik*.

#### 4.1.5 Profil der Laien

14 "musikalische Laien" schicken den Fragebogen zurück. Zehn von ihnen besuchten zuletzt die Universität oder eine Fachhochschule. Vier geben an, eine andere Bildungseinrichtung zuletzt durchlaufen zu haben. (Fortbildungsakademie, Schauspielschule, Berufsfachschulen).



Sechs der Untersuchungsteilnehmer hatte nie Musikunterricht auf einem Instrument. Die übrigen acht lernten ein Instrument zwischen zwei und 13 Jahren; im Mittel hatte jeder, der überhaupt ein Instrument lernte, 6 Jahre Unterricht.

Auf die Frage "Wie oft hören Sie CDs mit klassischer Musik oder Klassik im Radio?" gibt nur ein Befragter "Täglich mindestens eine Stunde" an. Drei Untersuchungsteilnehmer hören weniger als eine Stunde im Monat Klassik. Der große Rest gibt zwischen einer Stunde in der Woche und einer im Monat an.

Ein Teilnehmer besuchte noch nie ein klassisches Konzert. Für die Hälfte ist der vergangene Konzertbesuch länger als ein Jahr her. Ein halbes Dutzend gibt an, innerhalb der vergangenen sechs Monate im Konzert gewesen zu sein.

85 Prozent der Befragten haben bis zu 20 CDs mit klassischer Musik im Regal stehen. Einer gibt an bis zu 50, ein anderer mehr als 500 Klassik-CDs zu besitzen.

#### **4.2 Spieltechnik und Spielfreude bei Low- und High-Price-CDs im Vergleich**

Wie haben die Teilnehmer der Studie die unterschiedlichen Preissegmente bewertet? Um einen Überblick zu bekommen, sind die drei Expertengruppen – E-Musik-Redakteure, Tonmeister und Musiker – zusammengefaßt. Ihre Beurteilungen der professionellen Kriterien Spieltechnik und Spielfreude sind für beide Preissegmente angeführt. Sie basieren auf den Bewertungsskalen, die ihre schwächste Ausprägung bei eins und ihre stärkste Ausprägung bei sechs haben.

Tabelle 3, Low- und High-Price-CDs im Vergleich

Durchschnittliche Bewertungen	Low-Price <sup>24</sup>	High-Price
Spieltechnik (N=43) <sup>25</sup>	4,51	3,97
Spielfreude (N=43)	4,06	3,98

Die Annahme, daß Low-Price-CDs automatisch auch Low-Quality sind, läßt sich auf den ersten Blick nicht bestätigen. Was die Spieltechnik betrifft, scheint es sogar so zu sein, daß die Low-Price-CDs den High-Price-CDs überlegen sind. Die Experten bewerten Zusammenspiel der Musiker, Intonation und Instrumentenbeherrschung der Low-Price-CDs signifikant besser.

Die Spielfreude wird von den Experten in beiden Segmenten ähnlich eingestuft. Tendentiell werden auch unter diesem Blickwinkel die Low-Price-CDs bevorzugt.

Innerhalb des Niedrigpreissegments wird die Spieltechnik deutlich besser als die Spielfreude bewertet. Im oberen Preissegment halten sich Spieltechnik und Spielfreude die Waage.

Vielleicht haben die Budget-Label für ihre Produktionen Orchester verpflichtet, die bereits den überaus hohen Standards der Hochschulen hinsichtlich der Spieltechnik entsprechen. Was diesen Orchestern und ihren Musiker jedenfalls nicht gelingt, ist, den Vorsprung in der

<sup>24</sup> Im Segment Low-Price unterscheiden sich die Dimensionen Spieltechnik und Spielfreude signifikant ( $t=4,643$ ;  $df=42$ ;  $p=0,000$ )

<sup>25</sup> In der Dimension Spieltechnik unterscheiden sich die Low- und High-Price-Produkte signifikant ( $t=3,308$ ;  $df=42$ ;  $p=0,002$ )

Spieltechnik auch in Spielfreude umzusetzen. Die Orchester der Low-Price-CDs sind nicht mehr, aber auch nicht weniger engagiert bei der Arbeit als die Orchester der High-Price-Beispiele.

Eine Differenzierung der Experten zeigt, daß diese Bewertungen mit einer Ausnahme auch innerhalb der Berufsgruppen gelten.

Tabelle 4, Spieltechnik und Spielfreude in den Berufsgruppen

Durchschnittliche Bewertung	Spieltechnik der Low-Price-CDs	Spieltechnik der High-Price-CDs	Spielfreude der Low-Price-CDs	Spielfreude der High-Price-CDs
Redakteure (N=15)	4,63	3,97	4,25	4,00
Tonmeister (N=10)	4,23	3,95	3,73	4,40
Musiker (N=18)	4,56	3,97	4,10	3,72
Insgesamt (N=43)	4,51	3,97	4,06	3,98

Die E-Musik-Redakteure beurteilen in beiden Dimensionen – Spieltechnik und Spielfreude – die Low-Price-Beispiele besser als die High-Price-Beispiele. Besonders positiv fällt dabei die Spieltechnik der Budget-CDs auf. Das Bild aller Experten (vgl. Kapitel 4.2) gilt im High-Price-Segment auch für die E-Musik-Redakteure: Beide Dimensionen werden niedrig, aber vergleichbar bewertet.

Die Berufsgruppe der Tonmeister bevorzugt unter dem Aspekt der Spieltechnik ebenfalls die Low-Price-CDs. Der Abstand zwischen beiden Segmenten ist bei ihnen weniger ausgeprägt – er halbiert sich gegenüber der Berufsgruppe der E-Musik-Redakteure. Das Urteil der Tonmeister in der Dimension Spielfreude ist gänzlich umgekehrt. Keine andere Gruppe beurteilt die Spielfreude der Budget-CDs so niedrig – keine andere Gruppe bewertet die der High-Price-CDs so hoch.

Die Musiker lehnen sich in ihren Bewertungen an die Verhältnisse der E-Musik-Redakteure an: Die Spieltechnik wird von ihnen in beiden Preisgruppen besser als die Spielfreude bewertet. Die Low-Price-CDs

liegen mit beiden Bewertungen noch über den High-Price-Bewertungen. Keine andere Berufsgruppe war mit der Spielfreude der High-Price-Orchester so unzufrieden – ein deutliches Unterscheidungsmerkmal zu den Tonmeistern.

Möglicherweise erklärt der berufliche Blickwinkel die Einschätzung der Musiker. Sie beurteilen das Engagement ihrer Kollegen kritischer als die anderen Experten.

Ein kleiner Exkurs in die Hörbeispiele soll zeigen, wo die unterschiedlichen Bewertungen der Tonmeister und Musiker entstehen. Bei den Tonmeistern ist das überaus positive Abschneiden der Spielfreude auf das Orchester mit historischer Aufführungspraxis<sup>26</sup> zurückzuführen. Bei den Musikern hingegen wird das London Symphony Orchestra<sup>27</sup> besonders kritisch bewertet. Möglicherweise haben sich die Musiker am “Sound” des etablierten Orchesters sattgehört, bewerten deshalb dieses Orchester so schlecht.

Zusammenfassend zeigen die Ergebnisse der Experten, daß die Low-Price-CDs unter dem Blickwinkel der Spieltechnik von E-Musik-Redakteuren, Tonmeistern und Musikern signifikant besser bewertet als die des oberen Preissegments. Was die Spielfreude betrifft, durchbrechen lediglich die Tonmeister dieses Schema: Ihnen gefällt das “involvement” der High-Price-Orchester ausgesprochen gut. Die anderen beiden Berufsgruppen ziehen unter professionellen Gesichtspunkten ebenfalls die Low-Price-CDs vor.

---

<sup>26</sup> Hörbeispiel 2, Ausschnitt aus der Symphonie No. 7 von Franz Schubert mit dem Anima Eterna Orchestra.

<sup>27</sup> In der Interpretation von Prokofievs erster Symphonie

### **4.3 Steht das subjektive Empfinden in Zusammenhang mit den Dimensionen Spieltechnik und Spielfreude?**

Berufsspezifische Betrachtungsweisen haben einen Einfluß auf die Bewertungen der Spieltechnik und der Spielfreude, wie im vorherigen Abschnitt bei den Musikern und Tonmeistern deutlich wurde. Inwieweit die professionellen Kriterien, mit denen die Experten die Aufnahmen beurteilen, im Zusammenhang mit ihrem persönlichen Empfinden zu diesen Produktionen stehen, zeigt der folgende Abschnitt.

Neben den beiden Kriterien für Professionalität geben die Experten für jedes Musikbeispiel an, wie sehr sie es persönlich schätzen. Dieses subjektive Empfinden könnte sowohl vom Gehörten als auch von externen Einstellungen beeinflußt werden. Auf die Einstellungen werden die weiteren Abschnitte in diesem Kapitel (4.4 & 4.5) eingehen, den Zusammenhang zwischen dem subjektiven Empfinden und den beiden bisherigen Kriterien Spieltechnik und Spielfreude stellt die folgende Tabelle dar:

Tabelle 5, Zusammenhang zwischen subjektiven Empfinden und den Professionalitätskriterien

Zusammenhangsmaß Pearson´s r	Spieltechnik	Spielfreude
Subjektives Empfinden der Low-Price-CDs (N=38)	0,54	0,87
Subjektives Empfinden der High-Price-CDs (N=43)	0,67	0,85
Subjektives Empfinden, gesamt (N=38)	0,63	0,82

Dabei zeigt sich, daß zwischen der Spielfreude und dem subjektiven Empfinden ein ungleich stärkerer Zusammenhang besteht als zwischen der Spieltechnik und dem subjektiven Empfinden. Für Low-Price-CDs gilt dies noch stärker als für High-Price-Produkte. Im unteren Preissegment ist die Korrelation zwischen der Spieltechnik und dem subjektiven Empfinden besonders schwach ausgeprägt. Unabhängig davon, wie stark die beiden professionellen Dimensionen Spieltechnik und Spielfreude miteinander zusammenhängen, scheint besonders das Engagement der Musiker Einfluß auf die subjektiven Bewertungen zu haben. Mit Freude Musik machen und Freude beim Musikhören empfinden, scheinen eng zusammenzuhängen.

Dies gilt für alle betrachteten Berufsgruppen, wenn auch in unterschiedlichem Maße:

Tabelle 6, Korrelationen in den Subgruppen

Zusammenhangsmaß Pearson´s r	Spieltechnik	Spielfreude
Subjektives Empfinden der E-Musik-Redakteure (N=13)	0,52	0,77
Subjektives Empfinden der Tonmeister (N=8)	0,84	0,94
Subjektives Empfinden der Musiker (N=17)	0,71	0,90
Subjektives Empfinden aller Experten (N=38)	0,63	0,82

Die E-Musik-Redakteure beurteilen die Spieltechnik und Spielfreude weitgehend unabhängig von ihrem subjektiven Empfinden. In keiner anderen Berufsgruppe hängen Spieltechnik und subjektives Empfinden so schwach miteinander zusammen. Deutlich stärker korreliert die Spielfreude mit dem persönlichen Eindruck – allerdings ist dieser Zusammenhang in den anderen Berufsgruppen stärker ausgeprägt. Die E-Musik-Redakteure scheinen also vergleichsweise gut ihr persönliches Empfinden von den Professionalitätskriterien trennen zu können.

In der Berufsgruppe der Tonmeister ist dies nicht der Fall. Ihre Wertungen der professionellen Kriterien hängen besonders stark mit ihrem subjektiven Empfinden zusammen. Dies gilt für die Spielfreude noch deutlicher als für die Spieltechnik. Den Tonmeistern scheint es



schwerzufallen, die professionellen Kriterien von den persönlichen zu trennen – die Wirkungsrichtung ist dabei unklar. Beeinflußt das subjektive Empfinden die Beurteilung der Professionalität oder umgekehrt?

Bei den Musikern sind die Zusammenhänge vergleichbar mit denen der E-Musik-Redakteure. Insgesamt befinden sie sich jedoch auf einem höheren Niveau. Schwach ist der Zusammenhang zwischen Spieltechnik und persönlichem Empfinden. Ausgesprochen stark korrelieren Spielfreude und der subjektive Eindruck.

Die Distanz zwischen professionellen Leistungskriterien und subjektivem Empfinden ist bei den Berufsgruppen, die am Anfang des Produktionsprozesses stehen, geringer. Mit zunehmendem Abstand zu der Entstehung einer Aufnahme scheint auch das persönliche Empfinden Abstand von der Bewertung der professionellen Kriterien Spieltechnik und Spielfreude zu finden.

Differenziert man die Zusammenhänge weiter und betrachtet die beiden Preissegmente separat, fallen durch ihre extreme Dimension zwei Besonderheiten auf, die aber den bisherigen Erkenntnissen nicht widersprechen. So sind bei den Budget-CDs die Beurteilungen der Spieltechnik vom subjektiven Empfinden der E-Musik-Redakteuren ausgesprochen unabhängig<sup>28</sup>. Ähnlich schwach hängen diese Dimensionen bei den Musikern im High-Price-Segment zusammen<sup>29</sup>.

Möglicherweise hat die kommunikative Position, in der sich die E-Musik-Redakteure befinden, einen Einfluß darauf, wie diese Berufsgruppe die Hörbeispiele persönlich bewertet. Ihre Rolle als Kommunikator scheint ihnen eine größere Unabhängigkeit bei der

---

<sup>28</sup> Pearson's  $r=0,20$

<sup>29</sup> Pearson's  $r=0,34$

Beurteilung der Spieltechnik zu ermöglichen. Sie sehen sich offenbar den Musikern auf der einen und dem Publikum auf der anderen Seite verpflichtet. Einstellungen zu ihrem journalistischen Selbstverständnis und ihrem Publikumsbild und deren mögliche Einflüsse werden im Abschnitt 4.5 näher behandelt. Ob allgemeine Einstellungen zum Musikmarkt Auswirkungen auf die persönlichen Bewertungen der Experten haben, zeigt der folgende Abschnitt.

Die Spielfreude korreliert stark mit dem subjektiven Empfinden der Untersuchungsteilnehmer. Die Spieltechnik hingegen wird von den Experten weitgehend unabhängig von ihrem subjektiven Empfinden beurteilt. Das Empfinden der Tonmeister hängt weitaus stärker mit den Professionalitätskriterien zusammen, als das bei den E-Musik-Redakteuren der Fall ist.

#### **4.4 Haben Einstellungen zum Musikmarkt einen Einfluß auf das subjektive Empfinden?**

Die möglichen Einflüsse auf das subjektive Empfinden, die ihre Ursache nicht im Stimulus haben, sondern auf externe Faktoren zurückzuführen sind, sind in diesem Abschnitt nach den Aspekten Emotionen, soziales Umfeld, tontechnische Störfaktoren und Zufriedenheit gegliedert.

In der Analyse werden exemplarisch einzelne Statements herangezogen, die nach inhaltlichen Kriterien ausgewählt sind. Zusätzlich zeichnen sie sich durch eine hohe Varianz<sup>30</sup> und einen Mittelwert zwischen 2,5 und 4,0<sup>31</sup> aus. Damit sollen Aussagen ausgeklammert werden, bei denen sich die Experten in der Zustimmung bzw. Ablehnung einig waren. In der weiteren Analyse

---

<sup>30</sup> s<sup>2</sup> mindestens 2,00

<sup>31</sup> Grundlage ist eine sechsstufige Skala

werden die Aussagen dichotomisiert<sup>32</sup> betrachtet, um die Kontraste zu verdeutlichen.

#### 4.4.1 Emotionalität

Auf der Ebene der Emotionen fließen die Statements *“Wenn ich eine CD höre, entscheide ich oft nach Gefühl, ob sie mir gefällt”* und *“Mir ist hohe Musikalität bei einer Aufnahme wichtiger als Intonation, Zusammenspiel oder Aufnahmetechnik”* in die Analyse ein. Damit soll zunächst dargestellt werden, welchen Einfluß Emotionen auf die Beurteilung haben. Das zweite Statement rückt bewußt die beiden professionellen Dimensionen Spielfreude und Spieltechnik auseinander. Die Spielfreude wird bei einer Zustimmung klar der Spieltechnik als Bewertungsmaßstab vorgezogen.

Tabelle 7, Nach Gefühl entscheiden, durchschnittliche Bewertungen.

Wenn ich eine CD höre, entscheide ich oft nach Gefühl, ob sie mir gefällt (durchschnittliche Bewertungen)	Subjektives Empfinden aller CDs	Subjektives Empfinden der Low-Price-CDs	Subjektives Empfinden der High-Price-CDs
Trifft nicht zu (N=14)	3,88	3,84	3,96
Trifft zu (N=19)	3,90	4,12	3,47
Insgesamt (N=33)	3,89	4,00	3,70

Im Mittel aller Beispiele bewerten beide Gruppen ihr subjektives

<sup>32</sup> Aus den bisherigen Stufen 1 bis 3 wird *“trifft nicht zu”* und aus den Stufen 4 bis 6 wird *“trifft zu”*.

Empfinden gleich. Diejenigen, die nicht nach Gefühl entscheiden, zeigen eine leichte Präferenz für die High-Price-CDs. Ihre Wertungen in den Preissegmenten weichen jedoch nicht deutlich voneinander ab.

Diejenigen Experten, die nach Gefühl entscheiden, ob ihnen eine CD gefällt, finden an den Low-Price-CDs mehr Gefallen als an den High-Price-CDs. Ihre Bewertungen sprechen eine eindeutige Sprache: Einen größeren Unterschied zwischen den Preissegmenten werden die Statements im weiteren Verlauf nicht herausarbeiten können.

Die Budget-Label scheinen mit ihren Produktionen stärker das Gefühl der Experten anzusprechen als die High-Price-Label. Die Low-Price-CDs sprechen stärker die Gefühls-Entscheider unter den Experten an, ohne die übrigen merklich weniger anzusprechen. Die Produktionen der High-Price-Label entbehren offenbar einer emotionalen Komponente.

Dieser Gefühls-Faktor kommt beim Publikum an. Die befragten Laien sind - bis auf eine Ausnahme - in der Gruppe der Gefühls-Entscheider, sie ziehen daraus aber andere Schlüsse. Eine detaillierte Betrachtung dieser Kontrollgruppe findet sich am Ende dieses Kapitels.

Einen Schritt weiter geht das folgende Statement, das der Musikalität eindeutig die Priorität zuschreibt und die Spieltechnik als untergeordnete Dimension betrachtet:

Tabelle 8, Musikalität hat Priorität, durchschnittliche Bewertungen.

Mir ist hohe Musikalität bei einer Aufnahme wichtiger als Intonation, Zusammenspiel oder Aufnahme-technik. (durchschnittliche Bewertungen)	Subjektives Empfinden aller CDs	Subjektives Empfinden der Low-Price-CDs	Subjektives Empfinden der High-Price-CDs
Trifft nicht zu (N=14)	4,01	3,98	4,07
Trifft zu (N=22)	3,74	3,89	3,45
Insgesamt (N=36)	3,85	3,92	3,69

Diejenigen unter den Experten, die der Musikalität einer Aufnahme höchste Priorität einräumen, beurteilen die CDs in toto weniger gut als die Gruppe, die die Aspekte der Spieltechnik ebenbürtig mitberücksichtigt.

Die Gruppe, die das Statement ablehnt, bewertet beide Preissegmente besser als diejenigen, die ihm zustimmen. Dabei läßt sich ein Trend zu den Beispielen aus dem High-Price-Sektor beobachten. Die hochpreisigen Beispiele werden in diesem Abschnitt des Kapitels nirgends höher bewertet.

Wer die Musikalität in seiner persönlichen Sicht über die spieltechnischen Aspekte stellt, ist gegenüber den High-Price-CDs besonders kritisch. In diesem Abschnitt des Kapitels ist es die niedrigste Bewertung, die die High-Price-CDs bekommen.

Möglicherweise verkörpern die High-Price-Aufnahmen besonders diejenigen Aspekte, die in dieser Betrachtungsweise hierarchisch niedriger stehen: die Spiel- und Aufnahmetechnik. Die Musikalität scheint in diesen Produktionen weniger ausgeprägt zu sein. Wer Musikalität über alles andere stellt, ist in seinen Bewertungen generell zurückhaltender.

#### 4.4.2 soziales Umfeld

Den Aspekt des sozialen Umfeldes widerspiegelt das Statement *“Persönliche Empfehlungen aus dem Freundeskreis sind für mich der beste Weg, um auf wirklich gute Aufnahmen zu stoßen”*. Unterhält man sich mit seinen Freunden über Aufnahmen? Fragt man sie um Rat?

Tabelle 9, Empfehlungen aus dem Freundeskreis, durchschnittliche Bewertungen.

Persönliche Empfehlungen aus dem Freundeskreis sind für mich der beste Weg, um auf wirklich gute Aufnahmen zu stoßen. (durchschnittliche Bewertungen)	Subjektives Empfinden aller CDs	Subjektives Empfinden der Low-Price-CDs	Subjektives Empfinden der High-Price-CDs
Trifft nicht zu (N=21)	3,84	3,95	3,62
Trifft zu (N=14)	3,94	3,96	3,89
Insgesamt (N=35)	3,88	3,96	3,73

Diejenigen, die sich mit ihren Freunden über neue Aufnahmen austauschen, beurteilen insgesamt CDs nur marginal besser als diejenigen, die auf Ratschläge aus dem Freundeskreis lieber verzichten.

Beide Gruppen ziehen die Budget-Produktionen den High-Price-CDs vor. Dabei werden die niedrigpreisigen CDs von beiden Gruppen gleich eingeschätzt, während sich im High-Price-Segmente Differenzen zeigen.

Diejenigen Experten, die nicht auf den Rat ihrer Freunde wert legen, beurteilen die Beispiele aus dem oberen Preissegment niedriger, als diejenigen, die dem Statement zustimmen.

Woran kann es liegen, daß die High-Price-CDs bei den Experten, die sich nicht im Freundeskreis über Aufnahmen unterhalten, so niedrig beurteilt werden? Möglicherweise sind in dieser Gruppe Experten, die hohes Selbstvertrauen in ihre Urteile haben und ihren Freundeskreis gar nicht fragen wollen. Welche Kriterien bei den High-Price-CDs sie so selbstverständlich niedrig urteilen lassen, bleibt offen.

#### 4.4.3 Tontechnische Störfaktoren

Als Störfaktor der Beurteilung der Professionalität der Musiker kann die Aufnahmequalität gesehen werden. In den Hörbeispielen wird eine gewisse Kontrolle dadurch erreicht, daß die Produktionen aus dem gleichen Zeitraum stammen. Generell könnten einige Experten aus ihren Erfahrungen jedoch annehmen, es sei immer noch mangelnde Tonqualität bei modernen CD-Produktionen zu beobachten. Das folgende Statement teilt die Experten in zwei entsprechende Gruppen:

Tabelle 10, Moderne CDs leiden unter mangelnder Tonqualität, durchschnittliche Bewertungen

Viele moderne CD-Produktionen leiden noch immer an einer schlechten Ton- und Aufnahmequalität. (durchschnittliche Bewertungen)	Subjektives Empfinden aller CDs	Subjektives Empfinden der Low-Price-CDs	Subjektives Empfinden der High-Price-CDs
Trifft nicht zu (N=18)	3,78	3,88	3,58
Trifft zu (N=18)	3,94	3,97	3,86
Insgesamt (N=36)	3,86	3,92	3,72

Diejenigen Experten, die annehmen, die Aufnahmequalität ließe immer noch zu wünschen übrig, vergeben für alle CDs höhere Wertungen. Diese Gruppe unterscheidet in ihren persönlichen Bewertungen die CDs der beiden Preissegmente nur geringfügig mit einer leichten Präferenz für die Low-Price-CDs.

Etwas zurückhaltender urteilen diejenigen, die angeben, mit der Ton- und Aufnahmequalität zufrieden zu sein. Sie hören einen deutlichen Unterschied zwischen den Low- und den High-Price-CDs. Dabei liegen die Urteile über die Low-Price-CDs etwas unter dem Niveau der dem Statement zustimmenden Gruppe. Die High-Price-CDs fallen in den Bewertungen hingegen deutlich ab, wenn die Experten mit der Tonqualität moderner Produktionen generell zufrieden sind.

Man kann annehmen, daß diejenigen, die immer noch mangelnde Aufnahmequalität kritisieren, stärker auf diesen Aspekt Wert legen. Die Schlußfolgerung wäre dann, daß die Ton- und Aufnahmetechnik



in beiden Preissegmenten vergleichbar ist. Das unterscheidende Kriterium ist zumindest nicht in diesem Bereich zu finden.

Aus dieser Perspektive ist ein Auswahlkriterium für die Hörbeispiele bestätigt. Die CDs aus der zweiten Hälfte der 90er Jahre sind offenbar produktionstechnisch auf vergleichbarem Niveau.

Wem diese technischen Parameter nicht so relevant erscheinen, der bemerkt bei den High-Price-CDs einen Mangel. Ein Zusammenhang zum Statement *“Wenn ich eine CD höre, entscheide ich oft nach Gefühl, ob sie mir gefällt”*, besteht nicht<sup>33</sup>. Ein Mangel an emotionaler Ansprache ist es offenbar nicht. Ob er im künstlerischem Freiraum zu suchen ist, bleibt Spekulation.

#### 4.4.4 Zufriedenheit

Das Statement *“Gute Einspielungen findet man immer seltener”* ist ein Indikator dafür, wie zufrieden die Experten mit dem Markt sind.

Tabelle 11, Gute Einspielungen sind immer seltener, durchschnittliche Bewertungen.

Gute Einspielungen findet man immer seltener. (durchschnittliche Bewertungen)	Subjektives Empfinden aller CDs	Subjektives Empfinden der Low-Price-CDs	Subjektives Empfinden der High-Price-CDs
Trifft nicht zu (N=22)	3,84	4,02	3,48
Trifft zu (N=15)	3,84	3,78	3,97
Insgesamt (N=37)	3,84	3,93	3,68

<sup>33</sup> Zusammenhangsmaß Pearson's  $r=0,219$  für alle Experten und  $r=0,146$  für diejenigen, die dem Statement zu mangelnder Aufnahmequalität nicht zustimmen.

Insgesamt bewerten beide Gruppen von Experten die CDs gleich. In den Preissegmenten zeigen sich allerdings Unterschiede.

Diejenigen, die eine positive Grundeinstellung zum Tonträgermarkt haben, dem Statement also nicht zustimmen, empfinden die Low-Price-CDs bedeutend<sup>34</sup> besser als die High-Price-CDs.

Die Unzufriedenen bewerten im Gegenzug die High-Price-CDs etwas besser als die Budget-Produktionen. Sie beurteilen sie beinahe so gut wie die Zufriedenen die Low-Price-CDs.

Wer mit dem Markt zufrieden ist, mag die CDs, die sich am besten verkaufen. Der Hörtest war anonym; keiner kannte die Interpreten oder Label der Beispiele. Eine soziale Erwünschtheit ist auf dieser Ebene demnach ausgeschlossen. Die Budget-Label haben ein Gespür dafür, was sich gut verkaufen läßt, und sie scheinen auch die Musikexperten mit ihren Produktionen zu erfreuen.

Warum bewerten die Unzufriedenen die High-Price-CDs im Vergleich zu den Budget-CDs so gut? Die Hörbeispiele des hochpreisigen Segments sprechen die Gefühls-Entscheider nicht an, sie sprechen die Allein-Entscheider nicht an, sie sprechen die tontechnisch Zufriedenen nicht an. Sind die mit dem Markt Unzufriedenen möglicherweise die Analytiker unter den Experten, die auf die Korrektheit jeder Note Wert legen? Ist es möglicherweise eine Form von produktionstechnischer Perfektion, die diesen Unterschied generiert? Anhand der vorliegenden Daten läßt sich dies nicht beantworten.

Die Aspekte Emotionalität, soziales Umfeld, Störfaktoren und Zufriedenheit haben offenbar Einfluß auf das persönliche Empfinden von CDs. Die Low-Price-CDs scheinen bei den Experten auf eine gute Beurteilung zu treffen. Die

---

<sup>34</sup> Ein t-Test mit gepaarten Stichproben ergibt für diese Gruppe  $t=1,919$ ;  $df=21$ ;  $p=0,069$

High-Price-Beispiele auf der CD treffen immer wieder auf Einstellungs-Gruppen, die ihre CDs nicht so stark ansprechen. Deutlich besser schneiden die Low-Budget-CDs bei den Gefühls-Entscheidern und bei den mit dem Markt zufriedenen Experten ab. Wer nicht nach Gefühl entscheidet, hat eine Präferenz für High-Price-CDs, wer Musikalität nicht über alle technischen Faktoren stellt, mag die High-Price-CDs, und die Unzufriedenen ziehen ebenfalls die hochpreisigen CDs den günstigen Konkurrenten vor.

#### **4.5 Haben das journalistische Selbstverständnis und das Publikumsbild der E-Musik-Redakteure einen Einfluß auf das subjektive Empfinden?**

Die E-Musik-Redakteure unter den Experten sind aus kommunikationswissenschaftlicher Sicht das Bindeglied zum Publikum. Daher wird ihre tägliche Arbeit nicht nur von der Musik und den Einstellungen zum CD-Markt – wie im vorherigen Abschnitt erwähnt – geprägt, sondern auch ihr journalistisches Selbstverständnis und ihr Bild von ihren Hören kann auf ihre persönliche Bewertung einen Einfluß haben. Die an die Journalistenbefragung von Reus, Schneider & Schönbach (1995) angelehnten Statements und Eigenschaften finden sich in einer tabellarischen Darstellung im Anhang (Kapitel 7.2). In der folgenden Analyse werden – wie auch im Abschnitt über die Einstellungen zum Musikmarkt – einige typische Aspekte herausgegriffen.

Die Überheblichkeit, die Kleinen (1983)<sup>35</sup> bei den Musik-Redakteuren kritisiert, kommt in der Analyse durch folgende beiden Aussagen zum Tragen. E-Musik-Redakteure, die ihre Aufgabe darin sehen, ihr Publikum in der Rolle des *Pädagogen und Erziehers* zu belehren, tun dies nicht aus einer gleichberechtigten Kommunikationssituation heraus. Sie stellen sich über ihr Publikum. *Konsumorientierung* des

---

<sup>35</sup> siehe auch Kapitel 2.2.2

Publikums kann von den Befragten positiv oder negativ bewertet werden. Die Eigenschaft verdeutlicht in jedem Fall eine Erwartungshaltung der Zuhörer.

“Das Selbstverständnis eines akademisch orientierten Fachredakteurs verwandelt sich (...) zu dem eines kundenorientierten Dienstleisters“, schreibt Eckhardt (1999, S. 60)<sup>36</sup>. Wer als berufliches Selbstverständnis angibt, *die Leute unterhalten* zu wollen, hat sein Publikum vor Augen. Er ist zumindest auf dem Weg zum kundenorientierten Dienstleister. Das Selbstverständnis des *“Musikers mit anderen Mitteln“* unter den E-Musik-Redakteuren ist dagegen auf die Musik als Kunst gerichtet.

Die Gegenüberstellung des persönlichen Empfindens der E-Musik-Redakteure mit angenommenen Publikumseigenschaft *konsumorientiert* zeichnet folgendes Bild:

Tabelle 12, konsumorientiertes Publikum, durchschnittliche Bewertungen.

E-Musik-Redakteure sehen ihr Publikum als konsumorientiert. (durchschnittliche Bewertungen)	Subjektives Empfinden aller CDs	Subjektives Empfinden der Low-Price-CDs	Subjektives Empfinden der High-Price-CDs
Trifft nicht zu (N=6)	3,89	4,13	3,42
Trifft zu (N=5)	4,13	4,30	3,75
Insgesamt (N=11)	4,00	4,20	3,59

Wer sein Publikum für konsumorientiert hält, also von einem eher passiven Publikum ausgeht, bewertet die Hörbeispiele generell höher.

<sup>36</sup> siehe auch Kapitel 2.2.1

Diejenigen E-Musik-Redakteure, die ihr Publikum als aktiv einschätzen, urteilen insgesamt zurückhaltender.

In horizontaler Richtung unterscheiden sich die beiden Gruppen strukturell kaum. Beide Gruppen bevorzugen auf ihren unterschiedlichen Niveaus die Hörbeispiele der Budget-Label.

Besonders niedrig werden die High-Price-CDs von denen eingestuft, die ihrer Meinung nach für ein aktives Publikum arbeiten. Besonders geschätzt werden die Low-Price-CDs von denen, die für ein passives Publikum arbeiten.

Diejenigen E-Musik-Redakteure, die ihr Publikum für konsumorientiert halten, empfinden persönlich den meisten Gefallen an den CDs, die auch von ihrem Publikum am häufigsten gekauft werden –die Budget-CDs.

Ein ähnliches Bild zeigt der Blick auf das pädagogische Selbstverständnis der Musikjournalisten:

Tabelle 13, Pädagoge, Erzieher als Selbstverständnis, durchschnittliche Bewertungen.

E-Musik-Redakteure sehen ihre Aufgabe als Pädagoge, Erzieher. (durchschnittliche Bewertungen)	Subjektives Empfinden aller CDs	Subjektives Empfinden der Low-Price-CDs <sup>37</sup>	Subjektives Empfinden der High-Price-CDs
Trifft nicht zu (N=9)	3,72	3,89	3,39
Trifft zu <sup>38</sup> (N=4)	4,50	4,75	4,00
Insgesamt (N=13)	3,96	4,15	3,58

Die Pädagogen unter den E-Musik-Redakteuren sparen nicht an guten Noten. Sie bewerten die Hörbeispiele generell sehr hoch. Unabhängig davon, ob sich ein E-Musik-Redakteur als Erzieher sieht oder nicht, bevorzugt er auf unterschiedlichen Ebenen die preisgünstigen Hörbeispiele.

Diejenigen, die ihre Aufgabe darin sehen, ihr Publikum zu belehren, schätzen selbst die Low-Budget-Produktionen, die bei ihren Hörern zahlreich im CD-Regal stehen. Dabei bewerten sie in ihrem Hang zu guten Noten die High-Price-CDs ganz nebenbei noch besser als die meisten anderen Gruppen in diesem Kapitel.

Wer sich nicht als Erzieher seines Publikums sieht – und das ist die Mehrheit – ist persönlich mit dem, was ihm die High-Price-CDs bieten, höchst unzufrieden.

<sup>37</sup> Ein T-Test mit unabhängigen Stichproben ergibt für ungleiche Varianzen in den Teilgruppen  $t=-1,641$ ;  $df=10,492$ ;  $p=0,061$

<sup>38</sup> Ein T-Test mit gepaarten Stichproben ergibt  $t=3,000$ ;  $df=3$ ;  $p=0,058$  für den Unterschied zwischen Low- und High-Price-CDs.

Haben diejenigen, die ihre Aufgabe darin sehen, ihr Publikum unterhalten zu wollen, andere CDs als Favoriten?

Tabelle 14, berufliches Selbstverständnis Entertainer

Ein E-Musik-Redakteur ist jemand, der die Leute unterhalten sollte. (durchschnittliche Bewertungen)	Subjektives Empfinden aller CDs	Subjektives Empfinden der Low-Price-CDs	Subjektives Empfinden der High-Price-CDs
Trifft nicht zu (N=2)	3,25	3,38	3,00
Trifft zu (N=11)	4,09	4,30	3,68
Insgesamt (N=13)	3,96	4,15	3,58

Kaum ein E-Musik-Redakteur will sein Publikum nicht unterhalten. Die kleine Gruppe der Nicht-Unterhalter scheint mit allen Hörbeispielen sehr unzufrieden zu sein. Wer sein Publikum unterhalten möchte, spart nicht an Lob. Die Entertainer beurteilen alle CDs auf einem hohen Niveau.

Dennoch liegt der Gegenüberstellung ein vergleichbares Muster zugrunde. Die Budget-Beispiele werden in beiden Gruppen besser bewertet als die High-Price-CDs.

Geht man von der überwiegenden Mehrheit derer aus, die ihr Publikum unterhalten möchte, ist allein diese Tatsache schon ein Schritt in die Richtung zum kundenorientierten Dienstleister<sup>39</sup> und weg vom überheblichen öffentlich-rechtlichen Musikredakteur<sup>40</sup>. Die

<sup>39</sup> Siehe auch Eckhardt (1999)

<sup>40</sup> vgl. Keinen (1983)

Tatsache daß diese Gruppe die preisgünstigen CDs persönlich als gelungen empfindet, spricht für das Marktgespür der Budget-Label.

Wer sein Publikum unterhalten möchte, muß sich nicht automatisch als Musiker mit anderen Mitteln sehen; die beiden Einstellungen korrelieren nur sehr schwach<sup>41</sup>.

Tabelle 15, Musiker mit anderen Mitteln als Selbstverständnis, durchschnittliche Bewertungen.

E-Musik-Redakteure dehen sich als Musiker mit anderen Mitteln. (durchschnittliche Bewertungen)	Subjektives Empfinden aller CDs	Subjektives Empfinden der Low-Price-CDs	Subjektives Empfinden der High-Price-CDs
Trifft nicht zu (N=6)	3,86	4,17	3,25
Trifft zu (N=6)	4,11	4,17	4,00
Insgesamt (N=12)	3,99	4,17	3,63

Die E-Musik-Redakteure, die sich als Musiker mit anderen Mitteln sehen, vergeben generell höhere Bewertungen als diejenigen, die dieses Selbstverständnis nicht haben.

In beiden Gruppen werden die Budget-CDs gleich gut beurteilt. Im oberen Preissegment zeichnen sich hingegen Unterschiede ab. Auch wenn die High-Price-Produkte in beiden Gruppen weniger geschätzt werden, so können die Musiker mit anderen Mitteln ihnen dennoch mehr abgewinnen.

<sup>41</sup> Pearson's  $r=0,064$



Diese Gruppe von E-Musik-Redakteuren scheint am ehesten dem oberen Preissegment gewogen zusein.

Wer sein Publikum unterhalten will oder seine Aufgabe als Lehrer der Hörer versteht, bevorzugt selbst die Hörbeispiele der Low-Price-CDs. Wer sein Publikum für konsumorientiert hält, findet Gefallen an den CDs, die sein Publikum gerne kauft. Nicht gut, aber im Vergleich am höchsten bewerten die Musiker mit anderen Mitteln unter den E-Musik-Redakteuren die High-Price-CDs. In welchem Verhältnis die Einschätzungen des Publikums selbst dazu stehen, zeigt der folgende Abschnitt.

#### 4.6 Urteilen die Laien in ihrem subjektiven Empfinden anders als die Experten?

Während die Experten Low-Price-Produktionen besser bewerten, haben die Laien in dieser Untersuchung mit ihren persönlichen Einschätzungen einen eigenen Weg eingeschlagen.

Tabelle 16, Experten und Laien im Vergleich.

Durchschnittliche Bewertungen	Experten (N=38)	Laien <sup>42</sup> (N=14)
Subjektives Empfinden der Low-Price-CDs	3,95	3,79
Subjektives Empfinden der High-Price-CDs	3,70	4,14
Subjektives Empfinden aller CDs	3,86	3,90

Im Mittel bewerten Laien wie Experten die CDs gleich. In den beiden

<sup>42</sup> Ein T-Test mit gepaarten Stichproben ergibt für den Unterschied zwischen den Low- und High-Price-CDs in der Beurteilung der Laien  $t=-1,877$ ;  $df=13$ ;  $p=0,083$

Preissegmenten urteilen die Experten und die Laien aber gegensätzlich. Merklich besser als bei den Experten kamen bei den Laien die High-Price-Produkte an.

Woran kann dies liegen? Kurz soll daher auf die externen Kriterien eingegangen werden<sup>43</sup>. Beinahe alle<sup>44</sup> Laien entscheiden nach Gefühl, ob ihnen eine Aufnahme gefällt. Trotzdem empfinden sie bei den High-Price-CDs mehr Freude – im Gegensatz zu den Gefühls-Entscheidern unter den Experten, bei denen es genau umgekehrt ist.

Die Laien legen auf die Empfehlungen ihrer Freunde Wert<sup>45</sup>. Trotzdem beurteilen sie die High-Price-CDs besser – ebenfalls im Gegensatz zu der Expertenmeinung.

Die Mehrheit<sup>46</sup> der Laien gibt an, daß moderne Aufnahmen noch immer an schlechter Aufnahmequalität leiden. Auch dies ist kein Hinweis auf eine Erklärung. Die vergleichbare Expertengruppe bewertete die High-Price-Beispiele ebenfalls niedriger<sup>47</sup>.

Die Tonmeister fallen bei der Bewertung der Spielfreude aus dem Bewertungsmuster der übrigen Experten. Ein Blick auf ihre subjektiven Beurteilungen zeigt, daß sie ganz ähnlich wie die Laien urteilen. Gruppiert man E-Musik-Redakteure und Musiker zusammen sowie Laien und Tonmeister, wird der Kontrast in den Bewertungen noch größer:

---

<sup>43</sup> Für die Gruppe der Experten siehe Kapitel 4.4

<sup>44</sup> 13 von 14 Laien geben dies an.

<sup>45</sup> 12 von 14 Laien geben dies an.

<sup>46</sup> 7 von 8, der Rest machte keine Angabe.

<sup>47</sup> Die Frage zur Marktzufriedenheit haben nur 4 der 14 Laien beantwortet, deshalb ist dieser Aspekt nicht aufgeführt.

Tabelle 17, Subjektives Empfinden der E-Musik-Redakteure/Musiker und Tonmeister/Laien

Durchschnittliche Bewertungen	E-Musik-Redakteure und Musiker (N=30)	Tonmeister und Laien (N=22)
Subjektives Empfinden der Low-Price-CDs	4,03	3,74
Subjektives Empfinden der High-Price-CDs	3,53	4,20
Subjektives Empfinden aller CDs	3,86	3,89

Worin kann diese gegenläufige Beurteilung ihrer Ursache haben? Warum urteilen die Tonmeister so ähnlich wie die Laien? Sind die Tonmeister "näher" am Publikum? Ein Blick auf die Ausbildungswege hat dabei keine Unterschiede hervorgebracht. Die meisten E-Musik-Redakteure studierten Musikwissenschaft. Dieses Merkmal unterscheidet die Beurteilungen der gesamten Expertengruppe jedoch nicht. Prägend scheint allerdings zu sein, ob jemand in seinem bisherigen Leben irgendwann zumindest ein Jahr lang als Musiker gearbeitet hat, wie folgende Tabelle zeigt:

Tabelle 18, Aktive musikalische Erfahrung.

Durchschnittliche Bewertungen	Als Musiker aktiv gewesen (N=27)	Nie als Musiker aktiv gewesen (N=25)
Subjektives Empfinden der Low-Price-CDs	4,01	3,79
Subjektives Empfinden der High-Price- CDs <sup>48</sup>	3,44	4,22
Subjektives Empfinden aller CDs	3,82	3,93

Das Muster ist vergleichbar mit der vorigen Gruppierung. Als Erklärung für die deutlichen Unterschiede in den beiden Gruppen<sup>49</sup> bietet sich die Bühnenerfahrung an. Wer jemals auf der Bühne Musik machte, mag die Low-Price-CDs. Wer diese Erfahrung nie machte, bewertet die High-Price-CDs signifikant besser.

Die anonymisierten Beispiele der Budget-Label werden von den Experten deutlich besser als von den Laien angenommen. Umgekehrt bevorzugen die Laien in ihren Beurteilungen die hochpreisigen Beispiele. Die externen Einflüsse geben auf diesen Gegensatz keinen Hinweis. Tonmeister werten jedoch in ihrem subjektiven Empfinden ähnlich wie die Laien. Offenbar liegt die Ursache darin, ob die Untersuchungsteilnehmer in ihrem bisherigen Leben als Musiker gearbeitet haben oder nicht.

<sup>48</sup> Im High-Price-Sektor unterscheiden sich die beiden Gruppen signifikant. Ein t-Test mit unabhängigen Stichproben ergibt  $t=2,890$ ;  $df=54,995$ ;  $p=0,006$  für ungleiche Varianzen.

<sup>49</sup> Ein gepaarter t-Test ergibt für die als Musiker aktiv gewesenen  $t=2,045$ ;  $df=26$ ;  $p=0,051$  und für die nie als Musiker aktiv gewesenen  $t=-2,453$ ;  $df=24$ ;  $p=0,022$ .

## 5 Fazit

In diesem abschließenden Kapitel wird zunächst auf die professionellen Kriterien Spieltechnik und Spielfreude eingegangen. Welche Schlüsse sind aus den unterschiedlichen Bewertungen zu ziehen? Die Einflüsse der Einstellungsfaktoren werden anschließend in den Kontext der Arbeitsweise in der Musikindustrie gestellt. Die spezifischen Einflüsse in der Berufsgruppe der E-Musik-Redakteure auf deren subjektives Empfinden werden zusammengefaßt und die besondere Beurteilung der Laien erläutert. Ein Ausblick beendet das Kapitel.

Die Spieltechnik ist ein weitgehend von der Spielfreude und dem subjektiven Empfinden der Experten unabhängiger Indikator, der ein vergleichsweise scharfes und deutliches Bild einer Aufnahme zeichnet. Die Spieltechnik scheint, wie in der Musikpädagogik, das Fundament einer Aufnahme zu sein. Nur in Ausnahmen wird die Spielfreude besser bewertet als die Spieltechnik, nie wird das subjektive Empfinden besser beurteilt. Was ein Orchester spieltechnisch "vergeigt", kann es in den anderen Dimensionen nicht mehr wettmachen.

Analog zu Gellrich (1992)<sup>50</sup>, der die Trennung der Spieltechnik und des Ausdrucks erklärt, kann nach den Ergebnissen dieser Studie festgestellt werden, daß einer dieser Teile intensiver gelehrt wird: Die Spieltechnik der Orchester wird in fünf von sechs Beispielen höher als die Spielfreude und das subjektive Empfinden bewertet. In mehreren Richtungen kann man darüber nachdenken: (1) Die spieltechnische Ausbildung der Musiker an den Musikhochschulen ist insgesamt auf einem sehr hohen Niveau, und dieses Niveau wird sowohl erwartet wie auch erkannt. (2) Die Spielfreude bleibt auf der Strecke. Ob das seinen Ursprung in einem Mangel in der musikalischen Ausbildung

---

<sup>50</sup> siehe Kapitel 2.3.1

hat oder auf produktionstechnische Zwänge wie Zeitmangel zurückzuführen ist oder auf eine lustlose Arbeitseinstellung geschoben werden kann, das beantworten die Ergebnisse nicht. (3) Während der Produktion wird vor allem auf Perfektion geachtet, die "falsche Töne" fokussiert und nicht zuvorderst die Spielfreude gesehen.

"Es beklemmt mich oft, wenn ich daran denke, welche Standards wir bei der Aufnahmeprüfung für angehende Künstler und Interpreten, wie Pianisten, Geiger, Sänger usw. voraussetzen müssen, weil wir wissen daß der normale Zuhörer es nicht mehr akzeptiert, wenn sich ein Künstler einmal verspielt. *J. Brahms, E. d'Álbert, F. Liszt*, oder wie sie auch immer heißen mochten: Von allen ist berichtet worden - *Edwin Fischer* habe ich noch selbst erlebt -, daß sie hinreißend gespielt haben. Es war ein Erlebnis, eine Offenbarung, von der man monatelang zehren konnte. Aber sie alle haben sich in fast jedem Satz, in fast jedem Stück ganz erheblich verspielt." (Rauhe, 1984, S. 32)

Eine Gegenfrage drängt sich auf: Ist es nicht die Aufgabe der Hochschulen, den interpretatorischen Teil, die Spielfreude stärker in den Vordergrund zu stellen? Die Plattenfirmen und Tonmeister werden die zitierten erheblichen (spieltechnischen) Fehler mit verschiedenen Takes beheben - eine Praxis, die auch die Experten dieser Studie bestätigten, indem sie allen Aufnahmen eine sehr hohe spieltechnische Bewertung geben.

Für ausübende Musiker wäre die Schlußfolgerung von Bedeutung, daß sie sich dann am Markt behaupten, wenn ihre Spielfreude hörbar ist. Eine Auswahl der Musiker nach interpretatorischen oder "qualitativen" Aspekten (Jenke, 1986)<sup>51</sup>, scheint nach wie vor an Bedeutung zu gewinnen. Das kann vielfältige Auswirkungen haben: (1) Die Plattenfirmen dürften nicht nur nach Repertoire entscheiden,

---

<sup>51</sup> siehe auch Kapitel 2.3.2

sondern sich auch die Musiker dazu suchen, die das Werk "mit Freude" spielen und nicht nur einen Job erledigen. (2) Die Musiker sollten sich vom zwanghaften Vergleich ihrer Einspielungen, den Gramatke (Söring, 1998, 12. Dezember)<sup>52</sup> aus der Vergangenheit kritisierte, verabschieden und sich auf Werke konzentrieren, die ihnen "Freude machen". (3) Die Produzenten müßten bei der Aufnahme auch ans Publikum denken und darauf, daß diese Freude vermittelt wird.

Was die Spieltechnik betrifft, haben die Low-Price-CDs ein sehr hohes Niveau, höher als das der High-Price-CDs. Orchester mit weniger prominenten Namen, die also für die Budget-Label bezahlbar sind, scheinen Musiker mit höchsten Spielfertigkeiten, nicht nur an ihrem Instrument, sondern auch im Zusammenspiel zu versammeln. Das ist ein gutes Zeichen, denn mit der Zeit wird es ihnen hoffentlich gelingen, diesen Vorsprung auch auf die Spielfreude auszudehnen. Gerade die Experten honorieren diesen momentanen Zustand und vergeben vielleicht auch Vorschußlorbeeren.

Für die Unternehmen des hochpreisigen Segments bedeutet dies, die potentiellen Kunden mögen ihre Musik, kaufen sie aber nicht, und die Experten, insbesondere die E-Musik-Redakteure, mögen sie nicht einmal. Erklären ließe sich das mit der Arbeitsweise der Traditions-Label: In diesen Unternehmen der Musikwirtschaft haben sich über Jahrzehnte hinweg Arbeitsabläufe etabliert, die offenbar auf Perfektion, weniger auf die Freiräume, die Musikalität erfordert, abgestimmt sind. Die jüngeren Budget-Label scheinen ihren Musikern und Orchestern größere Freiräume zu bieten, die diese - für Experten hörbar - auch nutzen.

Einflußreich sind die Emotionen, mit denen die Experten entscheiden. Die gefühlsorientierten unter ihnen haben ein Faible für die

---

<sup>52</sup> siehe auch Kapitel 2.1.4

preisgünstigen CDs. Möglicherweise sind die gefestigten Strukturen der etablierten High-Price-Firmen ebenfalls ein Hindernis, diese emotionale Komponente in ihren Produkten zu berücksichtigen<sup>53</sup>.

Die gesonderte Betrachtung der E-Musik-Redakteure hat gezeigt, daß in diesem Berufszweig besonders viele Freunde der preisgünstigen Beispiele zu finden sind. Wer als E-Musik-Redakteur sein Programm für ein passives Publikum zu machen glaubt, spart nicht an Lob. Wer sein Publikum belehren will, ist ebenso von den Budget-CDs begeistert. Vielleicht wollen sie ihr Publikum mitreißen – nur das Publikum empfindet diametral. Die E-Musik-Redakteure geben sich kundenorientiert – nur ist nicht geklärt, ob sich die Hörer auch so behandelt fühlen. Ihr gegensätzliches Urteil mag ein Indikator dafür sein, daß dies nicht so ist. Damit reihen sich die Ergebnisse in die der Untersuchung von Reus, Schneider & Schönbach (1995)<sup>54</sup> über Kulturjournalisten ein.

Der Vergleich der Expertenmeinung mit den Beurteilungen der Laien hat gezeigt, daß die Bretter, die die Welt bedeuten, für die Budget-Label Sympathien bedeuten. Wer einmal als Musiker gearbeitet hat, bevorzugt die Beispiele dieses Preissegments. Umgekehrt mögen diejenigen, die nie selbst mit Musik ihr Geld verdienten, die High-Price-Produktionen. Selbst beruflich Musik zu machen und Musik als "Kunde" oder auch Produzent zu hören sind, im Gegensatz zu McAdams (1984)<sup>55</sup>, zwei grundsätzlich verschiedene Prägungen, die direkt Auswirkungen auf das Empfinden von Musik haben.

Der Markterfolg der Budget-CDs hätte genau das Gegenteil erwarten lassen – daß nämlich die preisgünstigen CDs vor allem vom Publikum

---

<sup>53</sup> siehe auch Kapitel 2.1.4

<sup>54</sup> siehe auch Kapitel 2.2.2

<sup>55</sup> siehe auch Kapitel 2.3



gemocht werden. Die Zustimmung der Bühnenerfahrenen erhöht den Handlungsdruck auf die High-Price-Verantwortlichen. Musikfremde Faktoren wie Labelimage, Interpretennamen oder Gestaltung helfen möglicherweise beim Verkauf; sie wurden in dieser Studie jedoch bewußt ausgeklammert. Zusätzlich zu ihren bisherigen – vom Publikum geschätzten - Qualitäten sollten die High-Price-Label daher eine emotionale Komponente in ihren Produktionen forcieren.

Die Studie hat einen explorativen Ansatz, und ihre Ergebnisse können nicht pauschal auf den Markt übertragen werden. Die Resultate können Richtungen aufzeigen, in die bisher wenig gedacht wurde und sie können als Grundlage verstanden werden, über die es sich lohnt weitere Untersuchungen anzustellen. Sie beruhen allerdings auf geringen Fallzahlen und wenigen Musikbeispielen.

Was diese Studie versäumt hat, ist das Publikumsbild und das berufliche Selbstverständnis in Hinblick auf die Dienstleistung am Hörer für die Tonmeister und Musiker zu erkunden. In diesem Bereich würde es sich lohnen, weitere Untersuchungen anzustellen. Die Erkenntnisse dieser Studie beruhen auf lediglich sechs Hörbeispielen – eine Überprüfung mit weiteren Produktionen ist für verlässliche Aussagen daher unabdingbar. Als Zielgruppe weiterer Betrachtungen bietet sich das Publikum in einer repräsentativen Stichprobe an. Beispielsweise könnten die Präferenzen, die diese Studie aufzeigt, mit den tatsächlichen Käufen verglichen werden. Weiterhin könnte eine vergleichende Studie – mit und ohne anonymisierte Beispiele – Erkenntnisse über die Bedeutung der imageorientierten Faktoren wie Labelnamen, Interpreten oder Bookletgestaltung liefern.

## 6 Verzeichnisse

### 6.1 Literatur

Ahrens, E. & Sievers, P. (1995). Klassische Musik im Hörfunk. Eine Fallstudie zur Nutzung von Klassik Radio im dualen Rundfunksystem. *Media Perspektiven*, (7), 340-347.

Alt, M. (1935). *Eine Darstellung der Typen des musikalischen Genießens und Wertens beim Jugendlichen und ihrer pädagogischen Bedeutung*. Leipzig: Kistner & Siegel.

Andreasen, A. R. (1970). Personalizing mail questionnaire correspondence. *Public Opinion Quarterly*, 34, 273-277.

Arbeitsgemeinschaft der ARD-Werbegeellschaften (Hrsg.). (1997). Staatsvertrag über den Südwestrundfunk vom 31. Mai 1997. *Media Perspektiven Dokumentation I/97*, 1-16

Arbeitsgemeinschaft der ARD-Werbegeellschaften (Hrsg.). (1998). *Media Perspektiven*. (Basisdaten. Daten zur Mediensituation in Deutschland 1998). Frankfurt: Eigenverlag.

Arbeitsgemeinschaft der öffentlich-rechtlichen Rundfunkanstalten der Bundesrepublik Deutschland (Hrsg.). (1997). *ARD-Jahrbuch 97*. Hamburg: Hans-Bredow-Institut.

Backhaus, K., Erichson, B., Plinke, W. & Weiber, R. (1996). *Multivariate Analysemethoden. Eine anwendungsorientierte Einführung*. (8., verbesserte Auflage). Berlin, Heidelberg, New York: Springer.

Becker, H. (1996). Der klassische Pretest und seine Techniken. In Statistisches Bundesamt (Hrsg.), *Pretest und Weiterentwicklung von*

*Fragebogen* (Band 9 der Schriftenreihe Spektrum Bundesstatistik) (S. 28-34). Stuttgart: Metzler-Poeschel.

Behne, K.E. (1972). *Der Einfluß des Tempos auf die Beurteilung von Musik* (Veröffentlichungen des staatlichen Instituts für Musikforschung Preußischer Kulturbesitz Band VII). Köln: Arno Volk.

Behne, K.-E. (1994). *Gehört - Gedacht - Gesehen. Zehn Aufsätze zum visuellen, kreativen und theoretischen Umgang mit Musik*. Regensburg: ConBrio.

Behne, K.-E. & Barkowsky, J. (1994). *Forschungsberichte 1. Analoge und digitale Musikwiedergabe im unmittelbaren Vergleich. Eine Studie zur hypothesengeleiteten Wahrnehmung*. Forschungsbericht des Instituts für Musikpädagogische Forschung an der Hochschule für Musik und Theater Hannover.

Behne, K. E., Endewardt, U. & Prox, L. (1994). Musikalische Videovariationen. Eine Untersuchung zur Akzeptanz von Klassik-Videos. *Medienpsychologie*, 6, 220-240.

Behne, K. E. & Wetekam, B. (1992). Musikpsychologische Interpretationsforschung: Individualität und Intention. In K.-E. Behne, G. Kleinen & H. d la Motte-Haber (Hrsg.), *Musikpsychologie. Empirische Forschungen - Ästhetische Experimente*. (Jahrbuch der Deutschen Gesellschaft für Musikpsychologie. Band 10) (S. 24 – 37). Wilhelmshaven: Florian Noetzel.

Berg, K. & Kiefer, M.-L. (Hrsg.). (1996). *Massenkommunikation V. Eine Langzeitstudie zur Mediennutzung und Medienbewertung 1964 - 1995*. Baden-Baden: Nomos.

Birkner, T. (1998, Januar). Billig oder preiswert - Was taugen Klassik-CDs für nur 10 Mark? *Scala. Klassik - Musical - Jazz*. S. 50-52.

Bortz, J. (1984). *Lehrbuch der empirischen Sozialforschung*. Berlin: Springer.

Bortz, J. (1993). *Statistik für Sozialwissenschaftler*. (4., vollständig überarbeitete Auflage). Berlin, Heidelberg, New York: Springer.

Boss, G. (1994). "Das Medium ist die Botschaft" (Marshall McLuhan) - zur Frage der Interpretation auf Tonträgern. In Bildungswerk des Verbandes Deutscher Tonmeister (VDT) (Hrsg.), *18. Tonmeistertagung Karlsruhe 1994. International Convention on Sound Design vom 15. bis 18. November 1994*, (215 - 234). München, Leipzig, New Providence: K. G. Saur

Breunig, C. (1999). Programmqualität im Fernsehen. *Media Perspektiven*, (3), 94-110.

Brosius, G. & Brosius, F. (1995). *SPSS Base System und Professional Statistics*. Bonn, Albany: International Thomson Publishing.

Bundesministerium für Bildung, Wissenschaft, Forschung und Technologie (Hrsg.). (1997). *Grund- und Strukturdaten 1997/98*. Bonn, Bundesministerium für Bildung, Wissenschaft, Forschung und Technologie.

Bundesverband der phonographischen Wirtschaft (Hrsg.) (1996). *Phono Press Jahresheft 1996. Der Markt für Compact Discs, MusiCassetten und Schallplatten. 23. Jahrgang*. Hamburg: Bundesverband der Phonographischen Wirtschaft.

Bundesverband der Phonographischen Wirtschaft e. V. (Hrsg.). (1998). *Phono Press 1998. Jahresheft für den Tonträgermarkt. 25. Jahrgang*. Hamburg: Bundesverband der Phonographischen Wirtschaft.

Bundesverband der Phonographischen Wirtschaft e. V. (Hrsg.). (1999a). *Phono Press 1999. Jahresheft für den Tonträgermarkt. 26. Jahrgang.* Hamburg: Bundesverband der Phonographischen Wirtschaft.

Bundesverband der Phonographischen Wirtschaft e. V. (Hrsg.). (1999b). *Jahrbuch '99. Phonographische Wirtschaft.* Hamburg: Bundesverband der Phonographischen Wirtschaft.

Danuser, H. (1997). Einleitung. In H. Danuser (Hrsg.), *Neues Handbuch der Musikwissenschaft. Band 11. Musikalische Interpretation*. Sonderausgabe. Laaber: Laaber.

Danuser, H. & Krummacher, F. (Hrsg.). (1991). *Rezeptionsästhetik und Rezeptionsgeschichte in der Musikwissenschaft.* Laaber: Laaber.

DeBellis, M. (1995). *Music and conceptualization.* Cambridge: University Press.

Deliège, I. & Sloboda, J. (Hrsg.). (1997). *Perception and Cognition of Music.* Hove: Psychology Press.

Dollase, R., Rüsenberg, M. & Stollenwerk, H. J. (1986). *Demoskopie im Konzertsaal.* Mainz, London, New York, Tokyo: Schott.

Eckhardt, J. (1999). Musik im öffentlich-rechtlichen Rundfunk. In Deutscher Musikrat (Hrsg.), *Musik-Almanach 1999/2000. Daten und Fakten zum Musikleben in Deutschland* (S. 56-66). Kassel: Bärenreiter/Bosse.

Enders, B. (1981). *Studien zur Durchhörbarkeit und Intonationsbeurteilung von Akkorden.* Regensburg: Bosse.

Fono Forum. (1997, Dezember). Veröffentlichungen des Vormonats. *Fono Forum*, (S. 106 & 107).

- Frank, B., Maletzke, G. & Müller-Sachse, K. H. (1991). *Kultur und Medien. Angebote - Interessen - Verhalten. Eine Studie der ARD/ZDF Medienkommission*. Baden-Baden: Nomos.
- Franke, K. (1999, Januar). Bewertungen Orchesterwerke. In Beethovens Teilschatten, *Fono Forum*, S. 46.
- Friedrichs, J. (1985). *Methoden empirischer Sozialforschung*. Opladen: Westdeutscher Verlag.
- Gellrich, M. (1992). *Üben mit Lis(z)t. Wiederentdeckte Geheimnisse aus der Werkstatt der Klaviervirtuosen*. Frauenfeld: Im Waldgut.
- Hargreavens, D. J. & North, A. C. (Hrsg.). (1997). *The Social Psychology of Music*. Oxford, New York, Tokyo: Oxford University Press.
- Heinemann, R. (1986). Anforderungsprofile an Musikredakteure. In W. Hoffmann-Riem & W. Teichert (Hrsg.), *Musik in den Medien. Programmgestaltung im Spannungsfeld von Dramaturgie, Industrie und Publikum* (S. 77-80). Baden-Baden: Nomos.
- Hespos, H.-J. (1997). Gespräch mit Hans-Joachim Hespos. In K.-H. Blomann & F. Sielecki (Hrsg.), *Hören - Eine vernachlässigte Kunst?* (S. 105-112). Hofheim: Wolke.
- Heymann, K. (1997). *10 Jahre NAXOS - The Secret of Success*. München: Quintessenz.
- Huber, N. A. (1997). Gespräch mit Nicolaus A. Huber. In K.-H. Blomann & F. Sielecki (Hrsg.), *Hören - Eine vernachlässigte Kunst?* (S. 75-94). Hofheim: Wolke.
- Hummel, M. (1997a). Musikwirtschaft in Deutschland. In R. Moser & A. Scheuermann (Hrsg.), *Handbuch der Musikwirtschaft* (3. Auflage). Starnberg: Keller Verlag.

Hummel, M. (1997b). Musikwirtschaft. In R. Jakoby (Hrsg.), *Musikszene Deutschland*. Konzerte, Kulturpolitik, Wirtschaft, Berufe. Kassel: Bärenreiter Verlag.

Jenke, M. (1986). Der Einfluß neuer Technologien auf die Zielsetzungen der Rundfunkorganisationen auf dem Gebiet der Musik. In W. Hoffmann-Riem & W. Teichert (Hrsg.), *Musik in den Medien: Programmgestaltung im Spannungsfeld von Dramaturgie, Industrie und Publikum* (S. 49-68). Baden-Baden: Nomos.

Kleinen, G. (1986). Der Zielgruppenbezug als Bewertungskriterium für Musik in Hörfunk und Fernsehen. In W. Hoffmann-Riem & W. Teichert (Hrsg.), *Musik in den Medien: Programmgestaltung im Spannungsfeld von Dramaturgie, Industrie und Publikum*. (S. 126-145). Baden-Baden: Nomos.

Kleinen, G. (1983). *Massenmusik. Die befragten Macher*. Wolfenbüttel, Zürich: Möselers.

Kolb, A. (1999, Februar). NMZ Schallplatten. Kammermusik. Sehnsuchts-Chiffren, *Neue Musik Zeitung*, 48, S. 16.

Kopiez, R. (1992). Interpretationsforschung mit Hilfe des Computerflügels. Eine Studie zur Wahrnehmung von Interpretationsmerkmalen. In: K.-E. Behne, G. Kleinen & H. d la Motte-Haber (Hrsg.), *Musikpsychologie. Empirische Forschungen - Ästhetische Experimente* (Jahrbuch der Deutschen Gesellschaft für Musikpsychologie. Band 10) (S. 7-23). Wilhelmshaven: Florian Noetzel.

Kühnen, W. (1997, Juli). Grund zum Feiern. 100 Jahre EMI. *Neue Musikzeitung*, S. 11.

- Lehmann, A. C. (1994). *Habituelle und situative Rezeptionsweisen beim Musikhören*. Frankfurt am Main, Berlin, Bern: Peter Lang.
- McAdams, S. (1984). The auditory image: a metaphor for musical and psychological research on auditory organization. In W. R. Crozier & A. J. Chapman (Hrsg.), *cognitive processes in the perception of art* (S. 289–323). Amsterdam, New York, Oxford: North-Holland.
- Moser, R. & Scheuermann, A. (Hrsg.). (1997). *Handbuch der Musikwirtschaft* (4., vollständig überarbeitete Auflage). Starnberg: Keller.
- Müller, S. (1999, Mai). Digital Audio. 96 kHz - Was bringt's? *Production Partner*, S. 156-162.
- Naxos. (1999). price [online]. Erhältlich bei:  
<http://www.hnh.com/qna/price.htm> [6.5.1999]
- Oehms, D. (1999). ARTE NOVA Classics – Labelphilosophie [online]. Erhältlich bei: <http://www.artenova.de/labelphilosophie/index.htm> [6.5.1999]
- Queren, H.-D. (1998, September). Maß für Machbares verloren? *Audio Professional*, S. 68.
- Rauhe, H. (1986). Die Rolle der Musik in den Medienangesichts veränderter Medienstrukturen. In W. Hoffmann-Riem & W. Teichert (Hrsg.), *Musik in den Medien: Programmgestaltung im Spannungsfeld von Dramaturgie, Industrie und Publikum* (S. 28-38). Baden-Baden: Nomos.
- Reus, G., Schneider, B. & Schönbach, K. (1995). Paradiesvögel in der Medienlandschaft? Kulturjournalisten – wer sie sind, was sie tun und wie sie denken. In P. Becker, A. Edler & B. Schneider (Hrsg.), *Zwischen*



- Wissenschaft und Kunst*. Festgabe für Richard Jakoby. Mainz: Schott Verlag.
- Rösing, H. (1970). *Probleme und neue Wege der Analyse von Instrumenten- und Orchesterklängen*. Wien: Notring.
- Rothärmel, M. (1963). *Der musikalische Zeitbegriff seit Moritz Hauptmann*. Regensburg: Bosse.
- Rübenacker, T. (1999, Januar). *Stereoplay*, Klassik-CDs. *Die Audiophile*, S. 190.
- Schatz, H. & Schulz, W. (1992). Qualität von Fernsehprogrammen. Kriterien und Methoden zur Beurteilung von Programmqualität im dualen Fernsehsystem. *Media Perspektiven*, (11), 690-712.
- Schick, A. (1997a). Entwicklung und Stand der psychoakustischen Forschung. In K.-H. Blomann & F. Sielecki (Hrsg.), *Hören - Eine vernachlässigte Kunst?* (S. 47-74). Hofheim: Wolke.
- Schick, A. (1997b). Auffassungen vom Hören, Ein Blick in die psychologische Hörforschungsgeschichte. In K.-H. Blomann & F. Sielecki (Hrsg.), *Hören - Eine vernachlässigte Kunst?* (S. 95-104). Hofheim: Wolke.
- Schneider, B., Schönbach, K. & Stürzebecher, D. (1993a). Westdeutsche Journalisten im Vergleich: jung, professionell und mit Spaß an der Arbeit, *Publizistik*, 38, 5-30.
- Schneider, B., Schönbach, K. & Stürzebecher, D. (1993b). Journalisten im vereinigten Deutschland, *Publizistik*, 38, 353-382.
- Schneider, B., Schönbach, K. & Stürzebecher, D. (1994). Ergebnisse einer Repräsentativbefragung zur Struktur, sozialen Lage und zu den Einstellungen von Journalisten in den neuen Bundesländern. In F.

- Böckelmann, C. Mast & B. Schneider (Hrsg.), *Journalismus in den neuen Ländern. Ein Berufsstand zwischen Aufbruch und Anpassung* (S. 145-230). Konstanz: Universitätsverlag.
- Schneider, B. (1997). Musik in Hörfunk und Fernsehen. In R. Jakoby in Zusammenarbeit mit InterNationes und dem Deutschen Musikrat, *Musikszene Deutschland. Konzertwesen - Kulturpolitik - Wirtschaft - Berufe*, (S. 116-130). Kassel: Bärenreiter/Bosse.
- Schneider, B. (1999). Musik im privaten Rundfunk. In Deutscher Musikrat (Hrsg.), *Musik-Almanach 1999/2000. Daten und Fakten zum Musikleben in Deutschland* (S. 67-74). Kassel: Bärenreiter/Bosse.
- Söring, H. (1998, 12. Dezember). "In der Klassik gibt es keine Krise". *Hamburger Abendblatt*, S. 6.
- Stern-Anzeigenabteilung (Hrsg.). (1999). *Dialoge 5. Trends, Werte, Ziele. Codeplan*. Hamburg, Gruner + Jahr.
- Neuer Standard für Digitale Musik. (1999, 8. Juli). *Süddeutsche Zeitung*, S.23.
- ter Schiphorst, I. (1997). Gespräch mit Iris ter Schiphorst. In K.-H. Blomann & F. Sielecki (Hrsg.), *Hören - Eine vernachlässigte Kunst?* (S. 121-132). Hofheim: Wolke.
- Vereinigte Motor-Verlage (Hrsg.). (1995). *Bielefelder Katalog. Compact Discs, MusiCassetten, Schallplatten. Klassik 1/1995. Jahrgang 43*. Stuttgart: Vereinigte Motor-Verlage.
- Vereinigte Motor-Verlage (Hrsg.). (1997). *Bielefelder Katalog. Compact Discs, MusiCassetten, Schallplatten. Klassik 2/1997, Jahrgang 45*. Stuttgart: Vereinigte Motor-Verlage.

Wetekam, B. (1995). Was passiert beim Crescendo? - Ein Beitrag zur musikpsychologischen Interpretationsforschung. In K.-E. Behne, G. Kleinen & H. d la Motte-Haber (Hrsg.), *Musikpsychologie. Empirische Forschungen - Ästhetische Experimente. Jahrbuch der Deutschen Gesellschaft für Musikpsychologie. Band 10* (S. 42–55). Wilhelmshaven: Florian Noetzel.

Wieken, K. (1974). Die schriftliche Befragung. In J. van Koolwijk & M. Wieken - Mayser, *Techniken der Emirischen Sozialforschung. 4. Band. Erhebungsmethoden: Die Befragung*. München, Wien: Oldenbourg.

Winkler, J. (1997). Das Hören wecken: Erfahrungen mit dem Aktivieren des Hörens in Befragungen über die Klanglandschaft. In K.-H. Blomann & F. Sielecki (Hrsg.), *Hören - Eine vernachlässigte Kunst?* (S. 133-144). Hofheim: Wolke.

## 6.2 Verzeichnis der Diagramme und Tabellen

Diagramm 1, Marktanteile am gesamten Tonträgermarkt	11
Diagramm 2, Marktanteile am Klassikmarkt	15
Diagramm 3, Repertoiresparten im Klassikmarkt	16
Diagramm 4, Segmentierung des Publikums nach Frank, Maletzke & Müller-Sachse	30
Tabelle 1, Verteilung der Geschlechter in der Stichprobe	53
Tabelle 2, Alter der Teilnehmer	54
Tabelle 3, Low- und High-Price-CDs im Vergleich	58
Tabelle 4, Spieltechnik und Spielfreude in den Berufsgruppen	60
Tabelle 5, Zusammenhang zwischen subjektiven Empfinden und den Professionalitätskriterien	63
Tabelle 6, Korrelationen in den Subgruppen	64
Tabelle 7, Nach Gefühl entscheiden, durchschnittliche Bewertungen.	67
Tabelle 8, Musikalität hat Priorität, durchschnittliche Bewertungen.	69
Tabelle 9, Empfehlungen aus dem Freundeskreis, durchschnittliche Bewertungen.	70
Tabelle 10, Moderne CDs leiden unter mangelnder Tonqualität, durchschnittliche Bewertungen	71
Tabelle 11, Gute Einspielungen sind immer seltener, durchschnittliche Bewertungen.	73
Tabelle 12, konsumorientiertes Publikum, durchschnittliche Bewertungen.	76
Tabelle 13, Pädagoge, Erzieher als Selbstverständnis, durchschnittliche Bewertungen.	77

---

Tabelle 14, berufliches Selbstverständnis Entertainer	78
Tabelle 15, Musiker mit anderen Mitteln als Selbstverständnis, durchschnittliche Bewertungen.	80
Tabelle 16, Experten und Laien im Vergleich.	81
Tabelle 17, Subjektives Empfinden der E-Musik-Redakteure/Musiker und Tonmeister/Laien	82
Tabelle 18, Aktive musikalische Erfahrung.	83
Tabelle A, Spieltechnik, Häufigkeiten der Experten	103
Tabelle B, Spielfreude, Häufigkeiten der Experten	104
Tabelle C, subjektives Empfinden, Häufigkeiten der Experten	105
Tabelle D, Vergleich E-Musik-Redakteure, Kulturjournalisten und andere Journalisten in ihrem Selbstverständnis.	106
Tabelle E: Positive Eigenschaften des Publikums. Vergleich zwischen E-Musik-Redakteuren, Kulturjournalisten und anderen Journalisten	107
Tabelle F: Negative Eigenschaften des Publikums. Vergleich zwischen E-Musik-Redakteuren, Kulturjournalisten und anderen Journalisten	108



---

## 7. Anhang A

### 7.1 Tabellen

Tabelle A, Spieltechnik, Häufigkeiten der Experten

Spiel- technik	Schubert Arte Nova	Schubert Sony	Prokofiev Sony	Prokofiev Naxos	Beethoven Naxos	Beethoven Arte Nova	Summe
1	0	2	1	2	1	0	6
2	6	6	10	5	8	4	39
3	1	2	12	6	1	2	24
4	8	9	12	13	11	4	57
5	21	16	6	12	15	18	88
6	9	10	3	6	9	16	53
Summe	45	45	44	44	45	44	267

Tabelle B, Spielfreude, Häufigkeiten der Experten

Spiel- freude	Schubert Arte Nova	Schubert Sony	Prokofiev Sony	Prokofiev Naxos	Beethoven Naxos	Beethoven Arte Nova	Summe
1	4	3	1	4	4	0	16
2	9	5	6	7	3	2	32
3	7	6	11	6	8	7	45
4	14	3	15	7	13	7	59
5	6	21	10	13	14	12	76
6	5	7	1	7	3	16	39
Summe	45	45	44	44	45	44	267



Tabelle C, subjektives Empfinden, Häufigkeiten der Experten

Subjektives Empfinden	Schubert Arte Nova	Schubert Sony	Prokofiev Sony	Prokofiev Naxos	Beethoven Naxos	Beethoven Arte Nova	Summe
1	6	4	4	9	3	0	26
2	7	8	6	5	6	4	36
3	9	5	10	5	9	6	44
4	9	6	15	8	12	5	55
5	10	16	6	7	11	12	62
6	3	6	2	8	2	15	36
Summe	44	45	43	42	43	42	259

## 7.2 Vergleich des Publikumbildes und des Selbstverständnisses mit den Kulturjournalisten

Um die in Kapitel 4.5 vorgestellten Ergebnisse besser einordnen zu können, wurden die Daten dichotomisiert. Aus den drei unteren Stufen der sechsfach geteilten Skala wurde "stimme eher nicht zu", aus den oberen Stufen "stimme eher zu". Damit können sie den repräsentativen Ergebnissen der Journalistenbefragung von Schneider, Schönbach, Stürzebecher (1993) gegenübergestellt werden. Die Unterteilung nach Kulturjournalisten und anderen Journalisten folgt Reus, Schneider, Schönbach (1995).

Tabelle D, Vergleich E-Musik-Redakteure, Kulturjournalisten und andere Journalisten in ihrem Selbstverständnis.

	E-Musik- Redakteure Prozent(N=15)	Kultur- journalisten Prozent(N=105)	Andere Journalisten Prozent(N=878)
Jemand, der den Leuten hilft, sie berät	93	61	65
Förderer der Kultur	93		
Vermittler neuer Ideen	87	91	86
Kritiker an Mißständen	87	92	95
Jemand, der die Leute unterhalten sollte	87	81	77
Neutraler Berichterstatter	80	78*	90*
Jemand, der immer auf der Suche nach neuen musikalischen Strömungen ist	73		
Jemand, der die Traditionen bewahrt	67		
Musiker mit anderen Mitteln	57		
Pädagoge, Erzieher	40	22*	12*

Mit \* gekennzeichnete Angaben sind signifikant mindestens auf 5 Prozent Niveau.

Tabelle E: Positive Eigenschaften des Publikums. Vergleich zwischen E-Musik-Redakteuren, Kulturjournalisten und anderen Journalisten

	E-Musik- Redakteure Prozent(N=15)	Kulturjournalisten Prozent(N=105)	Andere Journalisten Prozent(N=878)
Aufgeschlossen	100	62	53
Gebildet	93		
Selbstbewußt	93	63	57
Musikalisch	86		
Engagiert	79	45	42
Kritisch	79	60*	48*
Gut informiert	71	57	48
Tolerant	64	38	36

Mit \* gekennzeichnete Angaben sind signifikant mindestens auf 5 Prozent Niveau.

Tabelle F: Negative Eigenschaften des Publikums. Vergleich zwischen E-Musik-Redakteuren, Kulturjournalisten und anderen Journalisten

	E-Musik- Redakteure Prozent(N=15)	Kulturjournalisten Prozent(N=105)	Andere Journalisten Prozent(N=878)
Oberflächlich	46	31	33
Stur	36	17	21
Engstirnig	36	10*	22*
Verunsichert	29	18	24
Leicht beeinflussbar	29	28	30
Gleichgültig	29	16	24

Mit \* gekennzeichnete Angaben sind signifikant mindestens auf 5 Prozent Niveau.

## **8 Anhang B**

### **8.1 Fragebogen der E-Musik-Redakteure**

Sehr geehrte Damen und Herren,  
vielen Dank, daß sie bei der Expertenbefragung zur „Qualität von Musik“  
mitmachen.

Viele Produktionsabschnitte einer CD unterliegen heutzutage Qualitätskontrollen: Der Herstellungsprozeß der CD selbst wird zertifiziert, im tontechnischen Bereich wird über 96kHz Samplingfrequenz und 24-Bit-Auflösung debattiert. Nur die Musik selbst bleibt die alte. Sie läßt sich nicht physikalisch messen und bewerten. Vielleicht gibt es aber Kriterien, die das Entscheidende der Tonträger vergleichbar machen können: die Aufführung und ihre Musikalität. Diese Kriterien werden, wie vieles in der Musik, schwer in Worte zu fassen sein; wenn dies überhaupt jemand kann, dann sind Sie es, die tagtäglich mit Musik, Musikern und Aufnahmen umgehen, darüber berichten und über die Auswahl entscheiden.

Zusammen mit diesem Fragebogen haben Sie eine Test-CD mit drei Orchesterwerken in jeweils zwei Interpretationen neueren Datums erhalten. In dem Fragebogen sind die Kriterien zur Beurteilung der Hörbeispiele in drei Bereiche unterteilt: In *technisches Können*, im Sinne von Instrumentenbeherrschung, Intonation, Präzision und Zusammenspiel, *Überzeugungskraft*, d. h. wie packend spielen die Musiker, wie überzeugend und motiviert klingt das Orchester, wie nah - im emotionalen Sinne - wird die Musik dem Hörer vermittelt, wie musikalisch ist die Aufnahme und der *Interpretation* in ihrer Anlage und Qualität nach Ihrem subjektiven Empfinden. Darüber hinaus bitte ich Sie, Ihre Einschätzung stichpunktartig zu notieren.

Im zweiten Teil bitte ich Sie um einige statistische Angaben zu Ihrer Person, Ihrer Arbeit und Ihre Einschätzung des Musikmarktes. Alle Angaben werden selbstverständlich anonymisiert verwendet.

Planen Sie für den Fragebogen mit Musikbeispielen bitte etwa 40 Minuten Zeit ein. Für Rückfragen stehe ich Ihnen jederzeit telefonisch unter der Nummer 09571 759 343 zur Verfügung. Über die Ergebnisse der Studie werde ich Sie selbstverständlich informieren.

Viel Spaß beim Hören und Bewerten wünscht Ihnen

**Schubert, 7. Symphonie, Ausschnitt aus *Allegro moderato*, 1. Fassung (Track 1):**



a) Wie beurteilen Sie das *technische Können*- im Sinne von Instrumentenbeherrschung, Intonation, Präzision und Zusammenspiel - dieses Orchesters und seiner Musiker auf einer Skala von 1 bis 6? Wobei 1 für „unzureichend“ und 6 für „sehr gut“ steht.

1  2  3  4  5  6

b) Wie beurteilen Sie die *Überzeugungskraft* der Musiker, d. h. wie packend spielen die Musiker, wie überzeugend und motiviert klingt das Orchester, wie nah - in emotionalem Sinne - wird die Musik dem Hörer vermittelt, wie musikalisch ist die Aufnahme, auf einer Skala von 1 bis 6, wobei 1 für „unzureichend“ und 6 für „sehr gut“ steht?

1  2  3  4  5  6

c) Wie beurteilen Sie die *Interpretation* in ihrer Anlage und Qualität nach Ihrem subjektiven Empfinden auf einer Skala von 1 bis 6, wobei 1 für „gefällt mir überhaupt nicht“ und 6 für „gefällt mir sehr gut“ steht?

1  2  3  4  5  6

Bitte begründen Sie Ihre Einschätzung stichpunktartig:

zu a)

---

zu b)

---

zu c)

---

---

**Schubert, 7. Symphonie, Ausschnitt aus *Allegro moderato*, 2. Fassung (Track 2):**

a) Wie beurteilen Sie das *technische Können*- im Sinne von Instrumentenbeherrschung, Intonation, Präzision und Zusammenspiel - dieses Orchesters und seiner Musiker auf einer Skala von 1 bis 6? Wobei 1 für „unzureichend“ und 6 für „sehr gut“ steht.

1  2  3  4  5  6

b) Wie beurteilen Sie die *Überzeugungskraft* der Musiker, d. h. wie packend spielen die Musiker, wie überzeugend und motiviert klingt das Orchester, wie nah - in emotionalem Sinne - wird die Musik dem Hörer vermittelt, wie musikalisch ist die Aufnahme, auf einer Skala von 1 bis 6, wobei 1 für „unzureichend“ und 6 für „sehr gut“ steht?

1  2  3  4  5  6

c) Wie beurteilen Sie die *Interpretation* in ihrer Anlage und Qualität nach Ihrem subjektiven Empfinden auf einer Skala von 1 bis 6, wobei 1 für „gefällt mir überhaupt nicht“ und 6 für „gefällt mir sehr gut“ steht?

1  2  3  4  5  6

Bitte begründen Sie Ihre Einschätzung stichpunktartig:

zu a)

---

zu b)

---

zu c)

---

---



**Prokofiev, 1. Symphonie, Larghetto, 1. Fassung (Track 3):**

a) Wie beurteilen Sie das *technische Können*- im Sinne von Instrumentenbeherrschung, Intonation, Präzision und Zusammenspiel - dieses Orchesters und seiner Musiker auf einer Skala von 1 bis 6? Wobei 1 für „unzureichend“ und 6 für „sehr gut“ steht.

1  2  3  4  5  6

b) Wie beurteilen Sie die *Überzeugungskraft* der Musiker, d. h. wie packend spielen die Musiker, wie überzeugend und motiviert klingt das Orchester, wie nah - in emotionalem Sinne - wird die Musik dem Hörer vermittelt, wie musikalisch ist die Aufnahme, auf einer Skala von 1 bis 6, wobei 1 für „unzureichend“ und 6 für „sehr gut“ steht?

1  2  3  4  5  6

c) Wie beurteilen Sie die *Interpretation* in ihrer Anlage und Qualität nach Ihrem subjektiven Empfinden auf einer Skala von 1 bis 6, wobei 1 für „gefällt mir überhaupt nicht“ und 6 für „gefällt mir sehr gut“ steht?

1  2  3  4  5  6

Bitte begründen Sie Ihre Einschätzung stichpunktartig:

zu a)

---

zu b)

---

zu c)

---

---

**Prokofiev, 1. Symphonie, Larghetto, 2. Fassung (Track 4):**

a) Wie beurteilen Sie das *technische Können*- im Sinne von Instrumentenbeherrschung, Intonation, Präzision und Zusammenspiel - dieses Orchesters und seiner Musiker auf einer Skala von 1 bis 6? Wobei 1 für „unzureichend“ und 6 für „sehr gut“ steht.

1  2  3  4  5  6

b) Wie beurteilen Sie die *Überzeugungskraft* der Musiker, d. h. wie packend spielen die Musiker, wie überzeugend und motiviert klingt das Orchester, wie nah - in emotionalem Sinne - wird die Musik dem Hörer vermittelt, wie musikalisch ist die Aufnahme, auf einer Skala von 1 bis 6, wobei 1 für „unzureichend“ und 6 für „sehr gut“ steht?

1  2  3  4  5  6

c) Wie beurteilen Sie die *Interpretation* in ihrer Anlage und Qualität nach Ihrem subjektiven Empfinden auf einer Skala von 1 bis 6, wobei 1 für „gefällt mir überhaupt nicht“ und 6 für „gefällt mir sehr gut“ steht?

1  2  3  4  5  6

Bitte begründen Sie Ihre Einschätzung stichpunktartig:

zu a)

---

zu b)

---

zu c)

---

---

**Beethoven, 6. Symphonie, Ausschnitt aus *Lustiges Zusammensein der Landleute*,  
*Allegro*, 1. Fassung (Track 5):**

a) Wie beurteilen Sie das *technische Können*- im Sinne von Instrumentenbeherrschung, Intonation, Präzision und Zusammenspiel - dieses Orchesters und seiner Musiker auf einer Skala von 1 bis 6? Wobei 1 für „unzureichend“ und 6 für „sehr gut“ steht.

1  2  3  4  5  6

b) Wie beurteilen Sie die *Überzeugungskraft* der Musiker, d. h. wie packend spielen die Musiker, wie überzeugend und motiviert klingt das Orchester, wie nah - in emotionalem Sinne - wird die Musik dem Hörer vermittelt, wie musikalisch ist die Aufnahme, auf einer Skala von 1 bis 6, wobei 1 für „unzureichend“ und 6 für „sehr gut“ steht?

1  2  3  4  5  6

c) Wie beurteilen Sie die *Interpretation* in ihrer Anlage und Qualität nach Ihrem subjektiven Empfinden auf einer Skala von 1 bis 6, wobei 1 für „gefällt mir überhaupt nicht“ und 6 für „gefällt mir sehr gut“ steht?

1  2  3  4  5  6

Bitte begründen Sie Ihre Einschätzung stichpunktartig:

zu a)

---

---

zu b)

---

---

zu c)

---

---

**Beethoven, 6. Symphonie, Ausschnitt aus *Lustiges Zusammensein der Landleute*,  
*Allegro*, 2. Fassung (Track 6):**

a) Wie beurteilen Sie das *technische Können*- im Sinne von Instrumentenbeherrschung, Intonation, Präzision und Zusammenspiel - dieses Orchesters und seiner Musiker auf einer Skala von 1 bis 6? Wobei 1 für „unzureichend“ und 6 für „sehr gut“ steht.

1  2  3  4  5  6

b) Wie beurteilen Sie die *Überzeugungskraft* der Musiker, d. h. wie packend spielen die Musiker, wie überzeugend und motiviert klingt das Orchester, wie nah - in emotionalem Sinne - wird die Musik dem Hörer vermittelt, wie musikalisch ist die Aufnahme, auf einer Skala von 1 bis 6, wobei 1 für „unzureichend“ und 6 für „sehr gut“ steht?

1  2  3  4  5  6

c) Wie beurteilen Sie die *Interpretation* in ihrer Anlage und Qualität nach Ihrem subjektiven Empfinden auf einer Skala von 1 bis 6, wobei 1 für „gefällt mir überhaupt nicht“ und 6 für „gefällt mir sehr gut“ steht?

1  2  3  4  5  6

Bitte begründen Sie Ihre Einschätzung stichpunktartig:

zu a)

---

---

zu b)

---

---

zu c)

---

---



Wenn Sie einmal an Ihr Publikum denken, für das Sie arbeiten, wie würden Sie es beschreiben, welche Eigenschaften sind da sehr häufig zu finden?	...sehr selten zu finden			...sehr häufig zu finden		
aufgeschlossen	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
oberflächlich	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
gleichgültig	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
konservativ	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
elitär	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
kritisch	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
stur	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
gut informiert	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
gebildet	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
musikalisch	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
eher älter	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
avantgardistisch	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
leicht beeinflussbar	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
tolerant	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
engagiert	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
eher jünger	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
konsumorientiert	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
verunsichert	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
selbstbewußt	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
engstirnig	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>



**Zum Schluß bitte ich Sie noch um einige statistische Angaben zu Ihrer Person.**

Wie lange sind Sie schon als E-Musik-Redakteur bzw. Journalist tätig? \_\_\_\_\_Jahre

Haben Sie ein musikalisches Spezialgebiet?  ja und zwar \_\_\_\_\_  
\_\_\_\_\_

nein

Welche musikalische Ausbildung haben Sie?  Musikunterricht während der Schulzeit  
 musikalische Ausbildung an einer Kunst-/Musikhochschule  
 abgeschlossenes Schulmusikstudium  
 abgeschlossenes Studium als Diplommusiker  
 abgeschlossenes musikwissenschaftliches Studium  
 sonstiges \_\_\_\_\_

Welche journalistische Ausbildung haben Sie?  Volontariat  
 Journalistikstudium  
 Journalistenschule  
 Praxiserfahrung  
 sonstiges \_\_\_\_\_

Wieviele Jahre haben Sie als Musiker gearbeitet? \_\_\_\_\_Jahre

In welchem Jahr sind Sie geboren? 19\_\_

Geschlecht  männlich  weiblich

Bitte senden Sie den ausgefüllten Fragebogen an mich zurück: Tim Birkner, Hirtenstraße 3, 96215 Lichtenfels. Die Rückseite dieses Bogens ist so beschriftet, daß er adressiert in einen Fensterumschlag paßt. Sollten Sie die CD nicht als Erinnerung behalten wollen, wäre ich Ihnen dankbar, wenn Sie sie mir ebenfalls zurücksenden könnten - ich kann die Beispiele dann nochmals verwenden. Herzlichen Dank!



## 8.2 Fragebogen der Tonmeister

Sehr geehrte Damen und Herren,  
vielen Dank, daß sie bei der Expertenbefragung zur „Qualität von Musik“  
mitmachen.

Viele Produktionsabschnitte einer CD unterliegen heutzutage Qualitätskontrollen: Der Herstellungsprozeß der CD selbst wird zertifiziert, im tontechnischen Bereich wird über 96kHz Samplingfrequenz und 24-Bit-Auflösung debattiert. Nur die Musik selbst bleibt die alte. Sie läßt sich nicht physikalisch messen und bewerten. Vielleicht gibt es aber Kriterien, die das Entscheidende der Tonträger vergleichbar machen können: die Aufführung und die Musikalität. Diese Kriterien werden, wie vieles in der Musik, schwer in Worte zu fassen sein; wenn dies überhaupt jemand kann, dann sind Sie es, die tagtäglich mit Musik, Musikern und Aufnahmen umgehen und das entscheidende Bindeglied zwischen Musikern und Produzenten sind.

Zusammen mit diesem Fragebogen haben Sie eine Test-CD mit drei Orchesterwerken in jeweils zwei Interpretationen neueren Datums erhalten. In dem Fragebogen sind die Kriterien zur Beurteilung der Hörbeispiele in drei Bereiche unterteilt: In *technisches Können*, im Sinne von Instrumentenbeherrschung, Intonation, Präzision und Zusammenspiel, *Überzeugungskraft*, d. h. wie packend spielen die Musiker, wie überzeugend und motiviert klingt das Orchester, wie nah - im emotionalen Sinne - wird die Musik dem Hörer vermittelt, wie musikalisch ist die Aufnahme und der *Interpretation* in ihrer Anlage und Qualität nach Ihrem subjektiven Empfinden. Darüber hinaus bitte ich Sie, Ihre Einschätzung stichpunktartig zu notieren. Nach jedem Block von je zwei Interpretationen bitte ich Sie außerdem, Ihr Urteil über die tontechnische Qualität abzugeben. Das ist besonders dafür notwendig, um die Urteile über die Musikalität und Musik in Relation zu Ihrem Expertenurteil über die tontechnische Umsetzung zu setzen.

Im zweiten Teil bitte ich Sie um einige statistische Angaben zu Ihrer Person, Ihrer Arbeit und Ihrer Einschätzung des Musikmarktes. Alle Angaben werden selbstverständlich anonymisiert.

Planen Sie für den Fragebogen mit Musikbeispielen bitte etwa 40 Minuten Zeit ein. Für Rückfragen stehe ich Ihnen jederzeit telefonisch unter der Nummer 09571 759343 zur Verfügung.

Viel Spaß beim Hören und Bewerten wünscht Ihnen

Schubert, 7. Symphonie, Ausschnitt aus *Allegro moderato*, 1. Fassung (Track 1):

--	--

a) Wie beurteilen Sie das *technische Können*- im Sinne von Instrumentenbeherrschung, Intonation, Präzision und Zusammenspiel - dieses Orchesters und seiner Musiker auf einer Skala von 1 bis 6? Wobei 1 für „unzureichend“ und 6 für „sehr gut“ steht.

1  2  3  4  5  6

b) Wie beurteilen Sie die *Überzeugungskraft* der Musiker, d. h. wie packend spielen die Musiker, wie überzeugend und motiviert klingt das Orchester, wie nah - in emotionalem Sinne - wird die Musik dem Hörer vermittelt, wie musikalisch ist die Aufnahme, auf einer Skala von 1 bis 6, wobei 1 für „unzureichend“ und 6 für „sehr gut“ steht?

1  2  3  4  5  6

c) Wie beurteilen Sie die *Interpretation* in ihrer Anlage und Qualität nach Ihrem subjektiven Empfinden auf einer Skala von 1 bis 6, wobei 1 für „gefällt mir überhaupt nicht“ und 6 für „gefällt mir sehr gut“ steht?

1  2  3  4  5  6

Bitte begründen Sie Ihre Einschätzung stichpunktartig:

zu a)

---

zu b)

---

zu c)

---

---

--

**Schubert, 7. Symphonie, Ausschnitt aus *Allegro moderato*, 2. Fassung (Track 2):**

a) Wie beurteilen Sie das *technische Können*- im Sinne von Instrumentenbeherrschung, Intonation, Präzision und Zusammenspiel - dieses Orchesters und seiner Musiker auf einer Skala von 1 bis 6? Wobei 1 für „unzureichend“ und 6 für „sehr gut“ steht.

1  2  3  4  5  6

b) Wie beurteilen Sie die *Überzeugungskraft* der Musiker, d. h. wie packend spielen die Musiker, wie überzeugend und motiviert klingt das Orchester, wie nah - in emotionalem Sinne - wird die Musik dem Hörer vermittelt, wie musikalisch ist die Aufnahme, auf einer Skala von 1 bis 6, wobei 1 für „unzureichend“ und 6 für „sehr gut“ steht?

1  2  3  4  5  6

c) Wie beurteilen Sie die *Interpretation* in ihrer Anlage und Qualität nach Ihrem subjektiven Empfinden auf einer Skala von 1 bis 6, wobei 1 für „gefällt mir überhaupt nicht“ und 6 für „gefällt mir sehr gut“ steht?

1  2  3  4  5  6

Bitte begründen Sie Ihre Einschätzung stichpunktartig:

zu a)

---

zu b)

---

zu c)

---

**Tontechnischer Vergleich zwischen erster und zweiter Fassung**

Wie beurteilen Sie die Aufnahmequalität von Fassung 1, wobei 1 für „mangelhaft“ und 6 für „vorbildlich“ steht

1  2  3  4  5  6

Wie beurteilen Sie die Aufnahmequalität von Fassung 2, wobei 1 für „mangelhaft“ und 6 für „vorbildlich“ steht

1  2  3  4  5  6

**Prokofiev, 1. Symphonie, Larghetto, 1. Fassung (Track 3):**

a) Wie beurteilen Sie das *technische Können*- im Sinne von Instrumentenbeherrschung, Intonation, Präzision und Zusammenspiel - dieses Orchesters und seiner Musiker auf einer Skala von 1 bis 6? Wobei 1 für „unzureichend“ und 6 für „sehr gut“ steht.

1  2  3  4  5  6

b) Wie beurteilen Sie die *Überzeugungskraft* der Musiker, d. h. wie packend spielen die Musiker, wie überzeugend und motiviert klingt das Orchester, wie nah - in emotionalem Sinne - wird die Musik dem Hörer vermittelt, wie musikalisch ist die Aufnahme, auf einer Skala von 1 bis 6, wobei 1 für „unzureichend“ und 6 für „sehr gut“ steht?

1  2  3  4  5  6

c) Wie beurteilen Sie die *Interpretation* in ihrer Anlage und Qualität nach Ihrem subjektiven Empfinden auf einer Skala von 1 bis 6, wobei 1 für „gefällt mir überhaupt nicht“ und 6 für „gefällt mir sehr gut“ steht?

1  2  3  4  5  6

Bitte begründen Sie Ihre Einschätzung stichpunktartig:

zu a)

---

zu b)

---

zu c)

---

---

**Prokofiev, 1. Symphonie, Larghetto, 2. Fassung (Track 4):**

a) Wie beurteilen Sie das *technische Können*- im Sinne von Instrumentenbeherrschung, Intonation, Präzision und Zusammenspiel - dieses Orchesters und seiner Musiker auf einer Skala von 1 bis 6? Wobei 1 für „unzureichend“ und 6 für „sehr gut“ steht.

1  2  3  4  5  6

b) Wie beurteilen Sie die *Überzeugungskraft* der Musiker, d. h. wie packend spielen die Musiker, wie überzeugend und motiviert klingt das Orchester, wie nah - in emotionalem Sinne - wird die Musik dem Hörer vermittelt, wie musikalisch ist die Aufnahme, auf einer Skala von 1 bis 6, wobei 1 für „unzureichend“ und 6 für „sehr gut“ steht?

1  2  3  4  5  6

c) Wie beurteilen Sie die *Interpretation* in ihrer Anlage und Qualität nach Ihrem subjektiven Empfinden auf einer Skala von 1 bis 6, wobei 1 für „gefällt mir überhaupt nicht“ und 6 für „gefällt mir sehr gut“ steht?

1  2  3  4  5  6

Bitte begründen Sie Ihre Einschätzung stichpunktartig:

zu a)

---

zu b)

---

zu c)

---

**Tontechnischer Vergleich zwischen erster und zweiter Fassung**

Wie beurteilen Sie die Aufnahmequalität von Fassung 1, wobei 1 für „mangelhaft“ und 6 für „vorbildlich“ steht

1  2  3  4  5  6

Wie beurteilen Sie die Aufnahmequalität von Fassung 2, wobei 1 für „mangelhaft“ und 6 für „vorbildlich“ steht

1  2  3  4  5  6

**Beethoven, 6. Symphonie, Ausschnitt aus *Lustiges Zusammensein der Landleute*,  
*Allegro*, 1. Fassung (Track 5):**

a) Wie beurteilen Sie das *technische Können*- im Sinne von Instrumentenbeherrschung, Intonation, Präzision und Zusammenspiel - dieses Orchesters und seiner Musiker auf einer Skala von 1 bis 6? Wobei 1 für „unzureichend“ und 6 für „sehr gut“ steht.

1  2  3  4  5  6

b) Wie beurteilen Sie die *Überzeugungskraft* der Musiker, d. h. wie packend spielen die Musiker, wie überzeugend und motiviert klingt das Orchester, wie nah - in emotionalem Sinne - wird die Musik dem Hörer vermittelt, wie musikalisch ist die Aufnahme, auf einer Skala von 1 bis 6, wobei 1 für „unzureichend“ und 6 für „sehr gut“ steht?

1  2  3  4  5  6

c) Wie beurteilen Sie die *Interpretation* in ihrer Anlage und Qualität nach Ihrem subjektiven Empfinden auf einer Skala von 1 bis 6, wobei 1 für „gefällt mir überhaupt nicht“ und 6 für „gefällt mir sehr gut“ steht?

1  2  3  4  5  6

Bitte begründen Sie Ihre Einschätzung stichpunktartig:

zu a)

---

zu b)

---

zu c)

---

**Beethoven, 6. Symphonie, Ausschnitt aus *Lustiges Zusammensein der Landleute*,  
*Allegro*, 2. Fassung (Track 6):**

a) Wie beurteilen Sie das *technische Können*- im Sinne von Instrumentenbeherrschung, Intonation, Präzision und Zusammenspiel - dieses Orchesters und seiner Musiker auf einer Skala von 1 bis 6? Wobei 1 für „unzureichend“ und 6 für „sehr gut“ steht.

1  2  3  4  5  6

b) Wie beurteilen Sie die *Überzeugungskraft* der Musiker, d. h. wie packend spielen die Musiker, wie überzeugend und motiviert klingt das Orchester, wie nah - in emotionalem Sinne - wird die Musik dem Hörer vermittelt, wie musikalisch ist die Aufnahme, auf einer Skala von 1 bis 6, wobei 1 für „unzureichend“ und 6 für „sehr gut“ steht?

1  2  3  4  5  6

c) Wie beurteilen Sie die *Interpretation* in ihrer Anlage und Qualität nach Ihrem subjektiven Empfinden auf einer Skala von 1 bis 6, wobei 1 für „gefällt mir überhaupt nicht“ und 6 für „gefällt mir sehr gut“ steht?

1  2  3  4  5  6

Bitte begründen Sie Ihre Einschätzung stichpunktartig:

zu a)

---

zu b)

---

zu c)

---

**Tontechnischer Vergleich zwischen erster und zweiter Fassung**

Wie beurteilen Sie die Aufnahmequalität von Fassung 1, wobei 1 für „mangelhaft“ und 6 für „vorbildlich“ steht

1  2  3  4  5  6

Wie beurteilen Sie die Aufnahmequalität von Fassung 2, wobei 1 für „mangelhaft“ und 6 für „vorbildlich“ steht

1  2  3  4  5  6





**Zum Schluß bitte ich Sie noch um einige statistische Angaben zu Ihrer Person.**

Wie lange sind Sie schon als Tonmeister  
tätig? \_\_\_\_\_Jahre

Haben Sie ein musikalisches  
Spezialgebiet?  ja und  
zwar \_\_\_\_\_  
\_\_\_\_\_  
 nein

Welche musikalische Ausbildung haben  
Sie?  abgeschlossenes Studium als Diplomtonmeister  
 Musikunterricht während der Schulzeit  
 musikalische Ausbildung an einer Kunst-/Musikhochschule  
 abgeschlossenes Schulmusikstudium  
 abgeschlossenes Studium als Diplommusiker  
 abgeschlossenes musikwissenschaftliches Studium  
 sonstiges \_\_\_\_\_

Welche tontechnische Ausbildung  
haben Sie?  Tonmeisterstudium  
 Toningenieurstudium  
 Ausbildung an der Schule für Rundfunktechnik  
 Ausbildung an der School of Audio Engineering  
 Praxiserfahrung  
 sonstiges \_\_\_\_\_

Wieviele Jahre haben Sie als Musiker  
gearbeitet? \_\_\_\_\_Jahre

In welchem Jahr sind Sie geboren? 19\_\_

Geschlecht  männlich  weiblich

Bitte senden Sie den ausgefüllten Fragebogen an mich zurück: Tim Birkner, Hirtenstraße 3, 96215 Lichtenfels. Die Rückseite dieses Bogens ist so beschriftet, daß er adressiert in einen Fensterumschlag paßt. Sollten Sie die CD nicht als Erinnerung behalten wollen, wäre ich Ihnen dankbar, wenn Sie sie mir ebenfalls zurücksenden könnten - ich kann die Beispiele dann nochmals verwenden. Herzlichen Dank!

### 8.3 Fragebogen der Musiker

Sehr geehrte Damen und Herren,  
vielen Dank, daß sie bei der Expertenbefragung zur „Qualität von Musik“  
mitmachen.

Viele Produktionsabschnitte einer CD unterliegen heutzutage Qualitätskontrollen: Der Herstellungsprozeß der CD selbst wird zertifiziert, im tontechnischen Bereich wird über 96kHz Samplingfrequenz und 24-Bit-Auflösung debattiert. Nur die Musik selbst bleibt die alte. Sie läßt sich nicht physikalisch messen und bewerten. Vielleicht gibt es aber Kriterien, die das Entscheidende der Tonträger vergleichbar machen können: die Aufführung und die Musikalität. Diese Kriterien werden, wie vieles in der Musik, schwer in Worte zu fassen sein; wenn dies überhaupt jemand kann, dann sind Sie es, die tagtäglich mit Musik leben und mit Aufnahmen umgehen.

Zusammen mit diesem Fragebogen haben Sie eine Test-CD mit drei Orchesterwerken in jeweils zwei Interpretationen neueren Datums erhalten. In dem Fragebogen sind die Kriterien zur Beurteilung der Hörbeispiele in drei Bereiche unterteilt: In *technisches Können*, im Sinne von Instrumentenbeherrschung, Intonation, Präzision und Zusammenspiel, *Überzeugungskraft*, d. h. wie packend spielen die Musiker, wie überzeugend und motiviert klingt das Orchester, wie nah - im emotionalen Sinne - wird die Musik dem Hörer vermittelt, wie musikalisch ist die Aufnahme und der *Interpretation* in ihrer Anlage und Qualität nach Ihrem subjektiven Empfinden. Darüber hinaus bitte ich Sie, Ihre Einschätzungen stichpunktartig zu notieren.

Im zweiten Teil bitte ich Sie um einige statistische Angaben zu Ihrer Person und Ihrer Einschätzung des Musikmarktes. Alle Angaben werden selbstverständlich anonymisiert verwendet.

Planen Sie für den Fragebogen mit Musikbeispielen bitte etwa 40 Minuten Zeit ein. Für Rückfragen stehe ich Ihnen jederzeit telefonisch unter der Nummer 09571 759 343 zur Verfügung.

Viel Spaß nun beim Hören und Bewerten wünscht Ihnen

Schubert, 7. Symphonie, Ausschnitt aus *Allegro moderato*, 1. Fassung (Track 1):



a) Wie beurteilen Sie das *technische Können*- im Sinne von Instrumentenbeherrschung, Intonation, Präzision und Zusammenspiel - dieses Orchesters und seiner Musiker auf einer Skala von 1 bis 6? Wobei 1 für „unzureichend“ und 6 für „sehr gut“ steht.

1  2  3  4  5  6

b) Wie beurteilen Sie die *Überzeugungskraft* der Musiker, d. h. wie packend spielen die Musiker, wie überzeugend und motiviert klingt das Orchester, wie nah - in emotionalem Sinne - wird die Musik dem Hörer vermittelt, wie musikalisch ist die Aufnahme, auf einer Skala von 1 bis 6, wobei 1 für „unzureichend“ und 6 für „sehr gut“ steht?

1  2  3  4  5  6

c) Wie beurteilen Sie die *Interpretation* in ihrer Anlage und Qualität nach Ihrem subjektiven Empfinden auf einer Skala von 1 bis 6, wobei 1 für „gefällt mir überhaupt nicht“ und 6 für „gefällt mir sehr gut“ steht?

1  2  3  4  5  6

Bitte begründen Sie Ihre Einschätzung stichpunktartig:

zu a)

---

zu b)

---

zu c)

---

---

**Schubert, 7. Symphonie, Ausschnitt aus *Allegro moderato*, 2. Fassung (Track 2):**

a) Wie beurteilen Sie das *technische Können*- im Sinne von Instrumentenbeherrschung, Intonation, Präzision und Zusammenspiel - dieses Orchesters und seiner Musiker auf einer Skala von 1 bis 6? Wobei 1 für „unzureichend“ und 6 für „sehr gut“ steht.

1  2  3  4  5  6

b) Wie beurteilen Sie die *Überzeugungskraft* der Musiker, d. h. wie packend spielen die Musiker, wie überzeugend und motiviert klingt das Orchester, wie nah - in emotionalem Sinne - wird die Musik dem Hörer vermittelt, wie musikalisch ist die Aufnahme, auf einer Skala von 1 bis 6, wobei 1 für „unzureichend“ und 6 für „sehr gut“ steht?

1  2  3  4  5  6

c) Wie beurteilen Sie die *Interpretation* in ihrer Anlage und Qualität nach Ihrem subjektiven Empfinden auf einer Skala von 1 bis 6, wobei 1 für „gefällt mir überhaupt nicht“ und 6 für „gefällt mir sehr gut“ steht?

1  2  3  4  5  6

Bitte begründen Sie Ihre Einschätzung stichpunktartig:

zu a)

---

zu b)

---

zu c)

---

---

**Prokofiev, 1. Symphonie, Larghetto, 1. Fassung (Track 3):**

a) Wie beurteilen Sie das *technische Können*- im Sinne von Instrumentenbeherrschung, Intonation, Präzision und Zusammenspiel - dieses Orchesters und seiner Musiker auf einer Skala von 1 bis 6? Wobei 1 für „unzureichend“ und 6 für „sehr gut“ steht.

1  2  3  4  5  6

b) Wie beurteilen Sie die *Überzeugungskraft* der Musiker, d. h. wie packend spielen die Musiker, wie überzeugend und motiviert klingt das Orchester, wie nah - in emotionalem Sinne - wird die Musik dem Hörer vermittelt, wie musikalisch ist die Aufnahme, auf einer Skala von 1 bis 6, wobei 1 für „unzureichend“ und 6 für „sehr gut“ steht?

1  2  3  4  5  6

c) Wie beurteilen Sie die *Interpretation* in ihrer Anlage und Qualität nach Ihrem subjektiven Empfinden auf einer Skala von 1 bis 6, wobei 1 für „gefällt mir überhaupt nicht“ und 6 für „gefällt mir sehr gut“ steht?

1  2  3  4  5  6

Bitte begründen Sie Ihre Einschätzung stichpunktartig:

zu a)

---

zu b)

---

zu c)

---

---

**Prokofiev, 1. Symphonie, Larghetto, 2. Fassung (Track 4):**

a) Wie beurteilen Sie das *technische Können*- im Sinne von Instrumentenbeherrschung, Intonation, Präzision und Zusammenspiel - dieses Orchesters und seiner Musiker auf einer Skala von 1 bis 6? Wobei 1 für „unzureichend“ und 6 für „sehr gut“ steht.

1  2  3  4  5  6

b) Wie beurteilen Sie die *Überzeugungskraft* der Musiker, d. h. wie packend spielen die Musiker, wie überzeugend und motiviert klingt das Orchester, wie nah - in emotionalem Sinne - wird die Musik dem Hörer vermittelt, wie musikalisch ist die Aufnahme, auf einer Skala von 1 bis 6, wobei 1 für „unzureichend“ und 6 für „sehr gut“ steht?

1  2  3  4  5  6

c) Wie beurteilen Sie die *Interpretation* in ihrer Anlage und Qualität nach Ihrem subjektiven Empfinden auf einer Skala von 1 bis 6, wobei 1 für „gefällt mir überhaupt nicht“ und 6 für „gefällt mir sehr gut“ steht?

1  2  3  4  5  6

Bitte begründen Sie Ihre Einschätzung stichpunktartig:

zu a)

---

zu b)

---

zu c)

---

---



**Beethoven, 6. Symphonie, Ausschnitt aus *Lustiges Zusammensein der Landleute*,  
*Allegro*, 1. Fassung (Track 5):**

a) Wie beurteilen Sie das *technische Können*- im Sinne von Instrumentenbeherrschung, Intonation, Präzision und Zusammenspiel - dieses Orchesters und seiner Musiker auf einer Skala von 1 bis 6? Wobei 1 für „unzureichend“ und 6 für „sehr gut“ steht.

1  2  3  4  5  6

b) Wie beurteilen Sie die *Überzeugungskraft* der Musiker, d. h. wie packend spielen die Musiker, wie überzeugend und motiviert klingt das Orchester, wie nah - in emotionalem Sinne - wird die Musik dem Hörer vermittelt, wie musikalisch ist die Aufnahme, auf einer Skala von 1 bis 6, wobei 1 für „unzureichend“ und 6 für „sehr gut“ steht?

1  2  3  4  5  6

c) Wie beurteilen Sie die *Interpretation* in ihrer Anlage und Qualität nach Ihrem subjektiven Empfinden auf einer Skala von 1 bis 6, wobei 1 für „gefällt mir überhaupt nicht“ und 6 für „gefällt mir sehr gut“ steht?

1  2  3  4  5  6

Bitte begründen Sie Ihre Einschätzung stichpunktartig:

zu a)

---

---

zu b)

---

---

zu c)

---

---

**Beethoven, 6. Symphonie, Ausschnitt aus *Lustiges Zusammensein der Landleute*,  
*Allegro*, 2. Fassung (Track 6):**

a) Wie beurteilen Sie das *technische Können*- im Sinne von Instrumentenbeherrschung, Intonation, Präzision und Zusammenspiel - dieses Orchesters und seiner Musiker auf einer Skala von 1 bis 6? Wobei 1 für „unzureichend“ und 6 für „sehr gut“ steht.

1  2  3  4  5  6

b) Wie beurteilen Sie die *Überzeugungskraft* der Musiker, d. h. wie packend spielen die Musiker, wie überzeugend und motiviert klingt das Orchester, wie nah - in emotionalem Sinne - wird die Musik dem Hörer vermittelt, wie musikalisch ist die Aufnahme, auf einer Skala von 1 bis 6, wobei 1 für „unzureichend“ und 6 für „sehr gut“ steht?

1  2  3  4  5  6

c) Wie beurteilen Sie die *Interpretation* in ihrer Anlage und Qualität nach Ihrem subjektiven Empfinden auf einer Skala von 1 bis 6, wobei 1 für „gefällt mir überhaupt nicht“ und 6 für „gefällt mir sehr gut“ steht?

1  2  3  4  5  6

Bitte begründen Sie Ihre Einschätzung stichpunktartig:

zu a)

---

---

zu b)

---

---

zu c)

---

---



**Zum Schluß bitte ich Sie noch um einige statistische Angaben zu Ihrer Person.**

Wie lange sind Sie schon als Musiker  
tätig? \_\_\_\_\_Jahre

Haben Sie ein musikalisches Spezial-  
gebiet?  ja und  
zwar \_\_\_\_\_  
\_\_\_\_\_  
 nein

Welche musikalische Ausbildung haben  
Sie?  Musikunterricht während der Schulzeit  
 musikalische Ausbildung an einer Kunst-/Musikhochschule  
 abgeschlossenes Schulmusikstudium  
 abgeschlossenes Studium als Diplommusiker  
 abgeschlossenes musikwissenschaftliches Studium  
 sonstiges \_\_\_\_\_

In welchem Jahr sind Sie geboren? 19\_\_

Geschlecht  männlich  weiblich

Bitte senden Sie den ausgefüllten Fragebogen an mich zurück: Tim Birkner, Hirtenstraße 3, 96215 Lichtenfels. Die Rückseite dieses Bogens ist so beschriftet, daß er adressiert in einen Fensterumschlag paßt. Sollten Sie die CD nicht als Erinnerung behalten wollen, wäre ich Ihnen dankbar, wenn Sie sie mir ebenfalls zurücksenden könnten - ich kann die Beispiele dann nochmals verwenden. Herzlichen Dank!

## 8.4 Fragebogen der Laien

Sehr geehrte Damen und Herren,  
vielen Dank, daß sie bei der Befragung zur „Qualität von Musik“  
mitmachen.

Viele Produktionsabschnitte einer CD unterliegen heutzutage Qualitätskontrollen: Der Herstellungsprozeß der CD selbst wird zertifiziert, im tontechnischen Bereich wird über 96kHz Samplingfrequenz und 24-Bit-Auflösung debattiert. Nur die Musik selbst bleibt die alte. Sie läßt sich nicht physikalisch messen und bewerten. Vielleicht gibt es aber Kriterien, die das Entscheidende der Tonträger vergleichbar machen können: die Aufführung und die Musikalität. Diese Kriterien werden, wie vieles in der Musik, schwer in Worte zu fassen sein; lassen Sie sich bei der Beurteilung der einzelnen Musikstücke ruhig von Ihrem Gefühl leiten, denn Musik spricht nunmal nicht nur den Kopf an.

Zusammen mit diesem Fragebogen haben Sie eine Test-CD mit drei Orchesterwerken in jeweils zwei Interpretationen neueren Datums erhalten. In dem Fragebogen sind die Kriterien zur Beurteilung der Hörbeispiele in drei Bereiche unterteilt: In Ihr *subjektives Gefallen* dieser Art von Musik im allgemeinen (z. B. Orchestermusik dieser Epoche generell), *Überzeugungskraft*, d. h. wie packend spielen die Musiker, wie überzeugend und motiviert klingt das Orchester, wie nah - im emotionalen Sinne - wird die Musik dem Hörer vermittelt und Ihrer persönlichen *Gesamtbeurteilung* für dieses spezielle Stück. Darüber hinaus finden Sie zu jedem Musikstück Platz für Ihre individuellen Anmerkungen, wenn Ihnen etwas besonders gut oder schlecht gefällt.

Im zweiten Teil bitte ich Sie um einige statistische Angaben zu Ihrer Person. Alle Angaben werden selbstverständlich anonymisiert verwendet. Planen Sie für den Fragebogen mit Musikbeispielen bitte etwa 40 Minuten Zeit ein. Für Rückfragen stehe ich Ihnen jederzeit telefonisch unter der Nummer 09571 759 343 zur Verfügung.

Viel Spaß nun beim Hören und Bewerten wünscht Ihnen

**Schubert, 7. Symphonie, Ausschnitt aus *Allegro moderato*, 1. Fassung (Track 1):**

a) Wie sehr *gefällt* Ihnen diese Art von Musik im allgemeinen auf einer Skala von 1 bis 6, wobei 1 für „gefällt mir überhaupt nicht“ und 6 für „gefällt mir sehr gut“ steht?

1  2  3  4  5  6

b) Wie beurteilen Sie die *Überzeugungskraft* der Musiker, d. h. wie packend spielen die Musiker, wie überzeugend und motiviert klingt das Orchester, wie nah - in emotionalem Sinne - wird die Musik dem Hörer vermittelt, wie musikalisch ist die Aufnahme, auf einer Skala von 1 bis 6, wobei 1 für „unzureichend“ und 6 für „sehr gut“ steht?

1  2  3  4  5  6

c) Wie würden Sie *vom Gefühl* her diese spezielle Aufnahme insgesamt bewerten, wobei 1 für „mangelhaft“ und 6 für „sehr gut“ steht?

1  2  3  4  5  6

Platz für Anmerkungen:

---

---

---

---

--	--

--

**Schubert, 7. Symphonie, Ausschnitt aus *Allegro moderato*, 2. Fassung (Track 2):**

a) Wie sehr *gefällt* Ihnen diese Art von Musik im allgemeinen auf einer Skala von 1 bis 6, wobei 1 für „gefällt mir überhaupt nicht“ und 6 für „gefällt mir sehr gut“ steht?

1  2  3  4  5  6

b) Wie beurteilen Sie die *Überzeugungskraft* der Musiker, d. h. wie packend spielen die Musiker, wie überzeugend und motiviert klingt das Orchester, wie nah - in emotionalem Sinne - wird die Musik dem Hörer vermittelt, wie musikalisch ist die Aufnahme, auf einer Skala von 1 bis 6, wobei 1 für „unzureichend“ und 6 für „sehr gut“ steht?

1  2  3  4  5  6

c) Wie würden Sie *vom Gefühl* her diese spezielle Aufnahme insgesamt bewerten, wobei 1 für „mangelhaft“ und 6 für „sehr gut“ steht?

1  2  3  4  5  6

Platz für Anmerkungen:

---

---

---

---

---

---

**Prokofiev, 1. Symphonie, Larghetto, 1. Fassung (Track 3):**

a) Wie sehr *gefällt* Ihnen diese Art von Musik im allgemeinen auf einer Skala von 1 bis 6, wobei 1 für „gefällt mir überhaupt nicht“ und 6 für „gefällt mir sehr gut“ steht?

1  2  3  4  5  6

b) Wie beurteilen Sie die *Überzeugungskraft* der Musiker, d. h. wie packend spielen die Musiker, wie überzeugend und motiviert klingt das Orchester, wie nah - in emotionalem Sinne - wird die Musik dem Hörer vermittelt, wie musikalisch ist die Aufnahme, auf einer Skala von 1 bis 6, wobei 1 für „unzureichend“ und 6 für „sehr gut“ steht?

1  2  3  4  5  6

c) Wie würden Sie *vom Gefühl* her diese spezielle Aufnahme insgesamt bewerten, wobei 1 für „mangelhaft“ und 6 für „sehr gut“ steht?

1  2  3  4  5  6

Platz für Anmerkungen:

---

---

---

---

---

**Prokofiev, 1. Symphonie, Larghetto, 2. Fassung (Track 4):**

a) Wie sehr *gefällt* Ihnen diese Art von Musik im allgemeinen auf einer Skala von 1 bis 6, wobei 1 für „gefällt mir überhaupt nicht“ und 6 für „gefällt mir sehr gut“ steht?

1  2  3  4  5  6

b) Wie beurteilen Sie die *Überzeugungskraft* der Musiker, d. h. wie packend spielen die Musiker, wie überzeugend und motiviert klingt das Orchester, wie nah - in emotionalem Sinne - wird die Musik dem Hörer vermittelt, wie musikalisch ist die Aufnahme, auf einer Skala von 1 bis 6, wobei 1 für „unzureichend“ und 6 für „sehr gut“ steht?

1  2  3  4  5  6

c) Wie würden Sie *vom Gefühl* her diese spezielle Aufnahme insgesamt bewerten, wobei 1 für „mangelhaft“ und 6 für „sehr gut“ steht?

1  2  3  4  5  6

Platz für Anmerkungen:

---

---

---

---

---

---



**Beethoven, 6. Symphonie, Ausschnitt aus *Lustiges Zusammensein der Landleute*,**

***Allegro*, 1. Fassung (Track 5):**

a) Wie sehr *gefällt* Ihnen diese Art von Musik im allgemeinen auf einer Skala von 1 bis 6, wobei 1 für „gefällt mir überhaupt nicht“ und 6 für „gefällt mir sehr gut“ steht?

1  2  3  4  5  6

b) Wie beurteilen Sie die *Überzeugungskraft* der Musiker, d. h. wie packend spielen die Musiker, wie überzeugend und motiviert klingt das Orchester, wie nah - in emotionalem Sinne - wird die Musik dem Hörer vermittelt, wie musikalisch ist die Aufnahme, auf einer Skala von 1 bis 6, wobei 1 für „unzureichend“ und 6 für „sehr gut“ steht?

1  2  3  4  5  6

c) Wie würden Sie *vom Gefühl* her diese spezielle Aufnahme insgesamt bewerten, wobei 1 für „mangelhaft“ und 6 für „sehr gut“ steht?

1  2  3  4  5  6

Platz für Anmerkungen:

---

---

---

---

**Beethoven, 6. Symphonie, Ausschnitt aus *Lustiges Zusammensein der Landleute*,**

***Allegro*, 2. Fassung (Track 6):**

a) Wie sehr *gefällt* Ihnen diese Art von Musik im allgemeinen auf einer Skala von 1 bis 6, wobei 1 für „gefällt mir überhaupt nicht“ und 6 für „gefällt mir sehr gut“ steht?

1  2  3  4  5  6

b) Wie beurteilen Sie die *Überzeugungskraft* der Musiker, d. h. wie packend spielen die Musiker, wie überzeugend und motiviert klingt das Orchester, wie nah - in emotionalem Sinne - wird die Musik dem Hörer vermittelt, wie musikalisch ist die Aufnahme, auf einer Skala von 1 bis 6, wobei 1 für „unzureichend“ und 6 für „sehr gut“ steht?

1  2  3  4  5  6

c) Wie würden Sie *vom Gefühl* her diese spezielle Aufnahme insgesamt bewerten, wobei 1 für „mangelhaft“ und 6 für „sehr gut“ steht?

1  2  3  4  5  6

Platz für Anmerkungen:

---

---

---

---

---

Wie sehr stimmen Sie folgenden Aussagen zu?	stimme ...überhaupt nicht zu						...voll und ganz zu	Ich kann oder will keine Angabe machen
Es ist schwierig, bei den vielen Neuveröffentlichungen den Überblick zu behalten.	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	
Es gibt immer mehr Musiker, die ihre Instrumente perfekt beherrschen.	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	
Wenn ich eine CD höre, entscheide ich oft mit dem Gefühl, ob sie mir gefällt.	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	
Plattentips in Fachzeitschriften sind für mich beim Kauf einer neuen Klassik-CD unentbehrlich.	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	
Plattentips im Radio sind für mich beim Kauf einer neuen Klassik-CD unentbehrlich.	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	
Persönliche Empfehlungen sind für mich der beste Weg, um auf wirklich gute Aufnahmen zu stoßen.	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	
Wenn ich merke, die Musiker beherrschen ihre Instrumente nicht perfekt, oder das Zusammenspiel hat Mängel, beachte ich diese CD nicht weiter.	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	
Mir ist hohe Musikalität bei einer Aufnahme wichtiger als Intonation, Zusammenspiel oder Aufnahmetechnik.	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	
Viele moderne CD-Produktionen leiden immer noch an einer schlechten Ton- oder Aufnahmequalität.	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	
Ich merke beim Hören einer CD, wie engagiert die Musiker während der Aufnahmen waren.	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	
Man kann einer CD anhören, ob die Probenzeit der Musiker für die Aufnahmen ausreichend war.	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	
Gute Einspielungen findet man immer seltener.	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	

**Zum Schluß bitte ich Sie noch um einige statistische Angaben zu Ihrer Person.**

- Wie oft hören Sie CDs mit klassischer Musik oder Klassik im Radio?
- täglich mindestens eine Stunde
  - wöchentlich mindestens eine Stunde
  - 14-tägig mindestens eine Stunde
  - monatlich mindestens eine Stunde
  - weniger als eine Stunde im Monat

- Wann waren Sie das letzte Mal in einem klassischen Konzert?
- in diesem Monat
  - innerhalb der vergangenen sechs Monate
  - innerhalb der vergangenen zwölf Monate
  - länger als ein Jahr her
  - noch nie

- Wieviele klassische CDs besitzen Sie ?
- keine
  - bis zu 10
  - bis zu 20
  - bis zu 50
  - bis zu 100
  - mehr als 100
  - mehr als 500

- Hatten Sie früher, oder haben Sie heute noch Musikunterricht?
- ja, und zwar \_\_\_\_Jahre

(Bitte geben Sie hier das Instrument an:\_\_\_\_\_)

- nein

- Welche Schule haben Sie zuletzt besucht?
- Hauptschule
  - Realschule
  - Gymnasium, Fachoberschule
  - Berufsschule
  - Fachhochschule, Universität
  - Sonstige, und zwar \_\_\_\_\_

In welchem Jahr sind Sie geboren? 19\_\_

- Geschlecht
- männlich
  - weiblich

Bitte senden Sie den ausgefüllten Fragebogen an mich zurück: Tim Birkner, Hirtenstraße 3, 96215 Lichtenfels. Die Rückseite dieses Bogens ist so beschriftet, daß er adressiert in einen Fensterumschlag paßt. Sollten Sie die CD nicht als Erinnerung behalten wollen, wäre ich Ihnen dankbar, wenn Sie sie mir ebenfalls zurücksenden könnten - ich kann die Beispiele dann nochmals verwenden. Herzlichen Dank!