

Bleiben Sie mit uns in Kontakt!



Wir sind ganz Ohr!

Mehr erfahren →

Über die Servicestelle

Didi Neidhart steht in der Servicestelle Salzburg den Musikschaffenden für Beratungen zur Verfügung. Darüber hinaus übernimmt er auch Vernetzungsaufgaben, organisiert Workshops und sorgt für eine besonders umfangreiche Berichterstattung über die Salzburger Szenen.

Weiter

Veranstaltungstipp

OPEN MIND FESTIVAL 2014 "erfolgreich erfolglos" Vom 13. - 23. November geht man in der Salzburger ARGE der Frage nach, inwieweit man Erfolg in der heutigen Zeit tatsächlich messen kann. Auf dem Programm stehen Konzerte, Theateraufführungen, Performances, Lesungen, Diskussionsveranstaltungen und Workshops.

Weiter

FAQ #3 - Physische Tonträger

An dieser Stelle stellen wir Ihnen die am häufigsten gestellten Fragen vor, die Didi Neidhart in der Beratungsstelle in Salzburg beantwortet hat.

Physische Tonträger (CDs, LPs) sind etwas zum In-die-Hand-Nehmen und Herzeigen, können sich jedoch auch - falls es mit dem Absatz dann doch nicht so klappt - als lästiger Ballast in Form von Karton-Packungen erweisen.

Ein guter Anhaltspunkt bei der Entscheidung für oder gegen die Produktion physischer Tonträger ist die Beobachtung des eigenen Umgangs mit Tonträgern sowie des User-Verhalten der Fans. Wenn man selbst hauptsächlich Downloads konsumiert, stellt sich die Frage nach einer eigenen CD anders als bei MusikerInnen, die regelmäßig CDs kaufen (und die auch einen Bekanntenkreis und Fans haben, die dies tun). Das hat nicht zuletzt auch mit Faktoren wie Alter, Musiksozialisation, aber auch mit dem jeweiligen Genre zu tun.

Nicht vergessen werden sollte dabei jedoch die Funktion von CDs als Merchandise-Gegenstand bzw. Präsentations-Tool. Dass bei Live-Konzerten CD-Verkäufe mitunter besser laufen als über das Internet oder in Läden, ist eindeutig ein Argument für CDs. Ebenso verhält es sich bei Showcases und Messen, etc. - da will immer gerne etwas mit- und in die Hand genommen werden.

Lieber kurz und knackig als lang und lahm!

Ist die Entscheidung für die Produktion einer CD gefallen, sollten einige Punkte beachtet werden. Zwar kann eine CD max. 80 Minuten Musik speichern, aber das sollte nicht immer als Zielvorgabe verstanden werden! Viele CDs, die eigentlich kürzer konzipiert sind, scheitern später daran, dass versucht wird, mit Füllmaterial doch noch auf 80 Minuten zu kommen. Wo früher mit einer einfachen LP (Spielzeit +/- 40 Minuten) in den Handel gegangen wurde, kann das CD-Format leicht zu Debüts in Form von Doppel-Alben verführen, die dann doch nicht halten, was sie versprechen. Hier ist - gerade bei Pop und Rock - weniger meist auch mehr, zumal die paar guten Songs ja ohnehin via Download konsumiert werden können, was aber auch bedeutet: Die CD wird nicht gekauft (es reichen die drei, vier guten Tracks in digitaler Form).

Nicht unwesentlich ist auch die Covergestaltung. Hier gibt es verschiedene Formate: das klassische Standard-Jewelcase (aus klarem Hartplastik gefertigte CD-Klappbox), das Super-Jewelcase (abgerundete Ecken, verbesserte Fixierung für die CD), das Digipack (eine Kartondecke, in die ein Kunststoff-Tray mit Einrastmechanismus für die CD eingeklebt wird, für die Befestigung eines Booklets gibt es unterschiedliche Varianten) sowie das Digifile (eine Kartonverpackung, bei der sich die CD in einem Trageschlitz/Steckschlitz befindet).

Verpackung muss zum Inhalt passen!

Abgesehen von unterschiedlichen Preisen (ein Standard-Jewelcase ist billiger als ein Digipack) sollte bei der Verpackung (wie bei der Covergestaltung allgemein) auch darauf geachtet werden, dass das jeweilige Format auch zum Stil/Genre passt (hierbei geht es auch um Aufmerksamkeitsökonomie). Als kleine Faustregel (die jederzeit auch in CD-Läden zu überprüfen ist) kann gelten: je weiter weg vom Mainstream, desto eher Digipack bzw. Digifile (hier auch verstanden als kleine Reminiszenz an das gute alte LP-Cover).

Auch beim Cover sollte darauf geachtet werden, Form und Inhalt klar ersichtlich zusammenzuführen. D. h., eine im Underground angesiedelte Punk-Band sollte nicht aus Versehen mit einem Hockglanz-Cover daherkommen, die ernste, intime Kammermusik-CD nicht im Stil eines handkopierten Flyers. Denn auch wenn es primär um Musik geht, stellen Cover bzw. die ganze Gestaltung eines Tonträgers immer noch einen wichtigen Aspekt für die endgültige Kaufentscheidung dar - gerade wenn die Auswahl groß und der Geldbeutel eher klein ist.

Um aufzufallen, oder auch um ein ästhetisches Zeichen zu setzen, kann bei der Verpackung fast jede kreative Idee umgesetzt werden: Ob die Verpackung nun aus Kunststoff, Karton, Blech, Metall oder Holz ist - hier ist alles möglich! Wichtig sind genügend vorhandene Budgetmittel, eine entsprechend längere Vorlaufzeit (d. h., auch längere und intensivere Diskussionen mit den für die jeweilige Verpackungen Verantwortlichen), sowie eine realistische Einschätzung der erreichbaren Verkaufszahlen. Nicht umsonst werden besondere Verpackungen gerne auch als "Limited Edition" gemacht (200-300 Stück, manchmal auch weniger), die sich dann auch an eine ganz spezielle Kundschaft wendet, für die Musik und Cover/Verpackung gleichermaßen zum Kunstgenuss gehören.

Vinyl und/oder CD? Keine leichte Frage!

Bleibt noch die Frage: CD oder (doch auch) Vinyl? Zwar zeigen aktuelle Zahlen aus England, dass sich Vinyl-Verkäufe 2014 erstmals wieder jenen der 1990er Jahre genähert haben, dazu gehören aber vor allem auch Vinyl-Reissues von ursprünglich nur auf Vinyl veröffentlichten Platten aus der vordigitalen Ära. Auch hier sollte man sich am eigenen Musikkonsum, aber auch am Genre, orientieren. Wenn man selbst Musik nur digital kauft und hört, stellt sich die Frage nach Vinyl wahrscheinlich erst gar nicht. Da Vinyl heutzutage vor allem auch eine Liebhaberangelegenheit ist, finden sich Vinyl-Veröffentlichungen hauptsächlich in Genres und Nischen, die sich durch einen "Musik von Fans für Fans"-Ethos definieren (dazu gehören auch "Single-Clubs", die mit meist kleinen Auflagen operieren). Selbst im DJ-Bereich (lange Zeit das Genre der Vinyl-Fans) werden längst fast durchgehend nur noch digitale Formate aufgelegt (Clubs ohne Plattenspieler sind keine Seltenheit mehr).

Hat man sich für Vinyl entschieden, sollte jedoch beachtet werden, dass dafür meist auch ein neues bzw. anderes Mastering nötig ist, als für eine CD-Produktion. Ebenso wichtig ist es, sich die Testpressungen ganz genau anzuhören, um keine bösen Überraschungen (Rauschen, Probleme mit Frequenzen) zu erleben.

Weiter →

"Jazz's Cool!"

Das Salzburger Jazzit versucht mit einer ab 18. November laufenden Musikvermittlungsreihe unter jungen Leuten das Feuer für den Jazz zu entfachen. „Wenig Theorie, viel Praxis“ lautet dabei das übergeordnete Motto der Reihe.

Weiter

Waldklang Festival 2014

Das Ambiente des Waldbad Anif ist gerade in der Vorweihnachtszeit für seinen Zauber bekannt. An den Wochenenden bis zum 28. Dezember gibt es ein reichhaltiges Angebot von Konzerten, Ausstellungen, Workshops sowie ein buntes Kinderprogramm und vielseitige "Specials".

Weiter

Neue mica-Broschüre

„Überleben im Musikbusiness“: Das Handbuch für KomponistInnen und MusikerInnen in Österreich gibt einen Überblick über die unterschiedlichen Unterstützungsangebote, die die Organisationen des österreichischen Musik- bzw. Kulturlebens für Musikschaffende bereithalten. Online als PDF erhältlich.

Weiter

Workshop im Rockhouse

mica-Workshop: Wie kann ich 2014 mit meiner Musik noch Geld verdienen? Die mica - music austria Fachreferenten Helge Hinteregger und Rainer Praschak geben eine Einführung zum Thema. Am 13. November um 17 Uhr im Rockhouse. Eintritt frei, Anmeldung erforderlich!

Weiter

Diese E-Mail wurde an gesendet. Wenn Sie den mica-Salzburg Newsletter nicht mehr empfangen möchten, können Sie sich [hier](#) abmelden.

Impressum

Medieninhaber: MICA Music Information Center Austria
1070 Wien, Stiftgasse 29
<http://www.musicaustria.at>
Tel: +43 (1) 52104 0, E-Mail: [office\(at\)musicaustria.at](mailto:office(at)musicaustria.at)
Rechtsform: Gemeinnütziger Verein
UID: ATU40670001
Vereinsregister: Zl. X-5865
ZVR: 824057737

Newsletter: www.musicaustria.at/newsletter/newsletter
Facebook: www.facebook.com/mica.musicaustria
Twitter: twitter.com/musicaustria

Jetzt neu auf Facebook: www.facebook.com/micacontemporary

Hauptfördergeber:



Fördergeber der Servicestelle Salzburg:

