Der österreichische **Musikmarkt**

2005

IFPI Austria - Verband der Österreichischen Musikwirtschaft

Manfred Lappe
Präsident IFPI Austria

Franz Medwenitsch
Geschäftsführer IFPI Austria

Inhalt:

- *Der österreichische Musikmarkt 2005* s.3
- *Der Download- und Mobile Markt* s.6
- *Aktion scharf gegen illegales Filesharing* s.8
- *Ideen sind etwas wert* s.9
- *Klassik-Amadeus 2005* s.10
- *Der österreichische Musikfonds* s.10
- *Ö3 Austria Top 40 Jahrescharts* s.11

Herausgeber:
IFPI Austria - Verband der Österreichischen Musikwirtschaft
Dr. Franz Medwenitsch (Geschäftsführung),
Mag. Thomas Böhm (Presse- und Öffentlichkeitsarbeit)
Schreyvogelgasse 2/5, A-1010 Wien
T: +43 (1) 535 60 35, F: +43 (1) 535 51 91 , E: ifpi@ifpi.at
Grafik & Design: N'JOY Media & Music (www.njoy.at)

Mobil, digital, legal ...

Diese Trends charakterisieren den österreichischen Musikmarkt des Jahres 2005. Die Marktentwicklung war durch ein Stückzahlplus bei den Künstleralben, ein leichtes Umsatzminus aufgrund von Preissenkungen und durch eine Umsatzvervierfachung beim digitalen Musikvertrieb gekennzeichnet.

Trend mobil: Nicht weniger als zwei Drittel des Digitalmarktes entfallen auf den Musikvertrieb über das Handy. 84 % aller Haushalte verfügen über ein Handy, 15 % der Österreicher über ein mastertonefähiges Mobiltelefon und 7 % über ein UMTS-Handy - hier ist also noch ein großes Wachstumspotential für die Zukunft vorhanden. MP3-Player waren mit einem Stückzahlplus von 239 % einer der großen „Renner" der Unterhaltungselektronik des Vorjahres. Insgesamt sind bereits 720.000 MP3-Player im österreichischen Markt, allein 430.000 Player gingen im Jahr 2005 über die Ladentische. Der Trend ist klar: Musik wird mehr und mehr mobil genossen.

Trend digital: Mit einer Steigerung von 0,9 Mio. (2004) auf 4,2 Mio. Downloads in 2005 etablierte sich der Digitalmarkt, also der Vertrieb von Musik über Internet und mobile Netzwerke, endgültig als Wachstumsmotor. Damit liegt Österreich im internationalen Trend, weltweit legte der Digitalmarkt von 380 Mio. US$ in 2004 auf 1,1 Mrd. US$ im Vorjahr zu.

Trend legal: 2005 stand auch im Zeichen des entschlossenen Vorgehens gegen das Raubkopieren von Musik im Internet. Bei gleichzeitiger Steigerung der Breitband-Internetanschlüsse konnte illegales Filesharing eingedämmt und sogar zurückgedrängt werden. Österreich startete bereits im Oktober 2004 die „Aktion Scharf" gegen Musikpiraterie im Internet, weltweit wird in 17 Ländern gegen Urheberrechtsverletzungen im Internet auch mit rechtlichen Mitteln vorgegangen. Jeder Filesharer weiß heute, dass er erwischt werden kann, und dass Urheberrechtsverletzungen kein Kavaliersdelikt sind. Insgesamt ist das Bewusstsein für den Schutz und den Wert des geistigen Eigentums deutlich angestiegen.

Auch wenn es im vergangenen Jahr erfreuliche Anzeichen einer Trendwende gegeben hat, so ist der turnaround noch nicht ganz geschafft. Preissenkungen bei CDs und DVDs drückten die Umsätze trotz steigender Stückzahlen leicht ins Minus. Allerdings – und das ist das positive Signal – konnten mit Musikdownloads über Online-Shops und mobile Netzwerke erstmals auch breitere Konsumentenschichten angesprochen werden. Der Anfang ist gemacht – auf eine Fortsetzung in 2006 darf gehofft werden.

Manfred Lappe *Franz Medwenitsch*

Der österreichische Musikmarkt 2005

- **Gesamtumsatz 230 Millionen Euro (-2 %)**
- **4,2 Millionen Songs über Download-Shops und Handys verkauft**
- **7 % Absatzplus bei CD-Alben**
- **22 österreichische Produktionen unter den Top 100 der Verkaufscharts**

Die Verkäufe im wichtigsten Marktsegment, dem CD-Album, verzeichnen mit einem Absatzplus von 7 % wieder einen Aufwärtstrend. Der Download- und Mobile Markt wächst dynamisch und kann die Umsatzeinbußen bei den CDs beinahe kompensieren.

230 Millionen Euro Gesamtumsatz

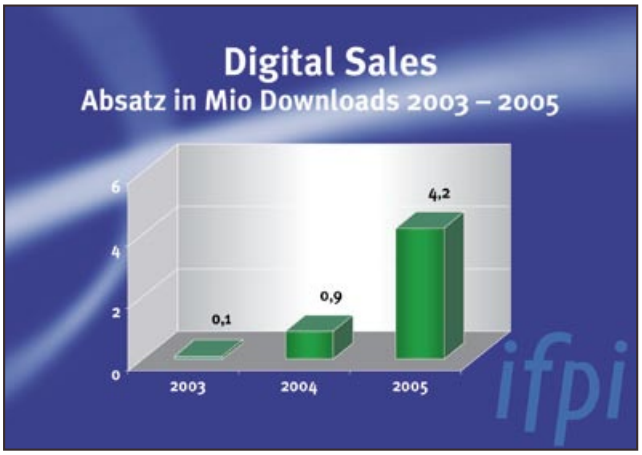
230 Millionen Euro gaben die österreichischen Musikkonsumenten im Jahr 2005 für CD-Alben, CD-Singles, Musik-DVDs, SACDs, Musikkassetten, Vinyl-Alben sowie für digitale Musik aus Internet-Downloadshops und übers Handy aus. Der Gesamtabsatz aus all diesen Formaten beträgt 18 Millionen Einheiten. Österreich liegt damit im internationalen Trend: Weltweit wurden 2005 Musikumsätze in Höhe von insgesamt ca. 33 Mrd. Euro erzielt – ein Minus von 2 % gegenüber 2004. Auch international sorgen die Verkäufe aus dem Download- und Mobilebereich für positive Impulse. Der rein physische Tonträgermarkt würde ein Minus von ca. 6 % ergeben.

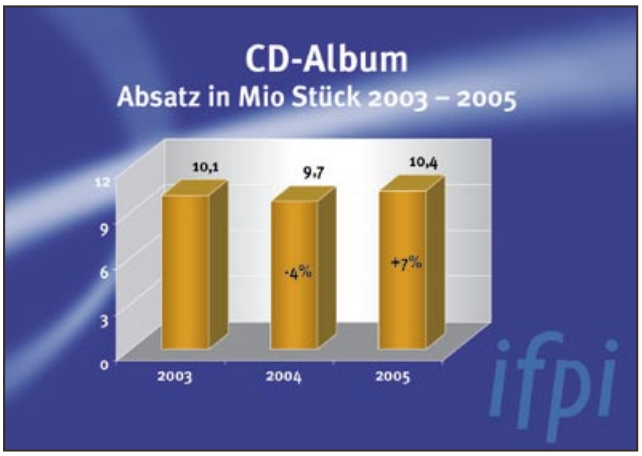
4,2 Millionen Songs über Download-Shops und Handys verkauft

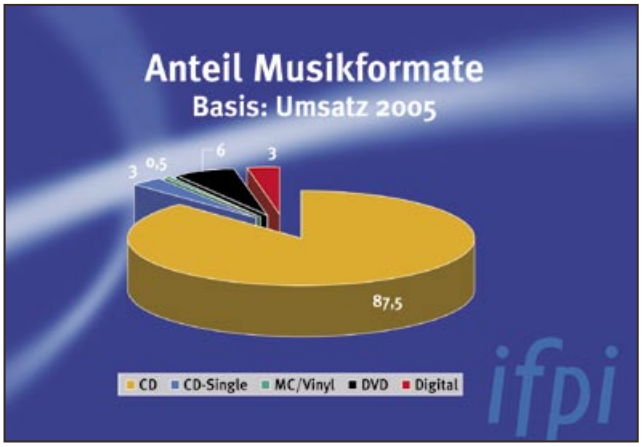
Das größte Wachstum verzeichneten die Digital Sales, also der Download- und Mobile Markt; mehr als vier Millionen online und mobile verkaufte Songs bedeuten eine Vervierfachung gegenüber 2004. Die Umsätze betrugen in diesem neuen Marktsegment 6,7 Millionen Euro. Interessantes Detail: etwa zwei Drittel der digitalen Musikverkäufe in Österreich werden über Handys abgewickelt, ein Drittel über Online-Shops im Internet. Der Bezug von Einzeltiteln dominiert, Abo-Angebote liegen bei unter 10 % des Digitalmarktes.

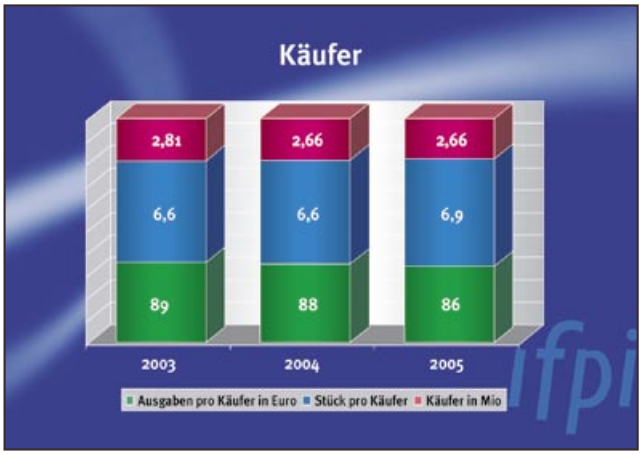
7 % mehr CD-Alben verkauft, Konsumenten profitieren von Preissenkungen

Nach Jahren des Rückgangs zeigten 2005 die Verkäufe im wichtigsten Marktsegment, dem CD-Album, mit einem Absatzplus von 7 % und 10,4 Millionen verkauften Einheiten wieder einen Aufwärtstrend. Hauptverantwortlich dafür ist eine Renaissance des Künstleralbums und eine starke Performance österreichi-









scher Produktionen. Auch die Musik-DVD konnte um 100.000 auf 800.000 verkaufte Stück zulegen, die Umsätze konnten aber auch hier aufgrund von Preissenkungen nicht mithalten und waren leicht rückläufig. Im Single-Segment wurde der Absatz der neu eingeführten 2-track Single auf etwa 70.000 Stück verdreifacht, der gesamte Single-Markt ging jedoch um 20% zurück. Der Verkauf von Einzeltiteln verlagert sich zunehmend auf den dynamisch wachsenden Online- und Mobile Markt.
Die Digital Sales haben bereits einen Umsatzanteil von 3% des Gesamtmarktes (gleichauf mit der CD-Single). Das dominierende Format ist nach wie vor das CD-Album mit 87,5 %, die Musik-DVD kommt auf 6%, Vinyl und Musikkassette besetzen einen Nischenmarkt bei etwa 0,5% Marktanteil.

22 österreichische Produktionen unter den Top 100 der Verkaufscharts

Mit einem Anteil von 15% am Gesamtmarkt zählt 2005 zu den bislang erfolgreichsten Jahren für die heimische Musikproduktion. 22 österreichische Alben-Produktionen schafften den Sprung unter die Top 100 der Austria Top 40 Verkaufs-Jahrescharts. Die Verkaufshitparade des Jahres 2005 wird bei den CD-Alben von der österreichischen Produktion Kiddy Contest Vol. 11 angeführt. Weiters unter den Top 30 zu finden sind Semino Rossi mit „Tausend Rosen für Dich“, Die Seer mit „Lebensbaum“, die EAV mit „100 Jahre EAV... Ihr habt es so gewollt“, Lorin Maazel/Wiener Philharmoniker mit dem „Neujahrskonzert 2005“, Christina Stürmer mit „Soll das wirklich alles sein“, das Nockalm Quintett mit „Amadeus in Love“ und Wolfgang Ambros mit „Ambros singt Moser“. Die Debut-Single Rising Girl ist die erfolgreichste österreichische Single 2005.
Erfreulich sind auch die Verkaufserfolge österreichischer Musik-DVDs: Mit dem Elisabeth Musical, Christina Stürmer (Wirklich Alles) und Falco (Live Donauinsel) liegen drei österreichische Produkte unter den Top 5 der Musik-DVD Jahrescharts.
Die erfolgreichsten internationalen Künstler waren Robbie Williams (Intensive Care), Green Day (American Idiot), Madonna (Confessions on a Dancefloor), Xavier Naidoo (Telegramm für X) und Tokio Hotel (Schrei).

Die österreichischen Musikkäufer

Auch bei der Analyse der Kauf-Intensitäten macht sich das Wachstum der digitalen Verkäufe positiv bemerkbar. Durchschnittlich wurden im Jahr 2005 6,9 Stück pro Käufer (quer über alle Fromate) abgesetzt – ein deutlicher Anstieg im Vergleich zu 6,6 Stück pro Käufer im Jahr 2004. Bei den Pro-Kopf Ausgaben profitieren die österreichischen Musikkonsumenten von den niedrigeren Preisen, denn trotz Absatzplus und gesteigerter Kaufintensität sind die Ausgaben pro Käufer von 88 Euro auf 86 Euro gesunken. Die Käuferreichweite, d.h. die Anzahl jener Musikkäufer, die zumindest einen Tonträger im Jahr kaufen, blieb beim hohen Wert von 2,66 Millionen Käufern konstant.

Bei den Käuferaltersgruppen ist der Anteil der unter 19-jährigen mit etwa 14% der Umsätze stabil, rückläufig ist der Anteil der 20-29jährigen (14% gegenüber 16 % in 2004). Die stärkste Gruppe der 30 – 39jährigen hat von 24% auf 26% zugelegt. Die Käufer ab 30 Jahren sorgen für etwa zwei Drittel der Umsätze.
Mehr als ein Drittel aller Umsätze (36%) werden in Wien getätigt, dahinter liegen die Bundesländer Niederösterreich, Oberösterreich und Steiermark mit jeweils etwa 14% gleichauf.

Der österreichische Musikhandel

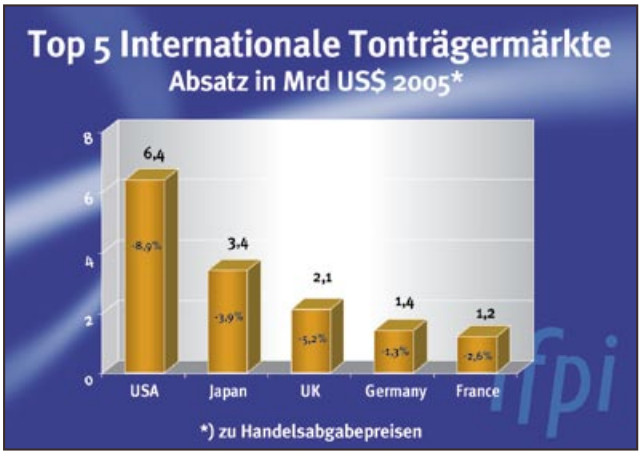
Die Umsatzverteilung auf die verschiedenen Segmente des österreichischen Tonträger- und Onlinehandels zeigt weiterhin Zuwächse bei e-Commerce, d.h. beim Vertrieb von CDs und DVDs über das Internet (7% des Gesamtmarktes). Dieser Zuwachs geht auf Kosten des Facheinzelhandels, der mit einem Anteil von 9% einen Prozentpunkt gegenüber 2004 verliert. Der Anteil der Großbetriebsformen – Elektromärkte, Filialbetriebe, Megastores u.a. – liegt unverändert bei 64%. 5% entfallen auf den Clubmarkt, erstmals machen sich auch hier die Digital Sales mit 3% bemerkbar, der Rest verteilt sich auf so genannte „non-traditional Outlets“ wie Buchhandel, Postfilialen, Tankstellen, Lebensmittelhandel etc.

Die Marktanteile der IFPI-Mitgliedsfirmen

Die Mitgliedsfirmen des Verbands der Österreichischen Musikwirtschaft: Artist First Music GmbH, Bellaphon Records Schallplatten-Vertriebs-GesmbH., Buchgemeinschaft Donauland Kremayr & Scheriau, Echo-Zyx Music GesmbH., Edel Musica Vertriebs GmbH, EMI Music Austria Ges.m.b.H., Hoanzl Produktions- und Vertriebsges.m.b.H., Ixthuluh Music GmbH, Lotus Records, Preiser Records, SONY BMG Music Entertainment (Austria) GmbH, SSD Trading GmbH - Soul Seduction Distribution, Universal Music GmbH, Warner Music Austria Ges.m.b.H.
Die Umsätze der IFPI-Mitgliedsfirmen repräsentieren ca. 90% des österreichischen Musikmarktes.

Der internationale Musikmarkt

Weltweit wurden 2005 Musikumsätze in Höhe von insgesamt 33 Mrd. US$ erzielt – ein Minus von 2 % gegenüber 2004. Auch international sorgen die Verkäufe aus dem Download- und Mobilebereich für positive Impulse: der Umsatz aus dem Digitalmarkt stieg von 380 Millionen auf rund 1,1 Mrd. US$.
Beim rein physischen Tonträgerverkauf mussten die Top 5 Märkte Umsatzeinbußen hinnehmen. Im weltweit größten Musikmarkt USA sanken die Tonträger-Umsätze um 8,9 %. Japan und Großbritannien verzeichnen ein Minus von 3,9% bzw. 5,2%. Deutschland verbuchte ein Umsatzminus von 1,3%, Umsatzrückgänge von 2,6% musste auch der französische Markt hinnehmen.



Digitaler Musikmarkt im Aufschwung

- **4,2 Millionen online und mobile verkaufte Songs; 6,7 Millionen Euro Umsatz**
- **Musikkonsum im Wandel: Digitalmarkt größtes Wachstums-Segment**
- **Neue Digitalmarkt-Angebote bringen vielfältigen Mehrwert für Konsumenten**

Daten und Fakten

2005 markiert einen Meilenstein in der Entwicklung des digitalen Musikmarktes. Der Musikvertrieb über Internet-Downloadshops und Handys entwickelte sich zum größten Wachstumssegment und hat sich als fixer Bestandteil des Musikmarktes etabliert. Der Download- und Mobile Markt – die so genannten *Digital Sales* – verzeichnet im Jahr 2005 mehr als vier Millionen online und mobile verkaufte Songs. Das bedeutet nahezu eine Vervierfachung gegenüber 2004. Die Umsätze erreichten 6,7 Millionen Euro und machen damit bereits drei Prozent des Gesamtmarktes aus.
Interessantes Detail in diesem neuen Marktsegment: etwa zwei Drittel der digitalen Musikverkäufe in Österreich werden über Handys abgewickelt, ein Drittel über Online-Shops im Internet. Abo-Angebote liegen unter 10 % des Digitalmarktes.

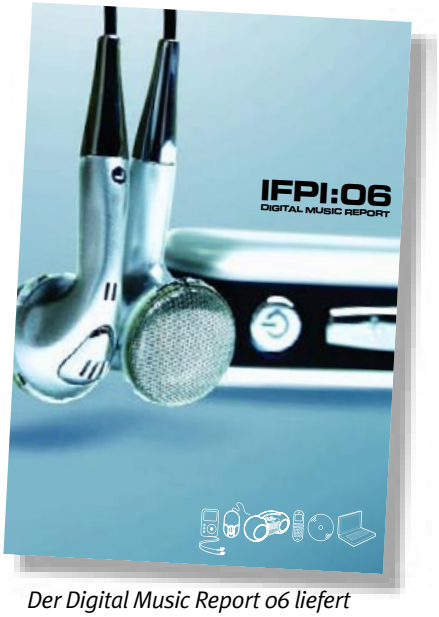
***JONAS GEUST** Vizepräsident Musik bei Nokia:*

> *„Wir betrachten Musikdienste als einen der Hauptumsatzfaktoren für Mobilfunkanbieter im UMTS-Markt.“*

Der Bezug von Einzeltiteln („á la carte Downloads“) dominiert, die daraus erzielten Umsätze sind bereits etwa gleich hoch wie jene aus den CD-Single Verkäufen. Seit März 2005 zählen Musikdownloads auch für die Wochenwertungen der Austria Top Single-Charts.
Auch der internationale Digitalmarkt entwickelt sich positiv. Die weltweiten Umsätze aus Musikdownloads über Internet und Mobiltelefone haben sich 2005 im Vergleich zum Vorjahr von 380 Mio. Dollar auf rund 1,1 Mrd. Dollar verdreifacht. 420 Mio. legale Downloads wurden im vergangenen Jahr registriert.

Mehrwert für Konsumenten: vielfältiger, individueller, mobiler, flexibler

Die Musikwirtschaft hat in den letzten Jahren enorm in den Aufbau einer Infrastruktur für den digitalen Musikvertrieb investiert. Ein großer Katalog des weltweit verfügbaren Musikrepertoires – etwa 2 MillionenTitel – ist bereits digitalisiert und wird an verschiedene Online-Shops und mobile Verkaufsplattformen lizenziert. Durch die Entfaltung des Digitalmarktes entsteht ein neues und vielfältiges Angebot für die Konsumenten:



Der Digital Music Report 06 liefert ausführliche Informationen zum internationalen digitalen Musikmarkt
Download unter: www.ifpi.org

Die Presse.com Musikdownloads · aon Grüner wird's nicht. · Coke music .at · msn · CONNECT

In Österreich stehen bereits 1,5 Millionen Songs zum legalen Download zur Verfügung

- **Mehr und individuellere Angebote für Musikfans, von full-track Downloads, Abo-Diensten und Streaming-Angeboten im Internet bis zu Realtone-Klingeltönen und Downloads auf das Handy;**
- **Mit aon Musicdownloads, Apple iTunes, myCokeMusic, MSN Music, Connect, dem Musikdownload-Angebot der „Presse“ und zahlreichen Downloadportalen mit Spezialrepertoire steht ein umfassender Musikkatalog zum Download bereit;**
- **Mehr als 1,5 Millionen Songs können in Österreich online bezogen werden – in bester Qualität, virenfrei, legal und zu besten Preisen;**
- **Spezielle Angebote wie exklusive Tracks schon Wochen vor der offiziellen Veröffentlichung;**
- **Zusatzfeatures wie Künstlerbios, Wallpapers, Songtexte etc.;**
- **Musikvideo-Downloads: der iTunes Store verkaufte innerhalb von drei Wochen nach dem Start im November 2005 mehr als eine Million Musikvideos;**
- **Immer mehr Musikfans nutzen ihr Handy als MP3-Player und laden Ringtones und Ringbacktones von Original-Musikaufnahmen sowie vermehrt auch ganze Songs auf ihre Mobiltelefone - Jeder fünfte Handy-Besitzer hört Musik auf seinem Handy, Tendenz steigend.**

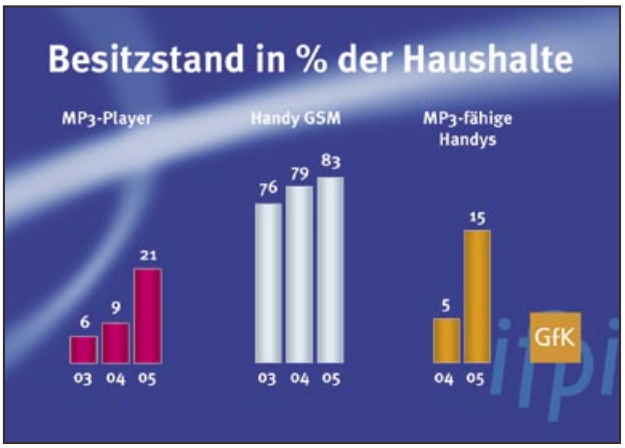
Internet/Breitband, MP3-Player, Handy Penetration

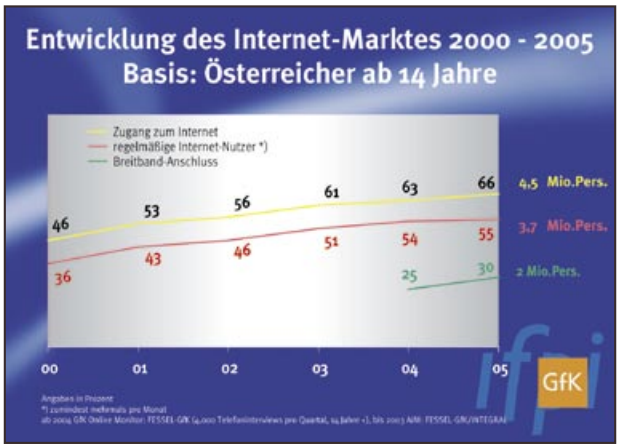
Musik ist einer der wichtigsten Wegbereiter für den sich dynamisch entwickelnden digitalen Marktplatz für Entertainment-Produkte. Die steigende Versorgung mit Breitband-Internet sowie eine hohe MP3 Player- und Handy-Penetration bei den Musikkonsumenten sind die Voraussetzung, um das Wachstumspotential auch tatsächlich ausschöpfen zu können. Einige Indikatoren weisen hier auf eine positive Entwicklung hin:
3,7 Millionen oder 55 % der Österreicher ab 14 Jahre sind regelmäßige Internet-Nutzer (vor zwei Jahren waren es erst 46%), die für den Online-Musikmarkt besonders wichtige Breitband-Penetration betrug im Jahr 2005 bereits 30%.
722.000 Österreicher besitzen einen MP3-Player, allein im Jahr 2005 wurden fast 430.000 Stück verkauft – das bedeutet eine sprunghafte Steigerung von 239 % im Vergleich zum Vorjahr.
Das größte Entwicklungspotential ist vom Mobile-Markt zu erwarten, und zwar aus einem einfachen Grund: das Handy wird zum mobilen Musik-Abspielgerät. Alle führenden Handyproduzenten haben Mobiltelefone am Markt, die auch – und teilweise bereits primär - als digitale Musikplayer genutzt werden können. Die Musikfähigkeit wird ein zentrales Feature künftiger Handy-Generationen sein. Laut GfK ist der Besitz von MP3-fähigen Handys innerhalb eines Jahres von 5% auf 15% der Österreicher angestiegen. Damit kann ein breites Spektrum neuer Musikprodukte angeboten werden, wie z.B. schnelle Downloads ganzer Songs oder Videos.

Christioph Jung, Kooperationsmanager aon

„Der Erfolg des aonMusicdownload bestätigt uns in der Einschätzung der Wichtigkeit, die der legale digitale Online-Vertrieb von Musik darstellt. Musik ist definitiv ein wichtiger Bestandteil der gesamten Contentstrategie von aon.“

Ein entscheidender Faktor für die weitere Entwicklung des digitalen Musikmarktes sind benutzerfreundliche und flexible Produkte sowie die Sicherstellung einer fairen Abrechnung an Künstler und Produzenten. Musikfans erwarten ein auf ihre individuellen Bedürfnisse zugeschnittenes Angebot, über mehrere Quellen beziehbar und auf verschiedensten, kompatiblen Geräten abspielbar. Die Soft- und Hardwareproduzenten sind aufgefordert, solche flexiblen und untereinander kompatiblen Systeme bereit zu stellen.





„Aktion scharf“ gegen das Raubkopieren im Internet

- **Ziele: Förderung des digitalen Marktes und Bekämpfung von Online-Piraterie**
- **8 von 10 wissen über den Schutz des geistigen Eigentums im Internet Bescheid**
- **Wesentliche Rechtsfragen durch Grundsatzurteile geklärt**

IFPI Austria verfolgt mit der „Aktion scharf“ zwei Ziele: das Wachstum des legalen Online-Musikmarktes in Österreich zu fördern und das Bewusstsein für den Schutz des geistigen Eigentums im Internet zu stärken.

Zu den positiven Entwicklungen am Online-Musikmarkt siehe ausführlich Seite 6. Auch beim Bewusstsein für den Schutz und den Wert des geistigen Eigentums liegt Österreich nicht zuletzt aufgrund der „Aktion Scharf“ im europäischen Spitzenfeld: 8 von 10 Befragten wissen, dass bei Filesharing Urheberrecht verletzt wird, bei den unter 30-jährigen sind es sogar 9 von 10 (Quelle: GfK/Timescout-Umfragen). Als besonders wirksames Instrument der Information und Aufklärung erwiesen sich sog. „Instant Messages“. In mehr als 170.000 dieser standardisierten Nachrichten wurden österreichische Filesharer direkt angesprochen und auf die Folgen von Urheberrechtsverletzungen hingewiesen.
Im Rahmen der „Aktion scharf“ wurden bisher insgesamt 320 Verfahren gegen Filesharer eingeleitet, die eine große Anzahl von Musikfiles illegal, d.h. ohne Zustimmung der Rechteinhaber im Internet verbreitet haben. In einem Fall waren es knapp über 8.000 Titel. 250 Fälle wurden bisher abgeschlossen, größtenteils durch außergerichtliche Vergleiche. Die erwischten Filesharer verpflichteten sich zur Löschung der illegalen Musikdateien, zur Unterlassung der weiteren gesetzwidrigen Verbreitung von Musik im Internet und zur Zahlung von Kosten- und Schadenersatz bis zu 5.500 Euro, abhängig von der Schwere der Rechtsverletzung.
Wesentliche Rechtsfragen zum Thema Filesharing wurden durch gerichtliche Grundsatzentscheidungen geklärt: So hat etwa in Österreich der Oberste Gerichtshof mit Urteil vom 26.7.2005 klar gestellt, dass Internetprovider bei Gesetzesverstößen zur Auskunft über Name und Adresse der User verpflichtet sind. Gleich in mehreren internationalen Verfahren entschieden die Gerichte, dass die Betreiber von Tauschbörsen für Urheberrechtsverletzungen auf ihren Netzen verantwortlich sind und haften (Grokster-Urteil des US Supreme Courts, Kazaa-Urteil in Australien, Kuro-Urteil in Taiwan und Soribada-Urteil in Korea). Mehrere lizenzierte und damit legale Musiktauschbörsen – etwa iMesh oder Mashboxx – sind in Vorbereitung oder bereits online.
Neben Österreich wird weltweit in weiteren 16 Ländern in Europa, Nord- und Südamerika, Asien und Australien mit rechtlichen Schritten gegen die illegale Verbreitung von Musik im Internet vorgegangen.

Andreas Gasser, Sänger und Gitarrist von shiver

„Der Schutz geistigen Eigentums ist die Basis für Bands wie uns. Wir investieren extrem viel Zeit und Energie in das Schaffen von Musik, was nur möglich ist, wenn unsere Arbeit auch entsprechend honoriert wird. Wir sind auf ein Publikum angewiesen, dem Musik etwas wert ist.“

Informationen über legale Online-Dienste (Internat. GfK-Studie 2005)

Altersgruppe	AT	DE	FR	IT	UK	Gesamt
Alle 16+	46%	34%	31%	9%	22%	29%
Unter 30	74%	62%	47%	21%	40%	49%

Bewusstsein, dass Filesharing illegal ist (Internat. GfK-Studie 2005)

Altersgruppe	AT	DE	FR	IT	UK	Gesamt
Alle 16+	78%	75%	62%	56%	59%	66%

Bildungsinitiative „Ideen sind etwas wert“

- **Neues Unterrichtspaket informiert umfassend über das Thema Geistiges Eigentum**
- **Praxisorientierte Einblicke in die österreichische Musikbranche durch DVD sowie Exkursions- und Besuchsprogramm**
- **Initiative der österreichischen Musikwirtschaft, begleitet von erfahrenen Pädagogen**

Das seit Herbst 2005 angebotene Unterrichtspaket wurde nach nur wenigen Monaten mehr als 2.000 mal von österreichischen Schulen bestellt. Das Thema Geistiges Eigentum wird in all seinen kulturellen, wirtschaftlichen und gesellschaftlichen Facetten behandelt und verständlich aufbereitet. Den Schüler/innen werden praxisorientierte Einblicke in die österreichische Musikbranche vermittelt.

Auf mehr als 120 Seiten und unterteilt in sieben aussagekräftige Kapitel informiert das Schulprogramm „Ideen sind etwas wert“ u.a. über die Bedeutung der Kreativwirtschaft für Österreich, über die Produktion einer Musik-CD, über Musik aus dem Internet, über Musikberufe und über das Urheberrecht. Die Unterrichtsmappe enthält ein Angebot von Rollenspielen sowie das Planspiel „Musik-Star“, weiters die Erklärung der wichtigsten Fachbegriffe, methodische und didaktische Anleitungen sowie eine Linkliste für weiterführende Informationen. Die Lehrmaterialien sind auch über die Website **www.ideensindetwaswert.at** abrufbar.
Ergänzend zu den Unterrichtsmaterialien wird den Schüler/innen ein Blick „hinter die Kulissen“ einer Musikproduktion geboten. Eine DVD mit Interviews von Musikern, Komponisten und verschiedensten Branchenvertretern und einem Kurzfilm über den Karriereweg einer jungen Künstlerin veranschaulicht, welche und wie viele Menschen an einer Musikproduktion beteiligt sind und worin deren Arbeit und Leistung besteht. Auch die begleitenden Exkursionsmöglichkeiten und Vorträge von Branchenvertretern in den Schulen sollen dazu beitragen, das Thema Geistiges Eigentum besser zu verstehen.

Andreas Gasser (shiver), Dr. Franz Medwenitsch (IFPI Austria) und Prof. Heribert Pröbstl (Pädagogischer Beirat) präsentierten das Unterrichtspaket am 21.9.2005 im Haus der Musik.

Die Materialien können in verschiedenen Gegenständen wie Deutsch, Wirtschaftskunde, Informatik und Musik eingesetzt werden und ist für Schüler/innen von der 5. bis 13. Schulstufe geeignet. Die Unterrichtsmappe mit didaktischen Anleitungen, Folien, Spielen, Kopiervorlagen und die DVD können kostenlos bestellt werden.

Organisationsbüro
„Ideen sind etwas wert“
info@ideensindetwaswert.at
www.ideensindetwaswert.at
Fax: (01) 470 96 60-18

Prof. Heribert Pröbstl, Leiter des pädagogischen Beirats

„Das Materialienpaket soll den Schülerinnen und Schülern die volkswirtschaftliche Bedeutung der Musikwirtschaft vermitteln und vor allem den Stellenwert des Musik- und Kulturlandes Österreich innerhalb Europas bewusst machen. Es ist auch eine Hilfestellung bei der Berufsorientierung für Jugendliche, die durch das Unterrichtspaket die Vielfalt der Arbeitsbereiche im Kultursektor kennen lernen sollen.“

vlnr: Paul Gulda, Thomas Quasthoff, Lang Lang, Rico Gulda ▶

Klassik Amadeus 2005 im RadioKulturhaus

Nigel Kennedy, Lang Lang, Thomas Quasthoff und Friedrich Gulda sind die Preisträger des erstmals in vier Kategorien verliehenen Klassik Amadeus.

Premiere bei der Verleihung des Klassik Amadeus 2005: Erstmals wurden die besten Klassik-Künstler und Klassik-Produktionen in drei verschiedenen Kategorien – Instrumental, Vocal, Solo/Kammermusik - mit jeweils sieben Nominierten ausgezeichnet. Ein weiterer Amadeus wurde für das „Lebenswerk eines österreichischen Künstlers“ vergeben. Nigel Kennedy wurde für das mit den Berliner Philharmonikern eingespielte Album „Vivaldi II“ ausgezeichnet. Star-Pianist Lang Lang nahm die begehrte Amadeus-Trophäe für sein Album „Live At Carnegie Hall“ entgegen. Thomas Quasthoff entschied mit seinen „Bach Kantaten“ die Kategorie „Vocal“ für sich. Friedrich Gulda wurde posthum mit dem Amadeus für sein Lebenswerk geehrt. Guldas Söhne Paul und Rico Gulda übernahmen den Preis.
Gut gelaunte Preisträger, musikalische Darbietungen auf höchstem Niveau und ein begeistertes Publikum sorgten für eine glanzvolle Gala.

Startschuss für den Österreichischen Musikfonds

Der Österreichische Musikfonds ist eine Initiative zur Förderung professioneller österreichischer Musikproduktionen und zur Stärkung des Kreativstandorts Österreich. Ziel des Musikfonds ist es, finanzielle Anreize für die qualitative und quantitative Steigerung der Produktionstätigkeit in Österreich zu schaffen.

Damit soll auch die Verbreitung und Verwertung österreichischer Musik im In- und Ausland unterstützt werden. Der Musikfonds steht allen musikschaffenden Urhebern, Interpreten, Musikproduzenten, Musikverlagen und Labels offen.

Der mit jährlich 600.000 Euro dotierte Musikfonds wird vom Bundeskanzleramt und namhaften Institutionen des österreichischen Musiklebens (AKM/GFÖM, austro mechana/SKE, IFPI Austria, ÖSTIG, WKÖ/Fachverband der Audiovisions- und Filmindustrie, Veranstalterverband Österreich) als public-private Partnership gemeinsam finanziert.

Alle Informationen zum Fonds und zu den Veranstaltungen sind unter www.musikfonds.at abrufbar.

◀ Staatssekretär Franz Morak mit Geschäftsführer Harry Fuchs (links) und Obmann Georg Tomandl bei der Präsentation des Musikfonds am 8.6.2005 in den Rosenhügelstudios.

Ö3/TOP 40 AUSTRIA — JAHRESCHARTS 2005

SINGLES 2005

1.	SCHNAPPI	SCHNAPPI, DAS KLEINE KROKODIL
2.	DURCH DEN MONSUN	TOKIO HOTEL
3.	LONELY	AKON
4.	CHIPZ IN BLACK	CHIPZ
5.	HUNG UP	MADONNA
6.	PUSH THE BUTTON	SUGABABES
7.	FIRST DAY OF MY LIFE	MELANIE C
8.	EMANUELA	FETTES BROT
9.	DIE EINE 2005	DIE FIRMA
10.	DON'T CHA	THE PUSSYCAT DOLLS
11.	LA CAMISA NEGRA	JUANES
12.	LA TORTURA	SHAKIRA FEAT. ALEJANDRO SANZ
13.	NUMB/ENCORE	JAY-Z/LINKIN PARK
14.	RISING GIRL	RISING GIRL (A)
15.	AXEL F	CRAZY FROG
16.	LIEBE IST	NENA
17.	BIG CITY LIFE	MATTAFIX
18.	UND WENN EIN LIED	SÖHNE MANNHEIMS
19.	FEMME LIKE U	K'MARO
20.	CANDY SHOP	50 CENT
21.	GHETTO GOSPEL	2 PAC
22.	DIESER WEG	XAVIER NAIDOO
23.	DUBI DAM DAM	BANAROO
24.	YOU'RE BEAUTIFUL	JAMES BLUNT
25.	FROM ZERO TO HERO	SARAH CONNOR
26.	COWBOY	CHIPZ
27.	FEEL GOOD INC.	GORILLAZ
28.	TRIPPING	ROBBIE WILLIAMS
29.	LOVE TO BE LOVED BY YOU	MARC TERENZI
30.	ALL ABOUT US	T.A.T.U
31.	CALIFORNIA	PHANTOM PLANET
32.	PON DE REPLAY	RIHANNA
33.	LIEBT SIE DICH SO WIE ICH	CHRISTINA STÜRMER (A)
34.	MARIA	US 5
35.	SWEETEST POISON	NU PAGADI
36.	BOULEVARD OF BROKEN DREAMS	GREEN DAY
37.	UN MONDE PARFAIT	ILONA
38.	THE SOUND OF SAN FRANCISCO	GLOBAL DEEJAYS (A)
39.	HOLLABACK GIRL	GWEN STEFANI
40.	JUST BECAUSE OF YOU	US 5
41.	BAD DAY	DANIEL POWTER
42.	GEKOMMEN UM ZU BLEIBEN	WIR SIND HELDEN
43.	SINCE U BEEN GONE	KELLY CLARKSON
44.	I BELIEVE	JOANA ZIMMER
45.	EVERYTHING BURNS	BEN MOODY FEAT. ANASTACIA
46.	BEAUTIFUL	PATRICK NUO
47.	SCHREI	TOKIO HOTEL
48.	DU ERINNERST MICH AN LIEBE	ICH + ICH
49.	THESE ARE MY RIVERS	ROMEO & JULIA (A)
50.	INCOMPLETE	BACKSTREET BOYS

LONGPLAY 2005

1.	KIDDY CONTEST VOL.11	KIDDY CONTEST KIDS (A)
2.	INTENSIVE CARE	ROBBIE WILLIAMS
3.	AMERICAN IDIOT	GREEN DAY
4.	CONFESSIONS ON A DANCE FLOOR	MADONNA
5.	TELEGRAMM FÜR X	XAVIER NAIDOO
6.	SCHREI	TOKIO HOTEL
7.	VON HIER AN BLIND	WIR SIND HELDEN
8.	X & Y	COLDPLAY
9.	NOIZ	SÖHNE MANNHEIMS
10.	WILLST DU MIT MIR GEHN	NENA
11.	TAUSEND ROSEN FÜR DICH	SEMINO ROSSI (A)
12.	BANAROO'S WORLD	BANAROO
13.	SCHNAPPI UND SEINE FREUNDE	SCHNAPPI
14.	ROSENROT	RAMMSTEIN
15.	HAVE A NICE DAY	BON JOVI
16.	IT'S TIME	MICHAEL BUBLE
17.	THE MASSACRE	50 CENT
18.	DEMON DAYS	GORILLAZ
19.	LEBENSBAUM	SEER (A)
20.	FIJACION ORAL VOL. 1	SHAKIRA
21.	MEZMERIZE	SYSTEM OF A DOWN
22.	100 JAHRE EAV – IHR HABT ES SO ...	EAV (A)
23.	AMARANTINE	ENYA
24.	POWER OF THE SOUND	SÖHNE MANNHEIMS
25.	NEUJAHRSKONZERT 2005	LORIN MAAZEL/WP (A)
26.	ES IST JULI	JULI
27.	SOLL DAS WIRKLICH ALLES SEIN	CHRISTINA STÜRMER (A)
28.	BACK TO BEDLAM	JAMES BLUNT
29.	AMADEUS IN LOVE	NOCKALM QUINTETT (A)
30.	AMBROS SINGT MOSER	WOLFGANG AMBROS (A)
31.	IL DIVO	IL DIVO
32.	GREATEST HITS	ROBBIE WILLIAMS
33.	BEST OF	ANDREA BERG
34.	ANCORA	IL DIVO
35.	HOW TO DISMANTLE AN ATOMIC BOMB	U 2
36.	HEFTY FINE	BLOODHOUND GANG
37.	ALLES AUS LIEBE	SEMINO ROSSI (A)
38.	MONKEY BUSINESS	THE BLACK EYED PEAS
39.	CHRISTMAS IN MY HEART	SARAH CONNOR
40.	CHRISTMAS WORLD	BANAROO
41.	CALMA APPARENTE	EROS RAMAZZOTTI
42.	WIRKLICH ALLES!	CHRISTINA STÜRMER (A)
43.	GENIUS LOVES COMPANY	RAY CHARLES
44.	HYPNOTIZE	SYSTEM OF A DOWN
45.	LA TRAVIATA (VIOLETTA)	NETREBKO/VILLAZON/RIZZI/WP
46.	SO WEIT SO GUT-DIE GRÖSSTEN HITS	RAINHARD FENDRICH (A)
47.	IN YOUR HONOR	FOO FIGHTERS
48.	BULLET IN A BIBLE	GREEN DAY
49.	NAUGHTY BUT NICE	SARAH CONNOR
50.	PIECES OF A DREAM	ANASTACIA

DVDs 2005

1.	LEB DIE SEKUNDE-BEHIND THE SCENE	TOKIO HOTEL
2.	ELISABETH-LIVE A.D.THEATER ADW	MUSICAL (A)
3.	LIVE 8	VARIOUS
4.	WIRKLICH ALLES	CHRISTINA STÜRMER (A)
5.	LIVE DONAUINSEL	FALCO (A)
6.	VERTIGO 2005-LIVE FROM CHICAGO	U 2
7.	ELVIS BY THE PRESLEYS	ELVIS PRESLEY
8.	FAMILY JEWELS	AC/DC
9.	POWER OF THE SOUND	SÖHNE MANNHEIMS
10.	CARMEN	MÄRZENDORFER/ST.MARGARETHEN (A)
11.	NUR ZU BESUCH-UNPLUGGED	DIE TOTEN HOSEN
12.	WATZMANN LIVE 2005	AMBROS/PROKOPETZ U.A. (A)
13.	SING WIE EIN LOLLIPOP!	DIE LOLLIPOPS
14.	BANAROO-DER FILM	BANAROO
15.	GO HOME-LIVE FROM SLANE CASTLE	U 2
16.	LA ULTIMA/LIVE IN BERLIN	BÖHSE ONKELZ
17.	ÜBER'N BERG	SEER (A)
18.	LIVE AT WEMBLEY	QUEEN
19.	US 5 THE HISTORY	US 5
20.	WHAT WE DID LAST SUMMER	ROBBIE WILLIAMS

www.ifpi.at

http://amadeus.aon.at

www.pro-music.at

www.ideensindetwaswert.at

IFPI Austria - Verband der Österreichischen Musikwirtschaft