

Der traditionelle (der heute nicht mehr relevante) Tonträger-Vertrieb

Warum ist eine Vielzahl der in Österreich produzierten Tonträger nicht im Schallplattenhandel erhältlich?

Oft wird unrichtiger Weise die Schuld an diesem Umstand den Schallplattenhandel zugeschoben!

Jeder Tonträgerproduzent ist von den internationalen MB-Großkonzernen wie den Major-Record-Companies und Internetplattformen abhängig. Diese nehmen wie das folgende Beispiel zeigen keine Rücksicht auf den Tonträgerproduzenten.

Nachfolgend ein Überlegungsbeispiel über die Möglichkeiten bei Tonträger-Vertriebsfirmen:

1.) Man ist Besitzer einer Schallplattenladenkette!

2.) Wem stellt man als Geschäftsführer ein?

a) Voraussichtlich einen musikbegeisterten, engagierten, jungen (kostengünstigen) Verkäufer.

b) Überlässt man diesem alle Freiheiten des Einkaufs, würde er z.B. als Fan der Jazz-Musik oder von Jimmy Hendrix, von diesem das komplette (auch alle Bootlegs) Tonträgerprogramm einkaufen.

Um das zu unterbinden, hat er sich nach den kommerziellen Richtlinien zu halten.

Welche Tonträger darf der Geschäftsführer daher einkaufen?

1.) Nur die, ihm vorgegebene Stückzahl der in der Hitparade aufscheinenden Tonträger.

2.) Nur die in der Fachpresse (Musik-Woche, usw. ...) und gleichzeitig mit flankierenden Maßnahmen beworbenen Tonträger (Rundfunk-, TV-, Litfasssäulen-, Kinowerbung, Promotions-Tournee, in der Yellow-Press, usw. ...).

Alle anderen Tonträger (auch bei Einsatz eines Spitzenverkäufers des Vertriebes) haben kaum eine Chance, in den Schallplattenläden aufzuscheinen.

Die österreichische Vertriebsituation

Alle Major-Record-Companies haben bereits mit 1991-01-01 die Vertriebsverträge mit allen österreichischen Independent-Record-Companies ohne Vorankündigung gekündigt! Durch diese Aktion der Major-Record-Companies wurde der österreichischen Musikszene bewusst geschadet, denn dadurch kann kaum eines der rund 1200 unabhängigen österreichischen Independent-Record-Companies die Tonträger der österreichischen Interpreten flächendeckend in den österreichischen Plattengeschäften platzieren.

„Vielen Dank, ihr lieben österreichische Major-Record-Companies-Chefs!“

Die großkotzige Versager-Libro-Aktion hat das Ihre zu der vorhandenen Situation beigetragen.

Was kann man von einem Tonträger-Vertrieb erwarten?

Von funktionierenden Vertrieben zu sprechen heißt, nicht funktionierende Vertriebe in die Betrachtung mit einfließen zu lassen.

Den Vertrieb als Knackpunkt zu bezeichnen heißt, ihm einen Großteil der Erfolgsverantwortung zuzuschreiben. Diese Betrachtungsweise ist schlichtweg unrichtig.

Diese irrige Meinung wird vor allem von Musikschaffenden vertreten, welche einen eklatanten Mangel an Musicbusiness-Wissen haben und daher auch selbst meist keine funktionierende Infrastruktur besitzen.

Wenn, wie bei den meisten österreichischen Interpreten keine funktionierende Musicbusiness-Infrastruktur (wie z. B. ein internes Management) vorhanden ist, hat auch ein bestens funktionierender, bestens organisierter Tonträger-Vertrieb keine Chance die Tonträger dieser Interpreten optimal zu vermarkten.

Der Internet-Vertrieb

Die Eigen-Vermarktung von Tonträger über das Internet ist eine der erfolgreichen Alternativen zu dem von den Major-Companies mit System zerstörten, traditionellen Tonträgervertriebsstrukturen aber wegen seiner Vielschichtigkeit der Abrechnungssysteme keinesfalls das Allheilmittel.

Die derzeitige Vertriebsituation für Tonaufnahmen und Tonträgern:

Es gibt Großhandelsvertriebe mit physischen und digitalen Vertriebsabteilungen, die auch einzeln beauftragt werden können. Der Record-Label-Katalog wird meist jeweils exklusiv an einen digitalen und/oder einen physischen Vertrieb gebunden.

Der Großhandelsvertrieb beliefert jeweils ausschließlich die beauftragten Einzelhandelsvertriebe.

Digitale Einzelhandelsvertriebe sind unter anderem: iTunes, Spotify, Amazon, Google Play, etc. ...