

# Multimedia

26. JULI 2009  
SonntagsZeitung

## VERGANGENHEIT

Als Medium ist der Blog bereits von gestern

SEITE 70

## ZUKUNFT

Das HTC Hero ist der neue Masstab für Smartphones

SEITE 71

## Guter Kauf Seite 70

Amazon übernimmt den Konkurrenten Zappos

## Gute Idee Seite 71

Wikipedia-Nutzer haben mit wikibu.ch den schnellen Durchblick

## Gute Geräte Seite 71

iPhones bringen Apple mehr Gewinn als Macs

# 69

## Rund läuft nicht mehr

Schallplattenhändler über das Ende ihres Berufsstandes und den Wandel der Musikbranche im Web



Raphaël Delan: Nach Aufgabe von Delan Records in Bern (1999 bis 2008) berät er Filmproduzenten und Bars

VON BARNABY SKINNER (TEXT)  
UND LEA MEIENBERG (FOTOS)

Haben Plattenhändler gegen den Musiküberfluss im Web und entmenslichte Empfehlungs-Software noch eine Chance? Raphaël Delan sagt: «Plattenhändler müssen sich nur umorientieren. Sie brauchen die Musikbranche nicht hinter sich lassen.» Er selber führte knapp eine Dekade lang den Laden Delan Records in Bern. Letztes Jahr war Schluss.

Früher war Musik stets ein Gemeinschaftserlebnis. Ob ums Lagerfeuer versammelt oder in der Oper, man hörte sie im Beisein anderer. Heute – mit weissen iPod-Stöpseln im Ohr – sind wir mit unseren Songs oft alleine.

Selbst beim Einkauf haben wir den zwischenmenschlichen Kon-

takt ausgeschaltet. Anstatt sich vom Händler um die Ecke beraten zu lassen, bestellen wir Titel beim Grosshändler Amazon und lassen uns durch automatisierte Empfehlungen leiten wie: «Kunden, die diesen Artikel gekauft haben, kauften auch...». Viele leisten sich gar keine Tonträger mehr, sondern laden Songs direkt in Online-Shops herunter. Und weil wir unmöglich die Tausende Titel kennen können, die auf unseren Festplatten lagern, benutzen wir Computerprogramme, die Playlists zusammenstellen, die am besten zu unserer aktuellen Stimmung passen.

Plattenliebhaber Delan gesteht, das Web habe seinen Laden zwar ruiniert. Aber es würde ihm unendlich viel zurückgeben. «Online findet man alles, jeden Song»,



«Ich verstand mich nie als guter Kaufmann, sondern immer als Musikvermittler, der seine Platten verkaufen darf»

Tony Lauber, 54, führte von 1975 bis 1998 den Schallplattenmarkt in Luzern

sagt der 39-Jährige. «Man muss nur wissen, was man sucht», sagt er. Und dafür sei er ja da.

Heute handelt der Musikkenner mit raren Klassikplatten auf der Auktionsbörse Ebay. Er berät Filmproduzenten und Bars bei der Musikauswahl. Und legt abends als DJ von Swingjazz über Electro bis Tropical auf. «Ich mache dasselbe wie früher als Plattenhändler: Ich bin ein Musikfilter.» Seine Dienste vermarktet er in seinen Nutzerprofilen auf Facebook und Myspace.

Marius Neukom hat einen ähnlichen Weg eingeschlagen. Der 40-Jährige führte fünf Jahre den Plattenladen p45 Records in Zürich. Als der Laden erstmals darunter zu leiden begann, dass Kunden ins Internet abwanderten, finanzierte er zusammen

mit seinen Partnern den Plattenverkauf quer: Mit Lifestyle-Taschen und Accessoires wie Platten-Covers. Als dies auch nicht mehr für die Ladenmiete reichte, entschieden sich die Betreiber, das Geschäft zu liquidieren.

Heute ist Neukom Musik-Promoter. Er organisiert in den Zürcher Clubs Cabaret und Zukunft Dubstep-Anlässe mit DJs aus der ganzen Welt. Der gelernte Psychologe erklärt: «Der Plattenladen war vor allem ein Knotenpunkt. Ein Ort, um neue Sounds und Gleichgesinnte kennenzulernen. Diese Rolle hat der Plattenladen verloren.» Heute trifft sich die Musikszene im Internet.

Tony Lauber kann mit sozialen Online-Netzwerken weniger an-

FORTSETZUNG AUF SEITE 70

# Blabla-Blogs: Wer nichts zu erzählen hat, wandert ab

Die breite Masse steigt auf Twitter und Facebook um – Wer jetzt noch schreibt, hat Ausdauer oder Erfolg

Diese Geschichte beginnt mit dem Ende. Dem Ende der Blogs als Jedermann-Medium. Die breite Masse zieht weiter, einer nach dem anderen, dorthin, wo jetzt alle sind. Zu Twitter und Facebook, in die Welt der Statusmeldungen, dem neuen Jedermann-Medium. Seit Ende letzten Jahres wächst der Kurznachrichtendienst Twitter explosionsartig und wirkt wie ein Magnet auf die Blogosphäre. Leichtgewichte werden unwiderstehlich angezogen. Alleine seit Anfang Jahr haben sich bei Twitter über 30 Millionen neue Mitglieder angemeldet. Bei Facebook werden jeden Tag schätzungsweise 40 bis 60 Millionen Statusmeldungen verfasst.

Die Blogosphäre dagegen wird immer mehr zur Geisterstadt. Wo noch vor ein, zwei Jahren Millionen Bloggerträume in den Himmel wuchsen, bleiben je länger je mehr nur die Erfolgreichsten und Ausdauerndsten übrig. Von allen Blogs, die die Blog-Suchmaschine Technorati seit 2002 erfasst hat, immerhin 131 Millionen weltweit, ist noch jeder Hundertste aktiv, veröffentlicht mindestens pro Woche einen Artikel. Andere Untersuchungen, etwa der Suchmaschine Icerocket, kommen zu optimistischeren Zahlen. Der Exodus aus der Blogosphäre ist indes nicht zu übersehen.

## Blogs haben ihren Ruf als cooles Medium verloren

Auch in der Schweiz ist die Abwanderung längst im Gange. Laut dem Aggregator blogug.ch hat in diesem Jahr noch etwa jeder fünfte Blogger einmal pro Monat etwas publiziert. Vor vier Jahren waren 75 Prozent aktiv. Zwar kommen weiter neue Blogs dazu, im Vergleich zu Spitzenzeiten hat sich die Menge der Artikel aber fast halbiert. Etwas weniger steil ist der Abwärtstrend in der Statistik der Blog-Suchmaschine Slug.ch. Umso deutlicher ist hier der Twitter-Effekt. Seit der Kurznachrichtendienst Ende letzten Jahres richtig Fahrt aufgenommen hat, ist die Zahl der Blogartikel um 25 Prozent gesunken. Die Zahlen aus den USA zeigen, wohin sich die Blogosphäre in der Schweiz wohl entwickeln wird. Der Kopf hinter Slug, der Programmierer Benjamin Rüegg, reagiert bereits jetzt: «Ich will mit meiner Suchmaschine vom Fokus Blogs wegkommen und mich auf Twitter und Co. konzentrieren.»

Die öffentliche Wahrnehmung hat sich bereits verschoben. Blogs haben ihren Appeal als schnelles,

authentisches, ja: cooles Medium verloren. Cool ist jetzt Twitter. Wenn im Iran um die Demokratie gerungen wird, spricht die Welt über Twitter als digitale Entwicklungshelferin. Nicht mehr über Blogs.

## Es fehlt an Ideen und Disziplin, einen guten Blog zu führen

Wie kommt es, dass immer weniger sich die Mühe machen, ihre Gedanken in ganze Texte giessen, eben zu bloggen? Und stattdessen lieber in 140 Zeichen antworten auf: Was tust du gerade?

Eigentlich wird eine Art Missverständnis korrigiert. Dank des Blogs konnte erstmals jeder kinderleicht Dinge im Netz publizieren – aber können konnte eben doch nicht jeder. «Wenn Bloggen so einfach ist, warum gehen dann mehr Blogs ein als Restaurants?», fragte die «New York Times» kürzlich lakonisch. Viele mussten inzwischen feststellen: Es fehlt an Ideen, an Zeit, sich welche auszu-denken, oder an der Disziplin, sie regelmässig aufzuschreiben.

Blogs waren für die breite Masse das richtige Medium, solange es kein besseres gab. Eines, das bietet, was vielen reicht: Mal schnell dies und das der Welt erzählen. Die Statusmeldungen sind das neue Zuhause für all jene, die unbedingt mit der Welt kommunizieren müssen, aber eigentlich nicht viel zu erzählen haben.

Optimisten sehen darin einen vorübergehenden Trend. So etwa solche, die mit dem Blog als Jedermann-Medium gross geworden sind. Toni Schneider, Chef der grössten offenen Blogplattform Wordpress, sieht die Statusmeldungen als Übungscamp für Hobby-schreiber. Wer es dann ernst meine, starte seinen eigenen Blog, erklärte er dem «Blick am Abend». They never come back, sagt man im Boxsport über gefallene Champions. They never come back gilt vermutlich auch für die Blogs. Was bleibt, sind Blogs, die in Nischen wie klassische Online-medien funktionieren: Viele lesen, wenige schreiben. Die etablierten Blogs sind aktiver denn je und profitieren von Twitter und Co. Bis zu einem Drittel der Leser gelangt inzwischen via Twitter und Facebook auf deren Websites.

Damit schliesst das Kapitel der Blabla-Blogs, ein neues beginnt. Und die Moral von der Geschichte? Wer jetzt noch bloggt, der hat es geschafft. Oder ist wirklich nicht mehr zu retten. DAVID BAUER

Der Autor bloggt und twittert



Jolanda Gsponer: Ihr Geschäft Karbon in Zürich (1994 bis 2007) war Drehscheibe für Musiker – und Treffpunkt für Paarungswillige

▶ FORTSETZUNG VON SEITE 69

## Rund läuft nicht mehr

fangen. Er schlägt sich als freischaffender Journalist durch. Laubers eigentliche Berufung aber ist die des Plattenhändlers. Über zwanzig Jahre führte er in Luzern den Schallplattenmarkt. «Er war Dreh- und Angelpunkt der lokalen Musikszene», sagt er. Noch heute würde er von Ex-Stammkunden darauf angesprochen, wie sehr sie den Austausch mit ihm vermissen würden.

## Selbst Nischenhändler haben gegen das Internet keine Chance

Der 54-Jährige wurde früh aus dem Geschäft gedrängt. Bereits 1998 musste er die Segel streichen. Das Web setzte gerade zu seinem weltweiten Höhenflug an. Und ein Teenager namens Shawn Fanning entwickelte in den USA die Software Napster, die erste Online-Musiktauschbörse. Grosse Labels wie Warner und EMI glauben seither, ihre Absätze litten, weil immer mehr Menschen Musik in Tauschbörsen kopieren würden.

Den Grund für das Ende seines Ladens ortet Lauber woanders. «Ich war nie der beste Kaufmann», erklärt er, «und als Grosshändler wie City Disc Platten unter meinem Einstandspreis anboten, konnte ich nicht mithalten.» Er verkaufte Raritäten neben Mainstream, konzentrierte sich nie auf einen Stil. Aber wer gegen Disc-counterpreise ankämpfen will, glaubt Lauber und so lautet der Tenor in der Branche, muss eine spezialisierte Nische finden.

Genau mit diesem Rezept hat sich Lucien Sullo way die letzten Jahre über Wasser gehalten. Der gebürtige Amerikaner führt im Zürcher Kreis 4 das Lokal Reggae Fever. Es gilt weltweit als eines der besten Adressen für Reggae-



«Mit dem Plattenverkauf hat man nie viel Geld verdient. Das war früher nicht anders als heute»

Gabor Kantor, 65, verkauft in Luzern seit 40 Jahren Platten und steht mit dem aktuellen Laden Musikforum kurz vor der Schliessung

«Die Strukturen haben sich geändert. Musikfans treffen sich nicht mehr im Plattenladen, sondern im Internet»

Marius Neukom, 40, führte von 2004 bis 2009 den Laden p45 Records in Zürich



musik. Die Platten kauft der heute 65-Jährige auf regelmässigen Reisen nach Jamaika oder Trinidad & Tobago ein. «Ja, ich kenne viele Musiker persönlich.» Für beinahe jeden der 45000 Tonträger, die in seinem Laden stehen, kann er dem Käufer eine Geschichte mit auf den Weg geben.

Im Oktober ist Schluss. Nach zehn Jahren muss auch Sullo way dicht machen. «Ich dachte immer, wenn ich in Pension gehe, könnte ich jemandem den Laden übergeben. Aber das Geschäft rechnet sich nicht mehr.» Selbst Spezialhändler sind gegen das Internet chancenlos.

## Eine Handvoll Plattenläden lebt weiter

Seit Jahren wird die Wiederaufstehung des Vinyl beschworen. Der Chef des Plattengeschäfts ▶ Rec Rec, Veit Stauffer, meint: Der Tonträger sei einfach nicht totzukriegen. Genauso wie sein Laden an der Rotwandstrasse in Zürich. Eine Auswahl noch offener Läden: ▶ Rock On am Ottenweg 35, ▶ 16

Tons an der Anwandstr. 25 (beide Zürich). ▶ Chop Records an der Amthausgasse 22 in Bern, ▶ Fresh Cuts an der Metzgergasse 27 in St. Gallen, ▶ Old Town Store an der Hertensteinstrasse 64 in Luzern, ▶ Atlantis Records am Kosterberg 9 in Basel, ▶ Soundsaround an der Avenue du Mail 8, Genf.

Dasselbe Schicksal erlitt Jolanda Gsponer. Die 48-Jährige hat ihr halbes Leben in Plattenläden verbracht, zuerst bei RecRec, als Mitgründerin, dann als Inhaberin von Karbon im Zürcher Kreis 5. Diese Karriere endete abrupt, als die gebürtige Walliserin im Jahre 2007 ihren Laden aufgeben musste. «Ich konzentrierte mich auf experimentelle und neue Musik», erklärt sie. «Bei Karbon Musik trafen sich nicht nur Kunden, sondern auch Musiker. Es entwickelte sich eine vibrierende Drehscheibe zeitgenössischer Musikkultur». Sie hat sogar Freunde, die ihren Lebenspartner im Laden kennengelernt haben. Dem Internet fehle diese Plattform. «Es ist dafür zu unpersönlich, zu fragmentiert.»

## Gute Geschäfte haben meist nur die grossen Labels gemacht

Selber hat Gsponer mit dem CD-Geschäft abgeschlossen. «Ich habe zu viele schlaflose Nächste hinter mir, weil unsicher war, ob es für die Miete reicht.» Heute kann sie ihre Kenntnisse in einem neuen Job einbringen. Gsponer betreut das Klangarchiv des Institute for Computer Music and Sound Technology in Zürich und arbeitet mit an der Entwicklung eines digitalen Archivs der elektronischen Musik von der Frühzeit 1930 bis heute.

«Der Plattenverkauf war für die kleinen Läden nie ein wirklich gutes Geschäft», sagt Gabor Kantor. «Das haben die grossen Labels gemacht.» Der gebürtige Ungar führt seit 40 Jahren an etlichen Standorten in Luzern verschiedene Plattenläden. Aktuell das Musikforum mit Fokus auf Jazz und Ethno. «Aber der geringe Verdienst war verkraftbar, solange der Puls einer Musikszene im Laden zu spüren war», erklärt der 65-Jährige weiter. Wenn dieser nicht mehr schlage, wozu würde man das alles noch tun? Kantor sagt, dass es nur eine Frage von Monaten sei, bis auch er seinen Laden schliessen werde.

## Jetzt auch ein Schuhladen

Amazon kauft den Online-Händler Zappos

Der weltgrösste Internethändler Amazon hat diese Woche den aufstrebenden Konkurrenten Zappos gekauft. Amazon bezahlt für die Übernahme fast eine Milliarde Franken. Zappos hatte sich in den USA als Online-Schuhladen einen Namen gemacht, zuletzt aber sein Sortiment um Handtaschen, Kleider und Accessoires erweitert. Der zunehmende Erfolg und der Expansionsdrang des Konkurrenten, so meinen Experten, habe Amazon zur Übernahme veranlasst. Zappos erzielte im vergangenen Jahr einen Umsatz von über einer Milliarde Franken. Die Zappos-Gründer hatten sich gegen den Verkauf ausgesprochen, die Investoren entschieden sich dennoch dafür. (DBA)