



Kaffee, der während der Aufnahme getrunken wurde – angeführt und per Smart Contracts fixiert.

Das Start-up Viberate ist ein Marktplatz, der bereits 300.000 Musiker direkt mit 2.000 Booking-Agenturen und Konzertveranstaltern verknüpft. Seit heuer bietet Viberate auch Tickets für über 500.000 Events an 90.000 verschiedenen Veranstaltungsorten an. User können ihre Eintrittskarten auf der Plattform auch weiterverkaufen.

keine Bedrohung. „Trotz interessanter Geschäftsmodelle fehlt noch die ausreichende Skalierbarkeit für den Einsatz im Massengeschäft“, meint etwa Markus Grimm, CIO der GEMA.

„Kooperationen mit großen Playern der Branche, aber auch aus anderen Industrien, könnten den Entwicklungsprozess in jedem Fall deutlich beschleunigen“, so Ballhaus.

Man begnügt sich aber nicht damit, die weitere Entwicklung

”

Die Blockchain bietet der Musikbranche ganz neue Möglichkeiten der Monetarisierung. Für etablierte Unternehmen birgt die Entwicklung neben Chancen aber möglicherweise auch Risiken.

Werner Ballhaus
PwC Deutschland

“



© PwC

könnten“, sagt Werner Ballhaus, Leiter des Bereichs Technologie, Medien und Telekommunikation bei PwC Deutschland.

Einheitliche Standards

Allerdings erfordert eine globale Urheber-Datenbank mehr als „nur“ eine ausgereifte Technik. Das Projekt Global Repertoire Database scheiterte 2014 – nicht aus technischen Gründen, sondern weil sich die Beteiligten auf keine gemeinsamen Standards und Regeln einigen konnten. Und diese wären auch für eine Blockchain-Lösung

unabdingbar. Einsatzmöglichkeiten für die Blockchain ortet die PwC-Studie auch in anderen Bereichen. „Einige Blockchain-Start-ups versuchen jetzt schon, klassische Dienstleistungen in der Musikindustrie neu abzubilden“, sagt Ballhaus.

Neue Player

Dazu zählt etwa ujo Music. Das Geschäftsmodell ist vergleichbar mit einer Handelsplattform für digitale Downloads, aber deutlich transparenter. Zu jedem Song werden sämtliche Vermarktungsinfos – bis hin zum

Peertracks wiederum ist eine Plattform für werbe- und abonnementfreies Musikstreaming, die die Gebühren für Urheber- und Leistungsschutzrechte per Mikrozahlungen an die Künstler direkt abwickelt.

Zukunftsmusik

Ob sich solche Ansätze tatsächlich durchsetzen, hängt der Studie zufolge davon ab, inwiefern es gelingt, eine kritische Masse zu erreichen. Denn noch steckt die Blockchain im Musikbusiness in den Kinderschuhen und ist für die etablierten Player

nur zu beobachten, sondern viele Unternehmen, darunter die Musikfirmen Sony und BMG oder der deutsche Rechteinhaber GEMA, sind in verschiedene Produkte direkt involviert.

„Im Zuge der disruptiven Digitalisierung könnte sich die Wertschöpfungskette im B2B-Bereich durchaus verschieben – ein Szenario, in dem aufgrund der Blockchain-Technologie sämtliche sogenannte Intermediäre wie Verlage, Labels und Wertungsgesellschaften obsolet werden, halten wir für wenig realistisch“, sagt Grimm.