

## Pressemitteilung

### **Buchveröffentlichung: „Musik verkaufen im Internet: Mehr Erfolg durch Community-Features in Download-Shops“**



In Deutschland vollzieht sich der Wandel von einem physischen Tonträgermarkt zu einem digitalen Musikmarkt. Während der Absatz an physischen Tonträgern, insbesondere der CD, zurückgeht, wächst der Musikdownload-Markt stark an, kann aber bei weitem nicht die Verluste der CD ausgleichen. Zudem tritt die Streaming-Technologie auf den Plan - ein erstzunehmendes Konkurrenzprodukt zum Download, weil hohe Bandbreiten, günstiger Serverplatz, günstige Flatrates, schnelle Prozessoren und leistungsfähige mobile Endgeräte den Download von Dateien mittelfristig unnötig machen werden. Die Daten werden im Netz verwaltet, Streaming ist im Musikmarkt die richtige Technologie dafür. Aber auch mit Streaming-Geschäftsmodellen lässt sich bei weitem nicht so viel Geld verdienen wie mit physischen Tonträgern, weil die Kunden abgespielte Musik in der Regel nicht bereit sind, Geld zu bezahlen.

Ein weiteres Problem hängt mit der Kostenloskultur des Internets zusammen. Nur ein kleiner Prozentsatz der aus dem Internet herunter geladenen Dateien wird auch bezahlt. Die Digital Natives, die mit dem

Internet groß gewordene Generation, hat kein Verständnis dafür, Geld für Dateien oder Dienstleistungen im Internet zu bezahlen. Mit dem Begriff "Urheberrecht" kann sie wenig anfangen.

Das Problem lautet also: Wie kann in den nächsten Jahrzehnten mit Musik im Internet Geld verdient werden?

Ziel dieser Arbeit ist es, ein Geschäftsmodell für eine Musikdownload-Community zu entwickeln, mit der unter Berücksichtigung aller Gegebenheiten im Musikmarkt und in der Online-Ökonomie Geld verdient werden kann. Gleichzeitig sollen allgemeine Erkenntnisse zum Wandel des deutschen Musikmarktes und zu den aktuellen Entwicklungen in der Online-Ökonomie gewonnen werden.

#### **Dirk Middeldorf**

**Musik verkaufen im Internet: Mehr Erfolg durch Community-Features in Download-Shops**  
Paperback, 100 Seiten, Diplomica Verlag 2012

**ISBN 978-3-8428-8968-2**

**Preis: 44,99 Euro**

**Erhältlich in Internetshops (u.a. [www.amazon.de](http://www.amazon.de)), im örtlichen Buchhandel oder als E-Book (ISBN 978-3-8428-3968-7)**

Autor: Dirk Middeldorf

Adresse: Hansemannstr. 17-21, 50823 Köln

Tel.: 0221/20532362

Email: [dm@dirk-middeldorf.de](mailto:dm@dirk-middeldorf.de)

Web: [www.dirk-middeldorf.de](http://www.dirk-middeldorf.de)

#### **Über den Autor:**

Dirk Middeldorf wurde 1971 in Marburg geboren. Nach über zehn Jahren in leitenden Positionen in Onlineagenturen entschied er sich zum Gang in die Selbstständigkeit und gründete das Dance-Music-Label 200 Records sowie die Onlineagentur Dirk Middeldorf Web Consulting. In seinem Berufsleben hat sich Dirk Middeldorf schon sehr früh mit dem Thema Social Media auseinandergesetzt. Die Erkenntnisse daraus sowie seine Arbeit als Inhaber eines Musiklabels fließen in diese Arbeit ein.

Rezensionsexemplare können Sie beim Autor (Kontakt siehe oben) oder beim Verlag anfordern:

Diplomica Verlag GmbH, Hermannstal 119 k, 22119 Hamburg, [info@diplom.de](mailto:info@diplom.de), Tel. 040/6559920