

# Von der Idee zur CD

## Lernziele:

### Die Schüler

- lernen die notwendigen Arbeitsschritte bei der Entstehung einer CD kennen
- erfahren durch Eigenaktivität, wie viel Arbeit für einen Text notwendig ist
- kennen die Schritte, die für die Vermarktung wichtig sind
- kreieren eine Werbekampagne (Grafik, Videoclip)
- kennen den Stellenwert heimischen Schaffens (Hitparaden)

Viele streben eine Karriere als Musiker an, wollen berühmt werden und damit auch Geld verdienen. Aber nur wenige schaffen einen Verkaufshit und noch weniger schaffen es, über Jahrzehnte hinweg regelmässig Hits zu produzieren. Zu diesen Künstlern gehören internationale Top-Stars wie Madonna, U2, Shakira und andere. In der Schweiz setzte sich DJ Bobo zuletzt mit dem Album „Pirates Of Dance“ an die Spitze der Hitparade und konnte auch bisher herausragende internationale und nationale Erfolge buchen. Künstler wie Yello oder Krokus erzielten bereits vor Jahrzehnten internationale Erfolge und Spitzenplätze in den amerikanischen Charts. Auch Gotthard sind schon seit 1992 sehr erfolgreich. Anfang des neuen Jahrhunderts sind etwa Lovebugs, Stress, Sens Unik und Patrick Nuo auf dem besten Weg, ihre Position in den Hitparaden zu behaupten.

Ob ein Lied zum Hit wird, ist nicht allein Sache der Vermarktung und genauso wenig ausschliesslich eine Frage des Talents. Die Kombination von beidem sowie eine Portion Glück sind aber gute Voraussetzungen für einen Hit!

## Das „Musik-Business“

Auf diesem Weg kommen die meisten Songs zustande:

- Ein Künstler unterschreibt einen *Künstlervertrag* mit einem *Label* (neue Bezeichnung für „Plattenfirma“), das dann die Produktion der Musikaufnahme organisiert.
- Oder der Künstler organisiert die Produktion der Musikaufnahme selbst und stellt die Aufnahme dann einem Label im Rahmen eines *Bandübernahmevertrags* zur Verfügung.
- Das Label lässt von der Master-Aufnahme *Tonträger* (CDs, DVDs, Vinyl, MCs) herstellen und organisiert den Vertrieb.
- Das Label sorgt für die Vermarktung des Tonträgers und setzt Promotion- und Marketing-Massnahmen ein, um das potentielle Publikum zu erreichen.
- Über verschiedene Vertriebsnetze (Tonträgerhandel sowie Internet- und Mobile-Vertrieb) kommen die Tonträger bzw. die Songs zum Konsumenten. Hinter jedem Hit stehen enorm viele Beteiligte, deren Aufgabe darin besteht, bei der Kreation des Songs und der Produktion der Aufnahme sowie bei der Veröffentlichung, der Vermarktung und beim Verkauf der Musik zu helfen.

## a) Idee, Komposition und Text eines Songs

Jeder kann kreativ sein und Texte schreiben oder eine Melodie erfinden. Dem Musikgeschmack sind keine Grenzen gesetzt. Egal ob als Hobbymusiker oder professioneller *Songwriter* bzw. Komponist, als Soloartist oder mit Band – es gibt ganz unterschiedliche Herangehensweisen, wie ein Song getextet und komponiert wird. Jeder Song hat seine eigene Entstehungsgeschichte.

Ein Beispiel aus der Praxis von Tobias Künzel von der deutschen Band „Die Prinzen“. So kann ein Lied entstehen (aus Stoll: Wert der Kreativität. Schott Musik, 2004):

*„Da gibt es Lieder, die konstruiert werden, wo man überlegt, man müsste z.B. einen Song über Regen machen. Dann setzen wir uns zusammen hin und jeder denkt sich etwas zum Thema Regen aus und wir stückeln das dann zusammen: ‚Regen tropft auf meinen Kopf, doch der ist wasserdicht. Du lässt mich im Regen steh’n, das interessiert mich nicht.‘ Wir haben dann überlegt, dass zwar alle Regen scheisse finden, aber Regen eigentlich ja nichts Schlimmes, sondern etwas Gutes ist. Deshalb haben wir die Grundeinstellung: ‚Regen lass mich überlegen, bin ich dafür oder dagegen‘. Dann ging Wolfgang zum Keyboard und hat gesagt, Regen muss plätschernde Musik haben, so ein Samba.“*

### Gruppenarbeit „Gruppe erarbeitet Text für ein Lied“

1. Thema festlegen und eventuell Musiksequenz vorgeben (Melodie, Beat u.ä.).
2. Jeder schreibt auf einen Zettel, was ihm zu diesem Thema einfällt.
3. Diese Zettel werden zusammengetan und daraus wird ein Text in Versform für einen Song entwickelt.
4. Jede Gruppe präsentiert ihren Song.

**Lernziel:** Schüler erfahren, dass viel Arbeit und Zeit in der Komposition und Textierung eines „wirklich guten“ Liedes steckt.

## Das Demo

Wenn einer oder mehrere Songs fertig sind, wird ein Demo angefertigt. Dieses wird an Labels, *Musikverleger* und/oder *Produzenten* geschickt, in der Hoffnung, dass die Lieder gefallen. Diese Demos können selbst hergestellt oder professionell in Tonstudios arrangiert und produziert werden. Demo-Packages werden zu einem Preis von etwa CHF 4'000.- angeboten und umfassen Aufnahme, Mischung und Mastering sowie die Produktion von ca. 500 CDs. Fotos und eine kurze Beschreibung des Künstlers sowie der Hinweis auf die Musikrichtung sollten mit dem Demo mitgeschickt werden. In dieser Phase ist es wichtig, Personen mit guten Kontakten zur Musikbranche kennen zu lernen. Ein Produzent bzw. ein professioneller Musikmanager kann dabei sehr behilflich sein.

## b) Verträge mit Labels und Verlagen

Das Ziel eines Künstlers, der ein Demo an ein Label schickt, ist es, einen Vertrag für die Produktion seines Songs zu erhalten, damit dieser in den Handel kommt.

Die zentralen Funktionen eines Labels sind Pflege, Produktion und Vermarktung des lokalen *Repertoires* sowie die Vermarktung des internationalen Repertoires, das über Konzerngesellschaften oder andere Label-Partnerschaften zur Verfügung steht.

## Auf der Suche nach Talenten

In den Plattenfirmen verbringen die *A&R-Manager* („Artist&Repertoire“, zuständig für Künstler und Repertoire) neben Club- und Konzertbesuchen sowie Kontaktpflege mit anderen in der Kreativwirtschaft Tätigen (Produzenten, Musikverlagen, Managementagenturen, etc.) den Grossteil der Zeit damit, Demos zu sichten und anzuhören – immer auf der Suche nach neuen Musikstilen und Talenten. Sie geben Empfehlungen ab, welche Acts ihr Label unter Vertrag nehmen soll.

## Verhandlung und Abschluss von Verträgen

Entscheidet ein Verleger oder ein Label, einen Künstler oder eine Band unter Vertrag zu nehmen, dann ist es empfehlenswert, ein professionelles Beraterteam zu engagieren, das die Verhandlungen führt.

Das Beraterteam besteht in der Regel aus:

- einem persönlichen Manager, der bei wichtigen Karriereentscheidungen hilft – auch bei der Frage, zu welchem Label der Künstler gehen soll;
- einem Anwalt, der Vertragsabschlüsse regelt und juristisch berät;
- einem Finanzberater, der sich um die Geldangelegenheiten kümmert.

Die Künstler unterzeichnen einen Verlagsvertrag über Text und Komposition des Songs und einen Künstlervertrag oder Bandübernahmevertrag über die Produktion und Vermarktung der Aufnahme. Diese Verträge werden entweder mit zwei unterschiedlichen Firmen oder mit ein und derselben Firma geschlossen:

- Musikverlage vertreten die Urheberrechte an den Kompositionen und Texten des Künstlers oder der Band.
- Die Labels sind für die eigentlichen Musikaufnahmen und für deren Vermarktung zuständig.

Aus diesen Verträgen beziehen die Künstler ein Einkommen. In der Regel erhalten Künstler eine prozentuale Beteiligung (*Royalties*) an den Verkaufserlösen ihrer Songs und an sonstigen Erlösen, wie etwa aus Radio- und Fernseh-Lizenzen. Je nach vertraglichen Vereinbarungen können auch Vorschüsse an die Künstler bezahlt werden.

## Die Repertoire-Entwicklung in der Schweiz

In den letzten zehn Jahren haben immer mehr Schweizer Künstler den Sprung in die Single- und Album-Hitparade geschafft. In den letzten Jahren ist ein stetiger Anstieg heimischer Produktionen zu verzeichnen.

## c) Die Produktion der Musikaufnahme

Die A&R-Leute des Labels oder des Musikverlages bestimmen die Produktentwicklung im inhaltlichen Sinn (Musikrichtung, Styling, Fotos, Band oder Solokünstler, etc.). Sie suchen und beauftragen Songschreiber, geeignete Musiker, organisieren Aufnahmestudios und wählen den Produzenten aus, falls dies vertraglich vereinbart wurde. Nun muss das Demo für die Veröffentlichung aufbereitet werden.

### Zusammensetzung eines Produktionsteams

- **Produzent:** Er ist für die künstlerische und technische Qualität des Endproduktes verantwortlich. Unter seiner lenkenden Hand wird so lange an dem Song gefeilt, bis alle zufrieden sind.
- **Musiker:** Eine ganze Band oder Einzelmusiker, die mit Hilfe der Instrumente (z.B. Keyboards und heute oftmals Computer) samt Zubehör ganze Arrangements erstellen können, liefern den musikalischen Beitrag.
- **Vokalinterpret:** Er steuert den Gesangspart bei, der genauso zeitaufwendig sein kann wie die restlichen Aufnahmen zusammen.
- **Toningenieure, Tontechniker, Aufnahmetechniker:** Sie decken den gesamten technischen Bereich vom Musikcomputerprogrammierung über Mikrofonaufnahmen bis hin zum Abmischen und Mastering ab.

### Das Master

Ein Master ist die fertige Aufnahme des Songs. Vom Master werden alle weiteren Kopien angefertigt. Master Recordings sind Mehrspuraufnahmen. Bei diesem Verfahren werden Instrumente und Stimmen jeweils auf getrennten Spuren oder Kanälen aufgenommen: Das Schlagzeug auf einer Spur, die Gitarre auf der nächsten, die Stimme auf einer dritten usw.. Analoge Studios haben bis zu 48 Kanäle, digitale Studios unendlich viele.

Nach den Aufnahmen folgt das Abmischen. Der Tontechniker hat die Möglichkeit, einzelne Klänge zu bearbeiten und verschiedene Effekte hinzuzufügen.

Die Produktion im Tonstudio dauert üblicherweise ein bis zwei Monate. Nicht selten kann es ein Jahr dauern, bis ein ganzes Album vorliegt, da viele Personen aus den Labels und Verlagen, aber auch der Manager des Künstlers „ein Wörtchen mitreden“.

Das fertig abgemischte Mehrspur-Master wird auf ein Zweispur-Stereomaster reduziert, das als eigentliche Vorlage für den Vervielfältigungsprozess dient. Für DVDs werden eigene Master angefertigt, die zusätzlich einen Surround-Raumklang bieten. Zunehmend werden digitale Master verwendet, um „neue Formate“ von Dateien zu schaffen, die im Internet oder über mobile Netzwerke „gestreamt“ und zum Herunterladen angeboten werden können.

## d) Die Vermarktung

Das Plattenlabel bespricht verschiedene Möglichkeiten, wie Musik und Künstler präsentiert werden, um das potenzielle Publikum optimal zu erreichen. Zuständig für die Vermarktung sind der Produktmanager gemeinsam mit Mitarbeitern aus den Promotion und Marketing-Abteilungen der Labels. Zunächst muss man den Künstler bzw. das Produkt möglichst exakt im Markt platzieren und ein unverwechselbares Image entwickeln. Anschliessend wird ein Marketingplan erstellt, der sämtliche Termine, Massnahmen und Kosten für eine Veröffentlichung enthält. Verantwortlich für die Gestaltung des Produkts (Covergestaltung) und die Umsetzung des Marketingplans ist der Produktmanager. Er koordiniert interne Funktionen wie Marketing, Promotion, Presse und Vertrieb und kümmert sich um den Kontakt zu Verlag, Künstlermanagement, Tourmanagement usw..

Die Marketing-Mitarbeiter kümmern sich um Werbung, Musikvideos, Aufsteller in Läden, Promotionsartikel, Pressearbeit usw.. Sie sorgen für Presseinterviews, Videos, Auftritte in TV-Shows und persönliches Erscheinen in Plattenläden. Ein Musikvideo, das im TV gespielt wird, unterstützt die Vermarktung, ist aber gleichzeitig auch ein wichtiges Programmelement für Fernsehsender, vor allem für Musiksender.

Unter Promotion versteht man die spezielle Vertriebsarbeit der Labels bei Radio und Fernsehen. Aufgabe ist es, TV- und Radioredakteure zu kontaktieren, damit der Künstler im Fernsehen auftreten kann und seine Songs im Radio gespielt werden. Auftritte in Shows wie „Wetten dass ...“ und „Benissimo“ garantieren, dass ein grosses Publikum erreicht wird. Die Künstler haben auch die Möglichkeit, mit einem unabhängigen „Promoter“ zu arbeiten.

## Live-Auftritte

Live-Auftritte sind ein wichtiger Bestandteil der Promotion für den Künstler. Um den Absatz anzukurbeln, organisiert die Plattenfirma Auftritte eines neuen Acts vor ausgewählten Medien und Händlern. Für die Buchung und Organisation von Auftritten und Konzerten sind Musikagenturen und Tourveranstalter zuständig, mit denen der Künstler eigene Verträge abschliesst.

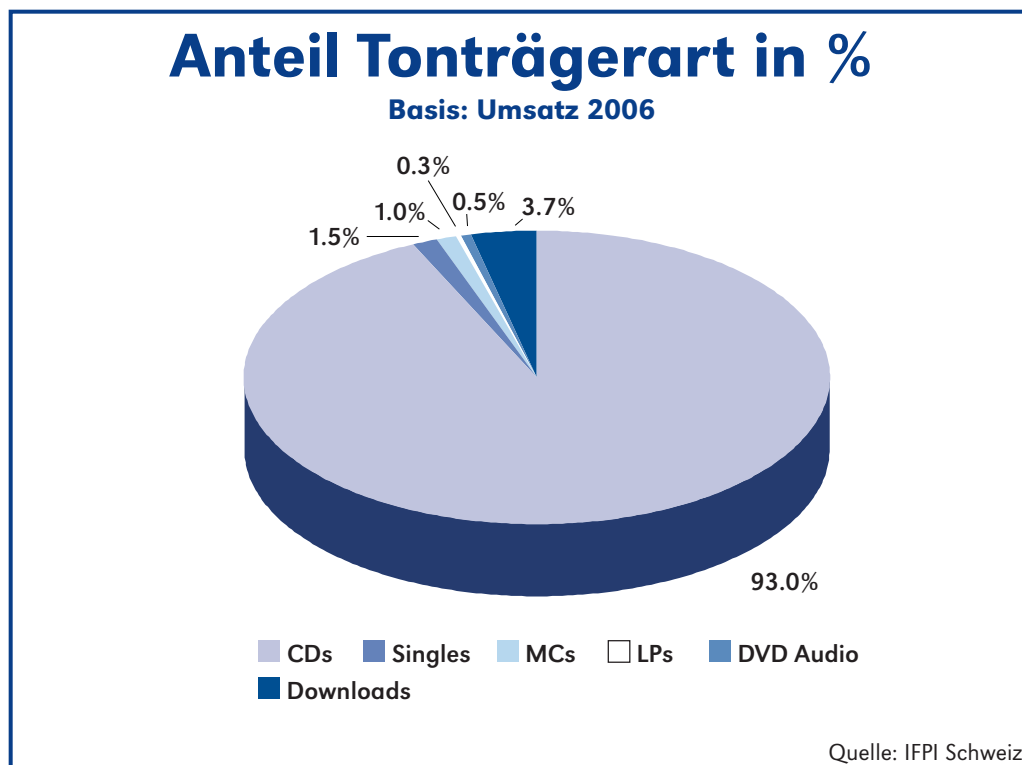
## e) Distribution und Verkauf

Die grossen internationalen Labels (Major-Labels) verfügen über ein eigenes Vertriebsnetz, vom Presswerk bis zur Auslieferung an den Tonträgerhandel. Der Vertrieb ist aufwendig und teuer, denn es müssen die Lager, die Transport- und Verbandsysteme, die Bestandsaufnahme und der Aussendienst unterhalten werden.

Viele kleinere Labels (Independent-Labels) arbeiten mit den grossen Plattenfirmen zusammen und nutzen deren Vertriebssysteme. Andere kleine Labels greifen auf unabhängige Vertriebsfirmen zurück. Diese sind durch ihre Flexibilität oft sehr gut für alle Arten spezieller Musik geeignet, da die Nischenmärkte für grosse Musikfirmen zu klein sind. Die unabhängigen Vertriebe verfügen meist über intensive Kontakte zu jenen Händlern, die auf Nischenrepertoires spezialisiert sind.

## Herstellung der Tonträger

Die physische Herstellung der Tonträger wird von den Labels in der Regel nicht selbst betrieben, sondern an die weltweit mehr als 200 CD-Fertigungswerke vergeben. Der am weitesten verbreitete Tonträger ist die CD. Die grossen Musikfirmen besitzen eigene CD-Presswerke.



Es gibt unterschiedliche Tonträgerarten, die vertrieben werden:

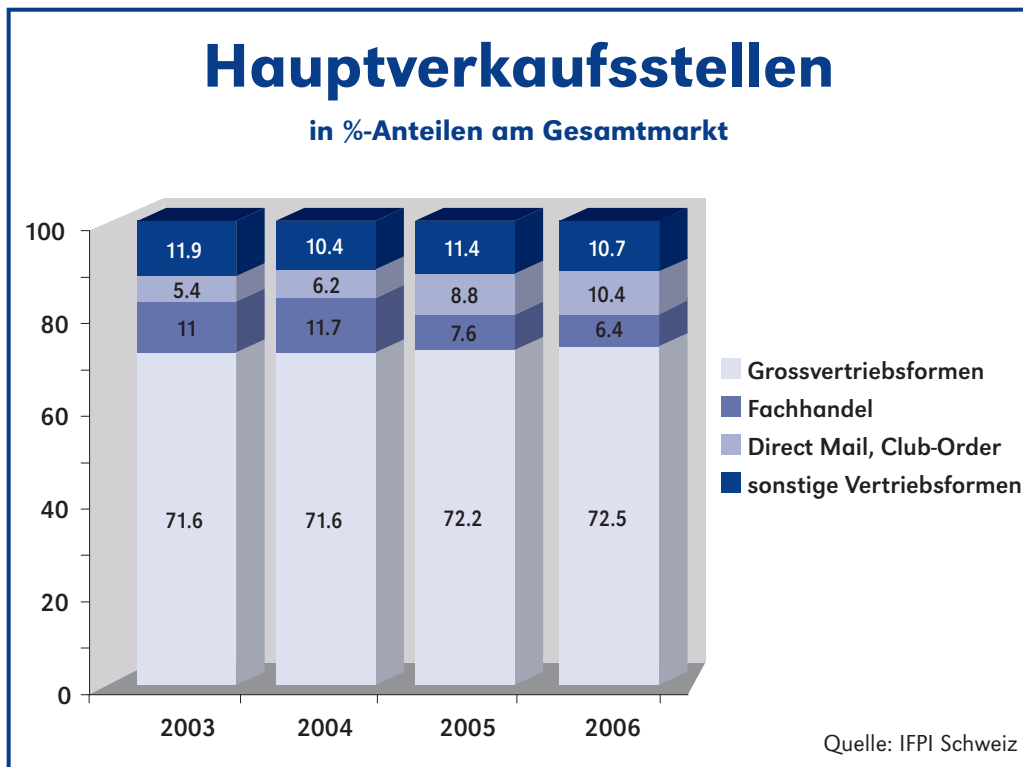
- Audio-CD: Die Massenvervielfältigung des Aufnahme-Masters erfolgt in CD-Presswerken.
- MC: Die analoge Musikkassette trägt ebenso wie die Vinyl-LP kaum mehr zum Gesamtmarkt in der Schweiz bei.
- Vinyl: Die Vinyl-LP konnte sich in einem Nischenmarkt (DJs, Dance-Repertoire) festigen.
- DVD: Die Musik-DVD hat seit Beginn des Jahrhunderts stark an Bedeutung gewonnen.
- Online- und Mobile-Musik: Für Downloads und Streams werden Tracks in komprimierte Formate für die Übertragung im Internet und über mobile Netzwerke verschlüsselt. Teilweise werden dafür eigene Versionen hergestellt (z.B. Klingeltöne für Mobiltelefone).

## Der Vertrieb

Die Aufgabe des Vertriebs ist es, die Präsenz des Produktes im Handel landesweit zu garantieren. Zusätzlich werden die Händler durch Vertriebsaussendienst und Telefonvertrieb regelmässig betreut. Neu dazugekommen ist der digitale Vertrieb von Musik über Online-Musikshops (Downloads) und Streaming-Angebote im Internet sowie über verschiedene mobile Angebote (von Klingeltönen bis zum vollen Titel-Download auf das Handy).

Es gibt unterschiedliche Vertriebsmöglichkeiten für physische Tonträger:

- über Grossbetriebsformen: das sind Megastores, Filialbetriebe und Elektromärkte; ihr Marktanteil lag 2006 bei 72.5%;
- über den Facheinzelhandel; der Marktanteil lag 2006 bei 6.4%;
- über Direct Mails und Club-Order ; der Marktanteil lag 2006 bei 10.4%;
- über sonstige Vertriebswege; der Marktanteil betrug im Jahr 2006 rund 10.7%;



## Der Verkaufserfolg

### „Gold“ und „Platin“

Besonders hohe Verkaufserfolge werden mit der Verleihung von „Gold-“ und „Platin-“ Auszeichnungen gewürdigt. Die dafür erforderlichen Stückzahlen werden in den Ländern aufgrund der verschiedenen Grösse der Märkte unterschiedlich eingestuft.

Zum Vergleich „Gold“ und „Platin“ für verkaufte Singles oder Alben:

- Schweiz: „Gold“ für mehr als 15.000 und „Platin“ für mehr als 30.000 verkaufte Singles oder Alben.
- Deutschland: „Gold“ für 150.000 verkaufte Singles und 100.000 verkaufte Alben, „Platin“ für 300.000 verkaufte Singles und 200.000 Alben.
- USA: „Gold“ ab 500.000 und „Platin“ ab 1 Million Singles oder Alben.

### Die Hitparade

Die Schweizer Hitparade wird ermittelt durch Media Control AG im Auftrag von Schweizer Radio DRS und IFPI Schweiz. Die Hitparade wird in den Kategorien Singles, Alben, Compilations und Downloads erstellt. In der offiziellen Hitparade spiegelt sich das schweizerische Konsumverhalten wider.

### ***Return on Investment***

Es gilt eine Faustregel für eine erfolgreiche CD-Produktion einer Plattenfirma:

- 5% feiern als Hits Verkaufserfolge
- 15% sind kostendeckend
- 80% sind ein Flop

### **Quellen:**

- [www.pro-music.at](http://www.pro-music.at): Wie ein Album entsteht – vom Demo zum fertigen Produkt. 25. Mai 2005.
- Moser/Scheuermann (Hrsg.): Handbuch der Musikwirtschaft. Josef Keller Verlag, München 2003.
- Passman/Herrman: Alles, was Sie über das Musikbusiness wissen müssen. Schaffer/Poeschel Verlag, Stuttgart 2004.
- Stoll (Hrsg.): Musik & Bildung Spezial: Wert der Kreativität. Schott Musik InternationalVerlag, Mainz 2004.

# Arbeitsblätter

Arbeitsblatt 1 als Kopiervorlage

## Eine CD entsteht

### Arbeitsaufgabe in Form einer Einzelarbeit

- Die Geburtsstunde einer Musikaufnahme: Bringe die einzelnen Abläufe durch Nummerierung in die richtige Reihenfolge.
- Das Label sorgt für die Vermarktung der CD und unternimmt Promotion- und Marketing-Massnahmen, um das potentielle Publikum zu erreichen.
- Ein Künstler unterschreibt einen „Künstlervertrag“ mit einem Label.
- Über verschiedene Vertriebsnetze kommen die Tonträger zum Konsumenten.
- Der Künstler nimmt an mehreren Tagen seine Songs im Tonstudio auf.
- Das Label organisiert die Produktion der Musikaufnahmen im Tonstudio.
- Das Label lässt von der Master-Aufnahme Tonträger (CDs, DVDs, Vinyl, MCs) herstellen und organisiert den Vertrieb.

Arbeitsblatt 2

## **Idee, Komposition und Text**

### **Arbeitsaufgabe in Form einer Gruppenarbeit**

Schüler erarbeiten kreativ einen eigenen Song.

Vorgegeben wird ein den Schülern vertrautes bzw. bekanntes Lied (vorzugsweise Popmusik).

Jede Gruppe soll sich einen Text zu der Melodie überlegen, am besten schon in Versform. Die Texte werden verglichen und zusammengeführt und daraus wird ein gemeinsamer Songtext entwickelt.

Zum Abschluss wird das Lied gemeinsam präsentiert.

Arbeitsblatt 3

## **Der „Künstlervertrag“**

### **Arbeitsaufgabe in Form eines Rollenspiels**

Die Schüler haben bereits im Vorfeld (Kapitel 6) über rechtliche Grundlagen im Musikgeschäft Informationen erhalten.

Nun sollen sie in Vierergruppen ein Rollenspiel entwerfen, in welchem zwischen Künstler und Label ein „Künstlervertrag“ ausgehandelt wird.

1. Schüler: Persönlicher Manager eines Künstlers, der bei wichtigen Karriereentscheidungen hilft – auch bei der Frage, zu welchem Label der Künstler gehen soll.
2. Schüler: Ein Anwalt, der Vertragsabschlüsse regelt und juristisch berät.
3. Schüler: Ein Finanzberater, der sich um die Geldangelegenheiten kümmert.
4. Schüler: Chef einer Musikfirma (Label), der daran interessiert ist, möglichst günstige Produktionskosten mit einem guten Ertrag für seine Firma auszuhandeln.

Arbeitsblatt 4

## Die Repertoire-Entwicklung in der Schweiz

### Arbeitsaufgabe als Einzel- oder Partnerarbeit

Schüler vergleichen die Grafiken mit der aktuellen Hitparade und denen der 90er-Jahre in Hinsicht auf den Anteil schweizerischer Produktionen.

Eventuell kann der Lehrer beim Erkennen Schweizer Titel behilflich sein (siehe Lösung).

	Schweiz	andere
2005		
1995		

Auswertung:

In der Schweiz werden heute \_\_\_\_\_ mehr heimische Songs produziert als noch vor 10 -15 Jahren.

Der Anteil an schweizerischen Liedern beträgt 2005 etwa \_\_\_\_\_%, damals \_\_\_\_\_ %.

Grafik 1 zu Arbeitsblatt 4

**JAHRESHITPARADE 1995**

<u>Platz</u>	<u>Interpret</u>	<u>Titel</u>
1	The Kelly Family	Over The Hump
2	Céline Dion	D'eux
3	The Cranberries	No Need To Argue
4	Vangelis	1492 - Conquest Of Paradise
5	Green Day	Dookie
6	Offspring	Smash
7	Rednex	Sex & Violins
8	Michael Jackson	HIStory - Past, Present And Future, Book I
9	Nirvana	Unplugged In New York
10	Céline Dion	The Colour Of My Love
11	Bon Jovi	Cross Road -The Best Of
12	Elton John	Made In England
13	Zucchero	Spirito di vino
14	Pink Floyd	P.U.L.S.E.
15	Sheryl Crow	Tuesday Night Music Club
16	Take That	Nobody Else
17	Die Schlümpfe	Tekkno ist cool - Vol. 1
18	Bruce Springsteen	Greatest Hits Vol. 1
19	Soundtrack	The Lion King
20	Bon Jovi	These Days
21	Schweizer Bands	Ohrewürm - Neue Kinderlieder
22	Simple Minds	Good News From The Next World
23	H-Blockx	Time To Move
24	La Bouche	Sweet Dreams
25	Pur	Abenteuerland
26	Annie Lennox	Medusa
27	East 17	Steam
28	Scatman John	Scatman's World
29	Madonna	Bedtime Stories
30	Die Doofen	Lieder, die die Welt nicht braucht
31	Die Fantastischen Vier	Lauschgift
32	Van Halen	Balance
33	Red Hot Chili Peppers	One Hot Minute
34	Mariah Carey	Daydream
35	Krokus	To Rock Or Not To Be
36	Clawfinger	Use Your Brain
37	AC/DC	Ball Breaker
38	Alliance Ethnik	Simple et funky
39	Natacha	Stärntaler
40	Mark 'Oh	Never Stop That Feeling
41	Sina	Wiiblich
42	Marla Glen	Love And Respect
43	Simply Red	Life
44	Sting	Fields Of Gold
45	Adiemus	Songs Of Sanctuary
46	883	La donna, il sogno & il grande incubo
47	Marco Masini	Il cielo della vergine
48	Faith No More	King For A Day, Fool For A Lifetime
49	TLC	CrazySexyCool
50	Björk	Post

Grafik 2 zu Arbeitsblatt 4

**JAHRESHITPARADE 2005**

<u>Platz</u>	<u>Interpret</u>	<u>Titel</u>
1	Robbie Williams	Intensive Care
2	Coldplay	X & Y
3	Green Day	American Idiot
4	Gotthard	Lipservice
5	Robbie Williams	Greatest Hits
6	James Blunt	Back To Bedlam
7	Eros Ramazzotti	Calma apparente
8	Shakira	Fijación oral - Vol. 1
9	Madonna	Confessions On A Dance Floor
10	Juli	Es ist Juli
11	50 Cent	The Massacre
12	U2	How To Dismantle An Atomic Bomb
13	Laura Pausino	Resta in ascolto
14	Black Eyed Peas	Monkey Business
15	Söhne Mannheims	Noiz
16	DJ Bobo	Pirates Of Dance
17	Jack Johnson	In Between Dreams
18	Il Divo	Il Divo
19	Bon Jovi	Have A Nice Day
20	Jay-Z / Linkin Park	Collision Course
21	Michael Bublé	It's Time
22	Lovebugs	Naked
23	Patent Ochsner	Liebi, Tod & Tüüfu
24	Soundtrack / Ray Charles	Ray
25	Seal	Best 1991-2004
26	Rammstein	Rosenrot
27	Raphaël	Caravane
28	Moby	Hotel
29	Juanes	Mi sangre
30	Depeche Mode	Playing The Angel
31	Gorillaz	Demon Days
32	Nena	Willst du mit mir gehn
33	Gwen Stefani	Love, Angel, Music, Baby
34	Florian Ast	Astrein
35	Vanilla Ninja	Blue Tattoo
36	Jamiroquai	Dynamite
37	Nek	Una parte di me
38	Stress	"25.07.03"
39	Sarah Connor	Naughty But Nice
40	Backstreet Boys	Never Gone
41	Aventura	God's Project
42	Eminem	Encore
43	Tina Turner	All The Best
44	Rolling Stones	A Bigger Bang
45	DJ Antoine	The Black Album
46	System Of A Down	Mezmerize
47	DJ Antoine	Live In Dubai
48	Nickelback	All The Right Reasons
49	Blue	Best Of Blue
50	Christina Stürmer	Schwarz Weiss

Grafik 1 zu Arbeitsblatt 4 - LÖSUNG

**JAHRESHITPARADE 1995**

<u>Platz</u>	<u>Interpret</u>	<u>Titel</u>
1	The Kelly Family	Over The Hump
2	Céline Dion	D'eux
3	The Cranberries	No Need To Argue
4	Vangelis	1492 - Conquest Of Paradise
5	Green Day	Dookie
6	Offspring	Smash
7	Rednex	Sex & Violins
8	Michael Jackson	HIStory - Past, Present And Future, Book I
9	Nirvana	Unplugged In New York
10	Céline Dion	The Colour Of My Love
11	Bon Jovi	Cross Road -The Best Of
12	Elton John	Made In England
13	Zucchero	Spirito di vino
14	Pink Floyd	P.U.L.S.E.
15	Sheryl Crow	Tuesday Night Music Club
16	Take That	Nobody Else
17	Die Schlümpfe	Tekkno ist cool - Vol. 1
18	Bruce Springsteen	Greatest Hits Vol. 1
19	Soundtrack	The Lion King
20	Bon Jovi	These Days
<b>21</b>	<b>Schweizer Bands</b>	<b>Ohrewürm - Neue Kinderlieder</b>
22	Simple Minds	Good News From The Next World
23	H-Blockx	Time To Move
24	La Bouche	Sweet Dreams
25	Pur	Abenteuerland
26	Annie Lennox	Medusa
27	East 17	Steam
28	Scatman John	Scatman's World
29	Madonna	Bedtime Stories
30	Die Doofen	Lieder, die die Welt nicht braucht
31	Die Fantastischen Vier	Lauschgift
32	Van Halen	Balance
33	Red Hot Chili Peppers	One Hot Minute
34	Mariah Carey	Daydream
<b>35</b>	<b>Krokus</b>	<b>To Rock Or Not To Be</b>
36	Clawfinger	Use Your Brain
37	AC/DC	Ball Breaker
38	Alliance Ethnik	Simple et funky
<b>39</b>	<b>Natacha</b>	<b>Stärntaler</b>
40	Mark 'Oh	Never Stop That Feeling
<b>41</b>	<b>Sina</b>	<b>Wiiblich</b>
42	Marla Glen	Love And Respect
43	Simply Red	Life
44	Sting	Fields Of Gold
45	Adiemus	Songs Of Sanctuary
46	883	La donna, il sogno & il grande incubo
47	Marco Masini	Il cielo della vergine
48	Faith No More	King For A Day, Fool For A Lifetime
49	TLC	CrazySexyCool
50	Björk	Post

Grafik 2 zu Arbeitsblatt 4 - LÖSUNG

**JAHRESHITPARADE 2005**

<u>Platz</u>	<u>Interpret</u>	<u>Titel</u>
1	Robbie Williams	Intensive Care
2	Coldplay	X & Y
3	Green Day	American Idiot
<b>4</b>	<b>Gotthard</b>	<b>Lipservice</b>
5	Robbie Williams	Greatest Hits
6	James Blunt	Back To Bedlam
7	Eros Ramazzotti	Calma apparente
8	Shakira	Fijación oral - Vol. 1
9	Madonna	Confessions On A Dance Floor
10	Juli	Es ist Juli
11	50 Cent	The Massacre
12	U2	How To Dismantle An Atomic Bomb
13	Laura Pausino	Resta in ascolto
14	Black Eyed Peas	Monkey Business
15	Söhne Mannheims	Noiz
<b>16</b>	<b>DJ Bobo</b>	<b>Pirates Of Dance</b>
17	Jack Johnson	In Between Dreams
18	Il Divo	Il Divo
19	Bon Jovi	Have A Nice Day
20	Jay-Z / Linkin Park	Collision Course
21	Michael Bublé	It's Time
<b>22</b>	<b>Lovebugs</b>	<b>Naked</b>
<b>23</b>	<b>Patent Ochsner</b>	<b>Liebi, Tod &amp; Tüüfu</b>
24	Soundtrack / Ray Charles	Ray
25	Seal	Best 1991-2004
26	Rammstein	Rosenrot
27	Raphaël	Caravane
28	Moby	Hotel
29	Juanes	Mi sangre
30	Depeche Mode	Playing The Angel
31	Gorillaz	Demon Days
32	Nena	Willst du mit mir gehn
33	Gwen Stefani	Love, Angel, Music, Baby
<b>34</b>	<b>Florian Ast</b>	<b>Astrein</b>
35	Vanilla Ninja	Blue Tattoo
36	Jamiroquai	Dynamite
37	Nek	Una parte di me
<b>38</b>	<b>Stress</b>	<b>„25.07.03“</b>
39	Sarah Connor	Naughty But Nice
40	Backstreet Boys	Never Gone
41	Aventura	God's Project
42	Eminem	Encore
43	Tina Turner	All The Best
44	Rolling Stones	A Bigger Bang
<b>45</b>	<b>DJ Antoine</b>	<b>The Black Album</b>
46	System Of A Down	Mezmerize
<b>47</b>	<b>DJ Antoine</b>	<b>Live In Dubai</b>
48	Nickelback	All The Right Reasons
49	Blue	Best Of Blue
50	Christina Stürmer	Schwarz Weiss

Arbeitsblatt 5

## Die Vermarktung

### Arbeitsaufgabe in Form eines Dialoges oder einer grafischen Arbeit

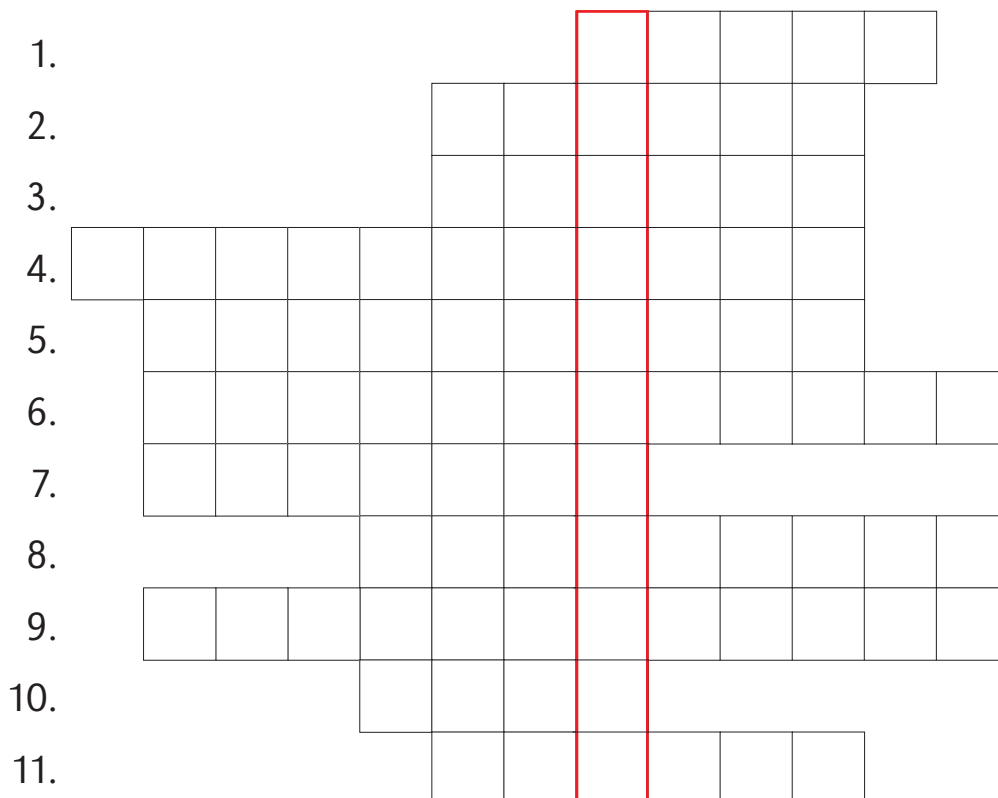
1. Schüler gestalten in Kleingruppen einen Werbespot für die neue CD eines Popstars. Dieser sollte möglichst eine jugendliche Zielgruppe ansprechen. Anschliessend werden alle Spots vorgeführt und von der Klasse bewertet.
2. Schüler gestalten Werbeplakate für eine neue CD (plus ein CD-Cover, das auf dem Plakat zu sehen ist) in Form einer Zeichnung oder einer Collage.

## Arbeitsblatt 6

**RÄTSEL****Arbeitsaufgabe als Einzelarbeit**

Schüler überprüfen das Gelernte in Form eines Rätsels.

1. Die künstlerisch gestaltete Hülle einer CD nennt man ... .
2. Ab 40.000 verkaufter Alben erhält der Künstler in der Schweiz eine Platte aus ... .
3. Die fertige Aufnahme eines Songs, von der die Kopien angefertigt werden, nennt man ... .
4. Die Marketing- und Promotion-Mitarbeiter eines Labels sind zuständig für die ... .
5. Englische Bezeichnung für jemanden, der Lieder schreibt.
6. Früher hat man diesen Begriff für „Label“ verwendet.
7. Nr. 6 nimmt Künstler unter ... .
8. Dort werden in stundenlanger Arbeit Aufnahmen produziert.
9. Dieser Mann sorgt dafür, dass im Studio technisch alles gut abläuft.
10. Bewerben kann sich ein Künstler bei einem Label oder Verlag mit einem ... .
11. Dieser Mann sollte bei wichtigen Vertragsverhandlungen dabei sein.

**Lösung:**

Das TV-Format, um Sänger berühmt zu machen, ist die ... .

## Arbeitsblatt 6 - LÖSUNG

**RÄTSEL**

Schüler überprüfen das Gelernte in Form eines Rätsels.

1. Die künstlerisch gestaltete Hülle einer CD nennt man ... .
2. Ab 40.000 verkaufter Alben erhält der Künstler in der Schweiz eine Platte aus ... .
3. Die fertige Aufnahme eines Songs, von der die Kopien angefertigt werden, nennt man ... .
4. Die Marketing- und Promotion-Mitarbeiter eines Labels sind zuständig für die ... .
5. Englische Bezeichnung für jemanden, der Lieder schreibt.
6. Früher hat man diesen Begriff für „Label“ verwendet.
7. Nr. 6 nimmt Künstler unter ... .
8. Dort werden in stundenlanger Arbeit Aufnahmen produziert.
9. Dieser Mann sorgt dafür, dass im Studio technisch alles gut abläuft.
10. Bewerben kann sich ein Künstler bei einem Label oder Verlag mit einem ... .
11. Dieser Mann sollte bei wichtigen Vertragsverhandlungen dabei sein.

1.							C	O	V	E	R		
2.				P	L	A	T	I	N				
3.				M	A	S	T	E	R				
4.	V	E	R	M	A	R	K	T	U	N	G		
5.		S	O	N	G	W	R	I	T	E	R		
6.		P	L	A	T	T	E	N	F	I	R	M	A
7.		V	E	R	T	R	A	G					
8.				T	O	N	S	T	U	D	I	O	
9.	T	O	N	T	E	C	H	N	I	K	E	R	
10.				D	E	M	O						
11.				A	N	W	A	L	T				

**Lösung:**

Das TV-Format, um Sänger berühmt zu machen, ist die

**CASTINGSHOW**