

JAZZSTUDIE 06'

Trotz steigender Angebotsvielfalt finden nicht alle Jazzliebhaber und -liebhaberinnen zu ihrem Glück... warum?

Im vergangenen Jahr wurden an den Jazzfestivals Willisau und Onze+ 554 Jazzliebhaberinnen und Jazzliebhaber zu Themen rund um den Jazz befragt. Behandelt wurden die Wahrnehmung von Jazz, persönliche Vorlieben bezüglich Jazzmusiker und Jazzbands, Stilrichtungen, Hörgewohnheiten und vieles mehr.

Gemischte Gefühle Jazz gegenüber

Ein erstes spannendes Ergebnis bezieht sich auf die Wahrnehmung des heutigen Jazz¹. 80% der befragten Festivalbesucher zieht Jazz wegen seiner Gefühlsfülle, Innovations- und Befreiungskraft an. Doch darf dieses positive Bild nicht darüber hinwegtäuschen, dass ein beachtlicher Teil der Jazzliebhaber, darunter auch Jazzkenner, Jazz als zu elitär und zu intellektuell beurteilen. Eine Kritik, die möglicherweise mit der immer akademischeren Ausbildung von Jazzmusikern zu tun hat, die tendenziell technische Fertigkeiten und Perfektion mehr fördert als Originalität und Einzigartigkeit. Dass Jazz in dieser „explosiven“ Mischung 40% der Befragten Zugangsschwierigkeiten beschert, überrascht wenig!

Bei dieser gemischten Wahrnehmung von Jazz ist nun aber folgendes Resultat besonders überraschend. Bei der Frage nämlich nach den drei beliebtesten Jazzmusikern und Jazzbands

sind wir auf eine große Überraschung gestoßen. Denn wer hätte gedacht, dass die 554 befragten Festivalbesucher insgesamt mehr als 400 verschiedene Musiker und Bands erwähnt haben! Ein schlicht beeindruckender Ausdruck einer ganz außergewöhnlichen Vielfalt an Vorlieben, die mit großer Wahrscheinlichkeit jene vieler, wenn nicht die aller anderen Musikrichtungen übertrifft. So haben insgesamt nur 19 Musiker mindestens zehn Stimmen erhalten, wobei die ersten fünf Plätze von Miles Davis (22%), John Coltrane (14%), Charlie Mingus (5%), Thelonious Monk (4%) und Charlie Parker (3%) besetzt wurden.

Zugangsschwierigkeiten

Bezüglich des Kaufverhaltens fällt auf, dass wenn auch etwas vereinfacht ausgedrückt, sehr „jazzophile“ Liebhaber grundsätzlich bedeutend häufiger und mehr CDs kaufen als Personen mit einem weniger starken Bezug zu Jazz. Unter diesen kaufintensiveren Gruppen sind hauptsächlich Jazzkenner, sowie Männer und über 54-Jährige. Weniger kauffreudig sind dagegen Frauen und Jazzneulinge sowie in geringerem Ausmaß junge Jazzliebhaber. Wir werden im Folgenden noch sehen, womit das zu tun hat.

Was sind denn nun die konkreten Kaufhürden der befragten Jazzliebhaber? Beispielsweise geben insgesamt 70% der Befragten an, dass es bedauernd sei, dass immer weniger auf Jazz spezialisierte Musikläden existieren, wobei grenzenlose Jazzliebhaber (84%) dies am häufigsten bedauern. Die selten gewordene, professionelle Musikberatung ist eine weitere potentielle Kaufhürde, denn knapp die Hälfte aller Befragten bemängelt dies. Nur etwas weniger Festivalbesucher geben an, Mühe zu haben, gewisse Jazz-CDs zu finden. So erstaunt es auch kaum, dass mehr als ein

¹ Dieser Frageblock wurde nur am Jazzonze+ Festival eingesetzt.

Fünftel der Festivalbesucher das Internet als Suchhilfe nutzt und anschließend die CDs im Musikgeschäft kauft.

Desorientierung im breiten Angebot

Weitere Fragen haben eine gewisse Desorientierung im aktuellen Jazzangebot hervorgebracht, denn rund ein Drittel der Jazzliebhaber geben an, Mühe zu haben eine Jazz-CD zu kaufen, weil die große Auswahl an Musik sie schlicht überfordert. Offen steht, inwiefern dieses Problem auf eine schlechte Beratung oder aber fehlende Originalität des aktuellen Angebots zurückzuführen ist. Zu guter letzt wünscht sich ein Drittel der Festivalbesucher Hilfsmittel, um Jazz besser verstehen und kennen zu lernen. Besonders häufig bekunden diesen Wunsch Jazzneulinge (57%), Frauen (40% vs. 27% Männer) sowie junge Personen zwischen 16 und 29 Jahren (43%).

Fragen nach weiteren Maßnahmen zur Verbesserung der aktuellen Situation haben gezeigt, dass knapp 40% der Befragten mehr Jazz-CDs kaufen würde, wäre das Musikangebot des Jazzvertriebs Plainisphere auf Internet abrufbar. Knapp 30% hat zudem angegeben, dass sie mehr CDs kaufen würden, wäre es einfacher, gewisse Alben zu finden. Rund ein Viertel ist der Meinung, sie würden mehr Jazz kaufen, wäre das Verkaufspersonal kompetenter.

Wir halten somit fest, dass Jazz ein gewisses Vermittlungsproblem hat. Wichtig wäre auch zu überprüfen, inwiefern das aktuelle Angebot die Bedürfnisse und Interessen der Jazzliebhaber abdeckt und wie sich erklären lässt, dass trotz quantitativem Zuwachs von Jazzneuheiten das Kaufinteresse sinkt.

Die Rolle vom Internet

Ein weiterer Fragenblock hat sich rund um das **Internet** gedreht. Ein möglicherweise lange unterschätzter, alternativer Verkaufskanal, der es ermöglicht, auch in Zeiten von Discountern und weniger qualifiziertem Verkaufspersonal Jazzliebhaber mit qualitativ hoch stehender Jazzmusik zu beglücken. 40% aller Befragten haben schon Jazz übers Internet gekauft. Besonders häufig sind dies Jazzkenner (53%) und Männer (49%). Frauen (23%) und Personen über 55 Jahre (26%) haben dies bedeutend seltener getan. Ein weiterer Punkt, der ebenfalls die Relevanz des Internet hervorhebt, sind die 30 Prozent aller Befragten die angeben, in Zukunft noch mehr Jazz übers Internet zu kaufen. Dieses Ergebnis ist umso brisanter, als dass dies überdurchschnittlich häufig kauffreudigere Personen angeben. Die Hauptgründe der Internetnutzung sind die Findbarkeit von Jazzmusik (40%), die angenehme Nutzung (32%) sowie bessere Preise (27%). Die Bequemlichkeit des Internets schätzen besonders die arbeitsabsorbieren 30- bis 44-Jährigen. Die grenzenlosen und jungen Jazzliebhaber unterstreichen dagegen oft die günstigeren Preise (je ca. 40%).

All diese Resultate machen unerbittlich deutlich, dass das Internet nicht zu unterschätzende Vorteile bietet und für viele schon lange eine echte Alternative zum herkömmlichen Einkauf von Jazz geworden ist.

Jazzsozialisation

In einem letzten Teil der Studie wurde untersucht, wie die Jazzliebhaber und -liebhaberinnen in die Welt des Jazz' initiiert wurden. Freunde und eigene Neugier konnten als die beiden zentralen Triebfedern hinsichtlich der Jazzinitiation ausgemacht

werden. Familienmitglieder, verwandte und bereits gehörte Musikrichtungen sowie Radio und Medien wurden bedeutend weniger genannt. Spannend ist zudem, dass Frauen viel häufiger als Männer durch ihren Partner eingeführt wurden (24% vs. 3%). Musikschulen leisten zu guter letzt einen sehr geringen Beitrag zur Jazzsozialisation, denn nur 5% nennt diese Initiationsform.

Als weitere Musikrichtungen wurden am häufigsten Pop/Rock, Klassik und Weltmusik angegeben. Eindeutig ist, dass je „jazzophiler“ die Befragten, umso größer die Wahrscheinlichkeit, auch regelmäßig klassische Musik zu hören. Es ist klar, dass in diesem Zusammenhang der Generationeneffekt eine wichtige Rolle spielt.

Vielfalt vs. Rentabilität

Jazz ist ein einzigartiges Phänomen in der Musikwelt. Kaum eine andere Musikrichtung zeichnet sich durch eine so große Vielfalt an persönlichen Präferenzen und Vorlieben aus. Auch Qualitäten wie Gefühlswille, Innovations- und Befreiungskraft tragen viel zur Einzigartigkeit von Jazz bei. Die Tatsache aber, dass es einerseits immer mehr Jazzneuheiten gibt und andererseits das Kaufinteresse zurückgeht, stimmt nachdenklich. Eine Frage der unbedingt nachgegangen werden muss. Denn es ist nicht übertrieben davon auszugehen dass, wenn nicht bald innovative Lösungen für den Jazzverkauf gefunden werden, die Angebotsvielfalt nicht mehr weiterbestehen kann. Denn Markt dominierende Musikvertriebe und Discounter interessieren sich in erster Linie für Umsatz und nicht für Diversität.

Das breite Jazz-Angebot im Internet publiziert, mit dem Hinweis auf die Bezugsquellen,

könnte eine Möglichkeit sein, die Diversität der Jazzmusik besser verfügbar zu machen und beizutragen, dass die Vielfalt am Leben bleibt.

Die umfassende Kulturpromotionsstudie kann unter folgenden Internetadressen heruntergeladen werden:

<http://www.sms-online.org/jazzstudie06.html>

<http://www.erasm.ch/f/publications.php>

Autor

Robert H. Wegener
Institut érasme SA
Rue de la Gabelle 6
CH-1227 Carouge

Tel.: +41 22 304 44 24
robert.wegener@erasm.ch
www.erasm.ch

Die Jazzläden sind noch nicht ausgestorben

Reaktion auf die Jazzstudie 06' von Rolf Knüsel, Geschäftsführer vom Jazzvertrieb Plainisphere

Als Reaktion auf diese Resultate hat sich der Jazzvertrieb Plainisphere entschlossen eine Liste mit sorgfältig ausgewählter Musik für Jazzliebhaber und Jazzliebhaberinnen einzurichten, die schon lange von einem kleinen aber feinen Jazz-Repertoire träumen, das unvergängliche Freude bereitet sowie die Türen zu weiteren Jazzabenteuern öffnet.

Da sich Plainisphere immer schon für spezialisierte Musikgeschäfte und persönliche Musikberatung eingesetzt hat, werden Sie bei dem Jazzvertrieb auch gerne bezüglich kompetenter Musikläden in Ihrer Nähe beraten.

Das Plainisphere Team
TEL.: +41 (0)22 364 32 90
E-MAIL: info@plainisphere.ch