LEUPHANA
UNIVERSITÄT LÜNEBURG

# Die ganze Welt der Musik? Kuratierte Playlists als Zugang zu Musik bei Streamingdiensten.

The Whole World of Music? Accessing Music via Curated Playlists on Streaming Services.

Freie wissenschaftliche Arbeit zur Erlangung des akademischen Grades
Master of Arts (M.A.)

vorgelegt von

Matthias Lund

im Studiengang M.A. Kulturwissenschaften – Culture, Arts and Media

Erstprüfer: Prof. Dr. Rolf Großmann
Zweitprüfer: Malte Pelleter, M.A.

Kontakt:
matthiaslund@msn.com

Lüneburg, den 10. Januar 2019

# Inhaltsverzeichnis


**1 Intro** ..... **1**

1.1 Fragestellungen und Gliederung 3

1.2 Einordnung in den Forschungsstand 4

1.3 Methodisches Vorgehen 5

**2 Musik und Medien** ..... **7**

2.1 MusikMedienUmbrüche 7

2.2 Streaming – Music as a Service 10

2.3 Long Tail / Filter 13

**3 Musik und Kuratieren** ..... **17**

3.1 Playlists 17

*3.1.1 Entwicklung 17*

*3.1.2 Playlists bei Musikstreamingdiensten 19*

3.2 Kuratieren 22

3.3 Dimensionen kuratierter Musik 23

*3.3.1 Genres 24*

*3.3.2 Musikgeschichte und Kanon(ab)bildung 27*

*3.3.3 Charts und kommerzieller Erfolg 29*

*3.3.4 Künstler*innen 30*

*3.3.5 Funktionen: Mood Management, Anlässe und Aktivitäten 30*

*3.3.6 Repräsentation / Politik 32*

*3.3.7 Ausschlusskriterien 34*

**4 Methodik**. ..... **36**

4.1 Kriterien der Datenauswahl 36

4.2 Datenverarbeitung 38

**5 Empirie: Kuratierte Playlists** ..... 39

5.1 Das kuratierte Angebot ‚Genres und Stimmungen' 39

*5.1.1 Struktur* *39*

*5.1.2 Länderversionen* *40*

*5.1.3 Gestaltung* *44*

5.2 Genres und Stilmerkmale 45

*5.2.1 Subgenres* *46*

*5.2.2 Genre-Playlists* *48*

*5.2.3 Genre-Pools* *49*

*5.2.4 Musikalische Merkmale* *52*

5.3 Musikgeschichte 55

5.4 Popularität 59

*5.4.1 Aktuelle Musik und Charts* *59*

*5.4.2 Neue Musik* *59*

5.5 Künstler*innen 61

5.6 Stimmungen, Aktivitäten und Anlässe 62

*5.6.1 Zeit und Raum* *62*

*5.6.2 Aktivitäten und Anlässe* *63*

*5.6.3 Stimmungen* *65*

5.7 Repräsentation / Politik 67

*5.7.1 Gender* *67*

*5.7.2 Politik* *68*

*5.7.3 Geographie* *69*

5.8 Kuratieren 70

**6 „Die ganze Welt der Musik?“ – Diskussion und Zusammenfassung ..... 72**

**7 Outro ..... 79**

**Literaturverzeichnis 80**

**Quellenverzeichnis 85**

**Eidesstattliche Erklärung**

# Tabellenverzeichnis


**Tab. 1** Container im Datensatzvergleich ..... **41**

**Tab. 2** Subgenres Rock ..... **46**

**Tab. 3** Subgenres Pop ..... **47**

**Tab. 4** Subgenres Jazz ..... **47**

**Tab. 5** Titel des Genre-Pools Deutschrap ..... **49**

**Tab. 6** Quantitative Auswertung Genre-Pools ..... **50**

**Tab. 7** Auswertung Genre-Pools nach Künstler*innen ..... **50**

**Tab. 8** Häufigste Künstler*innen nach Genre-Pool ..... **51**

**Tab. 9** Auswertung Genre-Pools nach Titeln ..... **51**

**Tab. 10** Playlists nach musikalischen Merkmalen ..... **52**

**Tab. 11** Auswertung Genre-Pools nach Künstler*innen ..... **53**

**Tab. 12** Künstler*innen der Playlist *The Most Beautiful Songs in the World* ..... **55**

**Tab. 13** Titel der Playlist *The Most Beautiful Songs in the World* ..... **55**

**Tab. 14** Playlists nach Jahrzehnten ..... **56**

**Tab. 15** Klassiker und Essentials ..... **57**

**Tab. 16** Unique Tracks / Unique Artists der 2000er ..... **58**

**Tab. 17** Playlists für neue Musik ..... **60**

**Tab. 18** Playlists nach Jahresverlauf ..... **63**

**Tab. 19** Playlists Essen und Trinken ..... **65**

**Tab. 20** Playlists nach Stimmungen ..... **66**

# Abbildungsverzeichnis

**Abb. 1** Historische Entwicklung der Playlist (Quelle: Dias et al. 2017: 14378) ..... **18**

**Abb. 2** Erklärung eines nicht verfügbaren Albums auf Spotify (Screenshot: Spotify Desktop-Client) ..... **34**

**Abb. 3** Hervorgehobene Playlists nach Länderversion (Screenshot: Spotify World Browser, 5.1.2019) ..... **42**

**Abb. 4** Aufbau Playlist-Gestaltung (Screenshot: Spotify Desktop-Client) ..... **44**

**Abb. 5** Playlists nach Tagesverlauf (eigene Darstellung) ..... **62**

**Abb. 6** Playlists *Women of* (Screenshot: Spotify Desktop-Client) ..... **68**

**Abb. 7** Politische Playlists (Screenshot: Spotify Desktop-Client) ..... **69**

**Abb. 8** Repräsentationen der Welt (eigene Darstellung) ..... **70**

# 1 Intro

Als an zwei Tagen im Oktober 2018 die Konzertveranstaltung ‚Modus Mio Live on Stage' in Berlin und Dortmund stattfand, stand erstmalig in Deutschland eine digitale Playlist und mit ihr fünf Künstler*innen[1] im Rampenlicht der Bühne (vgl. Spotify 2018a). *Modus Mio* ist eine von dem Musikstreamingdienst Spotify kuratierte Playlist für Deutschrap und Hip-Hop und wird von über 900.000 Nutzer*innen der Plattform abonniert.[2] Sie ist nur eine von zahlreichen Wiedergabelisten, die von dem Dienst bereitgestellt werden und eine zentrale Rolle im Musikkonsum spielen. Streamingdienste stellen Musikkataloge mit 30 bis 50 Millionen Titeln zum legalen Streamen bereit. Eine solch umfangreiche virtuelle Musikbibliothek, die allen Nutzer*innen unmittelbar zur Verfügung steht, stellt neue Anforderungen an Aufbereitung, Filter und Kuratierung. Als Mittel hierfür stehen thematische Playlists, die nach bestimmten Kriterien gestaltet sind und als Orientierungsinstrument im ‚unendlichen Meer der Musik' dienen, im Zentrum der Plattformen.

> There are multiple ways one can look at this, but what we're trying to primarily address is that when it comes to music, we've got 15 or 16 million tracks [zum Zeitpunkt des Interviews, Anm. d. Verf.]. I don't even know what the exact number is, but there's an endless amount of music. You could listen your whole life to the Spotify catalog and you probably wouldn't get through a third of it. What's needed on top of that is curated experiences. Part of that curated experience is people building playlists and sharing those playlists with their friends. But another part is trusted sources – people who tend to be really, really good at music. (Daniel Ek zit. nach Buskirk 2014)

Der Mitgründer des schwedischen Anbieters Spotify, Daniel Ek, fasst in diesem Zitat die Notwendigkeit einer Musikauswahl und ihre Bedingungen zusammen: Musikempfehlungen wie das Programm von Radiosendern, die Sortierung im Vinyl-Geschäft oder Tipps aus dem Freundeskreis sind essentieller Bestandteil der Praxis des Musikhörens. Zugleich sind diese Empfehlungen niemals neutral, sondern immer von bestimmten Faktoren abhängig. Da das Angebot sichtbarer Musik innerhalb der Streamingdienste für die oder den Einzelnen jedoch nicht mehr zu überschauen ist, werden Filtermechanismen notwendig. Die Bedingungen ihrer Gestaltung bleibt den Hörer*innen jedoch nahezu verborgen: Ob ein Algorithmus oder menschliche Kurator*innen die Musikauswahl zu verantworten haben, ob ökonomische oder kulturelle Entscheidungen hinter der ausgewählten (und der dadurch ausgeschlossenen)

[1] In dieser Arbeit soll, wann immer möglich, geschlechterneutrale Sprache verwendet werden. Entgegen des üblichen Hinweises auf verbesserte Lesbarkeit durch Vereinheitlichung der Formen und im Wissen der Nicht-Duden-Konformität erscheint „[d]er Gedanke, dass die Verwendung des Sternchens irritiert und die Möglichkeit weiterer Kategorien, neben weiblich oder männlich, angedeutet wird" (Wartke 2018) gerade in einer kulturwissenschaftlichen Arbeit über Musik als relevant, ist doch die Musikkultur und -industrie eine durch Geschlechteridentitäten und -konstruktionen geprägte.

[2] Es wird um Verständnis gebeten, dass sich aufgrund des quantitativen Umfangs der zugrunde gelegten Playlist-Tabellen und ihrer teilweise enormen darzustellenden Größe das vollständige erhobene Datenmaterial sowie die Auswertungstabellen ausschließlich im digitalen Anhang auf der beigelegten CD befinden.

Musik stehen, ist in der alltäglichen Nutzung kaum erkenntlich und tritt hinter die grafischen Titellisten der Playlists zurück. Schließlich führt die zunehmend automatisierte Musiksteuerung mittels sprachgesteuerter digitaler Assistenten, die Wünsche wie ‚Spiel Blues der 60er-Jahre' bearbeiten sollen, zur endgültigen Verschleierung des Auswahlprozesses der abgespielten Musik. Um die Playlists spannt sich folglich ein Feld zwischen Notwendigkeit des Kuratierens im Sinne der Nutzbarkeit und kryptischer Black Box jener Faktoren, die ebendieses Angebot gestalten, auf. So adressiert die an Streamingdiensten geäußerte Kritik eine potentielle Monotonie des Angebots, das trotz des umfangreichen Katalogs eher einer musikalischen Horizontverkleinerung gleichkomme:

> ‚Spotify is making you boring', music journalist Scott Timberg argued in an issue of Salon during the summer of 2016. ‚With all the songs at our fingertips, we're exposed to very few, thanks to how digital recommendations work' […]. (Snickars 2017: 206)

Ist diese Kritik zwar insbesondere auf algorithmische Musikauswahl gerichtet, stellt sie zugleich die Frage nach der Konfrontation mit unbekannten, andersartigen und zugleich Gefallen findenden Titeln. Eine Aufbereitung des Musikkatalogs steht dabei in einem historischen Kontext: Auswahlprozesse gerade von künstlerischen Artefakten sind eine seit jeher[3] existierende Frage, ihr Ausmaß potenziert sich für digitale Angebote. In diesem Zusammenhang steht auch die digitale kuratierte Playlist und ihre (zukünftige) kulturelle Rolle. Playlists sind in Fragen an die Bedingungen der Digitalität im Allgemeinen und der Musikdistribution und -rezeption im Besonderen eingebettet. Allein ihre Follower-Zahlen[4] auf Spotify legen die Vermutung nahe, dass kuratierte Playlists im Musikkonsum vieler Nutzer*innen eine bedeutende Rolle einnehmen, die zuvor dem Radio als Geschmacksgeber und Alltagsbegleiter zugeschrieben wurde. Zugleich wird die Nutzung, der Rahmen und die Gestaltung dieser Playlists in medien- und kulturwissenschaftlichen Arbeiten bislang nicht explizit thematisiert.

---

[3] Eine solche zeitlich ungenaue und unbelegte Angabe geht hier zurück auf ein Zitat Eli Parisers: „Filtering isn't a new phenomenon. It's been around for millions of years – indeed, it was around before humans even existed" (2011: 84).

[4] Spotify gibt Nutzer*innen die Möglichkeit, Playlists anderer User (und damit auch von Spotify selbst) zu abonnieren (‚folgen'). Daraufhin erscheint eine Verknüpfung zu der Wiedergabeliste in der eigenen Musikbibliothek, die auch die selbst erstellten Playlists enthält. Eine Bearbeitung ist nicht möglich, ohne den Inhalt in eine eigene Playlist zu kopieren. Änderungen, die beispielsweise von Spotify an einer Playlist vorgenommen werden, werden automatisch in der Bibliothek synchronisiert. Über Aktualisierungen werden die Nutzer*innen nicht benachrichtigt, die soziale Komponente dieses Funktionsbegriffs ist also beschränkt auf die erhöhte Sichtbarkeit der Playlist. Follower-Zahlen können daher nur sehr eingeschränkt Aussagen darüber machen, ob und wie oft Playlists tatsächlich gehört werden.

## 1.1 Fragestellungen und Gliederung

In dieser Arbeit sollen die kuratierten Playlists von Streamingdiensten als Zugang zu Musik und damit Medium der Musikauswahl betrachtet werden. Die Analyse ihrer Strukturen und Gestaltung wird dabei fallbeispielhaft anhand des Musikstreamingdienstes Spotify vorgenommen. Durch anhaltend steigende Abonnementzahlen und die Etablierung im Massenmarkt wächst der Einfluss der Streamingtechnologie auf Musikkonsum und -verständnis. Mit einem Rezeptionskreis von potentiell mehreren hundert Millionen Musikhörenden auf der ganzen Welt ist das kuratierte Angebot und der Rahmen, in den Musik dabei gesetzt wird, von besonderer Bedeutung. Ziel dieser Arbeit ist es daher, ein tiefergehendes Verständnis davon zu gewinnen, wie das Playlistangebot als zentraler Inhalt der Plattform Spotify gestaltet ist, nach welchen Kriterien der Musikkatalog aufbereitet ist, auf welche Weise Musik dabei konnotiert wird und inwiefern die Thematik der Bildung von Filterblasen hierbei von Relevanz ist. Die Forschungsfragen, die in dieser Arbeit dafür explorativ bearbeitet werden sollen, lauten somit:

- Auf welche Weise wird die durch den Streamingdienstanbieter Spotify kuratierte Musik in Form von Playlists angeboten?
- Welche Strukturen lassen sich in dem Playlistangebot finden, was wird (nicht) repräsentiert?
- Wie ist der Künstler- und Titelkorpus in zusammengehörigen Einheiten kuratierter Playlists gestaltet?
- Besteht durch dieses Angebot die Möglichkeit der Bildung musikalischer Filterblasen?

Dieses Vorhaben erfordert eine kulturwissenschaftliche und -historische Fundierung über zwei Stränge, die in den folgenden beiden Kapiteln die theoretischen Grundlagen schaffen: Das Kapitel 2 ‚Musik und Medien' betrachtet primär technische Entwicklungen und Voraussetzungen, die im Zusammenhang mit der Streamingdienststruktur stehen und die jetzige Funktion kuratierter Playlists bedingen. Zunächst wird anhand von ‚MusikMedien-Umbrüchen' die Formatierung von Musik und das historische Verhältnis zu Tonträgern und ihrer Industrie aufgezeigt (Kap. 2.1). Im Anschluss wird die Entwicklung des Musikstreamings zu einer Form des Musikkonsums sowie die besondere Rolle des in dieser Case Study besprochenen Anbieters Spotify auf dem Markt dargelegt (Kap. 2.2). Der Umfang des dort angebotenen Musikkatalogs reflektiert die Möglichkeiten im Digitalen, ein erweitertes als ‚Long Tail' bezeichnetes Warenangebot zu ermöglichen, das zugleich mit der Notwendigkeit der Informationsreduzierung durch Filter in Verbindung steht. Daraus folgt die Problematik von Filterblasen und Informationskokons, die als technische Bedingungen zur

späteren Betrachtung des Playlistangebots besprochen werden (Kap. 2.3). Der zweite Strang in Kapitel 3 ‚Musik und Kuratieren' konzentriert sich auf bisherige theoretische Erkenntnise über den konkreten Untersuchungsgegenstand der kuratierten Playlists: Zunächst wird die vorangegangene Entwicklung von Playlists und ihre Bedeutung für den Musikonsum thematisiert. Dabei werden ihre Eigenschaften und die tiefgehende Integration mit Streamingdiensten aufgezeigt (Kap. 3.1). Der folgende Abschnitt widmet sich dem Prozess des Kuratierens, unterscheidet die Rolle des menschlichen und algorithmischen Musikauswählens und die Bedingungen ihrer Legitimation (Kap. 3.2). Im Hauptkapitel dieses Abschnitts werden dann verschiedene Dimensionen betrachtet, nach denen Musik kuratiert wird und die zugleich die primäre Grundlage der empirischen Betrachtung darstellen. Hierfür erläutert das Methodik-Kapitel 4 die Auswahl des Datenmaterials und das analytische Vorgehen. Kapitel 5 fasst die daraus gewonnenen zentralen Untersuchungsergebnisse zusammen: Anhand von Fallbeispielen werden die gefundenen Strukturen des kuratierten Playlistangebots sowie Aspekte der Gestaltung, Funktionen und Eigenschaften aufgezeigt. Dabei stehen sowohl die Playlists als auch die für sie ausgewählten Titel und Künstler*innen im Blick. Die Ergebnisse werden in Kapitel 6 eingeordnet und vor dem Hintergrund der Theoriekapitel und mit Hinblick auf die Forschungsfragen diskutiert. Das abschließende Kapitel 7 gibt einen kurzen Überblick über die Resultate, ordnet den Erkenntnisgewinn der explorativen Forschung ein und gibt Anknüpfungspunkte für weitere Untersuchungsvorhaben.

## 1.2 Einordnung in den Forschungsstand

Die seit etwas mehr als einer Dekade existierende Kulturpraxis des Musikstreamings in der hier behandelten Form wird sowohl in eigenständigen wie auch im Rahmen medien- und kulturwissenschaftlicher Arbeiten zu der digitalen Musik und ihren Auswirkungen auf Musikproduktion, -distribution und -rezeption unter verschiedenen Facetten betrachtet: Dörr (2012) gibt einen Überblick über das Geschäftsmodell ‚Music as a Service' und diskutiert dabei die Wareneigenschaften digitaler Musik (vgl. auch Fleischer 2017). Mit Hinblick auf die Entwicklung der Musikindustrie (Anderton et al. 2013) finden sich ökonomische Betrachtungen sowie die Verbindung zur Musiktechnologie insbesondere in den letzten Jahren bei Nordgård (2018), Pitt (2015), Rando (2017) oder Sin (2014). Weitere Untersuchungsschwerpunkte sind Aspekte der Mobilität des Musikkonsums (Bergh et al. 2014, Huber 2018) sowie ihre Einbettung in Alltagsstrukturen (Nowak 2016). Konkrete Musikstreamingdienste und insbesondere Spotify als Untersuchungsgegenstand finden sich dabei nur in wenigen Publikationen, die nicht primär das Geschäftsmodell addressieren. Die Aus-

gabe ‚Discovering Spotify' der wissenschaftlichen Zeitschrift Culture Unbound (2/2017) ist beispielhaft für kulturwissenschaftliche Reverse Engineering-Versuche an der Black Box Spotify und steht sinnbildlich für ein verstärktes Forschungsinteresse aus dem Heimatland des Unternehmens (vgl. auch Fleischer 2015; Hagen 2015; Snickars 2016).

Neben Forschungen zu Wiedergabelisten in der Radiotheorie (Schramm 2008; Ruth et al. 2017) oder zur Tradition der Mixtapes (Fenby-Hulse 2016) gibt es zu Playlists in Streamingdiensten vor allem Einzelstudien: Hagen (2015) erkundet das private Erstellen von Playlists und ihrer Bearbeitung. Besprechungen der Spotify-Tools zum Musikentdecken im Vergleich (Tang & Yang 2017), Modi algorithmisch erzeugter Playlists (Dias et al. 2017) liefern zwar auch wichtige Erkenntnisse zur Beschreibung manuell und / oder mit technischer Assistenz erstellter Wiedergabelisten, bearbeiten aber als medien- und informationstechnische Arbeiten nicht explizit kulturwissenschaftliche Perspektiven der kuratierten Playlists. Vielmehr bilden diese unter den Betrachtungen über Wiedergabelisten und Musikselektion auch mutmaßlich aufgrund der noch jungen Streamingpraxis eine Forschungslücke. An diese Stelle soll die vorliegende Arbeit explorativ anknüpfen, die Musikauswahl in Form kuratierter Playlists im globalen Massenmusikkonsums als kulturwissenschaftliches Thema bearbeiten sowie entsprechende Forschungsperspektiven aufzeigen.

## 1.3 Methodisches Vorgehen

Zu diesem Zweck stellt die Arbeit eine auf kulturwissenschaftlicher und -historischer Theorie fundierte Auswertung von empirischen Daten dar. Das zugrunde liegende Material besteht aus zwei vollständigen Datensätzen des Spotify-Angebots kuratierter Playlists, die im Tool *Genres und Stimmungen* innerhalb der Anwendung zur Verfügung gestellt werden. Die Daten wurden im August sowie November 2018 erhoben.[5] Auf Basis der in den folgenden zwei Kapiteln erarbeiteten Aspekte werden die kuratierten Playlists ebenso wie die untrennbar mit ihnen verknüpfte konkrete Musik in Form von Titeln und Künstler*innen betrachtet. Aus den Daten ermittelte Ergebnisse im Sinne der Forschungsfragen werden anhand von Fallbeispielen vorgestellt. Als Case Study hat die Arbeit nicht das Ziel, repräsentative Ergebnisse zu gewinnen, sondern Aspekte kuratierter Playlists als Untersuchungsgegenstand der kulturwissenschaftlichen Forschung zugänglich zu machen. Wie bei vielen Untersuchungen im Digitalen befindet sich der Forschungsgegenstand dabei in ständiger Veränderung: „As researchers, we must simply acknowledge that Spotify is a moving object and that the results from our digital experiments and interventions must be situated within a

[5] Die technische Vorgehensweise, die Bedingungen der Datensammlung und -auswertung sowie die Kriterien ihrer Auswahl werden in Kapitel 4 unmittelbar vor der Darlegung der empirischen Ergebnisse ausgeführt.

historical context (even though the company is not much older than ten years)“ (Fleischer & Snickars 2017: 136). Diesem Verständnis folgt auch die vorliegende Arbeit: Die zwei Datensätze erlauben zwar mit der vergleichenden Beschreibung des Angebots auch eine relative Perspektive, die jedoch nur eine Momentaufnahme darstellen kann und bereits zur Fertigstellung dieser Arbeit erneut großen Veränderungen unterlegen sein wird. Vielmehr soll daher der Versuch unternommen werden, Tendenzen aufzuzeigen, historisch einzuordnen und theoretisch zu fundieren. Hierbei wird sowohl qualitativ das Playlistangebot und die Konnotation von Musik als auch mittels einer quantitativen Excel-Auswertung ein Korpus der Titel und Künstler*innen jeweiliger Playlists betrachtet.

# 2 Musik und Medien

## 2.1 MusikMedienUmbrüche

Die auf Streamingdiensten verfügbare Musik ist eine medial vermittelte, die als solche bestimmten historisch zu verortenden Bedingungen und Formatierungen unterliegt: Diese sind der Musik in Form konkreter Titel ebenso wie als Zusammenhangskonstruktion, beispielsweise der eines Albums, eingeschrieben und können durch die technischen und kulturellen Strukturen kuratierter Angebote der Plattformen übernommen oder gebrochen werden. Für deren Betrachtung ist es daher notwendig, zunächst die durch Medienumbrüche herbeigeführten Bedingungen medial vermittelter Musik zusammenzufassen. Jede Epoche technischer Medien bringt spezifische Eigenschaften der Musikproduktion, -distribution und -rezeption mit sich. Ganz im Sinne Friedrich Kittlers Frage nach der Diskursformation durch sich wandelnde technische Medien (vgl. 1995) haben diese Epochen Rekonfigurationen der gesamten Musikindustrie zur Folge, beispielsweise die grundlegenden unumkehrbaren Verschiebungen vom ‚Print Age' zum ‚Electric Age' und wiederum zum ‚Digital Age' (vgl. Anderton et al. 2013: 16f.). Deren Übergänge werden zunächst als Kulturschocks wahrgenommen, für die das Aufkommen der jeweils neueren Medien verantwortlich ist (vgl. Baierle 2009: 487): „In fact, it is possible to argue that the emergence and widespread acceptance of different technologies (within the recording industries and in the hands of consumers) have driven change in both the music business and in popular culture" (Anderton et al. 2013: 14). Produktion und Rezeption von Musik sind damit ebenso wie ihre Vermarktung und formatgerechte Aufarbeitung einzelner Titel schon von vornherein durch Medien beeinflusst und stehen in gegenseitiger Wechselwirkung (vgl. Jacke 2007: 69f.)

Durch das Aufkommen der Tonaufzeichnung mit der Erfindung des Edison-Phonographen im Jahr 1877 (vgl. Nowak 2016: 3) und der Entstehung der Tonträgerindustrie (‚Recorded Music Industry') Ende des 19. Jahrhunderts (vgl. Baierle 2009: 487) wird der Vertrieb von „singular idealized performances of popular songs recorded by international artists that could be played over and over again without the involvement of live musicians" (Anderton et al. 2013: 14) ermöglicht. Phonographie bedeutet somit „die Materialisierung der bewegungsgenerierten Musik, um sie bewegen zu können" (Ismaiel-Wendt 2011: 44), sie erscheint als „eine scheinbar objektive, neue Methode zur Kartierung beziehungsweise zur Verklammerung von Region, Menschen und Musik" (ebd.: 40). Die phonographischen Walzen stellen zunächst weiter eine Dienstleistung in Form von Abonnements dar, bevor die Trägermedien zum Konsumprodukt und Musik zur Ware wird (vgl. Großmann 2005: 246). Wie in der Praxis neuer Technologien üblich, unterliegen ihre Nutzungsformen

einer zeitlichen Entwicklung: „Whether capital at first develops new technologies for consumers or for its own ‚internal uses' […] it takes some time before these technologies become ‚naturalized' as products and assume their final, ossified forms" (Rando 2017: 7). Technologie, Musik und Kommerz werden die Faktoren der Musikindustrie (vgl. Sin 2014: 79f.), der nun bereits (und wie im Folgenden immer wieder) Kritik ihrer kapitalistischen Vereinnahmung von Musik und Musikkulturen gegenübersteht (vgl. Ismaiel-Wendt 2011: 44).

Mit der Marktdurchdringung von Tonträgern, Radio und Fernsehen wächst der Kreis eines potentiellen Musikpublikums (vgl. Huber 2018: 1). Die medial vermittelte Übertragungsmusik definiert in dieser Zeit Aspekte der Entwicklung, der Ausdifferenzierung und des Verständnisses von Popmusik. Nicht herrschende Musikideale, sondern die technischen Bedingungen der Vinyl-7"-Single mit der maximalen Spielzeit von vier Minuten formatieren das Popsongformat (vgl. Anderton et al. 2013: 14f.), die Langspielplatte als ein zusammengehöriges Werk wird zum „predominant artefact and revenue stream of both major and independent recording companies with live performances regarded as a promotional tool" (ebd.: 28). Das Aufkommen des Rundfunks in den 1930er-Jahren stellt die Frage nach dem Musikvertrieb: „[I]f audiences are able to listen to music for free on the radio, why would they buy it? A parallel with the current situation regarding illegal downloads and streaming services is clear, with the metanarrative of an industry under threat being used to lobby for stronger copyright legislation and enforcement" (ebd.: 12). Solche Entwicklungen sozio-technischer Art und der Umgang der Musikindustrie mit ihr werden ein sich in der Geschichte der Musikmedien wiederholendes Schema (vgl. ebd.). Das Fernsehen als Radio-Konkurrenzmedium führt zur Diversifizierung der Rundfunkprogramme, die die diverser werdenden Musikstile Anfang der 1960er-Jahre abbilden und entsprechende Publikumskreise aufbauen: „Wer Hörer an sich binden wollte, musste einzigartig sein und demzufolge auch andere Musik spielen als andere Sender. Gleichermaßen musste man seinem Musikformat aber auch treu bleiben, um seine Hörer nicht zu irritieren oder gar zu verlieren" (Schramm & Hofer 2008: 113). Das Medium des Radios eimschließlich seiner Musikprogramme wird von einem Verkäufer- zu einem Käufermarkt (vgl. Peters 2008: 65).

Das Digitale ist ein „techno-cultural frame within which issues of music production, distribution and consumption are located" (Nowak 2016: 18). Die technologischen Sprünge zu Beginn der 1980er-Jahre verändern radikal die Bedingungen der Musikverbreitung (‚Diffusion'), ihre Orte und ihre Rolle im Alltag (vgl. ebd.: 3): „[T]he shift to digital and online music is not merely a change in format [...] but a complete change in the media environment and a radical restructuring of the whole industry" (Anderton et al. 2013: 17). Zunächst erfolgt die Substitution der Vinyl-Schallplatte durch die Compact Disc (CD). Das

1982 erfundene Format ‚ISO MPEG Audio Layer 3', besser bekannt als MP3, ersetzt in den 1990er-Jahren dann das speicherintensive unkomprimierte WAVE-Format durch eine psychoakustisch fundierte Kompression (vgl. Baierle 2009; Runte 2007: 88). Dessen Erfindung und die zugleich steigende Verbreitung privater Internetanschlüsse resultiert im Erfolg der illegalen Downloadplattform Napster, die 1998 gegründet wird (vgl. Dörr 2012: 48). Bis ins Jahr 2000 nutzen über 44,6 Mio. Nutzer*innen das Angebot, das den Umfang des offiziellen Marktes übertrifft (vgl. Huber 2018: 32). Die Umsatzeinbüßen der Musikindustrie sind neben der physikalischen und Online-Musikpiraterie zudem der globalen Wirtschaftsrezession sowie der Einführung neuer Unterhaltungselektronik wie dem Home Cinema, Mobiltelefonen und Computerspielen geschuldet, obwohl die Menge globaler Musikveröffentlichung jährlich zunimmt (vgl. Anderton et al. 2013: 30). Neben dem illegalen Musikdownload ist Tobit ClipInc eine populäre Mitschnittsoftware, die von der Aufhebung räumlicher Beschränkungen und dem weltweiten Radioempfang profitiert (vgl. Popp 2008: 25) und unter der Grauzone der Privatkopie täglich bis zu 25 Mio. Musikwerke ohne entsprechende Vergütung an die Nutzer*innen liefert (vgl. Baierle 2009: 482). Die Kombination von Technologie und Musikprodukten führt zur Omnipräsenz von Musik in der modernen Gesellschaft (vgl. Nowak 2016: 5). Zugleich kann die soziale Praxis der Technologien nicht wirksam durch Nationen kontrolliert werden, das Internet stellt daher sowohl eine Umgebung der Möglichkeiten als auch potentieller Risiken dar (vgl. Peter 2014: 40). Da Musik ein Erfahrungsgut ist, dienen illegale Quellen als Möglichkeit des Probehörens, das als ‚Sampling' bezeichnet wird und Einfluss auf spätere Konsum- und Kaufentscheidungen hat (vgl. Dörr 2012: 48). Von Kontakten, eine imaginierte ‚Online-Community' eingeschlossen, empfohlene Musik wird in Folge eines positiven Netzwerkeffekts daraufhin häufiger gekauft (vgl. ebd.). Selbst nach der Schließung von Napster und der Eröffnung legaler Downloadshops, insbesondere von dem Apple iTunes Music Store im April 2003 (vgl. Baierle 2009: 463), brechen die Umsätze der Musikindustrie zwischen 2004 und 2010 um 31 % ein (vgl. Dörr 2012: 47). Die Gegenmaßnahmen konzentrieren sich zunächst primär auf Strafverfolgung und die Einführung von Digital Rights Management-Systemen (vgl. ebd.).

> Wenn es extrem einfach ist, sich Inhalte aus dem Netz zu holen, dann wird es leichter sein, sich mit solchen Diensten in Verbindung zu setzen, als die Inhalte herunterzuladen und auf den vielen eigenen Geräten zu speichern, die für das Abspielen der Inhalte zur Verfügung stehen. Es wird mit anderen Worten leichter sein, einen solchen Dienst zu abonnieren, anstatt eine eigene Datenbank zu verwalten, wie es jeder in der Welt der Tauschbörsen im Wesentlichen tut. (Rechtswissenschaftler Lawrence Lessig zit. nach Jacke 2007: 74)

Der legale Musikdownload stellt daher lediglich ein Übergangsphänomen in der Geschichte digitaler Medien dar (vgl. Huber 2018: 33): „Music streaming services are presented as the one alternative [to illegal downloading] that finally works" (Nowak 2016: 24).

Mit der großflächigen Aufhebung des Bandbreitenproblems als Flaschenhals für die Übertragung von Musik und der Marktdurchdringung neuer Kommunikationstechnologien verschieben sich die Möglichkeiten des Musikhörens ins Mobile (vgl. Huber 2018: 211). Rezeptionsgewohnheiten stehen dabei in völligem Umbruch: „Zukünftig", so heißt es noch bei Christoph Jacke im Jahr 2007, „wird es durch die technologischen Möglichkeiten des Internets ganz neue Formate, Sender und damit zusammenhängend Umgangsweisen mit so etwas wie Fernsehen und Musik geben" (2007: 73). Dazu zählt die „Entobjektivierung von Musik hin zur (jederzeit abrufbaren) Information" (Huber 2018: 25) als Resultat der digitalen Metamorphose und Fragmentierung zuvor zusammenhängender Einheiten (‚Unbundling'). „Instead of charging for a package, each item would be offered to consumers as a separate product. As a prime example of unbundling, these commenters pointed to Apple's iTunes Store, selling singular tracks instead of albums" (Fleischer 2017: 149). Professionelle Produktionsbedingungen in Heimstudios und DIY-Distributionsmodelle ermöglichen eine enorme Differenzierung der zur Verfügung stehenden Musik. Die sogenannten ‚Digital Natives', eine Musik konsumierende und über Musik kommunizierende Jugendkultur Anfang des 21. Jahrhunderts (vgl. Huber 2018: 3), adaptieren neue Musiktechnologien durch das Abonnement von Streamingdiensten und schließen damit einen historischen Kreis zurück zu einer Dienstleistung.

## 2.2 Streaming – Music as a Service

Der schwedische Anbieter Spotify ist mit seinem Start im Jahr 2008 einer der ersten On-Demand-Streamingdienste in der Entwicklung eines Massenmarktes (vgl. Dörr 2012: 11). Bei dem als ‚Music as a Service' bezeichneten Geschäftsmodell wird eine Dienstleistung abonniert, die auf einem Flatrate-Preismodell anstelle des Pay-per-Download-Systems der Onlinehändler wie dem Apple iTunes Store basiert (vgl. ebd.: 45).[6] Zugrunde liegt eine Veränderung des Verhältnisses zwischen Trägermedium, Inhalt und Besitztum: Nutzer*innen zahlen nicht mehr für den Besitz, sondern für den uneingeschränkten Zugang zu Inhalten (vgl. ebd.). Die dahinterstehende Technologie wird 1994 durch das Unternehmen Real und

[6] Der hierfür in Deutschland übliche Preis beträgt etwa zehn Euro monatlich, oftmals sind Vergünstigungen für Studierende oder Familien möglich. Ein solches Modell reflektiert in gewisser Hinsicht auch die Rufe nach als ‚Kulturflatrates' bezeichneten Finanzierungsmodellen, um der unentgeltlichen Bereitstellung von Kulturgütern im Internet entgegenzuwirken. Zugleich wird die Problematik der ‚gerechten' Vergütung von Kreativen offenbart. Vgl. beispielhaft Mönch 2009.

den ehemaligen Microsoft-Mitarbeiter Rob Glaser entwickelt, dessen RealPlayer im ‚DotCom-Boom' zur marktbeherrschenden Abspielsoftware wird (vgl. o4). Streaming wird seitdem zum internetbasierten Empfang von audiovisuellen Inhalten und Internetradiostationen eingesetzt. Die zur Verfügung stehende Internetbandbreite beschränkt zunächst die Übertragung hoch aufgelöste Audiodateien, durch die das ‚buffering' zum Sinnbild der Technologie wird (vgl. Sandoval 2010). Erst die Gründung des Videoportals YouTube im Jahr 2005, das zunächst vor allem Musikvidoes zeigt (vgl. Baierle 2009: 466), und die personalisierte Radioplattform Pandora befördern das Streaming für Musikinhalte.[7]

Im November 2018 ist Spotify mit weltweit 191 Mio. Nutzer*innen, davon 87 Mio. zahlenden Abonnent*innen, führend auf dem Streamingmarkt. Andere Dienste sind beispielsweise Apple Music, Amazon Music Unlimited, Google Play Music, Juke, Tidal oder YouTube Music. Trotz der Anbieterfülle ist kein eindeutiger Musikrezeptionstrend erkennbar: „Der nationale Musikstreamingmarkt zum Beispiel ist in Vorreiterländern wie Schweden oder Südkorea mit einem mehr als neunzigprozentigen Anteil am digitalen Markt hoch entwickelt, während Japan, Österreich, Deutschland und das Vereinigte Königreich mit unter dreißig Prozent weit abgeschlagen liegen" (vgl. Huber 2018: 3). Spotify bietet anders als viele Mitbewerber ein sogenanntes Freemium-Modell an: Die Nutzung des Dienstes kann sowohl kostenlos unter auditiver und visueller Einspielung von Werbung sowie einiger technischer Einschränkungen als auch durch den Abschluss eines entgeltlichen Abonnements werbefrei und in vollem Umfang genutzt werden (vgl. Spotify 2019a). Das Freemium-Modell bietet einen sehr niedrigschwelligen Zugang zu (legalem) Musikkonsum: „Unterschiedliche Möglichkeiten der Teilhabe am Kulturleben stehen in hierarchisch organisierten Gesellschaften üblicherweise in direktem Zusammenhang mit ungleich verteilten Machtpositionen und ungleicher Kapitalverteilung" (Huber 2018: 7). Der verfügbare Musikkatalog ist abhängig von Lizenzierungsvereinbarungen zwischen der Distributionsplattform und den Rechteinhabern aufgenommener Musik (Plattenfirmen, Musikverlage, Content-Aggregatoren). Ihr Umfang kann aus diesem Grund auch zwischen verschiedenen Ländern variieren.[8] Die Nutzung von Musikstreamingdiensten reflektiert „contemporary modes of consumption" (Nowak 2016: 20), die sich plural, zunehmend fragmentiert und heterogen darstellen und stark mit Alltagsaktivitäten der Individuen verknüpft sind (vgl. ebd.: 22): „Potentially, [individuals] can listen to more music than they would if they were restricted to buying CDs" (ebd.: 2)". Insbesondere in Hinblick auf potentiell fehlende Inhalte bleibt die Multi-Modalität des Digitalen von Bedeutung: „[…] despite the greater digitization of

[7] Weiterführende Darstellungen zur Entwicklung der On-Demand-Streamingdienste können beispielhaft bei Dörr (2012) entnommen werden.
[8] Spotify ist in 79 Ländern verfügbar, vgl. Spotify 2019b.

music and the increasing popularity of streaming services, ownership over content remains an important element that individuals take into consideration to access various music contents" (ebd.: 26).

Die Strategieänderung Spotifys hin zum affektiven Erlebnis kann durch einen ‚Curational Turn' beschrieben werden (vgl. Fleischer & Snickars 2017: 139). Bis dahin stand primär die Suchmaske im Vordergrund: Der Dient war zugeschnitten auf die eigene Musikauswahl der Musikhörer*innen, was sich im Slogan „Millions of tracks, any time you like [...] Just help yourself to whatever you want, whenever you want it" (Spotify zit. nach Fleischer 2007: 156) widerspiegelte. Seit 2013 verfolgt Spotify hingegen die Strategie, den Nutzer*innen kuratierte Musik nahezulegen und eine Art Soundtrack für Lebens- und Alltagssituationen bereitzustellen: „We're not in the music space – we're in the moment space" (Daniel Ek zit. nach ebd.). In der Folge der Akquise des Musikanalyseunternehmens The Echo Nest im Jahr 2014 (vgl. The Echo Nest 2014) steht die Einführung neuer automatisierter Empfehlunssysteme und Katalog-Navigationstools[9] ein, darunter auch personalisierte Playlists (*Release Radar*, *Dein Mix der Woche*) und das kuratierte Angebot *Genres und Stimmungen*, das Gegenstand dieser Arbeit ist. Auf diese Weise wird Musik als „part of a branded experience" (Fleischer 2017: 157) in Form des Abonnements als eine Ware anstelle von Millionen verschiedener Einheiten vertrieben:

> This product is a bundle that includes not only access to all songs in the catalog but also the maintenance of a personalized profile connected to a variety of playlists tailored for pre-defined activities, helping the user to navigate through an abundance of music without first having to choose which songs to play. (Ebd.)

Der Dienst ist dabei in das so genannte Social Web eingebettet: Auch wenn Musikstreamingdienste nicht primär Anbieter von ‚User-Generated Content' sind, ermöglichen sie soziale Interaktionen (‚Was hören Freunde?') und das Erstellen und Veröffentlichen von Playlists (als eigene Bearbeitung des verfügbaren Katalogs). Zudem geben Nutzer*innen über die Verwendung bestimmter Features und ihre Musikhörgewohnheiten direktes ‚Datafication'-Feedback an das System zurück. In dieser Hinsicht steht das Musikstreamingangebot in naher Verwandtschaft zum Rundfunk: „If radio broadcasters and record shops represented two different regimes of commodification in the 20th century, Spotify's business model may be better understood as a mutation of the traditional broadcasting model than as a new form of retail" (ebd.: 158). Diese Entwicklungsfolge ist von großer Bedeutung für die Betrachtung der kuratierten Playlists, stehen sie doch auch in der Entwicklungsfolge der Radiorotation (vgl. Kap. 3.1): „It is important to stress, however, that the concept of radio has served as the point of departure for the recommendation business within streaming music

[9] Vgl. Tang & Yang 2017 zur Verwendung aller Tools einschließlich ‚Radio' und ‚Follow'.

services“ (Snickars 2017: 189). Kritik äußert sich gegenüber der Entlohnung der Künstler*innen, die auf der Anzahl wiedergegebener Titel basiert. Dies äußerte sich besonders in einem Konflikt zwischen Spotify und der Popkünstlerin Taylor Swift:

> Royalty compensation, sustainable business models, windowing and competition were important issues on the monetization of streaming services that were raised by the Swift/Spotify and the Pandora/music publishers/PRO controversies, and these issues had both sort-term and long-term financial consequences in the music industry. (Pitt 2015: 16)

## 2.3 Long Tail / Filter

Der umfangreiche Musikkatalog von mehreren zehn Mio. Titeln auf Streamingsplattformen reflektiert die von Chris Anderson als ‚Long Tail‘ bezeichnete Eigenschaft digitaler Distribution, die durch die technischen Bedingungen des Internets ermöglicht wird (vgl. 2008). Während das physikalische Warenangebot in Plattenläden auf die Größe des Verkaufsraumes und des Lagers limitiert ist, betragen die Grenzkosten des zusätzlich erforderlichen Speicherplatzes sowie der Stromkosten zur Bereitstellung jedes weiteren Artikels (hier: Musiktitels) in einem digitalen Warenangebot quasi gleich null. Zum Betrieb eines solchen Dienstes ist zudem lediglich die technische Infrastruktur als Fixkosten notwendig. Durch diese ökonomische Rahmung ist auch die Bereitstellung der sehr großen Einheitenmenge, die sehr selten bis gar nicht nachgefragt wird, möglich: „The main effect of all this connectivity is unlimited and unfiltered access to culture and content of all sorts, from mainstream to the farthest fringe of the underground“ (Anderson 2008: 3). Das Angebot der digitalen Downloadplattformen und Streamingdienste kann so mit den ‚Non-Hits‘ auch die potentiell große Mehrheit aller geschaffenen kulturellen Artefakte abbilden (vgl. ebd.: 5). Seit den 1990er-Jahren besteht daher eine neue Unübersichtlichkeit,

> das Nebeneinander von Stilen sowie ein nahezu undurchschaubar gewordener Markt, auf dem sich neben den wenigen Charts-Künstlern auch Tausende Independent-Labels tummeln, deren Angebot von versierter Electronica über Post-Punk bis zu Songwriter-Folk reich [sic!]. Diese Unübersichtlichkeit dürfte einen erheblichen Anteil an der ökonomischen Krise haben […]. (Büsser 2008: 31)

In starkem Kontrast dazu steht in dieser Zeit die Strategie der Musikindustrie, wenige globale Superstars und primär kurzlebige Hit-Singles zu produzieren (vgl. Anderton et al. 2013: 30). Der ‚lange Schwanz der Produktion‘ bildet hingegen mit dem Aufkommen der Musikstreamingdienste ein primäres Marketinginstrument: „There’s still demand for big cultural buckets, but they’re no longer the only market. The hits now compete with an infinite number of niche markets, of any size. And consumers are increasingly favoring the one with the most choice“ (Anderson 2008: 5). Die niedrigschwelligen Voraussetzungen, mit eigener Musik Zugang zu potentiell mehreren hundert Millionen Hörer*innen erhalten zu können, tragen erheblich zu dem Angebotsumfang bei und haben zur Folge, dass etliche Titel der

Streamingdienstkataloge noch niemals abgespielt wurden.[10] Folglich herrscht ein Überangebot an Übertragungsmusik (vgl. Huber 2018: 2):

> Speaking of the need for curation, in an era of overwhelming choice, it's been demonstrated that too much choice actually hinders discovery. For example, if you're trying to watch something on Netflix, you're actually only browsing through a catalog of 6.000 titles. Now, compare that with Spotify; if you want to pick something to listen to, you're browsing through a catalog of 30 million songs. So I think as you can see, this notion of paralysis by choice affects music more than movies, for example. (Charpentier 2016: 0:10:34-0:11:04)

Die Angebotsfülle, die dabei gar nur einen Ausschnitt aus der insgesamt existierenden Menge Musik darstellt, kann sich negativ auf die Auswahl insbesonderer unbekannter Musik ohne persönliche Referenzpunkte auswirken:

> Schwartz's [Barry Schwartz' Buch *The Paradox of Choice*, Anm. d. Verf.] point is that when people are given a greater choice range – when they have a growing number of options available – the effort needed to make a choice becomes greater. Although more options are clearly desired, Schwartz demonstrates that there is a point at which the choice range becomes too big, and the choice making becomes a barrier to an item actually being chosen. (Nordgård 2018: 39)

In einer an Informationen derart reichen Welt wird Aufmerksamkeit zur limitierenden Größe: „Hence, a wealth of information creates a poverty of attention and a need to allocate that attention efficiently among the overabundance of information sources that might consume it" (Simon 1971: 40f. zit. nach ebd.). Die hierfür notwendig werdenden Filtermechanismen geben Orientierung und Anleitung (‚Guidance'), denn „[…] die Ausbildung einer Musikidentität [fällt] leichter, wenn Alternativen übersichtlich und leicht zugänglich angeboten werden und wenn gleichzeitig die Kommunikationsstrukturen das Eintauchen in diese Geschmackskulturen erleichtern" (Huber 2018: 25). Die Musikindustrie generiert hierfür Strukturen wie Musikgenres und Zielgruppen nach demographischen Merkmalen, beispielsweise Alter, Geschlecht, Ethnizität, Einkommen und Standort (vgl. Anderton et al. 2013: 101). Ein ‚Attention Crash' kann auf diese Weise vermieden werden, wobei die Interessen von den ‚Agenten' der Informationsreduzierung oftmals im Unklaren bleiben (vgl. Pariser 2011: 22f.)

Eine solche Informationsreduzierung findet permanent bei der Kompression der gesamten Wahrnehmung statt, Filter unterliegen dabei stets einer Voreingenommenheit und können zur Bildung sogenannter Filterblasen führen (vgl. ebd.: 84-86).[11] Verwendete Plattformen und damit auch Filterblaseneffekte sind in der Regel selbst gewählt, ihre Mechanismen sind jedoch oftmals nicht sichtbar, was den aktiven Umgang mit ihnen erschwert (vgl. ebd.: 178). Informationsreduzierung und -aufbereitung sind dabei nicht mit zensierendem

[10] So offenbart die Webseite ‚Forgotify' (http://forgotify.com) selten bis niemals abgespielte Titel aus dem Spotify-Musikkatalog. Dieser widerspricht dadurch der von Anderson beschriebenen ‚98 %-Regel': In einem digitalen Markt würden von 98 % aller verfügbaren Artikel mindestens eine Einheit im Quartal vertrieben werden (vgl. 2008:6ff.).

[11] Zu der Struktur und den Bedingungen von Filterblasen vgl. Pariser 2011.

Filtern zu verwechseln: In der Regel steht die dem Filter zugrunde liegende Gesamtmenge an Informationen weiterhin zur Verfügung und kann durch aktives Suchen eingesehen werden. Die Kritik an der Filterblase zielt primär auf das Hervorbringen des Immergleichen ab, das zur Affirmation des Bekannten führe: „By definition, a world constructed from the familiar is a world in which there's nothing to learn" (ebd.: 15). Dennoch schreiben Ward et al. in ihrer Studie über Musikauswahl:

> For music outlets with playlists, our results suggest the best strategy is to concentrate primarily on familiar songs, even if consumers say they want more novelty. When a new song is introduced, it should be played often (as the successful stations did in our actual market data) and offered to consumers through promotions, free samples, and incidental listening. For music outlets that allow the user to create a playlist, such as iTunes, our results suggest that marketers should heavily promote and make familiar music, easy to find for purchase, and should not emphasize unfamiliar music. (Ward et al. 2014: 10)

Das Verhältnis zwischen Mediennutzer*innen kann über den passiven Konsum (‚Push') oder das aktive Informationsbeschaffen (‚Pull') beschrieben werden (vgl. Pariser 2011: 67). Diese medialen Umgangsweisen werden dabei mit verschiedenen Medien assoziiert: „We think basically you watch television to turn your brain off, and you work on your computer when you want to turn your brain on" (Steve Jobs zit. nach ebd.). Funktionen wie ‚LeanBack' (YouTube spielt automatisch ähnliche Videos nach Ende der Wiedergabe) oder analog ‚AutoPlay' (Spotify spielt nach Ende der Wiedergabeliste ähnliche Musik) widersprechen jedoch einer solchen angenommenen Push-Pull-Medienunterscheidung: „The problem is that pull is actually a lot of work. It requires you to be constantly on your feet, curating your own media experience" (vgl. Pariser 2011: 67). Andernfalls besteht die Möglichkeit eines sogenannten ‚Lock-In', eine so enge Verbindung zu einem (Informations-) Anbieter, dass ein Wechsel trotz besserer Konkurrenzangebote nicht in Erwägung gezogen wird (vgl. ebd.: 40). Pariser folgend stellt das Filtern eine Notwendigkeit dar, die vielmehr im Falle des ‚Agenda Settings' durch Einzelpersonen oder sehr kleiner Gruppen problematisch ist (vgl. ebd.: 234). Dienste und Plattformen hätten in der Folge den Auftrag, ihre Verantwortlichkeit zu erkennen und durch Offenlegung der Funktionsweise jeglicher Filtermechanismen öffentliche Transparenz zu schaffen. Das kuratierte Playlistangebot Streamingdienste stellt ebenfalls ein Filter nach nicht bekannten Kriterien dar, ebenso ist der gesamte Dienst kein neutraler Ort[12]. Es erwächst ein steigendes Interesse an politischen und kulturellen Implikationen von Code und Software der Plattformen: „Constituting a new form of power, it has been suggested that the design of algorithms and algorithmic procedures

[12] Wenn es jemals einen neutralen Ort der Musik gegeben haben soll, dann sind es womöglich ausgerechnet die die Angebot illegaler Tauschbörsen und sogenannter ‚Torrents', die über kein aufbereites Angebot verfügen und deren Rohdaten gezielt durchsucht werden müssen. Diese Online-Netzwerke sind folglich nur funktionsfähig, indem das Gesuchte bereits bekannt ist oder eine Eingabe von zufälligen Stichworten erfolgt, nicht jedoch durch Kuratierung einer Redaktion oder eines Algorithmus. Die aktive inhaltliche Auseinandersetzung mit der zur Verfügung stehenden Musik war/ist hier unausweichlich.

foster certain cultures, ideologies and identities“ (Eriksson & Johansson 2017: 165). Im Fall von Spotify können dadurch normative Ansätze wie funktionale Musikbetrachtungen und neoliberale Subjektivierungen hervorgerufen werden (vgl. ebd.: 164).

Das zur Verfügung stehende Angebot ist abhängig von gültigen Musiklizenzierungen, deren Gestaltung und Bestand für die Abonnent*innen nicht einsehbar sind. Lizenzgebungen können zwischen unterschiedlichen Länderversionen variieren, das Angebot reflektiert somit nicht die Idee einer globalen Demokratisierung von Musik. Zugleich ist die Nutzung wie bereits erwähnt eingebunden in eine Feedbackschleife: Zur Vergütung der Rechteinhaber muus jeder gehörte Musiktitel dokumentiert werden, zudem werden Nutzeraktionen wie das wiederholte Überspringen (‚Skippen‘) von Einzeltiteln genutzt, um beispielsweise nicht gemochte‘ Artefakte aus dem kuratierten Angebot zu nehmen. Aufgrund der großen Menge weiterer zur Verfügung stehender Musik können Nutzer*innen geneigt sein, Musik, die ihnen nach den ersten Sekunden Spielzeit nicht zusagt, unmittelbar zu überspringen (vgl. Lamere 2014). Diese Interaktion kann Einfluss auf die Gestaltung kuratierter Listen nehmen und reflektiert zugleich „the Power of Familiarity in Music Choice“ (Ward et al. 2014). Deren Bewertung ist abhängig von der normativen Betrachtung und Bedeutung von Musik: „Consuming information that conforms to our ideas of the world is easy and pleasurable; consuming information that challenges us to think in new ways or question our assumptions is frustrating and difficult“ (Pariser 2011: 88). Als Gegenstück zu der Konstruktion von Filterblasen seitens der Distributionsplattformen unterliegen die Rezipient*innen einem eigenen Informationskokon (Kongruenz mit eigenem Wissen) und Echokammern (Spiegelung dieses Wissens durch Netzwerkeffekte). Eine ‚Disintermediation‘, die durch das Digitale scheinbar ermöglichte Eliminierung der Mittelsleute und Abhängigkeitsverhältnisse zu Radioprogrammen oder CD-Geschäften, führe folglich zur Installation neuer Mediatoren in Form von unsichtbaren Gatekeepern (vgl. ebd.: 60).

# 3 Musik und Kuratieren

Nachdem das vorangegangene Kapitel sich mit der Formatierung der Musik sowie den Besonderheiten der Distributionsform des Streamings auf den überwiegend technisch-medialen Rahmen konzentriert hat, bespricht dieser Abschnitt Aspekte des konkreten Untersuchungsgegenstandes, nämlich das Filtern in Form kuratierter Musikangebote. Der aufmerksamkeitsökonomischen Frage nach Sichtbarkeit kommt dabei eine bedeutende Rolle zu, denn „[u]nauffällig und unsichtbar zu bleiben, scheint eine der größten Befürchtungen zu sein, die in der globalisierten Welt des 21. Jahrhunderts die verschiedensten Akteure zu einem mit allen Mitteln geführten Kampf um Aufmerksamkeit treibt“ (Schroer 2010: 282 zit. nach Huber 2018: 219). Der editoriale Bereich bei Musikstreamingdiensten stellt ein solches Instrument des Sicht- und Unsichtbarmachens dar. Die Selektionsmechanismen repräsentieren eine ebenfalls unsichtbare Black Box, der sich diese Arbeit zu nähern versucht.

## 3.1 Playlists

### 3.1.1 Entwicklung

Die ‚Playlist‘[13] weist eine mehr als einhundertjährige Geschichte auf, die maßgeblich von der technologischen Entwicklung der Musikdistributionsformen getrieben wurde. Die Ursprünge liegen noch vor der Erfindung der Phonographie in der Konzertgestaltung um 1850, die eine konsistente Musikmischung als Ziel verfolgt und von der Persönlichkeit und den Präferenzen eines Programmdirektors (analog zu der Funktion der Kurator*innen) geprägt wird, anstatt wie zuvor ausschließlich auf den Geschmack des Publikums ausgerichtet zu sein (vgl. Dias et al. 2017: 14377). Bei der aufkommenden Rundfunkverbreitung um die folgende Jahrhundertwende beschreibt die Playlist zunächst ein ungeordnetes Set aus Musiktiteln (vgl. ebd.). In den Anfängen wird auch das Radioprogramm primär von der der Persönlichkeit und dem Geschmack des ‚Radio Host‘ bestimmt, bevor externe Einflüsse wie Verkaufszahlen zunehmend Einfluss auf die Musikauswahl nehmen (vgl. ebd.: 14378). Die DJ-Kultur der 1970er-Jahre etabliert das Konzept eines lückenfreien kontinuierlichen Mixens, das über eine bloße Zusammenstellung einzelner Titel hinausgeht (vgl. ebd.). Die Verbreitung von Kassettenrecordern und später mobilen Audiogeräten wie dem Sony Walkman eröffnet der Playlist Eintritt in den Raum des Privaten: Das Erstellen von persönlichen Mixtapes durch Neukombination

[13] An dieser Stelle sei der Begriff einmalig in Anführungszeichen gesetzt, fand er über die gezeigten Entwicklungsstufen doch primär im englischsprachigen Raum Verwendung und wird im Deutschen vor allem mit seiner Verwendung in digitalen Medien assoziiert.

und -anordnung von Musiktiteln ist dabei ein Mittel des Musikempfehlens und -entdeckens (vgl. ebd.). Digitale Musik und insbesondere das MP3-Format ermöglichen das Teilen von Musikzusammenstellungen im Privaten unabhängig von den physikalischen Einschränkungen der Tonträger, im öffentlichen Raum werden durch Online-Radio-Streaming zunehmend diversere Radio-Titellisten global verfügbar (vgl. ebd.). Die Möglichkeit, individuelle Playlists beispielsweise auf dem Apple iPod zu erstellen, laufend zu bearbeiten und nahezu unbegrenzt zu erweitern, verändert die Musikrezeption grundlegend (vgl. Sin 2014: 3, Anderton et al. 2013: 151).

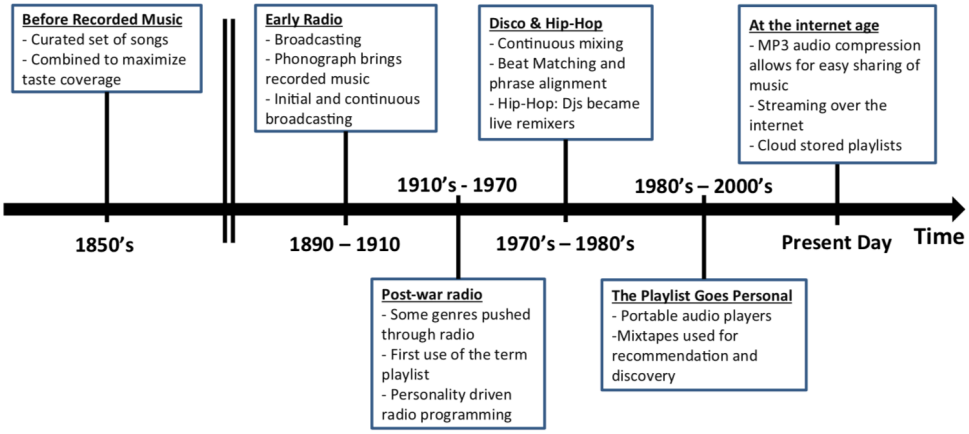


**Abb. 1 Historische Entwicklung der Playlist (Quelle: Dias et al. 2017: 14378)**

Dias et al. unterscheiden in digitale Playlists, die für den persönlichen Gebrauch oder zum Teilen im Bekanntenkreis konzipiert werden (beispielsweise Mixtapes, iPod-Playlists), öffentlich zur Verfügung gestellte Wiedergabelisten (8tracks- oder YouTube-Playlists) und Playlists mit Experte-Zuhörer-Verhältnis (beispielsweise Club- oder Radio-Playlists) (vgl. 2017: 14380). „Nowadays, the current trend is towards common web-based storage of playlists, where streaming services either provide listenable content or links to buy them, and promote sharing and discovery behaviors“ (vgl. ebd.: 14378). Anzumerken ist, dass kuratierte Playlists der Streamingdienste trotz des thematischen Rahmens in der Studie selbst keine Einordnung finden: Sie sind als Hybrid aus den angegebenen Kategorien der Expertenlisten einzuordnen und fungieren je nach Verwendungskontext als Radio-, Club- oder Compilation-Playlist. Viele Playlist-Definitionen aktueller Literatur verweisen primär auf die historische Verbindung zum Radio: In ihrem *Handbuch populärer Musik* definieren Wicke et al. die Playlist als „eine im amerikanischen Rundfunk Ende der 1940er Jahre im Zusammenhang mit der Herausbildung des *Format Radio* als Repertoire-Grundlage des Musikprogramms eingeführte Titelliste“ (2007: 536, Hervorhebung im Original). Anderton et al. definieren die Playlist als „list of songs (updated at least weekly) played regularly by

a radio station“ (2013: 212). Ziel der Radio-Playlist ist, mit der getroffenen Musikauswahl einer Station ein musikalisches Format zu geben, das sie von anderen unterscheidet und auf ein bestimmtes Publikum auslegt (vgl. Wicke et al. 2007: 536). Die Wiedergabereihenfolge wird immer wieder von Neuem zusammengestellt, was auch durch die rechtliche Lizenzgestaltung bedingt sein kann.[14] Die musikalische Konzeption ist in der Regel auf bestimmte Musikstile spezialisiert (vgl. ebd.: 537) und steht zugleich in Wechselwirkung und Abhängigkeit vom Zielgruppenmarkt und den damit verbundenen Werbe- und Sponsorship-Einnahmen (vgl. Anderton et al. 2013: 115). Die Radio-Playlist dient als Marketinginstrument der Musik- und Werbeindustrie, Radiostationen fungieren als ‚Tastemaker‘ und Orientierungsmedium, das von größter Bedeutung für kommerzielle Musik ist. In den USA führt die Entwicklung im Massenrundfunk zur Entwicklung der sogenannten Top 40-Stationen, die ausschließlich die aktuellen Charts-Titel in ihre Rotation aufnehmen und in andauernder Wiederholung ausspielen, was das Popmusikformat prägt (vgl. Wicke et al. 2007: 537). Das Radio als ‚Hitradio‘ wird durch seine „Abschaltfestigkeit“ (Korth 2000: 18 zit. nach Friedrichsen et al. 2004: 37) definiert: Titel, die zum Wechsel des Radioprogramms führen könnten, werden nicht gespielt (vgl. Sin 2014: 40). Die Folge ist eine Reduzierung des Angebots von mehreren tausend Titeln zu einem einige hundert umfassenden Angebot (vgl. Friedrichsen et al. 2004: 40). „Failure to playlist a song can lead to significant knock-on consequences for an artist. For instance, the marketing budget and the support of record company staff may ebb away because the act is no longer considered a ‚hot property‘“ (vgl. Anderton et al. 2013: 115).

### 3.1.2 Playlists bei Streamingdiensten

Während die von den privaten Nutzer*innen erstellten Playlists in der Tradition der Mixtapes zu verorten sind, stehen die kuratierten Playlists und ihre Eigenschaften in der Nähe der historischen Entwicklung der Radio-Playlists. Für die Playlists, die von Streamingdiensten angeboten werden, erscheint die erweiterte Definition von Dias et al. am zutreffendsten: „A playlist is an arbitrary sequence of songs meant to be listened to as a group and that fit a certain theme or purpose either for individual reproduction or sharing“ (2017: 14379). ‚Arbitrary‘ soll dabei nicht als zufällig, sondern vielmehr als ‚nicht abschließend definierbar‘ verstanden werden. Streamingdienst-Playlists sind fluide: Die Titel-Reihenfolge kann beliebig festgelegt und durch einfaches Verschieben jederzeit verändert

[14] So unterliegt auch der Playlist-orientierte Musikdienst 8tracks (https://8tracks.com) der Radio-Lizenzierung, da es kein On-Demand-Angebot darstellt, die Titelliste erst nach Wiedergabe einsehbar ist und die Regeln der Playlistgestaltung befolgt werden: „[F]ollowing a set of programming rules that limits the number of songs that may be transmitted from any one album or any recording artist on a given channel or playlist during a three-hour period“ (8tracks 2019).

werden. Anders als beispielsweise bei fortlaufenden Mixtape-Aufnahmen können neue Titel beliebig zwischen den bisherigen platziert werden. Playlists können auf verschiedene Arten ‚gefertigt' werden: (1) manuell – die Titel werden einzeln ausgewählt; (2) automatisch – die Zusammenstellung erfolgt ohne menschliche Beteiligung, in der Regel unter Nutzung algorithmischer Strukturen; (3) Nutzung assistierender Techniken – beispielsweise durch technische Unterstützung oder visuelle Abbildung (vgl. Dias et al. 2017: 14376). Anders als ihre analogen Vorgänger ist die digitale Playlist in der Theorie nicht an Kapazitätsbeschränkungen durch das Trägermedium gebunden, in der Praxis ist die maximale Kapazität einer Playlist bei Spotify jedoch auf 10.000 Titel beschränkt.[15] Die Limitierung ist anders als bei ihren analogen Vorgängern nicht an einer maximalen Spielzeitlänge orientiert, sondern an der quantitativen Menge der Items in einer Liste. Die kuratierte Playlist kann in ihrer inhaltlichen Gestaltung ebenso eine lose Sammlung von Titeln sein wie einen Spannungsbogen oder ein narratives Ziel verfolgen. Die Playlists existieren nur im Gegenwartsmoment: Der Zeitpunkt des Hinzufügens einzelner Titel ist ersichtlich, vorangegangene Versionen der Playlist sind jedoch nicht abrufbar. Im Gegensatz hierzu steht die fortlaufende Radio-Playlist, die in aller Regel über mit Zeitstempeln versehenen Titellisten zumindest für einen beschränkten Zeitraum auf den Internetpräsenzen der Stationen abgerufen werden können.

Die kuratierten Playlists der Streamingdienste dienen der in Kapitel 2 aufgezeigten notwendigen Entlastung bei der Musikauswahl durch die Reduzierung der angebotenen Informationsmenge (vgl. Huber 2018: 92): „Playlists are used not only to aggregate songs about a specific artist, genre, purpose or theme, but also as a way to leverage the burden of having to browse these music collections through the different perspectives of their content and to promote the social status of the playlist creators" (Dias et al. 2017: 14376). Die Bezeichnung *Genres und Stimmungen* offenbart die angedachte Funktion kuratierter Playlists bei Spotify:

> Today, Spotify's interaction design re-organizes music consumption around behaviors, feelings and moods, channelled through curated playlists and motivational messages that change six times a day. This present situation – where music has become data, and data in turn become contextual material for user profiling at scale – invites us to pause and reflect about the way songs, books, or films are now typically made accessible. (Mähler & Vonderau 2017: 213)

Playlists reflektieren folglich die emotionale Zugangskomponente beim Musikhören: „Also shown to be effective was the novel Genres & Moods feature. Indeed, it is oftentimes the mood carried by the music that music listeners seek after" (Tang & Yang 2017: 12). Zugleich

[15] Diese Beschränkung ist in der Spotify Community, dem offiziellen Forum des Streaminganbieters, ein Gegenstand langjähriger Diskussion (vgl. Spotify Community 2014). Die in Playlists technisch zugelassene Titelzahl übertrifft dabei in großem Maß die technischen Beschränkungen vorangegangener Musikträger und stellt die Frage nach ihrer medienhistorischen Loslösung.

erhöhen sie die Möglichkeiten des Samplings und vergrößern damit das Interesse an Musik (vgl. Dörr 2012: 86). Durch die zentrale Einbindung kuratierter Playlists in die Oberfläche der Spotify-Applikationen können thematische Playlists Musik mit neuen Konnotationen versehen. Das sogenannte ‚Framing' bedeutet „encouraging listeners to engage with music less as an autotelic activity and more as an accessory to something else" (Drott 2018: 257). Diese in einen Marketingdiskurs gestellte Praxis diskutiert die ökomomische Komponente der Ware, die mit den Playlists im Speziellen und dem Abonnementdienst im Allgemeinen angeboten wird (vgl. ebd.). Framing ist nicht notwendigerweise für die Nutzer*innen ersichtlich oder kann „zur Selbstverständlichkeit, invisibilisiert und damit weder bewusstseinsfähig noch bewusstseinspflichtig" (Jacke 2007: 67) werden. Ein invisibilisierter Aspekt sind auch die regionalen Unterschiede des angezeigten editorialen Angebots, das an die Länderversion, für die der jeweilige Spotify-Account registriert wurde, angepasst wird:

> This approach might also be seen to imply that there is an identifiable and quantifiable audience and either that the rules and conventions apply to all or that we can identify and quantify different musical communities through genre, historical period, geographical area or some other criteria. In reality, though, there are no fixed genres and there are no fixed rules: there is a complex mass of individuals and there is no ‚system' – just an unholy mess. (Zagorski-Thomas 2014: 33)

Für die Musikauswahl hat das zur Konsequenz, dass Zusammenstellungen kompatibel mit großen diversen Gruppen sein müssen, was zu einer verhältnismäßig geringen Komplexität der Musik führe (vgl. Ruth et al. 2017: 76). Der Radio-Usus, die Musikauswahl streng an der (Werbe-)Zielgruppe auszurichten und Titel, die zum Ab- oder Umschalten bewegen könnten, nicht in die Rotation aufzunehmen (vgl. Sin 2014: 40), reflektiert die thematischen und musikalischen an Playlists gestellten Konsistenzansprüche. Der Zielgruppe wird dabei unterstellt, weder das Wissen noch die Motivation aufzuweisen, sich einem unbekannten, komplexen und herausfordernden Programm auszusetzen (vgl. Ruth et al. 2017: 76). So kommt auch Snickars hinsichtlich der Radio-Funktion von Spotify zu dem Schluss:

> Perhaps it is sufficient to state that the algorithm(s) behind Spotify Radio are one-sided, since they rarely promote novel artists. Yet, on the other hand, they can also be perceived as commercially biased, although not in a pejorative way but rather from the perspective of mass appeal, as a way of keeping as many listeners as possible tuned to a station. (Snickars 2017: 205)

Während Streamingdienste die ‚Tastemaker'-Funktion der Radiosender adaptieren, werden ihre potentiell einflussreichen Zusammenstellungen bislang nicht durch Quoten reguliert (vgl. Anderton et al. 2013: 116f.): „Streaming services, like radio broadcasters before them, have played no small role in this peculiar education of the senses. Consider the way activity and mood-based playlists are foregrounded on the user interfaces […]" (Drott 2018: 257).

## 3.2 Kuratieren

Der Prozess des Kuratierens meint, aus einer großen Informationsmenge nach bestimmten Kriterien eine Auswahl zu treffen und diese anderen, die nicht ausreichend Wissen, Zeit, Geld oder andere Kapazitäten (sprich: die Kapitalarten im Bourdieuschen Sinne) zur Verfügung haben, um eine solche Auswahl selbst vorzunehmen, bereitzustellen und so den Konsum bestimmter kultureller Artefakte wie Musik zu ermöglichen. Voraussetzung für die Relevanz der Auswahl ist eine zugesprochene Legitimation, beispielsweise in Form von persönlichen Bezügen, anerkannter Expertise oder das Vertrauen in manuelle gegenüber algorithmischer Zusammenstellung (vgl. Dias et al. 2017: 14397). In dieser Arbeit werden die Menschen, die Playlists für Streamingdienstanbieter erstellen, als Kurator*innen bezeichnet. Die Summe der Playlists wird editoriales respektive kuratiertes Angebot genannt. Die erstellten Wiedergabelisten können an musikalischen und thematischen Aspekten sowie dem persönlichen Geschmack der Kurator*innen ausgerichtet sein oder sich algorithmischer Auswertungen der Dienstnutzung bedienen. Spotify verfügt hierfür über ein editoriales Team: „Spotify etwa beschäftigt ExpertInnen mit exzellenter Repertoirekenntnis, die den AbonnentInnen für jede Gelegenheit eine passende Playlist zusammenstellen“ (Huber 2018: 95). Zum Start des konkurrierenden Anbieters Apple Music im Jahr 2015 wurde dennoch besonders auf die durch menschliche Kurator*innen und persönlichen Empfehlungen erzeugte ‚Wärme‘ des neuen Streamingdienstes im Kontrast zur technisch-kalten weil algorithmischen Playlistgenerierung der Konkurrenz verwiesen (vgl. Dredge 2015).

Die Legitimation der Musikauswahl ist von großer Bedeutung hinsichtlich musikalischer Bildung: „Die Musikauswahl der Kinder und Jugendlichen wird vor dem Hintergrund des Überangebots im Internet stärker zufällig oder durch unverlässliche Quellen beeinflusst“ (Huber 2018: 219). Ein*e Expert*in ist – der Kanon-Theorie folgend, für die die Legitimation ihrer Korpusbildung ebenso von großer Relevanz ist – eine Person, die durch Sachorientierung, musikalische Kenner- und Könnerschaft geprägt ist und zwischen Selbstprofilierung und Publikumsakzeptanz in der Lage ist, sich Gehör zu verschaffen und als ernst zu nehmender Meinungsmultiplikator zu wirken (vgl. Appen et al. 2008: 27). Die Masse der Rezipient*innen hingegen kann ihren (Nicht-)Gefallen indirekt über Einschaltquoten und direkt über Empfehlungen im engeren Umfeld äußern. Im Sinne des Social Web können sie durch die bereits erwähnte Feedbackschleife des Hörens und Überspringens potentiell Einfluss auf die Gestaltung der Listen nehmen. Einige Spotify-Nutzer*innen, die besonders häufig noch unbekannte Künstler*innen hören, die danach populär werden, werden zudem algorithmisch als ‚Trendsetter‘ markiert und können den Spotify-Kurator*innen als

Orientierungsstütze dienen (vgl. Murphy 2016). Zudem greift die Musikindustrie nachhaltig ein, indem sie mediale Präsenz für die von ihr vertriebenen Medienprodukte schafft (vgl. Appen et al. 2008: 27). Wie bei kanonischen Sammlungen, die autoritär (Präferenznennungen einzelner Expert*innen oder Gruppen) oder demokratisch (durch Abstimmung) erfolgen, lässt sich die Zusammenstellung der Playlists nur als Zusammenspiel der genannten Faktoren begreifen (vgl. ebd.: 28).

Musikauswahl steht immer auch in Wechselwirkung mit den Ansprüchen und Erwartungen des Publikums, das bei Millionen von Abonnent*innen sehr divers ist.

> Die Auseinandersetzung mit kulturellen Praktiken und Objekten wird nur dann befriedigend sein, wenn sie einen fordert, ohne zu überfordern. Was zu vertraut ist, wird langweilig. Was zu komplex ist, strengt zu sehr an. Mit wiederholter Rezeption steigen die Vertrautheit und der Wunsch nach höherer Komplexität. (Huber 2018: 10)

Bisherige Hörerlebnisse wirken wie Filter und Referenzen, zugleich führt eine zu große Ubiquität gleichförmiger Übertragungsmusik zum Verlust der ‚Offenohrigkeit' (vgl. ebd.). Das Angebot der Streamingdienste ist wie das diversifizierte Radioprogramm ein Käufermarkt: Was nicht gefällt, wird nicht gehört und findet keinen Raum in der Oberfläche. Die Wechselwirkung fragt somit auch nach der artifiziellen Bedeutung von Musik in der Gesellschaft, ihren Vertreter*innen und ihrer Sichtbarkeit.

## 3.3 Dimensionen kuratierter Musik

Für viele Musikzusammenstellungen ist oftmals der subjektive Geschmack das primäre Kriterium. Das eigene Gefallen und Nicht-Gefallen ist für künstlerische Artefakte ein Gradmesser, der in manuellen Auswahlprozessen eine wichtige Rolle übernimmt.[16] Urteile des Geschmacks sind jedoch nicht intersubjektiv gültig. Deshalb soll in dieser Arbeit keine Bewertung der ‚Güte' jeglicher Musikauswahl vorgenommen werden, insbesondere weil das Angebot kuratierter Playlists als Black Box zu betrachten ist und die Entstehungsprozesse nicht sichtbar gemacht werden können. Dieses Kapitel soll jene Aspekte, die mit der praktischen Verwendung des kuratierten Playlistangebots korrespondieren, literaturgestützt fundieren. Diese Aspekte werden im Folgenden als ‚Dimensionen' der kuratierten Playlists bezeichnet: Auf diese Weise erfolgt eine multidimensionale Verortung anstatt einer Zuordnung der Playlists in einzelnen abgeschlossenen Kategorien.

[16] Vgl. hierzu beispielhaft Michael Parzer: Der gute Musikgeschmack. Zur sozialen Praxis ästhetischer Bewertung in der Popularkultur. Frankfurt/M.: Peter Lang 2011; George J. Stigler & Gary S. Becker: De Gustibus Non Est Disputandum. In: The American Economic Review 67 (2/1977), S. 76-90. URL: http://www.jstor.org/stable/1807222 (19.8.2016).

Die Dimensionen umfassen

- musikalische Kategorisierungen anhand Genre-Zuordnungen (Kap. 3.3.1);
- die Zeitdimension als (musik)geschichtliche Verortung (Kap. 3.3.2);
- die ökonomische Dimension anhand des kommerziellen Erfolges, der sich in Charts manifestiert (Kap. 3.3.3);
- den Fokus auf die Musikschaffenden ähnlich der Heroen-Tradition (Kap. 3.3.4);
- assoziierte Funktionen zur Stimmungsregulierung oder der musikalischen Begleitung von Tageszeiten, Aktivitäten und Anlässen (Kap. 3.3.5);
- die Abbildung gesellschaftlicher Fragen und politische Repräsentationen (Kap. 3.3.6.) sowie
- Ausschlusskriterien und Nicht-Verfügbarkeit von Musik (Kap. 3.3.7).

Auch die hier betrachteten Aspekte stellen eine Auswahl dar, über die hinaus viele weitere Auswahlmechanismen denkbar wären. Dazu gehören das bereits erwähnte subjektive Gefallen, die Auswahl nach textlichen Bestandteilen oder musikalischer Wendungen, die in ihrer Spezifität den Umfang dieser Arbeit jedoch übersteigen und nicht primär mit dem gesammelten Datenmaterial in Verbindung stehen.

### 3.3.1 Genres

Die Klassifikation mittels Genrebegriffen stellt eines der wichtigsten Orientierungsinstrumente zur Einordnung von Musikstücken dar. Genres sind zentral für Organisation von Musik (vgl. Shuker 2005: 121) mittels formaler Einteilung in verwandte Werke und Klassen (vgl. Sin 2014: 130). Die Termini ‚Genre' und ‚Musikstil' werden je nach Literatur synonym verwendet oder als zwei sich zumindest überschneidende Begriffe betrachtet (vgl. Shuker 2005: 121, Sin 2014: 129). Nicht nur deshalb lassen sich Genres jedoch weder eindeutig noch abschließend definieren: Sie sind vielmehr abstrakte Konzeptionen und dynamische Konstrukte (vgl. Sin 2014: 130). Genres sind Teil der Alltagskommunikation über Musik, deren Begrifflichkeiten sich von denen des Marketinginstruments der Musikindustrie wie auch von der Analysekategorie der Wissenschaft unterscheiden können. Sie basieren auf idealtypischen Konstruktionen, denen ein nicht erklärbares populäres Wissen zugrunde liegt (vgl. Ismaiel-Wendt 2011: 17). Trotz eines Grundkonsens in zumindest den Oberbegriffen sind Genre-Bestimmungen also abhängig von dem Adressatenkreis und stellen somit die Frage nach der Definition von und der Kommunikation über Popmusik allgemein (vgl. Shuker 2005: 123). Der Hintergrund der verwendeten Kategorien ist für die Betrachtung von Streamingdiensten, die Teil eines Alltagsdiskurses sind, ebenso von Relevanz: Genres beschreiben zunächst vor allem der Musik immanente Eigenschaften, können aber mit kommerziellen Musikkategorien verwechselt werden, wie das Beispiel ‚Weltmusik' zeigt:

„World music is a marketing category invented to expand the audience for African popular music. World music has no distinctive stylistic or idiomatic features, and the label was created to sell musical styles that were seen to have an underdeveloped market potential“ (Lena 2012: 21). Die Terminologien von Plattenfirmen stimmen nicht notwendigerweise mit den Labellings von Medienanstalten und dem Alltagsverständnis der Genres überein (vgl. Brackett 2015: 194).

Im Allgemeinen beschreibt ‚Genre‘ eine Kategorie oder einen Typ (vgl. Shuker 2005: 120). Konkret definiert Negus Musikgenres als „[…] the way in which musical categories and systems of classification shape the music that we might play and listen to, mediating both the experience of music and its formal organization by an entertainment industry“ (1999: 4) und hebt hier die reziproke Beziehung zwischen Musik und Genres hervor. Als ‚Major Genres‘ werden Kategorien wie Blues, Country, Folk, Heavy Metal, Jazz, Reggae, Rock und Soul genannt (vgl. Shuker 2005: 123). Je nach Spezifitätsgrad können weiterführend mit ‚Metagenres‘ lose Zusammenfassungen (‚Loose Amalgams‘) von verschiedenen Stilen, mit ‚Subgenres‘ Untergruppen von etablierten und ausdifferenzierten Genres beschrieben werden (vgl. ebd.: 122). Statische (oftmals gleichbedeutend mit: akademische) Definitionen von Genres stehen nicht mit der musikalischen Praxis in Zusammenhang (vgl. ebd.: 123): „For those actively involved in day-to-day musical activity, genres are often experienced as dynamic and changing rather than rule-bound and static“ (Negus 1999: 25f.). Genres sollen dabei helfen, der Einordnung geschaffener Artefakte Struktur zu geben: „Genre is a cultural practice that attempts to structure some order into the wide range of texts and meanings that circulate in our culture for the convenience of both producers and audiences“ (Fiske 1987: 109 zit. nach Sin 2014: 131). Ein Stück kann zu diesem Zweck und aufgrund der fehlenden Trennschärfe auch mehreren Genres zugeordnet sein (vgl. Sin 2014: 133).

Genres werden weder ausschließlich durch das Diktat der Musikindustrie (‚Top Down‘) noch durch den Publikumsdiskurs (‚Bottom Up‘) definiert, die Rollen von Musikschaffenden, -industrie und -konsumierenden können nicht getrennt werden (vgl. Brackett 2015: 202). Daher sollen in der Musikdistribution sowohl der hochgradig ausdifferenzierte Musikmarkt als auch die ebenso ausdifferenzierte Musikhörerschaft abgebildet werden (vgl. Sin 2014: 165). „The resulting musical categories are enshrined in institutional practices – from radio formats, production categories, journalistic, and fan discourse all the way to the graphic interface of i-Tunes [sic!] – that have a profound effect on the circulation of music“ (Brackett 2015: 203). Diese institutionellen Praktiken werden ebenso Eingang in die Gestaltung der Streamingdienste und ihrer Oberfläche finden und offenbaren die Bedeutung der Frage nach Verwendung, Ausdifferenzierung und Repräsentation der dortigen Genre-

kategorien. In dem informationsüberfüllten und zugleich stark segmentierten Markt sind Genreeinteilungen ein Lösungsansatz für die daraus resultierenden Orientierungsprobleme (vgl. Sin 2014: 129). Die Kategorisierung ist dabei stark von der anzusprechenden Zielgruppe unter Berücksichtigung der Faktoren Musikaffinität, Genrevorlieben und territoriale Besonderheiten abhängig (vgl. ebd.: 231). Gerade weil Genres auch Teil der Initialkommunikation über Musik sind und die meisten Musikhörer*innen zumindest in Oberkategorien Genrebegriffe als Zugang zur Musik verwenden, ist die Repräsentation verschiedener Musikstile von Interesse, wurde Musik in ihrer Geschichte mittels Genredefinitionen jedoch auch (un)sichtbar gemacht, ab- und ausgegrenzt: „In terms of the identification and delineation of various genres, it is instructive to see which have, or have not, been accorded separate treatment […]“ (Shuker 2005: 123).

Genres sind historisch verortet und verorten Musiktitel historisch: Ihre Grenzen sind hochgradig fluide, sie können nicht unabhängig von vorangegangener Musik gedacht werden und beinhalten oftmals Leihgaben anderer Stile (vgl. ebd.: 121). Ihre Popularität und Langlebigkeit sind abhängig von zeitlichen und geographischen Perspektiven (vgl. Lena 2012: 7). Hierarchisierungen unter Genres sind „loosely based around the notions of authenticity, sincerity, and commercialism“ (Shuker 2005: 123). Genres sind daher zugleich auch soziale Kategorien: Die Entschlüsselung von musikalischen Codes ist auch ein emotionaler Akt, der von Genrekulturen geprägt wird (vgl. Negus 1999: 180):

> People do not simply discover, buy and listen to music. They dance to it, they gather with others who enjoy the same music, they collect and organize music, and they create new knowledge around that music. Subgenres form, and scenes are created that support and reinforce those subgenres. (Anderton et al.: 10)

Spezifische Musikstile haben unterschiedliche Hauptzuhörerschaften, die sich sowohl in Demographie, Merkmalen der Distinktion als auch in der Komplexität ihres Musikwissens unterscheiden (vgl. Shuker 2005: 123; Schramm 2005: 70f.; Sin 2014: 165). Genres wie Hip-Hop oder Punk erhalten ihre Legitimation durch ihre soziokulturelle Umgebung, die nicht notwendigerweise mit Akzeptanz zu verwechseln ist (vgl. Custodis 2008: 162). Ebenso wie Genregrenzen fließend verlaufen, lassen sich auch die Musikhörenden nicht eindeutig kategorisieren:

> Vielmehr haben sich die Hörgewohnheiten dahingehend verändert, dass ein Großteil der Musikhörer häufig nicht mehr auf ein einzelnes Genre festgelegt ist, sondern bunt gemischte Playlists mit Songs aus unterschiedlichen Bereichen hört. In dieser Hinsicht unterscheidet sich die Generation iPod dank der Shuffle-Funktion deutlich von ihren Vorgängern. (Sin 2014: 192)

Mit der Verwendung von Genres verorten sich Musikstreamingdienste in einem Diskurs zwischen ihren Kunden (den Musikhörer*innen), ihren Inhaltsanbietern (den Plattenfirmen und Content-Aggregatoren) und einer medialen Auseinandersetzung. Zugleich wird mit der

Kategorienwahl Einfluss auf einzelne Künstler*innen, ganze musikalische Felder und nicht zuletzt Publikumskulturen sowie ihre Entdeckungs- und Zugriffsmöglichkeiten im Playlistangebot genommen.

### 3.3.2 Musikgeschichte und Kanon(ab)bildung

Musikgeschichte zu erzählen bedeutet wie bei jeder historischen Beschäftigung ein Selektionsprozess dessen, was erinnernswürdig ist und was erinnert werden soll. Voraussetzung hierfür ist also ein Geschichtsbewusstsein in der Musik, „eine Grundhaltung, die alles Neue vor dem Hintergrund des Wissens um das bereits Gewesene rezipiert" (Appen et al. 2008: 28). Ein solches Bewusstsein umfasst die Musikstruktur selbst, ästhetische, emotionale und assoziative Komponenten, den Zeitgeist und Rezeptionsaspekte (vgl. ebd.). Jeder Medienwechsel stößt ihre Bearbeitung von neuem an und zwingt zum Überdenken der Bestände (vgl. ebd.: 42): Welche Musik wird von Einzelnen oder bestimmten Gruppen als wertvoll genug und damit als aufbewahrenswert erachtet? Diese Frage der Erinnerungskultur wird in der Regel durch Kanonbildungen beantwortet (vgl. Elflein 2008: 127) und „Kanonisierungen machen Geschichte" (Höppner 2007: 7). Die an diesem Prozess teilhabenden Personen sind bewusst oder unbewusst an der Ausübung kultureller Macht beteiligt, indem sie an der Kanondefinition teilhaben (können) (vgl. Appen et al. 2008: 27). Die Musikgeschichtsschreibung ist damit ein von Interessen geleiteter Diskurs zwischen sogenannten Expert*innen, den Rezipient*innen und der Musikwirtschaft (vgl. ebd.).

Ein Kanon ist definiert als eine retrospektiv ausgerichtete Auswahl einzelner Stücke aus der Gesamtheit des musikkulturellen Schaffens einer Region, einer Nation oder eines Kulturbereichs (vgl. ebd.: 26). Aus ihm folgen (1) Standardisierung von kulturellen Werten und Gütekriterien, (2) eine stabilisierende Wirkung auf das aktuelle Musikleben sowie (3) ein durch vergangenheitsgeprägte Traditionslinien erstelltes Raster, durch das die Gegenwart wahrgenommen, kategorisiert und bewertet wird (vgl. ebd.). Kanonisierungen fungieren als Orientierungsinstrument:

> [Sie] sind ihrer Struktur nach normierende Bündelungen von ausgewählten Eigenschaften, Handlungsweisen oder Wissensgegenständen, um die Überfülle von verfügbaren Alternativen zu begrenzen und der Produktion neuer Inhalte als konsensfähiger Maßstab zu dienen. (Custodis 2008: 163f.)

Ihre Funktion wird besonders im Zusammenhang mit steigender Menge verfügbarer Artefakte deutlich: „Kanones schaffen Sicherheit und Orientierung. Sie werden immer dann aufgestellt, wenn Kommunikation in einer Gesellschaft durch zu große Vielfalt unübersichtlich und unsicher ist" (Höppner 2007: 8). Es ist ein „ästhetischen Anlehnungsbedürfnis" (Schulze 1992: 62 zit. nach Appen et al. 2008: 42) bei großer umgebender Unsicherheit, deren Zunahme den Bedarf an kollektiven Orientierungshilfen erhöht. Die Kataloggröße von

Musikstreamingdiensten rechtfertigt wie bereits zuvor andere digitale Warenangebote diesen Bedarf an Kanonisierungen.

Anders als der klassischen Musik mit ihrem etablierten Kanon steht der Popmusik (und ihrem Wesen) die Frage nach ihrer Historizität noch gegenüber. Kanonbildungen der populären Musik werden unterschieden in den Kanon der Songs, Kanon der Musiker*innen sowie den Kanon der als bedeutend empfundenen Alben (vgl. ebd.: 30). Der Song-Kanon, der nur für den Nicht-Experten von Bedeutung ist, ist nicht geschichtsorientiert: Interpret*innen und Titelnamen sind oftmals nicht präsent, sein Repertoire ist aber weithin bekannt. Er wird durch Radio, Compilations und Coverbands ‚am Leben' gehalten (vgl. ebd.: 30f.). Der Schöpfer-Kanon fokussiert sich auf Personen und ihre Geschichte, der Personenkult steht im Vordergrund und nicht der kreative Output (vgl. ebd.: 31). Der Kanon der Albumveröffentlichungen wird als ‚Kanon der Experten' betrachtet, bedient sich Begrifflichkeiten des Kunst-Diskurses und zielt auf eine Überführung von Pop- und Rockmusik aus ihrer Ahistorizität in einen anhaltenden Diskurs ab (vgl. ebd.). „Soll populäre Musik sozial bedeutsam bleiben, braucht sie Kanones, die Orientierung angesichts der drohenden Beliebigkeit liefern" (ebd.: 9). Diese akademische Forderung offenbart den Unterschied zwischen dem Kanon der Wissenschaft und dem der Fans und Journalisten (vgl. Höppner 2007: 8), denn in der Musikpraxis erscheinen die Popkanones oft ohne normative Kraft (vgl. Appen et al. 2008: 43).

> Negativ behaftet ist und bleibt ein Kanon aufgrund der starken Einengung und Standardisierung des musikalisch Möglichen und der Durchsetzung der Maßstäbe einer zwar kleinen, aber kulturell mächtigen Gruppe für viele – zumal die auf diese Weise durchgesetzten Werte viel mehr betreffen als nur die Musik, darunter Geschlechterrollen und ganze Weltsichten. (Ebd.: 45)

Die Verengung auf die ‚Welt in einer Liste' reflektiert auch das Musikindustrieparadigma, wenige globale Superstars anstatt Musikdiversität zu produzieren (vgl. ebd.: 29). Während die Kanonbildung selbst nicht zu vermeiden sei, ist die Aufklärung über Mechanismen, soziale und machtpolitische Funktionen und der kritische Umgang umso notwendiger (vgl. ebd.: 46f.). Daraus leitet sich die Frage ab, ob das kuratierte Angebot von Musikstreamingdiensten bestehende Kanonisierungen wie die der Klassik oder populäre Listenformate (‚Die 500 besten Alben aller Zeiten') abbildet, Kanonisierungstendenzen durch Formung von Klassikerlisten zu erkennen sind oder auch an dieser Stelle eine Funktion des Radios weitergeführt und ein Song-Kanon gebildet wird. Hieran anschließend kann die Frage nach dessen Fixiertheit gestellt werden: „Manche Stücke werden vergessen, neue kommen hinzu. Sie werden umgeschrieben (gecovert), bearbeitet und anthologisiert in einem nicht endenden Strom […]" (Elflein 2008: 130).

### 3.3.3 Charts und kommerzieller Erfolg

Ein wichtiges Instrument zur Orientierung ist der kommerzielle Erfolg eines Musiktitels, der als Gradmesser der Popularität mehr normative Kraft entfalten kann als eine Kanonisierung. Die Charts als dazugehöriges Messinstrument dienen Musikschaffenden, Produzierenden und Industrie als Orientierung (vgl. Wicke et al. 2007: 141). „The popular music chart is a nummerical ranking of current releases based on sales and airplay, usually over a one-week period of time; the top-ranked album/single is number one and the rest are ranked correspondingly“ (Shuker 2005: 41). Eine Musikauswahl erfolgt hier als Abbild einer ökonomischen Dimension: Pop-Charts wie die ‚Hot 100‘ der US-Billboard-Charts folgen ursprünglich absoluten Verkaufszahlen, die populäre Musik im kommerziellen Sinn repräsentieren (vgl. Wicke et al. 2007: 140). Die länderweise und globale Ermittlung von Charts ist ein geläufiges Instrument der jeweiligen Musikmärkte. Charts (die in ihrer allgemeinen Form in der Regel als Pop-Charts bezeichnet werden) können wie Genres mit Unterkategorien versehen sein, die sich an den im Zielmarkt relevanten Musikstilen orientieren. So gibt es in den USA seit 1949 Country and Western-Charts, während das Genre in Deutschland bestenfalls ein Nischendasein fristet (vgl. ebd.).

Die Chartsermittlung ist Quelle zur Analyse von Trends in der Musikindustrie und wird oftmals herangezogen, um die historische Bedeutung und den Einfluss von Genres und Künstler*innen wiederzugeben (vgl. Shuker 2005: 42). Sie sind somit ebenfalls an Genrebildung und Musikgeschichtsschreibung beteiligt. Charts fungieren dabei jedoch wie selbsterfüllende Prophezeiungen, indem sie auf einem Zirkelschluss basieren: Programmverantwortliche (so also auch Playlist-Kurator*innen) orientieren sich an den Charts (häufig wiedergegebenen Titeln), die höhere Platzierung führt zu einem größeren Absatz und somit wird jener Erfolg mitgeneriert, den die Listen vorgeben zu messen (vgl. Wicke et al. 2007: 141; Shuker 2005: 41). Eine solche Bestärkung des (globalen) Superstar-Systems steht einem funktionierenden Long Tail entgegen. Die Funktionsweise ist ein Prozess des ‚Agenda Setting‘: „[T]o the fan of popular music, the charts are not merely quantifications of commodities but rather a major reference point around which their music displays itself in distinction and in relation to other forms“ (vgl. Shuker 2005: 42). Modifikationen der Repräsentationen können Konsequenzen für abgebildete Musiker*innen und Genres haben, fungieren sie doch auch als ‚Gradmesser des Geschmacks‘ (vgl. Shuker 2005: 41). Charts bilden populäre Musik daher nicht nur ab, sondern formen sie auch: „The charts both reflect and shape popular music, especially through their influence on radio playlists“ (ebd.: 42).

### 3.3.4 Künstler*innen

Die Interpret*innen eines Musikstückes und damit die Personen hinter der Musik können ebenfalls Ausgangspunkt der Musikselektion sein. Eine solche Auswahl steht häufig mit anderen in diesem Kapitel genannten Dimensionen wie dem kommerziellen Erfolg in Verbindung. Die zu kuratierende Gesamtgröße umfasst dann nur noch die Diskographie eines Künstlers oder eines Künstlerfeldes, aus dem Titel selektiert werden, um Portraits, Vorstellungen und Einführungen zum Werk anzubieten. Anlass zur Musikauswahl können auch das Begehen von Jahrestagen von Veröffentlichungen oder Geburts- und Todestage ihrer Schöpfer*innen sein, die dadurch kanonisiert werden (vgl. Appen et al. 2008: 40). Hierbei wird abermals das Star-System aufgerufen und (re)produziert. Individuelle Akteure werden überfokussiert gegenüber der Nichtbeachtung all derer, die an ihrer Hervorbringung beteiligt waren (vgl. Lena 2012: 2). Insbesondere in der langen Frist können wie ihre Musik auch die Musikschaffenden vergessen werden, sofern sie sich nicht mehr im Radius ausgewählter Musik befinden.

Die Rezeption von Starfiguren ist eine prozesshafte: Der Star kann als hochverdichtetes Zeichen Symbol seiner Zeit oder eines gesellschaftlichen Diskurses werden, als Idol ist er Orientierungsbild für den oder die Einzelnen (vgl. Hügel 2007: 161). Diese Funktion ist essentiell für ihr Überdauern: „[T]he ability to relate to a broad-based audience is crucial to longevity“ (Whiteley 2003: 184). Insbesondere die (Pop-)Musikhistorie anhand von Starfiguren und ihrer Musik nachzuzeichnen, erscheint naheliegender als ihre fragilen Positionen im kontemporären Popdiskurs abzubilden:

> Die Populäre Kultur insgesamt ist heute den Stars nicht gewogen, denn der gesteigerte Medienkonsum wie der schnelle Wandel der Moden und Stile, die große stilistische und teilkulturelle Diversifikation und vor allem das gesteigerte Alltagswissen von der Populären Kultur sind dem Aufbau und dem Etablieren von Starfiguren, die als individuelle Begleiter wie als Symbol ihrer Zeit gültig und unterhaltend sind, nicht dienlich. (Hügel 2007: 168)

### 3.3.5 Funktionen: Mood Management, Anlässe und Aktivitäten

Musikhören hat im Alltag einen hohen Stellenwert, das mit der großen Bedeutung ihres Potentials der Stimmungsregulierung einhergeht (vgl. Schramm 2005: 17). Aufgrund ihrer emotionalen Qualitäten und ihres Ausdrucks ist Musik in großem Maß zum sogenannten ‚Mood Management‘ geeignet (vgl. ebd.: 50). Musikhören als affektives Motiv ermöglicht das Verstärken, Abschwächen, Kompensieren oder Aufrechterhalten von Stimmungslagen (vgl. ebd.: 67). Musikhörende denken und fühlen oftmals weniger in Kategorien und Genres, sondern heben die emotionalen und aktivierenden Qualitäten der Musik hervor (vgl. Schramm 2008: 142; 2005: 50). Solch emotionales Involvement mit Musik dient daher zur Entspannung und zum Stressabbau wie auch als Aktivierungsmechanismus, beispielweise

bei Sportwettkämpfen, Partys oder bei monotonen Aktivitäten wie Autofahren (vgl. Schramm 2005: 67). Musikhören kann darüber hinaus durch das Entfliehen in eine Fantasiewelt auch eskapistische oder parasoziale Funktionen, sprich Funktionen der Lebenshilfe, übernehmen (vgl. ebd.: 71). Es dient dem ‚Impression Management', der Selbstfindung und -verwirklichung sowie dem Ausdruck eines individuellen Lebensgefühls (vgl. ebd.).

Die entsprechende Musikauswahl unterliegt individuellen Rahmenbedingungen: Aufgrund der Ausdifferenzierung von Musikgenres und musikalischen Ausdrucksformen ist eine intersubjektive Zuordnung zu Ausdrucksstimmungen diskutabel, da es keine übergreifenden Konstanten in ihrer Wahrnehmung und Identifikation mit den Ausdrucksqualitäten gibt (vgl. ebd.: 52). Die Musikwirkung ist zudem eingebettet in die eigene Enkulturation, da Kultur- und Gesellschaftssysteme generelle Verhaltensweisen, Einstellungen und damit auch die Funktionen von Musik prägen (vgl. ebd.: 56). Stimmungsregulierende Effekte sind zudem abhängig von der Verfügbarkeit und den Distributionsstrukturen spezifischer Musik (vgl. ebd.: 57, 60). Die Möglichkeit der eigenen Selektion von Musik ist daher im Gegensatz zu dem nicht beeinflussbaren Radioprogramm besonders relevant für affektive Motive (vgl. ebd.: 67). Die Musikauswahl erfolgt nach Erkenntnissen der Musiktherapie dabei oftmals nach dem sogenannten Iso-Prinzip, bei dem Musik zur Aufrechterhaltung oder Verstärkung der Stimmungslage gleich ausgewählt wird, anstatt sie beispielsweise mit gegenteiligen Stimmungen zu kompensieren (vgl. ebd.: 62). All diese Daten werden bei Playlists zur Stimmungsregulierung berücksichtigt:

> This offer includes ‚demographic targeting' as well as ‚content targeting' to reach users with particular habits, mindsets, and tastes that align with a pre-defined target persona. Playlists, ‚tailored' to specific urban activities (such as ‚Morning Commute') and moods (such as ‚Life Sucks') are combined with data on genre preferences, age and gender, geography, language, and streaming habits alongside broader interests, lifestyle, and shopping behaviors, fueled by third-party data providers. (Mähler & Vonderau 2017: 213)

Musik kann auch Begleiter von (Alltags-)Aktivitäten sein, beispielsweise um von monotonen Tätigkeiten abzulenken, sie zu erleichtern und Zeit zu verkürzen oder um Atmosphäre zu schaffen (vgl. Schramm 2005: 68). Dabei ist die Herausbildung von Routinen ein wichtiges Instrument, um Aufgaben im Alltag einen festen Platz zu geben und sie zu bestimmten Anlässen (Autofahrt) oder Tageszeiten (morgens beim Aufstehen) auszuüben (vgl. ebd.: 73).: „Participants found it natural to link functions to activities, often mentioning both in the same sentence (e.g. on arrival home from work ‚music lifts the stress of work: it has an immediate healing effect')" (Sloboda & O'Neill 2001: 419 zit. nach ebd.: 68). Der Wunsch nach Musik in Alltagssituationen ist geprägt von situativen Präferenzen: „Hierbei ist nicht nur von Interesse, welche Musikgenres in welchen Situationen von welchen Personengruppen präferiert werden, sondern insbesondere, welche Funktionalität die Musik

in den jeweiligen Situationen übernimmt“ (vgl. Schramm 2005: 74). Folgende Tätigkeiten werden genannt: Arbeiten im Haus; Autofahren, Joggen, Fahrradfahren; Arbeiten am Schreibtisch / Büroarbeit; im Bett liegen, Einschlafen; Essen; Aufwachen / Aufstehen; Mitsingen; Lesen; ein Bad nehmen; Home-Fitness; geselliges Beisammensein; sexuelle / romantische Aktivitäten; unterwegs sein mit öffentlichen Verkehrsmitteln; bei der Ankunft zu Hause nach der Arbeit (vgl. Sloboda & O’Neill 2001: 420 zit. nach ebd.: 87).

Aufgrund ihrer Omnipräsenz eignet sich Musik neben dem emotionalen auch für das assoziative Involvement (vgl. Schramm 2005: 69). Musik wird mit Erinnerungen und Situationen in Verbindung gebracht und fungiert dann als Zeitzeuge (vgl. ebd.). Verstärkt wird dieser Effekt durch die ritualisierte Verwendung zu besonderen Anlässen wie Festen:

> Durch das Erinnern an Vergangenes werden auch die damals durchlebten Gefühle wieder aktualisiert. Auch der andere Weg ist denkbar: Durch das Wachrufen damaliger Gefühle durch die Musik können sich die Musikhörer/-innen besser und detaillierter an das betreffende Ereignis erinnern. (ebd.)

Die Betrachtung der Stimmungen und die Auswahl der Anlässe, für die kuratierte Playlists zur Verfügung gestellt werden, eröffnet auch Perspektiven auf das Framing von Musik sowie die Repräsentation verschiedener Gesellschaften und Religionsgruppen. Ihre Verfügbarkeit ist entscheidend dafür, ob das „Musikhören als Pflege von Traditionen und Brauchtum“ (Huber 2018: 8) funktionieren kann.

### 3.3.6 Repräsentation / Politik

Eine Auswahl zu treffen bedeutet, einen Musiktitel und die ihn umgebenen Variablen hervorzuheben, gleichsam den Ausschluss anderer Stücke, was dem Wesen des Kuratierens entspricht. Insbesondere dort, wo Zusammenstellungen auf ein großes Publikum stoßen und die Möglichkeit der Ausübung eines entsprechend großen kulturellen Einflusses besteht, können bewusst oder unbewusst auch politische Dimensionen und Fragen der Repräsentation adressiert werden. In Abhängigkeit von den gewählten Ausschnitten der Musikwelt und ihren Akteuren stellt sich die Frage nach der Vermittlung bestimmter Bausteine von Weltbildern, Ereignissen und politischen Einstellungen. An dieser Stelle genannte Aspekte sollen Identitätsfragen wie Gender und die Nutzung geographischer Begriffe zur Abbildung von Musikkulturen und ihren Herkünften sein.

Ob der großen Bedeutung für die Musikindustrie wird Popmusik wird als „gendered phenomenon“ (Eriksson & Johansson 2017: 174) bezeichnet: „The persistent male domination in the music industries has been noted by several scholars over the years, hence acknowledging the marginalization of women in music production and the ways in which gender conventions and ideologies affect music practices […]“ (ebd.: 167). Und weiter: „Typically, such studies point to the interconnectedness of gender, race, class and sexuality

in relation to different music styles“ (ebd.). Inwiefern verschiedener Gesellschaftsgruppen, ihre Verbindungen zu verschiedenen Musikstilen sowie Industriestrukturen abgebildet werden, sind Fragen, die sich auch an das kuratierte Playlistangebot von Streamingdiensten richten: „Spotify is thus not an isolated actor in generating gendered streams, but the service did appear to contribute to the construction of music production as a domain of masculinity“ (ebd.: 176f.). Die Adressierung bestimmter Zielgruppen und ihre Identitätskonstruktionen sind zudem essentiell für das Marketing: „[…] age and identity are inextricably linked to popular success“ (Whiteley 2003: 190).

Die Verortung von Musik in Ländergrenzen ist als geographische Dimension ebenso von großem Interesse und erhebt die Frage, wie die ganze Welt in Form ihrer Länder, Regionen, Kontinente und jeweiligen Musikkulturen abgebildet wird. Wie bereits erwähnt unterscheiden sich Funktionen und Präferenzen in der Musikauswahl unter größeren gesellschaftlichen Gruppen und Nationen (vgl. Schramm 2005: 77). Eine Verortung wie im Falle des Country-Beispiels ist in transnationalen Gesellschaften nicht immer möglich: „Die Zusammenarbeit zwischen Musikern aus verschiedenen Weltregionen resultierte in Musiken (im Plural!), die eine klare geographische Verortung oder kulturelle Zuschreibung schwierig machen“ (Peres da Silva 2017: 13). Die Globalisierung der Kultur wird dabei oftmals als kultureller Imperialismus gedeutet, demgegenüber stehe die Förderung kultureller Merkmale insbesondere durch die soziale Distribution via grenzüberschreitenden (Online-) Aktivitäten (vgl. Jung 2014: 116). Aus dieser Perspektive fließe Kultur vielmehr multidirektional und dabei oftmals aus der Peripherie in den Kernbereich (vgl. ebd.). „The cultural imperialist theory also fails to acknowledge the significance of local sovereign power upon and resistance to the dominant culture, and ignores processes of negotiation, adaptation and indigenisation of the receiving countries“ (ebd.; vgl. auch Binas-Preisendörfer 2010: 69). Eine solche Vermarktung lokaler Genres und Musikschaffender auf einem globalen Markt wird als ‚Transnational Distribution Paradigm‘ bezeichnet (vgl. Jung 2014: 117). Die Abbildung des Lokalen im Globalen und das Sichtbarmachen anderer (Musik-)Kulturkreise ist – insbesondere in einer von Migration geprägten Welt – von Interesse, wenn trotz der Länderfilter der Spotify-Plattform nicht von ‚den deutschen Hörenden‘ ausgegangen werden kann. Zugleich stellen Ortsbezüge weiterhin eine wichtige Größe zur Orientierung dar:

> Nicht zuletzt die immer wieder auffindbaren Verweise auf Örtlichkeiten legen die Vermutung nahe, dass Orte als Ordnungssysteme menschlicher Erfahrungen und Handlungsmöglichkeiten auch im Zeitalter von Internet und Globalisierung keineswegs ausgedient haben, Globalisierung vor diesem Hintergrund lediglich eine abstrakte Kategorie bildet. (Binas-Preisendörfer 2010: 68)

Eine Streamingdienstplattform wie Spotify ist insbesondere aufgrund ihrer weiten Verbreitung auch ein politischer Akteuer zumindest insofern, als dass der Zugang zur Musik bestimmter Musikkulturen hervorgehoben und die Musik bestimmter anderer Märkte aus-

geschlossen werden kann. Ebenso relevant sind gesellschaftliche Aspekte wie Fragen nach Geschlechtsidentitäten und die Erwähnung religiöser Feste und Anlässe.

### 3.3.7 Ausschlusskriterien

Trotz all dieser Kriterien, Playlists zu gestalten und Musiktitel in diese aufzunehmen, können außermusikalische Limitierungen zum Ausschluss von Musik führen. Wie bereits zuvor dargestellt, ist die Verfügbarkeit von Musik abhängig von Lizenzierungen, die sich in einem dauerhaften Prozess der Erneuerung befinden und zugleich einer zeitlichen Begrenzung unterliegen. Deshalb „bieten heute im Internet Download bzw. Streaming-Plattformen bei weitem nicht das gesamte Musikrepertoire an, welches theoretisch zur Verfügung stünde“ (Dörr 2012: 92). Die tatsächlich verfügbare ‚Welt‘ der Musik als Grundlage der Playlists kann also immer nur die des gesamten Katalogs eines spezifischen Dienstes sein.

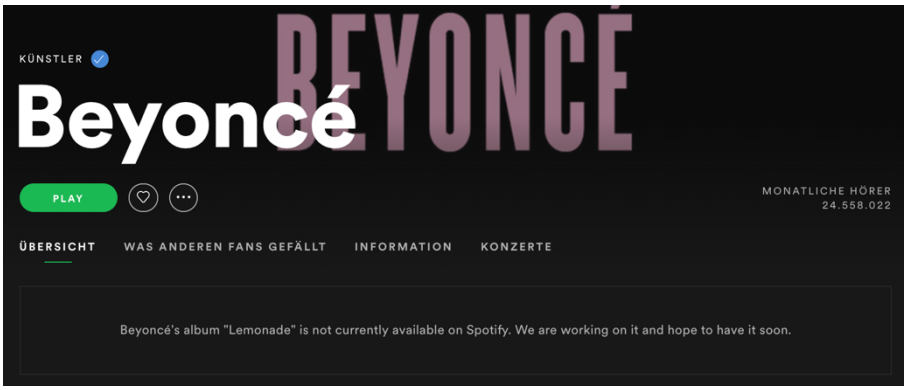


**Abb. 2 Erklärung eines nicht verfügbaren Albums auf Spotify (Screenshot: Spotify Desktop-Client)**

So war der Katalog populärer Künstler*innen wie der Beatles, Radiohead, Taylor Swift, Die Ärzte oder Herbert Grönemeyer aus musikpolitischen oder ökonomischen Gründen oftmals nicht oder nur auszugsweise auf Streamingdiensten verfügbar, mit deren steigender Verbreitung wurden in den letzten Jahren solche Entscheidungen revidiert (vgl. beispielhaft Coscarelli 2015). Nichtsdestotrotz können aktuelle Veröffentlichungen zurückgehalten werden: Nur in wenigen Fällen können die Nutzer*innen ohne aktives Abgleichen erkennen, welche Inhalte nicht zur Verfügung stehen (eine seltene Ausnahme bildet das aktuelle Album der Künstlerin Beyoncé, vgl. Abb. 2). Darüberhinaus führen gesonderte Verträge mit einzelnen Streamingdiensten zu exklusiven Verfügbarkeiten wie bei zwei Albumveröffentlichungen der R&B-Künstler*innen Frank Ocean. In der Folge entstand eine Kontroverse über ein unterstelltes Vorgehen Spotifys, Künstler*innen, die gesonderte Verträge mit konkurrierenden Diensten abgeschlossen hatten, aus dem kuratierten Angebot zu verbannen (vgl. Kafka 2016). Desweiteren verfügt Spotify seit Oktober 2018 verfügt über

eine Ethik-Richtlinie (‚Public Hate Content and Hateful Conduct Policy', vgl. Spotify for Artists 2019), die zum Ausschluss des R&B-Künstlers R. Kelly und zeitweise des Rappers XXXTentacion im kuratierten Angebot führte (vgl. Rys 2018). Künstler*innen, die nicht über Plattenfirmen oder Content-Aggregatoren ihre Musik veröffentlichen oder sich bewusst der Musikindustriestruktur entziehen, können zudem von Kurator*innen rein formell nicht in die Playlists aufgenommen werden (vgl. Wittmer 2018 als beispielhafte Erklärung des deutschen Singer / Songwriters Hannes Wittmer aka Spaceman Spiff).

# 4 Methodik

## 4.1 Kriterien der Datenauswahl

In dieser Arbeit soll das kuratierte Playlistangebot des Musikstreaminganbieters Spotify als Case Study betrachtet werden: Dessen durch die Marktführerschaft und das Pionierwesen bedingte Bekanntheit sowie das Freemium-Modell für den Zugang zu Musik ermöglicht eine vergleichsweise niedrige Eintrittsschwelle zur Nutzung des Dienstes. In der Folge wird dem Angebot generell eine Relevanz in der Musikkonsumkultur zugeschrieben, analog zu der Bedeutung ‚des Radios' als Summe aller verfügbaren Stationen. Indizien hierfür sind die millionenfachen Follower-Zahlen der Playlists, ihre omnipräsente Einbettung in der Oberfläche und ihre hohe Aktualisierungsfrequenz. Es wird angenommen, dass die zu verschiedenen Anlässen zusammengestellten Wiedergabelisten eine große Hörerschaft finden. Aufgrund ihrer derzeitigen und zukünftig potentiell steigenden Reichweite erscheint ihre Betrachtung als besonders geeignet und relevant. Es sei darauf hingewiesen, dass die zugrunde gelegten Daten Teil der Distributionsseite selbst sind und sich deshalb keine Aussagen über die tatsächliche Rezeption und Nutzungsfrequenz des Angebots ableiten lassen.

Als Eingrenzung des Datenmaterials dient das in der Spotify-Benutzeroberfläche integrierte Tool ‚Genre und Stimmungen', das Teil des ‚Spotify Music Recommendation System' ist (vgl. Snickars 2017: 189). Dort wird eine Zusammenstellung der durch Spotify und andere Dienstleister erstellten Playlists in verschiedenen Ober- und Unterkategorien zur Verfügung gestellt. Die Auswahl ist abhängig von der genutzten Länderversion (im Falle dieser Untersuchung Deutschland), die durch den Standort der Account-Registrierung definiert wird, und entspricht wiederum eines Ausschnitts aller durch Spotify-Kurator*innen auf der ganzen Welt erstellten Playlists. Für diese Untersuchung werden – mit Ausnahme der Betrachtung Künstler-fokussierter Wiedergabelisten – ausschließlich die in *Genres und Stimmungen* enthaltenen Playlists betrachtet, um die Datenauswahl an der alltäglichen Nutzung zu orientieren und zugleich einen systematischen Untersuchungsgegenstand zu formen. Im Vergleich zu personalisierten Playlists steht das kuratierte Angebot allen Nutzer*innen der gleichen Länderversion identisch zur Verfügung, wodurch eine größere Relevanz der ermittelbaren Playlistgestaltung zu vermuten ist (vgl. ebd.: 187). Auch sind die kuratierten Playlists zudem mit der personalisierten Startseite des Spotify-GUI und den dort angezeigten Empfehlungen verknüpft: „‚Top Recommendations for You' is the first content category that users meet when browsing this section, and it can therefore be seen as particularly significant in terms of positioning users and producing meaning around music" (Eriksson & Johansson 2017: 170).

In dieser Untersuchung wird nicht in von Spotify selbst kuratierte Playlists und jene Wiedergabelisten anderer Anbieter unterschieden, da diese übergeordnet ebenfalls durch den Streamingdienstanbieter in sein Angebot *Genres und Stimmungen* aufgenommen wurden. Die Annahme ist, dass eine solche Differenzierung in der praktischen Nutzung von untergeordneter Relevanz und geringer Sichtbarkeit für die Musikhörer*innen wäre: „At Spotify, an advanced promotional feedback loop today mixes user activity with interface design, and the line between the service as ‚a distribution outlet' and as a ‚promotional intermediary' becomes completely blurred" (Morris & Powers 2015 zit. nach Snickars 2017: 187). Die im Folgenden dargelegten Ergebnisse beziehen sich stets auf das editoriale Angebot des deutschen Spotify-Clients zu den Zeitpunkten der Datenerfassung und können nicht notwendigerweise auf den Dienst im Allgemeinen oder auf andere Streamingdienste bezogen werden. Wie eingangs bereits gesagt, handelt es sich bei Spotify um einen sich permanent in Bewegung befindlichen Gegenstand, der sich durch sein verhältnismäßig junges Alter weiter in der Entwicklung befindet. Ein Forschungsdesign wie dieses zielt deshalb nicht darauf ab, repräsentativ-gültige Aussagen zu treffen. Vielmehr ist es das Ziel, ein Bewusstsein und tiefergehendes Verständnis für die Formung eines kuratierten Musikangebots in Form von Playlists zu gewinnen und Forschungsperspektiven für kultur- und medienwissenschaftliche Arbeiten zu öffnen.

Zur Illustration dieser Aspekte werden Fallbeispiele herangezogen. Sofern mehrere gleichsam geeignete Playlists vorlagen, werden jene dargestellt, die unter Berücksichtigung des musikbezogenen Hintergrundwissens bestmöglich eingeordnet werden können.[17] Schließlich sei anzumerken, dass diese Arbeit nicht die Kriterien, die die Spotify-Kurator*innen bei der Erstellung der Playlists berücksichtigen, erarbeiten kann. Stattdessen wird die Gestaltung des daraus entstehenden Angebots und der Umfang dessen Inhalts ermittelt: „While reverse engineering might be a useful strategy for figuring out how an existing technology works, it is less useful for telling us how it came to work that way" (Seaver 2016 zit. nach Snickars 2017: 188).

[17] Dieses scheinbar subjektiv orientierte Vorgehen reflektiert vielmehr den voraussetzungsreichen Untersuchungsgegenstand: „Eine professionell ausgebildete Cellistin mit tausenden Übestunden hört ein Stück aus ihrer Musikwelt anders als der Gelegenheitshörer. Und gleichzeitig stehen beide vielleicht ratlos vor einem Dance-Track, der den SzenegängerInnen ein Universum an Querbezügen und Erinnerungen zu öffnen vermag." (Huber 2018: 10)

## 4.2 Datenverarbeitung

Das Datenmaterial wurde jeweils am 8. August 2018 sowie drei Monate später am 8. November 2018 erhoben und umfasst alle 1453 bzw. 1573 Playlist-Verlinkungen[18] der *Genres und Stimmungen*.[19] Der Anbieter selbst verfügt über keine Option zum Export der Playlists. In der Folge wurde das Script-basierte Tool ‚Exportify'[20] verwendet, dass mittels der Spotify-API eigene Playlists und jenen, denen man folgt, ausliest und im textbasierten CSV-Format ausgibt. Dieses wird durch ein eigenständig programmiertes Makro in Microsoft Excel in eine weiterzuverarbeitende Tabelle konvertiert. Die gewonnenen Informationen entsprechen den auch über die Benutzeroberfläche einsehbaren, nämlich Titelname; beteiligte Künstler*innen; Albumname; CD-Nummer; Titelnummer; Account, der den Titel hinzugefügt hat; Zeitpunkt des Hinzufügens; sowie die Spotify-URI des Titels zur eindeutigen Identifikation. Alle an einem Titel beteiligten Interpret*innen stehen in den Ursprungsdaten in einer Zuordnungseinheit, die durch das Makro automatisch aufgelöst wird und jede*r Künstler*in ein eigenes Feld zuordnet, um sie unabhängig von einander betrachten zu können.[21] Die Daten können daraufhin für qualitative Auswertungen auf Basis der Playlist-Titel, Oberkategorien und wenn nötig zusätzlich erhobener Playlistbeschreibungen genutzt werden und dienen der Erstellung quantitativer Pools von Titeln respektive beteiligter Künstler*innen mittels Excel. Wenn nicht anders angegeben, beziehen sich die Ergebnisse auf den November-Datensatz.

Alle abgebildeten Screenshots der Spotify-Anwendung wurden der jeweilig aktuellen Version des Desktop-Client für macOS respektive der App-Version für iOS selbst entnommen. Beschreibungen und Angaben zu Benutzeroberflächen und Playlistdarstellungen beziehen sich auf diese und können von älteren und zukünftigen Versionen sowie der anderer Betriebssysteme abweichen.

---

[18] Da einige Playlists mehrfach in verschiedenen Kategorien vertreten sind und mehrfach im Angebot erscheinen, werden sie technisch bedingt auch gespeichert. Die Angabe übersteigt aus diesem Grund die absolute Anzahl der Playlists selbst.

[19] Die vollständigen Datensätze befinden sich ebenso wie die Auswertungen auf dem der Arbeit beigefügten Datenträger und in Auszügen in den beiden Anhängen.

[20] Das Tool ‚Exportify' ist unter https://cdn.rawgit.com/martenjacobs/exportify/fixes/exportify.html verfügbar und erfordert den Log-in eines aktiven Spotify-Accounts. Für die Datensammlung wurde ein separater Spotify-Account erstellt, um mögliche Einflüsse eines alltäglich verwendeten Privatkontos auszuschließen. Da das Script von Privatpersonen entwickelt wurde, kann keine Haftung oder Gewährleistung für die Funktionsweise übernommen werden.

[21] Technisch bedingt werden im Falle von mehr als sechs Künstler*innenbeteiligungen alle darüber hinausgehenden in der letzten Spalte ‚Artist 6' zusammengefasst.

# 5 Empirie: Kuratierte Playlists

## 5.1 Das kuratierte Angebot ‚Genres und Stimmungen'

### 5.1.1 Struktur

Auf das editoriale Playlistangebot von Spotify wird im Desktop-Client über den Registerreiter *Browse* zugegriffen, die Playlists finden sich im ersten Registerreiter *Genres und Stimmungen* und damit auf der sich automatisch öffnenden Seite (gegenüber den weiteren Feldern *Podcasts*, *Charts*, *Neuerscheinungen*, *Entdecken*, *Konzerte*). Die dort ersichtlichen Kategorien fungieren als Sammelbegriffe für verschiedene Playlists oder Playlist-Unterkategorien.[22] Diese Kategorienbildung soll für die wissenschaftliche Untersuchung nicht als gegeben betrachtet werden, sondern ist Bestandteil des Untersuchungsgegenstandes. Aus diesem Grund sollen diese Felder nicht als ‚Genres', oder ‚Stimmungen' selbst beschrieben, sondern als Container[23] bezeichnet werden, die Playlists in Gruppen auf bestimmte Art und Weise, gefiltert nach Spotify-eigenen Kriterien, zusammenfassen.

Die Tabelle 1 zeigt alle verfügbaren Container der beiden Datensätze, alphabetisch sortiert nach den Kategorien der August-Daten und im Vergleich zu den November-Daten hinsichtlich Bezeichnung und Verfügbarkeit. In beiden Datensätzen werden 35 Playlist-Container angeboten, die zum größten Teil identisch sind. Sie verwenden Genrebezeichnungen oder decken konnotativ Anlässe, Aktivitäten und Stimmungen ab, die in diesem Angebot mit dem Konsum von Musik assoziiert werden. Die Container *Hörbücher* und *Kinder und Familie* enthalten primär mit Audiobooks und Erzählungen eine andere Mediengattung und werden im Folgenden nicht weiter berücksichtigt. Änderungen in der Kategorienzusammensetzung zwischen den beiden Datensätzen reflektieren die fortwährende Entwicklung des Angebots: Neben Änderungen in den Bezeichnungen (aus *Abendessen* wird die globale Version *Dinner*, aus *Chillout* wird *Chill*) wurde der Genre-Container *Folk und Americana* in *Folk & Acoustic* umbenannt und der inhaltliche Schwerpunkt verschoben. Das Angebot verändert sich zudem entlang kalendarischer Ereignisse, *Sommer* wird zu *Weihnachten*. Der Fokus verschiebt sich dabei zugleich von einer Jahreszeit auf ein mit einer Jahreszeit assoziiertes religiöses Fest. Der Container *Pride*, der nur im August-Datensatz vorhanden ist, wird um die Christopher Street Day-Feierlichkeiten (die

[22] Im Falle von Genres enthalten sie mitunter auch Abschnitte für Künstler*innen (zum Beispiel im Container *Pop*: „Aktueller Aufsteiger und die größten Ikonen der Popgeschichte"), Neuerscheinungen und Alben („Wegweiser des Pop und die angesagtesten Alben von heute"), die aber nicht Gegenstand dieser Arbeit sind.
[23] Der Begriff ‚Container' wird aus der informationstechnischen Verarbeitung audiovisueller Dateien abgeleitet: „Once the media data is compressed into suitable formats and reasonable sizes, it needs to be packaged, transported, and presented. That's the purpose of container formats – to be discrete ‚black boxes' for holding a variety of media formats." (Case 2010)

‚Pride Parades' im englischsprachigen Raum) verfügbar und repräsentiert einen temporären Container. Neu hinzugekommen ist im November-Datensatz die Kategorie *Afro*, die Musik des afrikanischen Kontinents in Regionensortierung hervorhebt und zusammen mit *K-Pop* und *Latin* eine von drei Kategorien ist, die unmittelbar auf die geographische Herkunft der Musik verweist.[24] Da in der praktischen Nutzung nur das gegenwärtige Angebot ersichtlich und die hier aufgezeigte Entwicklung unsichtbar ist, bleibt diese Repräsentationsveränderung von Musik und Musikkulturen in der alltäglichen Nutzung verborgen. Ihre Formung ist folglich von großer Bedeutung für die zeitaktuelle Nutzung des Dienstes und seines kuratierten Playlistangebots.

Die Anordnung der Container wird von dem editorialen Team bestimmt und variiert zwischen den beiden Stichproben. Die primäre Position der zeitabhängigen Kategorie *Sommer* im August sowie die konstanten Positionen von *Pop*, *Hip Hop* und *Electronic/Dance* legen nahe, dass die Reihenfolge auf der Popularität bestimmter Genres im Zielmarkt basiert und somit eine Ordnung ihrer Relevanz abbildet, nicht jedoch durch einer ordinalen Ordnung, beispielsweise nach Alphabet, Trennung von Genres und Stimmungen, unterliegt.

### 5.1.2 Länderversionen

Die Auswahl der Container, ihre Reihenfolge und vor allem die enthaltenen Playlists variieren zwischen unterschiedlichen Länderversionen Spotifys. Diese können nicht über beispielsweise die Änderung der Sprache der Benutzeroberfläche verändert werden. In dieser Hinsicht unterliegen die Playlists des editorialen Angebots einer Variable, die von den Spotify-Nutzer*innen in der Alltagsnutzung nicht beeinflusst werden kann.[25] Der ‚Spotify World Browser' (http://everynoise.com/worldbrowser.cgi) der Internetplattform ‚Every Noise at Once'[26] erlaubt die Ansicht der hervorgehobenen Playlists verschiedener Länderversionen und offenbart sowohl die Anpassung an die lokalen Märkte als auch die Varianz der enthaltenen Playlists. Diese können dennoch in den Suchergebnissen angezeigt werden, sofern gesuchte Stichworte den Playlisttiteln entsprechen oder gesuchte Künstler*innen in

[24] Nach Abschluss der Datenerhebung ist mit *Arab* ein weiterer Container dieser Art ins Angebot aufgenommen worden, der die Musikkulturen arabisch geprägter Länder in Nordafrika und im mittleren Osten repräsentiert. Auch wenn diese Playlists nicht Teil dieser Analyse ist, sei auf Entwicklung insbesondere für die Frage nach Repräsentation der Welt hingewiesen (vgl. Spotify 2018b).

[25] Die Simulation eines anderen Standortes ist beispielsweise über VPN-Verbindungen technisch möglich, verstößt aufgrund verschiedener Lizenzierungen der Musikinhalte jedoch möglicherweise gegen die Nutzungsbedingungen des Streamingdienstes. Vgl. beispielhaft für den On-Demand-Filmdienst Netflix Sawall 2016.

[26] Der Betreiber Glenn McDonald ist Leiter des von Spotify akquirierten Musikanalysedienstes The Echo Nest. Die Webseite ist vor allem durch ihre grafische Kartengestaltung ‚Every Noise at Once' der durch Spotify verwendete Genrekategorien bekannt.

| ZÄHLER | AUGUST 2018 | NOVEMBER 2018 |
|---|---|---|
| 01 | Abendessen | Dinner |
| 02 | Blues | Blues |
| 03 | Chillout | Chill |
| 04 | Country | Country |
| 05 | Electronic/Dance | Electronic/Dance |
| 06 | Fitness | Fitness |
| 07 | Folk und Americana | Folk & Acoustic |
| 08 | Funk | Funk |
| 09 | Gaming | Gaming |
| 10 | Hip Hop | Hip Hop |
| 11 | Hörbücher | Hörbücher |
| 12 | Indie/Alternative | Indie/Alternative |
| 13 | Jahrzehnte | Jahrzehnte |
| 14 | Jazz | Jazz |
| 15 | K-Pop | K-Pop |
| 16 | Kinder und Familie | Kinder und Familie |
| 17 | Klassik | Klassik |
| 18 | Konzentration | Konzentration |
| 19 | Latin | Latin |
| 20 | Metal | Metal |
| 21 | Party | Party |
| 22 | Pop | Pop |
| 23 | Pride | |
| 24 | Punk | Punk |
| 25 | Reggae | Reggae |
| 26 | Reise | Reise |
| 27 | RnB | RnB |
| 28 | Rock | Rock |
| 29 | Romantik | Romantik |
| 30 | Schlaf | Schlaf |
| 31 | Sommer | |
| 32 | Soul | Soul |
| 33 | Stimmung | Stimmung |
| 34 | Trending | Trending |
| 35 | TV und Filme | TV und Filme |
| 36 | | Afro |
| 37 | | Weihnachten |
| Σ | **35 CONTAINER** | **35 CONTAINER** |

**Tab. 1 Container im Datensatzvergleich**

diesen Playlists enthalten sind. Dieser (unsichtbare) Länderfilter stellt bereits die erste Ebene der Musikauswahl dar.

Der Großteil aller Playlists ist mit englischsprachigen Titeln und Beschreibungen versehen. Obwohl es sich auch primär um Listen handeln könnte, die in den anglo-amerikanischen Ländern erstellt worden sind, zeigt der ‚Spotify World Browser' ihr Erscheinen in allen Sprachversionen, sodass sie als globaler Pool die Grundlage für verschiedene länderspezifische Angebote darstellen. Inwiefern sich auch die Container zwischen Länderversionen unterscheiden, ist auch mit diesem Tool nicht abschließend ermittelbar. Die dort gefundenen und in Deutschland nicht angezeigten Container *Ellen* (Playlists der US-amerikanischen Ellen DeGeneres-Show), *Black History Is Now* (verfügbar in Irland, Mexiko, den USA und Großbritannien), *Pop Culture* (in Deutschland *Trending*), *Christian* (als religiöse Musik) oder *Desi* (für Indien) deuten auch auf dieser Ebene auf einen Filter hin.

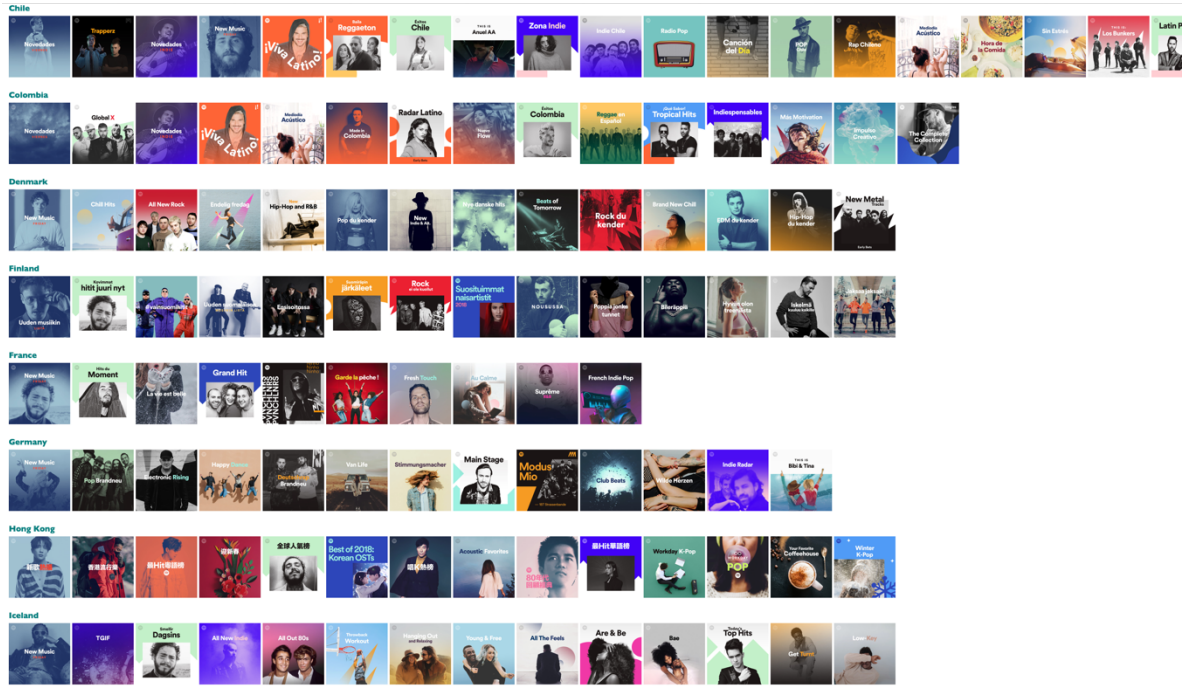


**Abb. 3 Hervorgehobene Playlists nach Länderversion (Screenshot: Spotify World Browser, 5.1.2019)**

Ausgehend von den globalen Playlists, aus denen für die länderspezifischen Angebote ausgewählt wurde, exisitieren viele Playlists mit thematischen oder musikalischen Schwerpunkten mehrfach: So sind beispielsweise *Stimmungsmacher* und *Mood Booster* oder *Akustischer Herbst* und *Autumn Acoustic* namentlich äquivalente Playlists. Weitere Beispiele sind *Gegen den Strom* und *Left of Center*, *Abendbrot* und *Dinner Music, Kaffeehausmusik* und *Your Favorite Coffeehouse* sowie *All Out of 00s* und *Zurück in die 00er*. In ihrer musikalischen Gestaltung stimmen *Stimmungsmacher* und *Mood Booster* in

acht Titeln (von 62 bzw. 79 Titeln) sowie 13 Main Artists[27] überein. *Kaffeehausmusik* und *Your Favorite Coffeehouse* enthalten sechs identische Titel (von 96 bzw. 104 Titeln). Die anderen drei Vergleichspaare enthalten keine identischen Titel, überschneiden sich lediglich in einem (Abendessen), drei (Herbst) und vier (Alternative) Künstler*innen. In dieser beispielhaften Stichprobe enthalten die dem kuratierten Angebot hinzugefügten Playlists mit gleichem Thema also tendentiell unterschiedliche Titel und Künstler*innen.[28] Länderspezifische Versionen ermöglichen die Einbindung lokaler Künstler*innen respektive Titel in der entsprechenden Sprache gegenüber der globalen Playlistversion.[29] *Stimmungsmacher* enthält beispielhaft vier Titel des deutschen DJs Felix Jaehn, zudem sind mit Bausa, Gestört aber Geil, Kay One und Mark Forster vier Künstler*innen mit deutschsprachigen Titeln vertreten. *Gegen den Strom* enthält mit Leoniden und Roosevelt zwei deutsche Künstler*innen, *Kaffeehausmusik* enthält fünf deutschsprachige Titel. Angesichts der großen Anzahl insgeamt enthaltener Tracks ist die Einbindung von Titeln und Künstler*innen des Heimatmarktes in dieser beispielhaften Stichprobe eher gering. Auch im Vergleich der zeitorientierten Playlists *Zurück in die 00er* und *All Out of 00s* gibt es 14 identische Titel bei 85 respektive 100 Titeln. In der deutschen Liste finden sich Titel von deutschen Künstler*innen wie Fettes Brot, Echt, Herbert Grönemeyer oder Sportfreunde Stiller sowie in Deutschland kommerziell besonders erfolgreiche Titel von The Rasmus oder Atomic Kitten, die in der primär von globalen Superstars wie 50 Cent, Bruno Mars oder Katy Perry bestimmten globalen Liste keine Erwähnung finden.

Neben den länderspezifischen Versionen werden Playlists auch ohne eine globale Vorlage auf musikalische Begebenheiten des Marktes zugeschnitten: Das kommerziell sehr erfolgreiche Genre Deutschrap wird explizit mit *Modus Mio*, *Deutschrap Brandneu*, *Deutschrap Klassiker, Deutschrap Royal* sowie *Deutsch Rap, Diese!* (kuratiert von Filtr Germany) und *Der Captain empfiehlt: Deutsch Rap* (kuratiert von recordJet) durch sechs Playlists im kuratierten Angebot vertreten, dazu kommt das musikalisch verwandte *Deutschtrap*. Hinsichtlich deutscher Musik gibt es neben Hip-Hop/Rap einen Schwerpunkt auf Popmusik als Genre mit *Deutschpop*, *Deutschpop Elektronisch*, *Deutschpop Klassiker* sowie die fremdkuratierten *Neue Deutsche Popmusik* (Digster Playlisten), *Made in Germany* (Filtr Germany), *Musik von Hier* (Radial Deutschland) und den spezifischeren Subgenres

[27] ‚Main Artists' reflektiert die Spotify-interne Unterscheidung zwischen ‚Main Artists' und ‚Featured Artist' und bezeichnet in dieser Arbeit immer die an erster Stelle genannten Künstler*innen im Fall mehrerer Beteiligter (in der Excel-Auswertung: ‚Artist 1').

[28] Bemerkenswert ist an dieser Stelle die verhältnismäßige Dopplung der Künstler*innen, die innerhalb einer Playlist vorkommen: So enthält *Stimmungsmacher* selbst 11 identische Künstler*innen bei 62 insgesamt enthaltenen Titeln.

[29] Auf diese Weise könnten auch besagte Quotenregulierungen, wie sie für Radiostationen beispielsweise in Frankreich üblich sind, umgesetzt werden, sollten sie eines Tages auch für Streamingdienstangebote relevant werden.

*Popschlager* und *Schlager Klassiker*. Demgegenüber stehen Listen wie *Wilde Herzen*, die sich auf deutschsprachige Musik außerhalb dieses Mainstreams konzentrieren. Das kuratierte Angebot konzentriert sich hier in erster Linie auf Trends im Zielmarkt.

### 5.1.3 Gestaltung

Die Genre-Container prägen auch das Erscheinungsbild der entsprechenden Playlists: Alle Genres werden mit einem Farbcode versehen, die Playlists direkt je einem Genre zuordnen können. Die Gruppierung zusammengehöriger Musik wird dabei als gegeben dargestellt und nicht erläutert. Das Kategorienverständnis Spotifys fußt in der Folge auf der Annahme eines Konsens der Musikhörerschaft über bestimmte unterstellt homogene Vorstellungen von Kategorien ‚Hip Hop', ‚Pop', ‚Chillout' oder ‚Reise', ohne dass die verwendeten Begrifflichkeiten definiert werden. Alle Playlists weisen als Gestaltungsoptionen ein quadratisches Artwork auf, dass an der Gestaltung von CD-Booklets orientiert erscheint. Kuratierte Listen tragen anders als die meisten Listen von Privatpersonen ein Wasserzeichen in der oberen linken Ecke, das die Kurator*innen (bzw. in der Regel das Netzwerk dahinter) signalisiert. Auf diese Weise lassen sie sich bei der manuellen Suche eindeutig identifizieren, zudem wird im kuratierten Angebot der Unterschied zwischen Spotify-eigenen Playlists und der anderer Anbieter deutlich. Jede Playlist trägt einen Titel und einen Kurztext als Beschreibung, zudem wird die Anzahl der enthaltenen Titel, die Spieldauer und der Account, der die Playlist ‚besitzt', angezeigt.

**Abb. 4 Aufbau Playlist-Gestaltung**

Die Titelgebung ist in der Regel kurz und umfasst nicht mehr als zwei bis drei Worte. Die Playlists sind so zum Beispiel mit konkreten oder ableitbaren Genrebezeichnungen (*Dance Pop*, *Indie Rock Club*) oder konkreten Orten und Anlässen (*Feelin' Good*, *Songs to Sing in the Car*, *Maximale Konzentration*, *Workout Groove*) bezeichnet. Oftmals enthalten sie auch Wortspiele (*BuzzStop*, *Are & Be*, *Sax and the City*, *It's ALT Good*) oder abstraktere Titel, die nur indirekt mit Musik in Zusammenhang stehen (*Kopfkino*, *Mint*, *Swag!*, *Creamy*). Dieses assoziative Arbeiten lässt den konkreten Zusammenhang zu der enthaltenen Musik oftmals offen: Kriterien, nach denen die Listen zusammengestellt werden, werden nicht aufgeführt (beispielsweise warum *Good Music* eine Hip-Hop-Playlist bezeichnet). Die Musikhörenden wählen somit Musik eher nach eigenen Assoziationen mit der Namensgebung aus als beispielsweise über künstlerbezogene Angaben.

Als inhaltliche Gestaltungsrichtlinie für den Umfang der Playlists gilt bei Spotify eine Anzahl von 50 Titeln pro Playlist (vgl. Ugwu 2016). Über Stichproben ermittelte Werte liegen über dieser Angabe: Im Container *Pop* umfassen die Playlists durchschnittlich 72 Titel, in *Indie/Alternative* 76 und für *Jazz* 55 Titel.

## 5.2 Genres und Stilmerkmale

Von den 35 Containern der November-Stichprobe sind folgende durch musikalischen Stile definiert: *Hip Hop*, *Electronic/Dance*, *Pop*, *Rock*, *Indie/Alternative*, *Jazz*, *RnB*, *Folk & Acoustic*, *Klassik*, *Metal*, *Soul*, *Reggae*, *Country*, *Punk*, *Blues* und *Funk*. Hinzukommen mit *K-Pop*, *Latin* und *Afro* Genrekategorien, die im Namen ganz im Sinne der Topophilie bei Ismaiel-Wendt (vgl. 2011: 16ff.) explizit auf den geographischen Ursprung verweisen. Hier schließt sich die Frage nach Genredefinitionen an: Die Bezeichnung ‚K-Pop' kann als ‚Exportbegriff' wie bereits erwähnt primär als Marketingsinstrument der Musikindustrie verstanden werden. ‚Latin' und ‚Afro' fungieren als Metagenres: Sie fassen eine Vielzahl von Genres unter einer geographischen Kategorie zusammen und dienen zugleich als Beschreibung der spanisch und portugiesisch sprechenden bzw. der aus dem Kontinent Afrika stammenden Musikkulturen.[30] Unter Berücksichtigung von *Weihnachten* (als Genre ‚Musik zum Fest') sowie *Gaming* und *TV und Filme* (als Genre ‚Soundtrack') sind Genre-Kategorien mit bis zu 21 Feldern am präsentesten beim Einstieg in die aufbereitete Musikauswahl.

[30] Diese Bezeichnungen stehen dabei unter dem Verdacht, Generalisierungen der Musik eines ganzen Kontinents oder einer Community zu reflektieren und sind oftmals Zuschreibungen einer auf Europa und Nordamerika ausgelegten Musikindustrie (vgl. Ismaiel-Wendt 2011).

### 5.2.1 Subgenres

Die Containerbezeichnungen orientieren sich primär an den so genannten ‚Major Genres', deren Playlists eine weiterführende Ausdifferenzierung der Musikstile abbilden. So finden sich für Rock beispielsweise diese Subgenres[31] in der November-Stichprobe:

| SUBGENRE | PLAYLIST | CONTAINER |
|---|---|---|
| **Blues Rock** | Funky Heavy Blues | Rock |
| **Country Rock** | Country Rocks | Rock |
| **Deutschrock** | Klare Kante | Rock |
| **Folk Rock** | Folk Rock Faves | Folk & Acoustic > Roots Revival |
| **Grunge** | Grunge Forever, Post-Grunge | Rock |
| **Hard Rock** | Rock Hard | Rock |
| **Indie Rock** | Indie Rock Club | Rock |
| **Latin Rock** | Rock en Español | Latin > Rock |
| **Neo-Psychedelic Rock** | Neo-Psychedelic Rock | Rock |
| **Pop Rock** | Pop Rock Shot | Rock |
| **Progressive Rock** | Prog Rock Monsters | Rock |
| **Psychedelic Rock** | Psychedelic Rock | Rock |
| **Punk Rock** | The Road to Punk Rock | Punk |
| **Rock'n'Roll** | Pure Rock & Roll | Rock |
| **Rockabilly** | Rockabilly Mania | Rock |
| **Roots Rock** | Blues & Roots Rock | Rock, Blues, Folk & Acoustic |
| **Sitar Rock** | Sitar Rock | Rock |
| **Soft Rock** | Soft Rock | Rock |
| **Stoner Rock** | Stoner Rock | Rock |
| **Yacht Rock** | Yacht Rock | Rock |
| **Zamrock** | Welcome to Zamrock | Rock |

**Tab. 2 Subgenres Rock**

[31] Genres und insbesondere Subgenres abschließend zu definieren und musikalische Artefakte zweifelsfrei zuzuordnen, ist ein nicht abschließbares Unterfangen. In dieser Arbeit wird zur definitorischen Grundlage auf die Liste aller Spotify-eigenen Micro-Genres der Plattform EveryNoise.com zurückgegriffen.

Hinsichtlich des Genres Pop finden sich folgende Playlists:

| SUBGENRE | PLAYLIST | CONTAINER |
|---|---|---|
| **Afropop** | Afropop | Pop, Afro |
| **Alternative Pop** | Indie Pop | Indie/Alternative |
| **Britpop** | Britpop Etc. | Indie/Alternative |
| **Bubblegum Pop** | Bubblegum K-Pop | K-Pop |
| **Christmas Pop** | Christmas Pop | Weihnachten |
| **Dance Pop** | Dance Pop | Electronic/Dance |
| **Deutschpop** | Deutschpop | Pop |
| **Dream Pop** | Dreampop | Indie/Alternative |
| **Ethiopian Pop** | Ethio Pop | Afro > East Africa |
| **Folk-Pop** | Folk Pop | Folk & Acoustic |
| **K-Pop** | K-Pop Daebak | K-Pop |
| **Latin Pop** | Latin Pop – VIP | Latin > Pop |
| **Persian Pop** | Persian Essentials | Pop |
| **Pop Country** | Pop-Co | Country |
| **Pop Punk** | Pure Pop Punk | Punk |
| **Pop Rock** | Pop Rock Shot | Rock |
| **Pop-Klassik-Crossover** | Pop Goes Classical | Klassik |
| **Popschlager** | Popschlager | Pop |

**Tab. 3 Subgenres Pop**

Als Vergleich zu einem nach Gesichtspunkten musikalischer Gestaltung und Popularität konträren Musikstil, werden gefundene Subgenres für *Jazz* dargelegt:

| SUBGENRE | PLAYLIST | CONTAINER |
|---|---|---|
| **Afrobeat** | Afrobeat Essentials | Jazz |
| **Big Band** | Big Band | Jazz |
| **Jazz Fusion** | Fusion Fest | Jazz |
| **Deutscher Jazz** | German Jazz | Jazz |
| **Gypsy Jazz** | Gypsy Swing | Jazz |
| **Jazz Rap** | Jazz Rap | Hip-Hop |
| **Electronic Jazz** | Jazztronica | Jazz |
| **Jazz-Klassik-Crossover** | Jazz – Classical Crossings | Jazz |
| **Latin Jazz** | Latin Jazz | Jazz |
| **Ethiopian Jazz** | Tezeta | Jazz |
| **Soul Jazz** | Butter | Jazz |

**Tab. 4 Subgenres Jazz**

Es wird offenbar, dass Pop-Subgenres vor allem durch andere Genres definieren. Eine Überschneidung des Genres Pop und seiner gleichzeitigen Bedeutung besonders populärer Musik ist hierbei möglich. Die *Rock*-Tabelle bildet ein in zahlreiche Subgenres ausdifferenziertes Genre ab. Eine solche Präsenz zeigt sich auch in der Definition einzelner elektronischer Musikstile, beispielsweise Bass House, Electro House (beide in *Nasty Bits*), Future House (*Shuffle Syndrome*), G House (*Swag House*) oder Progressive House (*Night Rider*).

### 5.2.2 Genre-Playlists

Innerhalb der Genre-Kategorien gibt es besonders erfolgreiche Playlists, die maßgeblich den größten Einfluss auf den Musikkonsum der Rezipierenden nehmen. Im deutschsprachigen Angebot ist dies beispielsweise die eingangs erwähnte Deutschrap-Playlist *Modus Mio*, die über 900.000 Abonnent*innen aufweist. In beiden Datensätzen beinhaltet die Playlist 50 Titel. Beide Playlist-Versionen werden jeweils von einigen Künstler*innen dominiert: In der August-Version kommen Capital Bra (6), Summer Cem (5), XATAR (3), Bushido, Dardan, Eno, Fard, Gringo, Jalil, Jazn, Ufo361 (je 2) zusammen auf 30 Titel als Main Artists. Werden auch die Featured Artists eingeschlossen, verbleiben zehn Titel, deren Künstler*innen nicht mehr als eine Trackbeteiligung aufweisen und auf keinem der anderen 40 Titel in Erscheinung treten. In der November-Version weisen Capital Bra (6), Bonez MC, Mert (je 4), Kollegah, Luciano (je 3), Eno, Veysel (je 2) zusammen 24 der 50 Titel auf. Hier bilden insgesamt zwölf Titel nicht mehr als einmal in Erscheinung tretende Künstler*innen ab. Von der August-Playlist sind sechs Titel in der November-Playlist verblieben. Über beide Playlistversionen hinweg sind allein Capital Bra (12 Trackbeteiligungen), RAF Camora (9), Luciano, Summer Cem (je 6), Bonez MC, Eno, Kollegah und Veysel (je 5) zusammen für 53 von insgesamt 167 und damit etwa ein Drittel aller Trackbeteiligungen verantwortlich. Das Genre Deutschrap erscheint von diesen Künstler*innen dominiert, was auch durch deren augenscheinlich enges Netzwerk gegenseitiger Features bedingt ist.

Die mit über 1,9 Mio. Abonnent*innen global verfügbare Playlist *Ultimate Indie* mit aktueller Musik aus dem Bereich Alternative wird als Vergleich herangezogen: Beide Playlistversionen weisen ebenfalls je 50 Titel auf. In der August-Version gibt es mit Jungle, Gorillaz und Maggie Rogers lediglich drei Künstler*innen (je 2 Titel), die auf mehr als einem Titel in der Playlist vertreten sind. Die Künstler*innen der restlichen 44 Titel weisen nicht mehr als eine Trackbeteiligung auf. In der November-Version gibt es mit Robyn schließlich nur eine Künstler*in, die zwei Titel in der Liste aufweisen kann: Der Titel ‚Ever Again' ist dabei doppelt in der Liste vertreten, was auf einen Kuratierfehler hindeutet. Auf den übrigen 48 Titeln gibt es keine Doppelung von Künstler*innen. Da das Genre im Vergleich zu Hip-Hop deutlich weniger durch Kollaborationen geprägt ist, ändern sich diese Angaben auch nicht unter Berücksichtigung der ohnehin wenigen Featured Artists. Von der August-Version sind wie bei *Modus Mio* sechs Titel in der November-Playlist verblieben. Von 96 unterschiedlichen Künstler*innen finden sich nur 12 in beiden Listen. Die Fluktuation der Künstler*innen ist hier über beide Stichproben hinweg also vergleichsweise höher, ebenso wie die Bandbreite an verschiedenen Künstler*innen innerhalb von einer Playlistversion.

Aus diesem Grund wird daraufhin das genannte Playlistangebot im Bereich Deutschrap, in das *Modus Mio* eingebettet ist, betrachtet: In den sechs Deutschrap-Playlists der November-Version sind 64 Titel in mehr als einer Playlist vorhanden, während 305 Titel einmalig vorkommen. Die Zusammenstellungen werden vor allem auf aktuelle Musik konzentriert: Die Titel ‚Roli Glitzer Glitzer' von Capital Bra & Luciano sowie ‚Standard' von KitschKrieg et al. (in fünf von sieben Playlists) sind ebenso wie alle Titel, die in mehr als einer Playlist vertreten sind, kein Teil der Klassiker-Liste, der einzigen historisch perspektivierten.

| **DEUTSCHRAP** | |
|---|---|
| **Anzahl** | **Track – Artist** |
| **5** | Roli Glitzer Glitzer (feat. Luciano & Eno)<br>— Capital Bra, Luciano, Eno |
| **5** | Standard (feat. Trettmann, Gringo, Ufo361 & Gzuz)<br>— KitschKrieg, Trettmann, Gzuz, Gringo, Ufo361 |
| **4** | 500 PS<br>— Bonez MC, RAF Camora |
| **4** | Dior 2001<br>— RIN |
| **4** | Kokain<br>— Bonez MC, RAF Camora, Gzuz |
| **4** | Lean –<br>– Nimo, Capo |
| **4** | Melodien (feat. Juju)<br>— Capital Bra, Juju |
| **4** | Roadrunner<br>— Samra |

**Tab. 5 Titel des Genre-Pools Deutschrap**

### 5.2.3 Genre-Pools

Um solche Strukturen des Titel- und Künstlerkorpus der kuratierten Playlists weitergehend zu ermitteln, werden anhand von drei exemplarisch ausgewählten Containern vollständige Pools aller sie enthaltenen Titel und der beteiligten Künstler*innen erstellt. Neben *Pop* als Spiegelbild der kommerziell erfolgreichsten Musik werden das als Gegenstück zum Mainstream betrachtete *Indie/Alternative* und als musikalischer Gegensatz *Jazz* herangezogen.

| Genre | Playlistanzahl | Unique Tracks | Unique Artists |
|---|---|---|---|
| Pop | 45 | 2581 | 2098 |
| Alternative | 34 | 2321 | 1822 |
| Jazz | 24 | 1284 | 1273 |

**Tab. 6 Quantitative Auswertung Genre-Pools**

Unterschiedliche Titel werden in den folgenden Tabellen als ‚Unique Tracks' bezeichnet, unterschiedliche Künstler*innen als ‚Unique Artists'.[32] Da Künstler*innen in mehreren Playlists mit unterschiedlichen Titeln vertreten sein können, wird im folgenden von Trackbeteiligungen gesprochen.[33] Die absoluten Zahlen offenbaren zunächst ein umfassendes Angebot unterschiedlicher Titel und Künstler*innen, die über alle drei Genre-Containern hinweg angeboten werden.

| Genre | Unterschiedliche Artists pro Playlist | Anteil Artists mit einer Trackbeteiligung | Häufigkeit Artists im Mittel pro Playlist |
|---|---|---|---|
| Pop | 46,7 | 64,39 % (747) | 2,23fach |
| Alternative | 53,6 | 30,35 % (553) | 1,52fach |
| Jazz | 53,0 | 23,96 % (305) | 1,44fach |

**Tab. 7 Auswertung Genre-Pools nach Künstler*innen**

Durchschnittlich sind in jeder Playlist der Stichprobe zwischen knapp 47 und 53 unterschiedliche Künstler*innen als Main und / oder Featured Artist vertreten. Innerhalb der Stichprobe beinhaltet *Pop* absolut und relativ die meisten Künstler*innen, die an nicht mehr als einem Titel im Pool beteiligt sind, und schafft damit die meisten Berührungspunkte mit verschiedenen Musikschaffenden. Zugleich sind jedoch im Schnitt alle Künstler*innen pro Playlist mehr als zwei Mal vertreten, was auf eine Konzentration auf einige sehr oft repräsentierte Künstler*innen und das Starsystem im Pop hindeutet. Alle Künstler*innen mit zehn oder mehr Beteiligungen bilden die oberen 67 der 2098 Künstler*innen in *Pop*. Ihre zusammengerechnet 1008 Tracketeiligungen als Main oder Featured Artists repräsentieren 21,6 % und damit mehr als ein Fünftel aller der insgesamt 4765 Trackbeteiligungen. Der Vergleichswert in Indie/*Alternative* beträgt mit 350 von 2765 Trackbeteiligungen der 67 am

[32] Diese englischsprachigen Bezeichnungen sind angelegt an die Verwendung des Begriffs ‚Unique User' zur Auswertung von Webseitenstatistiken und werden in Ermangelung einer direkten Übersetzung im Deutschen beibehalten.

[33] Ein methodisches Beispiel: Die Alternative-Band CHVRCHES ist im Pool *Alternative* mit zwei Unique Tracks (Miracle, The Mother We Share) vertreten. Da beide Titel jeweils in zwei Playlisten (*Indie Pop* und *Left of Center* bzw. *Alternative 10s* und *Women of Pop*) vertreten sind, weist CHVRCHES insgesamt vier Trackbeteiligungen im Pool auf.

häufigsten vertretenen Künstler*innen 12,7 %. Die unterschiedlichen Strukturen sind diesem Auszug der am häufigsten vertretenen Künstler*innen nach Genre erkenntlich:

| POP | | ALTERNATIVE | | JAZZ | |
|---|---|---|---|---|---|
| **Anzahl** | **Artist** | **Anzahl** | **Artist** | **Anzahl** | **Artist** |
| **30** | Khalid | **9** | AnnenMayKantereit | **17** | John Coltrane |
| **27** | WizKid | **9** | Tame Impala | **13** | Miles Davis |
| **23** | Calvin Harris | **8** | Arctic Monkeys | **11** | Mulatu Astatke |
| **23** | Major Lazer | **8** | Blur | **9** | Duke Ellington |
| **23** | Swae Lee | **8** | Leoniden | **8** | Charles Mingus |
| **22** | Drake | **8** | Radiohead | **8** | Herbie Hancock |
| **22** | French Montana | **8** | S. Carey | **8** | Stan Getz |
| **22** | Nicki Minaj | **7** | Beach House | **7** | Akalé Wubé |
| **21** | Ariana Grande | **7** | Interpol | **7** | Antônio Carlos Jobim |
| **21** | Ed Sheeran | **7** | Maggie Rogers | **7** | Braxton Cook |
| **21** | Mark Forster | **7** | Pulp | **7** | Charlie Parker |
| **20** | Bebe Rexha | **7** | Roosevelt | **7** | Diana Krall |
| **20** | Sia | **6** | Miya Folick | **7** | Sonny Rollings |

**Tab. 8 Häufigste Künstler*innen nach Genre-Pool**

In Hinblick auf das länderspezifische Angebot sei dabei auf die Platzierungen der deutschen Künstler*innen Mark Forster in *Pop* sowie AnnenMayKantereit, Leoniden und Roosevelt in *Alternative* hingewiesen.

| Genre | Unique Tracks pro Playlist | Anteil Unique Tracks | Häufigkeit pro Titel im Mittel |
|---|---|---|---|
| Pop | 57,4 | 84,93 % (2192) | 1,26fach |
| Alternative | 68,3 | 90,69 % (2105) | 1,11fach |
| Jazz | 53,5 | 94,44 % (1212) | 1,06fach |

**Tab. 9 Auswertung Genre-Pools nach Titeln**

Auch die Anzahl der Unique Tracks, die im Schnitt beim Hören einer Playlist entdeckt werden können, liegt in allen Genres bei über 50. Ihr Anteil an allen im Pool befindlichen Playlists ist durchweg sehr hoch. Hieraus kann geschlussfolgert werden, dass selbst bei der Wiederholung gleicher Künstler*innen größtenteils unterschiedliche Titel in den Playlists platziert werden. In der folgenden Tabelle werden die am häufigsten platzierten Titel im jeweiligen Genre-Pool abgebildet. Aufgrund der zahlreichen Titel, die drei bzw. zwei Platzierungen in *Alternative* bzw. *Jazz* erhalten, zeigt diese Tabelle nur den Ausschnitt der obersten 18 Titel. Die vollständige Tabelle ist im Datenmaterial der beigelegten CD

einsehbar. Auffällig ist hierbei die bereits angenommene hohe Anzahl einiger Titel in *Pop*, während die Platzierung einzelner Titel in den anderen Genres verhältnismäßig nah beieinander liegt.

### 5.2.4 Musikalische Merkmale

Neben Definitionen von Genres kann Musik über musikalische Formen und Stilmerkmale adressiert werden. In den Daten werden primär adjektivische Beschreibungen des Klanges (‚soft', ‚calm', ‚peaceful') verwendet, die nicht im Kontext eines musikwissenschaftlichen Analysediskurs stehen, sondern der allgemeinverständlichen Musikbeschreibung dienen sollen. Die folgende Tabelle stellt die systematische Verwendung dreier Begriffe dar. Diese stilistische Merkmale stehen in der Regel nicht eigenständig, sondern werden mit einem Genre oder einem Kontext und damit einer anderen der besprochenen Dimensionen verknüpft. ‚Beat(s)' wird signalisiert in der Regel Titelinhalte mit elektronischen Komponenten damit im Gegensatz zu ‚Akustisch'. ‚Balladen' sind als besondere Liedform hervorgehoben.

| *Acoustic / Akustisch / Unplugged (Auswahl)* | *Beat / Beats* | *Balladen* |
|---|---|---|
| Acoustic Blues | Alternative Beats | Rock Ballads |
| Acoustic Covers | Beats & Rhymes | Power Ballads |
| Acoustic Grit | Beats to Think To | Piano Ballads |
| Acoustic Hits | Club Beats | Metal Ballads |
| Acoustic Rock | Fit mit Beat | Love Ballads |
| Acoustic Soul | Heart Beats | K-Ballads Fall for Autumn |
| Akustischer Herbst / Autumn Acoustic | Lo-fi Beats | Irish Folk – Ballads |
| Club Acoustic | Mellow Beats | Blue Ballads |
| Covers Unplugged | Rage Beats | Ballads Forever |
| Evening Acoustic | Sex Beats | |
| Infinite Acoustic | Sad Beats | |
| K-Pop Acoustics | Zumba Beats | |
| Laidback Acoustics | | |
| Morning Acoustic | | |
| Punk Unplugged | | |

**Tab. 10 Playlists nach musikalischen Merkmalen**

Ein besonderes Augenmerk soll auf den Container *Klassik* geworfen werden. Mit diesem Metagenre ist nicht die abgekürzte ‚Wiener Klassik'gemeint, sondern sämtliche komponierte Musik außerhalb des Populären. Die Genre-Bandbreite reicht von Psalmen (im Folgendenden stets beispielhaft *150 Psalms in Classical Music*), mittelalterlicher Musik (*Medieval 50 Spotify Picks*), Barock (*Baroque Escape*), Oper und Orchestermusik (*Opera 100 Spotify Picks*, *Symphonies Where to Start*), Romantik (*Romantic Era 50 Spotify Picks*) bis hin zur elektroakustischen Musik (*Electroacoustic 50 Spotify Picks*), kontemporären

| POP | | ALTERNATIVE | | JAZZ | |
|---|---|---|---|---|---|
| **Anzahl** | **Track – Artist** | **Anzahl** | **Track – Artist** | **Anzahl** | **Track – Artist** |
| **8** | Without Me — Halsey | **4** | Alien — Beach House | **3** | Blue in Green — Miles Davis |
| **7** | 1999 — Charli XCX, Troye Sivan | **4** | Creep — Radiohead | **3** | Goodbye Pork Pie Hat — Charles Mingus |
| **7** | Arms Around You (feat. Maluma & Swae Lee) — XXXTENTACION, Lil Pump, Swae Lee, Maluma | **4** | Ever Again — Robyn | **3** | I Got It Bad And That Ain't Good — Oscar Peterson Trio |
| **7** | Better — Khalid | **3** | Alright — Supergrass | **3** | I Guess I'll Hang My Tears Out To Dry - Rudy Van Gelder Edition/Remastered 1999 — Dexter Gordon |
| **7** | I Found You (with Calvin Harris) — benny blanco, Calvin Harris | **3** | Bambi — Hippo Campus | **3** | In A Sentimental Mood — Duke Ellington, John Coltrane |
| **7** | Kiss And Make Up — Dua Lipa, BLACKPINK | **3** | Better Than You — Petal | **3** | Journey Into Melody - 2007 Digital Remaster/Rudy Van Gelder Edition — Stanley Turrentine |
| **7** | MIA (feat. Drake) — Bad Bunny, Drake | **3** | Bicycle (feat. klei) — filous, klei | **3** | Naima — John Coltrane |
| **7** | Suncity (feat. Empress Of) — Khalid, Empress Of | **3** | Bitter Sweet Symphony — The Verve | **3** | Night And Day — Diana Krall |
| **7** | Sunflower - Spider-Man: Into the Spider-Verse — Post Malone, Swae Lee | **3** | Call Me — Blondie | **3** | Reason in Disguise — Ezra Collective, Jorja Smith |
| **7** | Taki Taki (with Selena Gomez, Ozuna & Cardi B) — DJ Snake, Selena Gomez, Ozuna, Cardi B | **3** | Cherry-coloured Funk — Cocteau Twins | **3** | Where We Used To Live — Esbjörn Svensson Trio |
| **7** | when the party's over — Billie Eilish | **3** | Comeback Kid — Sharon Van Etten | **2** | 'Round Midnight — Thelonious Monk |
| **6** | Back to Life - from Bumblebee"" — Hailee Steinfeld | **3** | Common People — Pulp | **2** | A Nightingale Sang In Berkeley Square — Stan Getz, Bob Brookmeyer |
| **6** | Be Alright — Dean Lewis | **3** | Das geometrische System — Die Sauna | **2** | Along Came Betty - Rudy Van Gelder 24Bit Mastering 1999 Digital Rema — Art Blakey |
| **6** | Checklist (with Calvin Harris) (feat. WizKid) — Normani, Calvin Harris, WizKid | **3** | Die Dunkelheit darf niemals siegen — Frittenbude, Jörkk Mechenbier | **2** | Alteleyeshegnem — Alemayehu Eshete |
| **6** | Let You Love Me — Rita Ora | **3** | Die Nacht — PeterLicht | **2** | April In Paris - 2007 Remaster/Rudy Van Gelder Edition — Thad Jones |
| **6** | Sweet but Psycho — Ava Max | **3** | Drunk on Halloween — Wallows | **2** | As She Rises — Dimitri Stöckl |
| **6** | thank u, next — Ariana Grande | **3** | Electrified — Just Loud | **2** | Autumn Leaves — Chet Baker |
| **6** | Woman Like Me (feat. Nicki Minaj) – – Little Mix, Nicki Minaj | **3** | Feeling Lonely — boy pablo | **2** | Autumn Nocturne — Lou Donaldson |

**Tab. 11 Auswertung Genre-Pools nach Künstler*innen**

Kompositionen (*Contemporary Chinese Classical*) und zur Avantgarde (*Avant-Garde 50 Spotify Picks*) und deckt dabei Hunderte von Jahren Musikgeschichte ab. Sehr viele Playlists beschreiben eine Epoche, Gattung oder ein Instrument (*Spotify Orchestra: Viola*). Neben dieser großen Anzahl Genre-bezogenen Listen finden sich in dieser Kategorie auch zahlreiche Playlists, die klassische Musik neuassoziieren: *All About That Brass* (als Wortspiel zu Meghan Trainors Popsong ‚All About That Bass'), *Classical Halloween* (als kontemporärer Anlass), *Queer Composers* (Reflektion von Geschlechteridentitäten), *Pop Songs Based on Classical Music*, *Classical Meets Electronica* (Verbindung mit kontemporär populären Genres), *Classical Moments in Movies* (Popkultur), *Indian Classical Music for Studying*, *Intense Studying Mixtape Edition*, *Klassik zum Entspannen* (Aktivitäten). Analog zum ‚Unbundling' des Albums populärer Musik werden in diesen Playlists zusammengehörige Sätze klassischer Werke auseinandergerissen. Es erscheint, als ob gerade die Musik, die durch Kanones und epochaler Historizität geprägt ist, hier in ein System der Ahistorizität (nämlich das der Popmusik) und der zeitaktuellen Konnotation transformiert wird.

Im Container *Stimmung* befindet sich die Playlist *The Most Beautiful Songs in the World*. Diese sei als ein besonderes Beispiel der Playlist-Gestaltung nach musikalischen Gesichtspunkten herausgegriffen. Die Playlist enthält 80 Titel mit 80 Unique Artists, sodass anders als bei den zuvor betrachteten Fallbeispielen ein großes Spektrum verschiedener Künstler*innen abgebildet wird. Der Playlisttitel adressiert ein unmittelbares Geschmacksurteil, das damit intersubjektiv keiner Gültigkeit unterliegen kann. Es wird eine Auswahl aus Titeln aller Musikkulturen der Welt suggeriert. Beispielhaft können in der Analyse einzelne Playlists mit den oben erstellten Pools *Pop*, *Alternative* und *Jazz* abgeglichen werden, um ihre mögliche Verortung in einem dieser musikalischen Bereiche zu ermitteln. Es wird angenommen, dass Genres weniger abschließend in sich definiert werden können, als vor allem dadurch bestimmt werden, welche Künstler*innen und welche Titel in den entsprechenden Playlists zu finden sind. 21 der 80 Main Artists aus *The Most Beautiful Songs in the World*s stammen aus den Bereichen Pop (7), Alternative (15) und Jazz (1) mit der Dopplung von SOAK (*Pop* und *Alternative*) sowie Little Dragon (*Alternative* und *Jazz*).

| *Pop – Artists* | *Alternative – Artists* | *Jazz – Artists* |
|---|---|---|
| Charlie Cunningham | Novo Amor | Little Dragon |
| Lord Huron | S. Carey | |
| Maisie Peters | Nathan Ball | |
| SOAK | Gorky's Zygotic Mynci | |
| Axel Flovent | SOAK | |
| Allman Brown | Rose Elinor Dougall | |
| Freya Ridings | Nils Frahm | |
| | Rhye | |
| | Talos | |
| | Sampha | |
| | Little Dragon | |
| | Billie Marten | |
| | St. South | |
| | Weyes Blood | |
| | SYML | |

**Tab. 12 Künstler*innen der Playlist *The Most Beautiful Songs in the World***

Die Überschneidungen einzelner Titel mit den aufgestellten Genre-Pools offenbaren zu gleichen Anteilen Titel aus den Bereichen *Pop* und *Alternative* und einen Großteil an Tracks, der nicht von diesen Genres abgebildet werden kann.

| **Track – Artist** | **Pool** |
|---|---|
| Feels Like This<br>— Maisie Peters | Pop – Tracks |
| Everybody Loves You<br>— SOAK | Pop – Tracks<br>Alternative – Tracks |
| Lost Without You<br>— Freya Ridings | Pop – Tracks |
| Them<br>— Nils Frahm | Alternative – Tracks |
| (No One Knows Me) Like the Piano<br>— Sampha | Alternative – Tracks |
| Seven Words<br>— Weyes Blood | Alternative – Tracks |

**Tab. 13 Titel der Playlist *The Most Beautiful Songs in the World***

Vergleichbar mit der Aufstellung von Pop-Album-Kanones ist die Definition der ‚schönsten Lieder' stets eine Frage des subjektiven Geschmacks. Mit Playlist-Analysen kann offengelegt werden, wie im kuratierten Angebot von Streamingdiensten ein solches Geschmacksurteil inhaltlich definiert wird.

## 5.3 Musikgeschichte

Bezüge zu der Geschichte von (populärer) Musik werden im kuratierten Playlistangebot primär über die Bündelungen von Jahrzehnten und Definitionen von ‚Klassikern' adressiert. Die folgende Tabelle zeigt die kuratierten Playlists mit Bezügen zu konkreten Zeiträumen. Neben nicht spezifizierten Playlists (*All Out of*, *All Lined Up*) gibt es genrespezifische Listen

(zum Beispiel Country, Rock, Alternative, Soul, R&B) und thematische Zusammenstellungen (Liebe, Road Trip). Rein quantitativ liegt der Fokus auf den 1970er-, 80er- und 90er-Jahren. Letztere werden mit 17 verschiedenen Playlists am häufigsten abgebildet im Gegensatz zu den ‚Rändern' der Anfänge der Popmusik und des 21. Jahrhunderts.

| *1940er* | *1950er* | *1960er* | *1970er* | *1980er* | *1990er* | *2000er* | *2010er* |
|---|---|---|---|---|---|---|---|
| | All Out of 50s | All Out of 60s | All Out of 70s | All Out of 80s | All Out of 90s | All Out of 00s | All Out of 10s |
| | | Zurück in die 60er | Zurück in die 70er | Zurück in die 80er | Zurück in die 90er | Zurück in die 00er | |
| | | | | 80s Smash Hits | | 2000 Smash Hits | |
| | | | | The 80s All Lined Up | | | |
| Country's Greatest Hits - The 40s | Country's Greatest Hits - The 50s | Country's Greatest Hits - The 60s | Country's Greatest Hits - The 70s | Country's Greatest Hits - The 80s | Country's Greatest Hits - The 90s | | |
| | | | | | 90s Country | | |
| | | 60s Rock Anthems | 70s Rock Anthems | 80s Rock Anthems | 90s Rock Anthems | 00s Rock Anthems | |
| | | Alternative 60s | Alternative 70s | Alternative 80s | Alternative 90s | Alternative 00s | Alternative 10s |
| | | The Black Power Mixtape 1967-1975 | | | | | |
| | | | | 70s & 80s Acoustic | 90s Acoustic | | |
| | | | | Throwback Covers 70s & 80s | | | |
| | | | 70s Love Songs | 80s Love Songs | 90s Love Songs | | |
| | | | 70s Road Trip | | | | |
| | | | 35 Soul Classics 1970-1975 | | | | |
| | | | | 80s Hard Rock | | | |
| | | | | 80s Jam Session | | | |
| | | | | I Love My 80s Rollerdisco | | | |
| | | | | | 90s Eurodance | | |
| | | | | | Fiesta 90era | | |
| | | | | | 90s Arabic Hits | | |
| | | | | | 90s Baby Makers | | |
| | | | | | Oprahs Love Is 90s Playlist | | |
| | | | | | Mid90s | | |
| | | | | | 90s Pop Rock Essentials | | |
| | | | | | I Love My 90s R&B | I Love My 00s R&B | |
| *1* | *2* | *6* | *11* | *13* | *17* | *6* | *2* |

**Tab. 14 Playlists nach Jahrzehnten**

Der Entstehungsprozess der Playlists, die so genannte ‚Klassiker' oder ‚Essentials' zu und Genres und Themen reflektieren, stehen keine Informationen zur Verfügung. Klassiker-Listen beziehen sich mit den Ausnahmen *Sommerklassiker* (Jahreszeitenbezug), *12" Classics* (die nicht genauer definierte Vinyl-Ära), *Ultimate Party Classics* und *After-Ski Classics* (Aktivitäten) auf Genres:

| **Classics / Klassiker** | | **Essential** |
|---|---|---|
| Classic Afropop | Classic Covers | Afrobeat Essentials |
| Dance Classics | Jazz Classics Blue Note Edition | SA Rock Essentials |
| Sommerklassiker | Jazz Classics | Metal Essentials |
| Classic Punk | Christmas Classics | Punk Essentials |
| Reggae Classics | Weihnachtsklassiker | Esenciales Trova |
| Latin Pop Classics | Rock Classics | Essential K-Pop |
| Reggaeton Classics | 12" Classics | Essential Folk |
| Bachata Classics | After-Ski Classics | Persian Essentials |
| Salsa Classics | Dance Classics | Essence of the Renaissance |
| 50 Latin Classics | Ultimate Party Classics | |
| Mambo Classics | Deutschpop Klassiker | |
| Classical Essentials | Pop Klassiker | |
| Classic Acoustic | Schlager Klassiker | |
| Indie Klassiker | | |

**Tab. 15 Klassiker und Essentials**

Weitere Playlist-Kategorien bilden einen Vergangenheitsbezug ohne dabei einen spezifizierten Zeitraum abzubilden: sogenannte Throwbacks (*Throwback Latin Explosion*, *Throwback Party*, *Acoustic Throwbacks*, *Hit Rückblick, Hit Rewind*) und ‚Best ofs' einzelner Jahre (*Sommerhits 2018*, *Best of 2017 K-Pop*).

Um Kanonisierungstendenzen der Jahrzehnte- und Klassiker-Playlists zu ermitteln, werden anhand der globalen Liste *All Out of 00s*, der deutschen Version *Zurück in die 00er* und der Genre-bezogenen Playlist *Alternative 00s* beispielhaft die Versionen des August- und des November-Datensatzes verglichen: *Alternative 00s* im August wurde am 4.1.2018 letztmalig aktualisiert und enthält 80 Titel (deren Künstler*innen in Konsistenz zu *Ultimate Indie* alle genau eine Trackbeteiligung aufweisen). Die November-Playlist, die am 4.9.2018 aktualisiert wurde, ist abgesehen von einem Titel mit der August-Version identisch: ‚Suzie' von Boy Kill Boy wurde durch ‚Do It All Over Again' von Spiritualized ersetzt. Sehr ähnlich verhält es sich bei *Zurück in die 00er*: Alle Titel der August-Version (am 21.5.2018 aktualisiert) sind in der November-Version (am 28.9.2018 aktualisiert) vorhanden. Hinzugekommen ist mit ‚Lied 1 – Stück vom Himmel' von Herbert Grönemeyer ein Titel, der zuvor nicht auf der Plattform verfügbar war (vgl. Kap. 3.7 zu Ausschlusskriterien). Die Playlistinhalte sind in diesem Datensatz daher als konstant zu betrachten. Eine gegensätzliche Beobachtung ergibt der Vergleich von *All Out of 00s*: Die November-Version (aktualisiert am 6.11.2018) ist von 73 Titel der August-Version auf 100 Tracks angewachsen, es wurden dabei aber nur 24 Titel der Vorgängerversion (aktualisiert

am 27.7.2018) übernommen. So sind Titel wie ‚Survivor' von Destiny's Child oder ‚Mr. Brightside' von The Killers, der als Song der Dekade gewählt wurde (vgl. The Telegraph 2009) eng mit der 2000er-Dekade verknüpft ist, in der neuen Version nicht mehr enthalten. Gegenüber den zuvor betrachteten Playlists erscheint die variierende Titelzusammenstellung von *All Out of 00s* eher einer 2000er-Radiostation gleich strukturiert anstelle einer Abbildung kanonisierter Popmusik. Die Gestaltung der ergänzend herangezogenen und musikalisch ähnlichen Playlist *Pop Klassiker* ist wiederum konstant: Neben vier zusätzlich hinzugefügten Titeln in der November-Version betreffen Änderungen lediglich die Auswahl zwischen zweier Album- und Radio-Versionen. Wenn derartige Playlists nicht der Ahistorizität des Pop folgen, sondern über einen längerfristigen Zeitrahmen inhaltlich beständig bleiben und als Mittel des Musikentdeckens genutzt werden, kann ein Einfluss auf die Konstruktion von Musikgeschichtsschreibung bestehen.

Der Pool aller Titel und Künstler*innen der sechs Playlists zur Dekade der ‚Nullerjahre' zeigt insgesamt 375 Unique Tracks, von denen genau 315 Titel einmalig vertreten sind, während sieben Titel dreimal und 53 Titel zweimal im Pool vorkommen. Insgesamt sind 322 Unique Artists als Main und / oder Featured Artists vertreten, der häufigste Künstler ist Justin Timberlake mit acht Trackbeteiligungen. Die am häufigsten vertretenen Künstler*innen können als eine die Musik der 2000er-Jahre repräsentierende Gruppe konstruiert werden und stellen die Frage nach Kriterien der musikalischen Bedeutsamkeit.

| **Unique Tracks der 2000er** | | **Unique Artists der 2000er** | |
|---|---|---|---|
| **Anzahl** | **Track – Artist** | **Anzahl** | **Artist** |
| **3** | Cry Me a River — Justin Timberlake | **8** | Justin Timberlake |
| **3** | How You Remind Me — Nickelback | **7** | Britney Spears |
| **3** | Numb — Linkin Park | **7** | Lil Wayne |
| **3** | Seven Nation Army — The White Stripes | **6** | Alicia Keys |
| **3** | Sex on Fire — Kings of Leon | **6** | Beyoncé |
| **3** | Take Me Out — Franz Ferdinand | **6** | Eminem |
| **3** | Toxic — Britney Spears | **6** | Kings of Leon |

**Tab. 16 Unique Tracks / Unique Artists der 2000er**

## 5.4 Popularität

### 5.4.1 Aktuelle Musik und Charts

Charts im Sinne der am meisten wiedergegebenen Titel auf der Plattform werden unter dem separaten Registerreiter *Charts* nach globalen und länderspezifischen Ermittlungen sortiert.[34] Gegenüber diesen automatisch (also algorithmisch) aktualisierten Listen finden sich im kuratierten Angebot gesonderte Playlists, die die meistgespielten Titel abbilden (*Today's Pop Hits*, *Top Hits Deutschland*). *Hitradio* (als direktes Zitat der genannten Entwicklung der Top 40-Stationen), *Hit Rotation* und *Mega Hit Mix* nehmen ebenso wie *Rock Rotation* auch in ihrem Titel Bezug auf das Mainstream-Programm großer Rundfunkanstalten. *Singled Out* ist eine Referenz zu neuen (Single-CD-)Veröffentlichugnen. *Top of the Morning*, *Happy Hits* oder *Chill Hits* verbinden diese Titel mit Stimmungen oder Zeitpunkten. In anderen Genres übernehmen diese Funktionen Playlists wie beispielsweise die Hip-Hop-Playlist *Mint*.

Die an dieser Stelle exemplarisch herausgegriffene Playlist *Mega Hit Mix* enthält 75 Titel. Auch unter Nicht-Berücksichtigung der Playlist selbst, die Bestandteil des Pools ist, enthält *Pop* erwartungsgemäß alle Titel und 58 verschiedene Main Artists der Playlist. In *Alternative* überschneiden sich mit Ariana Grande, Coldplay, Khalid, Kiiara, Lauv, Post Malone und Twenty One Pilots sieben Künstler*innen der Liste, es bestehen keine Titelüberschneidungen. Erwartungsgemäß enthält *Jazz* keine Überschneidungen mit Titeln oder Künstler*innen der Playlist. In diesem Beispiel erscheinen die Genre-Pools als relativ abgeschlossen und Hits werden primär über *Pop* definiert. Gemäß ihrem Wesen besteht dennoch ein Durchlässigkeit von Künstler*innen wie Coldplay und Twenty One Pilots, die vor ihrem auch kommerziellen Erfolg (und ggf. musikalischen Wandlungen) als Alternative-Bands verstanden wurden. Die Vermischung von Musikstilistiken und kommerziellem Erfolg von Pop wird abgebildet.

### 5.4.2 Neue Musik

Der auf Spotify zur Verfügung gestellte Long Tail ermöglicht einer großen Zahl Künstler*innen, neue Musik zu veröffentlichen und den Spotify-Katalog insbesondere zu dem Veröffentlichungstag Freitag beständig zu vergrößern. Innerhalb des Spotify-Interfaces exisitiert keine Möglichkeit, ungefiltert sämtliche Neuerscheinungen zu durchsuchen.[35]

[34] Die Spotify-Charts sind ein in sich abgeschlossenes System, das ausschließlich die auf der Plattform gehörten Titel abbildet und u. a. in dem kuratierten Angebot den besprochenen Aspekt selbsterfüllender Prophezeiungen aufweisen kann.

[35] Eine Annäherungsmöglichkeit ist die Nutzung von Parametern im Suchfeld: So können die Ergebnisse beispielsweise durch die Eingabe von ‚year:2015' auf im Jahr 2015 erschienene Musik gefiltert werden.

Neben dem personalisierten *Release Radar* und Ankündigungen auf den Künstlerseiten können Neuerscheinungen innerhalb der Plattform primär über die kuratierten Playlists eingesehen werden. Hierfür gibt es verschiedene Playliststränge, die einen Großteil der von Spotify definierten Genres bedienen:

| GENRE | Genre | Neuentdeckungen | Wortspiel | ‚Rising' | ‚Brandneu' | Releasetag | ‚Radar' |
|---|---|---|---|---|---|---|---|
| **AMBIENT** | | Fresh Finds: Cyclone | | | | | |
| **COUNTRY** | New Tradition Country Heroes | | New Boots | | | | |
| **ELECTRONIC/ DANCE** | | Fresh Finds: Electronic; Fresh Finds: Basement | | Dance Rising; Electronic Rising | | Friday Cratediggers | |
| **FOLK** | | Fresh Folk | The New Waltz | Roots Rising | | | |
| **GLOBAL** | | Fresh Finds | | | | New Music Friday: Deutschland | |
| **HIP HOP** | | Fresh Finds: Fire Emoji | | | Deutschrap Brandneu | | |
| **INDIE/ ALTERNATIVE** | All New Indie | Fresh Finds: Index | | | | | Indie Radar |
| **JAZZ** | | | State of Jazz | | | | |
| **K-POP** | | | | K-Pop Rising | | | |
| **KLASSIK** | New Classical Releases | | | | | | |
| **LATIN** | | | | Bachata Rising | | New Music Friday: Latin | Radar Latino |
| **METAL** | New Metal Tracks; New Core | | New Blood | | | | |
| **POP** | | Fresh Finds: Poptronix | | Pop Rising | Pop Brandneu | | |
| **PUNK** | New Punk Tracks | | | | | | |
| **R&B** | | Fresh Finds: The Wave | The Newness | | | | |
| **ROCK** | All New Rock | Fresh Finds: Six Strings | New Noise | | | | |

**Tab. 17 Playlists für neue Musik**

Die tabellarische Darstellung reflektiert den Fokus auf neuer Musik für das kuratierte Angebot. Die hier aufgeführten 37 Playlists decken dabei 15 Genres ab. Im Ansatz ist eine zugrunde liegende Systematik der Playlistgestaltung erkennbar, die jedoch nicht konsequent Genre-übergreifend angewandt wird: Neuentdeckungen noch unbekannter Künstler*innen

werden mit der *Fresh Finds*-Reihe sowie dem *Radar* abgedeckt, *Rising* steht für aufstrebende Künstler*innen.

## 5.5 Künstler*innen

Playlists, die sich auf das Werk eine*r Künstler*in konzentrieren, werden im kuratierten Playlistangebot Spotifys mit *This Is <Artist>* benannt und als „Best ofs" bezeichnet. Die Liste *This Is Lady Gaga* zu dem globalen Popstar soll an dieser Stelle als Beispiel dienen: Der Untertitel ‚There are a million reasons to listen' ist eine direkte Referenz auf ihren Titel ‚A Million Reasons'. Eine individuelle Playlistgestaltung der Playlist wird demgemäß zumindest bei einigen Künstler*innen vorgenommen. Die Liste enthält 41 Titel, die allen bisherigen sieben Studio-Alben sowie diversen Singles und/oder EPs der Künstler*in entnommen wurden. Die Titelreihenfolge orientiert sich weder an den Veröffentlichungsdaten noch an einer Albumgruppierung. Stattdessen werden die Titel gemischt und der ursprüngliche Albumkontext tritt zurück: Es stehen in diesem Fall maximal drei Titel des gleichen Albums hintereinander und nur einmal entspricht die Reihenfolge auch dessen Tracklist. Soll eine kürzliche Neuerscheinung hervorgehoben werden, kann von dieser Struktur abgewichen werden: *This Is Coldplay* beginnt mit einem vollständigen Live-Album ‚Live in Buenos Aires', bevor das zuvor beschriebene Titelschema die Diskographie verarbeitet. Insbesondere das Ende der Playlist, bei dem Titel des Albums ‚A Rush of Blood to the Head' und der ‚Kaleidoscope EP' bewusst interniert werden, verdeutlicht die zurücktretene Bedeutung von Titelzusammenhängen. Aufgrund der hohen Follower-Zahlen scheinen die *This Is*-Playlists auf ein großes Interesse zu stoßen. Künstler*innen, zu denen Spotify bislang keine kuratierte Liste erstellt hat, folgen dem Schema und kreieren diese mitunter selbst, wie das Beispiel der Kölner Band Querbeat zu sehen ist (Follower: 361).

Die Platzierung von *This Is*-Playlists im kuratierten Angebot kann auf zeitaktuelle Themen (*This Is Feine Sahne Fischfilet* unter *Punk* im Kontext des ‚#wirsindmehr'-Konzertes), mediale Produkte (*This Is Disney* und *This Is Hamilton*) oder Ikonen (*This Is Bob Marley* in *Reggae*) Bezug nehmen. In seltenen Fällen nehmen Playlists wie *If It Wasn't for Gucci* (Rapper Gucci Mane) oder *Front Porch* (Titel eines neuen Albums der kanadischen Singer/Songwriterin Joy Williams) direkten Bezug zu dem Werk einzelner Künstler*innen. Von Künstler*innen wie den Beatles, Leonard Cohen oder Bob Dylan gibt es zudem Playlists, die Coverversionen zusammenfassen. Für kurze Dauer werden außerdem Künstler*innen oftmals auf jenen Playlist-Artworks abgebildet, die ihre aktuelle oder neuerschienene Musik enthalten.

## 5.6 Stimmungen, Aktivitäten und Anlässe

Der große Fokus kuratierter Playlists liegt neben Genrebezügen auf stimmungsregulierenden und -reflektierenden Zusammenstellungen sowie passender Musik für Alltagssituationen, Aktivitäten und Anlässe. In diesem Abschnitt werden diese Konnotationen der Playlists dargelegt und stichprobenartig mit den Genre-Pools abgeglichen.

### 5.6.1 Zeit und Raum

Zeitkomponenten in Form des Tages-, Wochen- und Jahresverlaufes werden durch viele Playlists abgebildet, wie die folgenden Grafiken verdeutlichen:

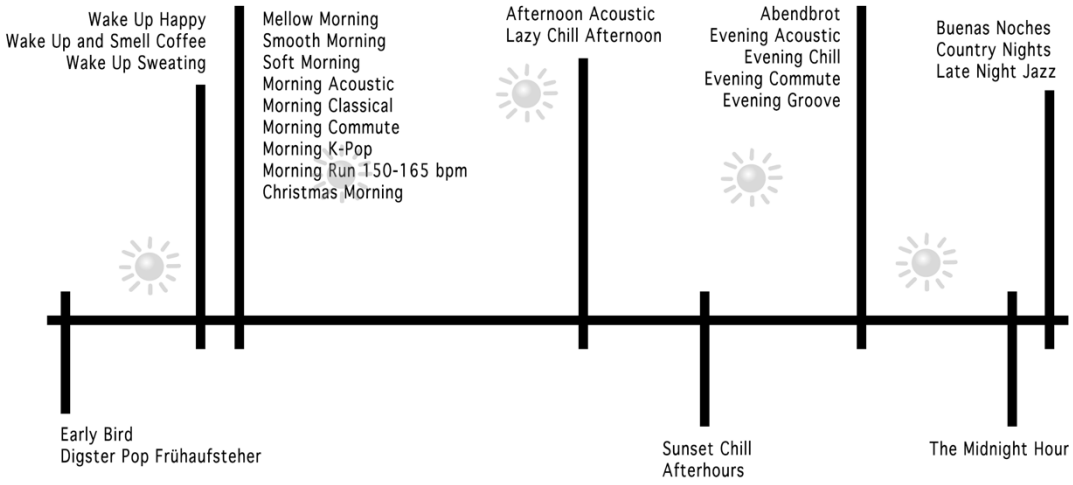


**Abb. 5 Playlists nach Tagesverlauf (eigene Darstellung)**

Die Tageszeiten werden mit unterschiedlichen Stimmungen, Genres und / oder Tätigkeiten assoziiert: Die Stimmungen für Playlists des Morgens sind fröhlich (‚Happy‘), gut (‚Good‘) oder sanft (‚Smooth‘, ‚Mellow‘, ‚Soft‘), Aktivitäten sind Kaffeetrinken, sportliche Aktivitäten oder der Weg zur Arbeit. Musik, die für die Zeit ab Nachmittag angeboten wird, ist primär auf Erholungsthemen (‚Lazy‘, ‚Chill‘) fokussiert. Dabei werden verschiedene Dynamiken abgebildet: So wird der Abend als Heimweg, zur Erholung oder aktivierend beschrieben. Der kalendarische Wochenverlauf wird vom Start der Woche über Werktage hin zum Wochenende abgebildet. Berücksichtigt sind erneut ein täglicher Weg zur Arbeit und die Unterscheidung in Arbeitstage (‚Workday‘), das Ende der Arbeitswoche (*TGIF* als ‚Thank God It’s Friday‘-Thema) und ein mit freier Zeit assoziiertes Wochenende (‚Hangouts‘, ‚Lazy‘, ‚Stroll‘).

| Frühling | Sommer | Herbst | Winter |
|---|---|---|---|
| Spring Classical | Summer Classical | Autumn Classical | Winter Classical |
| | Summer Cocktails | | |
| | K-Ballads Summer Love | K-Ballads Fall for Autumn | |
| | Summer Acoustic | Autumn Acoustic | |
| | Akustischer Sommer | Akustischer Herbst | |
| | Sommer Chillout | Herbst Chillout | |
| | Sommergefühle | Herbstgefühle | |
| | | Autumn K-Pop | |
| | | | Winter Sounds |

**Tab. 18 Playlists nach Jahresverlauf**

Der Jahresverlauf wird entlang der vier Jahreszeiten in kuratierten Playlists wiedergegeben. Die Tabelle zeigt die verfügbaren Jahreszeiten-Playlists im November-Datensatz (schwarz) und sowie zuvor verfügbare Listen aus dem August (grau). So wie die Container *Sommer* und Weihnachten temporär zur Verfügung stehen, werden bestimmte Playlists entsprechend des Jahresverlaufes modifiziert. Die Jahreszeitenvorläufer sind anders als bei den genannten Containern über die manuelle Suche nicht länger verfügbar, dieselben Playlists werden in der Folge fortlaufend angepasst. Dabei wird auch der Großteil enthaltener Musik aktualisiert: *Herbstgefühle* enthält noch 16 der ursprünglich 77 Titel der *Sommergefühle*, *Autumn Acoustic* übernimmt 6 der vorherigen 68 Titel von *Summer Acoustic.*

In den Playlists wird eine Reihe von Orten und Plätzen genannt, die oftmals mit Aktivitäten in Verbindung stehen und mit Musikhören assoziiert werden. Als Draußen-Orte werden der Strand (*Beach Vibes*, *Dub on the Beach*) und der Park (*Picnic in the Park*, *Skatepark Punk*) genannt. Orte in der Stadt sind das Kaffeehaus (*Kaffeehausmusik*), Bars (*The Piano Bar*) und Clubs (*Clubhaus*). Arbeitsorte (*Your Office Stereo*) und Orte der Erholung (*Spa Treatment*) werden ebenso adressiert wie das Zuhause (*Zuhause, Happy to Be Home, Kitchen Swagger*) und abstraktere Orte wie menschliche Beziehungen (*In the Arms of a Woman*) oder Gedanken (*Kopfkino*). Diese Beispiele zeigen, auf welche Weise kuratierte Playlists Musik und das Musikhören im Raum der öffentlichen und privaten Sphäre verorten.

### 5.6.2 Aktivitäten und Anlässe

Wie zuvor dargelegt dient Musik zur Begleitung von alltäglichen Routineaufgaben, zur Überbrückung zum schnelleren Zeitvertreib oder zur Schaffung von Atmosphäre oder einem passenden ‚Soundtrack'. Die in der Literatur besprochenen Aktivitäten finden sich ebenso im kuratierten Angebot Spotifys:

(1) Alltägliche Tätigkeiten im Haushalt, die von Playlists begleitet werden sollen, sind Kochen (jeweils beispielhaft *The Cookout*), (Ein-)Schlafen (*Sleep*) und Duschen (*Die Dusch Playlist*). Diese Tätigkeiten stehen nicht in direkter Verbindung zum Musikkonsum. Der exemplarische Vergleich der *Dusch Playlist* mit den Genre-Pools offenbart mit 35 der 56 Titel eine große Überschneidung mit *Pop*. Von den 59 Unique Artists der Playlists sind 50 mit mindestens einem Titel im Pop-Pool vertreten gegenüber fünf Überschneidungen mit *Alternative* und einer Dopplung mit *Jazz*. Aufgrund dieser Datengrundlage wird die alltägliche Tätigkeit des Duschens primär mit mutmaßlich bekannter Popmusik konnotiert. Die Playlist dient gleichermaßen als Beispiel dafür, dass Aktivitäten und die angebotene Musikauswahl in kein erklärendes Verhältnis gesetzt werden.

(2) Das Konsumieren von anderen Medien wie Büchern (*Reading Chillout*) und Computerspielen (*Epic Gaming*) kann zusätzlich durch Musik angereichert werden, während aus Film und Fernsehen Musik entnommen wird (*Film & TV Favorites In Sync*).

(3) Zahlreiche Playlists thematisieren sportliche Aktivitäten, die sich auf Laufen und Fitnesstraining konzentrieren. Diese werden sowohl den Genrepräferenzen (*Electro Workout*, *Extreme Metal Workout*, *Fitness Araby*) als auch dem musikalischen Tempo angepasst (*Eat Sleep Run Repeat 140 BPM*) oder in Kombination (*Fast Pop Run 180 BPM*) angeboten.

(4) Fortbewegung ist ebenfalls ein in den Playlists abgebildetes Thema: Die Fortbewegungsmittel sind mit neun Playlists zu Roadtrips (*Hot Road Trip*, *Americana Roadtrip*, aber auch *Family Road Trip* und *Songs to Sing in the Car*) dabei vor allem auf Personenkraftwagen fokussiert. Regelmäßig zurückgelegte Strecken, beispielsweise Arbeitswege, werden ebenso thematisiert (*Daily Lift*, *Evening Commute*).

(5) Erholung ist ein rekurrierendes Thema in den Playlist-Kategorien, was sich in den 25 Nennungen des Begriffs ‚Chill' niederschlägt. Verbindungen werden dabei wieder zu Genres (*Chilled Jazz*, *Modern Chill Rock*) aufgebaut. Der gleichen Kategorie werden Ambient-Atmosphäre schaffende Playlists zum Einschlafen (Sleep Into the Ocean) oder Instrumentalmusik (*Lava Lamp*) zugeordnet. Für deren Musikauswahl kann die musikalische Konstruktion als Orientierungspunkt relevanter sein als spezifische Titel oder Künstler*innen. Zudem gibt es zahlreiche Playlists mit Ruhe ausdrückenden Adjektiven wie ‚peaceful' (*Peaceful Piano*), ‚calm' (*Calm Down*) und ‚quiet' (*Quiet Moment*).

(6) Einer ähnlichen Struktur unterliegen Playlists zum konzentrierten Arbeiten. Neben allgemein gehaltener Playlists (beispielsweise *Deep Focus*) steht studentisches Arbeiten (*Instrumental Study*, *Soundtrack for Study*, *Intense Studying*) im Vordergrund

(7) Das Thema Essen und Trinken ist in besonderem Ausmaß präsent. Die Tabelle 19 zeigt die primär vertretenen Motive des Cafébesuchs mit Schwerpunkt auf verschiedenen Genres,

des Abendessens, das hier als große Mahlzeit gedacht wird, sowie des Konsums alkoholischer Getränke:

| *Cafébesuch* | *Abendessen* | *Alkoholische Getränke* |
|---|---|---|
| Acoustic Café International | Abendbrot | Another Glass |
| Café con Leche | Chill Out Dinner | Boozy Brunch |
| Coffee Table Jazz | Classical Intimate Dinner | Summer Cocktails |
| Country Coffeehouse | Dinner Music | The Piano Bar |
| Country Cookout with Guy Fieri | Feel Good Dinner | Wine & Dine |
| Kaffeehausmusik | Latin Dinner | Drunk and Hung Over |
| Dalkom Café | Mellow Dinner | |
| Soul Coffee | Classical Feast | |
| Your Favorite Coffeehouse | Folk Feast | |
| | The Cookout | |
| | Wine & Dine | |
| | Jazzy Dinner | |

**Tab. 19 Playlists Essen und Trinken**

Während viele Playlists mit Genrebezeichnungen gekennzeichnet sind, soll als Fallbeispiel die Zusammenstellung unter dem allgemein gehaltenen Playlisttitel *Dinner Music* betrachtet werden: Von den 51 Unique Artists der Liste befinden sich 19 in *Jazz*, 8 in *Pop* sowie 2 in *Alternative*. Dabei ist der zweithäufigst eingesetzte *Jazz*-Künstler Miles Davis neben Pop-Künstler*innen wie Demi Lovato und Lukas Graham vertreten. Auch unter der Berücksichtigung von nur drei Genres können in der Playlist somit inhaltliche Genre-Grenzverschiebungen und -überschneidungen verortet werden, sodass die Zusammenstellung nicht von Genres ausgehend gedacht wurde.

Die in Kap. 3.3.5 genannten Aktivitäten werden, sofern die Playlists der Arbeitswege auch das Fahrradfahren und das Duschen die Tätigkeit des Badnehmens einschließen, somit vollständig im kuratierten Angebot von Spotify abgebildet.

### 5.6.3 Stimmungen

Wie im Theorieteil erläutert, ist das ‚Mood Management', die Regulierung der eigenen Stimmung, eine primäre Funktion der emotionalen Qualität von Musik. Dabei wird vorwiegend das Iso-Prinzip angewendet, eine der Stimmung gleichen Musik zu hören. Die kuratierten Playlists reflektieren dem folgend sowohl positive und negative Stimmungen als auch das Ziel einer Stimmungsveränderung.

| Positiv | Negativ | Verbesserung |
|---|---|---|
| Feel Good Dinner | Feeling Blue | Calm Down |
| Feelgood Indie | Sad Beats | Cool Down |
| Feelgood Pop | Sad Indie | Confidence Boost |
| Feelin' Good | Rage Beats | Creativity Boost |
| Good Vibes | Life Sucks | Mood Booster |
| Happy Dance | Alone Again | Stimmungsmacher |
| Happy Folk | Broken Heart | The Stress Buster |
| Happy Hits | Coping With Loss | |
| Happy to Be Home | The PMS Playlist | |
| Wake Up Happy | | |
| Comfort Zone | | |
| Warm Fuzzy Feeling | | |
| Totally Stress Free | | |

**Tab. 20 Playlists nach Stimmungen**

Da insbesondere die negativen Stimmungen Bezüge zur Thematik Liebe und Beziehungen aufbauen, soll dieses Feld abschließend genauer betrachtet werden. Neben einem eigenen Container *Romantik* werden folgende Playlists mit dem Fokus auf Genres angeboten: Alternative (*Alternative Love Songs*), Latin (*Amor Amor*), Klassik (*Classical Romance*), Jazz (*Jazzy Romance*), K-Pop (*Sexiest K-Grooves*), Folk (*Sexy as Folk*) sowie akustische Musik (*Acoustic Love*). Über *80s Love Songs* und *Timeless Love Songs* wird die Komponente der Musikgeschichte in Form von Jahrzehnten und Klassikern aufgerufen. Desweiteren werden konkrete Anlässe wie der Valentinstag (positiv: *Valentines Day Love*, negativ: *F*** You Valentinstag*), geographische (*Love in Paris*) wie persönliche Orte (*In the Arms of a Woman*, *The Sweet Suite*) genannt. Weitere Playlists decken Aktivitäten (*Sex Beats*, *Spooning*, *Classical Intimate Dinner*), den Umgang mit Trennungen (*Alone Again*, *Coping with Loss*) sowie Beschreibungen von Beziehungen (*An Elegant Affair*, *Going Together*) ab. Hierdurch ist offenbar, dass zu einem thematischen Feld Cluster-artig Playlists verschiedener Dimensionen im kuratierten Angebot zur Verfügung stehen.

Die Playlist *Long Distance* dient als Beispiel eines weiteren Gestaltungskriteriums: Die Musikauswahl erfolgt hier entlang der inhaltlichen Themen der Musiktitel, die der Musik immanent sind. Themen der Entfernung (‚Oceans Away', ‚5748 km' sowie der Playlistname ‚Long Distance'), Sehnsucht (‚Wish You Were Here', ‚I Miss You', ‚I Miss You More'), der Zeit (‚Love on the Weekend', ‚Counting Down the Days'), Orte (‚Home', ‚Berlin',

‚Montreal') und des Abschieds (‚Please Stay', ‚I Won't Let You Go') werden repräsentiert. Die Playlists des kuratierten Angebots versehen demzufolge Musik mit Assoziationen, können inhaltliche Bedeutungen wie Stimmungen und Aktivitäten aber auch der Musik entnehmen.

## 5.7 Repräsentation/Politik

### 5.7.1 Gender

Auf Spotify sind 22,5 % aller gestreamten Titel von weiblichen oder mixed-gender Künstler*innen, weibliche Hörer*innen (30,9 %) streamen dabei deutlich mehr als männliche (17,1 %) (vgl. Every Noise at Once 2018). Editoriale Playlists von Spotify enthalten mit 28,9 % weiblicher Künstler*innen 9 % mehr, als wenn die Hörenden ihre Musik selbst auswählen (vgl. ebd.). Dieser Statistik liegt die systematische Repräsentation weiblicher Künstler*innen zugrunde: Playlists mit dem Titel *Women of* existieren für die Genres Hip-Hop, Pop, Rock, Indie, Jazz, R&B (doppelt vertreten in *R&B* und *Soul*), K-Pop, Folk & Americana, Classical, Country, Blues und Disco (in *Funk*). Der folgende Screenshot verdeutlicht die systematische Playlist-Reihe anhand des stilisierten Venussymbols im Wort ‚Women' und der einheitlichen Artwork-Gestaltung. Desweiteren wird offenbar, dass es in dieser Reihe weitere Playlists gibt (beispielsweise ‚Experimental', ‚Fresh Finds', ‚Acoustic', ‚OPM' oder zusammengestellt nach geographischen Angaben wie Australien und Neuseeland), die nicht im kuratierten Angebot der deutschen Länderversion zu sehen sind. Darüber hinaus gibt es mit *Heavy Queens* (Metal), *Latin Urban Queens*, *Trap Queenz* und *Latin Divas* (alle Latin) sowie *50 Great Female Voices* (Soul) weitere Listen mit Fokus auf weiblichen Künstler*innen. Mit Ausnahme von *Electronic/Dance*, *Reggae*, *Punk* und *Afro* ist folglich in allen Genre-Containern mindestens eine Playlist enthalten, die sich auf weibliche Künstler*innen fokussiert. Hinzu kommen mit *Femme Fatale* und *Badass Women* weitere Playlists, die sich auf die Personen hinter (respektive vor) der Musik konzentrieren. Wiedergabelisten wie *Girls Night*, *Workout for Girls* oder *The PMS Playlist* adressieren zudem eine weibliche Zielgruppe. Die Playlist *Amplify International Day of the Girl* weist auf einen repräsentierenden Feiertag hin.

Um den Christopher Street Day (bzw. die ‚Pride Parades' im englischsprachigen Raum) erscheint der Container *Pride* im kuratierten Angebot, der sich auf Anlässe und Repräsentation der LGBTQ-Community konzentriert. Auch diese Playlists sind durch ein einheitliches Artwork gekennzeichnet. Darin enthaltene Listen adressieren Künstler*innen verschiedener Genres, zum Beispiel *Latin Pride*, *In Electric Dreams* (Electronic/Dance), *Queer as Folk*, *Work It Own It* (Hip-Hop), *Queer Composers* (Klassik), sowie Trans- oder

Gender-fluid-Musiker*innen (*Trancend*), assoziierte Themen (*Best of Broadway*), erneut ‚Klassiker' (*Pride Classics*, *Disco Fever*) und die Stimmungsplaylist *Out Now*. Zudem gibt es einen eigenen Abschnitt zur Netflix-Serie *Queer* Eye (https://www.netflix.com/de/title/80160037), in dem die Hauptdarsteller*innen kuratierte Listen bereitstellen. Im Vergleich zwischen der August- und November-Stichprobe wird offenbar, dass mit *Out Now* (unter *Pop*), *Electric Dreams* (in *Party*) und *Queer Composers* (in *Klassik*) nur drei Listen im permanenten Angebot sichtbar sind.

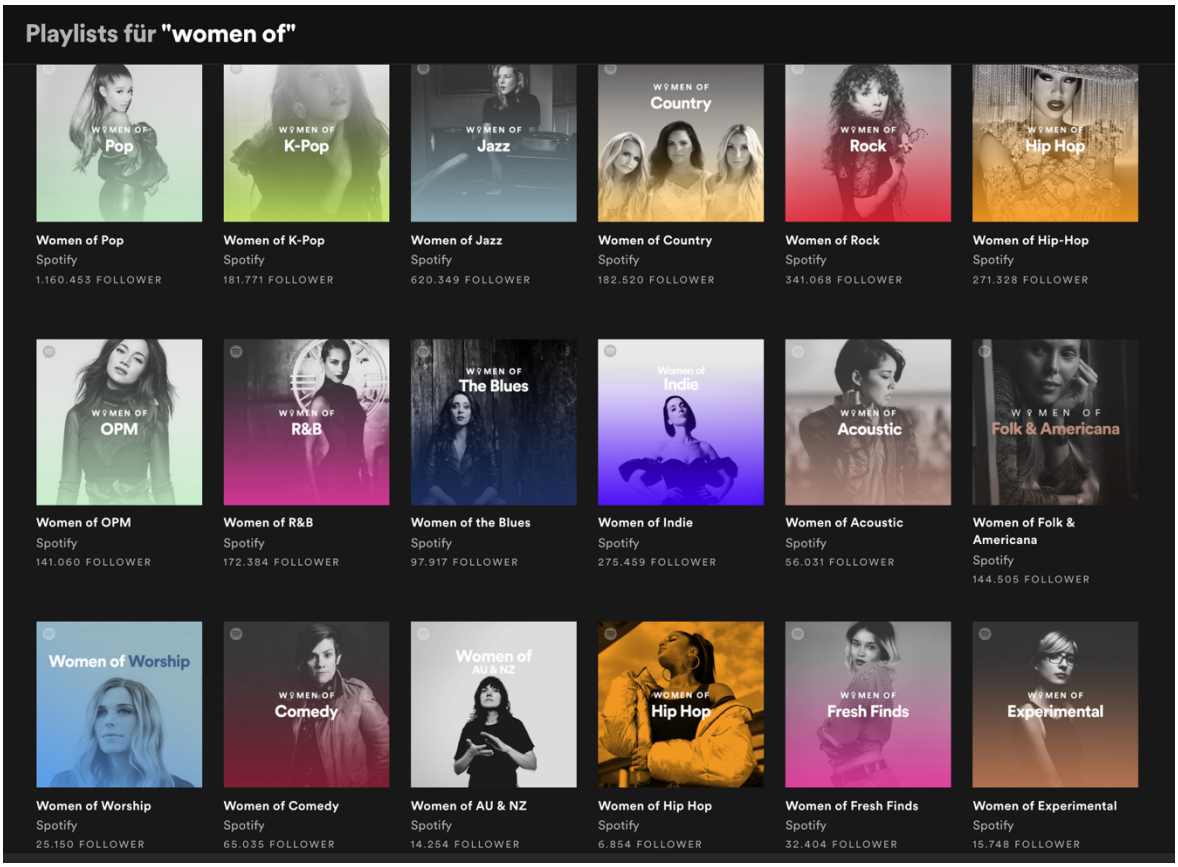


**Abb. 6 Playlists *Women of* (Screenshot: Spotify Desktop-Client)**

### 5.7.2 Politik

Playlists können politische Konnotationen annehmen, wie die deutsche Playlist *Wilde Herzen* illustriert: Zur ‚#wirsindmehr'-Demonstration in Chemnitz im September 2018 erhielt die Playlist einen entsprechenden Themenschwerpunkt, durch den der musikalische Inhalt auf die im Rahmen der Veranstaltung aufgetretenen Künstler*innen angepasst und das Playlist-Artwork entsprechend verändert wurde:

**Abb. 7 Politische Playlists (Screenshot: Spotify Desktop-Client)**

Im August-Datensatz findet sich zudem *The Refugee Playlist*, die auf Künstler*innen mit Fluchthintergrund verweist. Andere politische Repräsentationen finden sich in Listen wie *Black History Salute* und *The Black Power Mixtape 1967-1975*, die auf gesellschaftshistorische Entwicklungen in den USA referieren und ebenso wie *Black Superheroes* gesellschaftliche Repräsentationen darstellen. Die Playlist *This Is Hamilton* kann hierbei ebenso berücksichtigt werden, sofern der politische Hintergrund des Broadway-Stückes und nicht nur die populäre Musik von Bedeutung ist. Auch die Playlist *Heartland Country* offenbart politische Haltungen durch den Dank gegenüber den in militärischen Diensten der USA stehenden Frauen und Männern. Die Plattform adressiert damit, wenn auch in verhältnismäßig kleinem Rahmen zur Menge aller Playlists, einige zeitaktuelle wie historische Ereignisse, die die politischen Inhalte von Musik ebenso reflektieren wie Musik, die für Politik eingesetzt wird.

### 5.7.3 Geographie

Zahlreiche Playlists enthalten geographische Angaben zur Verortung von Musik, seien es Städte, Regionen, Länder oder ganze Kontinente. Der im November-Datensatz hinzugekommene Container *Afro* erschließt systematisch Musik des afrikanischen Kontinents für die Plattform: Seine Unterkategorien ordnen den Kontinent in Ostafrika, Westafrika, Zentralafrika und Südafrika ein und strukturiert die Musik damit primär über ihre Ursprünge. In ähnlicher Weise werden die lateinamerikanischen Musikkulturen in *Latin*-Playlists abgebildet, die für die Musik in den südamerikanischen Staaten und ggf. der spanisch und portugiesisch sprechenden Community stehen. Der asiatische Kontinent ist primär über die popkulturell relevante Kategorie des Korean Pop definiert. China wird hingegen lediglich durch die Playlist *Chinese Hip-Hop Stars* und *Contemporary Chinese Classical* reflektiert,

mit *Indopop* existiert eine Playlist zu Indonesien. Der asiatische Kontinent ist im Verhältnis hauptsächlich über populäre Musikstile im europäischen und nordamerikanischen Musikmarkt vertreten. Im kuratierten Angebot beider Datensätze finden sich keine Playlists, die die Länder und Regionen Osteuropas sowie Russland abdecken. Diese Gewichtung offenbart die Weltkarte: Alle mindestens in einer Playlist genannten Länder (dunkelgrün) und in breiterem Maß genannten Regionen und Kontinente (hellgrün) zeigen die Repräsentationslücken der Welt.

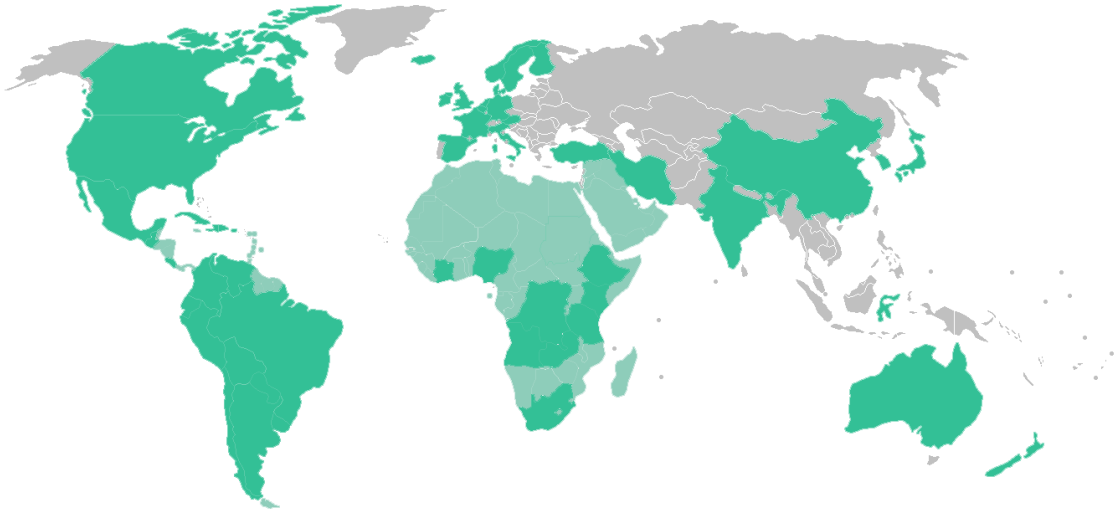

**Abb. 8 Repräsentationen der Welt (eigene Darstellung)**

## 5.8 Kuratieren

Für die von Spotify kuratierten Playlists wird innerhalb der Oberfläche als Nutzeraccount der generische Account ‚Spotify' angegeben. Die Kurator*innen des editorialen Teams bleiben hinter diesem unsichtbar, ein direkter Personenbezug existiert nur in wenigen Fällen: Die globale Hip-Hop/Rap-Playlist *RapCaviar* (fast 11 Mio. Follower) war bis zum Ausstieg des Kurators Tuma Basa eines der Beispiele für ein Experte-Zuhörer-Verhältnis und der Möglichkeit, bei Gefallen eine persönliche Bindung zum Kuratierenden aufzubauen (vgl. Karp 2018). Eine weiteres Fallbeispiel ist die Playlist *Fidi & Bumsi*, die von dem Moderator Jan Böhmermann und dem Musiker Olli Schulz im Rahmen des Spotify-eigenen Podcasts *Fest und Flauschig* kuratiert wird. Die Playlist, die knapp 500 Titel umfasst, wird nicht nach systematischen Kriterien zusammengestellt, sondern reflektiert ausschließlich den persönlichen Geschmack der Kurator*en. Damit ist sie im kuratierten Angebot die einzige Playlist, bei der das Sichtbarkeitsverhältnis des Kuratierens im Vordergrund steht und die die Möglichkeit der Bindung zu bekannten Personen oder Stars durch Fans betont.

Der Prozess des Kuratierens kann in zwei Strategien unterteilt werden: statische und dynamische hochfrequent aktualisierte Playlists. Jene Wiedergabelisten, die durch die thematisierte Stimmung nicht in regelmäßigen Abständen aufgerufen werden, können als nahezu statisch beschrieben werden. Sie zeichnen sich durch eine seltene Aktualisierung ihrer Inhalte aus und einem verhältnismäßig lang zurückliegenden Zeitpunkt des letzten Updates. Als Beispiel kann *Coping with Loss* herangezogen werden, deren Musikzusammenstellung auf den 29.12.2016 datiert ist. Bis zum 12.5.2017 wurden zwei weitere Titel hinzugefügt, seitdem wurden keine Änderungen vorgenommen. Die Inhalte der Playlists, die regelmäßig aktualisiert werden, stellen sich hingegen als dynamisch dar. So wurde beispielhaft aus dem Container *Pop* 42 der 45 im kuratierten Angebot zur Verfügung stehenden Playlist (mit Ausnahme der Playlists *Deutschpop Elektronisch*, *Sanfter Pop* und *Workday Pop*) mindestens in der zweiten Jahreshälfte 2018 bearbeitet, darunter nsbesondere alle genannten Playlists aktueller und neu erschienener Musik. Im Vergleich dazu wurden auch in *Jazz* 21 der 25 Playlists im Jahr 2018 aktualisiert. Ausnahmen davon sind die vor allem auf Subgenres bezogenen Playlists *Big Band*, *Gypsy Swing*, *Jazz – Classical Crossings* sowie *Jazz to My Ears*.

# 6 „Die ganze Welt der Musik?“ Diskussion & Zusammenfassung

Die bereits im Titel der Arbeit gestellte Frage nach der ganzen Welt der Musik ist per se eine rhetorische – es liegt im Wesen der Musik (ebenso wie des Kulturellen oder der Wahrnehmung) selektiv zu sein und nicht vollständig abgebildet werden zu können. Jede Repräsentation der gegen unendlich strebenden Anzahl kultureller Artefakte, bisher geschaffener und täglich neu erzeugter, muss somit eine Auswahl darstellen. Durch den Erwerb (oder das Verwehrtbleiben) von Lizenzen, einer rechtlichen Limitierung, entsteht ein mehrere zehn Millionen Titel umfassender Musikkatalog von Spotify, der einen Ausschnitt dieser ganzen Musikwelt und die neue Grundgesamtheit des kuratierten Angebots darstellt. Die für ihre Betrachtung zugrunde liegenden Forschungsfragen lauteten:

- Auf welche Weise wird die durch den Streamingdienstanbieter Spotify kuratierte Musik in Form von Playlists angeboten?
- Welche Strukturen lassen sich in dem Playlistangebot finden, was wird (nicht) repräsentiert?
- Wie ist der Künstler- und Titelkorpus in zusammengehörigen Einheiten kuratierter Playlists gestaltet?
- Besteht durch dieses Angebot die Möglichkeit der Bildung musikalischer Filterblasen?

Im Folgenden sollen zur Beantwortung die dargelegten Untersuchungsergebnisse mit den aus der Literatur im Theorieteil gewonnen Erkenntnissen ins Verhältnis gesetzt und verortet werden, um die Abbildung(en) dieser kleinen Welt zu diskutieren.

**Kuratierte Musik**

Genres sind auch auf Spotify das Hauptorientierungsinstrument zur Einordnung von Musik. Die Nutzung von Genres sowohl in den Containern als auch in ausdifferenzierten Subgenres innerhalb der Playlists zeigt die große Bedeutung der Zuschreibung solcher Musikkonstruktionen. Die beispielhaft angelegten Pools *Pop*, *Alternative* und *Jazz* enthalten jeweils mehrere tausend verschiedene Titel unter Beteiligung einer Anzahl von Künstler*innen gleicher Dimension. Das zahlenmäßige Verhältnis zur Größe des Gesamtkatalogs offenbart, dass es sich bei dem kuratierten Angebot primär um eine nachvollziehbare als Orientierungsinstrument und Einstiegsmöglichkeit geeignete Auswahl von Musik handeln muss. Dass Titel und Künstler*innen in thematisch ähnlichen Playlists mehrfach vertreten sind, reflektiert prägende Artefakte und Personen für Musikstile und musikgeschichtliche Abschnitte und ist damit kongruent mit der Selbstverortung populärer Musik. Der Angebots-

umfang übersteigt die oft nur wenige hundert Titel umfassende (Hit-)Rotation vieler Radiostationen. Die Annahme eines womöglich Horizont verkleinernden Angebots, widergespiegelt im eingangs aufgegriffenen journalistische Zitat, kann auf Basis der quantitativen Stichprobenauswertung nicht bestätigt werden. Dass insbesondere zahlreiche Musikstile abgebildet werden, steht dabei im Widerspruch mit der vermeintlich primären Orientierung an emotionalen Musikkomponenten durch die meisten Musikhörer*innen.

Die Gegenwartsorientierung des kuratierten Angebots zeigt sich an zahlreichen Listen, die sich auf aktuelle Musik konzentrieren sowie bisher referenzlose Neuerscheinungen sichtbar machen. Zugleich reflektieren die Playlists die Geschichtslosigkeit der Popmusik in ihrer Gestaltung: Sofern die Titel nicht in eigene Playlists oder die Bibliothek integriert werden, sind Veränderungen der Titelauswahl nicht nachvollziehbar, sodass Titel aus dem Long Tail entnommen und in ihm wieder regelrecht verschwinden können. Die Jahrzehnte- und Klassiker-Playlists stehen dazu in ambivalentem Verhältnis: Sofern sie einer Fluktuation in der Musikauswahl unterliegen, bilden sie nur bedingt Kanonisierungstendenzen populärer Musik ab. Zugleich besteht durch die große Reichweite und getroffene Selektion auch ein möglicher Einfluss auf die Musikgeschichtsschreibung. Diese Abbildung entspricht dem Song-Kanon, der sich an Laien ohne spezifisches Musikwissen richtet und damit an einer praktischen Musikwelt ausgerichtet ist, während Kanones der Klassik oder der Rock-Alben nicht angeboten werden. Der Zugang zu Künstler*innen wird über kuratierte ‚Best of'-Playlists (*This Is*) forciert, die gleichwertig mit der entsprechenden Künstlerseite oft als erstes Suchergebnis angezeigt werden. Neben Auflösungstendenzen von Albumkontexten und Werkzusammenhängen liegt der Fokus auf den bereits erfolgreichsten Titeln der Künstler*innen, während dem Long Tail in Form von B-Seiten und nicht ausgekoppelten Albumtracks eine geringe Sichtbarkeit gewährt wird.

Playlists, die nicht primär auf den musikalischen Inhalt, sondern auf Stimmungen, Aktivitäten und Anlässe ausgerichtet sind, nehmen einen Großteil des Angebots ein. Zum einen reflektieren die kuratierten Playlists in nahezu kompletten Umfang die in der Literatur gefundenen Zwecke der Musik zum Mood Management und als Aktivitätsbegleiter. Musik bildet hier ganze Tagesabläufe (morgens, nachmittags, abends, nachts), Wochenabläufe (Arbeitstage, freies Wochenende), Jahreszeiten, Arbeitsabläufe (Wege zur und von der Arbeit, Musik zum Arbeiten), Konzentration (primär zum Studieren und Lesen), Stimmungen (insbesondere fröhlich und traurig) und deshalb notwendige Stimmungsveränderungen (Selbstbewusstsein- und Stimmungsstärker), menschliche Beziehungen (primär romantische Beziehungen), Essenszeiten (vor allem Kaffeehausbesuche Abendessen) und sportliche auf Fitness konzentrierte Aktivitäten ab. Musikalische Merkmale werden dabei den Anlässen zugeordnet: Musik zum Trainieren wird durch verschiedene

Geschwindigkeiten definiert, instrumentale und insbesondere klassische Musik wird mit Konzentration, Jazz mit Essen, akustische Musik zur Erholung usw. konnotiert. Der Anlass vieler Playlistzusammenstellungen steht dabei in keinem unmittelbaren Zusammenhang mit ihrem musikalischen Inhalt.

Ebenso wie Musik oft politische Funktionen einnimmt, ist auch das kuratierte Playlistangebot ein Ort der Repräsentation: Insbesondere die Sichtbarkeit weiblicher Künstler*innen wird hervorgehoben, was aktuelle Debatten in der Kreativindustrie reflektiert. Die Abbildung von geschlechtlichen Identitäten existiert in einem großen Umfang durch einen eigenen Container. Es kann jedoch nicht geklärt werden, weshalb dieser temporär definiert und anders als geographische Kategorien nicht dauerhaft verfügbar ist. Diese reflektieren den Grad der Abbildung der nicht nur sprichwörtlichen Welt: Während eine programmatische Tendenz erkennbar ist, die Musikkulturen von Regionen bis ganzen Kontinenten sichtbar zu machen, ist insbesondere der zentralasiatische Raum, Russland sowie ost- bis südeuropäische Länder nahezu gar nicht vertreten. Diese geographischen Räume (und mit ihnen musikalische Märkte) bleiben in den kuratierten Listen unsichtbar.

**Normativität des Angebots**

Die dargelegten Erkenntnisse offenbaren mögliche normative Ansätze des Musikverständnisses und der Musiknutzung sowie kulturelle Implikationen, die in Software und Code allgemein gefunden werden, kulturelles Wissen vermitteln und ein bestimmtes Weltbild offenbaren können. Die musikalische Beschreibung des kuratierten Angebots von Spotify orientiert sich auf der ersten Ebene primär an allgemeinen musikalischen Kategorien, für die ein grundlegendes Verständnis und eine Bekanntheit aus der Alltagskommunikation vorausgesetzt werden kann. Playlists werden weiterführend zu einem großen Teil an Subgenres ausgerichtet, die teils im Titel der Playlist stehen, insbesondere auch mit für Laien identifizierbaren Begriffen wie Rock'n'Roll, House oder Big Band, während spezifischere Subgenres vorwiegend in Playlistbeschreibungen adressiert werden. Der Musikauswahl liegt dabei in keinem Fall eine einsehbare Einführung in stilistische Merkmale oder Genre-Definitionen bei – letztere reflektieren dabei ohnehin ein Spannungsfeld zwischen Wissenschaft, Marketing und Fans. Auch durch die in aller Regel ausbleibende Identifizierbarkeit der konkreten Kurator*innen und den daraus ableitbaren Auswahlkriterien definieren die Playlists ihren Inhalt in gewisser Hinsicht selbst: Playlists enthalten musikalisches Wissen und konstruieren dieses Wissen gleichermaßen. So werden, falls kein Referenzrahmen außerhalb der Plattform vorliegt, Titel einer G-House-Playlist Stellvertreter für die Konstruktion des Genres ‚G-House'. Das in der Folge vermittelte Musikwissen und -verständnis unterliegt einem Informationsanbieter, der durch den einheit-

lichen veröffentlichendem Nutzeraccount ‚Spotify' dabei als vertrauenswürdig eingestuft werden könnte.

Playlists, die sich nicht auf das Musikhören ‚des Musikhörens Willen' fokussieren, enthalten in den Beschreibungsfeldern oftmals Stimmungsadjektive, Situationen, konkrete Anlässe oder Aktivitäten. Solche Konstruktionen können als Framing von Musik betrachtet werden: Zwar kann beispielsweise durch die kulturelle Tradition, bestimmte Titel zu Hochzeiten oder Geburtstagen wiederzugeben, eine Art ‚festlicher Kanon' entstehen, der daraufhin auch in Playlists abgebildet wird. Demgegenüber steht die Neukonnotation von Musiktiteln mit Aktivitäten (Duschen, Autofahren, Spa-Besuche, *Girls' Night*) und Wertungen (*Guilty Pleasures*, *Most Beautiful Songs in the World*), die nicht notwendigerweise den Musiktiteln selbst entnommen wird. Playlists können in der Folge sowohl musikalische Praxis abbilden als gegebenenfalls auch generieren. Diese beiden Pole stehen sich durch die Möglichkeit der Reflexion musikalischer Praxis nicht notwendigerweise konträr gegenüber: Die Kurator*innen von Spotify haben die Möglichkeit, Nutzerinteraktionen in die Playlistgestaltung einfließen zu lassen. Die Analyse von ‚Big Data' erlaubt die Untersuchung von Playlists privater Nutzer*innen auf Strukturen von Verbindungen zwischen Stichworten und den enthaltenen Titeln, um darauf aufbauend Daten zur Erstellung der kuratierten Playlists zu gewinnen. Da der Kuratiervorgang jedoch vollkommen intransparent ist, können die tatsächlichen Einflussfaktoren (einschließlich ökonomischer Interessen der Rechteinhaber und mögliche Einflussnahmen) in der Ex-Post-Betrachtung der kuratierten Playlists mit den zur Verfügung stehenden Daten nicht ermittelt werden.[36]

**Verortung zu Vorgängerformaten (Eigenschaften der Playlists)**

Kurator*innen bleiben in Spotifys Playlistangebot größtenteils unsichtbar hinter den Listen. Die meisten Playlists sind lediglich durch den Spotify-Account gekennzeichnet. Im kuratierten Angebot integrierte Listen anderer Content-Anbieter sind am Wasserzeichen und dem Account erkennbar, werden aber gleichsam im Angebot aufgeführt. Auf der einen Seite wird das Angebot dadurch potentiell diversifiziert, auf der anderen bleibt unklar, nach welchen Kriterien die aufgenommenen Playlists ausgewählt werden.

Das kuratierte Angebot weist eine große Nähe zu den aus der Literatur entnommenen Ursprüngen der Radio-Playlists auf: Musikdirektor*innen (Kurator*innen) wählen unter Gesichtspunkten des Profils des Senders (der Playlist) ggf. unter Zuhilfenahme technischer Hilfsmittel (Datafication) einen Titel-Pool aus. Dieser Pool (im Radio: ‚die Rotation') wird

[36] An dieser Stelle sei auf den Vorwurf gegenüber Spotify hingewiesen, für sehr oft gehörte Instrumental-Playlists die Komposition generischer Musikstücke in Auftrag zu gegeben, um primär die Ausschüttung an die Rechteinhaber zu verringern. Zu der Debatte um ‚Fake Artists' vgl. Petridis 2017.

regelmäßig (und in Abhängigkeit vom inhaltlichen Schwerpunkt unterschiedlich frequent) aktualisiert und durch Neuerscheinungen, die oftmals besonders hevorgehoben werden, ergänzt. Damit stehen die meisten dynamischen Playlists der Radio-Playlist näher als den eher fixierten, dafür historisch verortbareren Mixtapes, die ein Zeitdokument darstellen können. Die Playlist, ihre Titel und Reihenfolge entspringt einem Gegenwartsfokus, der nur bedingt (durch zeitlich begrenzte Titellistenrückschauen der Radiosender oder das dieser Arbeit zugrunde liegende Kopieren von Playlists) historisiert und vergleichbar gemacht werden kann.

Den Hörer*innen des Radios und auf Streamingdienstplattformen wird Musik angeboten, die insbesondere an einer angenommenen Zielgruppe (in der Regel einem Werbemarkt) ausgerichtet ist. Wird ganz im Sinne der Cultural Studies jedoch von aktiven Medienrezipient*innen ausgegangen, hat die Hörerschaft die Möglichkeit, mit der Musikauswahl vollständig oder in Teilen übereinstimmen, sich beschweren (beim Radio anrufen, den Titel skippen) oder den Sender (die Playlist) nicht mehr ‚einschalten'. In der Folge kann eine Feedbackschleife, sofern sie als funktionfähig betrachtet wird, als Affirmationsschleife das definierte Zielpublikum selbst bestätigen. Für die Fortführung dieses Gedankens bietet sich eine Anschlussstudie mit Fokus auf die Rezeptionsseite an, die die tatsächliche Nutzung von kuratierten Playlists, Auswahl und Nutzungsweisen betrachtet. Unabhängig von ihrer Rezeption werden über Playlists Musik, Zwecke und Wertungen bestimmt, mit denen die Nutzer*innen an vielen Orten der Plattform Spotify konfrontiert werden und somit nicht nur auf die Nutzung des *Genres und Stimmungen*-Features reduziert sind.

**In der Musik-Filterblase?**

Abschließend soll die Frage ergründet werden, ob ein solches kuratiertes Angebot Tendenzen für musikalische Filterblasen bietet, so wie sie von personalisierten respektive kuratierten Online-Diensten bekannt sind. Filterblasen beziehen sich im strengen Sinne auf personalisierte Umgebungen, deren Filter für die Nutzer*innen invisibilisiert sind. Das kuratierte Playlistangebot ist (zumindest zum Zeitpunkt des Verfassens dieser Arbeit) nicht personalisiert, allen Abonnent*innen stehen die gleichen Listen zur Verfügung. Doch auch diese Playlists stellen einen Filter dar, der für die Gruppe aller Spotify-Nutzer*innen wirkt und in den genannten Dimensionen ein bestimmtes Bild ‚der Welt der Musik' vermittelt. Die kulturellen Implikationen des Angebots können als normative Wegweiser zur Praxis der Musikrezeption gedeutet werden, die sich in einer längeren Frist auf das Verständnis von Musik auswirken kann und, wie zu Beginn gezeigt wurde, somit auch in Wechselwirkung zu ihrer Produktion steht. Der Versuch Spotifys, die Dienstleistung primär als Alltags-

begleiter und weniger als Musikplattform zu konstituieren, zielt dabei auf die Schaffung einer Lock-In-Situation ab:

> If it is true that Spotify is ‚not in the music space' but ‚in the moment space', this would also mean that Spotify is not just competing with other music streaming or downloading services, but potentially with a broader range of services promising to personalize and optimize everyday activities like studying, exercising or partying. (Fleischer 2017: 159)

Dies wird in der Struktur des Playlistangebots reflektiert. Wirkmechanismen von Filterblasen sind abhängig von dem Einfluss und Konsum pluraler Informationsquellen sowie dem Verhältnis des individuellen Informationskokons und einem aktiven Medienkonsum. Wird *Genres und Stimmungen* als Tool des (zusätzlichen) Musikentdeckens begriffen, steht das Angebot in Wechselwirkung mit anderen Streamingdiensten (wie beispielsweise YouTube), Radio, dem eigenen Musikwissen und -interesse und kann als zusätzliche Möglichkeit insbesondere für das Sampling verstanden werden. Zudem besteht die Möglichkeit des eigenen Filterns nach subjektiven in dieser Arbeit nicht abgebildeten Kriterien durch Erstellen eigener Listen, Speichern von Titeln in der Bibliothek und das Auswählen anderer Playlists, sei es von Spotify, anderen Nutzer*innen oder über externe Playlist-Webseiten wie beispielsweise www.playlists.net. Stellen Spotify-eigene Playlists jedoch die Hauptquelle des Musikkonsums dar oder werden sie durch Sprachsysteme adressiert, rückt das Wesen des Filters in den Hintergrund und die Bedeutung ihrer normativen Einflussmöglichkeiten, beispielsweise in der Repräsentation der Musikkulturen der Welt, nimmt zu. Gemessen an der Vielzahl repräsentierter Genres und unterschiedlicher Titel kann hinsichtlich musikalischer Aspekte die Frage aufgeworfen werden, ob die Gefahr von Filterblasentendenzen eher von der Distributionsstruktur oder vielmehr von der präferierten Rezeption bekannter und gewohnter Musik ausgeht, die ebenso Ursache einer gegebenenfalls mangelnden musikalischen Diversifizierung sein kann.

Dennoch sind die Gestaltungsstrukturen und die angebotenen Informationen von großer Bedeutung. Eine Aufgabe des kuratierten Angebots könnte es sein, neben dem Angebot populärer Titel, deren Sichtfläche über verschiedene Musikmedien hinweg sehr groß ist, gerade gesellschaftliche und musikalische Nischen sichtbar werden zu lassen. In Teilen geschieht dies bereits durch das Hervorheben von weiblichen Künstler*innen, die in der Musikwiedergabe unterrepräsentiert sind, oder Musikregionen der Welt abseits des zentraleuropäischen und nordamerikanischen Musikmarktes wie beispielsweise Musik des afrikanischen Kontinents (auch wenn hierbei oft ein Blickwinkel des europäischen / nordamerikanischen Marktes eingenommen wird). Die ausgemachten Lücken im Angebot, insbesondere in bislang kommerziell nicht interessanten Märkten gilt es zu verfolgen. Konsequent wäre dabei eine Darstellungsumsetzung nach Regionen der Welt ohne musikindustrielle Perspektive.

Trotz des umfangreichen Angebots der kuratierten Listen steht den Nutzer*innen nur eine Länderversion zur Verfügung, die durch den registrierten Account bestimmt wird. Ein Sichtbarmachen dieses Filters und die Möglichkeit, die Länderversion in der Oberfläche zu wechseln, würde verbleibende Filterblasentendenzen stark einschränken und die Kontrolle in die Hand der Nutzer*innen geben. Die Gewichtung der Antworten hinsichtlich der Forschungsfragen orientiert sich schlussendlich auch an dem an die Playlists angelegten Anspruch und ihrer zugeschriebenen Aufgabe auf Distributions- und Rezeptionsseite. Aus Sicht des Streaminganbieters ist zu klären, welche Motivation dem Angebot zugrunde liegt. Aus rein ökonomischer Perspektive ist ausschließlich der Erhalt existierender und Zugewinn neuer Abonnements von Bedeutung, die jedoch nicht durch eine zunehmende oder diversifizierte Anzahl wiedergegebener Titel oder der Vermittlung musikalischen Wissens bestimmt werden. Demgegenüber steht eine inhaltszentrierte Perspektive, Aspekte der Musik in einem musikwissenschaftlicheren Sinne sowie verschiedene Gesellschaftsbilder einschließlich geschlechtlicher, religiöser und geographischer Identiäten abzubilden. Mit steigenden Verbreitung von Musikstreamingdiensten nimmt die Relevanz dieser Fragen zu.

# 7 Outro

Durch den in dieser Arbeit angewandten explorativen Charakter des Forschungsvorhabens konnte die Vielschichtigkeit und Mehrdimensionalität kuratierter Playlists freigelegt werden – einem Untersuchungsgegenstand, der ob des großen Bedarfs an Aufbereitung und Orientierung in digitalen Angeboten auch in zukünftigen Versionen von Musikstreamingangeboten eine wichtige Rolle in der Vermittlung von Musikbedeutungen zukommen kann. Die Betrachtung einiger genannter Aspekte, die im Umfang dieser Untersuchung und zugunsten einer breit angelegten ‚Erkundung' des empirischen Materials nicht abgebildet werden konnten, wäre von weiterführendem Interesse: Während eine Methodik der ‚Playlist-Analyse' in der Arbeit nur fallbeispielhaft und exemplarisch durchgeführt wurde, wäre eine längerfristige Beobachtung der Pools von Titeln und Künstler*innen sowie ein vollständiger inhaltlicher Abgleich mit einem weiteren Erkenntnisgewinn zur musikinhaltlichen Bedeutung der Playlist-Konnotation verbunden. Quantitative wie qualitative Forschungen zu den einzelnen erarbeiteten Dimensionen kuratierter Playlists, auch unter Berücksichtigung der Rezeptionsseite, versprechen zudem ein größeres Verständnis der Bedeutung von und den Umgang mit Playlists für die Musikkonsument*innen.

Durch die dargelegten Untersuchungsergebnisse und ihrer Zusammenfassung soll somit ein weitergehendes Forschungsinteresse angestoßen sein, den manuell erstellten Playlists neben dem Interesse algorithmischer Kultur und damit der automatisiert erstellten Listen, Radio-Funktionen und personalisierten Playlists, eine größere Aufmerksamkeit einzuräumen, als es bislang in der Medien- und Kulturwissenschaft geschehen ist. Gerade Fragen der Repräsentation, die von den informationstechnischen Arbeiten nicht berücksichtigt werden, sollten in den Vordergrund rücken und der geographischen Herkunft, der geschlechtlichen Identität oder auch dem Vertriebsweg (Label oder Eigenvertrieb) von Künstler*innen in populären Playlists folgen. Die Aufbereitung des weiter wachsenden Musikkatalogs von Streamingdiensten steht in Wechselwirkung mit der Entwicklung und Integration anderer Dienste: Die Übernahme von Funktionen beispielsweise des Radios, sind von großer Bedeutung für Schreibung von kommerzieller wie künstlerischer Musikgeschichte und Musikkonnotation. Fragen der Musikauswahl werden dabei zugleich immer Diskussionsgründe liefern, sei es bei manueller Auswahl oder der Programmierung von Algorithmen, und reflektieren Debatten über Fragen des kulturellen Bewahrens und des unvermeidbaren Filterns, Hervorhebens und Ausschließens. Auch in Zukunft muss also davon ausgegangen werden, dass bei Konzerten auch nur eine Auswahl von Künstler*innen einer Playlist die Bühne betreten wird. Nicht weiter tragisch: Schließlich kann schon – sofern im Musikkatalog verfügbar – gar ein einzelner Titel die ganze Welt für den oder die einzelne*n Musikhörer*in sein.

# Literaturverzeichnis

**Anderson 2008** – Chris Anderson: The Long Tail. Why the Future of Business Is Selling Less of More. Rev. and Updated Ed. New York: Hyperion 2008.

**Anderton et al. 2013** – Chris Anderton, Andrew Webber & Martin James: Understanding the Music Industries. Los Angeles / London / New Delhi / Singapore / Washington DC: Sage 2013.

**Appen et al. 2008** – Ralf von Appen, André Doehring & Helmut Rösing: Pop zwischen Historismus und Geschichtslosigkeit. Kanonbildung in der populären Musik. In: Dietrich Helms & Thomas Phleps (Hrsg.): No Time for Losers. Charts, Listen und andere Kanonisierungen in der populären Musik. Bielefeld: transcript 2008, S. 25-49.

**Baierle 2009** – Christian Baierle: Der Musikverlag. Geschichte, Aufgaben, Medien und neue Herausforderungen. München: Musikmarkt 2009.

**Bergh et al. 2014** – Arild Bergh, Tia DeNora & Maia Bergh: Forever and Ever: Mobile Music in the Life of Young Teens. In: Sumanth Gopinath & Jason Stanyek (Hrsg.): The Oxford Handbook of Mobile Music Studies, Vol. 1. Oxford / New York: Oxford University Press, S. 317-334.

**Binas-Preisendörfer 2010** – Susanne Binas-Preisendörfer: Klänge im Zeitalter ihrer medialen Verfügbarkeit. Popmusik auf globalen Märkten und in lokalen Kontexten. Bielefeld: transcript 2010.

**Brackett 2015** – David Brackett: Popular Music Genres: Aesthetics, Commerce and Identity. In: Andy Bennett & Steve Waksman (Hrsg.): The SAGE Handbook of Popular Music. Los Angeles / London / New Delhi / Singapore / Washington DC: SAGE, S. 189-206.

**Büsser 2007** – Martin Büsser: Zum Verhältnis von Pop und Politik – Ein Streifzug von den 1960er-Jahren bis heute. In: Thomas Krettenauer & Michael Ahlers (Hrsg.): Pop Insights. Bestandsaufnahmen aktueller Pop- und Medienkultur. Bielefeld: Transcript 2007, S. 25-33.

**Custodis 2008** – Michael Custodis: Tadel verpflichtet. Indizierung von Musik und ihre Wirkung. In: Dietrich Helms & Thomas Phleps (Hrsg.): No Time for Losers. Charts, Listen und andere Kanonisierungen in der populären Musik. Bielefeld: transcript 2008, S. 161-172.

**Dias et al. 2017** – Ricardo Dias, Daniel Gonçalves & Manuel J. Fonseca: From Manual to Assisted Playlist Creation. A Survey. In: Multimedia Tools and Applications 76 (2017), S. 14375-14403.

**Dörr 2012** – Jonathan Dörr: Music as a Service. Ein neues Geschäftsmodell für digitale Musik. Berlin: epubli 2012.

**Drott 2018** – Eric A. Drott: Music As a Technology of Surveillance. In: Journal of the Society for American Music 12 (3/2018), S. 233-267.

**Elflein 2008** – Dietmar Elflein: ‚Immer die gleichen Klassiker!' Heavy Metal und der Traditionsstrom. In: Dietrich Helms & Thomas Phleps (Hrsg.): No Time for Losers. Charts, Listen und andere Kanonisierungen in der populären Musik. Bielefeld: transcript 2008, S. 127-143.

**Eriksson & Johansson 2017** – Maria Eriksson & Anna Johansson: Tracking Gendered Streams. In: Culture Unbound 9 (2/2017), S. 163-183.

**Fenby-Hulse 2016** – Kieran Fenby-Hulse: Rethinking the Digital Playlist: Mixtapes, Nostalgia and Emotionally Durable Design. In: Raphaël Nowak & Andrew Whelan (Hrsg.): Networked Music Cultures. Contemporary Approaches, Emerging Issues, S. 171-188.

**Fleischer 2017** – Rasmus Fleischer: If the Song Has No Price, Is It Still a Commodity? Rethinking the Commodification of Digital Music. In: Culture Unbound 9 (2/2017), S. 146-162.

**Fleischer & Snickars 2017** – Rasmus Fleischer & Pelle Snickars: Discovering Spotify – A Thematic Introduction. In: Culture Unbound 9 (2/2017), S. 130-145. URL: http://www.cultureunbound.ep.liu.se/v9/cu17v9i2_Discovering_Spotify.pdf (1.12.2018).

**Friedrichsen et al. 2004** – Mike Friedrichsen, Daniel Gerloll, Till Grusche & Tile von Damm: Die Zukunft der Musikindustrie. Alternatives Medienmanagement für das mp3-Zeitalter. München: Reinhard Fischer 2004.

**Großmann 2005** – Rolf Großmann: Wissen und kulturelle Praxis – Audioarchive im Wandel. In: Peter Gendolla & Jörgen Schäfer (Hrsg.): Wissensprozesse in der Netzwerkgesellschaft. Bielefeld: transcript 2005, S. 239-255.

**Hagen 2015** – Anja Nylund Hagen: The Playlist Experience: Personal Playlists in Music Streaming Services. In: Popular Music and Society 18 (5/2015), S. 625-645.

**Höppner 2007** – Christian Höppner: Musikland Deutschland – Zwischen Bach und Baglama. In: Thomas Krettenauer & Michael Ahlers (Hrsg.): Pop Insights. Bestandsaufnahmen aktueller Pop- und Medienkultur. Bielefeld: transcript 2007, S. 11-23.

**Huber 2018** – Michael Huber: Musikhören im Zeitalter Web 2.0. Theoretische Grundlagen und empirische Befunde [Musik und Gesellschaft. Hrsg. von A. Smudits]. Wiesbaden: Springer VS 2018.

**Hügel 2007** – Hans-Otto Hügel: Lob des Mainstreams. Zu Begriff und Geschichte von Unterhaltung und Populärer Kultur. Köln: Herbert von Halem 2007.

**Ismaiel-Wendt 2011** – Johannes Ismaiel-Wendt: tracks'n'treks. Populäre Musik und Postkoloniale Analyse. Münster: Unrast 2011.

**Jacke 2007** – Christoph Jacke: „Seeing Is Believing" – Zur Rolle von Musik in den Medien. In: Thomas Krettenauer & Michael Ahlers (Hrsg.): Pop Insights. Bestandsaufnahmen aktueller Pop- und Medienkultur. Bielefeld: Transcript 2007, S. 63-80.

**Jung 2014 –** Sun Jung: Youth, Social Media and Transnational Cultural Distribution: The Case of Online K-Pop Circulation. In: Andy Bennett & Brady Robards (Hrsg.): Mediated Youth Cultures. The Internet, Belonging and New Cultural Configurations. Basingstoke / New York: Palgrave Macmillan, S. 114-129.

**Kittler 1995** – Friedrich Kittler: Aufschreibesysteme 1800 – 1900. 3., vollst. überarb. Aufl. München: Fink 1995.

**Lena 2012** – Jennifer C. Lena: Banding Together. How Communities Create Genres in Popular Music. Princeton / Oxford: Princeton University Press 2012.

**Mähler & Vonderau 2017** – Roger Mähler & Patrick Vonderau: Studying Ad Targeting with Digital Methods: The Case of Spotify. In: Culture Unbound 9 (2/2017), S. 212-221.

**Negus 1999** – Keith Negus: Music Genres and Corporate Cultures. London / New York: Routledge 1999.

**Nordgård 2018** – Daniel Nordgård: The Music Business and Digital Impacts. Innovations and Disruptions in the Music Industries. Cham: Springer Nature 2018.

**Nowak 2016** – Raphaël Nowak: Consuming Music in the Digital Age. Technologies, Roles and Everyday Life [Pop Music, Culture and Identity]. Basingstoke / New York: Palgrave Macmillan 2016.

**Pariser 2011** – Eli Pariser: The Filter Bubble. What the Internet Is Hiding from You. New York: The Penguin Press 2011.

**Peres da Silva 2017** – Glaucia Peres da Silva: Weltmusik: Ein politisch umstrittener Begriff. In: Claus Leggewie & Erik Meyer (Hrsg.): Global Pop. Das Buch zur Weltmusik. Stuttgart: J. B. Metzler 2017, S. 9-16.

**Peter 2014** – Beate Peter: Beyond Capital, Towards Myth. EDM Fandom and Dance Practice. In: Mark Duffett (Hrsg.): Popular Music Fandom. Identities, Roles and Practices. New York / Abingdon 2014, S. 37-54.

**Peters 2008** – Lars Peters: Werbung in Radioprogrammen. In: Holger Schramm (Hrsg.): Musik im Radio. Rahmenbedingungen, Konzeption, Gestaltung [Musik und Medien]. Wiesbaden: VS Verlag für Sozialwissenschaften 2008, S. 65-84.

**Pitt 2015** – Ivan L. Pitt: Direct Licensing and the Music Industry. How Technology, Innovation and Competition Reshaped Copyright Licensing. Cham / Heidelberg / New York / Dordrecht / London: Springer 2015.

**Popp 2008** – Jutta Popp: Angebot an Radioprogrammen. In: Holger Schramm (Hrsg.): Musik im Radio. Rahmenbedingungen, Konzeption, Gestaltung [Musik und Medien]. Wiesbaden: VS Verlag für Sozialwissenschaften 2008, S. 9-34.

**Rando 2017** – David P. Rando: Hope and Wish Image in Music Technology. Cham: Palgrave Macmillan / Springer Nature 2017.

**Runte 2007** – Andreas Runte: Musik und Mobile Entertainment. In: Thomas Krettenauer & Michael Ahlers (Hrsg.): Pop Insights. Bestandsaufnahmen aktueller Pop- und Medienkultur. Bielefeld: Transcript 2007, S. 87-94.

**Ruth et al. 2017** – Nicolas Ruth, Benedikt Spangardt & Holger Schramm: Alternative Music Playlists on the Radio. Flow Experience and Appraisal During the Reception of Music Radio Programs. In: Musicae Scientiae 21 (1/2017), S. 75-97.

**Schramm 2005** – Holger Schramm: Mood Management durch Musik. Die alltägliche Nutzung von Musik zur Regulierung von Stimmungen. Köln: Herbert von Halem 2005.

**Schramm 2008** – Holger Schramm: Praxis der Musikforschung. In: ders. (Hrsg.): Musik im Radio. Rahmenbedingungen, Konzeption, Gestaltung [Musik und Medien]. Wiesbaden: VS Verlag für Sozialwissenschaften 2008, S. 142-148.

**Schramm & Hofer 2008** – Holger Schramm & Matthias Hofer: Musikbasierte Radioformate. In: Holger Schramm (Hrsg.): Musik im Radio. Rahmenbedingungen, Konzeption, Gestaltung [Musik und Medien]. Wiesbaden: VS Verlag für Sozialwissenschaften 2008, S. 113-133.

**Shuker 2005** – Roy Shuker: Popular Music. The Key Concepts. 2. Aufl. Abingdon / New York: Routledge 2005.

**Sin 2014** – Jeong-Won Sin: Du bist, was du hörst. Musiklabels als Wegweiser im digitalen Zeitalter. Frankfurt / New York: Campus 2014.

**Snickars 2017** – Pelle Snickars: More of the Same – On Spotify Radio. In: Culture Unbound 9 (2/2017), S. 184-211. URL: http://www.cultureunbound.ep.liu.se/v9/cu17v9i2_Discovering_Spotify.pdf (1.12.2018).

**Tang & Yang 2017** – Muh-Chyun Tang & Mang-Yuan Yang: Evaluating Music Discovery Tools on Spotify: The Role of User Preference Characteristics. In: Journal of Library and Information Studies 15 (1/2017). DOI: 10.6182/jlis.2017.15(1).001.

**Ward et al. 2014** – Morgan K. Ward, Joseph K. Goodman & Julie R. Irwin: The Same Old Song: The Power of Familiarity in Music Choice. In: Marketing Letters 25 (2014), S. 1-11.

**Whiteley 2003** – Sheila Whiteley: Too Much Too Young. Popular Music, Age and Gender. London / New York: Routledge 2003.

**Wicke et al. 2007** – Peter Wicke, Wieland Ziegenrücker & Kai-Erik Ziegenrücker: Handbuch der populären Musik. Geschichte, Stile, Praxis, Industrie. Erw. Neuausg. Mainz: Schott 2007.

**Zagorski-Thomas 2014** – Simon Zagorski-Thomas: The Musicology of Record Production. Cambridge: University Press 2014.

# Quellenverzeichnis

**8tracks 2019** – 8tracks: Licensing. URL: https://8tracks.com/licensing (9.1.2019).

**Buskirk 2014** – Eliot van Buskirk: Daniel Ek on Spotify, Community and Music's Future. In: Grammys, 2.12.2014. URL: https://www.grammy.com/grammys/news/daniel-ek-spotify-community-and-musics-future (9.1.2019).

**Case 2010** – Loyd Case: All About Video Codecs and Containers. In: PCWorld / TechHive From IDG, 14.12.2010. URL: https://www.techhive.com/article/213612/all_about_video_codecs_and_containers.html (5.1.2019).

**Charpentier 2016** – Alexis Charpentier: HOW RECORD COLLECTORS FIND LOST MUSIC AND PRESERVE OUR CULTURAL HERITAGE. In: TED. Ideas Worth Spreading, November 2016. URL: https://www.ted.com/talks/alexis_charpentier_how_record_collectors_find_lost_music_and_preserve_our_cultural_heritage?referrer=playlist-the_evolution_of_music#t-651624 (2.9.2018).

**Coscarelli 2015** – Joe Coscarelli: Beatles Catalog Goes on Streaming Services. In: The New York Times, 23.12.2015. URL: https://www.nytimes.com/2015/12/23/arts/music/beatles-fans-start-your-streaming-playlists.html (7.1.2019).

**Dredge 2015** – Stuart Dredge: Apple Music Interview: ‚Algorithms Can't Do It Alone – You Need a Human Touch'. In: The Guardian, 9.6.2015. URL: https://www.theguardian.com/technology/2015/jun/09/apple-music-interview-jimmy-iovine-eddy-cue (7.1.2019).

**Every Noise at Once 2018** – Every Noise at Once: Spotify Listening Patterns by Gender, 22.12.2018. URL: http://everynoise.com/gender_tldr.html (22.12.2018).

**Forgotify** – URL: http://forgotify.com (3.1.2019).

**Kafka 2016** – Peter Kafka: Spotify Says It Isn't Punishing Artists Who Cut Exclusive Deals with Apple and Tidal. In: Recode, 26.8.2016. URL: https://www.recode.net/2016/8/26/12663230/spotify-music-artists-exclusive-deals-apple-tidal (7.1.2019).

**Karp 2018** – Hannah Karp: Tuma Basa, Outgoing Curator for Spotify's RapCaviar Playlist, Heading to YouTube. In: Billboard, 3.2.2018. URL: https://www.billboard.com/articles/business/8225270/tuma-basa-curator-spotify-rapcaviar-playlist-heading-youtube (8.1.2019).

**Lamere 2014** – Paul Lamere: The Skip. In: Music Machinery, 2.5.2014. URL: https://musicmachinery.com/2014/05/02/the-skip/ (7.1.2019).

**Mönch 2009 –** Kulturflatrate. Für eine Handvoll Euro. In: Frankfurter Allgemeine Zeitung, 28.8.2009. URL: https://www.faz.net/aktuell/feuilleton/medien/kulturflatrate-fuer-eine-handvoll-euro-1624620.html#void (3.1.2019).

**Murphy 2016** – David Murphy: How Does Spotify Create Its Fresh Finds Playlists? Machines. In: PCMag UK, 6.3.2016. URL: https://uk.pcmag.com/audio/75779/how-does-spotify-create-its-fresh-finds-playlists-machines (7.1.2019).

**Petridis 2017** – Alexis Petridis: Are Spotify's ‚Fake Artists' Any Good? In: The Guardian, 13.7.2017. URL: https://www.theguardian.com/technology/2017/jul/13/are-spotifys-fake-artists-any-good (8.1.2019).

**Rys 2018** – Dan Rys: Spotify Removes R. Kelly Music From Its Playlists As Part of New Hate Content & Hateful Conduct Policy. In: Billboard, 5.10.2018. URL: https://www.billboard.com/articles/business/8455375/spotify-removes-r-kelly-music-playlists-new-hate-content-conduct-policy (7.1.2019).

**Sandoval 2010** – Greg Sandoval: RealNetworks. A Tale of Opportunities Missed. In: CNET, 15.3.2010. URL: https://www.cnet.com/news/realnetworks-a-tale-of-opportunities-missed (5.8.2018).

**Sawall 2016** – Achim Sawall: Netflix gewinnt im Kampf gegen Unblocker und VPN. In: Golem, 17.10.2016. URL: https://www.golem.de/news/geoblocking-netflix-gewinnt-im-kampf-gegen-unblocker-und-vpn-1610-123874.html (7.1.2019).

**Spotify 2018a** – Spotify: Bausa, RIN und Trettmann bei ‚Modus Mio Live' auf der Bühne. In: Spotify Newsroom, 10.9.2018. URL: https://newsroom.spotify.com/2018-09-10/bausa-rin-und-trettmann-bei-modus-mio-live-auf-der-buhne (3.1.2019).

**Spotify 2018b** – Spotify: Mabrook! Spotify is Deepening Our Commitment to Arab Culture Around the Globe. In: Spotify Newsroom, 14.11.2018. URL: https://newsroom.spotify.com/2018-11-14/mabrook-spotify-is-deepening-our-commitment-to-arab-culture-around-the-globe/ (8.1.2019).

**Spotify 2019a** – Spotify: Premium. URL: https://www.spotify.com/de/premium (7.1.2019).

**Spotify 2019b** – Spotify: Wo ist Spotify verfügbar? URL: https://support.spotify.com/at/using_spotify/the_basics/full-list-of-territories-where-spotify-is-available (7.1.2019).

**Spotify for Artists 2019** – Spotify for Artists: What Content Is Prohibited on Spotify? URL: https://artists.spotify.com/faq/music#what-content-is-prohibited-on-spotify (9.1.2019).

**Spotify Community 2014** – Spotify Community: 10,000 Song Limit, 18.5.2014. URL: https://community.spotify.com/t5/Desktop-Mac/10-000-song-limit/td-p/794887 (9.1.2019).

**Spotify World Browser** – URL: http://everynoise.com/worldbrowser.cgi (9.1.2019).

**The Echo Nest 2014** – The Echo Nest: The Echo Nest Joins Spotify. In: The Echo Nest Blog, 6.3.2014. URL: http://blog.echonest.com/post/78749300941/the-echo-nest-joins-spotify (7.1.2019).

**The Telegraph 2009** – The Telegraph: Mr Brightside by The Killers Voted Greatest Song of Decade, 1.12.2009. URL: https://www.telegraph.co.uk/culture/music/music-news/6691826/Mr-Brightside-by-The-Killers-voted-greatest-song-of-decade.html (9.1.2019).

**Ugwu 2016** – Reggie Ugwu: Inside the Playlist Factory. In: BuzzFeed, 13.7.2016. URL: https://www.buzzfeed.com/reggieugwu/the-unsung-heroes-of-the-music-streaming-boom (5.1.2019).

**Wartke 2018** – Bodo Wartke: Mit Sternchen. In: Elektrobrief von Bodo Wartke Nr. 190, 15.11.2018.

**Wittmer 2018** – Hannes Wittmer: Um keinen Preis – warum ich meine Musik verschenke, 9.6.2018. URL: https://www.hanneswittmer.de/2018/06/09/um-keinen-preis-warum-ich-meine-musik-verschenke/ (5.1.2019).