

Musik als Erfolgsfaktor in Serviceumgebungen

**Mitglieder-
Hauptversammlung**

Seite 12

**Scan den Beat:
FAQ**

Seite 16

**Music In The Woods
2025**

Seite 26



Foto: Eva Kelety

Editorial

Liebe AKM Mitglieder,

das vergangene Jahr hat uns eindrucksvoll gezeigt, wie lebendig und zukunftsfähig unsere Gemeinschaft ist. Der Jahresabschluss 2024 fiel nicht nur erfreulich aus, er spiegelt auch die Stärke und Stabilität der AKM in einem zunehmend dynamischen Umfeld wider. Wir konnten unsere Lizenzerträge – national sowie international – erneut steigern und somit die Ausschüttungen an Sie, unsere Urheber:innen und Musikverleger:innen, im Vergleich zum Vorjahr erhöhen. Gleichzeitig arbeiten wir hoch effizient – das zeigt ein Spesensatz von nur 6,14 %, ein Wert, der im internationalen Vergleich deutlich für sich spricht. Dieses Ergebnis ist eine wichtige Bestätigung unserer Arbeit und zugleich ein Auftrag, unseren Weg konsequent weiterzugehen.

Präsentiert haben wir unseren Jahresabschluss bei der Mitglieder-Hauptversammlung, welche im Juni stattgefunden hat. Mit großer Beteiligung – vor Ort wie digital – haben wir nicht nur die Organe unserer Gesellschaft neu gewählt, sondern auch wichtige Weichen für die kommenden Jahre gestellt. Mein herzlicher Dank gilt allen, die sich eingebracht und engagiert haben.

Neben den wirtschaftlichen Erfolgen haben uns in den letzten Wochen vor allem die Erkenntnisse der neuen Studie „Musik als Gestaltungsparameter in Serviceumgebungen“ beschäftigt. Die Ergebnisse untermauern unser Selbstverständnis als Verwertungsgesellschaft: Musik ist mehr als Klang – sie ist ein wirtschaftlicher, emotionaler und atmosphärischer Faktor. Dass populäre Musik nachweislich besser wirkt als KI-generierte Sounds, zeigt einmal mehr, wie essenziell das kreative Schaffen echter Menschen für unsere Gesellschaft ist. Solche Studien liefern uns wertvolle Argumente in der öffentlichen Debatte und sie stärken die Sichtbarkeit und Bedeutung unserer Urheber:innen.

Gerade deshalb ist es uns ein zentrales Anliegen, junge Musikschaffende gezielt zu fördern. Mit neuen Maßnahmen – etwa die Förderung junger Online-Talente und die finanzielle Unterstützung unserer Mitglieder bei Online-Aktivitäten – schaffen wir konkrete Anreize und Unterstützungsmöglichkeiten für jene, die erst am Anfang ihres Weges stehen. Denn nur, wenn wir den kreativen Nachwuchs stärken, sichern wir die Zukunft unserer Branche – und positionieren die AKM langfristig als starke, faire und zukunftsorientierte Partnerin für ihre Mitglieder.

Ihr
Gernot Graninger
Generaldirektor

Inhalt



Foto: Philipp Hirtenlehner

Im Gespräch: Fiona Schedler

8



Foto: Corinne Cumming

JJ holt den ESC nach Österreich

24

Thema	3
Musik als Erfolgsfaktor in Serviceumgebungen	3
Neues aus Brüssel/International	6
GESAC feiert 35-jähriges Jubiläum	6
StayTrueToTheAct	7
Im Gespräch	8
Fiona Schedler	8
Intern	12
MHV 2025: Eindrücke & Ergebnisse	12
AKM Jahresergebnis 2024	15
Service	16
Scan den Beat	16
Online-Förderung	18
Partner	19
Mittendrin	23
MuFa: Musik Für Alle	23
JJ holt den ESC nach Österreich	24
Music In The Woods 2025	26
Das war die Bzzzz – Konferenz für Musikwirtschaft 2025	28
Würdigungen	30
Diverses	31



Musik als Erfolgsfaktor in Serviceumgebungen

In Zeiten zunehmender Digitalisierung wird das Einkaufserlebnis im stationären Handel zum entscheidenden Wettbewerbsfaktor. Wer Kund:innen binden will, muss mehr bieten als nur Produkte – gefragt sind Atmosphäre, Emotion und Identität. Ein oft unterschätzter Schlüssel zu all dem: Musik.

Eine aktuelle Studie mit dem Titel „Musik als Gestaltungsparameter in Serviceumgebungen: Der Einfluss auf Kundenerlebnis und Personalerfahrung“ beleuchtet erstmals umfassend, welchen Einfluss Musik auf die Wahrnehmung von Kund:innen und Mitarbeitenden in Serviceumgebungen hat – und wie sie das Konsumverhalten verändert.

Die wichtigsten Erkenntnisse der Studie:

- Musik wird gezielt zur Verbesserung der Ladenatmosphäre sowie zur Erhöhung der Verweildauer und Kundenbindung eingesetzt.
- Einkaufende verfügen über eine hohe Sensibilität für Musik in Serviceumgebungen und dies hat direkte Wirkung auf deren Stimmung, Verweildauer, Kaufverhalten und Weiterempfehlung.
- Positive Einstellungen und Wirkungen auf das Kaufverhalten zeigen sich beim Einsatz passender und auf die Branche abgestimmter Musik.
- Populäre Musik genießt die höchste Akzeptanz bei Musikverantwortlichen, beim Personal am PoS und bei Einkaufenden.
- Die Wirkung von Hintergrundmusik auf das Personal in Handelsgeschäften wird bislang in Forschung und Praxis vernachlässigt.
- Der Einsatz von Musik in Handelsunternehmen hat sich professionalisiert, erfolgt jedoch vielerorts noch immer ohne konkrete Zielrichtung und Einbettung in den Handelsmarketing-Mix.
- KI-generierte Musik wird von Handelsverantwortlichen aus Kostengründen erwogen, von Einkaufenden als unpersönlich, unauthentisch und wenig emotional abgelehnt.

Die AKM unterstützt diese Forschung, um den wirtschaftlichen Wert von Musik sichtbar zu machen. Musikknutzung schafft Mehrwert – für Handelsunternehmen ebenso wie für Konsument:innen – und muss fair gegenüber den Urheber:innen vergütet werden.



Oben: Gernot Graninger begrüßt die Besucher:innen im Kaufhaus Gerngross.

Mitte: Zahlreiche Gäste und Themeninteressierte füllten den gut besuchten Veranstaltungsort.

Unten: Cordula Cerha präsentiert die Studienergebnisse.



Musik als strategisches Werkzeug

Die Ergebnisse der Studie zeigen klar: Musik wirkt – und zwar auf mehreren Ebenen. Richtig eingesetzt, verbessert sie nicht nur die Atmosphäre am Point of Sale, sondern verlängert auch die Verweildauer, steigert die Kauflaune und fördert die Kundenbindung.

Insbesondere populäre Musik – etwa bekannte Radio-Hits – erreicht dabei die höchste Akzeptanz. Sie erzeugt positive Assoziationen, spricht ein breites Publikum an und vermittelt Vertrautheit. Wird die Musik darüber hinaus an den Anlass (z. B. Weihnachten) oder das Sortiment angepasst, verstärkt sich der Effekt nochmals.

Einfluss auf Kaufverhalten und Weiterempfehlung

62 Prozent der befragten Konsument:innen geben an, länger im Geschäft zu bleiben, wenn ihnen die musikalische Gestaltung zusagt. Musik beeinflusst nicht nur die Stimmung, sondern auch die Bereitschaft, neue Produkte auszuprobieren oder das Geschäft weiterzuempfehlen.

Entscheidend dabei: Der sogenannte musikalische „Fit“ – also wie gut die Musik zur Marke, zum Sortiment und zur Situation passt. Eine gezielte Planung hinsichtlich Auswahl, Lautstärke und Tempo erhöht die wahrgenommene Stimmigkeit deutlich.

Als unpassend oder monoton empfundene Musik hingegen kann das Gegenteil bewirken – sie führt zu Reaktanz, schlechter Laune und verkürzter Verweildauer. Wenn in einem Geschäft unpassende oder unangenehme Musik gespielt wird, so ist das für die Befragten zwar kein Grund, das Geschäft sofort wieder zu verlassen, aber knapp die Hälfte würde die Verweildauer reduzieren.

Nicht nur für Kund:innen relevant: Musik am Arbeitsplatz

Die Studie zeigt: Auch für Mitarbeitende ist Musik ein wichtiger Faktor. Da sie dieser über längere Zeiträume ausgesetzt sind, wirkt sich die musikalische Untermalung direkt auf Motivation, Arbeitsklima und Beratungsqualität aus.



Viele Angestellte empfinden Musik im Geschäft als angenehm und motivierend. Sie hilft, störende Nebengeräusche auszublenden, schafft Struktur und kann selbst in stressigen Phasen eine positivere Grundstimmung erzeugen. Besonders beliebt ist dabei – wie bei den Kund:innen – populäre Musik. Als belastend hingegen werden monotone Wiederholungen empfunden.

Eine gute Musikauswahl beeinflusst somit nicht nur die Stimmung der Kundschaft, sondern auch die Qualität der Interaktion am Point of Sale – ein zentraler Faktor für das Markenerlebnis.

Professionalisierung mit blinden Flecken

Zwar hat der Einsatz von Musik in Handelsunternehmen inzwischen ein höheres Maß an Professionalität erreicht, aber es fehlt oft an einer klaren Einbettung in den Handelsmarketing-Mix und an systematischer Evaluation.

Ein besonders kontrovers diskutierter Trend ist der Einsatz KI-generierter Musik. Während einige Verantwortliche hierin eine kosteneffiziente Lösung sehen, stößt sie bei Mitarbeitenden wie Konsument:innen auf breite Ablehnung. Der Grund: Die Musik wirkt künstlich, unpersönlich und emotional flach – mit spürbaren Folgen für die Atmosphäre im Laden. In mehreren dokumentierten Fällen – unter anderem bei der britischen Handelskette ASDA – wurden solche Experimente nach kurzer Zeit eingestellt, teils auf Druck der Belegschaft.

Fazit: Potenziale erkennen und nutzen

Musik ist mehr als Hintergrundrauschen – sie ist ein unterschätzter, aber wirkungsvoller Hebel zur Gestaltung von Serviceumgebungen. Sie beeinflusst nicht nur das Kaufverhalten, sondern auch die Qualität der Interaktion und das Arbeitsklima im Handel.

Für Unternehmen, die besonderen Wert auf Individualität, Markenidentität und Qualität legen, bleibt eines klar: Der strategische Einsatz hochwertiger, kuratierter Musik ist kein Nice-to-have – sondern ein echter Erfolgsfaktor.

Kurzbiografie

FH-Prof. Dr. Cordula Cerha ist Marketingexpertin mit über 25 Jahren Erfahrung. Sie lehrt und forscht am Institut für Retailing und Data Science an der Wirtschaftsuniversität Wien, am Institut für Kommunikationsdesign der Universität für angewandte Kunst Wien und weiteren universitären Einrichtungen. Ihre aktuellen Forschungsinteressen liegen im Bereich des strategischen Handelsmarketings und des Konsumentenverhaltens im stationären und Online-Handel.



Foto: Stefan Joham

Ergebnisse einer Studie von FH-Prof. Dr. Cordula Cerha (CMC-Consultants in Kooperation mit dem Institut für Retailing & Data Science am Department Marketing der Wirtschaftsuniversität Wien) im Auftrag der AKM.

Ausführliche Informationen zur Studie und den Ergebnissen: akm.at/musikstudie



Musikalisches Highlight der Studienpräsentation: Singer-Songwriter James Cottriall sorgte für beste Stimmung im Kaufhaus Gerngross.

V.l. Dieter Krupitza (AKM Geschäftsbereichsleiter Lizenzen), Cordula Cerha, James Cottriall und AKM Generaldirektor Gernot Graninger



GESAC feiert 35-jähriges Jubiläum

2025 feiert die GESAC (European Grouping of Societies of Authors and Composers) ihr 35-jähriges Bestehen. Seit ihrer Gründung im Dezember 1990 setzt sich der Dachverband mit großem Engagement für die Rechte und faire Vergütung von Urheber:innen und Kreativen in ganz Europa ein.

GESAC vereint heute 32 europäische Verwertungsgesellschaften – von Musik über audiovisuelle Medien bis Literatur und bildende Kunst – und vertritt mehr als 1 Million Urheber:innen und Rechteinhaber:innen. Der Verband fungiert als zentrale Stimme gegenüber EU-Institutionen und trägt maßgeblich zur harmonisierten europäischen Urheberrechtslage bei.

Rückblick und Fortschritte

Gegründet wurde der Dachverband in den frühen 1990er-Jahren unter anderem von SACEM, GEMA und PRS. Ziel war es, europäische Interessen im Zuge des Binnenmarktausbaus zu bündeln. Heute ist GESAC ein unverzichtbarer Partner der EU bei kultur- und digitalpolitischen Fragestellungen – sei es Streaming, KI oder grenzüberschreitende Rechtswahrnehmung.

Im Mai war AKM Generaldirektor Gernot Graninger in seiner Funktion als Vizepräsident der GESAC bei der Generalversammlung in Brüssel. Gemeinsam wurde auf eine starke Bilanz zurückgeblickt – und zugleich nach vorn: Die größte Herausforderung unserer Zeit ist der faire Umgang mit Künstlicher Intelligenz. KI-Systeme greifen auf das kreative Schaffen von Autor:innen, Komponist:innen und Künstler:innen zurück – oft ohne Zustimmung, Anerkennung oder Vergütung.

Für klare Regeln im Umgang mit KI

GESAC richtet den Fokus aktuell auf drei zentrale Themen, die für die Zukunft des europäischen Kreativsektors entscheidend sind:

• Schutz vor unfairen Vertragspraktiken

GESAC fordert ein spezifisches Gesetz gegen Zwangsübertragungen von Rechten sowie gegen die Umgehung bestehender EU-Schutzvorgaben, insbesondere durch außerhalb der EU ansässige VOD-Plattformen.

• Mehr Transparenz im Streaming

Neue oder erweiterte EU-Regelungen sollen algorithmische Transparenz sicherstellen und die Auffindbarkeit europäischer Werke auf Musik-Streaming-Plattformen verbessern.

• Klare Regeln für generative KI

Es braucht verbindliche Maßnahmen, um die Lizenzierung urheberrechtlich geschützter Werke durch KI-Dienste sicherzustellen und eine faire Vergütung zu gewährleisten.

Dabei unterstützt GESAC die Position der European Composer and Songwriter Alliance (ECSA), die in ihrem Manifest betont, dass Transparenz, Zustimmung und Vergütung zentrale Grundpfeiler jeder KI-Regulierung sein müssen. Die EU müsse sicherstellen, dass generative KI nur auf Basis einer aktiven Rechtklärung operiert.

Die rechtlichen Grundlagen dafür wurden mit dem EU AI Act im Juli 2024 geschaffen, der erstmals Verpflichtungen für Anbieter von General-Purpose-AI enthält. Ein wichtiger Schritt, jedoch warnen GESAC und ECSA davor, dass der derzeit diskutierte Verhaltenskodex für KI-Anbieter (Code of Practice) die Erwartungen nicht erfüllt. Der Entwurf sei rechtlich unsicher, untergrabe das Urheberrecht und schwäche die im AI Act verankerten Schutzmaßnahmen.

Mitglieder des GESAC-Vorstand, v.l. Tobias Holzmüller, András Szinger (Vizepräsident), David El Sayegh (Präsident), Laura Baškevičienė, Cristina Perpiñá-Robert Navarro, Gernot Graninger (Vizepräsident), Victor Finn (Vizepräsident) und Risto Salminen

StayTrueToTheAct – Kreative fordern faire Regeln für KI

Unter diesem Leitsatz steht eine sektorübergreifende Kommunikationskampagne, die von zentralen Interessenvertretungen wie ECSA, CISAC und weiteren internationalen Organisationen unterstützt wird. Gemeinsam machen sie sich dafür stark, die Stimmen der Urheber:innen in der EU-KI-Debatte sichtbar und hörbar zu machen.

Ziel der Initiative ist es, zentrale Forderungen unter einem klaren Narrativ zu bündeln, kulturelle und politische Akteur:innen zusammenzubringen und so gezielt öffentliche und mediale Aufmerksamkeit für die Anliegen der Kreativschaffenden zu erzeugen.

Björn Ulvaeus in Brüssel: Klare gesetzliche Rahmenbedingungen für KI gefordert

Bei einem hochrangigen Treffen mit führenden EU-Politiker:innen – darunter Parlamentspräsidentin Roberta Metsola und Mitglieder des Kulturausschusses – sprach sich eine Delegation um ABBA-Mitbegründer und CISAC-Präsident Björn Ulvaeus für verbindliche gesetzliche Regelungen für den Einsatz generativer KI im Kulturbereich aus.

Die Kernforderungen: Transparenz, Zustimmung und faire Vergütung.

Unterstützt wurde er von europäischen Künstler:innen wie Marika, Alice Wonder und Patrick Sigwalt. Gemeinsam warnten sie eindringlich vor den Schwächen des diskutierten Verhaltenskodexes, der – so die Kritik – weder die Rechte von Urheber:innen wirksam schütze noch eine geregelte Nutzung geschützter Inhalte sicherstelle.

„Die KI-Revolution darf nicht auf dem Rücken der Urheber:innen stattfinden“, so Ulvaeus. „Unsere Vision ist ein Win-Win für

Kreative und die Technologiebranche.“ Ohne fairen Ausgleich riskiere man, dass genau jene ausgebeutet werden, deren Werke maßgeblich zur digitalen Wertschöpfung beitragen.

Auch Gernot Graninger, Generaldirektor der AKM und Vizepräsident der GESAC, betont: „Es geht darum, die Balance zwischen technologischer Innovation und dem Schutz kreativer Arbeit zu sichern.“

Eine Forderung, die auch ECSA klar unterstützt. So wurde das Thema generative KI zuletzt bei der Creators Conference im März im Europäischen Parlament intensiv diskutiert – mit Urheber:innen, Rechtsexpert:innen und Verwertungsgesellschaften.

Hinter all diesen Forderungen steht nicht nur ein kulturpolitisches, sondern auch ein wirtschaftlich starkes Argument: Die urheberrechtsbasierten Branchen machen rund 7 % des EU-BIP aus und sichern über 17 Millionen Arbeitsplätze.

Die Botschaft ist klar: Europa braucht eine Gesetzgebung, die Innovation ermöglicht – aber nicht auf Kosten kreativer Rechte, künstlerischer Vielfalt und fairer Vergütung.

staytruetotheact.eu



V.l. Patrick Sigwalt (Komponist aus Frankreich), Marika (Songwriterin aus Polen), Roberta Metsola (Präsidentin des EU-Parlaments), Alice Wonder (Songwriterin aus Spanien), Björn Ulvaeus (CISAC Präsident), Gadi Oron (CISAC General Director) und Adriana Moscoso (GESAC General Manager)

Fiona SCHEDLER

Fiona Schedler ist Prokuristin und mit in der Geschäftsleitung des unabhängigen Musikverlags Schedler Music mit Standorten in Tirol und Wien. Seit 2012 ist sie Teil des Familienunternehmens, das ihr Vater Rudi Schedler 2005 gegründet hat. Im Gespräch gewährt sie Einblicke in die vielfältigen Aufgaben eines Musikverlags, erklärt, warum diese auch im Zeitalter von Self-Publishing und digitalen Plattformen unverzichtbar bleiben, und zeigt auf, wie Schedler Music gezielt Urheberinnen und Urheber unterstützt und fördert.

Foto: Philipp Hirtenlehner



20 Jahre Musikverlag Schedler Music – was bedeutet dieses Jubiläum für dich persönlich?

Für mich ist das 20-jährige Jubiläum von Schedler Music ein echter Meilenstein – auch wenn ich nicht von Anfang an dabei war. Seit meinem Einstieg 2012, also vor 13 Jahren, durfte ich das Wachstum des Verlags hautnah miterleben. Besonders im kreativen Bereich hat sich enorm viel getan: Zahlreiche neue Songwriter:innen sind zu uns gestoßen. Gleichzeitig arbeiten wir nach wie vor mit Partnern zusammen, die dem Verlag seit der Gründung 2005 treu sind. Das Jubiläumsfest im Juli war deshalb ein besonderes Treffen langjähriger Wegbegleiter: Komponist:innen, Autor:innen, Subverlage und andere Partner, deren Kataloge wir vertreten. Unsere Arbeit reicht von

der Betreuung eigener Exklusivautor:innen bis zur Verwaltung umfangreicher Original- und Subverlagskataloge in Österreich, der Schweiz, Deutschland und weiteren Territorien. Dieses breit gefächerte Portfolio zeigt, wie vielseitig sich der Verlag in den vergangenen zwei Jahrzehnten entwickelt hat – und darauf bin ich sehr stolz.

Wer war die oder der erste Autor:in mit einem Exklusivvertrag bei Schedler Music?

Das war Tamara Olorga, sie war die erste, die einen Exklusivautorenvertrag mit uns abgeschlossen hat. Das heißt, sämtliche Werke, die sie während der Vertragslaufzeit geschrieben hat und schreibt, sind bei uns verlegt. Entdeckt wurde sie von meinem Vater bei einem

Singer-Songwriter-Wettbewerb in Wien, wo sie unter dem Künstlernamen Matara – abgeleitet von ihrem Vornamen – aufgetreten ist. Schon damals war ihr außergewöhnliches Talent deutlich hörbar. Kurz darauf hat sie sich entschieden, an der Popakademie in Mannheim zu studieren – ein Weg, den wir von Anfang an unterstützt und gefördert haben. Heute ist sie nach wie vor Teil unseres Verlags und zählt mittlerweile zu den erfolgreichsten Autorinnen Österreichs. Es ist wirklich schön, ihre Entwicklung über all die Jahre begleiten zu dürfen.

Wie fördert ihr eure Urheber:innen konkret?

Wir fördern unsere Urheber:innen auf verschiedene Weise – ein wichtiger Aspekt ist dabei manchmal auch die finanzielle Unterstützung. Wie viele andere Verlage zahlen auch wir Vorschüsse, in manchen Fällen sogar in Form von monatlichen Teilzahlungen. Das funktioniert dann

»Bis man von der Musik wirklich leben kann, ist es ein weiter Weg – und genau da setzen wir an. Wenn wir an jemanden glauben, dann investieren wir auch ganz bewusst in seine oder ihre Entwicklung.«

ähnlich wie ein Gehalt: Die Urheber:innen haben eine fixe monatliche Basis, die ihnen finanzielle Sicherheit gibt, besonders in der Anfangsphase. Bis man von der Musik wirklich leben kann, ist es ein weiter Weg – und genau da setzen wir an. Natürlich gehen wir damit auch ein gewisses Risiko ein, aber, wenn wir an jemanden glauben, dann investieren wir auch ganz bewusst in seine oder ihre Entwicklung.

Wie kam es dazu, dass dein Vater einen Musikverlag gegründet hat?

Den Musikverlag hat mein Vater, Rudi Schedler, gegründet. Er war schon lange vor der Gründung in der Musikbranche tätig, unter anderem bei Koch Musik – einem aufstrebenden Musikunternehmen in den 1980er- und 90er-Jahren. Dort begann alles mit einem eigenen Studio im Lechtal in Tirol, wo regelmäßig Künstler:innen ein- und ausgingen. Mein Vater hat damals im Telefonverkauf angefangen – er hat Kassetten und Langspielplatten mit Volksmusik verkauft. Später bat ihn der Unternehmensgründer Franz Koch, den Musikverlag aufzubauen und zu leiten. So entstand der Verlag bei Koch Musik mit bekannten Künstler:innen wie den Schürzenjägern, den Kastelruther Spatzen, Brunner & Brunner, den Klostertalern u.v.m. Im Jahr 2002 wurde das Musikunternehmen schließlich an Universal verkauft. Mein Vater blieb noch bis Ende 2004 als Geschäftsführer an

Bord, wagte dann aber den Schritt in die Selbstständigkeit und hat seinen eigenen Musikverlag gegründet – mit dem Wissen, der Erfahrung und vielen wertvollen Kontakten aus seiner bisherigen Tätigkeit. Einige Partner:innen entschieden sich bewusst, ihm zu folgen – viele von ihnen sind uns bis heute treu geblieben.

Welche Meilensteine der letzten zwei Jahrzehnte sind für dich besonders wichtig?

Ein zentraler Meilenstein war 2013 – nur ein Jahr nach meinem Einstieg – unser erstes Songwriting-Camp, kombiniert mit einem Branchentreff, dem Schedler Music Summit. Solche Camps kannte man damals im deutschsprachigen Raum kaum. Wir luden Songwriter:innen verschiedenster Verlage ein, vernetzten diese mit unseren Songwriter:innen, teilten sie in Teams ein und ließen neue Songs entstehen. Dieses Format brachte uns enorme Aufmerksamkeit und prägt bis heute unsere kollaborative Arbeitsweise. Der zweite große Schritt war der Aufbau unseres Wiener Büros. Nach einigen Jahren in Innsbruck wurde das dortige Büro während der Pandemie zu groß und leer. Als mein Mann – selbst Musiker – beruflich wieder nach Wien wechselte, nutzte ich die Gelegenheit: Wir haben jetzt zwei Mitarbeiter:innen und ein vollwertiges Office in Wien etabliert, parallel zum Tiroler Standort. Mit Präsenz im Westen und Osten Österreichs sind wir nun näher an Künstler:innen, Partner:innen und dem pulsierenden Musikgeschehen – für uns ein weiterer Meilenstein in zwei Jahrzehnten Verlagsgeschichte.

Was sind die Aufgaben eines Musikverlags?

Eine der zentralen Aufgaben eines Musikverlags ist die administrative Betreuung. Wir übernehmen die komplette Verwaltungsarbeit in Bezug auf die Urheberrechte. Wir kümmern uns um die Werkanmeldung bei der Verwertungsgesellschaft – in Österreich also bei der AKM –, kontrollieren Abrechnungen, reklamieren bei fehlerhaften Nutzungszuweisungen und kümmern uns um alles, was mit der rechtlichen und finanziellen Verwaltung der Werke zu tun hat. Wenn etwa eine Setlist fehlt oder ein Veranstalter noch nicht gemeldet hat, springen wir ein. Dieser Teil ist die Basis unserer Arbeit.

Ein zweiter, ebenso wichtiger Bereich ist die kreative Arbeit und Vermarktung. Wir helfen dabei, Songs zu platzieren – etwa bei Werbeagenturen, Filmproduktionen oder anderen Künstler:innen, sei es für Coverversionen oder Featurings. Dabei geschieht alles in enger Absprache mit den Urheber:innen. Ein Verlag kann hier auch eine Art Agentenrolle übernehmen, Kontakte knüpfen und aktiv bei der Karriereentwicklung unterstützen.

Der dritte große Bereich ist die Förderung und Vernetzung. Wir organisieren Songwriting-Camps und Writing Sessions, bringen Autor:innen miteinander ins Gespräch und helfen dabei, ihr Netzwerk zu potenziell neuen Kooperationspartner:innen (Künstler:innen, Labels etc.) auszubauen, um neue Release-Möglichkeiten zu schaffen. Für viele junge Talente ist auch die finanzielle Unter-



stützung in Form von Vorschüssen entscheidend – damit sie sich voll und ganz aufs Schreiben konzentrieren können.

Welche grundlegenden Veränderungen in der Musikbranche hat der Verlag in seinen 20 Jahren miterlebt?

Wenn ich die Zeit meines Vaters mit heute vergleiche, dann hat sich die Musikbranche in vielerlei Hinsicht grundlegend verändert. In den 80er- und 90er-Jahren – das waren sozusagen die goldenen Jahre – wurden über Plattenverkäufe, insbesondere CDs, enorme Umsätze erzielt. Der große Einschnitt kam Anfang der 2000er-Jahre mit dem Aufkommen von Downloads – zunächst illegal, später legal, aber mit deutlich geringeren Einnahmen. Diese Phase war für die Branche ein echter Schock. Die Stimmung war über weite Strecken

» Wer alles alleine schafft – Hut ab! Aber in den meisten Fällen ist es eine große Entlastung, wenn man jemanden an seiner Seite hat, der diese strukturelle und administrative Arbeit professionell übernimmt. «

eher pessimistisch. Mittlerweile hat sich vieles erneut gewandelt: Downloads spielen heute kaum mehr eine Rolle, stattdessen dominiert das Streaming. Damit kamen wieder ganz neue Strukturen, neue Geschäftsmodelle, aber auch neue Herausforderungen. Gleichzeitig sind die physischen Verkäufe stark zurückgegangen, was früher die wirtschaftliche Grundlage vieler Verlage war. Auch musikalisch hat sich viel verändert: Genres entwickeln sich weiter, Zielgruppen verschieben sich, und das Hörverhalten ist ein anderes geworden – schneller, digitaler, globaler. Diese ständige Transformation erfordert viel Flexibilität. Man muss heute anders denken, anders arbeiten – aber das macht es auch spannend.

Welche Trends beobachtest du im Bereich der Musikverwertung?

Social Media spielt eine zentrale Rolle, vor allem in Verbindung mit Streaming. Man sieht deutlich, dass Künstler:innen, die online aktiv sind – etwa auf Instagram, TikTok oder YouTube –, oft auch bessere Streaming-Zahlen erzielen. Die Sichtbarkeit auf diesen Plattformen kann also direkten Einfluss auf den Erfolg eines Songs haben. Dabei entstehen manchmal richtige TikTok-Phänomene: Songs, die schon mehrere Jahre alt sind, erleben plötzlich ein Comeback, weil sie in einem Video viral gehen. Diese Dynamiken sind spannend, aber auch schwer planbar – und auf der Einnahmenseite leider oft nicht besonders lukrativ. Nur wenige Künstler:innen können vom

Streaming allein leben. Für junge Acts, die mit Streaming aufgewachsen sind, ist das oft kein Thema – sie kennen es nicht anders. Aber für Künstler:innen, die früher große CD-Auflagen verkauft haben und heute fast nur noch auf niedrige Streaming-Einnahmen zurückgreifen können, ist das natürlich ein schwieriger Umbruch. Umso wichtiger sind andere Einnahmequellen geworden – Live-Auftritte zum Beispiel.

Wie entdeckt ihr Künstler:innen und wann kommt eine Zusammenarbeit in Frage?

Das ist ganz unterschiedlich. Früher haben sich Künstler:innen oft mit einigen Referenzsongs direkt bei uns gemeldet. Das passiert auch heute noch – aber inzwischen läuft vieles über andere Kanäle. Heute entdecken wir viele neue Talente über Social Media oder Plattformen wie Spotify. Wir verfolgen regelmäßig Neuveröffentlichungen, schauen, wer dahintersteckt, wer mitgeschrieben hat, und ob diese Person vielleicht noch ohne Verlag ist. Wenn beidseitiges Interesse besteht, besprechen wir das intern. Bei uns gilt das Mehr-Ohren-Prinzip – es reicht also nicht, wenn eine Person im Team begeistert ist. Wir entscheiden gemeinsam und investieren nur dann, wenn wir wirklich an das Potenzial glauben – und zwar nachhaltig. Es braucht also schon ein gutes Gespür, aber auch Erfahrung und einen klaren Blick auf die Entwicklungsmöglichkeiten.

Welche Rolle spielt ein Verlag heute noch im Zeitalter von Self-Publishing und digitalen Plattformen?

Natürlich kann heute theoretisch jede:r alles selbst machen: Songs schreiben, produzieren, veröffentlichen, Social Media betreiben und sich selbst vermarkten – gerade weil es inzwischen auch deutlich weniger Labels gibt. Aber genau darin liegt das Problem: Alles selbst zu stemmen ist extrem aufwändig. Je erfolgreicher man wird, je mehr Werke man veröffentlicht, desto komplexer wird alles. Der Verwaltungsaufwand steigt, es geht um korrekte Werkanmeldungen, Income Tracking/Controlling, um Nutzungsanfragen, Rechteklärungen und Lizenzierungen – und all das ist sehr zeitintensiv. Ein Verlag übernimmt genau diese Aufgaben: Er behält den Überblick, übernimmt die Verwaltung, kümmert sich um Notenabdruckanfragen, Bearbeitungen, Covers, verhandelt Lizenzvergaben – und sorgt dafür, dass alles korrekt dokumentiert und abgerechnet wird. Wer das alles alleine schafft – Hut ab! Aber in den meisten Fällen ist es eine große Entlastung, wenn man jemanden an seiner Seite hat, der diese strukturelle und administrative Arbeit professionell übernimmt.

Als Frau in einer leitenden Position in der Musikbranche – begegnen dir stereotype Vorstellungen oder Strukturen?

Ich habe den Eindruck, dass es im Bereich der Musikverlage ein Stück weit besser aussieht als auf der kreativen Seite der Branche. Unter den Verleger:innen gibt

es durchaus einige Frauen in Führungspositionen – im Vergleich etwa zu den großen Major-Companies, wo Management-Positionen nach wie vor mehrheitlich von Männern besetzt sind. Solche strukturellen Ungleichgewichte gibt es aber nicht nur in der Musikbranche. Ich persönlich habe das Glück, dass ich in einem engen Netzwerk arbeite, in dem man sich kennt. Das macht vieles einfacher. Vielleicht hilft es auch, dass ich als Tochter des Firmengründers vorgestellt wurde – der Einstieg war dadurch sicher ein anderer, als wenn man von extern kommt. Besonders auf der kreativen Seite – bei Komponistinnen, Texterinnen und Produzentinnen – besteht aber noch großer Nachholbedarf. Es gibt noch immer deutlich weniger Frauen in diesen Rollen, auch wenn sich das langsam verändert.

Gibt es aktuell ein Projekt, das dir besonders am Herzen liegt?

Ein Projekt, auf das ich mich ganz besonders freue, ist unser erstes „Female Writing Camp“ im Herbst in Wien – das erste seiner Art in Österreich. Die Idee dazu ist gemeinsam mit Ina Regen entstanden. In anderen Ländern gibt es solche Formate schon länger, aber hierzulande fehlt das bislang. Wir möchten gezielt Songwriterinnen und Produzentinnen zusammenbringen und damit nicht nur ein kreatives Umfeld schaffen, sondern auch

» **Wir möchten gezielt Songwriterinnen und Produzentinnen zusammenbringen und damit nicht nur ein kreatives Umfeld schaffen, sondern auch ein klares Zeichen setzen.** «

ein klares Zeichen setzen. Denn vielen ist nach wie vor nicht bewusst, dass Songwriting oder Musikproduktion für Frauen genauso gangbare Karrierewege sind. Ziel ist es nicht nur, sich zu vernetzen, sondern auch veröffentlichungsreife Songs zu schreiben, also wirklich produktiv zu arbeiten, und das Talent von Songwriterinnen ins Rampenlicht zu rücken.

Was wünschst du dir von der österreichischen Musikbranche?

Ich wünsche mir, dass junge Talente in Österreich besser und zielgenauer gefördert werden. Es scheint, als wäre es schon länger her, dass neue Acts wirklich den Sprung geschafft haben. Viele der Künstler:innen, die heute erfolgreich sind, sind es schon seit einigen Jahren – aber es rückt zu wenig nach. Hier spielt auch der öffentliche Rundfunk eine zentrale Rolle. Vor allem große Radiosender könnten mehr österreichische Musik spielen und für mehr Vielfalt sorgen. Radio bleibt ein starkes Medium

mit großem Einfluss – und öffentlich-rechtliche Sender haben einen klaren Kulturauftrag, zu dem auch die Förderung heimischer Musik gehört.

Was außerdem fehlt, sind starke Labels und erfahrene Manager:innen. Viele Künstler:innen stehen anfangs allein da – ohne Struktur, Netzwerk und Unterstützung. Gute Labels und verlässliches Management wären essenziell, um Karrieren aufzubauen. Und nicht zuletzt: Live-Bühnen. Kleine Clubs und Konzertlocations sind oft die ersten Plattformen für neue Acts – doch viele davon verschwinden. Diese Räume gilt es zu erhalten, denn dort beginnt die Laufbahn vieler Musiker:innen.



Foto: Philipp Hirtenlehner

Fiona Schedler

Nach ihrem Studium in Management & Recht am MCI Innsbruck stieg Fiona Schedler in den Verlag Schedler Music ein und übernahm schrittweise mehr Verantwortung – insbesondere in den Bereichen Unternehmensführung, Kreativstrategie, Digitalisierung und Kommunikation.

Fiona Schedler war maßgeblich an der Etablierung des Schedler Music Summit sowie mehrerer Songwriting Camps beteiligt und engagiert sich besonders für die Förderung junger Talente und weiblicher Kreativer. Mit dem ersten österreichischen Female Writing Camp setzt sie 2025 ein starkes Zeichen für mehr Sichtbarkeit und Chancengleichheit in der Musikbranche.

 @schedlermusic

Mitglieder- Hauptversammlung 2025

Wahlergebnisse und Eindrücke

Am 17. Juni fand die Mitglieder-Hauptversammlung (MHV) der AKM im Hotel Savoyen in Wien statt. Über 150 ordentliche Mitglieder nahmen teil – sowohl vor Ort als auch online –, als Vorstand und Aufsichtsrat gewählt und wichtige Statutenänderungen beschlossen wurden.

Die MHV 2025 wurde erstmals vollständig digital abgewickelt: Ordentliche Mitglieder konnten sich im Vorfeld online registrieren, wodurch die Anmeldung vor Ort für viele entfiel. Vollmachten wurden digital vergeben und auch die Abstimmungen erfolgten per QR-Code.

Die Versammlung stellte den Jahresabschluss der AKM für 2024 fest. Die Hauptabrechnung und die Tantiemen-Ausschüttung erfolgten am 18. Juni 2025. Auch der Transparenzbericht wurde genehmigt, Vorstand und Aufsichtsrat wurden entlastet.

Besonders erfreulich: Neben vielen bekannten Gesichtern waren auch zahlreiche junge Mitglieder dabei – ein schönes Signal für die Zukunft.

Wahlen 2025

Alle fünf Jahre wählt die MHV aus den Reihen der Mitglieder den Vorstand, den Aufsichtsrat sowie den Präsidenten bzw. die Vizepräsident:innen. Auch einige Positionen in weiteren Gremien waren neu zu besetzen.

Die folgenden Kandidat:innen erhielten die Mehrheit der Stimmen ihrer jeweiligen Kurie:

Wahl des Vorstands

Kurie Autorinnen & Autoren

Hans Ecker, Vizepräsident
Gerlinde Knaus
Victor Poslusny
Emanuel Treu

Kurie Komponistinnen & Komponisten

Peter Vieweger, Präsident
Paul Hertel, Vizepräsident
Peter Janda
Lothar Scherpe

Kurie Musikverlage

Edith Michaela Krupka-Dornaus, Vizepräsidentin
Clemens Brugger
Thomas Partl
Wolfgang Stanicek

Wahl des Aufsichtsrats

Kurie Autorinnen & Autoren

Peter Hrnčířik
Werner Marinell

Kurie Komponistinnen & Komponisten

Kurt Brunthaler
Richard Dünser

Kurie Musikverlage

Astrid Koblanck
Maria Teuchmann, Finanzexpertin

Wir gratulieren allen Funktionären zur Wahl!

V.l. AKM Generaldirektor
Gernot Graninger, AKM
Präsident Peter Vieweger
und die AKM Mitglieder
Die Mayerin, Birgit Denk,
Marina Zettl, Fiona
Schedler und Andy Baum

Foto: Eva Kelety



Änderung der Statuten

Die MHV hat einige wichtige Statutenänderungen beschlossen, unter anderem, um die AKM für junge Urheber:innen weiterhin als attraktive Verwertungsgesellschaft zu positionieren.

Frist für Wahlvorschläge

Wahlvorschläge für Vorstand und Aufsichtsrat können künftig bis vier Wochen vor der MHV eingebracht werden (bisher: sechs Wochen).

Das verschafft unseren Mitgliedern mehr Zeit für die Einreichung geeigneter Kandidat:innen.

Förderung junger Talente

Bisher flossen nicht-verteilbare Beträge – also Erträge, die innerhalb von drei Jahren keinem Bezugsberechtigten zugeordnet werden konnten – vollständig in die allgemeine Abrechnung.

Künftig werden 10% der nicht-verteilbaren Beträge aus Online-Einnahmen in die Förderung junger Online-Talente umgeleitet.

Voraussetzung: Das AKM Mitglied ist seit weniger als drei Jahren Teil einer Verwertungsgesellschaft und verfügt über ein Online-Aufkommen.

Bestätigung der Online-Förderung

Die MHV hat außerdem das neue Förderprogramm genehmigt, mit dem Online-Aktivitäten unserer Mitglieder gezielt unterstützt werden.

Förderfähig sind AKM-Mitglieder, die kontinuierlich neue Werke schaffen und ein jährliches Tantiemenaufkommen zwischen € 1.000 und € 5.000 haben.

Wir danken allen ordentlichen Mitgliedern herzlich für ihr Interesse und ihre aktive Teilnahme an der diesjährigen Versammlung.

Von oben nach unten:

V.l. Christian Stani, Lukas Lach und Michael Gritzner

V.l. Die Mayerin, Slomo und Revelle

Mit voller Konzentration beim AKM Jahresbericht

Reibungsloser Ablauf beim Check-in dank Online-Registrierung.



Fotos: Eva Kelety

Wir stellen vor:

Unser neues Mitglied im Vorstand **Thomas Partl**



Foto: Eva Kelety

Thomas Partl, geboren 1979 und aufgewachsen in Tirol, studierte Betriebswirtschaft an der Universität Innsbruck. Bereits während seines Studiums war er als Musiker aktiv. Im Jahr 2001 gründete er seinen eigenen Musikverlag sowie ein Musiklabel mit Spezialisierung auf Volksmusik, Schlager, Pop, Filmmusik und Musik für Werbung. Seit über 25 Jahren ist Thomas Partl als Musiker tätig und engagiert sich darüber hinaus in verschiedenen Funktionen innerhalb der Musikbranche – unter anderem als Leiter einer Fachgruppe der Austrian Composers, als Vorstandsmitglied der Union der Musikverleger sowie als Mitglied im Beirat des SKE-Fonds der austro mehana.

„Im Vorstand für die Mitglieder der AKM arbeiten zu dürfen ist eine große Ehre und eine große Verantwortung. Durch KI wird in den nächsten Jahren und Jahrzehnten in der Kreativbranche kein Stein auf dem anderen bleiben.“

Unser neues Mitglied im Aufsichtsrat **Astrid Koblanck**



Foto: Eva Kelety

Astrid Koblanck ist Juristin und verfügt über eine langjährige Ausbildung im Klavier- und Orgelspiel. Nach ihrer Tätigkeit als Assistentin der Geschäftsführung der Verwertungsgesellschaft Literar Mechana begann sie 1996 bei der Universal Edition, wo sie ihre juristische Expertise mit ihrer Leidenschaft für zeitgenössische Musik verbinden konnte. Seit 2004 gehört sie dem Vorstand der Universal Edition an, seit 2023 als Vorstandsvorsitzende. Im Juli 2025 wechselte sie in den Aufsichtsrat des Verlags. Auch in der kollektiven Rechtewahrnehmung ist sie seit vielen Jahren engagiert: Seit 2010 war sie Mitglied des Vorstands der AKM und setzte sich mit Nachdruck für die Interessen der Musikverlage in Österreich ein. Mit ihrem Wechsel in den Aufsichtsrat der AKM bringt sie ihre jahrzehntelange Erfahrung im Musikverlagswesen weiterhin aktiv ein und wird sich auch künftig im Vorstand der Union der Musikverlage Österreichs engagieren.

„Es ist für mich eine große Freude und Aufgabe, mich mit meiner langjährigen Expertise für die Interessen der Musikverlage im Aufsichtsrat der AKM einzusetzen.“



Foto: Eva Kelety

Der neu gewählte Vorstand der AKM: (v.l.) Peter Janda, Johann Ecker, Paul Hertel, Gerlinde Knaus, Emanuel Treu, Peter Vieweger, Lothar Scherpe, Edith Michaela Krupka-Dornaus, Wolfgang Stanicek, Victor Poslusny, Thomas Partl, Clemens Brugger

Jahresergebnis



2024 war für die AKM ein erfolgreiches Jahr mit positiven Entwicklungen in nahezu allen Geschäftsbereichen. Es ist uns gelungen, die Lizenzerträge (Inland) weiter zu steigern, nämlich auf 117 Millionen Euro.

In Österreich verzeichneten fast alle Ertragssparten ein klares Wachstum. Besonders deutlich fiel dieses bei den Live-Aufführungen mit einem Plus von knapp 18% aus. Auch die Einnahmen aus der mechanischen Wiedergabe, der Kabelweiterleitung sowie dem Online-Bereich entwickelten sich positiv. Die Erträge aus Radio- und Fernsehsendungen blieben auf konstant hohem Niveau stabil.

Außerhalb Österreichs wird die heimische Musik gerne gehört und gespielt. Mit 13,7 Millionen Euro konnten auch die Lizenzerträge aus dem Ausland deutlich zulegen.

Die AKM arbeitet äußerst präzise und hat dadurch auch im vergangenen Geschäftsjahr eine hohe Abrechnungsgenauigkeit von 99,98% erreicht – und das bei gleichzeitig äußerst niedrigem Verwaltungsaufwand. Mit einem Spesensatz von nur 6,14% arbeitet die AKM so effizient wie kaum eine andere Verwertungsgesellschaft für Musik.

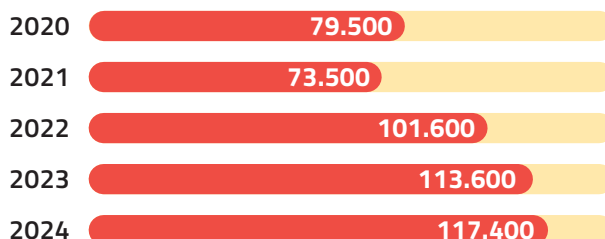
Das ermöglichte einen erneuten Rekord an Tantiemen-Ausschüttungen: 2024 konnte die AKM ihren Mitgliedern – also Urheberinnen und Urhebern von Kompositionen und Musiktexten sowie Musikverlagen – insgesamt 125 Millionen Euro auszahlen.

Alle Ergebnisse zum Geschäftsjahr 2024 sowie Eindrücke und Berichte der letzten Monate lesen Sie im Jahresbericht 2024.

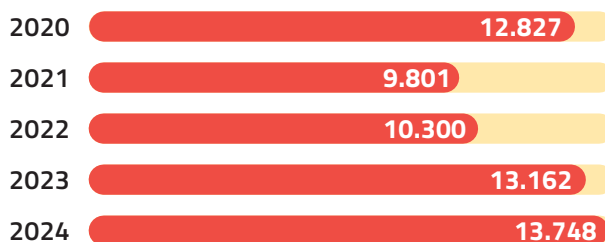
akm.at/publikationen



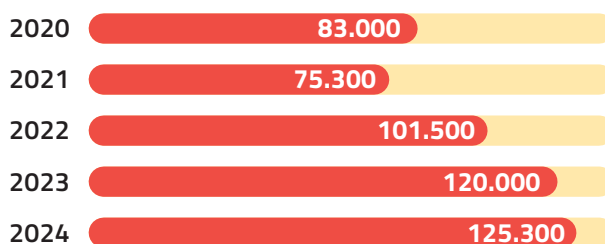
Lizenzerträge Inland (in tausend Euro)



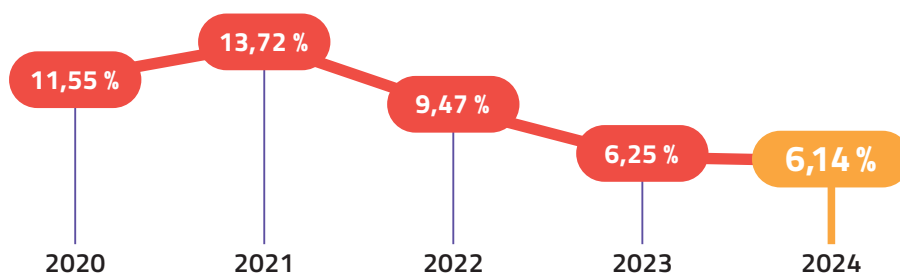
Lizenzerträge Ausland (in tausend Euro)



Abrechnungssumme (in tausend Euro)



Spesensatz





Effizient. Transparent. Fair. „Scan den Beat“ – die Programm- Meldung mit dem AKM QR-Code

Mit dem AKM QR-Code wird die Programm-Meldung von Live-Auftritten für Künstler:innen und Veranstalter:innen deutlich einfacher – und dabei genauer, schneller und fairer.

Musiker:innen scannen den vom Veranstalter/von der Veranstalterin bereitgestellten QR-Code und gelangen direkt zur jeweiligen Veranstaltung im AKM Serviceportal. Dort sind alle Veranstaltungsdaten bereits vorausgefüllt – nur noch die gespielten Musikstücke ergänzen, absenden, fertig. So geht Programm-Meldung heute.

Die Vorteile:

- Effizient, weil der Aufwand für alle Beteiligten sinkt.
- Transparent, weil jede Partei nachvollziehen kann, was gemeldet wurde.
- Fair, weil wir die Tantiemen nach der Veranstaltung gerecht verteilen können.

Wichtig für Veranstalter:innen:

Wird das Programm per QR-Code gemeldet, erhalten die Veranstalter:innen automatisch eine Benachrichtigung per E-Mail – mit der Möglichkeit, gegebenenfalls zu widersprechen.

Wird die Meldung ohne QR-Code übermittelt, ist eine explizite Bestätigung durch den Veranstalter/die Veranstalterin notwendig. In beiden Fällen sichern wir so ab, dass die gemeldeten Programme korrekt sind und die Tantiemen gerecht verteilt werden.

Wir freuen uns, dass der AKM QR-Code von immer mehr Musiker:innen und Veranstalter:innen genutzt wird – und unterstützen bei Fragen gerne persönlich.

akm.at/scanbeat



Scannen
QR-Code scannen



Einloggen
Im Service-Portal anmelden



Melden
Musikstücke einreichen

Häufig gestellte Fragen

NEU

Auf unserer Website beantworten wir jetzt die wichtigsten Fragen rund um den Einsatz des AKM QR-Codes – für Künstler:innen und Veranstalter:innen! Hier die Top 5 der FAQ für auftretende Künstler:innen:

Woher bekomme ich den QR-Code?

Sie erhalten den QR-Code direkt vom Veranstalter – per Mail, per Aushang oder persönlich.

Ich habe keinen QR-Code. Wie kann ich meine Programm-Meldung jetzt tätigen?

Sollten Sie vom Veranstalter keinen QR-Code erhalten haben, können Sie Ihre Programm-Meldung trotzdem problemlos über das AKM Serviceportal tätigen. Sie können über den Button „Suche in Veranstaltungen“ in einem Pool an Veranstaltungen suchen und – wenn Sie Ihre Veranstaltung gefunden haben – diese gleich auswählen oder Sie geben die Veranstalter-/Veranstaltungsdaten manuell ein.

Bekomme ich immer einen QR-Code?

Nein, Sie erhalten den QR-Code vom Veranstalter nur, wenn Ihr Auftritt Teil einer Einzel- oder Dauerveranstaltung mit Unterhaltungsmusik oder Lesung mit Musik ist.

Für Auftritte mit Ernster Musik, Einlagenmusik (z. B. Theater) oder Kabarettveranstaltungen erhalten Sie zwar einen QR-Code, dieser dient jedoch nur zur Information und führt auf eine Website mit Hinweisen zur Programm-Meldung für diese Musiksparten.

Wieso finde ich meine Veranstaltung in der „Suche in Veranstaltungen“ nicht?

Das kann mehrere Gründe haben. Derzeit können wir noch nicht alle Vertragstypen in dieser Suche abbilden. Der wahrscheinlichste Grund, warum Sie Ihre Veranstaltung derzeit noch nicht finden, ist daher, dass sich ein solcher Vertragstyp dahinter verbirgt. Für diese Vertragstypen gibt es momentan auch noch keinen QR-Code.

Der Veranstalter hat meinen Auftritt nicht bestätigt. Was muss ich jetzt tun?

In diesem Fall erhalten Sie ein Mail, in dem wir Sie darüber informieren. Mit Klick auf einen Link in dem Mail können Sie uns Feedback dazu geben. Anschließend wird Ihre Programm-Meldung von uns nochmals geprüft und entsprechend verarbeitet.

Online-Förderungen für unsere Mitglieder

Eine starke digitale Präsenz ist in der Musikwelt zur Grundlage für Sichtbarkeit, Reichweite und Karriereaufbau geworden. Social Media und digitale Vertriebswege eröffnen Musiker:innen neue Chancen, ihr Publikum direkt zu erreichen, unabhängig von Ort und Zeit.

Gerade für junge Musikschaaffende und Newcomer:innen bietet die digitale Vermarktung vielfältige Möglichkeiten, sich selbstbestimmt zu positionieren, Fans aufzubauen und erste Schritte in der Branche zu setzen.

Da Social Media-Präsenz, professionelle Websites und andere Online-Tools mit Kosten verbunden sind, freuen wir uns, euch ab sofort gezielt bei der Online-Vermarktung eurer Musik unterstützen zu können.

Hier die wichtigsten Infos auf einen Blick:

Was wird gefördert?

Wir unterstützen bei der Finanzierung unterschiedlicher Projekte im Online-Bereich:

- Social Media-Support (Agenturleistung)
- Kosten für die Erstellung oder Adaptierung einer Website (Agenturleistung)
- Werbung auf Social Media oder anderen Online-Plattformen
- Kosten für den Digitalvertrieb
- Kosten für Projekte/Aktivitäten im Online-Bereich

Wer kann für eine Förderung ansuchen?

Folgende Bedingungen müssen erfüllt sein, damit du für die Förderung ansuchen kannst:

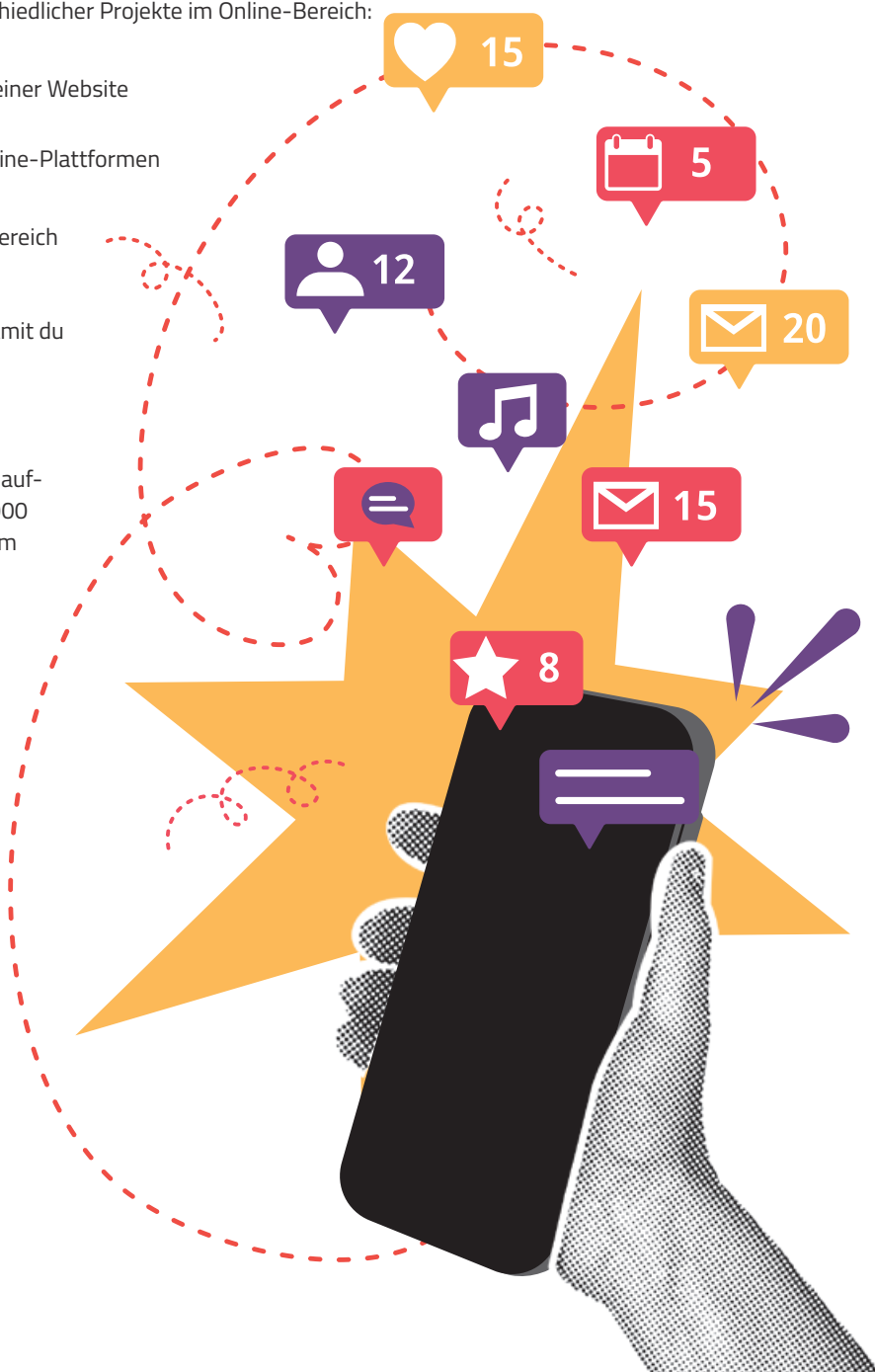
- Du bist Urheber:in und Mitglied der AKM.
- Du schaffst laufend neue Werke.
- Die Höhe deines bisherigen AKM-Tantiemenaufkommens liegt über € 1.000 und unter € 5.000 pro Jahr. Dein Tantiemenaufkommen aus dem Vorjahr wird als Basis für Förderungen in diesem Jahr herangezogen.

Wo und wie oft kann man für die Online-Förderung ansuchen?

- Alle Informationen und den Antrag für das Förderansuchen findest du auf unserer Website.
- Die Förderung kann einmal pro Jahr beantragt werden.

Höhe der Förderung: Die Höhe der Online-Förderung ist mit € 2.000 netto pro Antragsteller:in pro Jahr begrenzt.

akm.at/online-foerderung



ÖST. MUSIKFONDS

Mit Redaktionsschluss Mitte Juni haben heuer bereits ein Produktionsförderungs-Call, ein Toursupport-Call und drei Calls des Impulsprogramms stattgefunden. Dabei wurden folgende Förderzusagen ausgesprochen:

Produktionsförderung Call 58 (22 Förderungen bei 208 Anträgen):

ALFREDO OVALLES AND THE BLACK PAGE ORCHESTRA / ALICIA EDELWEISS / ANDA MORTS / ANNA MABO / CRACK IGNAZ & FID MELLA / DONNA SAVAGE & BRENN SINATRA / ECHO BOOMER / ESTHER GRAF / FARCE / FREUDE / JUGO ÜRDENS / LAIKKA / MEL*E / NYLA TIARA LOVE / PHILIP PILLER / ROSSBROND MUSIKANTEN / SANNA / SHAKE STEW / SKOFI / TAGTRAEUMER / VELVET WASTED / VON SEITEN DER GEMEINDE

Toursupport Call TS46 (8 Förderungen bei 15 Anträgen):

ALICIA EDELWEISS / ANNA BUCHEGGER / ELSA / PÄM / PURE CHLORINE / SEITINGER & MAIERHOFER / SOFIE ROYER / VERENA WAGNER

Impulsprogramm im Rahmen von Austrian Music Export (15 Förderungen bei 62 Anträgen):

Call 2025-1: BABA YAGA – Auftritt am Festival du Bout du Monde / CHAOS STRING QUARTET – Auftritt am Montréal Chamber Music Festival / KIMYAN LAW – Indien Tourbewerbung und Artistaufbau / LUCY DREAMS – Markterschließung Japan / OSKA – Markterschließung USA / THE FREESTYLE ORCHESTRA – B2B Festival Belgien

Call 2025-2: HALF DARLING – Markterschließung DE / JU-ERGEN VONBANK & ROVA – Label Showcase Japan / KÄSSY – Markterschließung UK / PETER KERN – European Blues Challenge / PIPPA – Promotionreise & Showcase DE / SPILIF – Rap Showcase DE

Call 2025-3: BUNTSPECHT – Markterschließung Frankreich, Belgien, Niederlande / GLAZED CURTAINS & PURE CHLORINE – Tape Capitol Music Showcase, Reeperbahn Festival 2025 / YATWA – Music Week Poland 2025

Die weiteren Call-Termine der Musikfonds-Programme 2025:

Produktionsförderung

Call 59	13. August
Call 60	12. November

Toursupport

Call TS48	1. Oktober
-----------	------------

OMF+

Call 25-2	22. Oktober
-----------	-------------

Impulsprogramm (im Rahmen von austrian music export)

Call 25-5	22. Oktober
-----------	-------------

Alle Terminangaben ohne Gewähr. Bitte informieren Sie sich auf der Website über mögliche Änderungen.

musikfonds.at



ACOM-Night

Die ACOM - Austrian Composers Association präsentiert am 17. Oktober 2025 ein "best of" des künstlerischen Schaffens ihrer Mitglieder aus den verschiedensten Genres wie Jazz, Pop-Rock, Filmmusik, Neue Musik und Elektronik. Mit dabei sind Werke von und mit Peter Legat, Jean-Baptiste Marchand, Stefan Pelzl, Wolfgang Schloegl, Kurt Schwertsik, Sankt Krinzinger, Oliver Uszynski, Michael Wahlmüller, Arnold Zamarin u. v. m.

Neben den musikalischen Acts findet erstmals auf großer Bühne die Verleihung der neuen Ehrenmitgliedschaften statt.

Tickets können direkt über die Website des Porgy & Bess erworben werden.

austriancomposers.com



Impulse für die Neue Musik: Kompositionspreis, Konzerte und Nachwuchsförderung

Zum zweiten Mal schreiben die INÖK – Interessengemeinschaft Niederösterreichische Komponist:innen und das MAX BRAND Ensemble den Internationalen MAX BRAND Kompositionspreis aus. Gesucht wird ein innovatives Werk, welches das breite Spektrum zeitgenössischer Musik abbildet und neue Wege beschreitet: inspiriert von der rhythmischen Vielfalt der Welt, der Freiheit der Improvisation, den Klängen des Jazz, elektronischer Innovation und jeder Form außergewöhnlicher Klanggestaltung. Einsendeschluss ist der 31. August. Für das Siegerwerk winkt ein Preisgeld von € 5.000, gestiftet von der Berndorf Privatstiftung. Weitere Informationen unter maxbrand.info.

Nach eindrucksvollen Konzerten im Klagenfurter Konzerthaus und im Wiener Gasometer – organisiert von Jakob Gruchmann in Kooperation mit der Gustav Mahler Privatuniversität – verabschiedete sich das MAX BRAND Ensemble unter der Leitung von Richard Graf in die Sommerpause. Am 23. Oktober kehrt das Ensemble mit dem Preisträgerkonzert im Porgy & Bess auf die Bühne zurück.

Im Herbst veranstaltet die INÖK eine Reihe von Kammermusikkonzerten, unter anderem im Roten Salon der ÖSTIG. Geplant

ist ein Konzert unter dem Motto „Komponist:innen spielen ihre Werke“, zwei Konzerte mit und von vier musikalischen Jubilär:innen sowie ein Weihnachtskonzert in Kooperation mit der Blechbläser-Kammermusikklasse von Leonhard Paul (mdw).

Wie jedes Jahr wird auch heuer am 15. November der INÖK-Wettbewerb für junge Interpret:innen in der Musikschule Krems ausgerichtet. Ziel des Wettbewerbs ist es, junge Musiker:innen zur Auseinandersetzung mit dem aktuellen Schaffen niederösterreichischer Komponist:innen zu ermutigen und zur aktiven Interpretation zeitgenössischer Werke zu motivieren.

Ursula Erhart-Schwertmann

*Präsidentin der INÖK – Interessengemeinschaft
Niederösterreichische Komponist:innen*

www.inoek.at



Foto: INÖK

Konzert des MAX BRAND Ensembles im Gasometer/Spielraum

V.l. untere Reihe: David Kosviner, Marin Genahl, Dimitrios Katharopoulos, Wilfried Satke, Karlheinz Essl, Bastian Brännland, Ursula Erhart-Schwertmann; obere Reihe: Thomas Frey, Gregor Narnhofer, Ulrike Greuter, Richard Graf, Simon Schellnegger, Arne Kircher, Hannes Enzlberger, Timm Reinhardt.

Mediation in der Musikbranche

Mediation hat in der Musikbranche eine besondere Relevanz, denn oft verläuft eine kreative Zusammenarbeit nicht so wie anfangs angedacht. Beziehungen gehen auseinander, die Rechte an den gemeinsamen Werken bleiben ungeklärt und viele Fragen offen: Wer darf den Bandnamen weiterführen? Wer hat die Rechte an der gemeinsamen Produktion?

Oft macht hier eine außergerichtliche Beilegung der Streitigkeiten Sinn, um lange Prozesse und hohe Prozesskosten zu vermeiden. Im besten Fall lassen sich über die Mediation klare Verhältnisse schaffen und die gemeinsame musikalische Zusammenarbeit kann fortgesetzt werden. Der zentrale Vorteil der Mediation liegt in ihrer Flexibilität und ihrer Fähigkeit, auf die spezifischen Bedürfnisse der Parteien einzugehen. Anders als ein Gerichtsverfahren ist die Mediation vertraulich, kostengünstiger und fördert eine kooperative Atmosphäre.

Das österreichische Musikinformationszentrum mica – music austria trat mit eingetragenen Mediator:innen, die über Konfliktfälle im Musiksektor informiert sind und allparteilich agieren, in Kontakt. Besteht seitens Muskschaffender und deren wirtschaftlichem Umfeld Interesse an einer Mediation, kann mica – music austria Ansprechpartner:innen vermitteln. Der Prozess beginnt mit Vorgesprächen der Konfliktparteien mit den Vertrauensanwälten von mica – music austria, um über die juristischen Grundlagen aufzuklären. Die juristische Beratung durch die Vertrauensanwälte ist kostenlos, die Mediation ist zu bezahlen.

Eine Kontaktliste mit ausgewählten eingetragenen Mediator:innen, die in diesem Bereich vermitteln können, ist auf der Webseite zu finden.

musicaustria.at



Liebe Mitglieder und Partner des VOET,

mit Freude blicken wir auf die Entwicklungen der letzten Monate zurück. Seit dem Start unserer neuen Website durften wir zahlreiche neue Mitglieder begrüßen, die das Angebot eines eigenen Künstlerprofils aktiv nutzen.

Täglich präsentieren wir den „Künstler des Tages“ und in nur drei Monaten wurden rund 5.000 Besuche auf den Künstlerprofilen gezählt – ein klares Zeichen für das große Interesse innerhalb unserer Community. Über unsere Social Media-Kanäle erreichen wir bis zu 15.000 Aufrufe monatlich.

Ein besonderes Highlight waren die Mai-Veranstaltungen „Musik – Information – Vernetzung“ in Salzburg, Wien und der Steiermark. Die Verbindung aus Information und Live-Musik führte zu spannenden Begegnungen und zahlreichen Neubeitritten. Bereits jetzt liegt uns eine Liste von Künstlerinnen und Künstlern vor, die sich bei künftigen Events generationen- und genreübergreifend einbringen möchten.

Auch unser monatlicher Jour Fixe hat sich als fester Bestandteil für Austausch und Beratung etabliert. Im Fokus stehen dabei immer konkrete Perspektiven und weiterführende Gespräche.

Aktuell starten die nächsten Etappen unseres Wettbewerbs: Für ausgewählte Texte unserer Mitglieder suchen wir nun Komponistinnen und Komponisten. Die daraus entstehenden Werke werden im Rahmen unserer österreichweiten Veranstaltungen präsentiert.

Unser Ziel bleibt, die Vielfalt der Musik aus Österreich zu fördern und das lebendige Branchennetzwerk weiter auszubauen.

Für Fragen und Anliegen erreichen Sie uns jederzeit unter office@voet.at – wir freuen uns auf Ihre Nachricht!

Wir wünschen Ihnen einen inspirierenden Sommer und viel Freude am künstlerischen Schaffen.

Ihr/Euer

Hans Ecker

Präsident Verband Österreichischer Textautoren & Musiker

voet.at



Foto: VOET

VÖV

Verband Österreichischer Volks- und
Unterhaltungsmusikkomponisten

Gründer: Senator Prof. Sepp Kern

Eurostar für Opus: Auszeichnung für Ewald Pfleger

Ewald Pfleger, Gründungsmitglied der österreichischen Popgruppe Opus, wurde mit dem Eurostar-Preis ausgezeichnet. Die Verleihung fand im Rahmen einer Veranstaltung in der Erlebnisbrauerei Rudolf in Graz-Eggenberg statt, bei der über 100 Gäste – darunter Musikerkolleg:innen, Wegbegleiter:innen und Familienmitglieder – anwesend waren. Anlass war Pflegers 70. Geburtstag sowie die Veröffentlichung seines Buches „Live is Life“.

Den Eurostar überreichten AKM Präsident Peter Vieweger und VÖV Präsident Jess Robin, um Pflegers langjähriges Wirken als Musiker und Komponist zu würdigen.

Anwesend waren u. a. die Opus-Bandmitglieder Herwig Rüdissler, Kurt René Plisnier und Günter Grasmück, Kolleg:innen aus der österreichischen Musikszene wie die Schick Sisters, Alex Rehak, Mitglieder der Band „Alle Achtung“, Kurt Guber, Stephan Herzog und weitere. Auch Vertreter:innen der AKM nahmen an der Veranstaltung teil. Auf dem musikalischen Rahmenprogramm standen u. a. Interpretationen von „Live is Life“ und „Der Kommissar“.

v. l. Peter Vieweger, Ewald Pfleger, Gernot Graninger



Foto: Erwald Kravner



Österreichischer Jazzpreis 2025

Einreichungen und Academy-Registrierung
bis 25. August

Der jährlich vergebene Österreichische Jazzpreis – eine Initiative des Österreichischen Musikrats (ÖMR), von mica – music austria, IG World Music Austria, Ö1 und Porgy & Bess – versteht sich als bedeutende Plattform zur Sichtbarmachung und Förderung der pulsierenden österreichischen Jazzlandschaft.

Die feierliche Preisverleihung und Gala findet heuer am 26. November im Casino Velden am Wörthersee statt. Künstler:innen und Projekte können ihre Beiträge bis 25. August online einreichen. Der Beobachtungszeitraum umfasst alle veröffentlichten Werke zwischen dem 26. August 2024 und dem 25. August 2025.

Neben den bestehenden Kategorien „Live Act“, „Album“ und „Newcomer“ wird 2025 erstmals der neue „High Impact Award“ vergeben. Diese Auszeichnung würdigt herausragende Beiträge zur Weiterentwicklung und internationalen Repräsentation der österreichischen Jazzlandschaft und wird von einer unabhängigen Jury verliehen.

Mit der Einreichung (und Zustimmung) werden alle Artists und Projekte automatisch zu stimmberechtigten Mitgliedern der nominierenden „Academy“. Pro Kategorie dürfen jeweils fünf Beiträge nominiert und mit Punkten bewertet werden. Eine Selbstnominierung ist ausdrücklich möglich.

Die Gewinner:innen des Vorjahres sind eingeladen, Teil der Jury bzw. der Academy zu werden – eine erneute Nominierung ist jedoch erst im Folgejahr zulässig. Der Nominierungszeitraum läuft vom 1. bis 15. September 2025. Die zehn meistgenannten Beiträge jeder Kategorie werden offiziell für den Jazzpreis 2025 nominiert. Unabhängig vom Nominierungsprozess bleibt die „Austrian Jazz Library“ für alle eingereichten Projekte und Künstler:innen geöffnet.

Fördergeber des Österreichischen Jazzpreises sind das Bundesministerium für Wohnen, Kunst, Kultur, Medien und Sport, das Land Kärnten und die JAM MUSIC LAB Privatuniversität. Medienpartner sind der ORF und das Concerto Magazin.

Einreichungen, Academy-Registrierung
und Library: jazzpreis.at

MuFA

Musik Für Alle

Erfolgreicher Abschluss des ersten MuFA Mentoring-Programms und Verleihung des MuFA Musikproduzentinnen Preises beim MuFAlicious Jahresfest

Am 25. April 2025 fand im SAE Institute Vienna das erste MuFAlicious Jahresfest statt – ein Abend, der nicht nur musikalisch, sondern auch emotional viele Höhepunkte bot. Gefeiert wurden gleich zwei besondere Anlässe: der erfolgreiche Abschluss des ersten MuFA Mentoring-Programms 2024/25 sowie die Verleihung des MuFA Musikproduzentinnen Preises.

Über 30 talentierte Frauen* hatten in den Monaten zuvor am Mentoring-Programm teilgenommen. Begleitet von erfahrenen Mentor:innen erhielten sie gezielte Unterstützung auf ihrem musikalischen Weg. In dieser intensiven Zeit konnten die Teilnehmerinnen ihre Kreativität, ihr technisches Know-how und ihre persönliche künstlerische Handschrift weiterentwickeln und festigen.

Den emotionalen Höhepunkt des Abends bildeten die Live-Auftritte einiger Mentees, die mit beeindruckenden Performances die Bühne eroberten. Ihre Auftritte zeigten nicht nur musikalische Vielfalt und technisches Können, sondern auch die besondere Energie und den Zusammenhalt innerhalb der MuFA-Community.

Ein weiterer Höhepunkt des Festes war die feierliche Verleihung des MuFA Musikproduzentinnen Preises, der heuer bereits zum zweiten Mal vergeben wurde. Mit dem Preis werden herausragende weibliche Talente der österreichischen Musikproduktion gewürdigt – ein bedeutender Beitrag zur Sichtbarkeit und Anerkennung von Produzentinnen im Musikbusiness.

Die Gewinner:innen 2025:

1. Platz: Dexpleen
2. Platz: Rhayn
3. Platz: Sodl

Die Preisverleihung übernahm PAENDA, selbst Gewinnerin des Vorjahres und mittlerweile Jurymitglied. In ihrer Ansprache betonte sie die Wichtigkeit von Plattformen wie MuFA, die weibliche Talente nicht nur fördern, sondern auch nachhaltig sichtbar machen.

Das MuFAlicious Jahresfest 2025 bot einen inspirierenden Einblick in das kreative Potenzial der österreichischen Musikszene – und setzte gleichzeitig ein starkes Zeichen für Förderung, Sichtbarkeit und Vernetzung.



Foto: MuFA

Die drei Gewinner:innen 2025,
v.l. Sodl, Rhayn und Dexpleen



JJ gewinnt den Eurovision Song Contest 2025

Die AKM gratuliert herzlich: Unser Mitglied Johannes Pietsch hat mit dem Song „Wasted Love“, den er gemeinsam mit Teodora Špirić alias Teya und Thomas Thurner geschrieben hat, den Eurovision Song Contest 2025 in Basel gewonnen. Es ist der dritte ESC-Sieg für Österreich in der Geschichte des Landes.

Johannes Pietsch, bekannt unter seinem Künstlernamen JJ, wurde am 29. April 2001 in Wien geboren und wuchs in Dubai auf. Dort besuchte er die Deutsche Internationale Schule und entdeckte früh seine Leidenschaft für Musik. Nach der Rückkehr nach Österreich im Jahr 2016 absolvierte er das Wiener Gymnasium Wenzgasse, wo er 2020 maturierte.

Seine musikalische Ausbildung führte ihn an die Opernschule der Wiener Staatsoper und später an die Musik und Kunst Privatuniversität der Stadt Wien (MUK), wo er im Bachelorstudium Sologesang bei Linda Watson studiert. Als Countertenor verfügt JJ über eine seltene Stimmlage, die ihm eine besondere künstlerische Ausdruckskraft verleiht.

JJ machte erste Bühnenerfahrungen in Castingshows: 2020 nahm er an The Voice UK teil und wurde von Will.i.am in die nächste Runde gewählt. 2021 stand er bei Starmania auf der Bühne und erreichte die erste Finalshow. Diese Auftritte ebneten ihm den Weg zu einem breiteren Publikum und markierten den Beginn seiner professionellen Laufbahn.

Ende Jänner wurde bekannt gegeben, dass JJ Österreich beim Eurovision Song Contest 2025 vertreten würde. Sein Beitrag „Wasted Love“ fand schnell großen Anklang bei Fans wie auch bei der Kritik. Beim ESC überzeugte JJ sowohl Jury als auch Publikum und holte den 1. Platz – ein bedeutender Erfolg für die österreichische Popmusik.

„Wasted Love“ entstand in Zusammenarbeit mit der Singer-Songwriterin Teodora Špirić (Teya). Teya vertrat selbst 2023 Österreich beim ESC und veröffentlichte 2024 ihr erstes Album „Grandma on the Dancefloor“. Als vielseitige Musikerin schreibt sie auch Songs für andere Künstler:innen und brachte ihre Erfahrung und Kreativität in dieses Projekt ein.

Mit diesem Sieg hat JJ nicht nur seine eigene Karriere auf ein neues Niveau gehoben, sondern auch ein starkes Zeichen für die kreative Vielfalt der österreichischen Musiklandschaft gesetzt. Wir freuen uns auf seine kommenden Projekte!

 @johannesjjpietsch

„Music In The Woods 2025“

Österreichs innovative Talentschmiede für Medienmusik

Die Förderinitiative von AKM, JAM MUSIC LAB Privatuniversität Wien und Österreichischer Veranstalterverband für aufstrebende Künstler:innen in Filmmusic, Games Music und Singer-Songwriter geht in die zweite Runde.

Nach einer erfolgreichen Premiere im Jahr 2024 kehrt „Music In The Woods“ im Spätsommer 2025 zurück – erweitert, verlängert und mit noch mehr kreativer Strahlkraft. Von 17. bis 21. September 2025 wird das Bühnenwirtschaus Juster im niederösterreichischen Waldviertel erneut zum kreativen Zentrum für ambitionierte Musiker:innen aus dem Bereich der Medienmusik.

Ein Ort der Begegnung, Inspiration und Professionalisierung

Das fünftägige Intensivprogramm richtet sich an aufstrebende wie erfahrene Musikschaaffende, die sich für Songwriting, Music Production, Film Scoring oder Game Audio begeistern – unabhängig von Alter, Ausbildungsstand oder beruflichem Hintergrund. Ob Musikstudierende, bereits Berufstätige oder leidenschaftliche Quereinsteiger:innen: „Music In The Woods“ bietet ein niederschwelliges und zugleich hochqualitatives Lernumfeld.

*Abschlussveranstaltung von
Music In The Woods 2024*

Dozierende auf höchstem Niveau – Lernen von den Besten

- Oliver Schmellenkamp (Produzent im Bereich Film und Games Music, Leiter der Medienmusikabteilung JAM MUSIC LAB Privatuniversität)
- Michael Klimas (Söhne Mannheims, Produzent, Dozent JAM MUSIC LAB Privatuniversität)
- Yu-Chun Huang (Lehrende JAM MUSIC LAB Privatuniversität Abteilung Medienmusik)
- PAENDA aka Gabi Horn (Produzentin, Künstlerin)
- Tina Rupprechter (Mu*Fa, Musik PR)
- Georg Luksch (Grammy Gewinner, Dozent JAM MUSIC LAB Privatuniversität)
- Jeff Levenson (Grammy-recognized Producer, Manager, Educator und Journalist im Bereich Jazz und Pop)
- Paul Haslinger (Hollywood Producer)
- Freddie Wiedmann (Filmkomponist)
- Monika Ballwein (Sängerin, Songwriterin)
- ✦ ein Q&A mit Abor und Tynna (ESC Teilnehmer:innen Deutschland 2025, „Music In The Woods“ Absolvent:innen 2024)

Fotos: Jules Photoadventure oder Seva Mazurika



30 Vollstipendien fördern junge Talente

Auch in diesem Jahr werden 30 Vollstipendien vergeben, welche die vollständigen Workshopgebühren, die Unterkunft im Doppelzimmer sowie Vollverpflegung inkludieren. Zusätzlich wird ein Shuttleservice ab dem Wiener Westbahnhof organisiert, um eine bequeme Anreise ins kreative Herz des Waldviertels zu gewährleisten.

Das Format wird 2025 nicht nur fortgeführt, sondern um einen zusätzlichen Tag erweitert. Das bewährte Konzept bleibt erhalten – ein intensiver Mix aus praxisorientierten Workshops, individueller Projektarbeit und persönlichem Austausch mit renommierten Expert:innen der nationalen und internationalen Medienmusikszene.

„Die AKM setzt sich aktiv für die Förderung junger Talente und die Weiterentwicklung des österreichischen Musikschaffens ein. Gemeinsam mit unseren Partnern haben wir deshalb ‚Music In The Woods‘ ins Leben gerufen – ein Programm, das jungen Musikschaffenden einen praxisnahen Einstieg in die Welt der Medienmusik ermöglicht. Unser Ziel ist es, damit den Grundstein für ihre künstlerische und berufliche Zukunft in der Medienmusik zu legen – was uns im Auftaktjahr 2024 bereits gelungen ist“, so AKM Generaldirektor Gernot Graninger.



Nachhaltige Wirkung: Von Gutenbrunn auf internationale Bühnen

Die Qualität und Relevanz des Formats zeigt sich eindrucksvoll an den Erfolgen ehemaliger Teilnehmer:innen. Das Wiener Duo Abor & Tynna, Alumni von „Music In The Woods“, sind 2025 als Beitrag für Deutschland beim Eurovision Song Contest antreten. CHOVO (Julia Chovokkaran), ebenfalls Absolventin des Vorjahres, gewann den Protestsongcontest 2025.

Zahlreiche Kollaborationen zwischen Teilnehmer:innen und Lehrenden belegen den nachhaltigen Netzwerkcharakter der Veranstaltung.

Marcus Ratka, Rektor der JAM MUSIC LAB Privatuniversität, betont die Bedeutung von „Music In The Woods“ als zukunftsweisende Initiative für die heimische Musiklandschaft. Die große Resonanz auf die erste Staffel habe deutlich gemacht, wie viel kreatives Potenzial in Österreichs Musiknachwuchs steckt – und wie wichtig es sei, diesen Talenten gezielte Förderung und Perspektiven zu bieten. „‚Music In The Woods‘ ist weit mehr als ein Workshop-Format: Es ist ein Ort des Austauschs, der künstlerischen Vertiefung und der Netzworkebildung unter der Anleitung international renommierter Persönlichkeiten aus Musikproduktion, Songwriting, Film- und Game-Musik.“

Mit der Fortsetzung dieses Programms bekenne sich die Universität klar zur Förderung junger Talente und zur langfristigen Stärkung der künstlerischen Zukunft des Landes.

So funktioniert die Bewerbung

Bewerben können sich alle österreichischen Staatsbürger:innen sowie in Österreich wohnhafte Personen bis spätestens 25. August 2025 per E-Mail an musicinthewoods@jammusiclab.com mit folgenden Unterlagen:

- Künstlerischer Lebenslauf
- Motivationsschreiben (inkl. persönlicher Ziele beim Event)
- Projektbeschreibung mit aussagekräftigem Material (Audio, Video, Noten etc.)

Teilnehmer:innen aus dem Vorjahr dürfen erneut einreichen.

Die Auswahl der 30 Stipendiat:innen erfolgt durch eine Fachjury. Die Teilnahme beinhaltet alle Programmpunkte, Unterkunft und Verpflegung – lediglich die An- und Abreise ist selbst zu organisieren (außer für Teilnehmer:innen ab Wien, für die ein Shuttle bereitsteht).

Weitere Details und
aktuelle Informationen:





Bzzzz 2025: Gemeinsam stärker – Impulse für die Musik- wirtschaft

Mit Rückenwind in Richtung Zukunft: Am 26. Mai 2025 verwandelte sich die Wirtschaftskammer Österreich erneut in das Zentrum der heimischen Musikwirtschaft. Über 200 Akteur:innen aus allen Bundesländern – darunter Label-Vertreter:innen, Musikverlage, Veranstalter:innen, Agenturen, Studios und Musikschaffende – kamen zur dritten Ausgabe der Bzzzz – Konferenz der österreichischen Musikwirtschaft, um sich über aktuelle Herausforderungen, Potenziale und neue Wege auszutauschen.

Bereits in der Eröffnung machte Hannes Tschürtz, Vorsitzender der Berufsgruppe Label im Fachverband der Film- und Musikwirtschaft, klar: „Selten war die Gelegenheit besser, sich aktiv an der Zukunft des Musikstandorts Österreich zu beteiligen.“ Mit neuen Ansprechpartner:innen im Ministerium, einem frischen Fachgremium und einem spürbaren Generationenwechsel in der Branche sei jetzt die Zeit, gemeinsam Weichen zu stellen – trotz globaler Unsicherheiten.

Ein erstes Ausrufezeichen setzte Yasmo (Yasmin Hafedh) mit einer eindringlichen Keynote in Form eines Poetry Slams. Ihre Botschaft war klar: Die Musikbranche braucht mehr Sogwirkung und eine gezielte Gemeinschaft für eine nachhaltige Stärkung.

Dass Österreichs Musikszene mehr ist als nur national relevant, zeigte auch der internationale Blick auf die Themen Professionalisierung und Mentoring. Die Mentoring-Expertin Magda Choly st präsentierte erfolgreiche europäische Modelle und diskutierte gemeinsam mit Vertreterinnen heimischer Initiativen, wie diese auch hierzulande wirksam umgesetzt werden können. Die Netzwerke MUFA, QMA und mdw zeigten, wie gezielte Unterstützung junge Talente nachhaltig stärkt.

Ein zweiter großer Schwerpunkt war die bundesweite Vernetzung. In einem interdisziplinären Panel sprachen Vertreter:innen der Branche offen über die Chancen und Hürden regionaler Zusammenarbeit. David Buder (Matches Music) forderte in diesem Kontext Musikbüros nach Tiroler Vorbild für jedes Bundesland – als Drehscheiben für Förderung, Sichtbarkeit und internationale Anschlussfähigkeit.

Einen emotionalen Höhepunkt setzte Anna Buchegger mit einem offenen Brief an die Branche. Sie plädierte für mehr Wertschätzung, nicht nur für Musikschaffende, sondern für Kunst und Kultur im Allgemeinen: „Kunst ist kein Luxus. Sie ist das Fundament einer offenen, widerstandsfähigen Gesellschaft.“ Ihr Appell: Eine Kulturpolitik, die gestaltet – nicht nur verwaltet.

Neben den Keynotes und Panels bot die Konferenz zahlreiche praxisnahe Sessions – u. a. zu Themen wie Self-Releasing, Karriereentwicklung, Musikplatzierung in Film und Werbung, Fördermöglichkeiten oder KI-Anwendungen im Musikbereich. Begleitend standen Expert:innen aus Partnerorganisationen für individuelle Beratungsgespräche zur Verfügung.

Mit der Bzzzz 2025 wurde erneut ein wichtiger Raum geschaffen, um gemeinsam Zukunft zu gestalten – mit Mut, Struktur und echter Zusammenarbeit. Die Konferenz wurde vom Fachverband der Film- und Musikwirtschaft (FAMA) in Kooperation mit der AKM, der IFPI, dem VTMO, der GFÖM und dem SKE-Fonds umgesetzt.

wko.at/bzzzz

Von der Musik leben: „Wie machst du das?“

Christine Grecksamer
The Orchard

Gabriela Horn
P&NDA

Matthias Pirngruber
tochtersöhne

Daniel Rumpel
Born & Raised

Marco Schöppl
Jazzfestival Saalfelden

Marina Zettl
Marina & The Kats



Links: Im Panel „Von der Musik leben: Wie machst du das?“ diskutierten v.l. Matthias Pirngruber, Hannes Tschürtz, Christine Grecksamer, Marina Zettl, Daniel Rumpel, Gabriela Horn und Marco Schöppl.

Unten: V.l. Paulina Parvanov, Jo Stöckholzer, Ulrike Mayer alias Die Mayerin und Alexander Hirschenhauser sprachen über die Herausforderungen und Möglichkeiten von Self-Releasing.



Fotos: WKÖ / Marko Kovic

Rechts: Um Mentoring-Programme in Österreich ging es im Gespräch zwischen v.l. Brigitte Matula, Tina Rupprechter, Veronika Leiner und Smaranda Krings.



Oben: Über bundesweite Vernetzung und Zusammenarbeit tauschten sich v.l. David Buder, Anna Buchegger, Alexander Hirschenhauser, Sonja Viertbauer und Kenneth Winkler aus.

Goldenes Ehrenzeichen für Joschi Schneeberger

Adolf „Joschi“ Schneeberger zählt seit Jahrzehnten zu den prägenden Persönlichkeiten der österreichischen Musikszene. Als vielseitiger Jazz-Bassist, Ensembleleiter und Wegbereiter des Gypsy Swing hat er nicht nur mit Größen wie Harri Stojka, Karl Hodina und seinem Sohn Diknu Schneeberger musiziert, sondern auch durch seine stilistische Offenheit und sein unermüdliches Engagement ein bleibendes Zeichen in der heimischen Kulturlandschaft gesetzt. Für seine außergewöhnlichen Leistungen wurde ihm am 12. Juni 2025 das Goldene Ehrenzeichen für Verdienste um die Republik Österreich verliehen – eine hochverdiente Auszeichnung, zu der wir herzlich gratulieren!





Foto: Eva Kelety

Veröffentlichung gemäß § 24b Genossenschaftsgesetz

Wir freuen uns, unsere Mitglieder darüber zu informieren, dass Frau Mag. Astrid Koblanck, geb. am 9.10.1962, in der Mitgliederhauptversammlung vom 17. Juni 2025 in den Aufsichtsrat der AKM gewählt wurde.

Frau Mag. Koblanck bringt aus ihrer langjährigen Tätigkeit im Vorstand umfangreiche Kenntnisse und Erfahrungen in die neue Rolle mit ein. Als Vorstandsmitglied hat sie die Entwicklung der AKM maßgeblich mitgestaltet und sich mit großem Engagement für die Belange unserer Mitglieder eingesetzt. Mit dem Wechsel in den Aufsichtsrat wird Frau Mag. Koblanck auch künftig die Geschicke der AKM aktiv mitverantworten.

Wir danken ihr herzlich für den bisherigen Einsatz im Vorstand und freuen uns auf die weitere Zusammenarbeit im neuen Verantwortungsbereich.

Der Vorstand der AKM

Ordentliche Mitglieder

Wir begrüßen folgende Mitglieder herzlich im Kreis der Genossenschafter:innen:

Kurie Autorinnen und Autoren

Robert Roby Benedetti
Horst Chmela jun.
Sigrid Horn
Felix Schobesberger

Maurice Ernst
Peter Horazdovsky
Gabriela Horn
Simone Kopmayer
Michael Jakob Krammer
Marlon Nader
Marco Prinner

Kurie Musikverlage
Bilderbuch Musik OG
Lambauer Holding GmbH

Kurie Komponistinnen und Komponisten

Peter Aschaber
Clemens Bacher
Romina Denaro

Peter Rosmanith
Philipp Scheibl
Alexander Staudinger
Bernhard Wittgruber

Wir bedauern das Ableben von

Christian Bauer, im 70. Lebensjahr
Martin Bjelik, im 85. Lebensjahr
Anna Eisentopf, im 83. Lebensjahr
Paul Engel*, im 76. Lebensjahr
Hermann Hebertinger, im 62. Lebensjahr
Franz Joham, im 83. Lebensjahr
Alfons Kabiljo, im 90. Lebensjahr
Andreas Kappeller*, im 46. Lebensjahr
Topsy Kueppers-Springer, im 94. Lebensjahr
Friedrich Lazarus, im 78. Lebensjahr
Markus Maier, im 49. Lebensjahr
Goran Mikulec, im 62. Lebensjahr

Maximilian Posch*, im 68. Lebensjahr
Bernd Reischl*, im 73. Lebensjahr
Robert Rosskogler, im 76. Lebensjahr
Franz Schwaiger*, im 71. Lebensjahr
Peter Seyfried, im 71. Lebensjahr
Manfred Tauchen*, im 78. Lebensjahr
Kurt Trautsamwieser, im 66. Lebensjahr
Bernhard Wegscheider, im 51. Lebensjahr
Walther Witek, im 60. Lebensjahr

*) Ordentliches Mitglied

Medieninhaber (Verleger) und Herausgeber:

AKM eingetragene Gen.m.b.H.

Vorstand:

Präsident:
Peter Vieweger
Vizepräsident:
Johann Ecker
Vizepräsident:
Paul Hertel
Vizepräsidentin:
Edith Michaela Krupka-Dornaus
Clemens Brugger, Peter Janda,
Gerlinde Knaus, Thomas Partl,
Victor Poslusny, Lothar Scherpe,
Wolfgang Stanicek, Emanuel Treu

Aufsichtsrat:

Vorsitzender:
Richard Dünser
stv. Vorsitzender:
Werner Marinell
Kurt Brunthaler, Peter Hrnčirik,
Astrid Koblanck, Maria Teuchmann

Generaldirektor:

Gernot Graninger

Redaktion:

Stefanie Geier

Baumannstraße 10, 1030 Wien
Postfach 259, 1031 Wien
+43 50717-19000
direktion@akm.at
www.akm.at

Grafik-Design:

Christian Modlik

Hersteller: Jork Printmanagement
Verlagsort: Wien
Herstellungsort: Wien

Redaktionsschluss für die
nächste Ausgabe von „ton“:
24. Oktober 2025

ton: Nr.2/2025

Baumannstraße 10, 1030 Wien

akm

„Weil meine musikalische Handschrift inspiriert.“

Farce

Singer-Songwriterin,
Produzentin

AKM. Weil Musik etwas wert ist.

www.akm.at