

Songwriting Camps

Geschichte, Theorien und Erkenntnisse zur Fließband-Produktion von populärer Musik

Michael Ahlers, Jan-Peter Herbst

1. Einleitung

Im künstlerisch-kreativen Prozess des Songwritings wird das Herzstück der populären Musik – der Popsong – als kulturelles und wirtschaftliches Artefakt kreiert. Der Song als Artefakt ist wesentlich für das weitere Design und die Vermarktung nachfolgender musikalischer Produkte in Form der Star-Persona, Auf-führung, Verbreitung und weiteren Formen der kommerziellen Verwertung oder Weiterverarbeitung. In den letzten Jahren ist den Fragen, was einen guten oder erfolgreichen Popsong ausmacht und wie er geschrieben wird, in Musikedokumentationen wie BBCs *Secrets of the Pop Song* (Chambers 2011), Netflix' *Song Exploder* (Hirway 2020) und *Worth Repeating* (Hodges 2010), in Filmen wie *The Last Songwriter* (Barger Elliott 2016) und *It All Begins With A Song* (Chusy 2018) oder in Podcasts wie *Sodajerker* (Barber/O'Connor 2012) mit bisher mehr als 200 Episoden, nachgegangen worden, wobei der Erfolg dieser Formate auf ein gewisses öffentliches Interesse schließen lässt.

Angesichts dieser erhöhten gesellschaftlichen Aufmerksamkeit für das Songwriting und den erforderlichen Fähigkeiten im Bereich des Songwriting ist es kaum verwunderlich, dass es mittlerweile spezialisierte Ausbildungswege für den Beruf des*r Songwriter*in gibt. Auch auf Seiten der Musikwirtschaft scheint ein Bedarf weiterhin gegeben zu sein – wenngleich jüngere Entwicklungen im Bereich des Einsatzes künstlicher Intelligenzen dies möglicherweise perspektivisch verändern werden. In Großbritannien werden laut UCAS (UCAS – Universities and Colleges Admissions Service n.d.) aktuell 15 Bachelor- und zwei Postgraduierten-Abschlüsse von dreizehn Hochschulen (meist Universitäten) angeboten, die in ihrer Ausbildung entweder ausschließlich auf das Songwriting spezialisiert sind oder dieses in Kombination mit anderen verwandten Fähigkeiten in Musikproduktion, -wirtschaft und -performance vermitteln. Außerdem ist UCAS zufolge Songwriting ein Wahl- oder Kernmodul in den meisten der etwa vierhun-

dert Studiengänge zur populären Musik, die derzeit im Vereinigten Königreich angeboten werden. In Deutschland gibt es derzeit 22 Hochschulstudiengänge, die angehende Popmusiker*innen qualifizieren (Dannhauer 2020). Songwriting wird in diesen teils thematisiert, wenngleich es auch nicht überall als ein Schwerpunkt behandelt wird. Neben Hochschulkursen gibt es spezielle Formate (z.T. an privaten Einrichtungen) für die Künstler*innen-Entwicklung wie den *Eventim Popkurs* in Hamburg, die unter anderem Coachings zum Thema Songwriting anbieten. In musikpädagogischen Kontexten finden sich bisher noch wenige Projekte zum Thema, abgesehen von dem EU-finanzierten Projekt *Future Songwriting* (Partti 2020) oder dem Promotionsprojekt zu einem Web-Based-Training für Songwriting an allgemeinbildenden Schulen in Lüneburg (Horst de Cuestas 2023). Jedoch scheint Songwriting als musikpädagogisch relevante Musikpraxis an mehreren Hochschulstandorten seit 2022 vermehrte Aufmerksamkeit geschenkt zu werden, was sich an aktuell drei Promotionsvorhaben in diesem Kontext ablesen lässt.¹

Ungeachtet dessen, dass das Songwriting seit geraumer Zeit einen festen Platz in der Popkultur und in den Lehrplänen des sekundären und tertiären Bildungsbereichs hat, befindet sich die Forschung hierzu noch in einem vergleichsweise defizitären Zustand. Gelegentlich finden sich in musikindustrieeorientierten Ansätzen wie der *Art of Record Production* (Frith/Zagorski-Thomas 2012; Zagorski-Thomas et al. 2019) und in Musikwirtschafts- und Industriestudien (Anderton/Dubber/James 2013; Hull/Hutchison/Strasser 2011) Hinweise auf die Praxis des Songwritings. Mitunter wird das Thema auch in Publikationen außerhalb der Musikforschung (Laat 2015; Schiemer/Schüsler/Theel 2022) behandelt. Ein *Songwriting Studies Journal*, welches 2019 angekündigt wurde, befindet sich pandemiebedingt aktuell noch in Vorbereitung (Barber/Jones 2019).

Dieser Artikel wurde im Rahmen eines länderübergreifenden Förderantrags (Großbritannien und Deutschland) zu *Songwriting Camps im 21. Jahrhundert* (SC21) verfasst.² Songwriting Camps stellen eine zeitgenössische Form des kollaborativen Musik(er-)schaffens dar, die von Plattenlabels, Musikverlagen, Streaming-Diensten, Musikrechtsgesellschaften und anderen Berufsverbänden initiiert wird. Bis heute sind Songwriting Camps ein blinder Fleck in der Forschung: Es gibt bisher nur eine empirisch angelegte Dissertation, welche die Erkenntnisse, Einstellungen und Handlungen von Songwriter*innen im Kontext von drei finnischen Songwriting

1 Siehe das Projekt MusCoDA – Musical Communities in the (Post)Digital Age an der Erziehungswissenschaftlichen Fakultät Erfurt (<https://www.uni-erfurt.de/forschung/forschen/forschungsprojekte/muscoda>) sowie die aktuellen Projekte von Laura Bollack und Verena Bons an der Musikhochschule in Freiburg.

2 Förderhinweis: Dieses Projekt wird vom Britischen Arts and Humanities Research Council (Förderkennzeichen: AH/X002276/1) und der Deutschen Forschungsgemeinschaft (Förderkennzeichen: 508326423) gefördert.

Camps untersucht (Hiltunen 2021), sowie eine weitere Studie, die die Organisation von „Kopräsenz“ (Zhao/Elesh 2008) in kollaborativem Songwriting zwischen einer Online-Community mit mehreren tausend Mitgliedern und einem physischen Songwriting Camp vergleicht (Schiemer/Schüßler/Theel 2022).

Im Sinne der Idee des arbeitsteiligen Fordschen Fließbandes kommen Fachleute mit unterschiedlichen Qualifikationen sowie Kompetenzen in Songwriting Camps zusammen, um Songs zu schreiben und zu produzieren, die technisch, künstlerisch und kommerziell erfolgreich sein sollen. Die kollaborierenden Akteur*innen sind dabei nur selten als Individuen sichtbar, ihre Namen sind oft nur über die *Liner Notes* oder Datenbankdetails von Rechteverwertungsgesellschaften zu finden. Der wirtschaftliche, aber auch künstlerische Mehrwert gerade dieses Formats scheint in der kollaborativen Form der Kreativarbeit im Kontext des Kollektivs entlang der Entstehungs- und Verarbeitungskette von einer textlichen oder musikalischen Idee zu einer (Vor-)Produktion zu liegen. Es ist daher das Ziel dieses Artikels, historische Entwicklungen, Schlüsselthemen sowie auch theoretische Rahmungen im Zusammenhang mit kollaborativem Songwriting aufzuarbeiten, um danach zu skizzieren, wie Songwriting Camps zu den Songwriting-Praktiken in der Popmusik seit dem frühen zwanzigsten Jahrhundert positioniert sind. Wir betrachten den Songwriter*innen-Beruf und seine jüngste Manifestation als ein ambivalentes Setting: Songwriting bezeichnet einerseits einen kreativen Akt oder Prozess, welcher aber gleichermaßen als teils formelhaft, stilgebunden und an verschiedene musikalische, organisatorische und rechtliche Zwänge gebunden verstanden werden kann. Insbesondere kommerzielles Songwriting, ob allein oder kollektiv, kann persönlich, ausdrucksstark und authentisch sein – und doch findet es in der Regel innerhalb von Strukturen statt, die in erster Linie auf ökonomische Verwertung und Erfolge ausgerichtet sind. Als talentierte Künstler*innen sind Songwriter*innen gefragte Handwerker*innen und ausgezeichnete Netzwerker*innen, die für die Öffentlichkeit meist unsichtbar arbeiten. Songwriting Camps im 21. Jahrhundert sind aufgrund ihrer zeitlichen und organisationalen Anlage – die weiter unten näher erläutert werden – derzeit als ein Höhepunkt der Fließbandproduktion populärer Musik anzusehen und stellen vielleicht die Ambivalenzen zwischen Kunstverständnis und Massenproduktionen am klarsten dar. Aus unserer Sicht handelt es sich somit um die derzeit erfolgreichste und dennoch der breiten Öffentlichkeit quasi unbekannte Parallelstruktur zum gängigen Star-System der populären Musik(-wirtschaft und -kultur), wie wir weiter unten noch näher darlegen.

Dieser Artikel ist folgendermaßen aufgebaut: Zunächst werden Songwriting Camps in verschiedenen theoretischen Diskursen verortet, beginnend mit einem kurzen historischen Rückblick auf ihre Vorgeschichte und Ursprünge. Anschließend werden Songwriting Camps vor dem Hintergrund der Kreativitätsforschung, der Zusammenarbeit und professioneller Rollenverständnisse und schließlich

der Musikwirtschaft und des Urheberrechts kontextualisiert. Letztlich wird das aktuell verfügbare, vergleichsweise begrenzte Wissen über Songwriting Camps skizziert und mit den relevanten, vorwiegend kulturwissenschaftlichen Diskursen verknüpft. Vorliegender Artikel legt damit den theoretischen Grundstein für das oben erwähnte geförderte Forschungsprojekt, in welchem aktuell Typen von Songwriting Camps und ihre internen Dynamiken (einschließlich kreativer, organisatorischer, kommerzieller, rechtlicher, kultureller und soziologischer Aspekte) im länderübergreifenden Vergleich zwischen Deutschland und Großbritannien empirisch untersucht werden und damit Grundlagen für eine Heuristik dieser hochstrukturierten Form des Musikschaﬀens erarbeitet werden.

2. Geschichtliche Einordnung

Vorformen der Songwriting Camps als arbeitsteilige Formen der Herstellung musikalischer Artefakte gibt es seit mehr als hundert Jahren. Die aktuellen Praktiken der dort tätigen Personen rekurren auf Ideen, Konzepte, Erfahrungen und Ansätze, die ihre Vorgänger*innen entwickelt und implementiert haben. Um zeitgenössisches Songwriting im Sinne von fließbandartigen Strukturen nachvollziehen zu können, ist ein Blick in die Geschichte des Songwritings hilfreich, wenngleich im Rahmen dieses Artikels nur eine kurze Zusammenfassung der wichtigsten Stationen erfolgen kann, die der Kontextualisierung der heutigen Praktiken in Songwriting Camps dient (für einen umfassenderen historischen Rückblick zu Songwriting Camps vgl. Williams/Williams 2016; 2017). Die Zusammenarbeit zwischen verschiedenen Spezialist*innen in unterschiedlichen Rollen ist im Musikleben nichts Neues. So war und ist etwa auch in der Kunstmusik seit dem 18. Jahrhundert im Zuge der zunehmenden Professionalisierung und Spezialisierung von Musikberufen mit Komponist*innen, Textautor*innen (Librettist*innen) und Interpret*innen eine relativ klare Rollen- und Aufgabenteilung erkennbar. Die sich verändernde sozio-technologische Landschaft mit aufkommender Aufzeichnungs- und Sendetechnik, Mikrophonen sowie Tonstudientechnik im frühen 20. Jahrhundert beschleunigte und erleichterte die Musikproduktion durch Teams von Spezialist*innen, was einen grundlegenden Einfluss auf Songwriting-Praktiken nahm und zu *Fließbändern* in der Musikkreation bzw. -produktion führte (Shepherd 2016; Tschmuck 2012).

Zu dieser Zeit ermöglichte die Erfindung des Grammophons die massenhafte, medial vermittelte Rezeption von Musik und erschloss dadurch neue Musikmärkte, die es zügig zu bedienen galt (Smudits 2002; Wall 2013). Aufgrund der stark wachsenden kommerzialisierten Märkte war neues musikalisches Material sehr gefragt. Einige der größten Hits dieser Zeit entstanden in der New Yorker Tin Pan Alley. Die Branche florierte um die Jahrhundertwende mit kreativen Duos

von Texter*innen und Komponist*innen, wie Jerome Kern, Ira Gershwin und Cole Porter, die Musik auf der Grundlage populärer Formeln schrieben (Jasen 2015). Diese Musiker*innen arbeiteten für Verlage wie T. B. Harms, die John Seabrook als allererste *Hitfabriken* bezeichnet. Gleichwertige Orte gab es auch in anderen Teilen der USA wie der Music Row in Nashville und in ganz Europa, einschließlich der Londoner Denmark Street – der „British Tin Pan Alley“ (Wall 2013: 25–28; Seabrook 2015: 68). In Anlehnung an etablierte Geschäftsmodelle erwirtschafteten die Verleger*innen dieser Musik ihren Gewinn zunächst durch den Verkauf von Partituren, während Autor*innen Tantiemen erhielten. Die Musik dieser Zeit, die mit der sentimental Ballade des späten neunzehnten Jahrhunderts verwandt ist, war von einer klaren Form geprägt. In seinem einflussreichen Essay „On Popular Music“ von 1941 charakterisierte Theodor W. Adorno sie als „vorverdaut“. Er kritisierte, dass sie manipulative Macht habe und nur existieren würde, um „die Arbeitskraft von Menschen zu reproduzieren“ und um als „sozialer Zement innerhalb von Gesellschaften“ zu fungieren (Adorno/Simpson 1941: 305–11). Diese Kritik entwickelte in den Folgejahrzehnten ihre Wirkmächtigkeit: Sie wirkte sich auf die gesellschaftliche Anerkennung bzw. Nicht-Anerkennung von populärer Musik durch bürgerliche Eliten ebenso aus wie auf die Verfestigung von Klassismen, und prägte möglicherweise auch die Selbstbilder der Akteur*innen, die an dieser Art des Songwritings beteiligt waren. Aber bei Tin Pan Alley ging es nicht nur um vorhersehbare musikalische Strukturen – wie der AABA-Form – sondern auch um industrialisierte Strukturen, wie Tim Wall betont:

„The emphasis within the Tin Pan Alley discourse on the division of labour between professional songwriters, musicians and star singers is characteristic of the industrialised music industry [...] The idea that music should a) aim to entertain large audiences, b) be judged by sales figures in lists of best-selling recordings, and c) requires a polished presentation based upon practice and the skill of background professionals, has been the staple of the music business for the whole of the last century“ (Wall 2013: 28).

Die Expansion der Tonträgerindustrie trieb diesen Industrialisierungsprozess der Musikgeschäftsmodelle weiter voran. In den 1950er- und 1960er-Jahren wurden Schallplatten im Radio, in Jukeboxen, Geschäften, Tanzsälen sowie zunehmend zu Hause gespielt, wodurch Jugendkulturen entstehen konnten, die neue Klänge, andere Star-Konstruktionen und mehr musikalisches Material wünschten (Hull/Hutchison/Strasser 2011; Tschmuck 2012). Diese Entwicklung führte zur zweiten Phase der Fließband-artigen Hit-Song-Produktion und neuer Formen der Arbeit und Verwertung musikalischer Rechte, wie Simon Frith darlegt:

„These uses of records are a vital source of income for the record industry, and the licensing and copyright arrangements involved draw attention to an important feature of cultural commodities: the special status of artistic labour. [...] For most of the workers concerned with making records and the capital equipment of the recording industry the same relationship holds: they are wage labourers, paid for their time, without any economic interest in the product on which they're working. But cultural products are also the products of artistic labour, and artistic services are rewarded with a cut of the final profits – royalties act as an incentive to musicians whose creative skills cannot easily be controlled by record companies“ (Frith 1978: 106).

Die Trennung zwischen *handwerklicher* und *künstlerischer* Arbeit erregte schon früh in der Forschung Aufmerksamkeit, aber bei weitem nicht in dem Ausmaß, die sie in neueren Diskursen erhält. Der aktuelle Fokus liegt vor allem auf den prekären Arbeitsbedingungen und kritischen Beziehungen zwischen handwerklicher Arbeit und der Kreativwirtschaft in der Tradition der kritischen Theorie, insbesondere den Dynamiken von Macht (Banks 2010). Diese Diskurse sind geprägt von einem kritischen Verständnis des Neoliberalen, welches auf dem gesellschaftlich und ökonomisch problematischen Verhältnis von Handwerk und Kunst basiert, welches entsteht, wenn hegemoniale Akteur*innen überproportional von Arbeit und Expertise der Kreativen profitieren (Fletcher/Lobato 2013).

Nach Tin Pan Alley folgte in den 1960er-Jahren mit dem Brill Building in New York der nächste bedeutende Schritt in der Industrialisierung des Songwritings sowie der Komposition und Produktion populärer Musik. Erfolgreiche Songwriting-Teams wie Gerry Goffin und Carole King oder Jerry Leiber und Mike Stoller waren maßgeblich an der Entstehung der Hits von Elvis Presley, Ben E. King und Perry Como beteiligt. Laut Sean Egan konzentrierte sich das Brill Building um Verlagsbüros im New Yorker Broadway-Bereich, wo junge Songwriter*innen in kleinen Kabinen saßen und Songs produzierten, die der kurzen und „eingängigen“ Natur der traditionellen Popmusik entsprachen, aber sowohl die klanglichen als auch die „kulturellen Obertöne des kantigeren Rock'n'Roll kannten und nutzten“ (Egan 2004: 62, Übersetzung Autor*innen). Der kollaborative Charakter wird von Seabrook deutlich unterstrichen: „In the warren-like offices, publishers, writers, agents, managers, singers, and song pluggers formed hit-making's vibrant and colorful subculture“ (Seabrook 2015: 68). Das Brill Building wurde so der Geburtsort oder die *Songfabrik* für Dutzende von Hits, wenn nicht gar des Sounds eines Jahrzehnts. Darüber hinaus war es der erste physikalische Ort, an dem kollaboratives Songwriting von Plattenfirmen und nicht von Musikverlagen angebahnt und organisiert wurde (ebd.).

Das Konzept der Songfabriken inspirierte bald andere Plattenfirmen wie Motown, die Mitte der 1960er-Jahre das Brill Building ablösten. Inspiriert von der

Serienproduktion des Automobilherstellers Ford übernahm *Motown*-Gründer Berry Gordy dessen Praxis für die Schallplattenproduktion (Smith 2003). Der beachtliche Erfolg resultierte in einem formelhaften Sound, der durch spezialisierte Teams von Songwriter*innen, Arrangeur*innen, Toningenieur*innen und Studiomusiker*innen erreicht wurde, welche die kreativen und organisatorischen Cluster innerhalb einer größeren Unternehmensstruktur bildeten (für Details hierzu vgl. z.B. Bulgren 2023). Motown-Songwriter Lamont Dozier beschrieb das Songwriting-Team mit Brian und Eddie Holland als eine Art „factory-within-a-factory type of thing. That’s how we were able to get out so many things“ (Dozier in Egan 2004: 122). In den 1970er-Jahren verfolgte *Philadelphia Records* den Fließband-Produktionsansatz noch strenger mit dem *Philly-Sound*, wobei Profis *backing tracks* unabhängig von bestimmten Künstler*innen schrieben und produzierten (Wicke 2011: 82–85).

In den folgenden Jahrzehnten ebneten Songwriting-Teams den Weg für viele Musikstars, die den globalen Popmarkt eroberten, wie Seabrooks (2015) journalistische Interpretation von *Hitfabriken*, Egans (2004) Sammlung von Interviews mit wegweisenden Songwriter*innen und die autoethnographischen Reflexionen des Produzenten Phil Harding (2010; 2020) über fabrizierte Pop- und Boybands der 1990er-Jahre zeigen. Die Liste der Teams und erfolgreichen Stars ist beeindruckend, zum Beispiel:

- *Stock/Aitken/Waterman*: Kylie Minogue, Jason Donovan, Bananarama
- *PWL*: Kylie Minogue, Rick Astley
- *Cheiron Studios*: Backstreet Boys, Boyzone, Britney Spears, Westlife
- *Xenomani*: Pet Shop Boys, Girls Aloud, Sugababes, Gabriella Cilmi
- *RedZone Entertainment*: Rihanna, Pink, Britney Spears, Mary J. Blige, Ciara, Sting, Justin Bieber, Chris Brown
- *Prescription Songs*: Katy Perry, Ke\$ha, Pink, Avril Lavigne, Doja Kat, Kelly Clarkson, Miley Cyrus, Jessy J.

Durch optimierte Fließbandprozesse ist nicht nur das Songwriting offenbar (kommerziell) effektiver geworden, sondern es scheint auch, dass die Größe der Teams und die Vielfalt der zusammenarbeitenden Rollen zugenommen haben. Laut Seabrook besteht Dr. Lukes Firma, *Prescription Songs*,

„of some fifty songwriters and producers, with Cheiron-like overlapping skills. At this stage, the writers were still dispersed in studios across Los Angeles [...] but the plan was to create a physical factory. [...] Dr. Luke describes his songwriting roster as „a combination of artists, producers, topliners, beat makers, melody people, vibe people, and just lyric people““ (Seabrook 2015: 236).

Eine mögliche Erklärung für die Verlagerung hin zu spezialisierteren Teams im Songwriting ist, dass es die Versorgung globaler Mainstream-Märkte erleichterte. Der Erfolg von kollaborativ geschriebenen Songs lässt sich deutlich nachvollziehen: In einer quantitativen Studie über Nummer-eins-Hits in den US-Billboard-Charts zwischen 1955 und 2009 fanden Terry Pettijohn und Shujaat Ahmed (2010) Beweise für kollaboratives Schreiben in 50% der Chart-Hits. Ebenso stellt Joe Bennett (2011) fest, dass 80% der britischen Single-Chart-Hits im Jahr 2010 kollaborativ geschrieben wurden. Besonders erfolgreich war in der jüngeren Vergangenheit laut einer Billboard-Studie von David Tough (2017) genreübergreifende Zusammenarbeit, bei der Künstler*innen, Songwriter*innen und Produzent*innen unterschiedliche stilistische Merkmale über ihre Expertisen zu einem Track beitragen.

Eine kursorische Analyse der britischen und deutschen Single-Charts im Oktober 2022 bestätigte die Dominanz von Songs, die gemeinsam geschrieben wurden. An 60% der britischen und 80% der deutschen Charthits sind mehr als drei Songwriter*innen beteiligt. Aufschlussreich ist auch die Quote pro Song: Durchschnittlich 5,9 Personen in Großbritannien und 7,5 Personen in den deutschen Charts sind als Songwriter*innen vermerkt. Es scheint erwähnenswert, dass die Discogs-Musikdatenbank, die für die UK-Charts verwendet wird, verschiedene kreative und technische Rollen, aber nicht die musikalische Komposition von dem Text-Credit unterscheidet, während die deutsche GEMA-Datenbank diese Beiträge differenziert – was die höhere Anzahl von Urheber*innen erklärt. Im extremsten Fall, James Hype und Miggy Dela Rosas Song „Ferrari“ aus dem Jahr 2022, werden die Songwriter*innen zweimal von der GEMA genannt – einmal für musikalische und einmal für textliche Beiträge – aufgrund nationaler Unterschiede in den Urheberrechtssystemen, wie weiter unten noch näher diskutiert wird. Basierend auf dem historischen Überblick, aktuellen Beobachtungen und Zahlen kann behauptet werden, dass sich die fabrikähnliche Arbeitsteilung, die in der New Yorker Tin Pan Alley begann, im Laufe der Jahrzehnte innerhalb des globalen Mainstreams quantitativ immer weiter ausgedehnt und durch teils neue Rollenverständnisse diversifiziert hat, ein Prozess, der bis heute anhält.

Nummer	Künstler*in	Lied	Anzahl beteiligter Songwriter*innen
1	Sam Smith & Kim Petras	Unholy	7
2	David Guetta ft Bebe Rexha	I'm Good (Blue)	7
3	Lewis Capaldi	Forget Me	4
4	Eliza Rose/Interplanetary	B.O.T.A. (Baddest Of Them All)	2
5	OneRepublic	I Ain't Worried	6
6	Nicki Minaj	Super Freaky Girl	8
7	Chris Brown	Under The Influence	1
8	Luude & Mattafix	Big City Life	3
9	Steve Lacy	Bad Habit	5
10	James Hype/Miggy Dela Rosa	Ferrari	10

Tab. 1: Britische Single-Charts, Oktober 2022 (Discogs).

Hinweis: Die Anzahl der Songwriter*innen schließt Rollen wie Produzent*innen, Toningenieur*innen und Musiker*innen aus.

Nummer	Künstler	Lied	Anzahl beteiligter Songwriter*innen
1	Luciano & Aitch ft Bia	Bamba	10
2	Nina Chuba	WildberryLillet	7
3	Mksu/MacLoud & Makko	Nachts wach	8
4	Sam Smith & Kim Petras	Unholy	7
5	David Guetta ft Bebe Rexha	I'm Good (Blue)	7
6	DJ Robin & Schürze	Layla	6
7	James Hype & Miggy Dela Rosa	Ferrari	20
8	Badmómzjay	Keine Tränen	N/A
9	Tom Odell	Another Love	1
10	Imanbek & BYOR	Belly Dancer	9

Tab. 2: Deutsche Single-Charts, Oktober 2022 (GEMA).

3. Theorien

3.1 Kreativitätsbezug

Akademische Songwriting-Diskurse beleuchten verschiedene Seiten dieser Tätigkeit. Auf der einen Seite wird das Songwriting als ein Beruf untersucht und dargestellt, welcher sich ökonomisch potenziell lohnen kann, der aber häufig von prekären Bedingungen geprägt ist (Jones 2005; Laat 2015; Long/Barber 2015). Auf der anderen Seite werden in einigen Studien die kreativen Aspekte des Berufs untersucht (Barber 2020; McIntyre 2008; Thompson 2019). Eine vergleichsweise große Menge an wissenschaftlicher Literatur betont die Kreativität innerhalb der Schallplattenproduktion, oft illustriert mit wegweisenden Aufnahmen der *Klassiker* von den Beatles, Beach Boys, Phil Spector oder Trent Reznor (Cunningham 1998; Moorefield 2010). Die kreative Praxis von Songwriter*innen wird vergleichsweise selten thematisiert, wobei die wenigen existierenden Schriften mitunter dazu neigen, die Realität des Songwritings romantisch zu verklären. Wie Mike Jones (2005) sowie Paul Long und Simon Barber (Long/Barber 2017) richtig bemerken, wird in retrospektiven biographischen Interviews mit angesehenen Songwriter*innen, wie sie beispielsweise der Journalist Paul Zollo (2003; 2016) gesammelt hat, oft auf das Auftreten von unerklärlicher Inspiration hingewiesen. Diese Darstellung wird durch Zollos Auswahl der interviewten Songwriter*innen weiter forciert: Nur zwei der 62 Interviews wurden mit Songwriting-Teams geführt (Bennett 2013: 147), obwohl diese, wie oben erwähnt, einen signifikanten Einfluss auf die Geschichte der populären Musik und die Hitfabriken in den letzten Jahrzehnten hatten.

Betrachtet man den aktuellen Stand der Kreativitätsforschung, ist der Erfolg des kollaborativen Songwritings kaum überraschend. Susan Kerrigan (2013) hat das einflussreiche „Systemmodell der Kreativität“ (Csikszentmihalyi 2015) überarbeitet, indem sie das Individuum durch den (kollektiven) Agenten ersetzt hat, um so Kreativität in Gruppen zu berücksichtigen. Der Wert dieser Zusammenarbeit wird in Keith Sawyers und Stacy DeZutters (2009) Modell der „distributed creativity“ noch weiter betont, da dieses die Interaktion in den Mittelpunkt kreativer Prozesse stellt (vgl. Clarke/Doffman 2017). Ein Schlüsselkonzept ist die *kollaborative Emergenz*, also das unvorhersehbare Auftreten von Ideen und Reaktionen von Individuen in einer Gruppe, welches interaktive Prozesse und nachfolgende Ergebnisse in künstlerischen Disziplinen fördert.

Das Auftreten kollaborativer Emergenz ist wahrscheinlicher, wenn die Aktivität ein Ergebnis liefert, das nicht erwartet oder auf ein bestimmtes, vordefiniertes Ziel ausgerichtet ist. Ebenfalls ist wichtig, dass jede*r Einzelne Maßnahmen ergreift, die auf den vorherigen Aktionen anderer Kollaborateur*innen aufbauen, sodass Teilnehmende gleichermaßen zum Prozess beitragen können (Sawyer/

DeZutter 2009: 82f). Wichtig für den Kontext von Songwriting Camps sowie für andere kollaborative Formen des Songwritings und der Musikproduktion ist die Konstitution eines Netzwerks, in dem ein großes Maß an Heterogenität in Bezug auf Fachwissen, Fähigkeiten und Persönlichkeitsmerkmale zu einem höheren Grad an Kontingenz besteht, wodurch die „wahrgenommene Kreativität“ gefördert wird (vgl. Nasta/Pirollo/Wikström 2016). Am Ende gilt somit: „the whole is greater than the sum of the parts“ (Sawyer 2003: 185).

Die skizzierten Kreativitätstheorien gelten für alle Kunstformen und sind auch auf das Songwriting anwendbar. Darüber hinaus hat Bennett (2011; 2014) wiederholt die Bedeutung der Zusammenarbeit für kommerziell erfolgreiches Songwriting in der populären Musik betont und das „Stimulus-Bewertungsmodell“ vorgeschlagen. Bennett beschreibt es als kontinuierliche Qualitätskontrolle der am kreativen Prozess Beteiligten, wodurch die Relevanz von Reizen durch Peer Groups in kreativen Prozessen angesprochen wird:

„During the evaluation stage of a stimulus it can be processed in four ways by the writing team; approval, veto, negotiation or adaptation. Approval allows the idea to take its place in the song, a process that usually requires consensus from the songwriting team. A co-writer may challenge another writer's stimulus, leading to veto (rejecting the stimulus), negotiation (arguing a case for accepting the stimulus) or adaptation (changing the stimulus until vetoed or approved). A stimulus is the beginning of a creative idea's pathway through the songwriting team's filter; consensus represents a successful end to its journey. I contend that six (non-linear and interacting) processes are at play in a cowriting environment – stimulus, approval, adaptation, negotiation, veto and consensus“ (Bennett 2013: 155).

Laut Bennett ermöglicht die Zusammenarbeit eine Qualitätssicherung, die erheblich zu höheren Erfolgsquoten von kollaborativ geschriebenen Songs beiträgt – eine Vorstellung, die durch andere Studien unterstützt wird (Pettijohn/Ahmed 2010; Tough 2017).

Die Selbstbestimmungstheorie der Motivation von Edward L. Deci und Richard M. Ryan (2008) ist ein weiterer Forschungsstrang, der im Zusammenhang mit kollaborativer Kreativität betrachtet wird. Während sich diese Theorie in erster Linie mit Aspekten der Motivation, Entwicklung und auch Gesundheit befasst, sind ihre Schlüsselkonzepte – wie wahrgenommene Kompetenz und Autonomie – grundlegend mit sozialer Inklusion verbunden, was die Bedeutung sozialer Faktoren auch auf der Ebene einzelner Kreativer unterstreicht. Zugleich führt die Theorie auch gruppenbasierte sowie Umweltfaktoren ein, wodurch sie attraktiv für den hier interessierenden Forschungszusammenhang ist.

Ein erweitertes Verständnis von Netzwerken spielt auch eine zentrale Rolle in verwandten Studien zur Relevanz kollaborativer Kreativität und sozialer Netzwerke in Populärkultur und Wirtschaft. Soziale Netzwerke werden vor dem Hintergrund der jüngsten technologischen Entwicklungen in Bezug auf *agencies* (Bell 2018; Miettinen 2013; Watson 2011) im Bereich Kommunikation (Sternberg/Lubart 2002) oder der Verbreitung und wirtschaftlichen Verwertung von Musik diskutiert. Peter Tschmuck verweist auf Zusammenhänge zwischen Netzwerkbildung, technologischen Entwicklungen und Paradigmenwechseln in der Musikindustrie, die er als „Revolutionen“ bezeichnet (Tschmuck 2012). Es liegt auf der Hand, dass soziologische Theorien wie die Akteur-Netzwerk-Theorie (Latour 2007) auch für die kollaborative Musikproduktion relevant sind, da sie nicht nur Menschen, sondern auch Technologien, (Big) Data und künstliche Intelligenz (KI) bzw. maschinelles Lernen mitberücksichtigen. Musik(produktions)technologien sind hierin keine passiven Agenten, die menschlichen Akteur*innen untergeordnet sind (Brett 2021; Strachan 2017), sondern bestimmen kreatives Handeln maßgeblich durch die Einführung von Emergenz und Kontingenz, ähnlich wie in der Zusammenarbeit zwischen menschlichen Akteur*innen (Sawyer/DeZutter 2009). KI-basierte Algorithmen unterstützen oder ersetzen aktuell sogar bisweilen die menschliche Beteiligung am Produktionsprozess (vgl. Drott 2021; Wolinski 2017).

Trotz der umfangreichen Literatur, welche die Vorteile der Zusammenarbeit für kreative Prozesse betont, heben einige Studien auch potenziell hinderliche Aspekte hervor: In ihrer Bewertung des kollaborativen Songwritings diskutieren Pettijohn und Ahmed (2010) das Konzept des „social loafing“ als die „likelihood of individuals contributing less when working on a task as part of a group than when working on a task alone“ (ebd.: 2). Gestützt auf Grundlagenforschung (Latané/Williams/Harkins 1979) weisen die Autoren darauf hin, dass dieses soziale *Schmarotzen* oder *Nutznießen* „generally increases with group size and decreases with task importance, potential for evaluation, uniqueness of individual contributions, and complexity of task“ (Pettijohn/Ahmed 2010: 2). Bennett (2014: 130) fand heraus, dass Gruppen, die nicht mehr als vier oder fünf Kollaborateur*innen umfassen, in der professionellen Songwriting-Praxis ideal sind. Dieser Befund ist insofern interessant, als dass an vielen zeitgenössischen Hits deutlich mehr Mitwirkende mitgearbeitet haben (s. Tab. 1 und 2), unabhängig davon, ob sie in Songwriting Camps oder anderen kollaborativen Strukturen entstanden sind. Dies schließt jedoch eine rationale Arbeitsteilung in den verschiedenen Phasen des Produktionsprozesses nicht aus: Songs, die von einer kleineren Gruppe von Songwriter*innen geschrieben wurden, werden anschließend von Toningenieur*innen, (Beat-)Programmierer*innen, Produzent*innen und anderen Kreativen weiter bearbeitet und optimiert. Diese müssen sich heute nicht mehr zwangsläufig direkt treffen, um an dem betreffenden Projekt mitzuarbeiten, da sie wahrscheinlich an ver-

schiedenen geografischen Standorten leben und arbeiten (vgl. Herbst/Albrecht 2018; Thorley 2019).

Weitere Faktoren, die berücksichtigt werden müssen, sind der Strukturierungsgrad der kreativen Gruppen sowie die Vorgaben für deren Arbeit. Indem formale Strukturen den einzelnen Beteiligten klare Vorgaben, Leitlinien und Rollenerwartungen bieten, können sie die kreative Entstehung von musikalischen Produkten erleichtern (Sawyer/DeZutter 2009) und das *social loafing* reduzieren (Pettijohn/Ahmed 2010), wodurch möglicherweise Ressourcen und Energie freigesetzt werden, um Neues zu produzieren (Rosso 2014: 555). Zu strenge Strukturen oder Vorgaben hinsichtlich der Ergebnisse bergen hingegen die Gefahr, Innovationen einzuschränken (Sawyer 2012: 235; Schiemer/Schüßler/Theel 2022). In ihrer explorativen Arbeit zu finnischen Songwriting Camps konnte Riikka Hiltunen (2021: 148) keine eindeutigen Vorteile oder Einschränkungen aus den strengen Strukturen der Camp-Organisation schließen, sondern stattdessen eine mögliche Bedrohung für die Kreativprozesse aufgrund der Künstlichkeit der Inszenierung rekonstruieren. Zu Referenzliedern, die den Songwriter*innen als Teil ihrer Briefings zur Verfügung gestellt wurden, bemerkt Hiltunen:

„Listening to reference songs helps songwriters to create something similar, but it may also make it more difficult for them to produce something different, original and novel. Thus, the past constrains creative and future-oriented thinking among songwriters in various ways: on the domain level as the anticipation of futures that are similar to the past, and on the individual level as overly deep knowledge, past experiences, and excessively routinised or inadequate skills“ (Hiltunen 2021: 156f).

Referenzsongs sollen Songwriter*innen Ideen oder Inspiration geben, können jedoch als einschränkend empfunden werden und sich negativ auf die individuelle Kreativität auswirken.

3.2 Rollenverständnisse und Fähigkeiten

Der zuvor diskutierte historische Überblick und die Kreativitätsmodelle haben bereits einige Vorteile der Zusammenarbeit von Songwriter*innen aufgezeigt. Dabei sind viele der Vorteile vor allem auf die Tatsache zurückzuführen, dass die beteiligten Akteur*innen unterschiedliche Rollen und damit verbundene Fähigkeiten in den Prozess einbringen können (vgl. Nasta/Pirollo/Wikström 2016). Diese Rollenverteilung lässt sich in der Geschichte weit zurückverfolgen, insbesondere, was die Trennung von musikalisch-klanglicher Komposition und Text angeht: Carole King (Musik) und Gerry Goffin (Text), Mike Stoller (Musik) und Jerry Leiber (Text), Barry Mann (Musik) und Cynthia Weil (Text), Brian Holland (Musik), La-

mont Dozier (Musik und Text) und Eddie Holland (Text), Mike Chapman (Musik) und Nicky Chinn (Text). Andere Formen der Zusammenarbeit umfassen gemeinsame lyrische und musikalische Beiträge (z. B. Ellie Greenwich und Jeff Barry), Artist and Repertoire (A&R) und Songwriting, Performance und Produktion (z. B. Clive Calder und Robert John „Mutt“ Lange) oder Songwriting/Produktion und A&R/PR (Mike Stock, Matt Aitken, Pete Waterman).

Strukturelle und wirtschaftliche Veränderungen in der Plattenindustrie seit den 1980er-Jahren sowie technologische Fortschritte führten zu unterschiedlichen Modellen der populären Musikproduktion (Bell 2018; Leyshon 2009; Strachan 2017). Auf der einen Seite ermöglichten erschwingliche und leistungsstarke digitale Musikproduktionstechnologien es Solokünstler*innen und Gruppen mit kleineren Budgets, ihre Musik in professioneller Qualität zu schreiben, zu entwickeln und zu produzieren (Walzer 2017) ohne hierzu Plattenverträge zu benötigen, was vor diesen technologischen Innovationen undenkbar gewesen war (Fitterman Radbill 2017; Marshall 2014). Auf der anderen Seite professionalisierten sich Kreative, um über die Zusammenarbeit mit Fachleuten aus verschiedenen Spezialisierungen deren Expertisen für eigene Projekte oder Produkte zu nutzen.

Ob vereint in einer Person oder aufgeteilt zwischen verschiedenen Kreativen, die zeitgenössische Pop(ular-)Musikproduktion beruht auf verschiedenen Rollen: *Topliner* kreieren Gesangsmelodien, Hooks und Texte in der Tradition ehemaliger Texter*innen. Oft sind Topliner selbst Sänger*innen, die in der Lage sind, qualitativ hochwertigen Demo-Gesang aufzunehmen, aber manchmal auch als spezialisierte Gesangsproduzent*innen fungieren. Die Rolle des*r *Songwriter*in* ist nicht klar definiert, da das Aufgabengebiet sowohl Text- als auch Musikproduktion umfassen kann. In Bezug auf die musikalische Komposition schreiben Songwriter*innen die Essenz des Songs, einschließlich seiner Form, harmonischen Progression, Melodien und manchmal des Arrangements. Die Rolle des*r *Producer*in* ist ähnlich vielfältig (vgl. Burgess 2013), beinhaltet aber im Wesentlichen die gesamte kreative und oft wirtschaftliche Aufsicht. Produzent*innen können stark an der Erstellung des musikalischen Materials und der Ausführung technischer Aufgaben beteiligt sein oder alternativ nur den kreativen Prozess überwachen. In den meisten elektronischen Genres haben Produzent*innen traditionelle Songwriter*innen-Rollen ersetzt, da die Essenz eines elektronischen Songs eher im Sound und in den Beats liegt als in konventionellen musikalischen Qualitäten wie Harmonie und Struktur (Brett 2021). *Engineers* sind für die technische Umsetzung verantwortlich (Zak 2009) und spezialisieren sich manchmal auf bestimmte Produktionsphasen wie Aufnahme, Schnitt, Mischung und Mastering. Oft werden die Rollen der Engineers nicht adäquat in den Credits dargestellt, was die eigenen Chart-Analysen weiter oben unterstreichen. Der Grund hierfür sind vermutlich die Copyright Regularien, welche Ingenieur*innen und Produzent*innen in der

Regel keine Tantiemen zugestehen – wobei dies zumindest in den Vereinigten Staaten im Umbruch zu sein scheint (Osborne 2022: 201f.).

Die eben besprochenen Rollen sind allerdings nicht trennscharf, sondern können dadurch, dass es im Hinblick auf die Aufgaben zum Teil erhebliche Überschneidungen gibt, verschwimmen. Es scheint, dass der Trend zur Spezialisierung weniger auf „traditionellen Rollen“ (Instrumentalist*in, Sänger*in, Texter*in) als auf spezifischen Kompetenzen oder Expertisen (Tracking, Toplining) basiert. Laut Harding, einem erfolgreichen Produzenten von Tanzmusik und Boygroups, „it takes a number of specific skill sets to achieve a result that is worthy of chart success. [...] My typical creative team would comprise of: A team-leader, a keyboard player/programmer, a rhythm programmer and a lyricist/vocalist (topliner)“ (Harding 2020: 71). Programmierer*innen fallen nicht in eine traditionelle Rolle, da ihre Arbeit verschiedene Aspekte umfasst, einschließlich Songwriting, Produktion und Technik, von denen viele auf Performance-Know-how zu basieren scheinen. Hier gibt es auch Hinweise darauf, dass Rollenverständnis und Verantwortlichkeiten weniger festgelegt und fließender sind.

Robert Wilsmore und Christopher Johnson (2022) halten künstlerische Rollen und Selbstverständnisse in ihrer jüngsten Forschung zur Koproduktion für nicht eindeutig und nehmen an, dass sich diese während des Arbeitsprozesses verändern können. Im Extremfall wird das Individuum in die Gruppe aufgenommen, durch diese absorbiert und über diese Integration letztlich *unsichtbar als Individuum*. Wilsmore und Johnson beziehen sich in dieser Hinsicht auf den Begriff „Scenius“, wie er vom Komponisten und Produzenten Brian Eno definiert wurde: „Scenius is the intelligence of a whole operation or group of people. [...] Let's forget the idea of genius for a little while, let's think about the whole ecology of ideas that give rise to good new thoughts and good new work“ (Eno 2009: o.S.). Der vereinheitlichende Charakter von Scenius unterliegt jedoch praktischen Grenzen, denn sobald Lizenzgebühren verhandelt und prozentual aufgeteilt werden sollen, müssen die Anteile der Beteiligten letztlich wieder sichtbar gemacht und zugeordnet werden.

3.3 Individuelles und kollaboratives Songwriting – ein Parallelsystem?

Die vorangegangenen Überlegungen könnten leicht den Eindruck erwecken, dass Songwriting Camps und andere industriellere Formen des Musikschaftens ein paralleles System zu Musiker*innen, Singer-Songwriter*innen oder Artist-Producer*innen sind, die ihre Musik (angeblich) selbst schreiben und produzieren. Aber ein erheblicher Teil der Musiker*innen, die durch das Schreiben ihrer Songs *authentisch* erscheinen, erhalten Hilfe von professionellen Songwriter*innen – zusätzlich zu Engineers und Producers, deren Beitrag weniger stigmatisiert ist, da sie schon immer unabdingbar waren, um einen Song auf Platte aufzunehmen

(Burgess 2014). Selbst Musiker*innen aus oftmals als *authentisch* bzw. hand- oder selbstgemacht inszenierten Genres, wie Singer/Songwriter oder Rockmusik, suchen in unterschiedlichem Maße Unterstützung bei erfolgreichen Kolleg*innen, zum Beispiel:

- The Corrs, Aerosmith, Van Halen, Toto: Glen Ballard;
- Jamie Callum, James Blunt, Tina Turner: Guy Chambers;
- Dream Theater, Bon Jovi, Alice Cooper, Meat Loaf, Scorpions: Desmond Child;
- Adele, Sia, KT Tunstall: Samuel Dixon;
- Phil Collins, Joss Stone: Lamont Dozier;
- Neil Diamond, Bonnie Raitt: Beth Nielsen Chapman;
- Adele, James Morrison, Stormzy, Sam Smith: Fraser T. Smith.

Bennett (2011; 2014) bezeichnet diese Zusammenarbeit, von der sowohl die Musiker*innen als auch die Songwriter*innen gegenseitig profitieren, als „Svengali“-Modell. Songwriter*innen können erwarten, dass der Song von bekannten Interpret*innen aufgeführt wird, mit denen sie zusammengearbeitet haben, und nicht vom Verlag an unbekannte Künstler*innen verkauft wird, sodass sich ihre Chance auf Tantiemenzahlungen erhöht. Die Performer*innen profitieren davon, sich emotional stärker im Sinne von „Ownership“ verbunden zu fühlen, was sich dann in einer überzeugenderen und *authentischeren* Performance und einem stärkeren Eindruck auf das Publikum niederschlägt (Bennett 2014: 246f.). Auch die Berufserfahrung der Songwriter*innen wird dem Song wahrscheinlich mehr Qualität verleihen – eine Voraussetzung für kommerziellen Erfolg (Bennett 2011; Long/Barber 2015). Aber „artists still have their authenticity to sell, of course, and thus have a vested interest in publicly diminishing the role of the Other“ (Bennett 2014: 25). Aus diesem Grund ist der Öffentlichkeit vermutlich die typischerweise große Gruppe von Songwriter*innen, Producers, Engineers, Topliners und anderen Rollen hinter den Kulissen nicht bekannt bzw. wird diese Verbindung eher verschleiert, obwohl die Beziehungen zwischen den Interpret*innen und Songwriter*innen von mehrjährigen Partnerschaften (vgl. Long und Barber 2015) bis hin zu Auftragsvereinbarungen auf der Grundlage von *Pitch-Listen*, bei denen sich die Songwriter und Künstler nie treffen, reichen:

„Recording artists who do not write their own songs often use ‚pitch lists‘ that are exclusively distributed within industry circles. These lists, which come to the songwriter via the artist’s management or record producer or from the songwriter’s music publisher, try to describe the type of song the artist is looking to record. In response, the songwriter is invited to interpret that request and offer the artist a song that fits the specification“ (Anderton/Dubber/James 2013: 51).

Pitch-Listen dienen mehreren Zwecken, wie der Veranschaulichung der gewünschten ästhetischen und produktionstechnischen Aspekte, der Förderung spezifischer Star-Personas oder der Motivation zu marktspezifischen Ergebnissen. Es scheint daher, dass Songwriting Camps und andere industriellere Formen des Musikschafterns *kein* Parallelsystem zu Musiker*innen, Singer-Songwriter*innen oder Artist-Producer*innen sind, die ihre Musik selbst schreiben und produzieren. Stattdessen scheinen Formen rationaler Arbeitsteilung die Norm in vielen Subgenres kommerzieller populärer Musik zu sein.

4. Wirtschaftliche und rechtliche Aspekte

Eine kommerziell ausgerichtete Industrie wie die Pop(ular)musik-Wirtschaft hat Arbeitspraktiken und -realitäten etabliert, die maßgeblich von wirtschaftlichen und rechtlichen Aspekten beeinflusst werden. Die vorangegangenen Überlegungen zur Kollaboration in Songwriting Camps befassten sich mit Vorteilen sowohl für die Kreativität als auch für den kommerziellen Erfolg des resultierenden Produkts, unter dem Vorbehalt, dass die Charts keine Fehler oder Nicht-Erfolge ausweisen und daher keine genaue Darstellung aller parallel ablaufenden Prozesse der Erstellung und Auswertung anbieten können. Für Songwriter*innen scheinen aber Kollaboration und Netzworkebildung auch außerhalb der Charts von Vorteil zu sein, um mit wirtschaftlichen Unsicherheiten umzugehen, die ihren Beruf im Allgemeinen charakterisieren (Jones 2005). Ein anhaltender Trend in den letzten Jahrzehnten waren rückläufige Budgets in der Plattenindustrie (Leyshon et al. 2005), die zu weniger Aufträgen oder Jobs für Songwriter*innen führten (Laat 2015: 234). Darüber hinaus müssen Songwriter*innen ihre Tantiemen mit den Produzent*innen teilen. Harding (2020: 54) rekonstruiert eine Entwicklung der Gewichtung von Anteilen von den 1950ern bis in die 1970er-Jahre: Die in den 1950er Jahren noch gleichgewichtige Aufteilung verschob sich in Richtung einer 80:20-Aufteilung zugunsten der Songwriter*innen. Demgegenüber stellt Kim de Laat (2015: 233f.) ein „unwelcome jurisdictional encroachment“ durch die immer wichtiger werdende Rolle der Produzent*innen mit höheren Anteilen am Song-Urheberrecht (zuzüglich einer Produktionsgebühr) fest sowie eine Tendenz unter namhaften Künstler*innen, aufgrund ihrer höheren Machtposition Songwriting-Credits ohne ausreichende eigene Beiträge für sich zu beanspruchen.

Eine Folge der sich verschlechternden wirtschaftlichen Bedingungen in der Tonträgerindustrie sind außerdem *postbürokratische* Arbeitsvereinbarungen: Feste und hierarchische Unternehmensstrukturen – zum Beispiel eine Plattenfirma, die Studios besitzt und Engineers und Producer beschäftigt, wie es bei EMI in der Beatles-Ära und ihren Abbey Road Studios der Fall war – wurden durch temporäre und egalitäre Organisationsformen ersetzt, die eine „more efficient, flexible,

and cost-effective method of production“ ermöglichen (ebd.: 226). Expert*innen kommen nun temporär zusammen, um an einem bestimmten Projekt zu arbeiten, und können sich im Rahmen eines anderen Projekts wieder treffen. Mit anderen Worten: Arbeitskonstellationen sind heute weniger fest als in früheren Dekaden, wo etablierte Teams über Jahre oder Jahrzehnte hinweg zusammenarbeiteten. Diese Fluidität sowie der finanzielle Wettbewerb mit Produzent*innen und Künstler*innen sorgen heutzutage dafür, dass sich ein kollegiales Ethos unter professionellen Songwriter*innen etabliert hat was die Aufteilung von Tantiemen als Haupteinnahmequelle angeht. In den postbürokratischen, projektbasierten Kollaborationen teilen sich Songwriter*innen die Tantiemen in der Regel gleichmäßig, unabhängig von der Quantität oder Qualität der Beiträge und entgegen dem historischen Motto: „write a word, get a third“ (Bennett 2014; Laa 2015). Lizenzgebühren werden selten ausgehandelt, was ein Modell ist, um mit unsicheren Arbeitsbedingungen umzugehen, ein gewisses Maß an Kontrolle zu behalten und Stabilität zu erzielen (Laa 2015: 242). Weitere Gründe für diese egalitäre Praxis sind:

- Die Arbeitsatmosphäre ist produktiver, ohne dass bei jedem Projekt rechtliche Regelungen diskutiert werden müssen;
- Einladungen zur zukünftigen Zusammenarbeit sind wahrscheinlicher;
- Verringerung des wahrgenommenen Drucks, bei jedem Projekt gleichermaßen kreativ zu sein;
- Quantifizierung kreativer Beiträge in rechtlicher Hinsicht wird obsolet (d. h. Urheberrechte und Lizenzgebühren);
- Auswahl der besten Ideen ohne individuelle Lizenzgebühren; professioneller Umgang (Bennett 2014; Jones 2005; Laa 2015).

Gleichberechtigte *Splits* wirken finanziellen Unsicherheiten entgegen und sichern die Teilnahme an zukünftigen Projekten. Wie Bennett (2014: 129) betont, sind Songwriter*innen bereit, einen Großteil ihrer Tantiemen aufzugeben, wenn sie mit anderen Fachleuten zusammenarbeiten können, weil sie erwarten, dass sich die höhere Qualität des Produkts wirtschaftlich auszahlt und die Erfahrung des kreativen Prozesses angenehmer ist. Darüber hinaus wird die Zusammenarbeit mit anderen Rollen als vorteilhaft angesehen, auch wenn sie auf Kosten der Tantiemen geht, da das Ergebnis des Songwriting-Prozesses kein Notenblatt mehr ist:

„All of the successful co-writers achieved the bare minimum of outcomes – that is, lyric, melody, form and harmony were agreed and fixed into some medium – most commonly an audio recording. Most of the partnerships went further and created a high-quality demo or even a completed recording, adding sub-

stantial arrangement content. This was often considered essential for presentation reasons (where the song needed to be played to others)“ (ebd.: 224f.).

Infolgedessen sind Songwriter*innen gleichermaßen motiviert und gezwungen, bereits in der Schreibphase mit Produzent*innen, Programmierer*innen, Interpret*innen und Tontechniker*innen zusammenzuarbeiten, damit möglichst schnell eine qualitativ hochwertige Aufnahme erstellt werden kann, die sich monetarisieren lässt. Produktionselemente und klangliche Aspekte sind im Vergleich zum zugrunde liegenden musikalischen Material immer wichtiger geworden, eine Entwicklung, die ältere Songwriter wie Barry Mann beklagen:

„The biggest problem for me – my end of this – of writing stuff for the market now is not writing the melodies, it is the presentation. There are sounds that are commercial now and you got to know how to do that. There are certain drum sounds that are commercial. And I’m not into that now. We wrote a song and I did my demo of it – it was very good, a nice demo – but then we gave it to somebody else who programs for the market and he took it and really brought it to a whole other place. I could never have programmed it that way. And it’s so much more commercial-sounding. The melody was fine. It’s just that I didn’t present it right“ (Mann in Egan 2004: 79).

Jerry Leiber teilt diese Meinung: „I think that the keynote and the focus of today’s songwriting is virtuosity in the studio. [...] I think the dimension of lyric writing has gotten kind of slim“ (Leiber in Egan 2004: 50). Folglich müssen sich Songwriter*innen entscheiden, ob sie selbst Produzent*innen werden, um die Erwartungen zu erfüllen, oder mit Produzent*innen zusammenarbeiten.

Das Urheberrecht beeinflusst die Praxis des kommerziellen Musikschaﬀens in vielerlei Hinsicht, wobei zu bedenken ist, dass die Lizenzgebühren von Land zu Land unterschiedlich definiert sind und abgerechnet werden (Döhl 2016; Hal-loran 2017; Hull/Hutchison/Strasser 2011; Osborne 2017a; 2017b). Wie in der vorangegangenen Analyse (s. Tab. 1 und 2) der britischen und deutschen Charts zu sehen ist, werden Songtexte und Musik in Bezug auf die Tantiemen unterschiedlich behandelt: Während das Copyright im anglophonen Raum (u. a. USA und GB) nur zwischen Komposition (Musik und Text) und der Tonaufnahme unterscheidet, differenziert das Copyright in den meisten zentraleuropäischen Ländern zwischen Musik, Text und Tonaufnahme, was sich auch in entsprechender Vergütung niederschlägt. Der grundlegende Unterschied zwischen der Rechtsauffassung und den damit verbundenen Geschäftsmodellen liegt im Verständnis von Urheberschaft: Während Copyright-Systeme Musik handelbar machen – insbesondere im anglophonen „Common Law“-System –, gilt im deutschsprachigen bzw. zentraleuropäischen Urheberrecht („Civil Law“-System) die Regel, dass

dieses Recht nicht verkauft werden kann, weil es personenbezogen ist (Osborne 2017b: 575; 2022: 6f.).

Darüber hinaus unterscheiden viele westliche Nationen zwischen mechanischen und leistungsbasierten Rechten (vgl. Osborne 2017a; 2017b). Die Konsequenzen für Session-Musiker*innen – als auch für einige andere Rollen in den Songwriting Camps – sind, dass Tantiemen für die Performance (z. B. das Einspielen) gezahlt werden, aber der Zugang zu den lukrativeren mechanischen Reproduktionsrechten in der Regel eingeschränkt ist (Osborne 2017b). Auch wenn (Session-)Musiker*innen das musikalische Material als Interpret*innen einspielen oder gar die Entwicklung von Teilen des Liedes wie Melodien, Riffs oder charakteristische Rhythmen gestalten, werden sie nur für ihre Performance-Leistung und nicht für ihren kreativen Beitrag honoriert (vgl. Herbst/Albrecht 2018), oder gar nur mit einer Einmalzahlung entschädigt. Andere Rollen wie diejenige der Rhythmus- oder Keyboard-Programmierer*innen (Harding 2020) beinhalten Songwriting-Aktivitäten und sind ähnlich schwer einer bestimmten Form der Rechteverwertung zuzuordnen. Gleiches gilt für die Leistungen von Produzent*innen, die sich erheblich mit jenen des Songwritings überschneiden können. Weitere erschwerende Faktoren und zukunftsweisende Themen sind der Einfluss durch Sampling-Rechte (Döhl 2016; 2022), KI-basierte Kompositionen (Drott 2021) oder die transparente Dokumentation des Produktionsprozesses auf Grundlage von Blockchain-Technologien (O'Dair 2019; Tschmuck 2020). All dies wirft grundlegend neue Fragen zum Urheber*innen- und Leistungsschutz auf, welche die wirtschaftliche Realität und kollaborative Arbeitsweise von Songwriter*innen und anderen Musikschaftern in Zukunft prägen werden. Rechtliche Regelungen werden zunehmend komplexer in Projekten, an denen eine große Anzahl von Spezialist*innen beteiligt ist, die sich nicht leicht in traditionelle Urheberrechtskategorien einordnen lassen und bei denen einzelne Beiträge nicht einfach identifiziert oder quantifiziert werden können (Laat 2015; Sawyer/DeZutter 2009; Wilshire/Johnson 2022). In Situationen mit vielen Kollaborateur*innen wie in Songwriting Camps ist die postbürokratische Lösung gleicher Anteile der pragmatischste und vielleicht fairste Weg, individuelle Beiträge zu entlohnen. Bisher ist wenig über aktuelle Prozesse, Dynamiken und Rechtspraktiken in Songwriting Camps und darüber, wie sich wirtschaftliche und kreative Aspekte in diesen gegenseitig beeinflussen, bekannt. Darüber hinaus gilt es, insbesondere auch die Interessen von *Stakeholdern*, wie Plattenlabels, Verlagen, Aggregatoren wie Musik-Streaming-Plattformen und Organisatoren von Songwriting Camps zu beachten. Diese wirtschaftlichen Variablen werden bei der Untersuchung von Kreativität, Songwriting und Plattenproduktion leicht übersehen, obwohl sie den Prozess und das Ergebnis grundlegend mitbestimmen.

5. Schlussfolgerungen

Songwriting und Musikproduktion haben sich immer Seite an Seite mit den jeweils gegebenen gesellschaftlichen Bedingungen entwickelt und zeigen sich beeinflusst von fließenden sozioökonomischen Praktiken und technologischen Fortschritten. Vor allem als Teil einer stark kommerziell orientierten Kreativindustrie hat populäre Musik kapitalistische Praktiken wie Fließbandstrukturen in ihrem Streben nach effizienterer und effektiverer Produktion übernommen. Die Arbeitsteilung wurde zur primären Produktionsweise, wobei kleine Teams von Songwriter*innen zu großen Gruppen von Spezialist*innen herangewachsen sind, die auf Projektbasis zusammenarbeiteten. Songwriting Camps könnten die Praxis der Fließbandproduktion von Musiken perfektioniert haben. Ob diese Organisationsform, die um Teams von sich ständig verändernden Individuen herum aufgebaut ist, langfristig gegenüber anderen Formen des Songwritings und der Produktion, die auf festeren oder institutionalisierten Strukturen basieren, erfolgreich sein kann, bleibt abzuwarten. Bislang wurde diesen parallelen Strukturen, diesen *Parallelgesellschaften* innerhalb des Musikproduktionsprozesses, noch so wenig akademische Aufmerksamkeit zuteil, dass sich diesbezüglich derzeit keine hinreichend fundierten Aussagen treffen lassen.

Die (westliche) Welt wandelt sich aktuell von einer Ökonomie, die auf materiellen Objekten basiert, zu einer Ökonomie der Ideen. Das Industriezeitalter, wie wir es kennen, weicht einer neuen, auf Wissen basierenden Wirtschaft, einer Kreativwirtschaft (Powell/Snellman 2004), die stark von Postdigitalität und umweltlichen Medienkulturen geprägt ist (Hörl 2018). Während in der Musik das Produkt – eine aufgenommene Single oder ein Album – immer noch das Ziel ist, leitet sich sein Wert von seinem kreativen Potenzial ab, wie auch immer dieses definiert werden mag. In diesem Sinne kann sich eine postbürokratische Organisation in Form von Songwriting Camps mit Spezialist*innen, die in ständig wechselnden Teams arbeiten, als erfolgreiche Form der Zusammenarbeit mit Bezug auf aktuelle Kreativitätstheorien erweisen, solange die oftmals strengen Strukturen und wirtschaftlichen Vereinbarungen die Kreativität nicht ersticken. Es wäre auch lohnenswert, die Zusammensetzung der Teams systematisch zu beobachten, um festzustellen, wer eigentlich in welcher Form an diesen Camps teilnimmt, welche Konstellationen sich bilden und wie sich deren Konstitution auf Prozesse und Ergebnisse auswirkt. Weitere Fragen betreffen ökonomische Dimensionen: Wer sind die Hauptnutznießenden und Verwerter*innen (Verlage, Plattenfirmen, Aggregatoren, Streaming-Plattformen, einzelne Camp-Veranstalter*innen)? Profitieren Kreative von diesen Strukturen, und auf welche Weise? Wird sich ihre oftmals unsichere und prekäre wirtschaftliche Situation durch interne Lizenzvereinbarungen mit den Stakeholdern in Zukunft verbessern? Passen sich die Urheberrechts- und Leistungsschutzgesetze den neuen Realitäten in

der Branche an? Auch technologische Aspekte sollten nicht außer Acht gelassen werden, nicht nur aus der Perspektive der praktischen Musikproduktion, sondern auch als Konfiguration und Agenten der Zusammenarbeit. Durch die Verbreitung von Audio- und Videokommunikationsplattformen mit niedriger Latenz und reinen Online-Musikproduktionssystemen finden zunehmend kollaborative Songwriting- und Produktionsverfahren im Internet statt (Gabrielli/Squartini 2016; Hajimichael 2011; Koszolko 2017). Seit der Covid-19-Pandemie laufen sogar große kollaborative Projekte wie Songwriting Camps rein virtuell ab und werfen Fragen zu verschiedenen Gruppen und Akteur*innen von Kreativen, Inklusivität und Diversität sowie zu kreativer Arbeit über nationale Grenzen hinweg und für globale Märkte auf, die es wert sind, erkundet zu werden und welchen wir in unserem Forschungsprojekt in der nächsten Zeit nachgehen werden.

Literatur

- Adorno, Theodor W./Simpson, George (1941). „On Popular Music.“ In: *Zeitschrift für Sozialforschung* 9 (1), S. 17–48.
- Anderton, Chris/Dubber, Andrew/James, Martin (2013). *Understanding the Music Industries*. London: SAGE.
- Banks, Mark (2010). „Craft Labour and Creative Industries.“ In: *International Journal of Cultural Policy* 16 (3), S. 305–21.
- Barber, Simon (2020). „Songwriting in the Studio.“ In: *The Bloomsbury Handbook of Music Production*. Hg. v. Simon Zagorski-Thomas und Andrew Bourbon. New York: Bloomsbury Publishing, S. 189–204.
- Barber, Simon/Jones, Mike (Hg.) (2019). „The Songwriting Studies Journal Issue #1.“ In: *Songwriting Studies*, <https://songwritingstudies.com/journal> (Zugriff: 8.6.2023).
- Bell, Adam Patrick (2018). *Dawn of the DAW. The Studio as Musical Instrument*. New York: Oxford University Press.
- Bennett, Joe (2011). „Collaborative Songwriting. The Ontology of Negotiated Creativity in Popular Music Studio Practice.“ In: *Journal on the Art of Record Production* 5, <https://www.arpjournal.com/asarwp/collaborative-songwriting-%E2%80%93-the-ontology-of-negotiated-creativity-in-popular-music-studio-practice> (Zugriff: 8.6.2023).
- Bennett, Joe (2013). „Constraint, Collaboration and Creativity in Popular Songwriting Teams.“ In: *The Act of Musical Composition*. Hg. v. Dave Collins. Farnham: Ashgate, S. 139–69.
- Bennett, Joe (2014). *Constraint, Creativity, Copyright and Collaboration in Popular Songwriting Teams*. Dissertation. University of Surrey, Guildford.
- Brett, Thomas (2021). *The Creative Electronic Music Producer*. New York: Routledge.

- Bulgren, Christopher W. (2023). „Standing in the Shadows. The Songwriting, Recording, and Production of Holland-Dozier-Holland.“ In: *Rock Music Studies* 10 (1), S. 38–50. DOI: 10.1080/19401159.2022.2109539.
- Burgess, Richard James (2013). *The Art of Music Production. The Theory and Practice*. Oxford: Oxford University Press.
- Burgess, Richard James (2014). *The History of Music Production*. New York: Oxford University Press.
- Clarke, Eric F./Doffman, Mark (2017). *Distributed Creativity. Collaboration and Improvisation in Contemporary Music* (= Studies in musical performance as creative practice 2). New York: Oxford University Press.
- Csikszentmihalyi, Mihaly (2015). *The Systems Model of Creativity. The Collected Works of Mihaly Csikszentmihalyi*. Cham: Springer.
- Cunningham, Mark (1998). *Good Vibrations. A History of Record Production*. London: Sanctuary.
- Dannhauer, Michael (2020). (Über-)Leben als Popmusiker*in. Eine empirische Untersuchung zur tertiären Ausbildung, dem Tätigkeitsprofil sowie den professionellen Herausforderungen und Kompetenzbeständen von Berufsmusiker*innen im Bereich Populärer Musik. Dissertation. Leuphana Universität Lüneburg, https://pub-data.leuphana.de/files/1032/diss_2020_dannhauer_michael.pdf (Zugriff: 8.6.2023).
- Deci, Edward L./Ryan, Richard M. (2008). „Self-Determination Theory. A Macrotheory of Human Motivation, Development, and Health.“ In: *Canadian Psychology* 49 (3), S. 182–85.
- Döhl, Frédéric (2016). *Mashup in der Musik. Fremdreferenzielles Komponieren, Sound Sampling und Urheberrecht*. Bielefeld: transcript.
- Döhl, Frédéric (2022). *Zwischen Pastiche und Zitat. Die Urheberrechtsreform 2021 und ihre Konsequenzen für die künstlerische Kreativität* (= Musik und Klangkultur 58). Bielefeld: transcript.
- Drott, Eric (2021). „Copyright, Compensation, and Commons in the Music AI Industry.“ In: *Creative Industries Journal* 14 (2), S. 190–207.
- Egan, Sean (2004). *The Guys who Wrote 'em. Songwriting Geniuses of Rock and Pop*. London: Askill.
- Eno, Brian (2009). „Brian Eno Speaking at the Sydney Luminous Festival.“ In: *Synthtopia*, <https://www.synthtopia.com/content/2009/07/09/brian-eno-on-genius-and-scenius> (Version vom 9.7.2009, Zugriff: 8.6.2023).
- Fitterman Radbill, Catherine (2017). *Introduction to the Music Industry. An Entrepreneurial Approach*. New York: Routledge.
- Fletcher, Lawson/Lobato, Ramon (2013). „Living and Labouring as a Music Writer.“ In: *Cultural Studies Review* 19 (1), S. 155–176.
- Frith, Simon (1978). *The Sociology of Rock* (= Communication and Society). London: Constable.

- Frith, Simon/Zagorski-Thomas, Simon (2012). *The Art of Record Production. An Introductory Reader for a New Academic Field*. Aldershot: Ashgate.
- Gabrielli, Leonardo/Squartini, Stefano (2016). *Wireless Networked Music Performance*. New York: Springer.
- Hajimichael, Mike (2011). „Virtual Oasis. Thoughts and Experiences about Online Based Music Production and Collaborative Writing Techniques.“ In: *Journal on the Art of Record Production* 5, <https://www.arpjournal.com/asarpwp/virtual-oasis-%E2%80%93-thoughts-and-experiences-about-online-based-music-production-and-collaborative-writing-techniques> (Zugriff: 8.6.2023).
- Halloran, Mark E. (Hg.) (2017). *The Musician's Business & Legal Guide*. New York: Routledge.
- Harding, Phil (2010). *PWL from the Factory Floor*. London: Cherry Red.
- Harding, Phil (2020). *Pop Music Production. Manufactured Pop and Boybands of the 1990s*. London: Routledge.
- Herbst, Jan Peter/Albrecht, Tim (2018). „The Work Realities of Professional Studio Musicians in the German Popular Music Recording Industry. Careers, Practices and Economic Situations.“ In: *IASPM Journal* 8 (2), S. 18–37.
- Hiltunen, Riikka (2021). *Foresightfulness in the Creation of Pop Music. Songwriters' Insights, Attitudes and Actions*. Dissertation. University of Helsinki.
- Hörl, Erich (2018). „The Environmentalitarian Situation. Reflections on the Becoming-environmental of Thinking, Power, and Capital.“ In: *Cultural Politics* 14 (2), S. 153–173.
- Horst de Cuestas, Katharina (2023). „CODIP-Promotionen.“ Leuphana Universität Lüneburg, <https://www.leuphana.de/zentren/zsl/codip/promotionen.html> (Zugriff: 8.6.2023).
- Hull, Geoffrey P./Hutchison, Thomas W./Strasser, Richard (2011). *The Music Business and Recording Industry. Delivering Music in the 21st Century*. New York: Routledge.
- Jasen, David A. (2015). *Tin Pan Alley. An Encyclopedia of the Golden Age of American Song*. London: Routledge.
- Jones, Mike (2005). „Writing For Your Supper. Creative Work and the Contexts of Popular Songwriting.“ In: *Words and Music*. Hg. v. John Williamson. Liverpool: Liverpool University Press, S. 219–250.
- Kerrigan, Susan (2013). „Accommodating Creative Documentary Practice within a Revised Systems Model of Creativity.“ In: *Journal of Media Practice* 14 (2), S. 111–127.
- Koszolko, Martin K. (2017). „The Giver. A Case Study of The Impact of Remote Music Collaboration Software on Music Production Process.“ In: *IASPM Journal* 7 (2), S. 32–40.
- Laat, Kim de (2015). „Write a Word, Get a Third.“ In: *Work and Occupations* 42 (2), S. 225–256.

- Latané, Bibb/Williams, Kipling/Harkins, Stephen (1979). „Many Hands Make Light the Work. The Causes and Consequences of Social Loafing.“ In: *Journal of Personality and Social Psychology* 37 (6), S. 822–832.
- Latour, Bruno (2007). *Reassembling the Social. An Introduction to Actor-Network-Theory*. Oxford: Oxford University Press.
- Leyshon, Andrew (2009). „The Software Slump? Digital Music, the Democratisation of Technology, and the Decline of the Recording Studio Sector within the Musical Economy.“ In: *Environment and Planning A: Economy and Space* 41 (6), S. 1309–1331.
- Leyshon, Andrew/Webb, Peter/French, Shaun/Thrift, Nigel/Crewe, Louise (2005). „On the Reproduction of the Musical Economy After the Internet.“ In: *Media, Culture & Society* 27 (2), S. 177–209.
- Long, Paul/Barber, Simon (2015). „Voicing Passion. The Emotional Economy of Songwriting.“ *European Journal of Cultural Studies* 18 (2), S. 142–157.
- Long, Paul/Barber, Simon (2017). „Conceptualizing Creativity and Strategy in the Work of Professional Songwriters.“ In: *Popular Music and Society* 40 (5), S. 556–572.
- Marshall, Lee (Hg.) (2014). *The International Recording Industries*. London: Routledge.
- McIntyre, Phillip (2008). „Creativity and Cultural Production. A Study of Contemporary Western Popular Music Songwriting.“ In: *Creativity Research Journal* 20 (1), S. 40–52.
- Miettinen, Reijo (2013). „Creative Encounters and Collaborative Agency in Science, Technology and Innovation.“ In: *Handbook of Research on Creativity*. Hg. v. Thomas Kerry und Janet Chan. Cheltenham: Edward Elgar Publishing, S. 435–449.
- Moorefield, Virgil (2010). *The Producer as Composer. Shaping the Sounds of Popular Music*. London: MIT Press.
- Nasta, Luigi/Pirola, Luca /Wikström, Patrik (2016). „Diversity in Creative Teams. A Theoretical Framework and a Research Methodology for the Analysis of the Music Industry.“ In: *Creative Industries Journal* 9 (2), S. 97–106.
- O'Dair, Marcus (2019). *Distributed Creativity. How Blockchain Technology Will Transform the Creative Economy*. Cham: Springer.
- Osborne, Richard (2017a). „Success Ratios, New Music and Sound Recording Copyright.“ In: *Popular Music* 36 (3), S. 393–409.
- Osborne, Richard (2017b). „Is Equitable Remuneration Equitable? Performers' Rights in the UK.“ In: *Popular Music and Society* 40 (5), S. 573–591.
- Osborne, Richard (2022). *Owning the Masters. A History of Sound Recording Copyright*. New York: Bloomsbury Academic.
- Parti, Heidi (2020). „Future Songwriting.“ Uniarts Helsinki, <https://www.uniarts.fi/en/projects/future-songwriting> (Version vom 13.2.2020, Zugriff: 8.6.2023).

- Pettijohn, Terry/Ahmed, Shujaat (2010). „Songwriting loafing or creative collaboration? A comparison of individual and team written Billboard hits in the USA.“ In: *Journal of Articles in Support of the Null Hypothesis* 7 (1), S. 1–6.
- Powell, Walter W./Snellman, Kaisa (2004). „The Knowledge Economy.“ In: *Annual Review of Sociology* 30 (1), S. 199–220.
- Rosso, Brent D. (2014). „Creativity and Constraints. Exploring the Role of Constraints in the Creative Processes of Research and Development Teams.“ In: *Organization Studies* 35 (4), S. 551–585.
- Sawyer, R. Keith (2003). *Group Creativity. Music, Theater, Collaboration*. Mahwah: L. Erlbaum Associates.
- Sawyer, R. Keith (2012). *Explaining Creativity. The Science of Human Innovation*. Oxford: Oxford University Press.
- Sawyer, R. Keith/DeZutter, Stacy (2009). „Distributed Creativity. How Collective Creations Emerge from Collaboration.“ In: *American Psychological Association* 3 (2), S. 81–92.
- Schiemer, Benjamin/Schüßler, Elke/Theel, Tobias (2022). „Regulating Nimbus and Focus. Organizing Copresence for Creative Collaboration.“ In: *Organization Studies* 44 (4), S. 545–568.
- Seabrook, John (2015). *The Song Machine. Inside the Hit Factory*. London: Jonathan Cape.
- Shepherd, John (2016). *Tin Pan Alley*. London: Routledge.
- Smith, Suzanne E. (2003). *Dancing in the Street. Motown and the Cultural Politics of Detroit*. Cambridge: Harvard University Press.
- Smudits, Alfred (2002). *Mediamorphosen des Kulturschaffens. Kunst und Kommunikationstechnologien im Wandel* (= Musik und Gesellschaft 27). Wien: Braumüller.
- Sternberg, Robert J./Lubart, Todd I. (2002). *Defying the Crowd. Cultivating Creativity in a Culture of Conformity*. New York: The Free Press.
- Strachan, Robert (2017). *Sonic Technologies. Popular Music, Digital Culture and the Creative Process*. New York: Bloomsbury Academic.
- Thompson, Paul (2019). *Creativity in the Recording Studio. Alternative Takes*. Cham: Palgrave Macmillan.
- Thorley, Mark (2019). „The Rise of the Remote Mix Engineer. Technology, Expertise, Star.“ In: *Creative Industries Journal* 12 (3), S. 301–313.
- Tough, David (2017). „An Analysis of Common Songwriting and Production Practices in 2014-2015 Billboard Hot 100 Songs.“ In: *Journal of the Music and Entertainment Industry Educators Association* 17 (1), S. 79–120.
- Tschmuck, Peter (2012). *Creativity and Innovation in the Music Industry*. Berlin: Springer.
- Tschmuck, Peter (2020). „Die Ökonomie des digitalen Musikbusiness.“ In: *Ökonomie der Musikwirtschaft*. Hg. v. Peter Tschmuck (= Musikwirtschafts- und Musikkulturforschung). Wiesbaden: Springer, S. 217–239.

- UCAS – Universities and Colleges Admissions Service (n.d.). <https://wwwucas.com/> (Zugriff: 25.7.2023).
- Wall, Tim (2013). *Studying Popular Music Culture*. Los Angeles: SAGE.
- Walzer, Daniel A. (2017). „Independent Music Production. How Individuality, Technology and Creative Entrepreneurship Influence Contemporary Music Industry Practices.“ In: *Creative Industries Journal* 10 (1), S. 21–39.
- Watson, Scott (2011). *Using Technology to Unlock Musical Creativity*. New York: Oxford University Press.
- Wicke, Peter (2011). *Rock und Pop von Elvis bis Lady Gaga*. München: C.H. Beck.
- Williams, Katherine/Williams, Justin A. (2016). *The Cambridge Companion to the Singer-Songwriter*. Cambridge: Cambridge University Press.
- Williams, Justin A./Williams, Katherine (2017). *The Singer-Songwriter Handbook*. New York: Bloomsbury Publishing.
- Wilsmore, Robert/Johnson, Christopher (2022). *Coproduction. Collaboration in Music Production*. London: Routledge.
- Wolinski, Paul (2017). „Fully Automated Luxury Composition.“ In: *IASPM Journal* 7 (2), S. 8–15.
- Zagorski-Thomas, Simon/Isakoff, Katia/Stévanec, Sophie/Lacasse, Serge (Hg.) (2019). *Art of Record Production. Creative Practice in the Studio*. Abingdon, Oxford: Routledge.
- Zak, Albin (2009). „Getting Sounds. The Art of Sound Engineering.“ In: *The Cambridge Companion to Recorded Music*. Hg. v. Nicholas Cook. Cambridge: Cambridge University Press, S. 63–76.
- Zhao, Shanyang/Elesh, David (2008). „Copresence as ‚Being With‘. Social Contact in Online Public Domains.“ In: *Information, Communication & Society* 11 (4), S. 565–583.
- Zollo, Paul (2003). *Songwriters on Songwriting*. Boston: Da Capo Press.
- Zollo, Paul (2016). *More songwriters on songwriting*. Boston: Da Capo Press.

Audiovisuelle Medien

- Barber, Simon/O’Connor, Brian (2012). *Sodajerker*. <https://www.sodajerker.com/> (Zugriff: 8.6.2023).
- Barger Elliott, Mark (2016). *The Last Songwriter*. <https://lastsongwriter.com/> (Zugriff: 8.6.2023).
- Chambers, Guy (2011). *Secrets of the Pop Song*. London: BBC.
- Chusy (2018). *It All Begins with a Song*. Nashville: Planafilms, <https://itallbeginswithhasong.com/> (Zugriff: 8.6.2023).
- Hirway, Hrishikesh (2020). *Song Exploder*. Netflix (Zugriff 8.6.2023).
- Hodges, Cassidy (2010). *Worth Repeating. A Documentary on Songwriting*. YouTube, <https://www.youtube.com/watch?v=TpJqY7XILjU> (Zugriff: 8.6.2023).

Abstract

This chapter looks at *songwriting camps*, a contemporary collaborative music production space convened by music publishers, record labels, aggregators or collecting societies. Creative professionals with different qualifications come together in these camps to divide the labor of writing songs in an assembly line fashion. Based on a literature review, this chapter provides historical insights and attempts to highlight developments. It discusses key issues around collaborative songwriting to evaluate how recent songwriting camps fit into the practices of popular music songwriting dating back to the early twentieth century. The songwriting profession is characterized by opposites, as is its recent manifestation in camps: Songwriting is fundamentally creative and liberating, but also formulaic and bound by various musical, creative, social, organizational and legal constraints. Commercial songwriting can be personal, expressive and authentic, but usually takes place within structures that are primarily geared towards commercial exploitation and success. Songwriting camps are the most recent manifestation of the assembly line production of popular music and perhaps represent the culmination of these frictions.

Biographische Information

Michael Ahlers ist Professor für Musikdidaktik mit dem Schwerpunkt Populärmusik an der Leuphana Universität Lüneburg. Seine Forschungs- und Lehrschwerpunkte liegen innerhalb der empirischen Musikpädagogik und Popular Music Studies. Aktuelle Arbeiten und Forschungsprojekte fokussieren digitalen Medien, Musik-Interfaces (MIDAKUK, BMBF), digital unterstützte Übeprozesse (CODIP, BMBF), Songwriting Camps im 21. Jahrhundert (DFG, mit Jan-Peter Herbst/AHRC), Resilienzprogramme in der Musikwirtschaft sowie transdisziplinäre Kreativitätsforschung. Kontakt: michael.ahlers@leuphana.de

Jan-Peter Herbst ist Reader in Music Production an der University of Huddersfield, Großbritannien. Derzeit leitet er mehrere geförderte Projekte: „Songwriting Camps in the 21st Century“ (AHRC, 2023-2026 mit Michael Ahlers, Leitung des britischen Teilprojekts), „Heaviness in Metal Music Produktion“ (AHRC, 2020-2023 mit Mark Mynett) und „Extreme Metal Vocals“ (EU Horizon, 2022-2024 mit Eric Smialek). Seine Arbeit konzentriert sich auf verschiedene Facetten der Musikproduktion, -industrie und -performance im Bereich der populären Musik mit einem besonderen Schwerpunkt auf Rock und Metal. Kontakt: j.herbst@hud.ac.uk