

**Protokoll der 1. Anhörung Musicboard  
„Wie gestalten wir die musikfreundliche Stadt?“  
am 25. April 2012 im Abgeordnetenhaus Berlin**

**Björn Böhning**

Ich möchte Sie herzlich begrüßen. Herzlich willkommen im Abgeordnetenhaus zur ersten Anhörung in Sachen Konzeptentwicklung Musicboard Berlin. Ich begrüße zuvörderst die Sachverständigen, die sich bereit erklärt haben, uns profund zu den Rahmenbedingungen für die Musikwirtschaft in Berlin insgesamt Auskunft zu geben. Ich begrüße auch die VertreterInnen von den politischen Parteien. Ich begrüße aber auch Sie, die Sie sich angemeldet haben, um hier mitzudiskutieren, Ihre Beiträge einzubringen zur Entwicklung des Konzepts Musicboard.

Ich möchte zunächst auch Tim Renner und Katja Lucker begrüßen. Katja Lucker ist selbständige Kulturmanagerin. Tim Renner ist als Geschäftsführer von Motor Entertainment GmbH bekannt. Ich habe sie gebeten, in Bezug auf die Konzeptentwicklung und den Dialogprozess, den wir diesbezüglich organisieren, mit zu moderieren und möchte mich dafür an dieser Stelle schon mal ganz herzlich bedanken.

Alle Beiträge, die heute hier geäußert werden, werden dokumentiert. Ich möchte Sie deshalb bitten, in die Mikrophone zu sprechen. Weiter bitte ich die Presse, Zitate, die Sie verwenden wollen, mit den Sachverständigen entsprechend abzustimmen.

Zum Ablauf: Ich werde eine kurze Einführung machen, nach der wir die geladenen Sachverständigen hören. Die haben jeweils fünf Minuten Zeit. Danach gibt es die Möglichkeit zu Nachfragen. Es geht aber um *Nachfragen* an die Sachverständigen, nicht um Diskussion. Die Diskussion folgt in der zweiten Runde, in der Sie als *spontane Sachverständige* zu Wort kommen können. Sie können bei meiner Mitarbeiterin hier vorne bereits Wortmeldungen dazu abgeben.

Ich bitte in der Diskussion, vor allem zum Fragenkatalog Stellung zu nehmen, der mit Vertreterinnen und Vertretern der Musikszene in Berlin insgesamt entwickelt wurde. Es geht

um Rahmenbedingungen für die Musikwirtschaft, für die Musikszene in Berlin. Es geht nicht um jedes Thema der Musik.

Wir haben eine zweite Anhörung, die am 23. Mai zum Thema Nachwuchsförderung stattfinden wird.

Warum gibt es eine solche Anhörung? Wir haben beim Musicboard einen umgekehrten Prozess, wie man es vielleicht sonst von der Politik gewöhnt ist. Wir haben nicht ein Konzept vorgelegt und warten dann auf Stellungnahmen. Das wäre der normale Prozess. Wir gehen den umgekehrten Weg. Wir organisieren erst Anhörungen, Beiträge aus der Szene, Beiträge aus der Wirtschaft, von Musikerinnen und Musikern selbst und werden dann voraussichtlich im September ein Konzept vorlegen.

Eine Anhörung ist natürlich ein klassischer Bestandteil einer solchen Konzeptentwicklung. Ich glaube, wir haben durch die Bandbreite derjenigen, die hier sind, auch deutlich gemacht, dass wir diese Bandbreite auch entsprechend einbinden wollen und auch hören wollen.

Vielleicht einige einleitende Worte insgesamt zum Thema Musicboard:

Die Debatte ist nicht ganz neu. Sie hat sich in den letzten Jahren darauf fokussiert, dass die Rahmenbedingungen für die Musik insgesamt in Berlin verbesserungswürdig sind, dass die Vernetzung verbessert werden sollte, dass auch die vielen kleinen und größeren Probleme, auch in Bezug auf die Ansprache an den Senat, an die Politik, einer Verbesserung bedürfen. Deswegen haben mich die Koalitionsparteien, ausgehend von den Richtlinien des Regierenden Bürgermeisters, damit beauftragt, ein Konzept für die Einrichtung eines Musicboards zu erstellen. Das soll 2013 an den Start gehen. Sofern die Haushälter dem zustimmen, wird eine Million Euro dafür im Haushalt veranschlagt werden. Das Jahr 2012 ist also das Jahr der Entwicklung und das Jahr 2013 das Jahr der Umsetzung.

Es gab bereits erste Gesprächsrunden. Vertreter der Musikszene sind auf mich zugekommen. Es wurde auch im Parlament und in den Ausschüssen bereits darüber diskutiert. Und die Öffentlichkeit spricht auch ausführlich darüber. Dabei haben sich schon einige Schwerpunkte herauskristallisiert. Es geht um Pop-Musik und darum, in Berlin die richtigen Rahmenbedingungen zu schaffen, um eine musikfreundliche Stadt zu gestalten, die jeder versteht, die fördert statt verhindert. Und wo das Land Berlin dafür einiges tun kann, möchte es das tun.

Es geht um Vermittlung und Kommunikation. Es gibt Förderung in Berlin. Es gibt verstreute Förderung. Es gibt vor allem eine Unklarheit darüber, wer für was ansprechbar ist in der Szene. Deswegen ist sicherlich eine Aufgabe, die immer wieder an uns herangetragen wird, eine Ansprechpartnerin oder einen Ansprechpartner zu etablieren, einer, eines – um in der Sprache zu bleiben – Musikbeauftragten für die Stadt, der in diesen Bereichen vermitteln, Knoten lösen kann, unter Umständen weiterhelfen kann.

Wir wollen aber natürlich auch Förderung anschieben. Hier geht es insbesondere um die Förderung von Kooperationen am Standort, weniger – ob gar nicht, wäre zu diskutieren – die Förderung von Institutionen, weil es in Berlin in der vielfältigen Landschaft, die wir haben, in der Dimension, die wir in der Stadt haben, sinnvoll ist, wenn sich mehrere zusammenschließen, um Dinge umzusetzen, wie das zum Beispiel in der Music Week der Fall ist, wo viele an einem Tisch sitzen, viele Dinge zusammengebracht, unter ein gemeinsames Dach gestellt werden. Das sind Dinge, die erfolgreich laufen und die wir ausbauen wollen.

Und es gibt einen offenen Punkt, den wir am 23. Mai hier wieder diskutieren werden, die Frage, ob ein Musicboard auch Nachwuchs fördern soll, das heißt: Nachwuchs im Bereich Musik, Nachwuchs im Bereich der Produktion, durch Proberäume, durch Subventionierung von Slots für Nachwuchs usw. usf. ist zu diskutieren, allerdings dann auf der nächsten Anhörung.

Über den Sommer werden wir die Veranstaltung dokumentieren und ein Konzept entwickeln, unter anderem auch mit einer Förderrichtlinie. Im September nach der Sommerpause wollen wir das Konzept seitens des Senats vorlegen und in den Gremien diskutieren.

Wir treten nun in die Anhörung ein und beginnen mit Konrad von Löhneysen. Er ist Gründer der Embassy of Music, ehemals Ministry of Sound. Er wird aus dem Blickwinkel der Musikwirtschaft als Unternehmer zu den Fragen Stellung nehmen.

### **Konrad von Löhneysen**

Ich bin geschäftsführender Gesellschafter von Embassy of Music seit elf Jahren hier in Berlin. Ich habe vor anderthalb Jahren die Company umbenannt. Bis dahin waren wir Ministry of Sound. Das war das englische Label. Die waren bis vor drei, vier Jahren auch als Gesellschafter dabei. Ich arbeite mit denen aber auch noch zusammen. Aber dadurch, dass die Künstler, die bei uns unter Vertrag sind, doch ein bisschen weiter sind als das, was nur Ministry of Sound repräsentiert, habe ich die Firma in Embassy of Music umbenannt.

Wir sind ein relativ klassisches Tonträgerunternehmen. Wir decken eigentlich alle Bereiche ab, die auch ein so genannter Major abdeckt, außer dem physischen Vertrieb. Wir haben keine Lastwagen, die von A bis B fahren, und haben auch kein Presswerk. Ansonsten habe ich bei mir in der Firma sämtliche Wertschöpfungsketten eines Tonträgerlabels – von der Auswahl der Künstler zur Promotion, zum Marketing, Digitalvertrieb, Buchhaltung, Abrechnung etc.

Der Bereich der Künstler, den wir abdecken, ist relativ breit. Es geht von Crazy Frog bis zu Carla Bruni oder, wie es ein Redakteur vom NDR gesagt hat, *Sie haben die Frau und ihren Mann unter Vertrag*. Wir sind in Berlin seit 11 Jahren.

Warum bin ich nach Berlin gegangen? Für mein Geschäft muss ich nicht in Berlin sein. Wir haben viele internationale Partner. Wir haben Künstler, die aus ganz Deutschland kommen, aber auch einige aus Berlin. Als wir in unser jetziges Büro gezogen sind, war die Berliner Außenstelle von MTV noch im gleichen Gebäude, die da zwei Sendungen produziert haben. Später ist Jamba eingezogen. Die waren da mit 250 Mann. Dann wurden sie Corporate und sind da wieder weggegangen. Heute sind in dem gleichen Haus KKT, die Tourfirma von den Toten Hosen, die auch für die Ärzte, die Beatsteaks, die Einstürzenden Neubauten oder Fettes Brot arbeitet. Im gleichen Gebäude ist Beatport, eine Firma aus Denver, der größte Digitalshop für elektronische Musik. Bei uns im Haus ist Berlin-Festival, INTRO, Melt, das ist die Unternehmensgruppe Hörstmann, die das INTRO rausgibt, Melt, die das Berlin-Festival veranstaltet.

Bei uns im Haus sind zwei Managementfirmen, die internationale Acts wie Apocalyptica oder Heather Nova managen oder auch Culcha Candela. Wir haben zwei weitere Werbeagenturen, die sich viel mit Musik beschäftigen. Wir haben unseren eigenen Digitalvertrieb usw.

Es ist also eine ziemlich gewachsene Infrastruktur von mittelständischen Unternehmen. Wenn ich die Themen, die man in Berlin im Zusammenhang mit Musik hört, heißt es immer, *ah, es war eine extrem wichtige Entscheidung, dass irgendwann MTV nach Berlin gegangen ist*. Ich glaube, es war 2004. Universal ist 2002 nach Berlin gegangen. Wir sitzen da schräg gegenüber. Wenn ich mir aber die ganzen Unternehmen, die bei uns im Haus sind, angucke, da zu kommt auch noch FluxFM als Radiosender, ich glaube, es sind doppelt so viele Arbeitsplätze bei uns als bei MTV.

Ich glaube, was die Musikwirtschaft in Berlin auszeichnet, ist genau dieser heterogene Mikrokosmos, wie er in unserem Gebäude stattfindet, wo man teilweise zusammenarbeitet,

wo aber Geschäft aus Berlin heraus deutschlandweit oder weltweit betrieben wird. Ich glaube, das ist es, was oft zu kurz kommt. Das eine ist die Corporate, hier ist Anschütz mit O<sub>2</sub>-World, hier ist MTV und Universal, was ja auch alles richtig ist, können sie auch machen. Das Zweite sind, auch extrem in der Außendarstellung, die Clubs. Die sind auch alle gut. Die sind europaweit oder weltweit Ausstellungsstücke von Berlin, wenn es ums Watergate, ums Berghain oder die Panorama-Bar geht. Aber was in meinem direkten Umfeld ist, ist das, was ich unter Musikwirtschaft heute verstehe, eben eine komplette Abdeckung von den verschiedensten Bereichen der Musikwirtschaft.

Ich habe auch eine Managementfirma, die bei uns im Haus sitzt, und ich bin auch an Flux FM beteiligt. Ich sehe mich als Unternehmer im Bereich der Musikwirtschaft.

Zum Fragenkatalog: Was sind die Anforderungen? Ich glaube, dass es wichtig ist, klare Strukturen, klare Ansprechpartner zu haben. Wie gehen die Entscheidungswege? Was muss ich machen?

Ich habe – ehrlich gesagt – bei den ganzen Aktivitäten, die ich mache, oder den Firmen, die ich gegründet habe, noch nie eine Förderung beantragt, weil ich einfach nicht wusste, wie und wo und weil ich auch niemanden hatte, der es mir erklärt hat. Ich hätte es bestimmt rausfinden können. Das ist auch garantiert meine eigene Doofheit, aber ich glaube, wenn wir das Musicboard machen, müssen wir wissen: Wer sind die Leute? Die müssen kompetent sein. Das muss relativ einfach sein und die Entscheidungen müssen relativ schnell fallen.

Die andere Frage: Was kann man sich vorstellen, was gefördert werden sollte?

Nachwuchs ist eine separate Diskussion. Es geht jetzt auch nicht darum, einzelne CDs oder Veröffentlichungen zu fördern. Wo Bedarf ist, ist einerseits noch mal in Richtung Infrastruktur. Es fängt auch bei so was wie Administration an. Ich weiß das von vielen kleinen Labels. Ich vertrete im Bundesverband Musikindustrie ca. 350 unabhängige Tonträgerfirmen, solche wie mich selbst eben. Ich weiß das von vielen kleinen Firmen, die über ganz Deutschland verstreut sind, dass im Bereich Administration, von Buchhaltung bis zu Abrechnungen, immer wieder Bedarf ist. Wir bieten teilweise Sachen bei uns über den Verband selbst an, kleine Geschichten – verbilligte Hotelkonditionen, Mietwagen etc. So tief braucht man da nicht einsteigen. Es muss etwas sein, was wirklich die aktive Musikwirtschaft, die in dem Bereich auch Künstler aufbaut, unterstützt.

Einen anderen Punkt finde ich interessant, wo Unternehmen, die in dem Bereich in Berlin arbeiten, Unterstützung brauchen könnten, sind ganz klar die Medien. Wir sind die

Hauptstadt Deutschlands. Wir sind auch die Musikhauptstadt Deutschlands. Wir sind aber nicht die Medienhauptstadt Deutschlands. Wenn ich einen Künstler von mir, eine Künstlerin nach Deutschland hole, Robyn aus Schweden, dann hole ich die nach Berlin, weil sie hier die meisten Leute anzieht. Die verkauft dann das Astra zweimal hintereinander aus. Aber um dann eben gleichzeitig einen Effekt auch in den Medien zu haben, im Radio und im Fernsehen, muss ich die genauso nach München, nach Köln und nach Berlin schicken. Da sitzen hauptsächlich Fernsehsender, Presse, Radio ist sowieso dezentral.

Es ist ja hier drin kurz beschrieben, auch eine Verstärkung von Kontakten für Musiktreibende oder Musikwirtschaft in Berlin zu Medien, die eben nicht in Berlin sitzen, egal, ob das der Privatrundfunk, der öffentliche Rundfunk oder Presse, Fernsehen ist. Das halte ich für eine sehr, sehr sinnvolle Sache. Klar, die gucken alle nach Berlin und sind auch neidisch und sagen, ihr seid ja so wichtig, aber dass man denen trotzdem auch zeigt, wie vielfältig und kreativ das hier ist, fände ich zum Beispiel einen sehr guten und interessanten Ansatz.

Danke.

### **Moderation**

Herzlichen Dank. Ich bitte nun Christian Morin von Headquarter Entertainment, den Fokus auf das Thema Export und Kontakte bzw. Kooperationen zu legen.

### **Christian Morin**

Hallo, ich bin Besitzer der Firma Headquarter Entertainment. Weiterhin mache ich noch das Musikprogramm in der Volksbühne und habe daher einen Blick aus sehr unterschiedlichen Blickwinkeln auf die Musik. Ich bin relativ kurzfristig zum Thema Export geraten, weil ich Thomas Mohr vertrete, der hier ausgefallen ist. Ich habe mir versucht anzugucken, was das Thema Export in meiner persönlichen Geschichte bedeutet hat.

Als ich 1997 die Agentur gegründet habe, sind wir zusammen mit sehr vielen Musikern, die plötzlich als deutsche Musiker angefangen haben, zumeist elektronische, experimentelle Musik in Verbindung mit Pop zu machen, entstanden. Zu dem Zeitpunkt haben sich die meisten Agenturen eigentlich nur für amerikanische oder angloamerikanische Musik interessiert. Kein Mensch interessierte sich für diese Künstler.

Wir haben dann mit diesen Künstlern relativ schnell im Ausland Erfolg gehabt, viel mehr als in Deutschland, weil die Musik, die dort entstanden ist, aus bestimmten Gründen im Ausland wesentlich interessanter war. Ich habe mal einen Artikel rausgesucht, den ich ganz interessant fand. Der ist von 98 aus dem Village Voice in New York. Da geht es um die

Berliner Gruppe To Roccoco Rot, mit der ich seit langem zusammenarbeite. Der Artikel heißt Bock-Bock. Er beschreibt, wie Freunde des Autors aus Dublin versuchen, die Musik, die dort von der Gruppe gemacht wurde, zu imitieren und die Geräusche, weil es für die Amerikaner zu dem Zeitpunkt etwas komplett Fremdes war, dass jemand Musik macht zwischen Techno, Krautrock und vielleicht experimentellen Kompositionen von Stockhausen.

Warum ich das erzähle, hat einen bestimmten Grund. Das hatte plötzlich eine kulturelle Relevanz im Zielgebiet. Ich glaube, beim Export macht es keinen Sinn, wenn man versucht das zu exportieren, was in den Ländern, in die man was exportieren will, sowieso schon vorhanden ist. Es gibt sicher viele tolle deutsche Rockbands. Die machen aber sicherlich in Amerika keinen Sinn. Ich glaube, wenn man den Export fördern will, dann braucht man vor allen Dingen eine Expertise dazu, was man überhaupt exportieren will. Dort ist es wichtig, wenn Musicboard so was machen will, dass man auf die Kenntnisse der Branche zurückgreift. Gerade in Berlin gibt es ja sehr viele Plattenfirmen, Musikproduzenten, die sich damit beschäftigen und die auch relativ Erfolg im Ausland haben.

Wenn ich mir angucke, gerade im Bereich der elektronischen Musik, wie Pitch Control oder Morr Music, City Slang, was auch immer, die haben sehr viele Künstler, die im Ausland Erfolg haben. Und es gibt Gründe, warum die im Ausland Erfolg haben, weil sie nämlich etwas machen, was originell und originär ist und eine Identität verkörpert, die man vielleicht in den Gebieten, in die man exportiert, so nicht kennt.

Da sollte man sehr viel Wert drauf legen, dass man genau diese Sachen fördert. In letzter Zeit ist ja sehr viel vom Export, auch wenn man sich andere Länder anguckt, von so genannten nationalen Kulturinstituten gemacht worden, die versucht haben, Künstler nach regionalen Gesichtspunkten zusammenzubringen und dann eben einen skandinavischen Abend zu machen, einen französischen Abend zu machen, was weiß ich. Ich glaube, dass das nicht der richtige Weg für Export ist, sondern dass man die Künstler – je nach dem, was sie für Spezifikationen haben und was sie für einen Stil vertreten – an lokale Szenen andocken muss, die vielleicht ähnliche Ästhetiken vertreten. Das finde ich eine relativ wichtige Maßgabe für Export.

Es sollte auch der Künstler im Vordergrund stehen. Es sollte nicht nur darum gehen, dass die Verwerter von Musik, also die Firmen, die sich mit dem Export beschäftigen, Unterstützung kriegen, sondern auch der Künstler in seiner Rolle gefördert wird.

Zu den Rahmenbedingungen für Export gehört natürlich auch, dass – wenn man was exportieren will – man erstmal was produzieren muss. Das heißt, die Rahmenbedingungen

zum Produzieren gehören ganz relevant mit dazu, so dass man in der Lage ist etwas zu exportieren, das auch eine Qualität hat. Da finde ich die Position des Künstlers – auch in der Gesellschaft, mit dem, was er verdient, wie kann er sich in der Gesellschaft überhaupt über Wasser halten, wie ist seine Altersversorgung, all diese Fragen – auch relevant, weil jemand, der nicht in diesen Rahmenbedingungen produzieren kann, auch nichts zustande bringen wird, was sich exportieren lässt.

Des Weiteren – und damit bin ich durch meine Arbeit am Theater auch immer konfrontiert – ist da die Trennung in Hochkultur, die als kulturelle Äußerung verstanden wird, und populärer Musik, die – ich würde mal sagen – momentan noch als eine Art Entertainment-Ware begriffen wird. Ich glaube, ich bin mit meiner Arbeit eigentlich immer mit einem Bohrer am arbeiten und versuche diese Grenzen zu durchbohren. Ich glaube, sie müssen fallen, dass eben auch Teile der populären Musik als kulturelle Äußerungen verstanden werden, die genauso schützens- und förderungswert sind wie das, was wir im Moment als Hochkultur bezeichnen.

Ich denke, dass der wirtschaftliche Aspekt natürlich nicht außen vor sein darf, aber es muss immer auch klar sein, wir haben es mit Kultur zu tun. Es gibt auch Kritik an jeglicher Art von Popmusikförderung, die sagt: Förderung von Popmusik ist sozusagen Wirtschaftsverzerrung. Die geht von einem Begriff aus, der Popmusik auf seine reine Warenhaftigkeit reduziert. Ich glaube nicht, dass wir damit weiterkommen, sondern es muss klar sein, dass, wenn wir für Berlin sprechen, man aus einer Stadt heraus Rahmenbedingungen schaffen muss, um Musik, Künstler, Firmen zu helfen, in anderen Regionen, Städten, Ländern erfolgreich zu sein und etwas machen zu können, und dass es auch um kulturelle Äußerungen geht.

Eine Sache noch als kleiner Zusatz ist, dass ich denke, wenn man es wieder auf die Firmen zurückführt, dass man im Export nicht den Fehler machen darf, auf der Firmenseite nur das zu fördern, wo man sagt, hier sind die Künstler, die in Berlin leben. Wenn man es auf der Firmenseite sieht, ist auch die Plattenfirma, die Agentur, die es schafft, einen japanischen Künstler aus Berlin heraus zu vermarkten und zu exportieren, genauso wichtig in dem Exportthema und sollte auch nicht unter den Tisch fallen.

### **Moderation**

Herzlichen Dank, insbesondere auch, dass Sie darauf hingewiesen haben, dass man in Bezug auf den Export auch die lokalen Märkte oder kulturellen Gegebenheiten berücksichtigen muss. Mir fiel dabei das Beispiel von Hamburg ein, die derzeit – glaube ich – mit allen Bands, die sie haben, um die Welt jetten und dann meist vor leeren Sälen spielen lassen. Das bringt natürlich dann nicht unbedingt etwas.



Ich habe eine konkrete Nachfrage: Sie haben angesprochen, dass insbesondere in Bezug auf die Förderung im Exportbereich die Einbindung der lokalen Expertise stattfinden soll. Wie stellen Sie sich das konkret vor? Über eine institutionelle Anbindung an so etwas, wie Musicboard oder soll ein Netzwerk geschaffen werden? Sollen bestehende Netzwerke genutzt werden? Haben Sie da vielleicht eine Idee?

Gibt es weitere Nachfragen?

### **Jan Opoczynski**

Ich bin hier als Musiker. Es wurde kurz angeschnitten, dass die Lebensgrundlage der Musiker auch Grundlage dafür ist, dass sie exportfähiges Material sozusagen herstellen. Leider war das aber sehr allgemein formuliert. Ich glaube, vielleicht haben Sie ja auch noch konkretere Vorschläge zu diesem Punkt.

### **Christian Morin**

Vorschläge: Ich glaube, auf Spiegel gab es neulich so eine YouTube-Animation, was ein Künstler eigentlich verdient. Die fand ich ziemlich gut. Ich glaube, man macht sich das manchmal nicht klar, wie viel Platten man eigentlich verkaufen muss und wie viele Konzerte man spielen muss mit welcher Gage, um wirklich so einen gesamten Apparat am Laufen zu halten – und das nicht nur über ein, zwei, drei Jahre, wo man vielleicht hipp ist, sondern darauf eine Lebensgrundlage aufzubauen. Das finde ich relativ wichtig, weil die Position des Künstlers auf Dauer in der Gesellschaft eigentlich nicht diskutiert wird.

### **Jan Opoczynski**

Es soll auch keine Diskussion sein, sondern nur eine Nachfrage. Ich möchte auch keine Diskussion anstoßen. Es hat ein bisschen einen utopischen Ruch, aber für das, was der Künstler herstellt, ist ja auch der Müßiggang nötig. Darüber wird gelacht, aber es ist ja eine Realität. Irgendwie muss es möglich sein, dafür einen Raum innerhalb der Existenzsicherung zu schaffen. Das ist, was ich da noch ranhängen möchte.

### **Moderation**

Ich hatte noch nach der Einbindung der Expertise gefragt.

### **Christian Morin**

Es gibt in Berlin Branchenzusammenschlüsse wie Berlin Music Commission, in der ich auch selber Mitglied bin, wo – ich glaube – sich relativ viel Expertise und viele Firmen sich versammeln. Ich glaube, man muss diese Expertise nutzen und man kann sicherlich auch die Expertise von erfahrenen – wenn man nur den Bereich Export sieht – Exporteuren

nutzen, um vielleicht jungen Leuten, die damit anfangen, die entsprechenden Dinge zu vermitteln.

Ich denke, Wissen weitergeben, ist nie schlecht, auch wenn man sich natürlich in den Bereichen bewegt, wo man natürlich auch als Konkurrent auftritt. Da ist es natürlich manchmal vielleicht auch schwierig. Was will man da eigentlich weitergeben? Aber das ist, glaube ich, kein schlechter Ansatz. Ich glaube, die entsprechenden Personen oder Zusammenschlüsse, Firmen gibt's ja auch in anderen Bereichen und Ländern. Da muss man Firmen und Menschen, die damit anfangen, einfach helfen.

Ich kann mich erinnern: Als ich damit angefangen habe, wir wussten überhaupt nix. Wir haben so viele Fehler gemacht und so viel Unsinn gemacht und das auch teilweise ohne jegliches Kapital, ohne irgendwas, ohne Wissen, ohne Geld, und haben uns einfach durchgewurschtelt. Wenn man da Hilfe kriegt, das kann manchmal eine kleine finanzielle Hilfe sein, jeder Flug kann manchmal helfen, wenn man anfängt, jeder Kontakt kann weiterhelfen, wenn man anfängt.

### **Moderation**

Drei Fragen würde ich jetzt noch ran lassen. Dann wollen wir zum nächsten Sachverständigen gehen.

### **Tim Thaler**

Das Medium ist Berlin FM. Schönen guten Tag in die Runde. Eine konkrete Nachfrage sowohl zu dem Herrn von Löhneysen, wie auch dem Herrn Morin. Beide nannten die Schwierigkeit, dass es an Ansprechpartnern fehlt. Das höre ich sehr häufig, weil ich auch diesbezüglich wegen dem Musicboard bei den einzelnen Kollegen rumfrage, was so fehlt.

Was mich ein bisschen wundert, ist, dass beide als Vertreter von Firmenstrukturen hier sitzen und sagen, dass – beispielsweise Herr von Löhneysen hat Robyn angegeben, durchaus ein kommerzielles Produkt – so etwas kommt, um das vermarkten zu können oder um es in die Presse nach München oder nach Berlin zu geben, oder jetzt auch Herr Morin...

**Einwurf Moderation** Würden Sie eine Frage stellen?

Ja, dass es im Endeffekt um Firmen geht. Das heißt, da sind Mitarbeiter, die sollten diese Kontakte ja rausfinden und kennen. Das sind ja kommerziell arbeitende Firmen in diesen Strukturen. Da frage ich mich: Warum brauchen diese Firmen denn noch in irgendeiner

Weise eine Förderung über ein Musicboard, um Kontakte besser herzustellen, wenn sie dafür Mitarbeiter haben, die sie dafür bezahlen.

### **Moderation**

Ich weise darauf hin, dass die Vertreter nicht hier sind, um zu sagen, was das Musicboard machen soll oder lassen soll, sondern dazu Stellung zu nehmen, was für Rahmenbedingungen für die Musikwirtschaft und für den Musikbereich in Berlin insgesamt zu verbessern wäre.

### **Iven Hausmann**

Ich bin Musiker und wollte nachfragen: Habe ich Sie richtig verstanden, dass Sie als Export bezeichnen, wenn eine Berliner Agentur einen japanischen Künstler ins Ausland vermittelt?

### **Moderation**

Klare Frage, herzlichen Dank. Herr Lauer.

### **Christopher Lauer**

Ich habe eine Frage an Sie, Herr Böhning. Vielleicht können Sie mir die beantworten: Wie kommt es eigentlich, dass hier eine Anhörung des Senats im Abgeordnetenhaus von Berlin stattfindet? Die Kollegen von Bodi Bill haben ja schon gesagt, sie wären erst zum Roten Rathaus gerannt, wo man so eine Veranstaltung ja vermuten würde.

Wie kommt es eigentlich, dass weder die Abgeordneten, die das ja vielleicht auch interessieren würde, darüber informiert wurden, noch die Referenten der entsprechenden Ausschüsse, also weder die Referenten des Kulturausschusses, noch des EuroBundMedien Ausschusses, wo Sie noch im Kulturausschuss vollmundig angekündigt haben, dass alle Akteure einbezogen werden in diese Planung.

Wir haben das heute über diese lustige Anzeigetafel dort unten im Haus erfahren, dass es hier eine Veranstaltung gibt. Anscheinend wurden andere Leute irgendwie per Mail oder über irgendeinen anderen Verteiler eingeladen.

Warum findet das jetzt hier statt? Warum wurden die Abgeordneten nicht informiert? Welchen Eindruck möchten Sie hiermit erwecken?

### **Moderation**

Das waren jetzt insgesamt fünf Fragen.

## **Christopher Lauer**

Das ist mir egal (unverständliches Durcheinander). Sie können mich auch wegdrücken. Das geht mit dem Mikro.

## **Moderation**

Das will ich aber gar nicht. Ich hoffe, dass es beim Thema Musicboard nicht um einen parteipolitischen Streit geht. Zweitens gibt es im Roten Rathaus keine Anhörungsräume. Drittens war das Abgeordnetenhaus so nett, uns diese Räumlichkeiten zur Verfügung zu stellen, wofür ich mich sehr bedanke.

Viertens: Die Einladung ist erfolgt über Berlin.de, das heißt, über eine öffentliche Ankündigung, die jeder wahrnehmen kann.

Fünftens: Im Ausschuss BundEuroMedien, der zuständig ist für das Musicboard, wurde diese Veranstaltung angekündigt.

Herr von Löhneysen, bitte zu den Fragen.

## **Konrad von Löhneysen**

Natürlich macht es keinen Sinn, dass wir jetzt Künstler, die aus dem Ausland sind, hier über landeseigene Mittel fördern. Es war nur ein Beispiel. Ich hätte natürlich genauso gut einen Künstler oder eine Künstlerin oder eine Band aus Berlin nennen können. Mir ging es in dieser Aussage darum, dass eben diese sehr aktive Berliner Musikszene, um da einen Künstler, der eben hier vielleicht bekannt ist, helfen kann, eben mit überregionalen Medien, die eben teilweise nicht in Berlin sitzen, in Kontakt zu kommen. Und wenn jetzt zum Beispiel aus Aktivitäten des Musicboard eine Veranstaltung wäre, wo man eben bundesweite Multiplikatoren einlädt und eben geneigte oder gern geförderte Bands oder Künstler aus Berlin präsentieren würde, dann würde es diesen Künstlern oder den dazugehörigen Firmen eben helfen.

Der Kollege ist jetzt weg: Welche Musik ist denn kommerziell? Wenn ich keine Platten verkaufe, kann ich meine Mitarbeiter nicht bezahlen. Ich weiß nicht, was der Unterschied zwischen kommerzieller Musik und anderer Musik ist. Ich kann nicht davon leben, dass wir nur Downloads verschenken oder so was. Für mich ist dann eine Musik kommerziell, wenn jemand dafür Geld bezahlt. Nur dann kann ich meine Mitarbeiter bezahlen oder meine Miete bezahlen. Deswegen verstehe ich den Unterschied nicht, was kommerzielle Musik ist und was nicht.

## **Christian Morin**

Ich sage noch was zu dem Japaner. Ich glaube, die Franzosen haben damit angefangen, dass sie als Export auch verstanden haben, wenn eine französische Firma es geschafft hat, eine Produktion oder eine Gesamtvertretung für einen Künstler, der nicht aus Frankreich war, für Europa zu vertreten und haben das auch dann angefangen, das eben als ihren eigenen Export zu vermarkten. Das finde ich richtig.

## **Moderation**

Wir kommen zum nächsten Sachverständigen. Ich begrüße ganz herzlich Olaf Kretschmar, allgemein bekannt als Gemse, glaube ich, Geschäftsführer der Berlin Music Commission. Ich freue mich, dass du da bist.

## **Olaf Kretschmar**

Schönen guten Tag. Das Musicboard bewegt zwar noch nicht die Musik, wohl aber die Gemüter – und teilweise hitzig. Das ist gut so. Es wird viel über das Musicboard gesprochen. Unser interner Diskurs währt schon etwas länger. Die Musiknetzwerke haben im Jahr 2010 eine Kampagne gegründet, Musik 2020, zur Entwicklung des Musikstandortes Berlin und im Rahmen dieser Kampagne die Idee eines Musicboards entwickelt und eine kleine Konzeptskizze in die Politik eingebracht.

Da gibt's viele Übereinstimmungen, manche Unterschiede. Also, Marketingsupport für die Akteure ist wohl noch nicht vorgesehen. Das müsste man diskutieren.

Das Musicboard ist aus unserer Sicht in der Tat ein Instrument der Wirtschaftsförderung. So war es gedacht. Ich hoffe, es gibt nicht gleich beim ersten Satz einen Sturm der Entrüstung. Hier geht es uns nicht um eine Ökonomisierung der Musik, sondern um eine Verbesserung der Rahmenbedingungen für kleine und mittlere Unternehmen und die Künstler, also, dass die Akteure von der Musik leben können.

Das heißt für uns, dass Funktionen unterstützt werden, die die Einzelakteure nicht leisten können, die aber für ihre strategische Weiterentwicklung und die des Standorts insgesamt unerlässlich sind. Eines der Ziele des Musicboards ist für uns in der Tat die Sicherung der musikwirtschaftlichen Infrastruktur, ja, klar, aber eben mit Blick auf deren Zukunftsfähigkeit – also nicht Zuschüsse in defizitäre Geschäftsmodelle mit der Gießkanne, sondern die Akteure fit machen für die Zukunft. Das wäre so unsere Richtung.

Weitere Aufgabenbereiche des Musicboards: internationales Marketing für Akteure, Nachwuchsförderung, Professionalisierung, Aus- und Weiterbildung wäre so ein Block. Der

nächste Block wäre Marktforschung, Potenzialanalyse, neue Geschäftsmodelle, Musik und IT. Das fassen wir so mit dem Begriff Forschung und Entwicklung – ein bisschen hochtrabend – zusammen, und natürlich eine Verbesserung der Stadtentwicklungspolitik.

Für den organisatorischen thematischen Zuschnitt des Musicboards hat dieser Ansatz diverse Konsequenzen. Die erste Konsequenz ist wahrscheinlich Öl ins Feuer: Eine explizite Künstlerförderung hatten wir in der Tat für das Musicboard so nicht vorgesehen. Gleichwohl ist das natürlich eminent wichtig, aber da gibt es ganz gute funktionierende Förderstrukturen. Die sind aus unserer Sicht zwingend zu erhalten und sie gehören aufgestockt. Da ist das Denken mit der Hochkultur. Da muss man mal so einen Annäherungsprozess in Gang setzen.

Für das Musicboard wäre die Aufgabe, eine bessere, übersichtlichere Abbildung der unterschiedlichen Fördermöglichkeiten zu entwickeln. So stellt sich auch für uns das grundlegende Vorgehen dar. So würden wir verfahren.

Also, im ersten Schritt gucken: Was gibt es? Was funktioniert sehr gut? – Das erhalten und stärken und im zweiten Schritt schauen, wo sind Lücken. Wo werden Themen nicht bespielt, darüber diskutieren, das quasi an das Musicboard andocken und den Zusammenhang organisieren. Was jetzt wahrscheinlich niemand will, ist eine neue Zentralbehörde Musik.

Eine zweite Konsequenz: Aus unserer Sicht kann das Musicboard seine umfassenden Aufgaben nur wahrnehmen als eigenständiges und unabhängiges Subjekt. Also, das ist mit der Politik zwar eng verzahnt, kooperiert, aber es sollte von den Branchenakteuren gesteuert werden – wie zerstritten die auch immer sein mögen, aber das ist ein wichtiger Diskurs. Da werden wichtige Entscheidungen auch ausgefochten.

Warum? Die Themen, über die wir uns hier verständigen, werden sich in ihrer Relevanz wahrscheinlich ändern. Wir werden wahrscheinlich in zwei Jahren aus dem Markt, aus der Realität, keine Ahnung, aus dem Wirken des Musicboards heraus neue Themen haben. Das Musicboard muss sich inhaltlich flexibel aufstellen. Und diese Themenevaluierung muss aus unserer Sicht aus der Branche kommen. Dafür brauchen wir einen Modus. Dafür müssen wir eine Struktur entwickeln, wie das funktionieren kann.

Der dritte Punkt: Es ist auch so, dass ein Musicboard nicht alle Aufgaben leisten kann, die jetzt formuliert werden. Zumindest braucht man eine zweigliedrige Struktur – auf der einen Seite Musicboard, auf der anderen Seite ein Musiknetzwerk, wie auch immer das aussieht.

Aber diese Zweigleisigkeit ist, glaube ich, nötig. Und man muss den Zusammenhang definieren.

Ich würde gern kurz was zu den Branchennetzwerken sagen: Vorangestellt, in Berlin sind in der Tat, das kennt ihr, alle Segmente der musikwirtschaftlichen Wertschöpfung präsent und auch viele Genres populärer Musik. Die Stadt ist vor allen Dingen auch stark in den Nischen, die sich, das ist aber vielleicht ungerechtfertigt, so am besten im Schlagschatten der elektronischen Musik bewegen, aber vielfach auch gar nicht so wahrnehmbar sind. Das entscheidende Wachstumspotenzial für die Berliner Musikwirtschaft liegt aus unserer Sicht in der besseren Vernetzung, in dieser dezentralen Branchenstruktur.

Vernetzung ist wieder eine Kernkompetenz der Netzwerke, das sagt der Name. Daran arbeiten wir seit vielen Jahren. Wir haben ein Einzugsgebiet von 400 Firmen. Das sind in der Tat nicht alle, aber ist nicht unmaßgeblich und vielleicht schon mal ein Ansatz. Die Netzwerke sind zugleich auch eine effektive Interessenvertretung von Branche in Richtung Politik. Es ist richtig, es gibt Bereiche, die sind da nicht abgedeckt. Das muss man organisieren.

Außerdem haben wir als Netzwerk eine lange Erfahrung mit Förderinstrumenten und den damit zwangsläufig einhergehenden Haken und Ösen. Wir haben eine lange Erfahrung mit der Verknüpfung von Förder- und Wirtschaftskontext, vor allem aber eine lange Erfahrung mit der Entwicklung von Gemeinschaftsprojekten. Darum wird es ja auch gehen. Das ist quasi unser Alltagsgeschäft. Wir haben ein großes Portfolio an unterschiedlichen Projekten aufgebaut. Das ist in manchen Punkten deckungsgleich mit Themen des Musicboards, also, Weiterbildung, Nachwuchs, Professionalisierung, internationales Marketing. Da hat die BMC eine Kampagne „Summer of Berlin“. Wir organisieren Messebesuche, vernetzen Akteure international. Wir organisieren Branchenevents, Networking-Formate, Musik mit anderen Kreativwirtschaftssegmenten, kümmern uns um Musik und IT, neue Geschäftsmodelle usw. Allein die BMC steuert 20 eigene Gemeinschaftsprojekte.

Zu den vielen Themen, die aktuell diskutiert werden, bringen die Netzwerke eine umfassende und langjährige Expertise ein. Wie gesagt, ich würde dringend raten, diese in das Musicboard zu integrieren.

Zusammenfassung:

Erster Punkt: Musicboard ist kein Allheilmittel. Es wird nicht gelingen, alle Themen und Aufgaben von einer Struktur umsetzen zu lassen. Parallel zum Förderinstrument braucht es

eine Netzwerkstruktur für die Aufgabenbereiche Kommunikation, Vernetzung, Bündlung der Akteure, Interessenvertretung und eine Definition der Arbeitsteilung zwischen Netzwerk und Musicboard.

Zweiter Punkt: Die Wissenschaft sagt, das Wertschöpfungspotenzial, die kreative Leistungsfähigkeit einer hoch vernetzten Musikwirtschaft ist ungleich höher als bei einer in traditionellen Strukturen. Das beschreibt ungefähr unsere globale Aufgabenstellung. Die Potenziale dieses Musikstandorts sind riesengroß, gewaltig. Wir haben sie bis jetzt nur ansatzweise gehoben. Meines Erachtens steht das Musicboard in dieser Herausforderung. Es kann nicht darum gehen, möglichst viele Leute ruhig zu stellen und neue Leuchtturmprojekte zu errichten, sondern wir müssen die Grundlagen für die strategische Entwicklung der Akteure schaffen.

Das meinen wir mit der Formulierung *Wirtschaftsförderung*.

Ich denke auch, daran wird das Musicboard im Jahre 2020 gemessen, dem Zielpunkt unserer Kampagne, die ich eingangs angesprochen habe. Daran wird es sich auch messen lassen müssen. – Vielen Dank.

### **Moderation**

Auch von meiner Seite herzlichen Dank. Gibt es Nachfragen?

### **Christian Goiny**

Ich bin medienpolitischer Sprecher der CDU-Fraktion im Berliner Abgeordnetenhaus. Wenn ich das Stichwort Wirtschaftsförderung in den Kern deiner Ausführungen rücke, dann ist Wirtschaftsförderung natürlich auch immer eine Frage von Standort, von Ansiedlungspraxis, um es mal in dieser klassischen Terminologie zu formulieren.

Da würde mich interessieren, welche Erfahrung ihr in euren Netzwerken gemacht habt hinsichtlich der Frage: Wo finden wir in Berlin adäquate Standorte für Unternehmen, für Clubs, die es in der Vergangenheit ja durchaus – so hat es die Erfahrung gezeigt – flexibel handhaben, also in der Lage sind, auch Standorte zu ändern? Welche Strategie müsste man an dieser Stelle fahren? Das ist natürlich ein bisschen vermintes Gelände bei der Frage der Stadtentwicklungspolitik, aber wenn ich das mal ein Stück ausklammere, bleibt trotzdem die Frage, welche Instrumente man da vorschlagen muss. Welches sind da eure Ideen?

### **Ignaz Schick**

Ich bin Musiker. Die Abgrenzung, Musicboard ist Wirtschaftsförderung und die



Kulturförderung ist ein anderer Bereich, soll erhalten bleiben. Ich frage trotzdem mal: Eine Million im Jahr ist ziemlich viel Geld, mehr als das Budget in der Musikförderung. Was soll mit dieser Million im Jahr passieren? Ich höre Wirtschaftsförderung, Rahmenbedingungen für Labels, Marketing... Gibt es da ein Konzept?

### **Moderation**

Darüber reden wir gerade.

### **Ignaz Schick**

Ich frage aber noch mal nach, denn das ist ja schon mal eingestellt. Mich würde das interessieren. Können dann Labels Anträge stellen für Produktionen, die dann wieder verkauft werden?

### **Zoran Terzic**

Ich bin Musiker. Meine Frage ist: Warum soll sich die Politik aus dem Musicboard heraushalten? Was sind da die Beweggründe? Allorts heißt es in der Wirtschaft, das Primat der Politik soll wieder zurückkehren. Warum soll man gerade in diesem Wirtschaftsbereich Musikwirtschaft dem ökonomischen Darwinismus – übertrieben gesagt – freie Hand gewähren?

### **Olaf Kretschmar**

Ich glaube, es war gemeint, die Politik soll sich wieder international in den Bankensektor einbinden. Die Politik soll sich ja nicht aus dem Musicboard heraushalten. Ich habe auch gesagt, es muss verzahnt werden und ganz eng kooperativ gestaltet werden.

Die Themenevaluierung kann aber doch nicht die Politik vornehmen, sondern dafür brauchen wir ein Instrument, was eng mit der Branche vernetzt ist und auch veränderten Situationen Rechnung tragen kann.

Wir merken ja auch, es gibt ganz unterschiedliche Auffassungen. Wir können uns nicht im Zweimonatsrhythmus hier im Abgeordnetenhaus treffen. Dafür braucht man einen Modus. Wie werden veränderte Themen, wie werden Projekte abgestimmt? Wie passiert das? Das muss ein Stückweit auch die Branche machen. Vielleicht steht auch die Angst dahinter, dass man zu sehr auf eine Leuchtturmpolitik am Ende des Tages insistiert, wenn es sich zu sehr in den Händen der Politik befindet.

Egal. Wichtig ist, dass die Effekte dieses Musicboards bei den Branchenakteuren ankommen. Das steht im Vordergrund. Dafür sollte die Branche eingebunden werden. – Das war die erste Frage.

Die zweite: Was soll mit der Million geschehen? Es wäre anmaßend, würde ich das beantworten. Da sind wir ja gerade auf der Suche, zunächst nicht nach den Budgets, sondern erstmal die Themen überhaupt zu diskutieren. Da gibt es auch ganz verschiedene Auffassungen. Im Detail kann man schon zu den einzelnen Bereichen – also, internationales Marketing usw. – Auskunft geben, aber das würde ich vielleicht in die Diskussion vertagen, weil das jetzt den Rahmen sprengt.

Ansiedlungspolitik? Da ist wichtig, dass man enger mit dem ganzen Feld Stadtentwicklung, Stadtentwicklungspolitik zusammengeht. Dafür braucht es auch mehr Support. Auch wir werden es nicht schaffen, Gentrifizierung abzuschaffen. Das wird uns wahrscheinlich nicht gelingen. Aber zwingend müssen Alternativen vorgehalten und angeboten werden und die Akteure auch bei der Suche nach alternativen Immobilien etc. unterstützt werden. Das sind die vielfach diskutierten Themen – Liegenschaftspolitik usw. Da braucht es schlichtweg mehr Verknüpfung, mehr Austausch mit dem Bereich der Berliner Politik, Stadtentwicklung, wo ich in der Vergangenheit eher viel Kritik von meinen Kollegen gehört habe. Das muss überhaupt erstmal eingestellt werden, wäre mein Eindruck.

Natürlich kann sich das Musicboard nicht mit Liegenschaftspolitik und auch nicht mit Stadtentwicklungspolitik befassen. Das muss enger verbunden werden. Die Themen müssen in der Berliner Stadtentwicklung von vornherein bei Planungsbeginn mit berücksichtigt werden. So würde ich das sehen.

### **Moderation**

Ich bitte Chris Keller vom Schokoladen Mitte zur Stellungnahme und freue mich, dass die Entwicklung des Schokoladens auf einem guten Weg ist. Schön, dass Sie da sind.

### **Chris Keller**

Ich bin Pressesprecher vom Schokoladen, habe dort auch ein Tonstudio. Das ist mein privates Interesse. Ich bin jetzt aber als Vereinsmitglied hier. Es ist sehr schön, dass ich überhaupt noch einen Verein mit Gebäude habe, um hier zu sein. Ich weiß nicht, wie weit die Entwicklung von Ihnen verfolgt wurde. Wir waren bis vor anderthalb Monaten akut räumungsbedroht. Uns ist es gelungen mit eigener Kraft, aber auch mit Hilfe der Politik, mit starker Unterstützung aus der Kultur das Schicksal abzuwenden. Jetzt sind wir relativ weit

gediehen in Verhandlungen, die uns den Hauskauf ermöglichen sollen – mit einer Stiftung zusammen.

Wir wurden als eine kleine Insel inmitten der Gentrifizierung bezeichnet. Das ist etwas, was uns einerseits charakterisiert, aber andererseits auch etwas, was wir nicht so gerne hören. Es ist schön, dass wir jetzt unser kleines Schokolädchen gerettet haben, aber es ist halt eine Tendenz, die gilt es breiter aufzuhalten.

Um mal einen Bogen zu schlagen, vor 20 Jahren hatte diese Stadt, gerade Ostberlin, wahnsinnig viele freie Kulturprojekte, es waren ja über 200 besetzte Häuser, jedes fünfte davon hat Konzerte veranstaltet, Lesungen, alles Mögliche gemacht, es waren Proberäume. Die Entwicklung ist sehr unerfreulich, wie sich das in den letzten 20 Jahren entwickelt hat. Es ist kaum noch etwas davon enthalten. Unsere Rettung, unsere kleine Insel ist sehr schön für uns, aber für die gesamte Stadt ist diese Entwicklung von einer Spielwiese, wo Leute sehr frei künstlerische Inhalte, speziell auch Musik, entwickeln konnten, ist nicht mehr viel davon übrig geblieben.

Da sehe ich natürlich auch sehr viel Potenzial, wo das Musicboard vielleicht unterstützend helfen kann.

Es gab mal diese wahnsinnigen Freiräume. Das war eine sehr spielerische Zeit. Da ist man irgendwo hingegangen. Dann ist man über eine Mauer geklettert und da hinten war dann irgendwo eine Bar, wo irgendjemand gespielt hat oder ein Konzert gemacht hat. Das wurde irgendwann seltener, dass solche wilden Nutzungen möglich waren. Dann kam das Prinzip der Zwischennutzung. Das wird bis heute immer noch von vielen Clubs betrieben, dass sie einfach irgendwo eine Fabrik oder so was benutzen können über ein paar Jahre. Und danach müssen sie dann weiterziehen, weil ein großer Investor ankommt.

Das ist, wenn es um Räume geht, eine sehr unerfreuliche Tendenz. Weil, die Zwischennutzung ist immer etwas, was von vornherein so ein bisschen zum Scheitern verurteilt ist, weil man danach in den nächst weniger attraktiven Raum der Stadt abgeschoben wird. Das ist etwas, wo man mal drüber nachdenken muss: Will die Stadt so mit ihren Künstlern umgehen und auch mit ihren Clubs und ihrer Kultur so umgehen? Man muss sich ja auch wohl fühlen. Und wenn man immer so ein bisschen das Prinzip hat, ich bin auf der Flucht, und von einer Zwischennutzung zur nächsten geschubst wird, ist es auch sehr schwierig, sich auf seine Inhalte zu konzentrieren. Da ist dann auch mal eine größere wirtschaftliche Not da.

Es gibt jetzt zum Beispiel ganz konkret hier das Tacheles, ein Riesenhaus inmitten der Stadt, wo aktiv Musik, Kunst und Kultur gemacht wird. Es wird aber von der Stadt sehr, sehr wenig unterstützt. Oder es gibt die KVVU oder diverse andere Projekte, die jetzt in wahnsinnig bedrohlichen Situationen sind. Wo der Schokoladen sich so ein bisschen am Strohalm hochgezogen hat, gibt es ganz andere große Kulturorte, wo wirklich noch freie Kultur gemacht wird, unkommerzielle Kultur. Ich schätze, das ist auch der Grund, warum ich eingeladen bin, weil ich jetzt nicht den Industriezweig oder kommerzielle Kultur vertrete, sondern ich denke, ich bin hier als Vertreter der Off-Kultur.

Ich kann nur sagen, der Off-Kultur geht's an den Kragen. Die braucht Hilfe. Da könnte das Musicboard, selbst wenn es auch nicht die Stadtentwicklung, die Gentrifizierung aufhalten oder Stadtentwicklungspolitik komplett umgestalten kann, aber es kann doch zumindest den Rücken stärken und eine Stimme erheben, dass Zwischennutzungen in langfristige Perspektiven umgewandelt werden, dass alte Projekte, die bestehen, vielleicht geschützt werden, man nach Lösungen sucht und das vielleicht auch ein bisschen größer denkt, eben auch solche Mammutdinge wie das Tacheles. Das bräuchte wirklich Unterstützung. Dann kann das ein Ort sein. Es ist im Moment ein bisschen ein umstrittener Ort. Ich finde auch nicht alles daran toll, aber das ist ein Riesen-Space, wo Touristen hinkommen und sich das anschauen. An solchen, an ein paar kleinen Orten findet man das wilde Berlin noch. Wenn das dann auch weg ist, dann ist eigentlich wirklich nur noch Kommerzialisierung und Auswertung, wirtschaftliche Verwertung von Musik da. Und es fehlt das Freie. Das fände ich schade.

Zweiter Punkt: Zusammenarbeit mit den Behörden.

Wir haben als Schokoladen recht gute Erfahrungen gemacht. Wir sind lange im Bezirk Mitte verwurzelt. Das heißt, wir haben auch über einen sehr langen Zeitraum Kontakte aufgebaut. Da haben wir zumindest Menschen, mit denen wir reden können und die auch durchaus mal eine Hand über uns halten, wenn es mal Ärger gibt. Aber all diese ganzen Musikunternehmungen, Clubs, haben zum Beispiel die Lärmschutzproblematik. Wenn das Musicboard den Kontakt herstellt zu Ordnungsämtern und vielleicht mal sagt, *okay, wenn ein renitenter Mieter immer anruft bei einem Club, der schon 10 Jahre da ist, kann man da nicht ein bisschen Verhältnismäßigkeiten walten lassen und auch mal auf die Bürokraten einwirken und Unterstützung bieten in diesem Dialog zwischen Orten, wo Musik stattfindet, die ja bekanntlich mit Geräusch verbunden ist, und Nachbarn, die hergekommen sind und sich dann wundern, wenn sie neben den Club ziehen, dass das immer Bumbum macht.*

Das wäre eine Möglichkeit, wo das Musicboard vielleicht wirklich ein bisschen helfen kann, indem es zwischen den Clubs, den Behörden und auch den Leuten, die betroffen und vielleicht genervt sind, ein bisschen vermittelt. Das wäre etwas, von dem ich mir vorstellen kann, dass das Musicboard, ohne viel Geld anzufassen, einfach kurze Wege, Behörden, etwas mehr Toleranz, wirklich für die Clubs hilfreich sein kann, die hier noch in der Stadt versuchen durchzukommen.

### **Moderation**

Herr Keller, herzlichen Dank für die sehr klaren Statements. Gibt es Nachfragen? Keine.

Wir kommen zu Fabian Heuser, Vertreter von Tape TV. Hier geht es insbesondere um das Thema Internetinnovationen, neue Formen der Zusammenarbeit. Schön, dass Sie da sind. Sie haben das Wort.

### **Fabian Heuser**

Vielen Dank für die Einladung. Tape TV sitzt in Berlin Pankow. Wir machen Musikfernsehen im Netz, sind ungefähr vier Jahre alt, mittlerweile 85 Mitarbeiter. Man kann uns empfangen, im Netz angucken – in Deutschland, Österreich und der Schweiz.

Uns unterscheidet von den anderen Teilnehmern, wir sind auch Teil der Digitalwirtschaft. Wir machen Musik, aber das im Netz. Wir kooperieren auch mit Facebook und Spotify. Wir sind eine digitale Marke. Im Prinzip könnten wir auch in Köln oder München sitzen, aber wir sitzen in Berlin. Das hat dann wiederum doch seine Gründe, weil sich für viele digitale Unternehmen, die etwas mit Musik machen wollen, bietet sich Berlin einfach an, weil es hier diese unglaubliche Musikkultur, Musikvergangenheit gibt und dazu auch noch ein Klima, wo junge Unternehmen ganz gut starten können. Es gibt halt noch Räume. Es gibt gute Unis, viele visionäre Köpfe, die wegen der Musik gekommen sind sich sagen, die Digitalwirtschaft explodiert hier gerade, lass uns da einfach was machen.

Ich war letzte Woche beim Round Table Digitale Wirtschaft. Auch da wird jetzt die Vernetzung angegangen, was wir auch total gut finden.

Ich habe eben schon von diesem Berlin-Bild gesprochen. Wenn man sich dafür interessiert, es gibt hier diese Venture-Capital-Szene. Da ist Berlin momentan auch total en vogue. Die sind gerne hier. Die bauen ihre Büros hier auf, große Companys wie Twitter zum Beispiel kommen jetzt nach Berlin. Ich glaube, was die anzieht, ist die Atmosphäre, die es in Berlin gibt. Was in den letzten 30 Jahren hier gewachsen ist, ist, was Berlin total spannend macht.

Das sind zum einen auch die jungen Leute, die hierher kommen wegen der billigen Mieten. Berlin ist eine Stadt, die kann man einfach mal ausprobieren. Man kann einfach mal für drei Monate hier hinkommen. Und wenn es einem nicht gefällt, kann man einfach wieder gehen. Die Stadt ist total einladend, wenn man das mit anderen Hauptstädten vergleicht. Ich denke, das ist ganz wichtig, auch für die Digitalwirtschaft. Dann gibt es, das wurde angesprochen, viele Nischen. Das ist auch total interessant. In diesen Nischen wächst Kreativität. Man kann sich da ausprobieren. Und wenn man sein Ding gefunden hat, kann man das auch machen. Ich glaube, das ist in der Musik und der Digitalwirtschaft sehr gleich.

Was für uns am Berlin-Bild auch ganz wichtig ist, ich bin auch hier hingekommen wegen der ganzen (...), vom Schokoladen bin ich zum Beispiel ein Riesenfan. Wir sitzen auch momentan mit dem Bezirksamt Pankow zusammen. Da geht es auch um die Kulturbrauerei und Pfefferberg und so. Ich denke, das ist alles total wichtig. Diese Clubkultur hat, auch wenn wir eine digitale Marke sind, einen total hohen Stellenwert.

Was Sound Cloud, FM und Tape TV da machen, geht momentan halt am besten in Berlin.

Human Resources habe ich angesprochen. Das ist total wichtig. Da geht's um das Berlin-Image. Was hier wie nirgendwo anders wichtig ist, ist, dass die Zukunft auch die Gegenwart und die Vergangenheit ist. – Was hier auch für Bands herkommen, was hier für Labels herkommen.

Zu den fünf Fragen:

Die erste Frage dreht sich um den Ansprechpartner. Dazu wollte ich sagen, dass junge Unternehmen wie wir nicht so die großen Fragen haben. Wir haben kleine Fragen. Wir haben einfache Fragen. Das Ding ist halt, dass wir da schnelle Antworten brauchen. In so einem jungen Unternehmen ist es häufig so: Da will man zum Beispiel jemanden einstellen und dann taucht irgendein Problem auf. Das sind dann häufig Fragen, die in einer Woche geklärt werden müssen, weil alles so spontan ist. Das klingt banal, ist aber relativ wichtig, dass man schnell immer eine Antwort bekommt.

Kooperation? Vernetzung ist für uns auch ein großes Thema. Wir arbeiten mit digitalen Unternehmen zusammen, aber auch mit Labels und sprechen auch mit Musikern direkt. Die sind quasi das Wichtigste, was wir haben. Ich finde gut, was jetzt gerade passiert. Wir sprechen gerade auch mit der Berlin Music Week darüber, was diesen Sommer kommt. Das klingt total inspirierend, gerade auch unter dem Stichwort Vernetzung. Ich bin ein großer Fan von Events wie Eurosonic und SXSW, wo auch Musik vorgestellt wird, aber dann auch direkt

Sinn draus gemacht wird. Also, Musik ist der Ursprung, aber das ist halt die komplette Wertschöpfungskette. Man kann viel damit machen, in ganz vielen Kanälen denken. Wenn so was in Berlin auf die Beine gebracht wird, das wäre der Wahnsinn.

Wir haben gestern mit dem Blog Tech Berlin gesprochen. Die denken genau in dieselbe Richtung. Da müsste man einfach die Leute mal zusammenbringen. Eigentlich will es jeder, nur es gibt ein paar parallele Erzählstränge. Aber ich glaube, dass wir das hier ganz leicht machen können.

Priorität? Wir wollen als Digitalwirtschaft nicht so zurückgucken, aber das Wichtigste ist eine Bestandsaufnahme. Was ist dieses Berlinbild, was ist das Image? Was zieht die Leute an? Wo gehen die hin? Was funken die zurück in ihre Heimatstädte? Ich glaube, es ist wichtig, dass man sich da auch die kleinen Läden anguckt, diese ganzen Highlight, dass man das einfach mal alles sammelt. Vor dem Hintergrund finde ich es gut, dass hier auch so divers gesprochen wird.

Es wurde auch nach einem Vorbild gefragt: Berlin ist für mich wirklich vorne dran, was diese ganzen Entwicklungen angeht. Vielleicht sollten wir da wirklich etwas schaffen, was es so noch nicht gibt, auch, dass Musikwirtschaft, Digitalwirtschaft, Clubkultur, Eventkultur wirklich umarmt wird.

Ich weiß nicht, ob es ein Vorbild gibt. Vielmehr hat man eine Riesenchance, da selber Vorbild zu werden, einfach weil Berlin so ein großer Kosmos ist mit kleinen Clubs, großen Labels und jetzt auch digitalen Publishern wie uns.

### **Moderation**

Berlin ist ja immer einzigartig. Konkrete Nachfragen? Nein. Dann ist Anton Feist jetzt bereit? Sie haben das Wort.

### **Anton Feist**

Ich hätte gerne erstmal alle Kollegen gehört, dann wäre mir noch mehr eingefallen. Ich weiß nicht, ob ich als Musiker viel dazu beitragen kann.

Als ich das erste Mal von der Initiative gehört habe und mein Kollege Peter Gruse von unserem Label gefragt hat, ob wir da nicht mal eine Strukturförderung beantragen, um ein Album oder ein Best-Off-Album zu machen, um das mal im Ausland zu präsentieren, war glatt meine erste Reaktion:

Ist das überhaupt sexy? Will ich das überhaupt? Will ich, dass so ein Label, Initiative Musik, Berlin, irgendwas Staatliches bei mir auf der CD mit abgebildet ist? Das muss ich ganz ehrlich sagen. Ich glaube, eine wichtige Aufgabe wäre es, irgendwie auch den Leuten draußen, den jungen Leuten, den Kids zu zeigen, dass Musik, Kultur, Kunst irgendeinen Wert hat, der – fällt mir schwer zu sagen – halt einen Verve hat, irgendwie eine Seele... Weil es gerade diese Diskussion gab, Google gegen die GEMA. Ich fand es wirklich erschreckend, Häme, dieses Urteil von vielen Privatpersonen.

Da habe ich wieder gesehen: Verdammt, wenn ich Musik mache, werde ich, sobald ich damit ein bisschen erfolgreicher bin und damit Geld verdienen möchte – ich verbringe ja viel Zeit damit, Musik zu machen und richte mein Leben danach aus -, warum wird das dann so komisch wahrgenommen. Warum bin ich dann auf einmal der Idiot?

Das Musicboard müsste eigentlich ganz von vorne anfangen und auch diese Musik und auch diese Stadt und alles, die Leute, die damit zu tun haben, auch wieder insofern unterstützen, dass wir nicht die Leute sind, die für sinnlosen Kram Geld verlangen. Es muss ja wieder einen Wert geben. Wenn sich Berlin zum Beispiel für die Musiker einsetzen würde, auch für die Off-Musiker, nicht nur die kommerziellen Sachen, aber auch die kommerziellen Sachen, weil, das gehört nun mal dazu, dann würde es vielleicht für die ganzen Kids, die hier heranwachsen, auch wieder cool sein irgendwie. Dann wäre es okay.

Wieso gibt es in anderen Ländern so einen Umgang, wie in Schweden zum Beispiel, da fahren die Musiker einfach mal los und kriegen – soweit ich weiß – die Tickets vom Staat bezahlt, damit sie hier nach Deutschland fliegen können. Warum ist das da gesellschaftsfähig und warum ist das hier immer so ein Problem? Warum muss ich mich dabei so komisch fühlen? – Ich glaube, das ist erstmal das Allerwichtigste.

Ich persönlich denke, es geht auch ohne Unterstützung vom Staat. Man kann auch Musik machen, ohne Geld zu verlangen. Es ist so. Aber es wäre toll, wenn man dann, wenn man viel gearbeitet hat und auch einen Erfolg zu verzeichnen hat, nicht der Trottel ist. Sorry, dass ich mich so lax ausdrücke.

Ich würde mir wünschen, dass Berlin und auch der Umgang mit Musik und Berlin sexy ist und nicht so gewollt. Das ist ganz wichtig. Vielleicht braucht Berlin auch eine PR-Beratung, keine Ahnung. – Kann man mit meiner Meinung was anfangen?



## **Moderation**

Es ist auf jeden Fall sehr klar angekommen. PR-Beratung nehmen wir an. Ich fand auch Ihren Hinweis auf Schweden und die Tourneeförderung dort sehr interessant.

Gibt es konkrete Nachfragen?

## **Tim Thaler**

Ist noch mal Vorstellen nötig? Nö, hatten wir ja schon.

Die Nachfrage, die ich habe, bezieht sich allgemein darauf, dass immer wieder angesagt wird, auch von dir, dass du eine Rechtfertigung brauchst für den Wert von Musik, dass das wieder vermittelt werden soll, dass Musik ihren Wert hat.

Findest du nicht eigentlich, dass es in der Wertschöpfungskette so sein sollte, dass man eigentlich den Musiker frei kauft dafür, dass er Musik wieder machen kann, sprich, Freizeit hat, sich gehen lassen kann, Musik machen kann? Weil, die Musik selber als Wert heutzutage – durch CD-Verkäufe etc. -, da brauchen wir, glaub ich, nicht mehr großartig drüber diskutieren. Das kann man auch mit Förderung nicht steigern bei den Kids, dass sie da vielleicht auf einmal ein neues Empfinden haben. Es sollte eher so sein, dass die Musiker quasi mehr Freiräume wieder bekommen oder freigekauft werden.

## **Anton Feist**

Nein, ich glaube nicht. Ich kann nur aus eigener Erfahrung sprechen. Ich habe studiert, habe einen Beruf ganz normal, habe die Musik nebenbei gemacht. Das war auch völlig in Ordnung. Ich muss nicht freigekauft werden. Den Müßiggang kann ich mir auch so irgendwie besorgen. Der ist auch ganz wichtig, da hast du recht. Man muss auch mal Zeit haben, um progressiv zu denken, also auch neue Musik zu erschaffen und nicht so kommerziellen Druck zu spüren und dadurch natürlich auch auf gängige Rezepte zurückzufallen.

Aber ich denke, viel wichtiger ist Respekt. Wenn ich meinen Job mache und Musik mache und damit erfolgreich bin und Respekt dafür bekomme, ist das mir viel wert, als eingekauft zu werden und 500 Euro im Monat zu bekommen oder sonst was. Das halte ich für unsinnig.

Klar, wenn man die jungen Leute – ich will nicht sagen *erziehen*, aber der Hinweis, dass Musik, Künstler, Kultur Respekt verdient, dann ist das schon viel mehr. Und ich kann gut schlafen und gut aufstehen und zwei Stunden am Tag auch Musik machen. Das reicht doch völlig. Ich muss nicht bezahlter Musiker werden. Die Philharmoniker sind toll, aber ich will es nicht sein.

## **Moderation**

Wir schwenken jetzt von der inoffiziellen auf die eher offizielle Ebene, weil wir auch noch mal kontrastieren wollten, was es schon an Fördermöglichkeiten gibt.

Das versucht Frau Clarus, Referentin der Senatsverwaltung für Wirtschaft, Erfahrung in der Musikförderung, Mittel- und Förderstrukturen, darzustellen. Herzlichen Dank, dass Sie da sind.

## **Nadja Clarus**

Schönen Tag auch von mir. Ich bin seit vier Jahren Referentin für die Musikwirtschaft bei der Senatsverwaltung für Wirtschaft. Wir haben eben von Gemse gehört, er sieht die Aufgaben des Musicboards im Bereich der Wirtschaftsförderung.

Wenn man hört, was ich mache, fragt man sich: Dann haben wir ja schon alles. Es gibt einen Ansprechpartner. Es gibt jemanden, der die Musikwirtschaft fördert. Wozu brauchen wir noch ein Musicboard?

Das hat meines Erachtens zwei Gründe. Zum einen haben Gemse und auch die Vorredner und auch die beiden Redner danach zahlreiche Themen aufgezeigt, die weit über die klassische Wirtschaftsförderung in Form von Förderprogrammen hinausgeht. Das waren Fragen der Stadtentwicklung. Das waren Fragen der Weiterbildung, der Fortbildung. Das war eine gewisse Eigenständigkeit oder Einflussnahme der Musikszene und der kompetenten Menschen. Das waren Fragen der Kommunikation nach außen. Das waren Ansiedlungsfragen. Das waren mehr kulturelle Projekte, wie der Schokoladen.

All das sind Fragen und Themen, die von den verschiedensten Stellen und Institutionen des Landes Berlin bearbeitet werden. Das kann die Stadtentwicklung sein. Das können die Bezirke sein. Das kann auch wieder Stadtentwicklung in Fragen des Lärmschutzes, reine Gesetzgebung sein. Es kann der Liegenschaftsfond sein, Berlin Partner.

Das ist einer der Gründe, warum ich das nicht alleine machen kann. Da sind die verschiedensten Institutionen damit beschäftigt. Das kann die kleine Frau Clarus nicht alles ganz alleine lösen. Deswegen halte ich es für sinnvoll, dass es ein Musicboard gibt mit einem gewissen Standing dahinter, einmal aus der Branche, aber auch aus der Politik, um Dinge anzuregen.

Sie haben Recht, Herr Keller. Natürlich macht es Sinn, wenn aus der Verwaltung, wer auch immer, beim Bezirksamt mal anruft und sagt, *du, sei da mal nicht so genau*, aber das ist

nicht der Ansatzpunkt. Erstens funktioniert es nicht, wenn es gesetzliche Regelungen gibt. Und zweitens, einem Verwaltungsmitarbeiter zu sagen, *sei mal nicht so genau*, kann blöde Folgen haben. Das heißt, wir müssen an einer anderen Stelle ansetzen. Wir müssen politisch ansetzen. Ich bringe hier sehr viel auch meine persönliche Meinung ein. Wir können nicht Gesetze ändern, gesetzliche Regelungen ändern, weil ich ein oder zwei Anwohner habe, denen der Lärm von der Zitadelle nicht passt. Das ist meine Meinung.

Das heißt, ich muss an einem anderen Punkt ansetzen. Dafür sind auch ein Musicboard und der Teil, der dahinter steht, rein geistig schon dahinter steht, ein sinnvoller Ansatz.

Der zweite Grund ist die Förderstruktur, die Wirtschaftsförderstruktur im Allgemeinen. Grundsätzlich bestehen Förderprogramme seit vielen, vielen Jahren und sind auf klassische Unternehmen ausgerichtet. Das ist Firma XY, die eine Zange, einen Schraubendreher, ein Auto oder sonst was herstellt. Das heißt, ich fördere in Maschinen, in Anlagen u.a., aber nicht in kreatives Gut. Es gibt die klassischen Förderprogramme der IBB, die Kreditprogramme, wie auch immer. Die sind alle mehr oder weniger einfach in einer so genannten Förderfibel aufbereitet. – Glauben Sie mir, es macht keinen Spaß, da reinzugucken. Deswegen verstehe ich jeden, der sagt, das ist undurchsichtig.

Wir versuchen daher, diese allgemeinen Programme umzunutzen, neu aufzustellen für die Kreativwirtschaft. Ich rede von Kreativwirtschaft, weil es natürlich keine Spezialprogramme – bislang – für die Musikwirtschaft gibt. Aber es gibt eben zahlreiche Programme für die Kreativwirtschaft. Die nutzen aber auch wiederum nicht jedem.

Wir haben den VC-Fond, Venture Capital Fond für die Kreativwirtschaft. Die nutzen einigen Musikunternehmen hier in Berlin, aber für die klassische Szene von kleineren und mittleren Unternehmen ist das nicht unbedingt das Richtige. Es gibt Coachingprogramme. Es gibt die Netzwerkförderung. Es gibt einiges.

Wir haben sogar einen eigenen Ansatz. Unsere ganze Arbeit läuft unter dem Titel „Projekt Zukunft“. Der ist aber begrenzt und muss auch wieder für die gesamte Kreativwirtschaft erhalten. Da kommt es auch oft darauf an, wie gut die Projekte sind und wie ich mich durchsetzen kann.

Wir haben eine Vielzahl von Projekten, die wir schon allein aus finanziellen Gründen nicht fördern können. Auch deswegen freue ich mich, wenn es noch andere gibt, deren Töpfe man angraben kann. Ich weiß nicht, ob mir das gelungen wäre, in so kurzer Zeit solche Mittel auf

die Beine zu stellen. Das ist also der zweite Grund, warum die Wirtschaftsförderung alleine nicht ausreicht.

Unser Ansatz ist es daher, die Mittel, die wir haben, in der Einrichtung von Plattformen einzusetzen. Das kann in dem Sinne sein, einen Webauftritt der gesamten Berliner Kreativwirtschaft mit Creativ City, das kann aber auch eine Plattform sein wie die Berlin Music Week, wo wir in diesem Jahr besonders herausgefordert sind durch den endgültigen Elendstod der Popkomm, auch den B2B-Bereich, also den Businessbereich abzudecken, und versprechen uns da sehr viel davon. Das ist diese Förderung in Strukturen und nicht in einzelne Unternehmen oder Projekte. Da sehen wir unsere Aufgabe.

### **Moderation**

Frau Clarus, herzlichen Dank. Wir schließen mit Frau Zieseke, Referentin der Kulturverwaltung, direkt an.

### **Christiane Zieseke**

Wir kümmern uns um Künstlerförderung im allerweitesten Sinne. Das ist das Segment, das nicht oder noch nicht kommerziell läuft. Insgesamt gibt es für den Bereich der freien Szene 10 Millionen Landesmittel und noch mal 10 Millionen für den Hauptstadtkulturfond. Der Bereich Popmusik ist dabei der am schlechtesten finanziell ausgestattete. Popmusik und der Jazz-Bereich laufen bei uns zusammen. Dafür gibt es insgesamt ungefähr 300.000 Euro. Diese Mittel werden als klassische Projektförderung vergeben. Deshalb bin ich hier wahrscheinlich auch eingeladen worden, weil auch die Frage ist, ob man was aus der Projektförderung lernen kann.

Die Mittel werden öffentlich ausgeschrieben – Pop und Jazz getrennt. Dann gibt es Fach-Jurys, die Verwaltung entscheidet nicht selber, die darüber entscheiden, wer das Geld kriegt. Im Wesentlichen sind es im Pop-Bereich Veranstaltungsreihen, gelegentlich, aber dafür reicht das Geld in der Regel nicht, sind es auch mal Schallschutzmaßnahmen für Veranstalter gewesen, für Clubs im Wesentlichen.

Es gibt außerdem ein Programm Tourneeförderung im Inland, das relativ schlecht läuft. Das hat eher haushaltstechnische Gründe. Es werden im Pop-Bereich bisher auch Tonstudiotermine vergeben in einem landeseigenen Tonstudio. Wir versuchen gerade, hier neue Kooperationspartner zu finden.

Konzertauftritte im Ausland können aus Mitteln des Kulturaustauschs finanziert werden. Da haben wir für alle Künstlerinnen und Künstler aller Sparten eine Möglichkeit, Reisekosten zu

übernehmen. Das ist auch nicht so sehr problematisch. Das kann man auch als gewöhnlicher Mensch noch verstehen, wie das funktioniert.

Dann gibt es mit europäischen Mitteln Weiterbildungsprogramme für Musiker, die allerdings nicht für den Musikbereich selber, sondern im Bereich Vermarktung, Digitalisierung und für Jugendliche zur Heranführung an Tonstudioarbeit oder Bandarbeit laufen.

Ich komme zu den Problemen:

Das Hauptproblem ist, es gibt zu wenig Geld. Das nächste Problem ist, die Förderung ist nicht richtig sichtbar. Das hängt nicht nur mit dem wenigen Geld zusammen, sondern auch mit der kleinteiligen Vergabe der Mittel. Dann haben wir ein massives Kommunikationsproblem, nicht nur, dass die Internetseite, die wir haben, schlecht ist, es gibt auch keine rechte Möglichkeit, im Land Berlin via Web 2.0 zu kommunizieren. Viele Musiker wissen überhaupt nichts über die Förderungsmöglichkeiten. Insgesamt halte ich die Kommunikationsstrategie des Landes Berlin an dieser Stelle für unfähig.

Die Regelungen des Landeshaushalts sind alles andere als künstlerfreundlich. Ich würde mal sagen, ich bin keine Künstlerin, aber auch ich habe Probleme, das manchmal zu verstehen, was ich da selber unterschreiben muss. Die Haushaltsmittel sind auch nicht übertragbar vom einen aufs andere Jahr. Das macht uns bei solchen Förderbereichen, wie zum Beispiel Tourneeförderung, ein massives Problem. Wenn sich nämlich irgendwas mal verschiebt, ist es im nächsten Haushaltsjahr und das Geld ist dann nicht mehr bei dem Projekt, sondern beim Finanzsenator.

Also, ich würde diese Art von Projektförderung für das Musicboard nicht empfehlen.

Worüber man sich Gedanken machen muss in Berlin, und das können wir mit unseren wenigen Personen und dem wenigen Geld nicht leisten, ist: Wie kommen wir zu einer systematischen Nachwuchsförderung. Da wird erheblich zu wenig gemacht. Und wo ich glaube, dass das Musicboard wirklich Gutes tun könnte, wäre bei den Standortproblemen für Clubs.

Auch wir haben versucht, an der einen oder anderen Stelle – relativ unsystematisch – auf Bezirke zuzugehen und da um gut Wetter zu bitten. Da muss man ganz systematisch wahrscheinlich neue Gesetze, Verordnungen, aber auch eine neue Kultur etablieren in Berlin, damit das besser läuft. Denn wir haben zurzeit, und das gilt nicht nur für den Musikbereich, ein massives Raumproblem. In geringem Umfang werden wir das ab diesem

Jahr angehen. Wir kriegen zum ersten Mal, wenn es so läuft im Landeshaushalt, Geld, um Musikübungsräume auszubauen.

### **Moderation**

Konkrete Nachfragen dazu.

### **Jan Opoczynski**

Frau Zieseke, wo sind denn die anderen 9,X Millionen in der Musikförderung? Sie haben von ungefähr 10 Millionen gesprochen, von denen 300.000 in die Popmusik fließen.

### **Eva Kiltz**

Verband unabhängiger Musikunternehmen, auch für die Label Commission Berlin. Ich habe eine Frage an Frau Clarus und Frau Zieseke oder sogar zwei.

Wo sehen Sie Ihre Rolle im Musicboard? Und welche Struktur der Geschäftsform halten Sie für geeignet für das Musicboard?

Und eine Frage an Frau Zieseke: Können Sie präzisieren, was Sie mit Nachwuchsförderung meinen? Darf man mit 35 keine Förderung mehr beantragen? Oder ist vielleicht doch was anderes gemeint?

### **Michael Miersch – Clubkommission Berlin**

Frau Zieseke, ich habe die Frage, um wie viel Prozent dieser Etat populärer Musik in den letzten 10 Jahren eingestampft worden ist.

Zweite Frage an beide: Gibt es irgendwelche Erkenntnisse darüber, dass die vorhandenen Etats in irgendeiner Form auf die eine Million ab 2013 in Anrechnung gebracht werden?

### **Moderation**

Letzte Frage: Gibt's keine Erkenntnisse.

### **Iven Hausmann**

Wenn der Senat bei der Problematik mit einigen Clubs, die dann wiederum mit Nachbarhäusern oder dergleichen Probleme haben, keine Möglichkeit hat, da irgendwie konstruktiv einzuwirken, wie soll das dann das Musicboard schaffen? Welche rechtliche Grundlage oder Legitimation sollte das haben?

Eine andere Bitte hätte ich noch: Ich glaube, das ist eine öffentliche oder eine offizielle Anhörung. Wenn da zwei Kollegen den Spitznamen von Olaf Kretschmar benutzen, dann wirkt das schon nach Kumpanei. Den Eindruck habe ich jedenfalls.

### **Moderation**

Gut, ich werde mich bemühen, mich an das Sie zu halten. Bitte, vielleicht zuerst Frau Clarus, dann Frau Zieseke oder umgekehrt.

### **Nadja Clarus**

Ich versuche es mal zusammenzukriegen.

Ich benutze den Namen von Herrn Kretschmar, weil ich weiß, dass er darauf hört. Auf Olaf dreht der sich nicht um.

Frau Kiltz: Rolle und Struktur, wo sehe ich meine Rolle? Ich sehe meine Rolle nach wie vor in der klassischen Wirtschaftsförderung, das heißt, in der Abwicklung nach den bestehenden Programmen, aber vorrangig in der Entwicklung neuer Möglichkeiten – auch in Zusammenarbeit mit dem Musicboard, in dem Ausbau der Programme und in dem Ausbau der Berlin Music Week.

Was ich an Strukturen empfehle fürs Musicboard, ehrlich gesagt, ich habe keine Ahnung. Ich erwarte da auch immer mehr Erkenntnisse von Anhörungen wie heute, um mir dann anschließend Gedanken zu machen. Vorher will ich die nicht machen, weil, meine Ideen sind ganz sicher nicht der Weisheit letzter Schluss.

Was die Etats angeht, die sind im Bereich meines Hauses in der Vergangenheit eher aufgestockt worden für den Musikbereich, insbesondere Music Week, und nicht vermindert worden. Gleiches gilt für Teile von Förderprogrammen, die für die gesamte Wirtschaft ausgerichtet sind, so zum Beispiel unser Außenwirtschaftsprogramm „Neue Märkte erschließen“. Da geht eine ganze Menge in die Kreativwirtschaft im Allgemeinen und die Musikwirtschaft im Speziellen.

Und zu der Frage, was das Musicboard kann, was der Senat nicht kann: Also, ich bin vieles, aber sicher nicht der Senat. Ich bin, wie ich sagte, Referentin für Musikwirtschaft. Ob ich anrufe oder mich in Verbindung setze oder entsprechende Tische initiiere zu konkreten Problemen und Themen, hängt immer von meinem Gegenpart ab. Das sind auch nur Menschen. Da können welche dabei sein, die vollstes Verständnis haben, die clever genug sind, die Musikwirtschaft, die Clubwirtschaft als wichtigen Faktor hier in Berlin zu sehen.

Aber das können genauso gut Idioten sein, die sagen: Ob du nun anrufst oder es fällt ein Sack Reis um, interessiert mich nicht. – Danke.

### **Christiane Zieseke**

Gut, da war die Frage sozusagen, wo die 10 Millionen geblieben sind. Die 10 Millionen sind für die gesamte freie Szene. Das heißt, sie sind auch für Theater, Bildende Kunst, neue Musik, Literatur und was weiß ich nicht noch alles. Wie gesagt, dieser Pop-Musik-Bereich ist der, der vergleichsweise immer noch am schlechtesten ausgestattet ist.

Zweite Frage: Was verstehe ich unter Nachwuchs? Nachwuchs heißt nicht automatisch jung, sondern Nachwuchs heißt entwicklungsfähig und noch nicht kommerziell.

Bei unseren Förderprogrammen haben wir übrigens grundsätzlich jede Altersbegrenzung abgeschafft. Die gibt's nicht mehr.

Dann war die Frage: Wie viel ist der Etat in den letzten Jahren geschrumpft? Seit ich das mache, das ist seit fünf Jahren, gar nicht. Davor aber gab es mal eine Phase, wo in diesem ganzen Bereich, was die freie Szene anbelangt, unglaublich gekürzt worden ist. Und in diesem Landeshaushalt, der gerade noch beraten wird, haben wir das erste Mal mehr Geld gekriegt.

Zur Struktur des Musicboards kann ich erstmal gar nichts empfehlen. Da bin ich nicht genug drin. Ich denke aber, dass man gut zusammenarbeiten kann. Und gelegentlich schaffen wir das erstaunlicherweise auch über die Verwaltungsgrenzen hinweg, wenn wir uns kennen. Da bin ich insofern ganz optimistisch. Ich würde auf keinen Fall etwas gegen die Szene machen oder gegen *die* Szenen, weil, das klappt meines Erachtens nicht.

### **Moderation**

Klare Ansage. Wir haben jetzt noch zwei Sachverständige, zuerst Frau Kessler von der Geschäftsführung der Initiative Musik, eine Förderstruktur, die bereits auf Bundesebene existent ist. Vielleicht können wir davon lernen. Bitteschön.

### **Ina Kessler**

Danke recht herzlich, dass ich eingeladen bin und dass wir sozusagen unseren Senf dazugeben dürfen. Das ist wunderbar.

Was ich ganz gerne unterstreichen möchte, ist: Im Bund sieht es nicht anders aus wie im Land. Da spielt nämlich die Pop-Musik-Förderung insgesamt wirklich immer eine Null-



Komma-Rolle und nicht eine ernstzunehmende Rolle, was bedauerlich auf der ganzen Linie ist. Wenn man überlegt, dass insgesamt im Bundeshaushalt 9,6 Milliarden zur Verfügung stehen für den gesamten Kulturbereich und die Pop-Musik insgesamt – entsprechend der jetzt beantworteten großen Anfrage – mit 44 Millionen nur zu Buche schlägt, dann sind das 0,5 %. Selbst wenn bei den 9,6 Milliarden im Bundeshaushalt eine Menge Familien- und Sozialprojekte mit eingerechnet werden und wenn man davon die Hälfte streichen würde, wäre es immer noch nur ein einziges Prozent, das die Pop-Musik im Rahmen der gesamten Kultur beanspruchen kann.

Das ist einfach unterirdisch. Das ist schlecht. Das ist wenig. Insofern freue ich mich riesig darüber, dass es in Berlin zumindest eine Aufstockung um noch mal eine nennenswerte Summe gibt. Und ich glaube schon, dass man mit einer Million eine ganze Menge erreichen kann. Denn ich sehe, wir existieren als Bundesförderinstitution jetzt seit vier Jahren, wir haben im letzten Jahr 2,4 Mio. Euro zur Verfügung gehabt, um sie an Förderprojekte auszugeben. Und ich habe schon das Gefühl, dass wir eine ganze Menge damit bewirkt haben. In den vier Jahren haben wir über 400 Bands fördern können. Wir haben über 80 Infrastrukturmaßnahmen unterstützen können – und das jeweils mit einem Anteil von nur 40 % innerhalb der gesamten Budgets. Ich finde, damit kann man schon eine ganze Menge reißen.

Ich würde ganz gern als erstes auf die fünfte Frage eingehen, die wir bekommen haben, und zwar die Frage der Prioritäten: Was trifft nicht zu?

Ich würde einfach ein bisschen ketzerisch sagen: Sie beschreiben die Aufgaben des Musicboards, wie sie denn sein sollen, als etwas, was koordinierende Fähigkeiten haben muss, was zugänglich sein soll. Es soll Transparenz schaffen. Es soll professionalisieren. Es soll nicht problembeladen sein und es soll kooperativ wirken.

Das würde für mich im Umkehrschluss heißen, das war all das, was es bisher in Berlin an Musikförderung gegeben hat, nicht, was natürlich überhaupt nicht stimmt. Auch das war schon professionell aufgestellt. Auch das war schon kooperativ und hat auch in Netzwerken gut funktioniert. Aber es gibt nichts, was man nicht noch verbessern könnte. Insofern ist es sicherlich gut, da noch mehr zu tun. Das ist das, was ich ausdrücklich begrüßen möchte.

Die Frage war weiterhin: Was trifft zu in den Äußerungen, die bei Ihnen vorgegeben wurden?

Dazu möchte ich einen Schwerpunkt auf die Kooperation innerhalb der unterschiedlichen Ministerien legen. Das ist etwas, was bundesweit gesehen immer noch ganz stark hadert.

Die Musik oder die Pop-Musik ist in ihren Förderstrukturen zu – ich würde einfach schätzen – 80 % angelegt und etabliert in den Kulturhaushalten und in den Kultusministerien der einzelnen Bundesländer. Da spielt Berlin eine ganz herausragende Rolle dadurch, dass es nicht nur im Kulturbereich verankert ist, sondern auch in der Wirtschaft wirklich präsent ist.

Das ist etwas, was ausgezeichnet ist und was das Verständnis nicht nur für den Künstler, sondern auch für die Musikwirtschaftsunternehmen, die dahinter stehen und damit ihr Geld verdienen, zeigt. Das, finde ich, ist einfach ganz eminent wichtig, dass diese beiden Schulterschlüsse auf den unterschiedlichen Seiten genauso wie im Bereich Marketing, Standortentwicklung, Stadtentwicklung zusammengeführt werden muss, zusammengehalten werden muss. Ich glaube, ein Musicboard kann aus unserer Sicht nur dann wirklich stark sein, wenn es sich dieser Schultern bedient, die in der Vergangenheit einfach schon eine ganze Menge realisiert haben, und wenn diese Schultern auch kontinuierlich mit einbezogen bleiben.

Dazu würde ich ganz gerne so etwas wie einen Tipp weitergeben. Es ist nach der Struktur gefragt worden. Welche Struktur sollte eine solche Einrichtung haben?

Ich kann nur sagen: Wir erhalten die Gelder vom BKM zum größten Teil, aber auch von anderen Ministerien. Wir erhalten aber auch Gelder aus der Musikwirtschaft, um sie weiter zu verteilen. Da hat sich einfach absolut bewährt, dass wir keine Einrichtung des BKM oder des Bundeskanzleramtes sind, sondern wir sind eine gemeinnützige GmbH, das heißt: ausgelagert, mit eigenen Zuständigkeiten, mit einem Aufsichtsrat, der aus Politik, nämlich drei Leute aus dem Bundestag, aber auch aus der Musikwirtschaft, aber auch aus den Geld gebenden Ministerien besteht, die über die Projekte entscheiden. Das heißt, da, wo das Geld hingehet, sprechen alle gemeinsam mit.

Ein so großer Aufsichtsrat mit 12 Leuten ist manchmal etwas schwierig zu händeln. Aber es hat sich absolut bewährt, da wirklich die breiten Schultern und die Erfahrungen der unterschiedlichen Bereiche jeweils einbeziehen zu können.

Insofern kann ich nur einfach sagen: Zwar wissen wir, was das Bundesreisekostengesetz ist, wir wissen auch, dass wir das allen – Peter grinst schon – Geförderten immer auferlegen müssen. Wir können es einigermaßen erklären, aber trotzdem wäre es wünschenswert, wenn Projektmittel vergeben werden, dass sie wirklich so frei wie möglich den Künstlern und den Unternehmen weitergegeben werden können, ohne dass es angebunden ist an all die haushaltstechnischen Rahmenbedingungen und Gesetzgebungen, die nun mal ein Bundes- wie ein Landeshaushalt vorsehen.

Insofern hat sich eine freie Einrichtung als externe Einrichtung absolut bewährt.

Von den inhaltlichen Punkten her würde ich gerne kurz noch auf folgende Themen eingehen:

Ich glaube, das Thema Spielstättenförderung ist ein wichtiges. Da muss noch einiges gemacht werden. Wir sind alle dabei, auch mit den Berlinern gemeinsam, einen bundesweiten Spielstättenverband zu gründen, um dann als Sprachrohr gegenüber der Politik aufzutreten. Das ist ganz wichtig.

Den ersten Ansatz, dass Künstler auch auf Medien treffen müssen und dass Journalismus und die Medien in Berlin einfach noch nicht eine zentrale Einheit sind oder als solche wahrgenommen werden oder unterstützt werden, ist auch ein wichtiger Punkt. Ich glaube, das muss einfach weitergeführt werden.

Das Thema Exportförderung halte ich für ganz eminent wichtig. Da schiele ich immer mit Neid auf die Mittel und Möglichkeiten, die in anderen Ländern existieren, die wir so nicht haben. Und ich finde das Thema Showcase Festival, was hier noch mal angeschnitten wurde, nämlich eine Plattform, wie die Eurosonic es ist, den deutschen Künstlern zu bieten, damit internationale Gäste auf sie aufmerksam werden und Festivalbetreiber sie sehen. Das ist auch ein Thema, was einfach nach vorne gebracht werden muss. – Tausend Dank.

### **Moderation**

Frau Kessler, vor allem Ihnen tausend Dank. Gehen wir direkt weiter zu Herrn Giglinger, Geschäftsführer des Medienboard Berlin-Brandenburg, wie der Name schon sagt, ähnlich, verwandt, allerdings schon länger etabliert und für den Filmproduktionsstandort oder die Region da. Vielleicht können wir auch davon lernen.

### **Elmar Giglinger**

Ich bin bei Medienbord Geschäftsführer für den Bereich Standortmarketing, Standortentwicklung und allgemein Digitales. Somit ist mein Aufgabengebiet in erster Linie das bewegte Bild auf allen Plattformen – ob Film, ob TV, ob Online, ob Mobile. Spätestens wenn wir an Online denken, sind wir auch schon wieder – wenn ich zum Beispiel an Tape TV denke – auch bei der Musik.

Um das kurz zu sagen: Ich habe auch eine dunkle musikalische Vergangenheit insofern, als ich mich 20 Jahre im Bereich Musikmedien beschäftigt habe, anfänglich im Hörfunk, später dann lange Jahre im Musik TV. Die Älteren unter euch, unter uns werden sich vielleicht noch

an MTV erinnern. Nicht zuletzt deswegen verfolge ich die Diskussionen rund um das Musicboard schlicht mit großem Interesse.

Erstens, was mir ganz, ganz wichtig ist: Es wurde hier, es ist ein paar Jahre her, aber noch nicht so wahnsinnig lange, aus der Musikwirtschaft, aus den Musikkommissionen am Standort ein Bedarf in Richtung Politik formuliert. Dieser Bedarf wurde und wird offensichtlich nicht negiert und jetzt mit dem Musicboard umgesetzt. Und das halte ich erst mal für einen wichtigen Punkt. Das soll nicht populistischer klingen als ich es meine. Das ist erstmal gut. – Fernab von jeder Parteipolitik.

Letzten Endes sind es unter anderem all diejenigen, die hier jetzt gefragt werden, und alle anderen Player am Standort gefragt, aus dieser Steilvorlage auch was Vernünftiges zu machen.

Zweitens: Das übergreifende Thema ist heute ja: Wie gestalten wir die musikfreundliche Stadt? Es gibt hierfür eine, wie ich finde und wie auch die Erfahrungen zeigen, wunderbare Blaupause. Die gibt es am Standort schon seit über 10 Jahren. Die Initiative nannte sich „Filmfreundliches Berlin“. Und hier hat das Medienboard, das Ende der 90er noch Filmboard hieß, gemeinsam mit der Politik sich schlicht um eine positive Grundstimmung in der Verwaltung gekümmert, eine positive Grundstimmung in der Verwaltung geschaffen.

Wir hatten damals die Situation, dass man in Berlin äußerst ungern gedreht hat, weil es schwierig war – mit den Locations, mit den Drehgenehmigungen, mit, mit, mit, weil man in der Verwaltung damals im Zweifelsfall, wenn es um eine Drehgenehmigung ging, eher nein gesagt hat als ja. Dieses wurde mit der Initiative „Filmfreundliches Berlin“ geändert. Wir haben heute eine überaus filmfreundliche, drehfreundliche, TV-freundliche Situation am Standort. Wie gesagt: Hier gibt es eine wunderbare Blaupause.

Als direkte Folge dessen wurde übrigens beim Medienboard, das damals noch Filmboard hieß, die BBFC gegründet, eine 100-prozentige Medienboard-Tochter, die Berlin-Brandenburg-Film-Commission. Und genau da ist man richtig, wenn es um Drehgenehmigungen geht, wenn es um Locationsuche geht, wenn es um eine Vermittlung Richtung Politik, Vermittlung Richtung Verwaltung geht, wenn es um Mitarbeitersuche geht und, und, und. Das ist eine ganz kleine, aber extrem erfreuliche und erfolgreiche Einheit bei uns im Haus.

Zurück zum Musicboard: Auch nach dem, was wir gerade gehört haben, ich denke, die wichtigen Aufgabegebiete liegen aus meiner Sicht einigermaßen auf der Hand. Das ist zum

einen genau diese zentrale Anlaufstelle, die sicherlich nicht alle Wünsche erfüllen kann, die aber auf jeden Fall weiterhelfen können muss. Sprich, wir brauchen eine sehr gut vernetzte zentrale Anlaufstelle. Das ist zweitens der Bereich Nachwuchsförderung, mit dem wir uns auch bei Medienboard logischerweise intensiv beschäftigen. Hier geht es in meinen Augen im Kern um Professionalisierungsmaßnahmen. Wenn ich auf die sehr schöne Startup-Landschaft schaue, die wir gerade hier am Standort haben, ist die Situation oft oder viel zu oft die gleiche. Da gibt es eine unfassbare Euphorie. Da gibt es großen Enthusiasmus, einen großen Willen und wahrscheinlich auch eine ganz, ganz tolle Idee. Und dann geht es an den ersten Vertrag, die ersten betriebswirtschaftlichen Fragen. Und daran scheitert es dann einmal.

Das kann sicherlich nicht alles sein. Ich denke, bei Professionalisierungsmaßnahmen kann es nicht nur um kleine Einmaleins gehen, aber das sollte auf jeden Fall ein wesentlicher Bestandteil der Professionalisierungsmaßnahmen sein. Das machen wir im Medien- und Filmbereich übrigens auch vielfältig. – Ja, Professionalisierungsmaßnahmen, Beratung, Unterstützung, Förderung, all das unter dem Überbegriff Nachwuchsförderung.

Der dritte wesentliche Punkt in meinen Augen, der hier auch verschiedentlich angesprochen wurde, ist die Vernetzung der Musik, und zwar die Vernetzung regional, national, international. Auch das machen wir in Film- und Medienbereichen im Medienboard regelmäßig.

Ich denke, beim Musicboard geht es natürlich erstmal um die Vernetzung von Musik mit Musik – regional, national, international, aber natürlich auch darüber hinaus um die Vernetzung von Musik – das ist in meinen Augen noch deutlich ausbaufähig – mit weiteren Medien, mit Medien auf allen Plattformen, also: Musik und Film, Musik und TV, Musik online, Musik mobile und nicht zuletzt auch Musik und Kohle, Musik und Investoren. Das halte ich für ganz, ganz wichtig.

Gut zu wissen in dem Kontext, dass man mit den Berliner Music Commission, Club Commission und Label Commission ja auch schon Netzwerke hat bzw. auch schon jemanden hat, der in dem Bereich Vernetzung über eine Menge Erfahrung verfügt.

Im Kern übrigens, wenn ich an diese drei in meinen Augen Kernaufgaben denke, sind das eben auch Aufgaben des Medienboards, explizit in meinem Bereich. Und ich denke, wir, und da heißt in dem Moment der Medienstandort, der Filmstandort hat damit schlicht gute Erfahrungen gemacht. Ich glaube, dass wir insbesondere beim Filmstandort Berlin

inzwischen vom Filmstandort Nr. 1 im Bundesgebiet sprechen können – unstrittig, ohne diese Maßnahmen nicht da stehen würden, wo wir heute stehen.

Abschließend zwei Dinge: Wir kümmern uns natürlich auch um Filmförderung und die Förderung von digitalen Inhalten. Wichtig: Wir vergeben dies nicht als Zuschuss, sondern als bedingt zurückzahlbares Darlehen. Das heißt, wir fördern vielversprechende Dinge. Und im Erfolgsfall bekommen wir unser Geld zurück. – Was können wir damit machen? Weitere, noch mehr Erfolg versprechende Dinge fördern. – Punkt 1.

Punkt 2, auch wichtig für uns: Wir messen unseren eigenen Erfolg auch am so genannten Regionaleffekt. Das heißt: Wie viel Wirtschaftskraft wird mit unseren Fördereuros ausgelöst? Wir haben beim Medienboard über die Jahre einen durchschnittlichen Regionaleffekt von 400 %. Das heißt, für einen Euro, den wir geben, kommen vier Euro ins Land zurück. Und deswegen können wir besten Gewissens nicht explizit von Subventionen sprechen, das wollen wir auch nicht, sondern wir sprechen von ökonomisch sinnvollen Investitionen in den Standort, was uns die Arbeit – gerade gegenüber der Politik – deutlich leichter macht.

### **Moderation**

Herzlichen Dank, Herr Giglinger. Jetzt konkrete Nachfragen und danach kommen wir in die Diskussion.

### **Eva Kiltz**

Eine Frage an Frau Kessler: Würden Sie sagen, eine kleinere Version der Künstlerförderung, wie Sie sie in der Initiative Musik durchführen, kleinere Version im Sinne von kleineren Budgets, wäre für Berlin hilfreich?

Zweite Frage: Sie kennen sicherlich die französische Kulturwirtschaftsförderung, die ich persönlich für sehr gelungen halte. Glauben sie, dass ähnliche Mechanismen wie dort für Berlin sinnvoll wären?

Und eine Frage an Herrn Giglinger: Welche Aufgabe hat die Film-Commission innerhalb des Medienboards genau? Ist das sozusagen der Teil des Medienboards, der die Vernetzung vorantreibt? Wie ist sie integriert?

### **Tim Thaler**

Eine Nachfrage an Herrn Giglinger: Halten Sie es nicht auch für förderwürdig, dann den Journalismus, wenn die Musik mit den Journalisten gekoppelt werden soll, auch zu fördern, um das eventuell nachhaltiger und qualitativ hochwertiger zu gestalten, weil viele

journalistische Betriebe heutzutage mehr mit Praktikanten arbeiten und mit unbezahlten und auch deswegen ungebildeten Mitarbeitern manchmal?

### **Ina Kessler**

Ja, ganz sicherlich wäre eine Anschlussförderung sinnvoll, so wie wir Projekte für Infrastrukturmaßnahmen, wie auch für Künstlerförderung ab 10.000 Euro erst fördern können. Das heißt, erst bei einem Volumen von 25.000 Euro können wir sozusagen eine Förderung mit anbieten. In Hamburg gibt es die Label-Förderung, die gemeinsam mit dem VUT aufgesetzt worden ist, ein wunderbares Beispiel. Und es wäre ein Traum, wenn es die auch in Berlin geben würde, nämlich eine bis-10.000er Förderung – nach den gleichen Kriterien. Insofern, das wäre in der Tat hilfreich.

Das Beispiel der französischen Förderung, da können wir jetzt nur ganz groß nach schielen. 100 Millionen werden Ende des Jahres zur Verfügung gestellt. Ja, das wäre natürlich wunderbar, aber woher nehmen, wenn nicht stehen. Selbstverständlich, ja, aber da gibt es ja auch ganz unterschiedliche – ich sage mal – Geldgeber auf der einen Seite, die Gelder in unterschiedliche Töpfe packen. Auch das wäre sicherlich ein schönes Modell für Berlin, da einfach noch mehr sich sponsern zu lassen oder auch Gelder zu rekrutieren.

### **Moderation**

Vielleicht kann der Bund sich auch beteiligen. Aber wir reden über den Punkt beim nächsten Mal. Da ist der Daniel Winkel auch eingeladen. Und der wird ausführlich zu dem Bereich auch noch mal Stellung nehmen.

### **Elmar Giglinger**

Um auf Ihre Frage einzugehen: Ich habe sie nicht verstanden. Musikjournalismus? Die können Sie gleich noch mal stellen. Ich beantworte inzwischen die Frage in Richtung BBFC, Berlin-Brandenburg Film Commission.

Nein, die BBFC ist explizit nicht für die Vernetzung zuständig. Die Vernetzung machen wir überwiegend gemeinsam bzw. lassen es von media.net machen. Das heißt, wir vergeben da gern mal Aufträge. Das media.net kümmert sich dann in unserem Auftrag – nicht immer, aber manchmal auch mit unserem Geld – um die entsprechenden Vernetzungsaktivitäten – gestern erst verkündet: neues Netzwerk games.net.

Die BBFC ist explizit gedacht als *der* Ansprechpartner für die TV- und Filmproduzenten, wenn sie Fragen haben in Richtung Drehgenehmigung, in Richtung Locations-Suche, wenn

sie auch mal Mitarbeiter suchen und ihnen anderweitig nicht geholfen werden kann oder eben auch wenn es um Vermittlungen Richtung Verwaltung geht.

### **Moderation**

Es gibt ja beim Medienboard den Kinobeauftragten, Herrn Berg. Es wurde hier schon ein Musikbeauftragter als Begriff genannt. Welche konkreten Tätigkeitsfelder bearbeitet dieser so genannte Kinobeauftragte?

Und dann vielleicht erstmal die genauere Frage und dann Herr Giglinger.

### **Tim Thaler**

Okay, dann die Frage noch mal: In den Medienbetrieben, die ja immer wieder genannt werden, weil Musiker ja in Medien stattfinden sollen, sind sehr viele unbezahlte und auch sehr unausgebildete Personen tätig – sei es als Praktikanten oder als unbezahlte Mitarbeiter, als freie Mitarbeiter mit geringem Einkommen. Halten Sie es nicht auch für notwendig, da dann auch eine gewisse Förderung reinzustecken, dass man sagt: Man bildet diese Leute in nachhaltigem, qualitativ hochwertigem Journalismus aus, dass sie mit den Angeboten, die sie dann bekommen – der Musiker, der gefördert wird, das Projekt, das gefördert wird –, auch etwas anfangen können, dieses wiederum richtig weitertragen können über das Medium, damit dieser Musiker dann auch mehr Repräsentanz, mehr Bekanntheit erreicht?

### **Elmar Giglinger**

Ich würde mich schlicht jederzeit dafür einsetzen, dass gut ausgebildete Journalisten bitteschön auch anständig bezahlt werden, kann aber leider, wenn es im Einzelfall anders ist, daran nix ändern.

Ob das förderungswürdig ist, da habe ich mir – ehrlich gesagt – noch keine Sekunde Gedanken drüber gemacht. Aber ich glaube, dass es hier schlicht um Privatwirtschaft geht. Wo soll da der Ansatz sein? Was genau soll in dem Moment in welchem Umfang und von wem und warum gefördert werden? Es ist, ich befürchte, auch kein exklusives Problem im Musikjournalismus, dass im Einzelfall gute Menschen schlecht bezahlt werden. Das finde ich nicht gut, aber...

Dann zu Ihrer Frage zum Kinobeauftragten. Jawohl, Christian Berg ist unser Kinobeauftragter. Er ist im Endeffekt, ähnlich wie ich gerade schon gesagt habe in Sachen BBFC als zentrale Anlaufstelle für TV-Produzenten und Filmproduzenten, *der* Ansprechpartner für Kinos. Und, wenn es dann konkrete Projekte gibt, wie zum Beispiel den Kinoprogrammpreis, den wir seit vielen Jahren veranstalten, oder aktuell auch die



Kinodigitalisierung, dann ist er derjenige, der diese Projekte quasi unter sich organisiert und entsprechend verantwortungsvoll auch übernimmt.

Er dient aber auch im Kinobereich schlicht als Ansprechpartner für jeden Kinoinhaber oder wie auch immer, dem geholfen werden möchte.

### **Moderation**

Herzlichen Dank an alle Sachverständigen für ihre wirklich sehr profunden Beiträge. Mit Blick auf die Uhr würde ich sagen, wir verzichten auf die Pause und haben jetzt ungefähr eine Dreiviertelstunde, um dies und das zu diskutieren in Bezug auf die Rahmenbedingungen. Ich habe bereits drei Wortmeldungen.

### **George Lindt**

Ich berate im Medienbereich große und kleine Firmen, Verlage, arbeite viel mit Goetheinstitut, DHD und so zusammen und habe, um Liebhaberprojekte zu veröffentlichen, auch zwei kleine Marken. Die eine heißt „Lieblingslied“, die andere „Fly Fast“. Vielleicht kennt der eine oder andere eine Produktion. Ich habe mal Die Ärzte oder Wir sind Helden dazu gezwungen oder überredet, chinesisch und japanisch zu singen, habe viel auch im Buchbereich zu tun. Ich mache viele CDs, die in Bücher gepackt sind oder umgekehrt, und bin wahrscheinlich mit Trikont in München die einzige Plattenfirma, die nicht nur ein VUT-Mitglied ist, sondern auch im Börsenverein des deutschen Buchhandels. Und ich habe da viele Erfahrungen in der unterschiedlichen Herangehensweise und der unterschiedlichen Förderpolitik. Wenn man sieht, was im Literaturbereich alles gefördert wird, sieht es im Musikbereich sehr armselig aus.

Neben meiner hauptberuflichen und Nebentätigkeit engagiere ich mich auch immer sehr im Bereich der Lobbyarbeit in den Verbänden. Ich habe vor längerer Zeit mal angeregt, dass sich der Börsenverein des deutschen Buchhandels mit dem VUT mal einen Tisch setzt und Gespräche führt, einen Erfahrungsaustausch macht. Das war sehr erfolgreich und eine sehr lange Nacht.

Eine Idee, die daraus geboren ist, ist ein Markt, den ich organisiert habe, Buch trifft Musik, wo erstmals in Berlin Berliner Buchverlage, Buchhändler, Plattenfirmen und Plattenhändler einen gemeinsamen Weihnachtsmarkt gemacht haben – Weihnachtsmarkt deswegen, weil wir natürlich einen Markt machen wollten, der nicht nur Fachbesucher, sondern auch die normalen Konsumenten anzieht, weil auch für mich eines der vielen Probleme ist, dass viele Leute überhaupt gar nicht genau wissen, was eine Plattenfirma oder ein Veranstalter so macht. Ich wollte mit diesem Markt auch erreichen, dass hinter diesen Namen, diesen

Verlagen und Plattenfirmen Menschen sichtbar werden, mit denen man sprechen kann und die man kennenlernen kann und ihr Arbeiten kennenlernen kann.

Die Idee, Buch trifft Musik zu machen war sehr naheliegend und auch schön. Es gab eigentlich niemanden, der die Idee nicht gut gefunden hat. Schwieriger sah es dann mit einer Förderung aus. Ich wollte, dass große und kleine Verlage, große und kleine Plattenfirmen völlig gleichberechtigt sind, mit der gleichen Standgröße und mit der gleichen Standgebühr – und die sollte auch für möglichst alle finanzierbar sein. Dadurch hat sich natürlich ein wirtschaftliches Defizit errechnet. Wir brauchten also eine Förderung. Ich habe dann versucht, irgendwie das hinzukriegen, aber da ich auch hauptberuflich meine Miete verdienen muss, hat das immer wieder dazu geführt, dass es verschoben wurde. Es hat im letzten Jahr dann zum ersten Mal geklappt. Wieso das zum ersten Mal nicht geklappt hat: Ich habe beim Senat gefragt. Die haben gesagt, *klings super, wann wollen Sie das machen? Dieses Jahr? Geht nicht! Frühestens in zwei Jahren.*

Dann hat die Initiative Musik gesagt: *Ja, das klingt gut, aber da ist ja jetzt Literatur dabei, schwierig, haben wir kein Förderprogramm für.* Dann habe ich Medienboard angefragt, die haben gesagt: *Ja, wenn Sie einen Film machen würden, da hätten wir viel Geld, aber das ist jetzt auch schwierig. Standortmarketing, hm, kann man das nicht mit der Berlin Music Week zusammen machen, da werden wir vielleicht kooperieren –* war auch schwierig, weil, ich wollte ja einen Weihnachtsmarkt machen und nicht Händeschütteln auf der Popkomm veranstalten.

Geklappt hat es dann durch die Zusammenarbeit mit der Kulturbrauerei, mit dem VUT und dem Börsenverein haben die das irgendwie hingekriegt. Und mit viel Enthusiasmus und Eigeninitiative habe ich diesen Markt gemacht. Das hat 5.000 Besucher angezogen. Es war sehr erfolgreich.

Weswegen ist das erzählt, ist, dass ich mir beim Musicboard, wenn es das geben würde, eine Person oder ein Team wünschen würde, die mal links und rechts gucken, von denen man weiß, dass sie kompetent sind, von denen man weiß, dass sie auch wirklich durch die Unternehmen gehen und Musiker treffen und die Branche wirklich in allen Facetten kennen. So jemanden würde ich mir wünschen. Ich weiß auch von Kollegen, dass es auch sehr personenabhängig wäre.

Ich würde mir auch einen wünschen, der einen vielleicht auf andere Fördermöglichkeiten aufmerksam machen kann, wenn das jetzt beim Musicboard dann nicht klappt, eine Person, die auch die Antragslyrik oder die Antragsprosa beherrscht und der einem vielleicht zur Seite

sitzt und hilft, solche Anträge auszufüllen. Als Labelbetreiber mit ein, zwei oder drei Mann hat man auch nicht die Zeit, sich in solche Dinge so einzufuchsen, dass man die bewältigt bekommt.

Was ich mir nicht wünschen würde, wäre ein Musicboard, was wieder irgendwelche Veranstaltungen und Panels organisiert, wo sich immer wieder die gleichen Leute gegenseitig einladen, was ja relativ häufig vorkommt.

Meine letzte Frage ist: Wieso würde das Musicboard selbständig sein? Wieso kann man das nicht beim Medienborad anlegen? Wieso soll man ein zusätzliches neues Ding aufmachen und damit einen großen Verwaltungsakt schaffen, wenn es so was Ähnliches schon gibt, wo man das eigentlich vielleicht angliedern könnte?

### **Moderation**

Zur letzten Frage: Das ist noch nicht entschieden. Das diskutieren wir gerade.

### **Jan Kühn**

Ich bin Soziologe an der TU Berlin, beschäftige mich mit der elektronischen Tanzmusik auch beruflich. Ich habe eine Diplomarbeit über die Produktion elektronischer Tanzmusik in Home-Recording-Studios geschrieben und arbeite derzeit an einer Dissertation über die Szene-Wirtschaft elektronischer Tanzmusik, eine eigene Form des Wirtschaftens zwischen Musikindustrie und Underground. Das ist so ein bisschen die These, die ich vor mir her schiebe.

Weiter bin ich als DJ in der Musikszene aktiv und habe eine Plattform, Berlin-Mitte-Institut.

Mit diesem Wissenshintergrund aus dem Akademischen als auch aus der Szene selbst möchte ich einen kurzen Beitrag zur Diskussion leisten, was das Musicboard machen soll. Die Idee, die ich vorstellen möchte, betrifft die generelle Ausrichtung, nämlich dass sich das Musicboard an den Interessen der alternativen Kulturwirtschaft orientieren soll und nicht am Musikstandort Berlin. Das will ich ganz kurz erläutern.

Der Begriff Musikstandort Berlin ist ein tückischer. Er suggeriert, dass sich eine Vielzahl heterogener Interessen, Probleme, Wirtschaftspraxen und Rahmenbedingungen oftmals lediglich im Sinne unorganischer Stadtvermarktung bzw. Erhöhung von Wirtschaftsleistung unter einen Hut bringen lassen.

An einem vereinfachten Beispiel wird dies deutlich: Musikindustrie versus Szenewirtschaft. Die Musikindustrie ist gekennzeichnet von marktorientierter Musik für Massen, Formatradio, Diskotheken, Superstars, großen wirtschaftlichen und organisatorischen Zwängen, mangelnder Innovationsfähigkeit, großen Herausforderungen durch Computerisierung, Vernetzung und Digitalisierung. In den Nischenmärkten kleinteiliger Szenewirtschaften elektronischer Tanzmusik, ich spreche vor allem von House, Techno von Berlin, hingegen bestimmen feine musikalische lebensweltlich und auch sozial-strukturelle Hintergründe abzielenden Distinktionen und persönliche Werthaltungen den wirtschaftlichen Output, haben Akteure eine starke ästhetisch-persönliche Beziehung zu ihren Produkten und wirtschaften, um sich künstlerisch ausleben zu können.

Also, man sieht hier schon, dass ich versuche einen Unterschied zu machen zwischen diesen kleinen Labels, den kleinen Akteuren, den kleinen DJs und den kleinen Produzenten und dem, was wir wahrscheinlich dann finden würden bei Headquarter Entertainment und Embassy of Music. Das sind zum Beispiel Akteure, die ich nicht zu dieser Szenewirtschaft zähle, sondern eher strukturell zur Musikindustrie.

Entsprechend wird deutlich, wer für die Attraktivität Berlins maßgeblich verantwortlich ist, nicht die überall verfügbaren und standardisierten Produkte der Musikindustrie in Diskotheken, sondern eine extrem kleinteilige und distinguierte, alternativ subkulturell geprägte und entsprechend vielfältige Berliner Kulturlandschaft mit ihren Clubs, Off-Locations und Spielräumen für Jugendliche, die nicht erwachsen werden wollen.

Wie kann man diesen Leuten helfen? Diese brauchen keine Hilfestellung für zusätzliche Kommerzialisierung, Professionalisierung und Vernetzung, denn das machen die Akteure in eigenen Wirtschaftspraxen via Internet und Szeneorten online und offline ausreichend selbst und im alternativen Modus des Wirtschaftens auch organisch, also für sich anhand ihrer eigenen Logiken.

Wir brauchen politische Konzepte, die die Rahmenbedingungen der alternativen Kulturlandschaft schützen, fördern und gezielt bevorteilen. Dann gedeiht der Musikstandort Berlin als Gesamtes durch die AkteurInnen, also organisch. Ebenfalls haben dann die AkteurInnen der Musikindustrie, die ja in einem komplexen Verhältnis zu den Szenewirtschaften stehen, zu den Jugendkulturen, zu den Subkulturen, auch einen massiven Vorteil dadurch, weil sie ja sozusagen von der Innovativität dieser Szenen auch stark abhängig sind.

Entsprechend kommt also die Stadtplanung auf die Agenda des Musicboards als wesentlich primärer Faktor. Dementsprechend reden wir auch über das, was man allgemein als Gentrifizierung redet, als wesentlichen Punkt, den das Musicboard mit berücksichtigen muss. Um das umzusetzen, das ist ja eine schwere Sache, brauchen wir als ersten Schritte eine Art Onlineplattform, auf der sich Akteure der Kulturlandschaft anmelden können, austauschen, Themen aufbringen und abstimmen können. Die Heterogenität der Kulturlandschaft lässt sich dadurch kanalisieren.

Ich halte es sozusagen nicht für sonderlich sinnvoll, wenn wir Experten haben, Sachverständige aus der Musikindustrie und vielleicht aus irgendwelchen Kommissionen, die versuchen, repräsentativ für eine Musikszene zu sprechen, die in Wirklichkeit wesentlich vielfältiger ist und deren Vielfalt eigentlich über bestimmte Tools erst abgebildet werden muss und erst dann auch kann. Die Forderungen, die sich aus diesen Abstimmungsprozessen und Beiträgen ergeben, sollten die politische Grundlage des Musicboard darstellen.

Als zweiten Schritt wird eine neue juristische Kategorie benötigt – das Kulturgewerbe. In diesem werden die kulturellen Logiken, die ich vorhin schon kurz aufgezählt habe, die sozusagen nicht dieselben sind wie die der Musikindustrie, und die gewerblichen AkteurlInnen festgehalten, so dass diese im Kampf um urbane Ressourcen geschützt, bevorteilt und in der Stadtplanung aktiv berücksichtigt werden können, um zum Beispiel alternativ geprägte Ghettos, so genannte Szenekieze, weiter zu streuen und für eine bessere Durchmischung und entsprechend geringe Anfälligkeit für Gentrification zu sorgen.

Der erste Punkt, den ich mache, ist, dass die Ausrichtung des Musicboards kein allgemeiner des Musikstandorts Berlin sein sollte, sondern sich gezielt an bestimmten AkteurlInnen mit bestimmten Eigenschaften orientieren sollte. Die habe ich ganz grob als *alternative Musiklandschaft* beschrieben.

Zweitens: Was sollte mit der Million Euro gemacht werden? Die sollte dafür genutzt werden, dass eine Art Onlineplattform geschaffen wird, wo die Interessen dieser Musiklandschaft kanalisiert werden können und als politische Grundlage des Musicboards herangezogen werden können.

### **Ben de Biel**

Ich bin Clubbetreiber und Fotograf. Ich habe eine Verständnisfrage. Ich sehe diese Einladung. Ich sehe die eingeladenen Menschen. Ich wollte a) wissen, wer sie eingeladen hat, b): Hat sich der Senat überhaupt irgendeine Grundlage gedacht, was das Musicboard

sein soll – außer der Idee, die Elmar Giglinger gesagt hat, gut Wetter bei den Behörden zu machen, was ich für richtig halte. Überhaupt hat es sich gelohnt, auf den Beitrag von Herrn Giglinger zu warten, muss ich sagen. Tatsächlich hat der die einzigen drei relevanten Themen angesprochen, die, glaube ich, die Politik, der Senat, wenn er so ein Tool aufstellt, überhaupt leisten kann, weil er sich in seinem eigenen Umfeld bewegt, nämlich innerhalb der Verwaltung.

Ansonsten wäre es *Wünsch dir was*. Aber ich glaube, man ist nicht gut beraten damit, wenn man irgendwelche Formen von Firmen fördert. Markt ist Markt, da möge jeder machen, was er möchte. Wenn er fällt, dann fällt er. Das sehe ich nicht ein. Universal hat Geld für den Umzug nach Berlin bekommen. Ich wüsste nicht, dass ein Club, der umziehen muss, so was bekommt. Man bewegt sich da immer in einem Gebiet, wo klar ist, dass es immer nur Animositäten schafft. Der eine bekommt was, der andere nicht, das schafft immer eine Unzufriedenheit. Darum kann es nicht gehen. Es kann einzig und allein darum gehen, dass man eine strukturelle Verbesserung innerhalb der eigenen Kommune, der eigenen Stadt vorbereitet. – Danke.

#### **Moderation**

Ich hätte Sie jetzt zurückgegeben: Was wäre Ihr Vorschlag, aber da Sie eben schon eine ganze Menge Vorschläge gemacht haben, habe ich Sie einfach notiert.

#### **Ben de Biel**

Ich habe am Anfang eine Frage gestellt: Was hat sich eigentlich Herr Böhning oder der Senat unter dem Musicboard selber vorgestellt? Wir haben gehört, was die Experten gesagt haben. Ich wollte aber wissen, was Sie selber sich darunter vorstellen im Zweifelsfall und wie die Einladung der Experten zustande gekommen ist.

#### **Moderation**

Das Konzept, habe ich am Anfang gesagt, wird im September vorgelegt. Wir machen einen umgekehrten Weg. Wir hören erstmal. Eine Anhörung ist immer ein bisschen *Wünsch dir was*, das finde ich auch gut. Deswegen gibt es erstmal die Diskussion über die Frage, welche Rolle ein Musicobard spielen kann, eine Diskussion, die an den Senat, an die Politik herangetragen worden ist. Und wir spielen das ein bisschen zurück, weil wir nicht glauben, dass wir allwissend sind über all die Dinge.

Zweitens hat es mehrere Runden im Roten Rathaus gegeben aus verschiedenen Vertretern der Musikszene, woraus dann die Idee einer Anhörung und dann entsprechend auch die

Einladung der spezifischen Personen entstanden ist. Und weil mir wichtig ist, dass jeder und jede zu Wort kommen darf, sind wir genau in dieser Phase.

### **Carsten Lobbedey**

Ich habe einerseits seit 10 Jahren eine Musikschule, die sich ausschließlich mit Rock/ Pop beschäftigt. Dann bin ich bei „Jugend musiziert“ aktiv, die seit 2005 mit viel Engagement versuchen, nach „Jugend musiziert“ Rock/Pop-Musik zu etablieren. Dann bin ich noch Vorsitzender eines gemeinnützigen Vereins, der sich im Wesentlichen darum kümmert, ein Jugendkulturzentrum in Steglitz aufzubauen. Da gehört auch der Jugendkulturservice beispielsweise dazu, der vielleicht bekannt ist, der sich auch um die Vernetzung und Information kümmert – was gibt es in dem Bereich in der Stadt und wie findet man das.

Da liegt für mich auch eine der wesentlichen Aufgaben. Es geht um Vernetzung und Information. Man hat heute öfter gehört: Wer hat eingeladen, wer ist eingeladen, wen muss man eigentlich einladen, um das Thema breit zu erschlagen? Das liegt meines Wissens einfach daran, dass diese Vernetzung einfach nicht stattfindet aus den Kiezen in die Bezirke und von da ins Land Berlin, damit man überhaupt weiß, wer ist hier Künstler, wer veranstaltet was, wer macht hier Musik und wie findet man den und wie kann man diejenigen, die auf der Suche sind nach Veranstaltungen, die sie gerne besuchen wollen, oder nach Künstlern, zusammenbringen.

Es geht für mich auch um die Frage: Letztendlich kann ich das nur begrüßen, dass eine Senatsverwaltung einer Stadt oder des Landes Berlin sich, bevor sie irgendwas entscheidet, erstmal überhaupt öffnet und sagt, jetzt wollen wir erstmal gucken, was wollen die Leute eigentlich. – Das höre ich auch das erste Mal. Dazu kann ich nur beglückwünschen, so schwierig der Prozess sicherlich auch ist, weil es halt viele unterschiedliche Meinungen dazu gibt.

Da ist die Frage, die Herr Giglinger gestellt hat, eine der wichtigsten: Was kann so eine Stadt oder was soll so eine Stadt eigentlich fördern? Es geht immer um Steuermittel. Das Geld fällt nicht vom Himmel. Wer fördert was, warum fördert er das und wie kann man sich anmelden? Das sind wirklich die Themen, um die man sich von vornherein kümmern soll. Es geht um Information. Es geht um Öffentlichkeit. Ich glaube, auch wenn es vielleicht nicht Mainstream ist, zu einer künstlerischen Tätigkeit oder auch einer unternehmerischen Tätigkeit gehört immer ein gewisses Risiko dazu, so dass man halt mit Engagement und Überzeugung etwas anfängt. So eine Art Vollkaskoversicherung, die in irgendeiner Form da an Geldmitteln ausgegeben wird, ich weiß nicht, ob das so richtig förderlich ist und ob sich damit ein Musicboard überhaupt beschäftigen sollte.

Ich glaube, wenn man eine gute Idee hat oder Künstler ist, dann legt man sowieso erstmal los. Dann macht man erst mal. Ich glaube, dieses Risiko und dieses Wechselspiel, dass man sich auch um seine Miete kümmern muss, schärft auch durchaus irgendwie den Verstand und den künstlerischen Prozess.

Ich habe meine Musikschule damals dazu gegründet, weil ich irgendwo von leben musste, aber gesagt habe, ich will aber wenigstens meinen Lebensunterhalt damit verdienen, dass ich in dem Bereich auch bleibe. Ich habe diesen irrigen Glauben gehabt, dass ich jetzt mehr Zeit habe zum Musikmachen. Das hat nicht so richtig funktioniert, aber ich habe trotzdem meinen Traumjob gefunden, weil ich jetzt eine Musikschule habe und nicht mehr selber so viel mache. Aber ich glaube, wir sollten uns davon trennen, dass wir so viel Fördermittel hier ausschütten können, dass man unter Vollkaskoversicherung irgendwas machen kann.

### **Simone Hofmann**

Ich bin Gründungsmitglied der Berlin Music und Club Kommission, auch Veranstalterin der Fête de la Musique.

Ich begrüße sehr, dass wir hier sitzen bzw. dass es soweit gekommen ist, dass die Politik sich unseren Kampagnen geöffnet hat. Ich gebe ehrlich zu, die Reaktion hat mich ein bisschen überrascht, dass die Senatskanzlei – vielleicht auch bedingt durch die Koalition – sofort so stark am Start war, auch mit dem Etat. Und ich frage mich, ob es wirklich sinnvoll ist, sozusagen eine zusätzliche Instanz zu eröffnen, an der Senatskanzlei angegliedert, oder tatsächlich in den Medienboard mit zu installieren.

Was ich mir aber wünschen würde, wenn schon jeder seine eigene Spielwiese braucht, weil ich auch ein bisschen das Gefühl habe, dass die Senatsverwaltung für Wirtschaft, die Senatsverwaltung Kultur und Senatskanzlei, dass jeder sein eigenes Instrument haben möchte, dann würde ich sehr gerne sehen, dass die Etats gleich sind. Ich kenne den Etat von der SenKult. Allein die Fête de la Musique kriegt von diesem Mini-Etat 10 % und ist trotzdem noch nicht durchfinanziert. Aber wenn man jetzt von einer Million spricht – egal, wo es hinkommt mit dem Medienboard –, dann finde ich das ein Unverhältnis, wenn die Förderung SenKult bestehen bleibt. Ich würde eher sagen, da 700.000, da 700.000, weil ich aus meinen Erfahrungen auch sagen muss, dass es wie eine Wertung ist. Man sagt, *geh mal zu der Stelle. Ach nee, die hat nur 300.000 Euro, ich gehe zu denen...*

Ich würde mir eben auch sehr wünschen, wenn diese drei Spielwiesen bleiben, sehr, sehr klar formuliert wird, was gefördert wird und was nicht. Das finde ich bei der Initiative Musik ziemlich gut, dass die Förderrichtlinien dort wirklich sehr gut verifiziert sind, weil ich in den 20



Jahren, die ich mich mal entschieden habe, mit der öffentlichen Hand zusammenzuarbeiten, würde ich aus der heutigen Sicht nie wieder machen. Es ist wirklich schwer zu verstehen. Lohnt es sich einen Antrag zu stellen oder nicht? Fête de la Musique ist in drei Jahren auch wieder vakant.

Ich glaube, viel wichtiger ist wirklich, den Leuten von vornherein den Zahn zu ziehen und zu sagen, *nee, du, das ist hier nicht förderungswürdig*, und nicht die einfach so machen lassen, weil, das ist wirklich viel Arbeit, also, dass die Kommunikation da ganz viel klarer ist. Das waren meine Wünsche. Danke.

### **Uli Kempendorff**

Ich bin Musiker. Ich würde gerne was sagen zu der Darstellung der bisher schon bestehenden Fördermaßnahmen, weil mir die Darstellung doch ein bisschen zu negativ war. Es wurde ja gesagt, dass es nicht zugänglich und transparent ist, dass zu wenige Leute darüber Bescheid wissen. Ich glaube, dass alleine das Antragsvolumen bei beiden, bei Jazz und Pop, eine ganz andere Sprache spricht. Ich glaube, das ist ein Vielfaches der letztendlich bewilligten Gelder.

Diese 300.000, die für den Jazz- und Pop-Bereich bereitstehen, das ist fast gleich geteilt, ist weniger geworden beim Jazz in diesem Jahr von 147.000 auf 130.000, obwohl im Koalitionsvertrag eigentlich drin stand, dass die Fördergelder für die freie Szene erhöht werden sollen. Das ist bisher noch nicht erfolgt. Es ist daher auch recht irritierend, hier über eine Million zu reden, die plötzlich bereitgestellt wird und schon eingestellt worden ist, wo diese Gelder plötzlich herkommen in dieser Größe, wo in den letzten 10 Jahren die Gelder für die Senatsverwaltung für kulturelle Angelegenheiten konsequent zusammengeschrumpft worden sind. Und wo wir von Räumen gesprochen haben, wie zum Beispiel das Podewil, das vor 10 oder 15 Jahren noch war, da hat der Senat nicht unbedingt eine glückliche Hand gehabt in der Abwicklung und Vergabe von Strukturen.

Bei den Geldern für Pop zum Beispiel, Frau Lucker hat da ja 2011 auch Gelder bekommen, die BMC hat auch Gelder bekommen für die Produktion von ihrem Berlin-Sampler... Also, eigentlich sollten diese Strukturen ja schon bekannt sein. Man kann viel dafür machen, dass mehr Leute davon wissen. Und dass diese Strukturen auf jeden Fall überarbeitet werden sollen, dass es da viele Probleme gibt, steht außer Frage. Aber zurzeit stellt sich hier noch die Frage mit dieser Million. Da wurde vorhin auch nicht genau drauf eingegangen, ob diese 300.000 jetzt in diesen Millionenetat einfließen sollen oder nicht oder ob die unabhängig davon bestehen bleiben. Wenn ja, warum ist da bisher die versprochene oder beschlossene Erhöhung noch nicht erfolgt für 2012? Wird die für 2013 erfolgen?

Ich fand den Kommentar von Ben de Biel sehr interessant, wer darüber bestimmt hat, wer hier eingeladen wird. Es ist als Musiker interessant zu sehen, dass... Gut, Herr Feist, das war ein interessantes Statement, aber ich glaube, das ist beim besten Willen nicht repräsentativ für die Musiker, die hier von dieser Art von Förderung am Ende profitieren sollen. Es ist keine Vertreterorganisation von Musikern hier eingeladen worden, weder die Initiative Neue Musik, noch die IG Jazz oder Dach-Musik, was sich jetzt neu gegründet hat. Vielleicht sollten Sie da für die nächste Anhörung noch mal drüber nachdenken.

Die BMC hat bereits 2011 eine Million Wirtschaftsförderung bewilligt bekommen. Ich kann Ihnen die Seite im Haushalt zeigen. Davon sind 2011 doch schon 165.000 Euro doch schon ausgezahlt worden. Das ist gestaffelt über vier Jahre. Ich wollte gerne nur fragen, ob es da schon zu Ergebnissen gekommen ist.

### **Moderation**

Ich glaube, die letzte Darstellung stimmt so nicht. Erstmal noch mal grundsätzlich: Jeder ist hier eingeladen worden. Es ist öffentlich eingeladen worden über Presse, über Berlin.de, Flux FM hat, glaube ich, die ganze Woche lang öffentlich dazu eingeladen. Jeder Berliner, jede Berlinerin hätte im Rahmen der räumlichen Kapazitäten kommen können. Das gilt auch für Musiker. Insofern muss ich diesem Eindruck entgegenreten, dass hier irgendjemand nicht eingeladen worden wäre. Wir haben bisher niemanden rausgeschmissen und werden das wahrscheinlich auch nicht tun. Jeder hätte kommen können. Das gilt auch am 23. Mai. Jeder ist dort herzlich eingeladen zu kommen, mit uns zu diskutieren. Deswegen machen wir das ja. Sonst könnten wir uns das ja alles schenken.

Und noch mal die Antwort auf die Frage: Nein, die Etats werden nicht miteinander gegengerechnet, sondern es kommt oben drauf.

### **Iven Hausmann**

Das Musicboard wird ja mit vielen Firmen zusammenarbeiten – zwangsläufig. Unter den Firmen gibt's auch immer Schwarze Schafe, oftmals nicht unbedingt zu knapp, sowohl unter Clubs wie auch unter Labels, die auf Kosten der Musiker unter Umständen ihre Läden voll machen, oder auch beispielsweise Festivalbetreiber, die dann gerne mal eine Headliner-Kapelle gut bezahlen. Dann kommen viele Leute. Und zehn andere Bands, die dort spielen sollen, dürfen dann umsonst spielen, weil das ja eine gute Werbung ist.

Diese Praxis hat wahrscheinlich oben angefangen und ist jetzt unten angekommen, denn bei Rundfunkstationen ist es ja im Grunde nicht mehr anders. Da kann ich eigentlich nur das zukünftige Musicboard bitten, nach gewissen – nennen wir es mal – *Qualitätsstandards* zu

gucken. Das kann man ja einrichten. Erstmal arbeiten ja ausschließlich letztendlich Musiker in der Musikszene. Alles, was mit Musikszene zu tun hat, muss auch mit Musikern zu tun haben. Die haben Bedingungen in Clubs, wenn sie Konzerte machen. Die haben Bedingungen oder Verträge mit Labels. Und da gibt es Partner, die agieren fair oder versuchen fair zu agieren, natürlich auch bis zu dem Rahmen, wo sie sich selber gefährden. Aber es gibt eben auch immer andere Partner, die das auf Kosten der Musiker tun.

Wenn überhaupt Musiker umsonst irgendwo spielen sollen, und es gibt reichlich, die umsonst spielen, dann muss man sich auch immer fragen: Wovon leben die eigentlich? Deswegen beglückwünsche ich Anton Feist, dass er von seiner Musik leben kann. Das hat sicherlich alles viele Umstände. Der eine hat keine Familie. Der andere hat zwei Kinder. Wenn die Frau möglicherweise auch noch Künstlerin ist, dann kannst du froh sein, wenn du tausend Euro im Monat als Familieneinkommen zu verbuchen hast. Die Situation flächendeckend, das ist meine Meinung, verschlechtert sich derart. – Vor 20 Jahren war es möglich, dass man mit zwei Wochen Taxifahren vielleicht noch über den Monat kam. Das heißt, man konnte sagen, ich fahre zwei Wochen Taxi, gehe zwei Wochen ins Studio und mache meine Sachen und das ist okay. Das geht heute nicht mehr, weil die Fixkosten einfach in den letzten 20 Jahren so explodiert sind, dass du im Grunde mit Erwerbsarbeit deine Lebensgrundlage, erst recht im künstlerischen Bereich nur noch mit Riesenglück, eben mit kommerziellem Erfolg erwirtschaften kannst.

Ich finde, das darf man nie außer Acht lassen. Egal, man kann es Stipendium nennen, man kann es Grundeinkommen nennen, es gibt sicherlich verschiedene Modelle dafür....

Das Beispiel war nun signifikant dafür, weil auch viele Veranstalter sozusagen Musiker auch nicht mehr bezahlen.

### **André Krumnau**

Ich werde an dieser Stelle nicht „Geschäftsfreunde fürs Leben vorstellen“, so wie jeder das hier heute schon getan hat. Das ist für mich verschwendete Zeit. Das ist eine Veranstaltung der Senatskanzlei. Die ist meiner Meinung nach zuständig fürs Recht, für die Juristerei. Der Herr von der Linken ist leider schon gegangen. Er hatte eine Frage gestellt, da ging's ums Urheberrecht. Heute um 9.00 Uhr war schon eine Veranstaltung hier im Haus, die hat sich auch mit Urheberrecht und Copyright beschäftigt.

Ich habe eine Bitte an dieser Stelle, dass man sich doch einmal einem Thema widmen könnte, nämlich dem Copyright, also dem Ideendiebstahl: Wo ist da Konstruktivismus? Wo zählt die Idee des einzelnen Musikers, Künstlers etc.? Eigentlich kann man kein Musikstück

mehr schaffen. Wenn eine Anzahl an bestimmten Noten ein Musikstück ergeben, darauf kann man ein Copyright haben, aber da kann man die Mathematik anwenden. Wenn man eine bestimmte Anzahl an Noten hintereinander spielt, hat man eine Melodie. Demzufolge ist es ein geschütztes Werk. Also, man kann relativ wenig neu schaffen.... Ob man da die Regeln aufbricht...

Was ich als Werbekaufmann auch sehr schade finde und mit bemängeln muss: Man hat eine gewisse Botschaft, die man transportieren will, auch hinter Medienboard, hinter Musicboard. Da würde mich interessieren: Wie weit soll die Politik da mit einbezogen werden, damit wir nicht solche Fälle haben wie mit Herrn Bushido mit dem Integrationspreis?

### **Geoffrey Vasseur**

Ich möchte ganz kurz an die Lage der Künstler anknüpfen: Das Thema, ob Künstler Künstlerförderung brauchen, ist ziemlich heikel. Ich will die Frage so formulieren: Warum brauchen Künstler in Berlin Musikförderung?

Es ist durchaus eine spezielle Situation. Die muss man eigentlich untersuchen. Es ist wirklich so, dass Künstler in Berlin sehr schlecht vergütet werden, viel schlechter als woanders. Das führt langfristig zu Standortnachteilen. Das sollte man, wenn man um diesen Standort bemüht ist, auf jeden Fall untersuchen.

Eine andere Sache: Ich glaube, sehr wichtig ist für das Musicboard wirklich diese zentrale Anlaufstelle. Das wurde sehr oft gesagt. Das kann ich nur noch mal unterstreichen. Gerade für Musiker ist es extrem wichtig, weil die Informationskanäle da einfach nicht vorhanden sind. Ich sehe das als wirklich eine zentrale Aufgabe des Musicboards, diese Stelle zu schaffen. Die kann auch durchaus in der Szene verankert sein. Es muss keine offizielle Stelle sein, sondern das kann man auch delegieren an Akteure, die das wieder auch sehr gerne machen. Wenn sie ein bisschen Budget dafür kriegen, werden sie es auch kompetent machen. Es muss nicht unbedingt ein Verwaltungsmonster sein. Das kann man sehr gut mit Leuten umsetzen, die sich damit auskennen und das auch sehr gerne machen und auch die direkten Kontakte haben.

Wenige Musiker wissen von den Förderungen. Ich glaube, es geht nicht darum, ob diese Förderungen sexy sind oder nicht, sondern es geht einfach darum, sie sind da und die, die sie wollen, müssen sie einfach nutzen können. Darum ist diese Stelle auf jeden Fall sehr, sehr wünschenswert und – ich glaube – auch relativ leicht umzusetzen.

### **XXX**

Ich bin Musiker. Ich habe ein paar tausend Konzerte gespielt als Bassist. Ich sitze im Tonstudio, habe über hundert CDs produziert und bin seit einigen Jahren als Internetunternehmer tätig in Berlin. Wir haben eine Plattform geschaffen, eine Suchmaschine für Livemusik. Wir haben die umfangreichste Datenbank an Livekonzerten in Deutschland, speziell auch für Berlin.

Mein Thema ist, was bis heute noch nicht so viel vorgekommen ist: Bei Musik geht es u. a. um Livemusik, um Konzerte. Livemusik braucht als allererstes natürlich Publikum. Das Publikum muss die Information haben, wer spielt wo. Das ist ein Punkt, der für mich in Berlin immer unbefriedigend war, weshalb ich dann mit der Idee gekommen bin, so etwas selbst zu machen.

Wie gesagt, wir haben eine sehr gut funktionierende Maschine und haben an verschiedenen Stellen, in Förderbereichen, aber auch bei offiziellen Stellen versucht anzubieten, dass wir eine App Berlin Music etablieren wollen. Weil, der Computer, den wir alle immer ständig dabei haben, ist unser Smart Phone. Wenn man irgendwo in der Stadt ist, kann man als Einwohner der Stadt oder als Touri sehen, ich bin hier und hier um die Ecke spielen die und die Bands. Da habe ich gesagt, das ist eine tolle Idee. Diese tolle Idee findet Unterstützung bei der BMC, bei Senatsstellen, die leider plötzlich dafür nicht mehr zuständig sind. Es wurde gesagt, diese Verantwortlichkeit wird irgendwann das Musicboard übernehmen. Also, ich würde mich sehr freuen und sehr begrüßen, wenn man eine Darstellung der Konzerte in Berlin als Infrastruktur, die allen zugänglich ist, schafft.

Ich kann von unserer Seite sagen, wir stellen die Technologie zur Verfügung. Wir haben das alles. Wir haben Daten-Ein- und Ausgänge. Jeder, der die Daten von uns haben will, kann die irgendwo benutzen. Jeder, der die reinstellen will, kann die reinstellen. Man kann das als App benutzen: mobil, es ist alles da. Es fehlt nur, dass irgendjemand uns eine gewisse Förderung gibt, weil wir bisher ohne externes Kapital arbeiten und das ist eben keine Geschichte des Businessmodells, weil gerade die kleinen Clubs und die Szene usw. kein Geld haben, um uns irgendwie zu bezahlen, dass sie sich da eintragen. Das ist ein Modell, das ich von Anfang an so gebaut habe. Das steht jedem offen. Es ist kostenlos für alle.

Ich würde mich sehr freuen, wenn diese zentrale Schnittstelle, alle sollen wissen, wer hier Livemusik macht in dieser Stadt....

## **Moderation**

Ich denke, das teilen wir alle in diesem Raum. Herzlichen Dank für die sehr konkrete Anmerkung.

Ich bedanke mich ganz herzlich bei Ihnen allen, bei den Sachverständigen, sowohl den spontanen als auch den vorher geladenen. Ich freue mich, dass wir diese Diskussion führen konnten, die ja noch lange nicht zu Ende ist. Das war ein Auftakt. Ich finde, es hat sich schon jetzt gelohnt bei den vielen positiven Hinweisen, Ratschlägen, Tipps, Anmerkungen bezüglich der Musikförderung in Berlin. Es ist vieles rausgekommen, es hat sich auch einiges Bekanntes, aber auch einiges Neues ergeben und ein paar Punkte herausgeschält, die in der Diskussion vorher ja zum Teil schon eine Rolle gespielt haben. Insbesondere die Frage der Anlaufstelle ist thematisiert worden. Das ist offensichtlich ein wirklicher Bedarf, eine zentrale Anlaufstelle, einen Musikbeauftragten zu schaffen.

Wir haben diskutiert über Spielstättenförderung, über Tourneeförderung – das ist insbesondere auch von den Musikerinnen und Musikern selbst angesprochen worden –, die eine wichtige Rolle spielen, Auftrittsmöglichkeiten auch für die Bands zu schaffen, die noch nicht so bekannt sind oder Musiker, die noch nicht so bekannt sind, sondern eben im besten Sinne Nachwuchs sind – unabhängig von der Demographie.

Der letzte Punkt, der sicherlich immer eine Rolle gespielt hat, war die Frage der Förderrichtlinie, der klaren Verantwortlichkeit, der Transparenz auch über die Förderkriterien. Ich denke, das ist ein Hinweis, den wir auch in Bezug auf die Entwicklung dieser Förderrichtlinie miteinander austragen sollten und damit dann auch eine gute Beratung für diejenigen, die gefördert werden wollen oder eine Förderung suchen darzustellen. Das ist sicherlich ganz wichtig, wenn man über die Rahmenbedingungen redet, dass auch eine klare Transparenz darüber besteht, was gefördert werden und was eben unter Umständen nicht gefördert werden kann, sondern an anderer Stelle gemacht werden muss.

Noch mal herzlichen Dank. Ich möchte Sie anregen, ganz aktiv den weiteren Prozess mit zu gestalten. Wir sind ansprechbar für Hinweise: Tatjana Kaube als die Kollegin, die in der Senatskanzlei das beantwortet, Tim Renner, Katja Lucker, die uns in Bezug auf die Moderation helfen.

Alles Gute und bis bald. ENDE