

Protokoll der 2. Anhörung Musicboard

„Wie fördern wir sinnvoll Musik-Nachwuchs?“

am 23. Mai 2012 im Abgeordnetenhaus Berlin

Björn Böhning – Moderation

Ich begrüße Sie ganz herzlich zur zweiten Anhörung Musicboard. Ich freue mich, dass wieder so viele hier anwesend sind und sich auch im Vorfeld schon eingebracht haben. Das ist ein gutes Zeichen, dass das Thema nicht nur in der Senatskanzlei oder in der politischen Landschaft, sondern insbesondere auch in der Musikszene in seiner ganzen Vielfalt auch in der Stadt diskutiert wird.

Das Protokoll der ersten und der heutigen Sitzung wird zeitnah transkribiert und auf www.berlin.de/musicboard veröffentlicht. Dass das noch nicht stattgefunden hat, liegt an den personellen Kapazitäten. Beim letzten Mal waren das drei Stunden Diskussion. Ihr könnt euch vorstellen, wie umfangreich die Arbeit ist, das abzuschreiben und zu veröffentlichen. Heute ist das Thema der Anhörung Nachwuchsförderung im Bereich der Musik. Dieser Bereich wurde auch bei der Erstellung dieser Anhörung sehr unterschiedlich diskutiert. Es ging unter anderem darum: Welche Art der Förderung im Bereich von Nachwuchs ist überhaupt sinnvoll? Welche Größenordnung ist sinnvoll? Und es gibt drittens die Diskussion: Ist Nachwuchsförderung gleich Karriereförderung von jungen Bands, jungen Musikerinnen und Musikern? Oder ist das ein Widerspruch? Ist Nachwuchs so etwas wie der Humus für die Karriere im späteren Bereich der Musik? – Das sind sicherlich die Themen, die wir heute auch diskutieren wollen. Ich freue mich auf die Diskussion.

Ich möchte mich bedanken bei den Sachverständigen aus vier Bereichen, die sich bereiterklärt haben, uns hier kundig zum Bereich der Nachwuchsförderung in der Musik und in Berlin Auskunft zu geben, und begrüße Sie ganz herzlich.

Wir wollen – nicht wie beim letzten Mal – erstmal die Sachverständigen zu Wort kommen lassen und nicht zwischendurch Fragen stellen, sondern die Diskussion am Ende machen. Es strafft das Programm ein bisschen und führt auch dazu, dass die einzelnen

Sachverständigen die Möglichkeit haben, sich ein bisschen aufeinander zu beziehen. In der Diskussion können Sie dann Nachfragen stellen oder eigene Beiträge bringen.

Ein Hinweis an die Pressevertreter: Ich bitte Zitate von Gästen jeweils bilateral abzustimmen und Zitate entsprechend freigeben zulassen.

Zum Hintergrund: Sie wissen, dass der Senat beschlossen hat, ein Musicboard einzurichten und wir als Senatskanzlei Berlin beauftragt sind, das Konzept zu erstellen. Wir haben das nicht so gemacht, wie man das normalerweise von der Politik erwartet und wie es einige im Prozess auch jetzt noch von der Politik erwarten, dass man ein Konzept vorlegt, an dem man sich abarbeiten kann. Wir machen den umgekehrten Weg. Wir veranstalten eine Reihe von Anhörungen. Wir versuchen aus der Szene heraus Beiträge zu bekommen, um das Konzept dann über die Sommerpause zu erarbeiten und im Herbst vorzustellen. Dafür stehen im Haushalt – in drei Wochen etwa wissen wir auch, ob dem vom Abgeordnetenhaus zugestimmt wird – ab 2013 eine Million Euro zur Verfügung. Es geht um die Rahmenbedingungen, die vielleicht nicht unbedingt Geld kosten, die aber sicherlich in Bezug auf die Musikförderung und die Musikwirtschaftsförderung in Berlin ganz entscheidend sind. Da gibt es eine Menge zu besprechen. Beim letzten Mal haben wir schwerpunktmäßig auch über das Thema Musikbeauftragter gesprochen.

Und wir wollen den Prozess fortführen und den Bereich der Nachwuchsförderung diskutieren, zu dem uns im Vorfeld schon ganz verschiedene Impulse erreicht haben. Das Musicboard ist etwas ganz Einmaliges, zumindest in Deutschland. Wir haben bis auf die Initiative Musik auf Bundesebene bisher keinerlei solche Einrichtungen, betreten also Neuland. Man könnte auch sagen, wir sind Vorreiter in diesem Bereich, was nicht heißt, dass wir schon in allen Bereichen der Weisheit letzten Schluss gefunden haben. Aber dass sich Berlin und das Land Berlin bereiterklärt haben, noch stärker, als das in anderen Ländern oder Städten, wenn nicht Europa, der Fall ist, in die Musikförderung und auch Musikwirtschaftsförderung einzusteigen, ist ein gutes Zeichen.

Wir sollten gemeinsam etwas Gutes daraus machen. Ich übergebe nun an Tim Renner und Katja Lucker, die zum bisherigen Prozess und zum Stand etwas sagen. Danach steigen wir direkt in die Anhörung ein.

Katja Lucker

Nach der letzten Anhörung war es uns ein Anliegen, Ihnen und Euch ein bisschen zu sagen, was wir bisher gemacht haben und worin die Form der Beratung und Moderation besteht.

Einerseits sind wir natürlich permanente Ansprechpartner für viele von Euch. Das nutzen auch einige und informieren sich über den aktuellen Sachstand. Dafür stehen wir weiterhin zur Verfügung. Andererseits werten wir die Beiträge der Sachverständigen aus und sagen, die und die finden wir gut, interessant und die und die Bereiche sollten abgedeckt sein. Heute geht es zum Beispiel um Räume, gerade bei Nachwuchsförderung, um das ORWO-Haus, und auch um Best-Practice-Beispiele zur Kunst- und Kulturförderung aus dem europäischen Ausland, heute Frankreich und Schweiz, um ein neues Bildungsinstrument einer Landesmusikakademie in Berlin. Das sind dann Ideen, wo wir sagen, das finden wir zum Thema wichtig. Vorher haben wir uns in vielen Runden mit Künstlern und anderen getroffen.

Tim Renner

Wir haben versucht, den Prozess bislang so transparent wie möglich zu gestalten – bis dahin, dass möglichst alle Informationen auch online gestellt werden, so dass es keine Geheimnisse um das gibt, was hier geschieht. Dennoch hatten schon noch ein paar closed shops, ein paar Veranstaltungen, die nur auf Einladung waren. Da haben wir versucht, uns intensiv mit den drei Themenbereichen zu beschäftigen: Künstler, was brauchen sie; Plattformen, welche Plattformen gibt es bereits in der Stadt, dazu gehören Clubs, aber auch vieles andere, was brauchen die, was sind deren Bedarfe; und auch mit Organisationen, die dahinter stehen, Verbände, Interessenvertretungen, was können wir von denen als Feedback einsammeln – bis hin zu Agenturen. Wir haben versucht, alle einzubinden. Heute ist der nächste Schritt, die zweite Anhörung als öffentlicher Prozess, so dass auch Leute, die wir am Anfang nicht gehört haben, vielleicht übersehen haben, sich Gehör verschaffen können und wir auch Best-Practice-Modelle hier haben, die Sachen schon gut hingekriegt haben.

Das war der Prozess bislang. Die nächste wird sein, zu sammeln und zusammenzufassen, was wir alles bekommen haben, das auch wieder zu veröffentlichen und daraus Themenschwerpunkte zu destillieren, Maßnahmen zu definieren und darüber eine Struktur zu finden. Auch die muss komplett neu erfunden werden. Die gibt's ja noch gar nicht.

Moderation

Vielen Dank, auch für die geleistete Arbeit, die ehrenamtlich stattfindet. Für dieses bürgerschaftliche Engagement herzlichen Dank.

Dann gehen wir direkt in Medias Res. Wir haben heute fünf Sachverständige aus vier Bereichen, die wir zu drei Fragekomplexen befragen:

Welchen konkreten Förderbedarf gibt es im Bereich des Nachwuchses? Wie kann ein Musicboard bei der Professionalisierung von Musikerinnen und Musikern unterstützen? Welche Rolle spielen Marketing und Export bei der Nachwuchs-/ Karriereförderung?

Zuerst begrüße ich Geoffrey Vasseur vom ORWO-Haus. Er hat täglich mit Nachwuchsmusikerinnen und -musikern zu tun, kennt ihre Bedürfnisse und auch ihr Tun selbst.

Geoffrey Vasseur

Vielen Dank für die Einladung, guten Tag. Vielleicht sollte ich kurz was zum ORWO-Haus sagen, falls es jemand nicht kennt: Wir sind ein Verein und haben vor sieben Jahren einen Produktionsstandort des Betriebs ORWO in Marzahn von der TLG erworben und in einen Proberaumkomplex umgebaut. Wir vermieten Proberäume, Tonstudios und versuchen darüber hinaus auch satzungsgemäß Nachwuchsförderung zu betreiben.

Ich habe mir Gedanken gemacht, was ein Musicboard für die Nachwuchsförderung bringen kann. Ganz wichtig sind Räume, Proberäume, Freiräume. Es gibt in der Stadt noch viel Platz, noch viele Räume. Diese Räume müssen kenntlich gemacht werden. Dazu sehe ich ein Musicboard in der Lage bzw. in der Pflicht, falls es diese Pflicht annehmen will. Als Schnittstelle zwischen Ämtern, Politik und den kreativen Akteuren, die entweder Bedarf oder Projekte haben, die sie vielleicht dank dieser Räume umsetzen würden. Das war beim ORWO-Haus genauso der Fall.

Wir hatten vorgestern im ORWO-Haus Besuch von ein paar Politikern aus Marzahn. Uns wurde gesagt, dass allein in Marzahn die Treuhand, die TLG, über 600 ha Flächen verfügt – Wohn-, Misch- und Industriegebiete. Auf der anderen Seite haben wir jede Menge Leute, die nach diesen Flächen suchen. Da ist eine Diskrepanz, die ein Musicboard auf jeden Fall beheben könnte. Ich sehe generell, was Nachwuchsförderung und die Freistellung von Räumen angeht, einen Vermittlungsbedarf.

Nächster Punkt, ob Nachwuchsförderung mit Fördermitteln reines Karriere-Pushen ist: Ich denke, man sollte an erster Stelle über Struktur nachdenken, Strukturen, die nicht vorhanden sind. Im Fragebogen steht: *Wo sehen Sie Schwerpunkte in der Nachwuchsförderung? Was sind gute Anlaufstellen?* – Die erste Frage ist quasi mit der zweiten beantwortet. Es gibt nämlich keine oder meiner Kenntnis nach nur wenige. Wir sehen im ORWO-Haus, dass wir sehr oft angefragt werden, welche Fördermöglichkeiten es gibt, sowohl von Musikern als auch von kleinen Labels. – *Ihr habt doch Ahnung, ihr kriegt doch Fördermittel, wo kann man sich da bewerben?* Das sind Fragen, die wir gerne beantworten, aber eine Institution oder etwas ähnliches wäre da sicherlich besser in der Lage, mit besserem Wissen und vor allem

mit Ressourcen ausgestattet, um noch mehr zu recherchieren und noch zielgerichteter diese Fragen zu beantworten. Da sehe ich auf jeden Fall einen großen Bedarf.

Es war in der letzten Anhörung polemisch diskutiert worden, ob Förderung vielleicht die Kunst tötet oder sexy ist. Abgesehen vom Fördervolumen, das zur Verfügung gestellt wird, denke ich, dass Förderung eine gute Sache ist. Es gibt genug Bedürfnisse. Nicht alle müssen das nutzen, aber die, die es nutzen wollen, sollten das nutzen können und sollten wissen, wo sie das finden. Das ist für mich ein sehr wichtiger Ansatz, den ein Musicboard im Bereich Nachwuchsförderung auf jeden Fall verfolgen sollte.

Dazu gibt es schon Beispiele: Ich denke, unser Kollege aus der Schweiz wird uns ein bisschen was darüber erzählen. Es gibt auch Rock City in Hamburg. Das sind kleine Institutionen, die mit wenig Mitarbeitern, die aber sehr kompetent sind, sehr viel weiterhelfen können, sei es in Form von Bereitstellung von Datenbanken von Veranstaltern, von Festivals, von Fördertöpfen, von Ausschreibungen, Band-Wettbewerben. Dazu müssen sich Leute informieren und dieses Wissen einfach weitergeben. Es ist sehr hilfreich, wenn diese Leute dafür bezahlt werden und das nicht ehrenamtlich tun, wie wir es zum Beispiel im ORWO-Haus tun.

Der dritte Punkt, der für mich im Bereich Nachwuchsförderung wichtig wäre, ist das Thema Spielstätten. Es gibt einen Haufen Bands, sehr viele, manche sagen *zu viele*. Und gerade in Berlin gibt es das Problem, dass viele dieser Bands wenig Auftrittschancen bekommen – vielleicht, weil sie schlecht sind, aber vielleicht auch, weil sie einfach in der Prioritätenliste der Veranstalter stets nach hinten rücken, weil jede Band aus der restlichen Welt auch hier spielen will. Da finde ich die Idee eines Programms, was zum Beispiel irgendein Gütesiegel für Spielstätten erstellt, wo man sagt, *diese Spielstätte betreibt aktiv Nachwuchsförderung und wird dementsprechend auch vom Musicboard belohnt*, sei es in Form von personeller Unterstützung oder durch Fördermittel oder was auch immer. Das müsste man natürlich ein bisschen verknüpfen, wenn man dann sagt, *ihr macht zweimal im Jahr eine Nachwuchsveranstaltung und wir helfen euch bei der Promo*. Solche Sachen gibt es zu wenig. Das sind immer Eigeninitiativen von Leuten, die keine Mittel haben. Das machen wir zum Beispiel im ORWO-Haus mit dem ORWO-Haus-Festival, wo wir versuchen, auch unbekanntem Bands eine Plattform zu bieten. Das kostet uns sehr viel Geld, ist mit sehr viel Risiko behaftet. Ich denke, wenn ein Musicboard diesen Risikofaktor – der bei den Veranstaltern das größte Problem ist – auf irgendeine Art und Weise mindern kann, dann kann es durchaus auch positive Auswirkungen für die lokale Musiklandschaft haben. Im Endeffekt muss sich immer Qualität durchsetzen, aber ich bin der Meinung, aus der

alltäglichen Erfahrung, dass viel zu viel Qualität noch sehr unbekannt bleibt, weil die Mittel fehlen, diese Leute auf die Bühne zu bringen und weil sie in dieser Stadt einfach keine Plattform finden.

Da könnte ein Musicboard auch informieren, was es für Möglichkeiten gibt. Welche Clubs machen das? Und das Ganze muss natürlich kommuniziert werden. Es muss auch raus an die Musiker, die sich nicht immer selbst informieren, die sich manchmal auch ein bisschen schräg und blöd anstellen. Um das zu kommunizieren, sind Leute erforderlich, die sich in dieser Szene bewegen, die Leute kennen, die wissen, welche Kanäle aktiviert werden müssen. Dazu ist die jetzige Senatsverwaltung sowohl inhaltlich als auch kapazitätstechnisch einfach nicht in der Lage. Da braucht es auf jeden Fall einen Ausbau.

Die Frage nach dem Fördervolumen oder ob man in irgendwelche Bands wie viel Geld reinpumpt, möchte ich jetzt nicht anfassen. Das ist zu groß und zu polemisch.

Moderation

Das waren drei sehr konkrete Punkte. Herzlichen Dank. Wir kommen zu den beiden nächsten Sachverständigen, zuerst zu Joachim Litty und Matthias Jung von der Landesmusikakademie Berlin. Es gibt eine kleine Präsentation.

Joachim Litty

Herzlich willkommen. Ich bin Leiter der Landesmusikakademie Berlin. Danke für die Einladung, dass wir ein bisschen was zur Nachwuchsförderung Popmusik Berlin zum Besten geben dürfen. Wir haben unsere Präsentation zweigeteilt. Ich werde eine kleine Bestandsanalyse versuchen. Wo passiert Popmusik? Wie wird sie an welchen Stellen gefördert? Dazu gehört nach unserem Verständnis auch Jazz. Matthias Jung wird dann ein bisschen unsere Visionen, die wir an der Akademie haben, wie Popmusikförderung in dieser Stadt weiter passieren könnte, darlegen, auch, was wir an der Akademie im nächsten Jahr konkret vorhaben.

Ich fange beim Urschleim an: Wo starten Bands? Natürlich in Jugendfreizeiteinrichtungen, in Musikschulen. Da meine ich den ganzen Bereich von Musikschulen, sowohl die in den bezirklichen Strukturen verankerten, aber auch zum Beispiel die Kreuzberger Musikalische Aktion, die natürlich eher zum Jugendfreizeitzentrum gehört, aber Noisy Music School, Drum School, Drum Factory, Jazz-Schule im Schlot, Jazz-Schule Berlin, Rock Pop Schule Berlin. Die habe ich da mal alle drunter zusammengefasst.

Aber wir dürfen auch nicht aus dem Blick verlieren, dass in der Allgemeinbildenden Schule im Augenblick oder in letzter Zeit sehr viel an Bandarbeit passiert, dass Lehrer da immer mehr nachwachsen, die auch eine Affinität zu diesem Bereich haben und entsprechend Bands coachen.

Wir haben an der Landesmusikakademie mal eine Multiplikatorenfortbildung aufgelegt, Bandarbeit in pädagogischen Arbeitsfeldern, und haben versucht, Leute aus Musikschulen, aus dem Sozialbereich und aus den Allgemeinbildenden Schulen entsprechend Kompetenzen zu vermitteln, dass sie mit Bands gut arbeiten können. Sie sollten alle Instrumente spielen etc.

Was gibt es für Betätigungsfelder? Wo kann Popmusik für junge Bands stattfinden? Da sind zum einen die regionalen Wettbewerbe, die wir ausfindig gemacht haben – meist von Jugendfreizeiteinrichtungen organisiert. Das ist zum Beispiel auch die Initiative des Landesmusikrats, dessen Präsidenten ich an der Stelle mal entschuldigen möchte. Er ist leider verhindert heute hier zu sein. Da ist so etwas wie Jugend musiziert inzwischen auf dem Weg, auch populäre Instrumente zu präsentieren. Es ist nicht mehr nur im klassischen Segment, sondern da gibt es auch Einzelförderung für Schlagzeug, Gesang, Gitarre, Bass – so ein bisschen herausgeschält aus Band-Zusammenhängen. Ob das auf lange Sicht eine sinnhafte Geschichte ist, muss noch hinterfragt werden. Aber man hat den Bereich entdeckt. Er ist allerdings noch nicht auf Bundesebene angelangt, sondern nur auf Landesebene.

Wir haben so was wie SchoolJam. Das kommt von dem MM-Musik-Media-Verlag. Und der Deutsche Musikrat hat das bis zu diesem Jahr gefördert, steigt da jetzt aber aus. Und wir haben zum Beispiel auch so was von den Berliner Festspielen. Wir treffen die junge Musikszene, wo Bands aus der ganzen Bundesrepublik eingeladen werden und dann auch über mehrere Tage begleitet und gecoacht werden, was beim SchoolJam, Jugend musiziert und den regionalen Wettbewerben in dem Maße nicht der Fall ist.

Was passiert noch? Der Landesmusikrat hat Projekte am Start, die sich aber in erster Linie auf den Jazz beziehen. Da ist zum Beispiel in Analogie zu Jugend musiziert Jugend Jazz. Der hat das Berliner Jugend-Jazz-Orchester am Start und den Jazz-Treff, wo auch ambitionierte Bands auftreten können, eine Begegnungsveranstaltung. Wir haben die Landesmusikakademie Berlin. Wir unternehmen einen Ein-Wochen-Kurs für Leute, die eine Aufnahmeprüfung an einer Hochschule machen wollen im Bereich Jazz. Da gibt es den Kursus Giant Steps. Und wir haben das Musikcamp, auch eine einwöchige Veranstaltung für Nachwuchsmusiker, die sich allerdings in Bands zusammenfinden und dann auch gecoacht

werden. Und wir haben zum Beispiel in diesem Jahr erstmalig ein Girls-Music-Camp. Das wird von Ruby Tuesday Music veranstaltet.

Wir sind hier immer noch so im Bereich von ambitionierten Laien. Ich glaube, da müssen wir jetzt noch nicht über das Andocken an ein Musicboard nachdenken. Aber das Musicboard sollte sich zumindest dieser Ebenen bewusst sein und wissen, dass da eine Menge passiert. Übrigens, kein Anspruch auf Vollständigkeit. Wenn Sie alle noch Ergänzungen haben, dann bin ich dankbar, wenn Sie mir die zuspielen. Ich würde das dann entsprechend gerne ergänzen. Das ist der Kenntnisstand, den ich mir für die Veranstaltung zusammengetragen habe.

Wir gehen mal auf die nächste Ebene und da gibt es dann Bandwettbewerbe, die schon ein bisschen ambitionierter sind, wie Emergenza. Die haben Local Heros. Das geht dann auch auf die Bundesebene hoch, genau wie Emergenza international letztendlich auch angelegt ist. Und wir haben eine Veranstaltung 2013 bei uns an der Akademie. Die heißt Campus Popmusik oder Berlin Music Campus. Wir sind noch nicht so ganz klar, was wir da für einen Titel nehmen, aber da wird Kollege Jung noch mehr dazu erzählen.

Wir haben die Medien, zum Beispiel RBB, Fritz Unsigned, das darf man auch nicht aus dem Blick verlieren, ist sicherlich so eine Anlaufstelle, wo Nachwuchsbands sich hinwenden können und vielleicht auch einen kleinen Push bekommen, natürlich Tape TV und TV Noir. Und wir haben natürlich auch diese Coachingstrecke bei all together now bei der Music Week, die im letzten Jahr, glaube ich, erstmalig so in der Form stattgefunden hat. Wir kommen immer höher auf der Ebene. Inzwischen sind wir bundesweit angelangt, wo aber auch immer wieder Berliner Bands reüssieren können. Das ist das PopCamp, vom Deutschen Musikrat veranstaltet. Ich glaube, jetzt sind wir langsam in dem Bereich, wo ein Musicboard in der semiprofessionellen Ebene bzw. bei talentierten Newcomern, die den Sprung in die Professionalität schaffen können, angelangt. Oder es gibt natürlich von der Hochschule für Musik Hamburg den allseits bekannten Popkurs, wo auch immer wieder interessante Projekte entstehen. .

Jetzt gehen wir mal auf die universitäre Ebene: Individualförderung. Da haben wir in Berlin das Jazz-Institut Berlin. Da kann man ganz normal Musik studieren. Ganz neue Gründung, noch nicht lange am Start, ist die Hochschule für Populäre Künste, Deutsche Pop schon etwas länger hier und in Gründung, aber auch sehr ambitioniert, Global Music Academy mit einem World Music Schwerpunkt, aber auch leider noch nicht on duty sozusagen.

Zu meinem letzten Bild: Natürlich hat auch die Senatsverwaltung für kulturelle Angelegenheiten schon immer gefördert. Ich nenne hier mal den Studiopreis für Jazzbands, natürlich auch Studioaufnahmen im Beatstudio oder im Marzahner Studio, Künstlerstipendien für Jazz-Musikerinnen, die auf speziellen Antrag gewährt wurden. Man kriegt Tour-Support. Es gibt Troubadour, diese Singer-Songwriter-Veranstaltung. Also, auch auf der Ebene wurde bereits gefördert. Das ist jetzt auch noch mal ein bisschen in einer Linie nach oben zu sehen. Ich habe also ganz unten bei den doch sehr basisorientierten und sehr breit angelegten Fördermöglichkeiten begonnen. Jetzt sind wir hier oben doch bei den sehr individuellen Förderstrukturen angelangt, die sich gegenseitig meiner Ansicht nach auch durchmischen.

Zur Beantwortung der Frage, was kann ein Musicboard leisten, übergebe ich an Matthias Jung.

Matthias Jung

Vielen Dank, Herr Litty für die Übersicht von bestehenden Angeboten im Bereich Nachwuchsförderung populärer Musik. Ich bin als Bildungsreferent an der Landesmusikakademie über den Studienbereich populäre Musik tätig und gerade befasst mit einem Förder-Campus-Modell, das wir für 2013 planen. Das tritt an die Stelle von einem Bandwettbewerb. Wir hatten immer Styles & Skills, eine punktuelle Förderung bei uns und sind der Meinung, dass man das ausbauen kann im Sinne einer Längerfristigkeit. Ich habe das Thema ein bisschen breit angegriffen. Ganz viel ist da wahrscheinlich schon passiert. Wie Herr Renner vorher schon gesagt hat, gab's da schon Sachen dazu. Ich bin rangegangen und habe drei Folien gemacht. Die erste ist: Was ist der Bedarf? Was braucht der Berliner Nachwuchs? Die zweite Folie: Was sind die Lösungsansätze für diese Bedarfslagen, dass man die abdeckt? Und die dritte Folie wäre: Wie kann sich das Musicboard da sinnvoll engagieren und was sind die Schwerpunkte der Arbeit des Musicboards?

Was brauchen Nachwuchstalente allgemein?

Das ist einmal die Infrastruktur, wie die Proberäume im ORWO-Haus, aber nicht nur die Infrastruktur im Sinne von einem Raum, sondern wirklich die Infrastruktur auch im Sinne von Bildung. Dann brauchen junge Menschen natürlich Kontakte zur Industrie, zu Verwertungsgesellschaften, zur Produktion, um ihren Content zu produzieren. Sie brauchen Coaching, Beratungsmodelle und natürlich Präsenz in in- und ausländischen Medien.

Wie sieht es in Berlin aus? Was fehlt in Berlin? Wenn man mit jungen Musikern spricht, mit ambitionierten Nachwuchsmusikern, hört man oft, dass so was wie das PopCamp oder so was wie der Popkurs in Hamburg hier fehlt. Es fehlt also an einer nachhaltigen Struktur, einer Anschlussförderung im Sinne von einer Weiterentwicklung an der Schnittstelle *Talent und Profi*. Die meisten Leute gehen dann bundesweit auf die Suche, finden da was, finden Labels, Kontakte über punktuelle Beziehungen, Empfehlungen, Netzwerke und kommen dann zurück nach Berlin mit diesem Wissen, das sie sich woanders angeeignet haben.

Woran liegt das? In Punkto Infrastruktur fehlt es an den Austauschplattformen. Die Netzwerke fangen beim Künstler selbst an. Wo sich junge Musiker austauschen können, sich treffen, sich formieren können, daran fehlt es in Berlin. Wir brauchen da neue Konzepte für solche Austauschnetzwerke der Formierung einerseits. Das Coaching beschränkt sich in Berlin ganz viel auf punktuelle Fördermodelle. Hier wäre der Ansatz unserer Meinung nach, eine bedarfsgerechte, gezielte und vor allem eine längerfristige Förderung zu installieren, was wir mit dem Talent-Campus nächstes Jahr schon mal als Pilotprojekt zu starten versuchen.

Im Bereich der Beratung haben wir nach wie vor das Problem, dass viele Zuwendungsgeber nicht ausreichend informiert sind und die Szenekenntnis da einfach fehlt. An so einer Stelle kann das Musicboard auch gut vermitteln, denke ich, gerade weil der populäre Musikförderbereich viele Ressorts betrifft, wie Wirtschaft, Bildung, Kultur. Auch in der Jugendarbeit ist es sicher zu sehen.

Punkt Kommunikation: Bands haben oft unzureichende Verbindungen zu Experten. Das Fachwissen ist in der Stadt. Wir sind eine riesige Label-Stadt. Es gibt über 1.500 Musikunternehmen in Berlin. Dieses Wissen sollten wir unserem Nachwuchs verfügbar machen – einerseits auf der Produzentenebene, aber auch bei den öffentlichen Auftritten für Bands, wie zum Beispiel Konzerten, Spielstätten usw. müssen Kontakte hergestellt werden. Möglichkeiten von Berliner Bands, sich zu präsentieren: Da wären wir wieder beim Anfangsgedanken der Anschlussmodelle, die auf der mittleren Ebene fehlen an der Schnittstelle vom Talent zum Profi. Da ist das Problem: Wie weit geht öffentliche Förderung? Öffentliche Förderung soll aufhören, wenn der Markt greift. Viele schrecken an dieser Stelle zurück, aber ich denke, es ist wichtig, sich da zu engagieren und mit der Szene, also mit den Musikunternehmen Kooperationsmodelle einzugehen – einerseits im Sinne der Unternehmen selbst, die quasi unsere öffentliche Förderungsarbeit in gewisser Weise abgreifen und sich da revanchieren könnten, andererseits aber auch Anreize schaffen für Musikunternehmen, die sich für den Nachwuchs stark machen.

Schwerpunkte des Musicboards aus unserer Perspektive als eine Bildungseinrichtung für ambitionierten Nachwuchs:

Ich will nur zwei Bereiche rausgreifen. Das ist einmal die koordinative Arbeit, die wir als Schwerpunkt im Zentrum der Arbeit von so einem Musicboard sehen – das Ganze mehr aus Musikerperspektive, weniger aus Wirtschaftsperspektive. Man sollte da auch Doppelungen vermeiden. Es gibt viele Anlaufstellen für die Musikwirtschaft. Die zu verbinden, auf die zu verweisen, sicherlich ja, aber an erster Stelle steht da der Musiker mit seiner Intention, auf dem Markt zu bestehen und Erfolg zu haben.

Man sollte die Kompetenzen der einzelnen Ressorts koordinieren. also die Akteure der Musikszene mit den Verantwortlichen der Ressorts und die natürlich auch untereinander. Man sollte die Ebenen koordinieren, wie Kommune, Bund, Land und EU. Es gibt verschiedene Finanzierungsmixe. Da muss eine Datenbank, ein Infoportal aufgebaut werden und sicherlich eine Beratung stattfinden.

Man sollte, und das ist auch für uns einer der Hauptgründe, warum wir die Arbeit machen, die Breiten- und Spitzenförderung miteinander kombinieren. Wir haben Modelle, wie das Musik-Camp, aber uns fehlt diese Anschlussförderung. Ich habe es jetzt mal *Durchgangsförderung* genannt, weil wir halt auf eine längerfristige Lösung abzielen.

Zusammenfassung: Einerseits geht's uns um längerfristige Fördermodelle anstatt der punktuell existierenden Förderung. Wir wollen bildungsnahe Infrastrukturen bauen, also nicht beim Proberaum aufhören, sondern das in eine Bildungsarbeit, in eine Spitzenförderung integrieren anstatt der reinen direkten Fördermittel. Schließlich sollte die Netzwerkarbeit immer beim Künstler anfangen. Deswegen sind wir hier und da sehe ich viele Dinge, die so ein Musicboard leisten kann. Vielen Dank.

Moderation

Herzlichen Dank, Herr Jung und auch noch mal Herrn Litty für die sehr umfassenden Beiträge und auch für die etwas differenzierte Betrachtung bezüglich Nachwuchs und Karriere, also, Breiten- und Spitzenförderung. Das war sicherlich auch für die analytische Diskussion nachher sehr hilfreich.

Wir kommen zum dritten Sachverständigen Daniel Winkel vom bureauexport France, Standort Berlin, von dem aus der deutschsprachige Raum, Benelux und Osteuropa betreut werden. Er hat umfangreiche Erfahrungen mit den Strukturen der Nachwuchsförderung. Es wäre gut, wenn wir davon lernen könnten.

Daniel Winkel

Guten Tag und vielen Dank für die Einladung in diese Runde. Das Bureau Export ist vielleicht dem einen oder anderen auch als französisches Musikexportbüro bekannt. Es ist eine Public Private Partnership, existiert seit 1993. Wir sind heute als Netzwerk aufgestellt und in sechs Ländern mit über 20 Mitarbeitern präsent. In Berlin sind wir in der Maison de France angesiedelt und arbeiten in sehr enger Synergie mit dem Französischen Kulturinstitut Deutschland und der Kulturabteilung der Botschaft.

Mein Vortrag ist etwas anders strukturiert als der meiner Vorgänger. Ich bin nicht so explizit auf den Fragenkatalog bezüglich der Berliner Situation eingegangen, sondern werde wirklich versuchen, in 10 Minuten einen kurzen Querschnitt, einen Panoramaeinblick in die Musikfördersituation in Frankreich zu geben, die sehr vielschichtig ist und schon eine sehr lange Tradition hat. Ich werde da nur einige Schlüsselbegriffe nennen. Wenn es den einen oder anderen mehr interessiert, kann ich auch gerne Quellen nennen.

Französische Kulturförderpraxis stellt schon ganz lange kulturelle Vielfalt in den Mittelpunkt, hat von Anfang an Kreativ- und Kulturwirtschaft, dementsprechend auch Musikwirtschaft in die Förderpolitik mit einbezogen. Das hat die Situation in Frankreich bis heute entscheidend geprägt und hat auch dazu geführt, dass die Populärmusikförderung in Frankreich inhaltlich, aber auch organisatorisch sehr vielschichtig ist. Sie erstreckt sich von Nachwuchsförderung bis hin zu wirtschaftspolitischen Fördermaßnahmen. Sie beinhaltet sozialwirtschaftliche Komponenten genauso wie einen kulturpolitischen Bildungsauftrag.

Andererseits – auch das muss man sagen – ist durch eine Vernetzung und eine ziemlich große Kontinuität dieser Strukturen im Bereich Populärmusikförderung, nämlich durch Kooperation öffentliche Hand mit Branchenorganisationen, oft auch in Form der erwähnten Public Private Partnership bzw. durch das sehr starke Engagement der Gebietskörperschaften, Kommunen, Departements, Regionen, landesweit-national bis hin zu regional-kommunal eine sehr dichte Infrastruktur gegeben und die Vernetzung zwischen den Akteuren somit gut ermöglicht.

Was bedeutet das für die Förderung der Populärmusik?

Es wurden schon früh diverse Maßnahmen und Programme zur Unterstützung der Musikszene ins Leben gerufen mit dem Ziel, gezielte Förderung der musikalischen Vielfalt, mit Besonderer Berücksichtigung von Jugend- und Subkulturen und auch explizit der Populärmusik. In Frankreich, vielleicht wissen das einige, wird sowohl in der öffentlichen Wahrnehmung, aber auch wirklich vom Förderansatz her von öffentlicher institutioneller Seite

nicht strikt zwischen E und U differenziert. In den Bereichen der so genannten Musique Actuelle, also der aktuellen Musik, fallen neben Pop auch Jazz und andere Genres. Diese Fördermaßnahmen sind sehr vielseitiger Natur. Es gibt Förderung von Live-Konzerten im Rahmen von Tourneen und Festivals, Nachwuchstalentsförderung, Ausbildungsförderung, Aufnahmeförderung für Tonträger. Es gibt sogar Hilfsprogramme zur Wiederbelebung des unabhängigen Fachhandels, also Plattenläden. Es gibt eine Reihe genereller Anreize für kreatives und künstlerisches Arbeiten im Musikbereich, dementsprechend auch Vereinfachung des Schritts vom Amateur zum Profi. Da ist ganz wichtig dieser Status des so genannten Intermediant du Spectacle. Das ist ein Status, der Musikern und Künstlern in Nichtarbeitszeiten eine starke soziale Mindestabsicherung garantiert. Musiker arbeiten in Frankreich nicht freiberuflich, sondern sind quasi in mehreren befristeten, aufeinanderfolgenden Arbeitnehmerverhältnissen durch diesen Status geschützt bzw. können von ihm Gebrauch machen. Drastisch vereinfacht gesagt heißt das: Ab einem bestimmten Volumen, 500 Stunden kreativer Arbeit innerhalb von 10 Monaten und Darbietungen, die da geleistet werden, kriegt man automatisch Arbeitslosengeld über eine Dauer von acht Monaten. Das ist ein System, das der französische Staat schon sehr früh eingeführt hat und das natürlich die Ausgangssituation, Schritt vom Amateur zum Profi, in Frankreich ganz anders darstellt als es in anderen europäischen Ländern der Fall ist.

Ein weiterer wichtiger Bereich ist die Spielstättenförderung, zum Beispiel via die knapp 200 durch das Kulturministerium unterstützten SMAC (Scènes de Musique Actuel). Das sind Spielstätten, 300er bis 900er Kapazitäten landesweit, die Fördermittel erhalten gegen bestimmte inhaltliche Auflagen. Es gibt die Festivalförderung durch die Regionen. Es gibt die Infrastrukturförderung – bis hin zum Bau von Spielstätten mit dem Zenit-Programm, auch das ein Venue-Name bzw. eine Marke, das heute landesweit 17 modulare Venues mit 3.000er bis 9.000er Kapazitäten umfasst.

Schließlich gibt es seit 1982 eine Initiative mit sehr starkem Symbolcharakter, die aber auch sehr weittragend ist, wenn man die Akzeptanz sieht, mit der die Fête de la Musique am 21. Juni, die Einführung einer Art nationalen Feiertages für die Musik, auch in Berlin seit 1995 sehr erfolgreich zelebriert wird.

Zu diesen schon genannten Maßnahmen kommen weitere Interventionen des Gesetzgebers, die die Rahmenbedingungen des Marktes bzw. des Standortes beeinflusst haben, wie zum Beispiel, auch das kann man nicht losgelöst sehen, wenn man von der Förderpolitik oder Musikförderung im Allgemeinen in Frankreich redet, die Radioquote. Denn die Radioquote hat, seit 1996 angewendet, sehr starke Anreize für die Musikwirtschaft geschaffen, massiv in

lokales Repertoire und vor allem auch in Nachwuchskünstler zu investieren und neue Themen aufzubauen.

Populärmusikförderung, egal ob direkt oder indirekt, ist also in Frankreich sehr breit aufgestellt. Sie kennt gesellschaftliche Akzeptanz und hat seit langem hohe kulturelle, wirtschaftliche und auch politische Relevanz. Ein Best-Practice-Beispiel, das immer wieder genannt wird, wenn es um die Entwicklung von Förderinstrumenten geht, die im Dialog mit der Musikwirtschaft gegründet wurden, ist das Musikexportbüro. Wir selber sind eine Art Schnittstelle zwischen französischer Branche und relevanten ausländischen Märkten. Wir leisten neben finanzieller Unterstützung, Marktbeobachtung und Expertise und ganz wichtig, was uns vielen anderen Akteuren unterscheidet, auch gezielte Vermittlung und Beratung für die Vertreter der Künstler und die Repertoireinhaber.

Wir selber richten uns nicht direkt an Künstler, aber ich kann das, was Goeffrey vorhin gesagt hat, nur unterstreichen. Es ist diese Vermittlung, Beratung, Expertise, die sehr nötig ist. Wir machen das repertoire- und firmengebunden. Für Künstler ist es sicher genauso wichtig. Auf unsere Arbeit bezogen bedeutet das, dass wir französische Labels, Verleger, Agenten und Manager einfach bei ihrer Arbeit im Ausland begleiten.

Das klingt so ganz banal, ist aber extrem wichtig, weil es auch die Grundlage für unsere Arbeit darstellt. Diese Exportförderung wäre nicht in dem Maße erfolgreich bzw. würde nicht funktionieren, gäbe es keine Inlandsförderung. Ich habe noch mal vier Förderinstrumente rausgegriffen, wo ich einfach mal den Namen und kurz den Inhalt nennen will, damit man sich vorstellen kann, was das in Frankreich für eine Bandbreite ist, mit der Musik gefördert wird, und weil es auch sehr unterschiedliche Instrumente sind.

In Frankreich gibt es eine Umverteilung der Leermedienabgabe und von Erträgen aus Leistungsschutzrechten. Seit 1985 legt ein Gesetz fest, dass 25 Prozent der Leermedienabgabe für Privatkopien und 100 Prozent der nicht ausschüttbaren Beträge Leistungsschutzrechte für Interpreten und Produzenten in Fördertöpfe fließen müssen. Diese Fördertöpfe wiederum müssen in Künstler-, Produktions-, Liveförderungen und Ausbildungsmaßnahmen reinvestiert werden. 2010 waren das jährlich 49 Mio. Euro. Umverteilung der Steuerabgabe auf Konzerttickets. Seit 1985 fließen 3,5 Prozent aller durch Live-Einnahmen generierten Ticketumsätze in einen Fördertopf, der vom so genannten CNW, eine vom Kultusministerium eingesetzte Anstalt des öffentlichen Rechts, verwaltet wird. 2010 wurden durch diese Ticketingsteuer 22 Mio. Euro generiert, die direkt wieder in

Förderprogramme, Festival-, Tournee- und Infrastrukturförderung von Spielstätten reinvestiert bzw. umverteilt wurden.

Ausfallbürgschaften: Schon 1983 wurde vom Kultur- und Finanzministerium das so genannte Ifcic ins Leben gerufen, ein Institut, das Firmen aus dem Bereich Kulturindustrie bei Kreditaufnahme mit Ausfallbürgschaften bei deren Banken absichert. Unternehmen der Musikwirtschaft, Live- und Tonträger konnten so zum Beispiel im Jahr 2010 mit über 4,5 Mio. Euro abgesichert werden. Das Ifcic hat zudem 2005 zusätzlich einen Fond aufgesetzt, verfügt heute über ungefähr 9 Mio. Euro und ist somit selbst Kreditgeber zu Sonderkonditionen für diese jeweiligen Unternehmen. Dieser Fond richtet sich ausschließlich an unabhängige KMU, Labels, Produzenten, Vertriebe, Verlage, ist aber auch für den Tonträger Einzelhandel geöffnet.

Der Unternehmenssteuernachlass bezieht sich explizit auf Tonträgerunternehmen und Labels, der so genannte Credit d'Impôt, Steuerkredit. Da haben wir es mit einer Art Steueranreizsystem zu tun, welches seit 2006 über die Reduzierung der Unternehmenssteuer greift. Es soll Firmen motivieren, in neue Talente, neue Produktionen und ggf. Labelneugründungen, will sagen, auch neue Arbeitsplätze zu investieren. Labels können so einen Unternehmenssteuernachlass in Höhe von 20 Prozent ihrer gesamten Ausgaben für Produktion, Entwicklung – neue Talente, neues Repertoire – erwirken. – Auch da ein Fördervolumen 2010 beispielhaft über 6 Mio. Euro.

Neben diesen vier Instrumenten, die auf Landesebene funktionieren, gibt es etliche andere Programme. Es gibt Karrierebegleitung, Stipendien, Ausbildung, Beratung. Es gibt das Studio des Variétés, Aufnahmestudio, Probebühne, Coaching, Weiterbildung. Es gibt aber auch zahlreiche Gebietskörperschaften, Kommunen, Departements, Regionen, die sehr aktiv sind – und dies oft in enger Absprache mit der Kreativbranche und den Kreativen selber. Die Region Île de France Paris hat da viel gemacht mit dem MILA und dem Mains d'Oeuvres. Andere Regionen, Provence-Alpes-Côte d'Azur usw. Alle unterstützen eigentlich jeweils ihre lokale, regionale Musikwirtschaft und die Akteure mit teilweise eigenen standortpolitischen Förderprogrammen im Bereich Produktion, Vertrieb, Werbung, Messeauftritte etc.

Exemplarische Spielstätten gibt es natürlich auch. Ich will nur zwei nennen. In der Stadt Montreux zum Beispiel die Venue La Pêche, Konzertsaal, Übungsraum, Coaching und Weiterbildung, oder aber private Initiativen, Vereine, die von der öffentlichen Hand gefördert und dann auch als SMAC, wie eingangs genannt wurde, gelabelt wurden, wie das Chabada zum Beispiel. Die bieten Konzertsäle, Übungsräume, Residenzen, Workshops, Coachings

an. Diese Initiativen, die man natürlich auch auf lokaler, regionaler und Departementsebene findet, runden das Ganze ab.

Es würde den Rahmen der Veranstaltung sprengen, wenn ich das noch ausführlicher formuliere. Ich hoffe, ich habe trotz meiner Funktion als Auslandsförderer einen kleinen Einblick in die Inlandsförderung gegeben. Danke.

Moderation

Daniel Winkel, herzlichen Dank. Besonders interessant fand ich den Vorschlag, einen Feiertag einzusetzen. Abgeordnete sind auch anwesend. Es ist durch einfache Mehrheit im Abgeordnetenhaus durch Änderung des Feiertagsgesetzes möglich, mal einen neuen Feiertag einzuführen. Das wäre vielleicht eine Idee, die wir mit einem fraktionsübergreifenden Antrag weiter verfolgen.

Wir kommen zum letzten Sachverständigen, Jean Zuber vom Swiss Music Export, sozusagen dem Pendant aus der Schweiz. Er berichtet ebenfalls über Erfahrungen, dieses Mal aus der Alpenrepublik.

Jean Zuber

Vielen Dank für die Einladung. Auf dem Weg nach Berlin war ich heute Mittag in Zürich im Zug zum Flughafen. Da fuhr ich vorbei an diesem Gerold-Areal. Da sind verschiedene Clubs, Technoclubs und auch das Helsinki, ein sehr berühmter Club. Da ist mir wieder eingefallen, dass dieses ganze Areal in den nächsten fünf Jahren verschwinden und einem neuen Kongresshaus für Zürich weichen soll. Das ist eigentlich noch die einzige Freifläche im Zentrum von Zürich, wo überhaupt noch Clubs existieren. In Zürich ist der Druck auf die Fläche sehr, sehr hoch. Die Mieten sind sehr hoch. Das heißt, die wirtschaftlichen Interessen sind ganz anders.

Im Helsinki-Club hat zum Beispiel die Band Fischer angefangen. Die Sängerin heißt Sophie Hunger und hat später eine große Solokarriere gemacht. Aber auch ganz andere Künstler haben da angefangen. Das ist ein kleiner Club, der hat Platz für 120 Personen, kostet jeweils fast keinen Eintritt. Das ist ein ganz wichtiges Standbein der lokalen Kultur. Das wollte ich nennen, weil ich weiß, in Berlin gibt es ähnliche Probleme, noch ein bisschen verschoben und ein bisschen in einem anderen Maßstab. – So viel zum Thema Freiräume. Es ist sehr wichtig, dass man das nicht aus dem Blick verliert.

Ich bin von Swiss Music Export. Wir sind als Verein organisiert, getragen durch sechs Stiftungen. Eine davon ist vom Bundesamt für Kultur. Die anderen sind privat, aber alle im kulturellen Bereich tätig.

Wir haben ein Jahresbudget von 350.000 Euro. Das trägt die zwei Löhne von mir und meinem Kollegen, die Administration und sämtliche Projekte. Wir haben einen sehr schönen und großen Namen und fast kein Budget. Deshalb versuchen wir aus der Not eine Tugend zu machen und nicht unser Geld den Künstlern zu geben, das ist auch Teil des Programms, aber wir versuchen mit ganz wenig Geld möglichst viel zu machen. Diese Überlegungen müssen sich ständig wieder erneuern.

Kurz: Wir haben Aktivitäten im Ausland. Wir bauen Plattformen, wo sich Schweizer im Ausland präsentieren können, zum Beispiel an der c/p pop, am Reeperbahnfestival oder Berlin Music Week, so dass die Schweizer, wenn möglich, da hinkommen und sich präsentieren können auf irgendeine Art. Wir versuchen natürlich Einfluss zu nehmen auf die Festival-Bookings, dass sie möglichst viele Schweizer Bands nehmen.

Wir haben ähnliche Projekte im Inland, wo wir ausländische Experten einladen, um Schweizer Bands anzugucken. Und wir haben auch einen Fond, mit dem wir den Bands Geld ausschütten können. Aber das sind gerade mal 60.000 Euro pro Jahr. Damit arbeiten wir. Und das ist ein nationales Exportbüro und wir leben nicht schlecht damit. Wir hätten gerne doppelt so viel Geld oder dreimal so viel Geld, aber wir können etwas damit machen.

Ich bin nicht der Experte in Sachen Nachwuchs, obwohl das heute Thema ist. Trotzdem gibt es auch bei uns immer wieder das Stichwort Nachwuchs, weil wir zum Beispiel nicht Künstler unterstützen wollen, die zum 20. mal eine Deutschlandtournee machen und eigentlich hier ihre Fan Base haben sollten, oder zum zigten Mal weit weg fahren, um zwei, drei Konzerte zu geben, sondern wollen wirklich nur Aufbauförderung machen, die ersten zwei, drei Jahre eines Künstlers im Ausland. Wir beschränken uns auf die Märkte Deutschland und Österreich sowie Frankreich und Belgien.

Ich habe noch Beispiele von der lokalen Förderung in der Schweiz herausgepickt. Ein sehr interessantes Beispiel ist die Stadt und Kanton Basel. Da gibt es einen Rockförderverein der Region Basel, seit 20 Jahren schon. Der war früher ganz privat. Der hat ein Festival organisiert, einen Sprungbrettwettbewerb für Bands gemacht und hat ganz viele eigene private Mitglieder. Mit der Zeit wurde er so wichtig in Basel, dass er seit ein paar Jahren das gesamte Pop-Kulturfördergeld der Stadt und vom Kanton Basel kriegt, um das als externe

Stelle im Auftrag des Kantons Basel zu machen. Das sind jährlich 530.000 Euro, die er dafür einsetzen kann, um die Pop-Musik in Basel zu fördern.

Die konnten damals wirklich auf der grünen Wiese ein Fördermodell aufbauen, ähnlich wie ich das heute in Berlin beobachte. Was machen wir mit dem Geld? Dann haben sie auch Bestandsaufnahme gemacht: Was haben sie schon immer gemacht? Was gibt's für Sprungbrettplattformen, Übungsräume? Demoklinik gibt's auch in Basel. Die haben das zusammengetragen und dann ziemlich wissenschaftlich aufgebaut gefragt: Auf welcher Ebene braucht es noch etwas? – Die haben jetzt wirklich auf allen Ebenen etwas. Wer interessiert ist, dem ich kann ich später auch noch etwas zeigen oder schicken.

Im Geschäftsbericht vom RFV Basel gibt es eine sehr schöne, auch theoretische Abhandlung: Was soll man tun? Und auf welchen Wegen versuchen sie das zu erreichen? Die haben dann auch gesagt, da gibt es Bands, da können sie nichts mehr machen. Das ist die so genannte Spitzenförderung. Da sind sie überfordert. Dann kommen sie zu uns und geben uns ein bisschen Geld und wir machen dann zusammen etwas. Wir haben jetzt seit zwei Jahren ein kleines Projekt. Wir bringen dann die Baseler nach Hamburg ans Reeperbahnfestival und machen da ein Basel-Special in Hamburg. Das ist eine Form, wie wir mit denen sehr punktuell arbeiten.

Das andere Beispiel ist nicht einmal öffentliche Förderung. In der Schweiz ist es übrigens genau wie in Deutschland. Kommunal und kantonal ist die Hauptförderung von Kultur. Der Bund hat relativ wenig Geld im Vergleich zu den Kommunen, um die Kultur zu fördern. Von den 2,4 Mrd. Schweizer Franken, die pro Jahr in die Kulturförderung fließen, sind fast 80 oder 90 Prozent kommunal oder kantonal.

Es gibt aber auch private Förderer. Ich nenne noch ein Beispiel, das Migros-Kulturprozent. Migros ist eine Detailhandelskette, sehr erfolgreich, die größte in der Schweiz. Seit Beginn haben die in den Statuten, dass sie ein Prozent ihres Umsatzes in die Kulturförderung stecken. Weil das sehr viel Geld ist, erstreckt sich der Begriff dann ziemlich breit. Ein Sprachkurs ist dann auch Kulturförderung. Aber immerhin geht ein großer Teil tatsächlich in die Kultur, wo ich auch *Kultur* draufschreiben würde. Die haben unter anderem uns gegründet, Swiss Musik Export, zusammen mit anderen Stiftungen, betreiben auch das MV-Musikfestival.

Und ein Beispiel, das mir gefällt, ist das Kulturbüro. Das haben sie erfunden. In vier oder fünf Städten in der Schweiz gibt es ein Kulturbüro. Da können junge Musiker zu Selbstkostenpreisen Material ausleihen, Mikrofone, Kabel, Videokameras, zwei Transporter. Es gibt eine Anzahl von Geräten, die man reservieren kann und für wenig Geld ausleihen

kann – sehr unkompliziert. Einzige Bedingung ist, es muss zu kulturellen Zwecken genutzt werden. Da sind auch Arbeitsplätze zum Teil. Das finde ich ein sehr schönes Beispiel, wie man mit wenig Geld etwas erreichen kann. Die Migros hat inzwischen Paten gefunden, meist in den Städten, die das kofinanzieren, weil die Migros das alleine nicht bezahlt.

Die erfolgreichen Beispiele, die ich nenne – uns selber, Swiss Musik Export, RFV Basel, wenn ich da in das Budget, in die Abrechnung gehe, sind bei allen 50 Prozent der Kosten Administrationskosten – Lohn, Büromiete und solche Sachen, bis zu 50 oder mehr Prozent. Uns sie werden in der Schweiz als erfolgreich bezeichnet. Wenn man eine Million Euro zur Verfügung hat, kann man nicht 99 Prozent in die effektive Kulturförderung stecken, weil Beratung, Plattformen bauen, Homepage haben, das kostet auch Geld und ist sehr, sehr wertvoll. Personal und Beratung kann sehr wertvoll sein.

Was ich als persönliches Engagement sehr wichtig finde, ist, dass man versuchen soll, die Szene generell zu professionalisieren. Das heißt, der Übergang aus dem Amateurbereich ist sehr, sehr fließend – vor allem in der Schweiz, da muss fast jeder Musiker, um die Lebenshaltungskosten zu tragen, einen Job haben, der ihm noch Geld ran bringt. Man muss die Szene professionalisieren. Je mehr professionelle Agenturen, professionelle Managements, professionelle Labels es gibt, umso stärker ist nachher auch die Szene. Das haben wir in der Schweiz in den letzten paar Jahren gesehen, wie das wirklich viel besser geworden ist.

Moderation

Herzlichen Dank. Die administrativen Kosten waren in verschiedenen Diskussionsrunden immer schon ein Punkt. Wie ist das Verhältnis zwischen Förderung und direkter Ansprechbarkeit und Vernetzung in diesen Fragen? Insofern war das sicherlich auch für unsere Diskussion ein sehr fruchtbarer Beitrag aus der Schweiz.

Jetzt kommen wir direkt in den Bereich der Aussprache, der Diskussion, der Nachfragen und auch der spontanen Sachverständigen. Es sind schon einige Wortmeldungen aufgelaufen. Ich bitte Sie, keine Ko-Referate zu halten, sondern sich auf einen, maximal zwei Punkte zu konzentrieren.

Zoran Terzic

Ich trete auf als Musiker. Ich vertrete mich selbst. Ich bin bei der IG Jazz. Ich wollte meinen subjektiven Standpunkt vorbringen. Ich bin diesjähriger Stipendiat für Jazz.

Ich beschwere mich, wie ich etwas bekommen habe: Als diesjährig geförderter Musiker in der Sparte Jazz/Improvisation erhalte ich eine einmalige Stipendiumsvergütung von 2.300 Euro. Im Projekt waren 3.000 Euro veranschlagt. Die Differenz von 700 Euro konnte vom

Senat nicht gestemmt werden. Als Musiker fängt man dann an, die Verhältnisse der Mittelvergabe zu vergleichen.

Nur ein Beispiel: Wäre ich Bildender Künstler, erhielte ich eine Förderung von 10.000 Euro. – Ob man das jetzt Nachwuchsförderung oder Musiker- oder Karriereförderung nennt, ich lasse es jetzt einfach mal so offen.

Anderes Beispiel: Für die Fête de la Musique werden jährlich 15.000 Euro aus dem Topf für die freie Szene verwendet, ohne dass daraus Musikern irgendeine Form der Vergütung zugute käme. Stattdessen stehen die Stadt Berlin und die Kneipen wunderbar kreativ und lukrativ da. Das Creativ Capital findet auf dem Rücken der Kreativen statt.

Kurzum, meine Zusammenfassung dieser zwei Anhörungen: Bei den Musikern kommt zu wenig an. Auf dem Rücken der Kreativen profitieren die Stadt und die Kneipen – im Falle der Fête de la Musique. Daher schlage ich vor, Musikerförderung als Wirtschaftsförderung zu begreifen. Musiker sind Unternehmer, könnte man sagen. Wir investieren und hoffen auf Ertrag. Wenn Sie also die Musikwirtschaft fördern wollen, subventionieren Sie direkt die Musiker, anstatt Gelder an Produzenten, Labels, Veranstalter usw. zu verteilen.

Diese Musikersubvention kann zum Beispiel mit der Auflage verbunden sein, dass ein Teil der Fördersumme in bestimmte Bereiche investiert wird. Am Ende profitieren dann diejenigen Veranstaltungsorte, Labels, Studios usw., die für Musiker und die Musik am besten sind. Dieser Ansatz wird im Übrigen seit Jahren seit Jahren im Rahmen der Studioprojekte praktiziert, bei denen Musiker eine Summe für Studioaufnahmen erhalten, die sie dann Studios ihrer Wahl zukommen lassen.

Also, ich schlage im Grunde vor, dieses einfache Prinzip auszuweiten und Musiker endlich als zentrale Subjekte der Wirtschaftsförderung zu begreifen, nicht von Strukturen sprechen, von Labels, Musikwirtschaft – Musiker sind zentrale Subjekte der Musikwirtschaft. Auf diese Weise werden Musiker und nicht Institutionen die Entscheider über die Verteilung der Mittel – Autonomie, Souveränität sozusagen.

Denn Musiker wissen am besten, was am besten für Musiker ist. Und das so genannte gemeinsame Interesse von Musikern, Veranstaltern, Labels, Studios, das man ansonsten gerne als Musikwirtschaft subsumiert, ist ein Mythos und eine Zweckillusion, würde ich sagen. Denn Sie können eine florierende Musikwirtschaft haben und zugleich eine absolut tote kreative Szene. Berlin soll nicht München werden.

Schlagwort: Das Primat der Musik heißt, das Primat den Musikern zugestehen. Wenn Sie Musikwirtschaft fördern wollen, betreiben Sie Karrieremusikförderung.

Robert Witoschek

Ich bin von der Noisy Music World, Berlin Friedrichshain. Ich kann mich in vielen Punkten meinem Vorredner anschließen. Der Musiker als Wirtschaftsfaktor oder Aushängeschild für Berlin wird immer sehr gern benutzt, aber die Strukturen, die dem Musiker sein kreatives Schaffen ermöglichen, haben doch oftmals mit vielen Widerständen zu kämpfen. Das können wir aus eigener Erfahrung berichten, da wir zwei Jahre gebraucht haben, um eine Art Zusage für eine staatliche Anerkennung unserer geplanten Berufsausbildungsstätte zu erlangen, wo uns zum Teil mit haarsträubenden Argumentationen entgegnet wurde. Auf der anderen Seite ist eine wichtige Aufgabe des Musicboards, die Kompetenz, die in Berlin zweifelsfrei vorhanden ist an allen Stellen der Verwertungs- und Wertschöpfungskette, entsprechend zu kommunizieren, über Networking, Vermittlung und PR-Maßnahmen entsprechend publik zu machen und die begrenzten Mittel, die zur Förderung zur Verfügung stehen, auch wirklich dahin zu leiten.

Sprich: Ein junger kreativer Mensch, der in Berlin ankommt, sollte wirklich zentrale Anlaufstellen haben. Diese können zum Beispiel durch ein Musicboard entsprechend gepusht werden. Das Know-How wird dann entsprechend über die vorhandenen Fachleute, von denen es in Berlin wirklich mehr als genug gibt, weitergegeben. Ich glaube, Transparenz ist da sehr wichtig. Da kann man dann auch mit den wirklich begrenzt vorhandenen Mitteln entsprechend viel erreichen.

Die Initiative, überhaupt dieses Musicboard zu schaffen, ist schon ein sehr positives Signal, aber ich denke, man sollte diesen Wirtschaftsfaktor Musik, der für Berlin wirklich wichtig ist, auch entsprechend würdigen, indem man den Weg auch ebnet und versucht, auch von der Seite der Politik oder auch der Verwaltung gewisse Hürden einfach mal ein bisschen niedriger zu schrauben.

Björn Köhler

Ich arbeite bei dem Label Blue Cat Music und in meiner Freizeit organisiere ich auch öfter Konzerte. Ich freue mich, dass so viele da sind. Ich bin ein bisschen überrascht, weil ich dachte, Nachwuchsförderung interessiert kaum jemanden. Aber das ist offensichtlich nicht der Fall.

Ich habe mir ein paar Punkte notiert. Einiges davon wurde schon genannt. Es waren sehr gute, informative Vorredner. Mir geht es um die Punkte Motivation, Beratung, Professionalisierung, Vernetzung und Initiativen.

Motivation so verstanden, dass wir vielleicht alle, alle Akteure in der Musikwirtschaft, aber nicht nur die Akteure der Musikwirtschaft, sondern auch alle Bürger sozusagen, unser Augenmerk auch öfter mal auf den Nachwuchs richten. Vielleicht eine kurze Unterteilung. Ich habe immer ein bisschen das Gefühl, es gibt hier zwei Kategorien von Nachwuchs, nur wird das nie so richtig zur Sprache gebracht. Es gibt den Nachwuchs mit professionellem Backup, also, auch bei uns die Künstler. Dann gibt es den Nachwuchs aus der Off-Szene, die also noch niemand kennt.

Die ersten sind die Minderheit und die Zweitgenannten gibt es sehr häufig. Ich finde, man sollte gerade die jungen Musiker aus der Off-Szene mehr berücksichtigen. Es wurde schon darauf hingewiesen. Was bei Beratungen gemeint ist, es wurde genannt, dass Beratung Professionalisierung ist. Es wurde gesagt, der Musiker wisse am besten, was gut für ihn ist. Das stimmt natürlich zum einen, auf der anderen Seite wissen gerade junge Musiker nicht, was das Beste für sie ist. Gerade im Bereich Coaching, Professionalisierung, merke ich auch selber immer wieder, gibt es da sehr große Wissenslücken und einen sehr hohen Bedarf im Bereich Selbstvermarktung. Gerade Tipps sind da sehr, sehr hilfreich.

Und um wieder als Vertreter eines Indie-Labels zu sprechen, solche Veranstaltungen wie all together now mit ihren Workshops oder jetzt die Berlin Club Commission mit Club Consult finde ich super. Davon sollte es viel, viel mehr geben. Und ich würde mir wünschen, dass auch gerade beim Musicboard der Bereich besonders hervorgehoben wird. Es ist auch ein Stückweit dann Hilfe zur Selbsthilfe. Was ja nicht bedacht wird, ist, dass – wenn die jungen Musiker, aber auch Labels wie wir, also Indie-Labels, die jetzt auch noch nicht alles wissen und Hilfe brauchen – sie sich oft ein bisschen verloren vorkommen. Deswegen finde ich es ja auch toll, dass sich hier jetzt auch Mitstreiter zu Wort melden. Oft ist es noch viel zu schwierig. Ich würde mir wünschen, und da komme ich wieder auf Motivation zu sprechen, dass – wenn sich Künstler, Musiker, aber auch Labels, Booker, Konzertveranstalter melden oder vielleicht Unterstützungsbedarf haben – man sie sozusagen erstmal motiviert. Die Vorhaben müssen natürlich dann analysiert werden auf ihre Tragfähigkeit. Wenn dann aber alles passt, wenn das Konzept gut erscheint, so wie die Best-Practice-Beispiele, die hier schon genannt wurden, dann wäre es natürlich toll, wenn man die gezielt unterstützt, weil es ja dann auch auf lange Sicht nachhaltige strukturelle Hilfe ist.

Punkt Vernetzung: Eine Form von Vernetzung wurde noch nicht genannt. Alle Formen der Vernetzung, die genannt wurden, sind ungeheuer wichtig. Eine andere Form der Vernetzung ist auch, dass die Bands, die es geschafft haben, vielleicht auch ihre jungen Kollegen nicht völlig außer Acht lassen und die eventuell dann auch unterstützen.

Es ist jetzt nicht ein Musterbeispiel für Best Practice, aber im vergangenen Jahr haben wir ein Nachwuchstalente organisiert im Bereich Musik-Comedy. Und Bodo Wartke war zum Glück so freundlich und hat sich dann auch beteiligt im Finale. Deswegen war auch das Finale ausverkauft. Wären jetzt nur die Talente aufgetreten, hätte vielleicht alles vor leeren Sitzen stattgefunden, aber so war es ein Erfolg. – Nur als Beispiel.

Was die Initiativen anbelangt, da gibt es gute Ideen, gute Konzepte. Die müssen dann teilweise schon noch getuned werden, weil nicht alles funktioniert. Manches ist vielleicht auch hanebüchen, aber danach wäre es natürlich toll, wenn man sozusagen willkommen ist beim Musicboard, sofern es das dann irgendwann geben sollte.

Wichtige Stichpunkte: Schnittstelle, Programme, die erstellt werden, das wäre natürlich toll, wenn man so was noch forciert. – Schönen Dank.

Feline Lang

Ich bin die Co-Chefin des Musikzentrums „Musik erlaubt“ am Ostkreuz. Wir vermieten Proberäume, Studios auf fester monatlicher Basis, also nicht stundenweise wie die Noisy-Jungs zum Beispiel. Außerdem gibt es mehrere Clubs im Haus, Open-Air-Flächen und Theater etc. Außerdem bilden wir aus unter dem Namen „Datenklang“. Wir bilden Sounddesigner, Musikpädagogen und musikalische Früherzieher aus. Außerdem bin ich auch noch Musikerin und habe eine Band.

Ich habe ein paar konkrete Vorschläge.

Das Thema, das wir noch nicht hatten, ist, nach welchen Kriterien eigentlich gefördert wird, wenn denn Musiker, Bands, Nachwuchs konkret ausgewählt wird und dafür Geld oder andere ideelle Förderung erhält. Auch wenn ich jetzt vielleicht den einen oder anderen Buh-Ruf ernte, ich schlage vor, nicht qualitativ, sondern quantitativ auszuwählen, als Maßstab zum Beispiel zu setzen:

Eine Band, die gerade versucht, einen richtig genialen, geilen eigenen Stil zu finden, sich in kein Genre pressen lassen will etc., wie soll man die bewerten, vor allem, wenn die noch nicht wirklich ihren Sound gefunden haben, daran erst noch arbeiten wollen und genau dafür die Förderung brauchen. Deshalb schlage ich vor als Kriterium auszuwählen: Wie oft proben die? Wie oft treten die auf? Wie viel Arbeitszeit investieren sie in ihre Vermarktung? – Mit anderen Worten: Wie professionell arbeiten sie? Das ist etwas, was leichter quantitativer bemessbar ist als die eigentliche Qualität.

Denn ich glaube, dass man neue Tendenzen durch eine qualitative Auswahl eher einengt oder von vornherein aussiebt. Das haben wir bei uns auch ziemlich oft erlebt. Viele von

denen sind dann bei uns gelandet, machen eine Ausbildung und kommen dann richtig groß raus – auch schön.

V

orschlag Nr. 2: Ich glaube, die wichtigste Aufgabe des Musicboards könnte sein, politische Intervention zu betreiben. Das Musicboard kann ja als Organ bis jetzt meines Wissens noch nicht wirklich agieren in dem Sinne, legislativ zu agieren, in Gesetze einzugreifen, in Vorschriften einzugreifen, was zum Beispiel das Thema Schallschutz betrifft usw. Das gab es sicherlich schon auf der letzten Diskussion. Trotzdem denke ich, das Musicboard könnte hier eine Anlaufstelle sein und vielleicht auch eine Rechtshilfe bieten für Musiker, für Ausbildungsstätten, für Musikwirtschaftsunternehmen, wenn es Konflikte mit Ämtern, Nachbarn, GEMA etc. gibt – auch bei der Nutzung leerer Immobilien zum Beispiel, bei Konflikten mit Eigentümern usw.

Ich weiß aus eigener Erfahrung, dass oft dem Musiker oder der Musikwirtschaft zuerst Atem und Geld und Kraft ausgehen bei einem längeren Rechtsstreit, selbst wenn der Musiker Recht hat. Ich gebe gern auch noch eine Liste von Beispielen.

Außerdem fängt das Problem ganz unten an, zum Beispiel bei Musikschülern. Den Eltern fällt es ja jetzt schon schwer, Musikunterricht zu bezahlen, zumal immer mehr staatliche, städtische Musikschulen geschlossen werden und die privaten mittlerweile auch durch Schallschutzrichtlinien Probleme haben. Wo sollen die Kinder üben? Wo die Eltern einen Raum bezahlen können? Einen Unterricht bezahlen und noch ein Instrument, dann können sie nicht noch zusätzlich einen Proberaum bezahlen. Auch das könnte eine Aufgabe des Musicboards sein, hier einzugreifen zum Beispiel bei der Nutzung von städtischen Immobilien, bei der Nutzung von Schulräumen, bei der Nutzung von leerstehenden Behördenräumen. Auch so was gibt es, habe ich mir sagen lassen.

Das Extrem und der Traum dabei wäre natürlich, irgendwann gesetzliche Regelungen zu schaffen, die zum Beispiel den Leerstand eindämmen. Aber ich weiß, soweit ist das Musicboard noch nicht. Aber vielleicht könnte es die Aufgabe des Musicboards sein, hier an der richtigen Stelle auch mal eine Anmerkung fallen zu lassen.

Ich hab noch viel mehr Ideen, aber die sprengen jetzt hier den Rahmen.

Moderation

Herzlichen Dank. Vielleicht noch mal der Hinweis darauf, es gibt auch eine Proberaumförderung seitens der Kulturverwaltung. Die ist aufgestockt oder wird vermutlich aufgestockt um 600.000 Euro für dieses und nächstes Jahr. Das ist sozusagen schon ein Baustein, den wir auch im Hinterkopf halten. Klein kann immer mehr sein. Aber es ist ein

Baustein, der im Musicboard nicht unbedingt explizit abgebildet werden muss, weil in anderen Bereichen auch schon etwas passiert. Wir müssen da auch ein bisschen trennen.

N. Osuna Wernicke

Ich bin Vorsitzender des Berlin Allstarz e.V. Wir veranstalten seit 1998 jährlich im SO36 ein Musikfestival, konzentrieren uns in den letzten Jahren sehr aktiv auf junge Musikerinnen und Musiker, um denen die Möglichkeit zu geben, einmal im SO36 auf einer großen Bühne vor einem sehr amtlichen Publikum auftreten zu können. Wir machen das ehrenamtlich und sind relativ nah dran an den Musikerinnen und Musikern. Wir haben an der Stelle immer wieder Schwierigkeiten, ihnen zu helfen, denn es ist einfach so, dass die Förderpolitik, die es gibt, das Antragestellen etc. pp. gerade für junge Musikerinnen und Musiker enorm schwierig ist. Bürokratiehürden sind für die teilweise nicht machbar.

Ich kann nur unterschreiben, was da gerade gesagt worden ist, die qualitativen Instrumente vielleicht nicht ganz so walten zu lassen, wie die quantitativen. Aber es ist auch einfach wichtig, dass das Musicboard vielleicht eine Institution sein kann, die jemanden hat, der die Sprache der Musikerinnen und Musiker auch spricht.

Das Beispiel, das wir gerade von dem Rockförderverein aus der Schweiz gehört haben, finde ich hervorragend, weil, da sind Leute aus Eigeninitiative ehrenamtlich in die Musikförderung gegangen und organisieren heute die – wenn ich das richtig verstanden habe – Kulturförderung einer ganzen Stadt. Das ist mein Anliegen, meine Bitte und der Wunsch an Sie, weil wir als Verein mit zwei ehrenamtlichen Vorsitzenden, die die hauptsächliche Arbeit machen, überhaupt nicht in der Lage sind, Musikerinnen und Musiker da zu beraten, wo es auch nötig ist, wenn sie Fragen zu GEMA-rechtlichen Geschichten haben, wenn sie Fragen haben, wo kann ich einen Proberaum haben. Wir können immer nur sagen, *wir können euch leider nicht helfen. Wir können nur das für euch tun, was wir bisher tun, weil wir zu zweit einfach nicht mehr leisten können.*

Das bedeutet, Ansprechpartner schaffen, und zwar Ansprechpartner, die die Sprache der Jugendlichen, aber auch von Musikerinnen und Musikern sprechen, die vielleicht Mitte 20 sind und immer noch nicht den großen Durchbruch geschafft haben, dass so Leute vorhanden sind, dass die Leute auch unterstützen können, wenn es darum geht, Fördermittel abzurufen.

Ich selbst, ich gebe es ganz offen und ehrlich zu, habe mich bisher überhaupt nicht mit dem Thema beschäftigt. Ich bin jemand, der den Leuten lieber versucht operativ zu helfen. Aber

wichtig ist, dass dieser Punkt Gehör findet und die Jugendlichen auch Ansprachemöglichkeiten haben.

Carsten Lobbedey

Ich komme von der Berlin Music School und vom Jugendkulturservice, wie man am Namen schon erkennt, eine Musikschule für Rock, Pop, Früherziehung. Und wir machen das nicht nur an unserer Schule, sondern auch in Allgemeinbildenden Schulen und Kitas – deshalb jetzt vielleicht ein bisschen aus der Sicht des Nachwuchsförderers:

Vielleicht noch an Herrn Litty: Wir haben tatsächlich bei Jugend Musiziert dieses Jahr das erste Mal eine Band gehabt, weil die einzelnen Instrumente so gesehen natürlich nur die halbe Miete sind. Aber wir haben bis 2005 gebraucht, um das durchsetzen zu können, dass Jugend musiziert auch eine Bandabteilung hat. Was bei Jugend musiziert noch interessant ist, wir suchen immer wieder Auftrittsmöglichkeiten für unseren Wettbewerb. Wir sind oft in der Landesmusikakademie, aber dieses Jahr war der Wettbewerb im Land Berlin in der UDK, was nicht schlimm ist, aber das sind halt Unterrichtsräume. Und Rock- und Pop-Musik da zu werten, da fehlen natürlich so ein bisschen Glanz und Glamour. Von daher sind Spielstätten ein wichtiges Thema.

Da gibt es jetzt aber auch ein anderes Projekt, und das wäre mein erster Hinweis, dass ein Musicboard vielleicht auch gucken sollte, was an der anderen Seite vom Senat passiert, vom Senat auch gefördert. Es gibt das Projekt Jugend, Kultur und Bildung, was gerade parallel läuft, wo bestimmte Jugendkulturzentren in den Bezirken und in den Kiezen praktisch zentrale Anlaufstelle für Auftrittsmöglichkeiten sind. Das zeigt halt immer wieder, dass es eine übergeordnete Stelle geben müsste, die diese verschiedenen Projekte, wo Menschen ehrenamtlich arbeiten, wo Menschen sich einbringen, vielleicht zusammenfassen, damit nicht an parallelen Strängen in den verschiedenen Verwaltungen, aber auch in der Szene dran gearbeitet wird und man da halt auch ein bisschen aufpasst.

Das führt mich dazu, dass man natürlich die Allgemeinbildenden Schulen nicht rauslassen darf, weil, wenn man Jugendlichen nahebringen will, dass sie zum Beispiel für Musik bezahlen, haben aber selber vielleicht noch nie Musik gemacht, wissen gar nicht, wie schwer das ist und dass man was können muss, bevor man Musik machen kann. Dann wird es immer schwieriger, denen zu vermitteln, dass man so was nicht einfach aus dem Internet runterlädt und der Künstler, der es gemacht hat, davon gar nichts hat. Ich denke, da dürfen wir nicht nur sagen, da sind Musiker, die sind kurz vorm Profi oder haben schon eine eigene Band, sondern für mich beginnt Nachwuchsförderung tatsächlich schon viel tiefer. Unten ist

die Pyramide fett. Wenn man guckt, wen man da erreicht und welche Entwicklungen vielleicht auch angetreten werden, kann es eine Aufgabe sein, das da zu fördern.

Für mich stellt sich immer die Frage: Soll das Musicboard Wirtschaftsförderung machen? Soll es. Projekt- und Künstlerförderung? Soll es. Strukturen schaffen für Schule und Ausbildung? Ich denke, das ist die Frage. Sie haben gesagt, Sie wollen im Sommer darüber sinnieren und darüber arbeiten, um dem Abgeordnetenhaus was vorzuschlagen. Ich glaube, diese Frage muss man noch mal grundlegend klären. Oder man kommt zu dem Ergebnis, dass man sagt, es muss verschiedene Stränge innerhalb des Musicboards geben, die alle Teilbereiche beleuchten und zusammenfassen. – Ich höre das auch immer an allen Beiträgen, dass das natürlich jeder aus seiner Sicht betrachtet, aber für mich immer noch nicht klarer ist nach beiden Anhörungen, was ist es jetzt eigentlich.

Ich glaube, bevor man da richtig loslegt, muss man das grundlegend klären, auch wenn man vielleicht dann bestimmte Dinge ausklammert und sagt, okay, die sind dann nicht dabei. – Danke.

Moderation

Ja, das ist der Kern einer Anhörung, dass man noch nicht so richtig weiß, was hinten bei rauskommt. Aber das ist auch so gewollt.

Zoe Leela

Ich bin Sängerin und bedanke mich für die Einladung und das Zusammenkommen hier. Bei der Musikförderung geht es sicherlich um freie Flächen, aber mir geht's insbesondere um freies Agieren. Ich möchte im Namen derer sprechen, die sich hauptsächlich – auch dank des Internets – selbst ermächtigt und dennoch wirtschaftlich aufstellen konnten und arbeiten können. Mir ist es ein Anliegen, da für Gleichberechtigung zu sorgen, und zwar Gleichberechtigung derer, die sich für alternative Modelle entschieden haben, für die Nutzung alternativer Lizenzen, wie die Creative Commons Lizenzen, mit denen ich arbeite. Das ist mein Hauptanliegen. Dankeschön.

Christopher Lauer

Ich hätte noch mal eine Frage an alle Sachverständigen. Inwieweit spielt bei der Nachwuchsförderung, bei den Projekten, die Sie machen, das Internet als Kommunikations- oder auch Vertriebswege eine Rolle? Was könnte man aus Ihrer Sicht verbessern? Wie ist da die Situation?

Julia Oberlohr

Ich bin von FluxFM, Berliner Radiosender. Wir haben unsere Hörer im Vorfeld aufgefordert, uns Fragen und Anregungen zum Musicboard zu schicken. Ich bin jetzt also die Botschafterin, die diese Fragen gesammelt hat und hier vorträgt.

Ganz wichtig war unseren Hörern die Frage nach Auftrittsmöglichkeiten. Wie kann man Newcomern Auftrittsmöglichkeiten verschaffen?

Auch die Frage nach einer kritischen Auseinandersetzung mit der GEMA kam. Inwiefern kann man das so machen, dass dann die Auftritte finanziert und auch organisatorisch einfach vonstatten gehen können?

Es war auch die Frage nach der Selektion sehr relevant. Wer entscheidet, was ist förderungswürdig?

Es kam auch Kritik an der Clubkultur, dass einfach Clubs geschlossen werden, wie das Knaack zum Beispiel, und auch die Frage: Was kann die Politik da tun, um die Clublandschaft weiter zu unterstützen?

Dankeschön.

Moderation

Herzlichen Dank, auch für die vielfältige Unterstützung, die wir im Vorfeld hatten, das Thema zu verbreiten. Dass heute so viele da sind, ist sicherlich auch ein Ergebnis der Berichterstattung bei Flux FM in diesem Bereich.

Ben de Biel

Ich habe was ganz Grundsätzliches, weil ich ein bisschen irritiert bin. Björn Böhning hatte gesagt, wie wir hier die Inhalte erarbeiten und wie das vonstatten gehen soll für das Musicboard. Dann habe ich dem jetzt entnommen, dass es aber auch mehrere closed Runden gab, wo ich auch nicht weiß, wer da genau eingeladen war. Ich kann mir auch nicht vorstellen, dass die Entscheidungsfindung nach diesen beiden Anhörungen, die mir für die Komplexität des Themas ohnehin sehr wenig erscheinen, so gerade geht.

Ich würde gerne wissen, wer dieses Entscheidungsgremium ist. Denn das sind ja Steuergelder, die Sie da mit einer Million reinlegen. Ehrlich gesagt, dass das, was Sie sagen, jetzt der neue demokratische oder sehr transparente Weg wäre, kann ich hier nicht sehen. Das ist eher fürs Protokoll. – Und das braucht man heutzutage eigentlich auch nicht mehr abtippen.

Moderation

Zum Prozess, habe ich am Anfang gesagt, werden Tim Renner und Katja Lucker gleich noch ein paar Dinge sagen. Grundsätzlich kann ich mich da nur wiederholen. Dass der Senat da

etwas vorlegen muss, da führt am Ende eines Prozesses kein Weg vorbei, weil wir in der Tat die Verwaltung der Steuergelder tun müssen. Diese Dinge kann der Senat einfach niemandem abnehmen. Das ist so. Wir werden im Abgeordnetenhaus auch darüber diskutieren. Aber wird sind jetzt einfach in diesem Prozess der Diskussion drin.

Ben de Biel

Entschuldigen Sie, es kann ja sein, dass ich mich zum Beispiel um ein Thema bemühe, wie Nachwuchsförderung oder dergleichen mehr, um festzustellen, dass am Ende in der Entscheidungsfindung über die Musicboard-Inhalte das Thema gar nicht mehr vorkommt oder nicht interessant oder relevant ist. Wozu ist es dann gut? Dann ist es ja eine Simulation.

Moderation

Ja, genau darüber haben wir jetzt ja diskutiert, über die Frage, die im Vorfeld gestellt worden ist: Ist Nachwuchsförderung überhaupt ein Thema für das Musicboard, ja oder nein? Wir haben jetzt viele Beiträge hier diesbezüglich gehört. Welchen Eindruck Sie davon haben, weiß ich nicht. Ich habe den Eindruck, es könnte ein Thema sein. Das würde ich jetzt für mich so mitnehmen. Aber ich würde auch die Sachverständigen noch mal hören wollen, vielleicht auch konkret auf diese Frage bezogen und auf die anderen Fragen, die gestellt worden sind.

Jean Zuber

Als Vertreter von Swiss Music Export kann ich nicht wirklich zur Nachwuchsförderung etwas sagen. Natürlich ist Nachwuchsförderung extrem wichtig. Davon bin ich ganz fest überzeugt. Es braucht einen Strauß von Fördermitteln. Eine davon ist für den Nachwuchs gedacht und die andere für die professionelle Szene. Es braucht alles. Ich weiß nicht, ob man mit einer Mio. Euro alles abdecken kann.

Es gibt die Bedürfnisse der Musiker. Es gibt aber auch die Bedürfnisse des Förderers, der will sich ja auch selber kommunizieren und dann auf diese Fragen eingehen können. Das heißt, man muss ein, zwei, drei, fünf oder zehn Fördermittel mit Namen definieren und dann in die Öffentlichkeit gehen – das sind unsere Sachen, die wir machen. Und das ist jetzt im Moment das Programm. – Ich glaube, so muss es am Schluss aussehen. Das ist mein Blick von außen.

Selektion der Künstler, vielleicht dazu eine Antwort. Wie müssen die Künstler ausgesucht werden? Ich bin der Meinung, wenn man Geld verteilt, muss man ganz klare Kriterien aufstellen, wer das kriegt. Bei uns ist es so: Wir verlangen vom Künstler ein Potenzial im Markt, wohin er gehen will. Wir verlangen vom Künstler ein eigenes Engagement, jeweils von

mindestens 50 Prozent der Mittel, die da benötigt werden. Wir verlangen ein professionelles Umfeld. Das Marktpotenzial muss messbar sein oder spürbar. Das ist bei uns so – wir sprechen vom Export. Wir müssen sehen, dass da Labels oder Medien oder Fans interessiert sind.

Vielleicht noch zur Rolle des Internets: Da werden wir häufig angefragt. Das geht an uns total vorbei, muss ich ehrlich sagen, weil, Musik findet ihren Weg vom Musiker zum Publikum. Die Wege ändern sich ständig. Und wir als Förderinstitution haben damit quasi nichts zu tun. Wir müssen einfach ganz ehrlich schauen, dass auf gewissen Wegen Prozente abgezackt werden. Zum Beispiel bei der SUIISA, also der Schweizer GEMA, gehen 10 Prozent vom Inlandsumsatz in die Kulturförderung. Davon leben wir. Also muss ich schauen, dass die SUIISA in der Schweiz stark ist. Es gibt auch andere Gründe. Ich bin auch Musiker. Ich bin auch deshalb für eine starke SUIISA. Das sind die Gründe, warum mich die Wege überhaupt interessieren, aber als Förderer sehe ich das Internet nicht als zentrales Thema, als Diskussionsthema bei der Förderung.

Jan Opoczynski

Ich bin Sänger der Berliner Band „Der Internationale Wettbewerb“ und wollte ganz konkret ein kleines Beispiel erzählen. Ich war letztes Jahr im Sommer mit einem Kollegen auf der Suche nach Räumlichkeiten in Weißensee für ein Studio oder/ und Proberaum. Da haben wir lustigerweise immer zu hören bekommen: *Nee, ist nur für Künstler, was bedeuten sollte, für Bildende Künstler, die keinen Krach machen.* Es läuft also darauf hinaus, dass es an Schallschutzmaßnahmen mangelt, die man sich normalerweise als Mieter überhaupt nicht leisten kann. Genau das gleiche Problem haben Clubs.

Da es nicht darum geht und da es auch nicht reichen würde, diese eine Million für massenhaft Schallschutzmaßnahmen anzuzapfen, geht es aber dann wahrscheinlich darum, die Regeln zu beeinflussen, zum Beispiel, vorhin wurde die Treuhand erwähnt, sich Partner zu suchen, die das unterstützen, durch Tatkraft oder finanzielle Hilfe erleichtert wird, subventioniert wird, Schallschutzmaßnahmen zu ergreifen.

Eine andere Sache: Ein Schwerpunkt in der Nachwuchsförderung wäre eine Erleichterung beim Finden und Inanspruchnahme von Coaching. Da gab es für mich bei Vorgesprächen bei diesem Treffen hier eine Sache, die ich sehr interessant fand. Ich glaube, es war ein Beispiel aus Spanien. Dort erhalten Clubs von der Kommune Geld dafür, dass sie Musiker coachen. Da sind also Fachleute anwesend, PR-Leute, Bookingleute, Technikleute usw., die

sich angucken, was eine Band drauf hat, auf welchem Level sie sind, und das Ganze so unterstützen, dass die Band vom Fleck kommt und vorwärts kommt.

Die Clubs erhalten Geld dafür, dass sie den Raum dafür zur Verfügung stellen und dass es dort stattfinden kann, und verpflichten sich im Gegenzug dazu, dass in diesem Club dann auch Konzerte mit diesen Bands stattfinden. Das finde ich ein sehr schönes Beispiel, wie man diese Idee ganz konkret umsetzen kann.

Moderation

Herzlichen Dank für den eingeschobenen Beitrag. Herr Winkel.

Daniel Winkel

Kurz zum letzten Redebeitrag: Es ist vielleicht in der Vielzahl von Beispielen, die das französische Förderpanorama ausgemacht hat, untergegangen oder nicht so deutlich geworden. Das spanische Beispiel ist vom Ansatz her ein ähnliches wie die SMAC, wo es in Frankreich landesweit über 200 Stück gibt und wo es öffentliche Förderung im Austausch gegen bestimmte Auflagen gibt - auch Coaching, Beratung, Zurverfügungstellen von Proberäumen, Probebühnen, Künstlerresidenzen etc. Das passiert da flächendeckend. Nachwuchsförderung: Ich habe da naturgemäß eine ähnliche Position wie Jean aus meiner Perspektive und Funktion heraus als Exportbüro, weil wir natürlich einen anderen Ansatz haben. Wir haben explizit den Auftrag, Repertoire und Firmen zu fördern. Wir machen keine direkte Künstlerförderung und Betreuung, sondern wir fördern und begleiten Firmen und machen eine Repertoireförderung.

Natürlich ist Nachwuchsförderung und Künstlerförderung extrem wichtig. Die vielschichtigen Beispiele in Frankreich zeigen das auch. So, wie sich die Diskussion jetzt gestaltet, hat das sicherlich auch in Berlin seinen Platz. Die Frage ist, wie offen oder wie eng strickt man das dann.

Aber am wichtigsten scheint mir doch zu sein: Ansprechpartner, Beratung, Vermittlung, Expertise, Lobbyarbeit wurde auch genannt, aber eben auch erstmal einen kompetenten Ansprechpartner und Vermittler zu haben. Wenn er selber nicht die Antwort auf bestimmte rechtlichen Fragen hat, so kann er doch Finanzierungsfragen, Coachingempfehlungen, dann doch eben an kompetente Leute weitervermitteln und eben all das, was schon existiert, zusammenfasst, bündelt, vernetzt und auch über entsprechende weitere – ob institutionell oder anderweitig getragen – Finanzierungsmöglichkeiten, Rechtsberatungsmöglichkeiten etc. zu informieren.

Selektion? Auch schwierig. Aus Exportbüroperspektive haben wir da natürlich auch einen ganz anderen Ansatz, weil, bei uns findet Selektion in keiner Weise inhaltlich wertend statt, sondern es geht einzig und allein darum, dass alles, was bei uns unterstützt und finanziert wird, immer eine gemeinsame Co-Investition ist bzw. versuchen wir gemeinsam mit dem Umfeld des Künstlers, der einen Tonträger erstellt hat, der Repertoire hat, in eine Tournee, in eine Veröffentlichung, in Werbeträger, in Auslandsauftritte, Tourneen etc., so dass wir gemeinsam mit dem Verleger, Manager, Agenten, Produzenten quasi einen Fehlbedarf finanzieren. Eine inhaltliche Wertung findet da nicht statt. Es geht um ein professionelles Umfeld und es geht darum, dass nicht Fördergelder, Subventionen in dem Sinne vergeben werden, sondern dass gemeinsam mit dem Umfeld des Künstlers in das Projekt investiert wird.

Matthias Jung

Ich sage kurz was zur Rolle des Internet. Ich finde, wie Jean auch, sehr wichtig, da nicht zu viel Erwartungen an Datenbanken zu stellen. Reine Datenbanken als Netzwerke sind nicht sonderlich sinnvoll, weil die Musiker sie nicht finden. Ich denke, man muss die vielmehr in der lokalen Szene verankern, dort, wo Musik passiert, und mehr Kooperation mit den Firmen, mit den Akteuren vor Ort subventionieren bzw. dann fördern oder vernetzen im Fall von Musicboard.

Was die Auswahlsszenarien anbelangt, ist es immer schwierig mit Kriterien zu arbeiten, weil es einfach ist, die zu umgehen oder zu fälschen. Das passiert auch sehr oft. Da gibt es ein paar Beispiele. Ich spreche mich eher dafür aus, über Experten, Jurys zu gehen, wie es ganz oft passiert, weil die Leute eben Fachwissen in der Szene haben und wissen, wie so das Potenzial eines Nachwuchskünstlers oder Talent auf dem Markt einzuschätzen ist.

Allgemein spreche ich mich auch mehr für die Infrastrukturmaßnahme aus, die Raum gibt für einen Markt, in dem sich ein junger Künstler ausprobieren kann, und keine direkte Förderung, *du bekommst soundso viel Geld*, weil das ja keinen Erfolg oder einen Marktbestand verspricht. Anders als in der Klassik, wo die meisten Wettbewerbsgewinner dann auf dem Markt bestehen und eine erfolgreiche Karriere folgt, kommt ganz viel Direktfördergeld im Popmusikbereich eben nicht so an, hat nicht diesen Erfolg, wie es gedacht ist für den Künstler, der auf dem Markt bestehen soll.

Die Infrastruktur muss geschaffen werden. Die Leute müssen sich ausprobieren können. Dann entwickeln sie sich in Richtung Markt und können auf dem dann bestehen.

Zwei Schwerpunkte wollte ich noch zur Arbeit vom Musicboard sagen. Das wäre einmal der Ansprechpartner für Praxisfragen für Bands. Ein direkter Ansprechpartner ist für Bands enorm wichtig, der die ganzen Coachings vor Ort kennt, der über Aus- und

Weiterbildungssachen Bescheid weiß. Das ist auf jeden Fall ein Schwerpunkt neben der Lobbyarbeit, die natürlich gemacht werden sollte, weil es eine sehr kleinteilige und bunte Szene ist, die auch aus vielen Ein-Mann-Betrieben besteht. Die müssen sich bündeln und formieren. Ich glaube, da sind wir uns alle einig.

Und es wäre vielleicht eine Anbindung ans Stadtmarketing sinnvoll, um auch das Publikum, also den Endkunden vor Ort zu sensibilisieren für die Eigenheiten der Berliner Szene. – Also: Was passiert hier an lokalen Besonderheiten?

Ich denke, der Nachwuchs muss auf jeden Fall gefördert werden und nicht immer nur an der Basis, vor allem präventiv oder funktional, dass man sagt, *man macht es, um das und das zu vermeiden, es ist gut für die soziale Kompetenz* usw. – Kreativität hat einen Eigenwert. Wenn man den Eigenwert fördert, dann werden interessante Produkte vor Ort, ein Lokalkolorit entstehen, das auch über die Ländergrenzen Berlins trägt und eine Basis ist für Musikexport oder Spielstättennetzwerke im Ausland.

Joachim Litty

Musicboard sollte Nachwuchs fördern. Das ist eine wichtige Sache. Aber man sollte sich sehr genau überlegen, an welcher Stelle man andockt. Ich würde dem nicht zustimmen, dass man quasi an der Basis mit dem Musicboard mit der Million einsteigt, sondern da sollte man schon sehr genau hingucken, an welcher Stelle der Professionalisierungsleiter man da andockt.

Da sind genügend schwarze oder blinde Flecken, wo wir andocken können. Wir haben es doch mit einer sehr flexiblen und ausdifferenzierten Szene mit sehr unterschiedlichen Anforderungen, Wünschen zu tun. Darauf entsprechend zu reagieren, bedarf natürlich auch eines entsprechend flexiblen Systems. Dieses flexible System sollte dieses Musicboard versuchen abzubilden oder zu schaffen. Ich bin auch dafür, eher in Infrastruktur zu investieren als Musikereinzelförderung zu betreiben. Die einzelnen Musiker sollten zu dem Musicboard kommen können und sich dort die entsprechenden Informationen holen. Zu der Schaffung von Übungsräumen, Schallschutz etc.: Es soll ein Übungsraumprogramm analog zur Atelierförderung aufgelegt werden. Ich weiß nicht, wie inwieweit das schon auf dem Weg ist und ob ich das richtig verstanden habe bei unserem Telefonat neulich. Aber da sind in jedem Fall auch Dinge auf dem Weg und es wird die Malaise sehen, dass da was passieren muss und entsprechend neue Räumlichkeiten geschaffen werden. – Vielen Dank.

Moderation

Das ist auf dem Weg. Weil der Haushalt noch nicht beschlossen ist, sind die Gelder noch

nicht frei, aber ab 15. Juni hoffentlich. Wenn das Abgeordnetenhaus beschließt, wird auch das Proberaumprogramm entsprechend aufgestockt.

Geoffrey Vasseur

Thema Internet: Im Gegensatz zu meinen Vorrednern finde ich das Internet sehr wichtig für Nachwuchsförderung, weil das schlicht das perfekte Medium für diejenigen ist, die sonst keine Chance haben, über die Musikwirtschaft ihre Musik zu verbreiten. Als solches sollte man das auch ehren und nutzen können.

Wiederum ist das Internet auch genauso vielfältig. Wenn ich in der Kneipe sitze und 20 Flyer vor mir liegen habe, habe ich 20 Portale, die mich über Bands informieren. Und da will sich jede Band selbst profilieren. Das ist sehr undurchsichtig und natürlich auch sehr viel.

Demnach sollte man es auch nicht überbewerten. Aber es gibt sehr viele Tools, die für Musiker im Internet sehr hilfreich sind. Die werden zunehmend kostenpflichtig. Ich denke da an Sachen wie band.org. Das sind alles Sachen, die an sich gut sind, die aber vielleicht ein Musicboard auch umgehen könnte oder bündeln könnte, da irgendwelche Verträge mit den Betroffenen ausarbeiten könnte, damit Bands da vielleicht günstiger reinkommen. – Das würde ich nicht überbewerten, aber auf jeden Fall in Acht nehmen.

Übungsräume: Es gibt noch viel Platz. Und es gibt Investoren, die der Meinung sind, dass Übungsräume auszubauen ein sehr lukratives Geschäft ist. Die haben auch Recht. Ich treffe mich morgen mit einem Herrn, der das Job-Center in Tempelhof gekauft hat und daraus Proberäume machen will. Er rief uns an, *wie soll ich das machen*. – In Zukunft sollte er da einfach das Musicboard anrufen. Hoffentlich wird da was passieren. Da sehe ich auch das Musicboard in der Verantwortung, so was in die Wege zu leiten.

Frage der Flux FM-Hörer: Wo gibt es Auftrittsmöglichkeiten? Es gibt sie eigentlich überall. Man muss halt ein bisschen Geduld und vor allem Geld mitnehmen. Ich kann mich jederzeit im Festsaal Kreuzberg einmieten oder im Lovelite oder im Lido. Ich trage aber das Risiko. Wenn auch da was machen könnte, da sind aber auch die Kriterien eine sehr schwierige Frage. Wer soll da gefördert werden und wer nicht. Aber vielleicht könnte man da so eine kleine Nachwuchsprämie einführen, damit mich mein erster Auftritt im Lovelite keine 500 Euro kostet. – Das wäre vielleicht eine Möglichkeit.

Clubkultur: Das ist das Gleiche wie mit den Proberäumen. Platz ist da. Das Musicboard muss einfach als Schnittstelle zwischen Ämtern und Szene wirken. Das macht bisher viel die Club Commission. Das macht die Berlin Music Commission. Aber das ist eigentlich nicht deren Aufgabe, sondern sie sollen mehr inhaltliche Inputs geben. Da könnte so ein Musicboard ganz gut eingreifen, indem man sagt, *okay, ich kenne den und den beim*

Grundstücksverwaltungsamt, wie das auch immer heißt, und ich gebe dir mal die Nummer..
Da klappt in der Regel meistens.

Genauso sollte ein Club Vertreter haben, der nicht der Anwalt der Club Commission ist, sondern ein Vertreter aus der Politik, der vielleicht vermitteln könnte oder Mediatoren zur Verfügung stellen könnte, damit so was in Zukunft halt nicht mehr so passiert, und vielleicht auch neue Orte aufzeigen, wo Clubs dann langfristig auch etabliert werden könnten, damit sich die Szene auch wieder erneuert und damit das Ganze frisch und kreativ bleibt.

Herr Litty

Ich würde gern das französische Beispiel noch mal pointieren, noch mal als Anregung, wie viel Geld doch letztendlich aus der Wirtschaft zurückfließt in die Nachwuchsförderung, ich fand das sehr erhellend und wollte auch noch mal dafür werben, dass man tatsächlich nicht nur auf die öffentliche Förderung schaut, sondern sieht, was in diesem Bereich erwirtschaftet wird. Und inwieweit kann da auch an die Verantwortung der an der Wertschöpfungskette Beteiligten appelliert werden, dass sie auch für die Nachwuchsförderung etwas tun und da entsprechend auch investieren.

Es gibt Beispiele. Die Pop-Akademie in Mannheim ist da unter anderem auch mit privaten Mitteln finanziert. Aber noch mal: Das sind dicke Bretter, die gebohrt werden müssen. Da sind gesetzliche Vorgaben. Aber so was sollte man tatsächlich im Hinterkopf mitdenken und an der Stelle tatsächlich auch Wirtschaft mit ins Boot nehmen bzw. da zu appellieren, scheint mir sehr wichtig.

Moderation

Das war sicher noch ein ganz wichtiger Hinweis. Das ist ja zum Beispiel beim Medienboard bei der Filmförderung auch so, dass da TV-Sender auch ihren Beitrag zur Filmproduktionsförderung leisten. Das kann natürlich in diesem Bereich auch so sein. Ich möchte mich aber zuerst ganz herzlich bei den vier oder fünf Sachverständigen bedanken, die hier waren, und bei Ihnen, die sich an den Diskussionen beteiligten. Das fand ich ein sehr hohes Niveau der Diskussion und bedanke mich ganz herzlich für die vielen positiven Beiträge.

Ich möchte noch auf den letzten Punkt verweisen. Ich finde, aus den zwei Veranstaltungen hat sich schon herauskristallisiert, dass so etwas wie ein Musikbeauftragter - Sie hatten von der Schnittstelle zwischen Szene und Verwaltung gesprochen – sicherlich ein Punkt ist, der von allen mehr oder weniger artikuliert und gewünscht worden ist. Dieser Bedarf ist sicherlich

auch einer, der ganz wichtig ist für die Aufgabe des Musicboards, nämlich einen Ansprechpartner, eine Schnittstelle zu schaffen, die vermitteln kann, die antreiben kann, die auch Knoten lösen kann. Das ist sicherlich ein ganz wichtiger Punkt.

Ihr Hinweis auch auf die Schnittstelle von Breiten- zu Spitzenförderung. Es gibt zum Beispiel in Skandinavien eine ganze Menge an Tourneeförderung oder Auftrittsmöglichkeiten als Vorbands von relativ bekannten Bands. Auch das ist ja eine Möglichkeit, wie man junge Bands oder junge Musiker mal in charge bringen kann. Das sind auch Ideen, die sicherlich einfließen wollen und sollen in unsere Diskussion.

Von meiner Seite soll es das gewesen sein. Ich übergebe an Katja Lucker und Tim Renner, die über den weiteren Prozess berichten. Ich möchte mich noch mal herzlich bedanken, möchte darauf verweisen, dass Ihre Expertise auch künftig wichtig sein wird. Ich fordere Sie noch mal explizit auf, eigene Beiträge auch einzureichen. Auf der Homepage berlin.de/musicboard können auch Ideen eingebracht werden. Dort können auch eigene Konzeptpapiere eingebracht werden. Und man kann bei Tatjana, bei Tim oder Katja auch nach einem Termin fragen, wenn man wichtige Ideen hat und wichtige Anregungen. Ob ich das dann immer schaffe, ist eine andere Frage, aber dafür habe ich ja auch Unterstützung. Das ist auch gewollt und nicht nur so ein Alibi, sondern wirklich so gemeint.

Unsere Aufgabe ist jetzt, über den Sommer das Konzept zu erstellen. Es gibt auch die Zusage von meiner Seite, das Konzept natürlich noch mal zu diskutieren im Rahmen eines Forums, so dass das nicht im leeren Raum verbleibt, sondern dass wir das gemeinsam dann auch tun.

Das soll's von mir zum Prozess gewesen sein. Von meiner Seite herzlichen Dank.

Katja Lucker

Meinerseits auch vielen Dank. Ich freue mich besonders, dass so viele Künstler da waren und sich auch zu Wort gemeldet haben. Es klang vorhin bei einem Beitrag auch an. Natürlich ist der Künstler für uns ganz zentral und steht im Zentrum des Geschehens. Ich würde sagen, dass wir alle heute nicht hier wären, wenn wir uns nicht mit diesem Thema tagein, tagaus beschäftigen würden – bis auf die Herren und Damen aus der Politik. Aber wir anderen alle leben ja auch damit, davon und auch zum Teil dafür. Sonst würden wir das nicht tun. Diese Leidenschaft ist dafür natürlich auf jeden Fall da. Deswegen steht der Künstler im Zentrum – mit allem, was dazu gehört.

Björn Böhning hat schon gesagt, wie der Prozess weitergeht. Alle, mit denen wir jemals sprachen, sind auch öffentlich genannt im Internet auf der Seite berlin.de/musicboard. Man kann das wirklich nachlesen. Man kann uns fragen. Ich empfinde das nach wie vor als einen

sehr transparenten Prozess. Es ist ja so, dass auch die, die jetzt nicht hier sind, nachträglich auch noch einreichen können. Und wenn ihr jemanden kennt, von dem ihr meint, der müsste doch auch noch was sagen, dann geht das auch noch. Ich finde, es ist so transparent.

Tim Renner

Ich glaube, es geht kaum mehr Transparenz als zu sagen, man nimmt Leute rein, die ein eigenes Wissen reinbringen. Man bittet die Leute auszusuchen, die als wirtschaftliche und künstlerische Akteure Wissen reingeben. Man spiegelt das in der breiten Einladungspolitik. Man macht einen Call for Paper über einen Radiokanal, über FluxFM, wo ja auch noch mal sehr gute Fragen gekommen sind. Und man öffnet das Ganze auch noch übers Netz. Mir würde nicht einfallen, welche Ebene es noch gibt. – Und wir bauen hier keinen Flughafen und wollen auch Anfang nächsten Jahres startklar sein. Deshalb müssen wir jetzt auch zu einem gewissen Umsetzungsprozess kommen, zu einer Verdichtung – und die dann logischerweise auch wieder diskutieren, bevor dann ein Parlament entscheidet.

Ich wollte mich noch mal Katja anschließen und ein ganz großes Kompliment wirklich vor allem an die Künstler geben. Mir wurde in diesem Prozess so ein bisschen Angst um die Nachwuchsförderung, weil, das ist in der Tat sehr deutlich geworden, nicht alle, die in wirtschaftlichen oder kommunikativen Strukturen arbeiten, sehen das unbedingt vorrangig, was auch durchaus verständlich ist aus ihrer Individualsituation.

Ich finde, heute ist sehr, sehr gut rausgearbeitet worden – sowohl von den Sachverständigen als auch von den anwesenden Künstlern –, wie entscheidend wichtig das als Baustein wird, dass man da vernünftige Sachen hat.

Mir hat sehr viel Mut gemacht eigentlich – man fängt ja immer an und denkt irgendwie so: *Eine Million? Scheiße, ist das wenig Geld*, wenn man überlegt, was man alles machen müsste –, dann von Jean zu hören... Wie viele Deutschschweizer gibt's, die 350.000 Euro haben? Wahrscheinlich ähnlich viele, wie Berliner... sogar mehr als Berliner. Also, die Basis ist da auch nicht sonderlich gut.

Mir hat wahnsinnig Mut gemacht, was Herr Vasseur gesagt hat, dass man eigentlich Leute braucht, die das heben helfen, was man ja schon an Ressourcen da hat, auch an Ressourcen an Proberäumen, an Ressourcen in ganz anderen Fördertöpfen. Das kam auch vor, der große Intermediär, den wir hier in irgendeiner Form schaffen müssen. Insofern gehe ich an sich ganz vergnügt heute nach Hause, dazu noch mit dem Input aus Frankreich und der Schweiz, den ihr auch noch mal wiederholt habt aus dem Landesmusikakademie-Blick, dass es durchaus Sinn macht, auch Private heranzukitzeln und daran zu beteiligen, wo es irgendwie geht.

Insofern war es für mich ein zwar heißer, aber sehr erfolgreicher Nachmittag. Danke.