



# Musikwirtschaftskonferenz

## 6. September 2022, Berlin

### PROGRAMM

**11:00 Begrüßung** anschließend

**Keynote** von **Dr. Carsten Brosda**, Senator der Behörde für Kultur und Medien der Freien und Hansestadt Hamburg

**11:30 Die kulturpolitische Büchse der Pandora**

*(Zu) Viele Erwartungen an unsere Branche?*

Von der Planungsunsicherheit im Touring über den Fachkräftemangel bis zum Versicherungsschutz für künftige Pandemien reichen die Sorgen rund um die Corona-Pandemie. Als wären die akuten und nachgelagerten Folgen der Corona-Krise nicht genug, steht die Musikwirtschaft vor weiteren Aufgaben: der rasch fortschreitende Klimawandel, steigende KSK-Sätze, eine wirksame Regulierung von Plattformen und Schutz von Urheberrechten, die neue Realität der Musiknutzung, nachhaltiges Artist Development, Diversität in der Branche, transparente Streaming-Vergütung, Zeitverzögerungen in der Vinylproduktion und Papiermangel, das Bundesemissionsschutzgesetz und die Ausgestaltung von Förderprogrammen.

Das Panel veranschaulicht die Bandbreite der Herausforderungen, vor denen die Musikwirtschaft derzeit steht und diskutiert gemeinsam mit den kulturpolitischen Sprecher\*innen der Bundestagsfraktionen, welche Erwartungen Politik, Wirtschaft und Gesellschaft dabei wechselseitig haben.

Mit **Erhard Grundl**, MdB (Bündnis 90/Die Grünen), **Helge Lindh**, MdB (SPD), **Anikó Merten**, MdB (FDP) und **Dr. Christiane Schenderlein**, MdB (CDU) sowie den Vertreter:innen des Forum Musikwirtschaft.

**12:30 Kulturveranstaltungsbranche vor dem Kollaps**

*Ist die Vielfalt des Musikangebots endgültig Vergangenheit?*

Halbleere Konzerthallen, Musikclubs und schwach besuchte Open-Air-Festivals, fehlendes Fachpersonal, keine Absicherung zukünftiger Veranstaltungsausfälle, rasant steigende Kosten, die Angst der Menschen vor einer Wirtschaftskrise – die Hoffnung der deutschen Kulturveranstaltungsbranche, dass es nach zwei Jahren Lockdown wieder aufwärts geht, ist verfliegen. Die meisten neu geplanten Konzerte sind wirtschaftlich desaströs, bereits geplante und mehrfach verschobene Konzerte müssen auf der Kostenkalkulation des Jahres 2019 durchgeführt werden und sind damit defizitär. Zweieinhalb Jahre nach dem ersten Lockdown

ist der wirtschaftlich am härtesten von der Pandemie betroffene Wirtschaftszweig weiter denn je von einer Rückkehr auf das Vorkrisenniveau entfernt.

Daher stellt sich die Frage: Hat die Kulturveranstaltungsbranche noch eine Perspektive? Wird sich unsere Konzertlandschaft zukünftig auf die Präsentation einer kleinen Zahl von Auftritten internationaler Top-Stars reduzieren? Müssen wir uns von der Vielfalt des Kulturangebots verabschieden? Welche Möglichkeiten bestehen überhaupt noch für Tourneen in Spielstätten und Clubs kleinerer und mittlerer Kapazität? Der Ruf aller Bereiche des Wirtschaftszweigs nach erneuter staatlicher Unterstützung wird lauter...

### **13:30 Pause**

### **14:15 Auf dem Weg zur ökologischen Nachhaltigkeit**

*Best Practice-Beispiele aus der Branche*

Die Herausforderungen sind groß, ebenso wie die Erwartungen: Der menschengemachte Klimawandel stellt auch die Musikwirtschaft vor die Aufgabe, ihren Beitrag zu einer nachhaltigeren, grüneren und klimafreundlicheren Wirtschaft zu leisten. Unternehmer\*innen gehen hierfür mit ihren Ideen voran und setzen auf ganz unterschiedliche Praktiken, um ihren ökologischen Fußabdruck zu verringern und unsere natürliche Lebensgrundlage bestmöglich zu bewahren. In einem moderierten Branchentalk stellen sie ihre Lösungen vor und wollen auch andere ermutigen, „grüner“ zu werden.

### **15:00 Das Beste aus den 70ern, 80ern, 90ern – und hier & heute Fehlanzeige?**

*Radio als Startrampe für Newcomer & #musikvonhier*

Neue Bands und Künstler\*innen fehlte seit dem Frühjahr 2020 aus bekannten Gründen jegliche Möglichkeit, sich live eine Fanbase zu erspielen. Keine (Club-)Konzerte, kaum Festivals, keine Supportshows und keine Showcasefestivals. Hier hätte sich vor allem die öffentlich-rechtliche Radioszene als Startrampe für den Nachwuchs erweisen können, doch leider bestand auch während der Pandemie das durchschnittliche Radioprogramm aus „dem Besten aus den 70er, 80er und 90ern“ sowie den etablierten Stars. Gespielt wird nur, was auch entsprechende Klickzahlen hat oder über die Identifikations-App „Shazam“ abgefragt wird. Doch wie soll man als Newcomer diese Nachfrage erzeugen, wenn man keine Chance hat, seine Musik zu präsentieren? Brauchen wir eine Radioquote für Musik von hier? Was muss sich ändern, um auch dem Nachwuchs Zugang zum reichweitenstarken Tagesprogramm der Sender zu ermöglichen? Hierzu wollen wir eine Analyse der aktuellen Airplays liefern sowie eine offene Diskussion anregen.

### **15:35 Von Newcomer bis Export – Passgenaue Förderung für Unternehmer\*innen**

Musikunternehmer\*innen leisten einen essenziellen Beitrag zur Vielfältigkeit unserer Kulturlandschaft und sind wirtschaftlicher Wachstumstreiber innerhalb der Kultur- und Kreativwirtschaft. Sie wollen ihre wirtschaftlichen Leistungen aus eigener Kraft erbringen. Die Ausrichtung staatlicher Fördersysteme soll sich auf die Verbesserung der Wettbewerbsfähigkeit und auf gezielte Bereiche – wie die Förderung von Newcomer\*innen oder des Exports – konzentrieren und keine staatliche Vollfinanzierung zum Ziel haben. Musikwirtschaftsförderung soll Musikunternehmer\*innen unter die Arme greifen, um auf

eigenen Beinen stehen zu können. Dabei ist es wichtig, den Akteur\*innen eine langfristige Perspektive zu geben – jenseits pandemiebedingter Ausnahmesituationen.

**16:00 Musikinstrumente sind kein Luxusgut**

Musikinstrumente - und die mit ihnen „gemachte“ Musik - sind Teil der Grundversorgung, der kulturellen Identität und der Lebensgrundlage der Menschen. Gerade in Zeiten der Krise sind Kunst und kulturelle Produkte (Kulturerbe) wichtiger denn je für ein freies, demokratisches Gemeinwesen.

**16:25 Musik in der digitalen Welt – über aktuelle Nutzungsrealitäten, Marktpartnerschaften und die Rolle der Labels**

Die Möglichkeiten, die sich Musiker\*innen durch die Digitalisierung heute bieten, sind vielfältig. Nie war es einfacher, Musik zu produzieren, zu veröffentlichen und zu vermarkten. Gleichzeitig wurde durch das Musikstreaming nach vielen Jahren für alle Beteiligten wieder Wachstum ermöglicht. In diesem ebenso chancenreichen wie wettbewerbsintensiven Umfeld sind Partnerschaften wichtiger denn je. Ein Gespräch darüber, wie facettenreich die Zusammenarbeit zwischen Künstler\*innen und ihrem Label heute ist, über aktuelle digitale Trends, Streaming-Einnahmen und ihre Verteilung.

**16:45 Abschlussstatement**

**17:00 Ausklang**

Moderation der Veranstaltung: **Silke Super**

+++++

Der Besuch der Veranstaltung ist nur nach vorheriger **Anmeldung** möglich. Bei Interesse kontaktieren Sie bitte das Forum Musikwirtschaft per E-Mail unter [info@forum-musikwirtschaft.org](mailto:info@forum-musikwirtschaft.org).

+++++

*Stand: 25.08.22 – Änderungen vorbehalten.*