

**Spartenbericht Popkultur**

**Hier: Stand der Dinge in der lokalen Popmusikszene**

„Ganz schön leer hier“ titelte *Spiegel online* 2003 einen Beitrag zur 15. Ausgabe der Musikmesse Popkomm. Es war die letzte, die in jenem Jahr in Köln stattfand, als der Standortwechsel nach Berlin bereits angekündigt war. Weitere Rückschläge für die bis dahin ausgesprochen starke Struktur der Popmusik in Köln folgten: das Ende des jahrzehntelang in Köln ansässigen Schallplattenkonzerns EMI und des hier gewachsenen Musikfernsehsender Viva sind nur die bekanntesten Beispiele. Doch wir schreiben längst eine andere Zeit im Januar 2018; knapp 15 Jahre nach der niederschmetternden Spiegel-Headline: Köln startet in ein Jahr, das den 15. Geburtstag der c/o pop feiert, den zehnten Geburtstag der preisgekrönten Location King Georg, 25 Jahre Kompakt Schallplatten und das Event „Pollerwiesen“ sowie zum zehnten Mal die Cologne Music Week als rein regionalen Winterableger der c/o pop.

All das vor allem, weil in Köln immer treibende Kräfte beheimatet waren, die aus fest verwurzelter Liebe zur Popmusik imstande waren, trotz aller Rückschläge Neues aufzubauen. Im Rahmen jener zehnten „CMW“ riefen die Initiatoren Ralph Christoph und Norbert Oberhaus auch eine neue Plattform ins Leben, um über all diese Kölner Aktivitäten, ihre Erfolge wie auch Probleme, zu diskutieren – und damit einen Ausblick auf das zu schaffen, was Köln in den nächsten Jahren als Popstadt ausmachen kann: die Cologne Music Conference.

**Gemeinsam neue Wege in die Zukunft suchen**

Das eintägige Branchentreffen entpuppte sich als hoffnungsvoller Start ins neue wichtige Jahr – gerade vor dem Hintergrund der 2017 entstandenen Probleme vom neu geplanten Güterbahnhof Ehrenfeld bis hin zu den katastrophalen Zuständen am Ebertplatz. Der Einladung von c/o pop und Klubkomm, unterstützt von IHK Köln sowie Kulturamt, folgten Vertreter aus Szene, Politik und Stadtverwaltung, die miteinander und mit den rund 150 anwesenden Akteuren im Stadtgarten ins Gespräch kamen. Das Ziel: Köln endlich wieder deutlich als Popstadt auf die Deutschlandkarte zu hieven und in seiner Außenwirkung als Musikstadt somit zu stärken. Dank der regen Teilnahme zeigte sich schnell, dass Köln als pulsierender Ort für Popmusik nach wie vor funktioniert und eine Kreativzelle für sich immer wieder neu definierende Kultur ist – gerade 15 Jahre nach einem bis heute beispiellosen Tiefpunkt.

Dabei ging es darum, die brennenden Themen und Probleme in die Panels zu tragen, um miteinander Lösungen zu schaffen und Wege nach vorn aufzuzeigen. Entsprechend konstruktiv verlief der Tag, denn wer Probleme benennen kann, ist auch fähig, gemeinsam Lösungen zu formulieren und eine anschließende Umsetzung zumindest anzustoßen. Themen ließen sich schnell und zahlreich aufzählen: vom fehlenden Selbstbewusstsein und der – damit zusammenhängend – ausbleibenden Sichtbarmachung der eigenen Pop-Historie über den Mangel an Proberäumen und die im Gegensatz zu anderen deutschen Popstädten wie Berlin und Hamburg zwar angestoßene, aber insgesamt zu geringe Strukturförderung bis hin zur Bedrohung zahlreicher Spielstätten aufgrund mangelndem Kulturraumschutzes und der weiterhin

in Verwaltung und Politik allzu geringen Wertschätzung der Kreativkräfte und ihrer Arbeit.

### **Wertschätzung und Förderung führen zum Erfolg**

Kein Wunder, dass Kulturrumschutz ein brennendes Thema der Klubkomm bleibt: der 2011 gegründete und mittlerweile rund 100 Mitglieder starke Verband der Kölner Clubs und Veranstalter legt immer wieder den Finger in offene Wunden. Denn trotz solcher Erfolge wie dem Erhalt des Gebäude 9 vor wenigen Jahren oder der Tatsache, dass im Palladium auch weiterhin Rock- und Popkonzerte stattfinden können statt Operaufführungen, ließ sich ein Abriss der legendären Ehrenfelder Spielstätte Underground z. B. nicht mehr verhindern, und über dieses negative Beispiel spricht Köln nach wie vor intensiv. Wie weit ein sich fortsetzendes Sterben der Kölner Clublandschaft zugelassen bzw. verhindert wird, liegt sicher auch in den Händen der Akteure, aber vor allem bei den zuständigen Behörden und muss beispielsweise auch zum Interesse neuer Investoren werden, die an den Stellen bauen und verändern wollen, wo Kultur bereits gewachsen ist. Nur auf diesem Weg lässt sich weiterhin ein Erfolg Kölner Bühnen und Eventmacher fortsetzen, die in den letzten Jahren auffällig oft vorderste Plätze beim bundesweit renommierten Spielstättenprogrammpreis „Applaus“ der Initiative Musik belegen und zu Spielstätten des Jahres gekürt werden.

Ein erster Schritt dorthin ist sicher die Einführung des seitens der IHK geplanten und bereits angestoßenen Clubkatasters. Wichtig bleibt aber auch die intensive strukturelle Förderung und Stärkung der Basis, um neue Kräfte walten und spielen zu lassen: ohne Auftrittsmöglichkeit kein Experimentierfeld für Nachwuchskräfte. Und nur durch Unterstützung können Bühnen und Veranstalter der Domstadt weiterhin in gesundem Maß aktiv bleiben – oder gar Neue wachsen. Das Potential ist vorhanden: so sind in den letzten Jahren immer wieder neue erwähnenswerte periodische Events entstanden, vom medial weltweit beachteten Week-End-Fest bis hin zu einem neuen Popfest Cologne, das dieser Tage im April 2018 erstmals im Blue Shell steigt und sein Ticketkontingent innerhalb weniger Stunden ausverkauften konnte. Auch in Sachen Bühnenzuwachs gibt es – ganz aktuell – erfreuliche Meldungen aus Mülheim, wo im Boomgebiet Schanzenstraße im Sommer 2018 mit dem Carlswerk Viktoria eine neue Veranstaltungshalle inklusive Musikclub geplant ist.

### **Grundstein für weitere Vernetzung**

Insgesamt erlebte die Szene mit der Cologne Music Conference einen äußerst produktiven Tag, der rasant dazu führte, dass mehrere Kölner Ratsfraktionen einen Antrag zur „Integration von Kreativräumen und kulturellen Raumbedarfen in die Stadtplanung“ formulierten, dem Anfang Februar zugestimmt wurde. Nun ist es von hoher Bedeutung, diesen Entschluss auch entsprechend umzusetzen. Denn nach wie vor gibt es viel zu tun, und die Akteure sind bereit, mit anzupacken, damit Köln auch von außen als Musikstadt wahrgenommen wird. Und so viel auch in den letzten Jahren von allen Seiten bewegt, erreicht und umgesetzt wurde, so sehr bedarf es unbedingt einer höheren Wertschätzung der Szene, sowie einer fortgesetzten strukturellen und projektbezogenen Förderung, um gewachsene Bäume wie zarte Pflänzchen zu schützen. Und damit sind neben den Akteuren auch Behörden wie die Stabstelle Medien, IHK, Kulturstadtamt oder KölnTourismus samt Tourismus NRW umso mehr gefordert, jetzt an einem Strang zu ziehen – auch bewusst zum 15. Jubiläum der c/o pop.

Die Grundsteine dafür sind gelegt: nicht umsonst findet mit dem Startschuss der Jubiläumsausgabe parallel die Music Tourism Convention in Köln statt, eine Konferenz, welche die Touristikbranche mit dem Musikbusiness vereint, und die vorher in Liverpool und Nashville/Tennessee stattfand und ihr Headquarter in London betreibt. Noch einmal in der Reihenfolge: London, Liverpool, Nashville, Cologne – diese popkulturelle Größe ihrer eigenen Stadt müssen Politik und Verwaltung wieder sehen und wertschätzen. Nicht nur im globalen Wirkungsradius: auch auf Landesbene ist eine weitere Vernetzung seitens der Klubkomm geplant, mit den wichtigsten Akteuren des NRW-Musikbusiness. Die Erfahrung, wie man solche Netzwerke baut und pflegt, hat c/o pop bereits erfolgreich gemacht, wie man an der Bundesförderung des Festivals erkennen kann.

### **Ausbauen, schützen, stärken – weiter so!**

Auch an dieser Stelle sind neben den Akteuren selbst ebenso Verwaltung, Institutionen und Politik gefragt, weit stärker als bisher mit anzupacken. Denn so wichtig und richtig die Strukturförderung, die Akzeptanz und Unterstützung der Szene in den letzten Jahren war und ist, so sehr kommt es auch darauf an, hier weiter anzusetzen und auf bestehenden Aktivitäten aufzubauen – nicht zuletzt, um auch einen europäischen Anschluss umzusetzen.

Hierbei sind drei Instrumente von hoher Bedeutung, um Erfolge zu erzielen:

1. muss die Popkultur der Stadt Köln als ein wichtiges Aushängeschild der Musikmetropole Köln entsprechend im Kulturentwicklungsplan stärker verankert werden.
2. sollte sich die Wertschätzung der Popkultur für eine verbesserte Darstellung der Angebote auch in der Kommunikation des Selbstbildes von Köln niederschlagen – hier ist eine engere Zusammenarbeit in Sachen Kulturmarketing als Teil des Stadtmarketings mit KölnTourismus anzustreben. Außerdem sollte als weiteres Instrument der Wertschätzung die Etablierung eines Pop-Preises für Köln von der Idee zur allmählichen Umsetzung geführt werden.
3. muss das seitens der Politik durch den erfolgten Ratsantrag angestoßene Konzept zur Integrierung von Clubs bei der Stadtentwicklung nun auch mit entsprechend wirkungsvollen Instrumenten ausgestattet werden. Hier ist die enge Zusammenarbeit mit den Ämtern, Baufirmen und Investoren gefragt, um von vornherein auf bestehende Kulturräume aufmerksam zu machen und diese – im besten Fall gesetzlich verankert – zu schützen.

---

*Zusammenfassung der c/o pop, vertreten durch Ralph Christoph, Head Of Program c/o pop Convention und des Klubkomm e.V., vertreten durch Martin Steuer, Presse- und Öffentlichkeitsarbeit.*