

„PopSummit #2020“

Bundesfachkonferenz der Popförderinstitutionen

Datum: 22. – 24. Januar 2020 (tba) Ort: IHK Köln

Ausgangslage

Die unter dem Namen Plan!Pop 2009 in Rostock erstmals stattgefundenene Bundesfachkonferenz – damals unter Federführung der Initiative Musik – vereinte rund 350 Teilnehmer aus Ministerien und Politik sowie Künstlern, freien Popförderern und Unternehmern der Branche. Ziel der zweitägigen Veranstaltung war auch die Intensivierung eines Erfahrungsaustauschs zwischen Politik und den Akteuren der Musikwirtschaft. Einer weiteren Einladung zur zweiten Auflage „Plan!Pop“ im Jahr 2012 folgten 150 Teilnehmer nach Alteglofsheim in Bayern.

Ziele beider Events waren, Kultur und Wirtschaft einander näher zu bringen und Aktivitäten zu bündeln. Ein Themenschwerpunkt galt der Mittelverteilung im Bereich Kultur und der Frage, wie effektivere Fördermöglichkeiten zu entwickeln und durchzuführen sind. Neben den Förderstrukturen waren aber auch vor allem Musikexport und Standortentwicklung der Kreativwirtschaft die essentiellen Punkte, um die sich zahlreiche Panels, Workshops und persönliche Diskussionen unter den Teilnehmern in Rostock wie Bayern drehten. Eine Dekade weiter sind manche der offenen Punkte vorangetrieben worden, andere haben sich verflüchtigt, und etliche wieder andere sind 2019 noch genau so offen, wie sie es vor zehn Jahren waren.

Was will der „PopSummit #2020“?

Der Bundesverband Populärmusik e.V. plant im kommenden Jahr die Neuauflage einer Bundesfachkonferenz zur wirtschaftlichen Situation und Förderung der Popmusik in Deutschland. Sie soll als Forum für 300 bis 400 Teilnehmer aus Ministerien und Politik sowie Unternehmern der Branche, Künstlern und freien Popförderern funktionieren. Vornehmliches Ziel der Veranstaltung soll der Aufbau eines länderübergreifenden Netzwerks und die Intensivierung des Erfahrungsaustauschs zwischen Politik und Verwaltung auf der einen sowie Künstlern und Unternehmen auf der anderen Seite sein.

Der „PopSummit #2020“ will die Möglichkeit bündeln, die wirtschaftlichen Strukturen in allen Facetten der Popmusik zu diskutieren und zur Förderung ihrer Basis beitragen. Dabei soll es 2020 – wie schon bei zwei vorangegangenen Veranstaltungen – um die bundesweit gedachte nachhaltige Unterstützung der Unternehmen und Akteure gehen. Die Themenschwerpunkte hierfür sind in den Bereichen Informationssysteme, der weltweiten Vermarktung und im Segment der Förderstrukturen zahlreich zu finden.

Wer steht hinter dem „PopSummit #2020“?

Der Bundesverband Populärmusik e.V. ist federführend bei der Planung und Ausrichtung der Veranstaltung. Der 2012 gegründete Verband ist die Interessenvertretung der lokalen, regionalen und überregionalen Popförderer in Deutschland. Vornehmliches Ziel des Verbands ist es, die Förderung der Populärmusik und Popkultur in Deutschland als Querschnittsaufgabe voran zu bringen. Dabei richten sich die Aktivitäten sowohl auf kulturelle Bildung, Kunst und Kultur als auch auf entsprechende Bereiche in Wissenschaft und Wirtschaft.

Teil des aktuellen Vorstands ist auch der Geschäftsführer der cologne on pop GmbH, Norbert Oberhaus. Die cologne on pop GmbH ist u.a. Veranstalter des c/o pop Festivals, der c/o pop Convention und der Cologne Music Week.

Warum einen „PopSummit #2020“?

Es gibt mannigfaltige Gründe, um eine Konferenz zu diesem Thema endlich wieder ins Leben zu rufen: Wie arbeiten die Institutionen, Gremien und Verantwortlichen inzwischen mittlerweile miteinander – bundes- wie länderübergreifend? Wie stark sind die Standorte der Musik- und Kreativwirtschaft in Deutschland nach einem Jahrzehnt, in dem deutsch(-sprachig)e Popmusik die Radiolandschaft beherrscht hat? Wie handlungsfähig sind die Akteure aus Künstlern, Verlagen und Agenturen, um in der Popmusik in Deutschland Bestand und Zukunft zu haben?

Die geplante Fortsetzung in Form des „PopSummit #2020“ im Januar des kommenden Jahres soll 300 bis 400 Fachleute inklusive aller wichtigen Entscheidungsträger der Musikwirtschaft in Deutschland an gemeinsame Tische holen und miteinander ins Gespräch bringen – in relevanten Diskussionen, Panels und Workshops, um nachhaltig zu wirken. Die Ziele sind damit gesteckt: Konkrete Ergebnisse und die Erarbeitung neuer Wege zur gemeinschaftlichen Stärkung aller relevanten Branchenbetriebe in der deutschen Popmusik.

Als Schirmherrin und Keynote-Speakerin ist die Kulturstaatsministerin Monika Grütters angefragt. Der Aufsichtsratsvorsitzende der Initiative Musik, Prof. Dieter Gorny, hat seine Teilnahme bereits zugesagt.

Popkultur als Wirtschaftsfaktor

Allen Grabgesängen der Musikindustrie zum Trotz, und entgegen aller Strömungen, in denen Jugendkultur scheinbar nur auf dem Einfluss von „Influencern“ aus Mode und Kosmetikindustrie basiert, und auch wider aller nur zögerlich monetisierungsfähiger Streamingkultur: Popmusik bleibt zum einen in der Jugend ein fester Dreh- und Angelpunkt zur Freizeitgestaltung und zudem als generationen- wie schichtenübergreifendes Kulturgut unangefochten.

Die schier unübersichtliche Zahl an Konzerten in deutschen Musikmetropolen wie auch in Großstädten mit Bevölkerung weit unter der Millionengrenze sprechen hier

eine ebenso deutliche Sprache wie die seit Jahren nahezu unverändert hohe Zahl genutzter Angebote von Musikschulen und anderen Ausbildungsmöglichkeiten für junge Musiker. Popmusik bleibt ein szenübergreifender Diskussionschwerpunkt, bedeutendes Schulhofthema und relevanter Teil des Feuilletons.

So listet die Internet-Datenbank „setlist.fm“ (Sammlung von Konzerten, in denen Fans die Konzertdaten aller überregional relevanten Bands eingeben) für 2018 deutschlandweit die beachtliche Zahl von 23.585 Konzerten. Davon fanden allein in Köln rund 1.340 Events statt, wobei zu beachten ist, dass die tatsächliche Anzahl kulturell relevanter Musikveranstaltungen in der Domstadt jährlich bei rund 8.000 liegt, wenn man kleinere lokale Bands, aber auch überregional tourende unbekanntere Künstler sowie DJ-Gigs mit hinzuzieht. (Quelle ist hier die seitens des „Klubkomm e.V.“ initiierte „Studie zur Kölner Club- und Veranstalterszene“ von 2016).

Um diese Zahlen einmal global einzuordnen, brauchen wir wiederum unter „setlist.fm“ nur auf eine Statistik für den April 2019 zu blicken: Dort landet in der Menge der registrierten Konzerte Deutschland mit rund 1900 Datensätzen auf dem 3. Platz – nach Großbritannien mit 2760 Konzerten und den USA mit rund 9600 Konzerten.

Finanziell bedeutet das einen Umsatz im Markt für Livemusik in Deutschland von knapp 2 Milliarden Euro, wobei der Anteil für Festivals bei rund 400 Millionen liegt (bei einem durchschnittlichen Ticketpreis von rund 77 Euro – Quelle: statista.com). Auch die Tonträgerveröffentlichungen pendeln sich in Deutschland seit rund 5 Jahren bei etwa 20.000 Alben und einem Absatz von rund 50 Millionen CD-Alben ein (Quelle: Phononet). Der Umsatz im Segment Musik-Streaming wird laut „statista.com“ in 2019 bei etwa 668 Mio. Euro durch 17,5 Millionen Nutzern liegen.

Popmusik begleitet also nach wie vor den Alltag sämtlicher Generationen in zahlreichen Facetten und mit all seinen kaufkräftig relevanten Faktoren. Sie bleibt damit ein bedeutender kultureller und wirtschaftlicher Faktor mit Zukunftspotential. Ob in Hamburg, Berlin oder Köln, ob in Hannover, Heidelberg oder Rostock: Als Voraussetzung für erfolgreiche Kreativität und zielgerichtetes Marketing ist eine Stärkung der Basis unabdingbar. Hierzu zählen Qualifikation, die Schaffung geeigneter struktureller Rahmenbedingungen und eine stabile landesweite Vernetzung.

Warum ist der „PopSummit #2020“ wichtig für den Standort Köln?

Köln wird als einer der drei zentralen Orte für die Musikwirtschaft in Deutschland wahrgenommen – das wird nicht zuletzt deutlich und vor allem deutlich formuliert durch die Förderung des c/o pop Festivals und der c/o pop Convention durch die Staatsministerin für Kultur des Bundes.

Dennoch gilt es diese erarbeitete Position zu verfestigen, denn gerade die Standorte Hamburg und Berlin, die als Stadtstaaten deutlich mehr Geld in diesen Sektor investieren, genießen hier einen Vorteil, den ein Flächenland wie NRW mit einer Stadt wie Köln an der Spitze stetig ausgleichen muss.

Denn gerade Vielfalt und Umsatzstärke machen NRW zu einem der wichtigsten Musikstandorte Deutschlands. Mehr als 9.000 Erwerbstätige, und damit 19 % aller deutschlandweit in der Musikwirtschaft Erwerbstätigen, sind hier beheimatet. Sie sorgten für 1,2 Milliarden Euro Umsatz im Jahr 2015. Mit 210 Millionen Euro Umsatz ist die NRW-Musikwirtschaft (2015) gerade auf ausländischen Märkten sehr erfolgreich.

- Allein die popkulturellen Veranstalter in Köln erwirtschaften einen Jahresumsatz von über 55 Millionen Euro (Quelle: „Studie zur Kölner Club- und Veranstalterszene“, 2016). Wie hoch das Volumen sämtlicher Unternehmen und einzelner Akteure der Musikwirtschaft ist, lässt sich kaum hochrechnen, da der Branche zu viele Teilbereiche angehören und zudem zahlreiche Betriebe nur unmittelbar oder als „Nutznießer“ in den musikrelevanten Wirtschaftsbereichen tätig sind.

- Den Nährboden für die starke, kreative Musikszene in NRW bilden international einflussreiche Pop-Künstler. Karlheinz Stockhausen aus Köln, einer der weltweit bedeutendsten Komponisten des 20. Jahrhunderts, gilt als Urvater vieler moderner elektronischer Musikstile wie Techno, House und Electro. Der Einfluss von Bands wie Can (Köln) und Kraftwerk (Düsseldorf) ist bis heute stilprägend für innovative Musik auf der ganzen Welt.

- Independent-Vertriebe agieren hier erfolgreich. Der in Köln ansässige Vertrieb GoodToGo gilt bundesweit als größter und wichtigster unabhängiger Musikvertrieb. Als Zusammenschluss des Groove Attack-Vertriebs mit dem 2008 übernommenen Vertrieb Rough Trade Records aus Herne bildet GoodToGo heute einen der größten Independent-Vertriebe Europas, dessen Logistik die Gütersloher BertelsmannTochter Arvato AG besorgt

- Vor 55 Jahren eröffnete in Köln am Hansaring der erste Saturn-Markt. Heute gehört das Unternehmen mit rund 200 Häusern in vier Ländern zu den führenden Akteuren im europäischen Elektronikfachhandel. Der Kölner Musicstore zählt weltweit zu den größten Fachgeschäften für Musikinstrumente und -equipment.

- Kölner Künstler von Gentleman oder AnnenMayKantereit feiern internationale Erfolge und sind somit Botschafter der Musikstadt Köln.

- Köln ist die wichtigste Livemusik-Metropole in West-Deutschland. Kölner Clubs wie das Gebäude 9, der Stadtgarten oder der Clubbahnhof Ehrenfeld wurden in der Vergangenheit als »Spielstätte des Jahres« im Rahmen der Verleihung des „APPLAUS - Auszeichnung der Programmplanung unabhängiger Spielstätten“ ausgezeichnet. Diese Preise werden von Kulturstaatsministerin des Bundes jedes Jahr vergeben. Die Kölner Klubkomm repräsentiert als Verband über 100 Veranstalter und Clubs.

- Köln ist wichtiger Festivalstandort: c/o pop Festival, 8Brücken Festival, Weekend-Festival, Summer Jam – sie alle zählen zu den Speerspitzen in ihren jeweiligen Genres.

- Köln ist nach wie vor wichtiger Medienstandort: mit dem WDR und der RTL Group sind sowohl der größte öffentlich-rechtliche wie auch private Sender am Standort Köln beheimatet

Die tragende Rolle von c/o pop

Die Ende 2003 ins Leben gerufene c/o pop war von Beginn an als duale Veranstaltung bestehend aus einem Festival und einer Branchenveranstaltung angelegt. Die Gründer entstammen der Kölner Kultur- und Kreativwirtschaft. Das Konzept der c/o pop basierte von Anfang an auf eine direkte Einbindung der lokalen und regionalen Teilnehmer der Musikwirtschaft der Stadt Köln und des Standortes NRW. Der c/o pop ist es trotz anfänglich geringer öffentlicher Unterstützung in kürzester Zeit gelungen, am Standort Köln wieder eine Musikveranstaltung zu etablieren, die heute auch international höchstes Ansehen genießt.

Mitte der 90er Jahre entwickelte sich in Köln zudem eine eigene musikalische Ausprägung elektronischer Popkultur. Diese weltweit als »Sound of Cologne« bekannt gewordene Spielart von Techno prägt bis heute in weiten Teilen den musikalischen Output der Domstadt und trägt bis heute zum unverwechselbaren Klang- und Erscheinungsbild des c/o pop Festivals bei.

So konnte ein international bekannter Sound wieder zurückgespiegelt werden auf die c/o pop als jährlich stattfindendes Publikumsfestival mit dazugehöriger Branchenveranstaltung. Indem c/o pop den lokalen und regionalen elektronischen Künstlern, den dazugehörigen Labels und Strukturen eine Plattform bot, zahlte man gleichzeitig in die internationale Verbreitung ein, da die Künstler als kulturelle Botschafter in der Welt agieren.

Mit diesem Konstrukt konnte c/o pop recht schnell eine internationale Reputation aufbauen, mit Hilfe derer in den Jahren ab 2005/2006 größere Netzwerkprojekte initiiert werden konnten. Diese Projekte wurden im Laufe der Zeit von lokaler (Stadt Köln), regionaler (Ministerium für Wirtschaft, Energie, Industrie, Mittelstand und Handwerk des Landes NRW, dann Ministerium für Wirtschaft, Innovation, Digitalisierung und Energie des Landes NRW; Ministerium für Familie, Kinder, Jugend, Kultur und Sport des Landes NRW; Landesmusikrat NRW; NRW Kultursekretariat; Kunststiftung NRW) und nationaler (Bundeskulturstiftung, Initiative Musik, BKM) und europäischer Stelle (Creative Europe) fördernd begleitet. Damit wird deutlich, dass c/o pop für alle Bereiche der Musikwirtschaft von lokaler bis internationaler Eben von großer Bedeutung ist und erfolgreiche Arbeit leistet.

Das Festival zählte auch 2019 wieder über 30.000 Zuschauer, die bei über 100 Konzerten und Veranstaltungen 160 Bands und Künstlern besucht haben. Damit konnte das Festival den Anspruch zu untermauern, das führende deutsche Festival für Nachwuchskünstler zu sein. Dies wurde möglich durch die Projektmittel des Bundes, mit denen die Nachwuchsplattform *musichubgermany* durchgeführt wurde. Mit diesem Programm wurden nationale und internationale Marktteilnehmer gezielt an das Nachwuchsprogramm der c/o pop herangeführt.

Beim parallel ausgerichteten Branchenevent c/o pop Convention und den darin integrierten Formaten »Brands & Music« (veranstaltet von der Agentur Lautstark), »Digital Music« (unterstützt von der Stadt Köln) und »New Talent « (in Kooperation mit popNRW und dem Landesmusikrat e.V.) kamen auch 2019 wieder über 1.000 Fachbesucher aus 25 Ländern zusammen und tauschten sich über die aktuellsten Entwicklungen der Musikwirtschaft unter dem zentralen Aspekt der digitalen Transformation aus.

Hierbei liegen die inhaltlichen Schwerpunkte auf der Aktivierung der Schnittstellen von Musikwirtschaft zur Film-, TV-, Games- und zur Werbewirtschaft. Da sich durch den digitalen Wandel und die Disruption der Geschäftsmodelle die Umsätze in der Musikwirtschaft seit Mitte der 90er Jahre nahezu halbiert haben, wird hier nach neuen Potenzialen gesucht.

Fazit

Diese Relevanz des Standorts Köln lässt sich mit der Ausrichtung einer Veranstaltung wie dem „PopSummit #2020“ bestens hervorheben, zumal die Bedeutung von Popmusik und Popkultur immer auf ihr direktes, urbanes Umfeld abfährt. Sie vereint Akteure und Unternehmen in der Stadt: Wo Spielstätten Auftrittsmöglichkeiten bieten, ziehen junge Bands gerne hin. Wo Künstler aktiv sind, siedeln sich Labels und Verlage und andere Unternehmer an. Da bilden sich Start-Ups und unternehmerische Ideen junger Kräfte bündeln sich zu vielversprechenden Wirtschaftsfaktoren. Dann beginnt eine Stadt zu leben! Köln hat in den letzten 50 Jahren Popkultur immer als solche Musikstadt funktioniert. Und hat immer den perfekten Boden bereitet für zielgerichtete, erfolgreiche und sogar legendäre Branchentreffen. Das alles spricht für den „PopSummit #2020“ – in Köln!

Einbindung der Stadt Köln beim „PopSummit #2020“

Die Veranstalter würden sehr begrüßen, wenn Frau Oberbürgermeisterin Reker als Schirmherrin der Veranstaltung fungieren würde. In dieser Funktion könnte sie die Veranstaltung mit einem Grußwort eröffnen.

Die Wirtschaftsförderung Köln als wichtigster Partner vor Ort sollte inhaltlich in ein Panel eingebunden werden.

Vor Ort können Materialien der Stadt Köln respektive der Wirtschaftsförderung ausgelegt und den Fachbesuchern zugänglich gemacht werden.

An einem Termin rund um die Veranstaltung wird ein exklusives get-Together für eine ausgewählte Gruppe von Teilnehmern aus Politik und Wirtschaft organisiert und durchgeführt. Absender wäre die Wirtschaftsförderung Köln.

Die Logos von Stadt Köln und der Wirtschaftsförderung werden die gesamte on- und offline Kommunikation (Newsletter, Flyer ect.) mit aufgenommen.

Partner & Unterstützer des „PopSummit #2020“

Bundesverband Populärmusik e.V. (Forum der Popkultur- und Populärmusikförderer in Deutschland)

Initiative Musik gGmbH (die zentrale Fördereinrichtung für die deutsche Musikwirtschaft)

IHK Köln

Köln Tourismus GmbH

KlubKomm Köln, Verband Kölner Klubs & Veranstalter

Berlin Music Commission eG (das Netzwerk der Berliner Musikwirtschaft)

IHM e.V. – Interessensgemeinschaft Hamburger Musikwirtschaft (Deutschlands erster und Europas größter regionaler Musikwirtschafts-Zusammenschluss)

Mit viele weiteren möglichen Partner & Unterstützer werde gerade Gespräche geführt