



Haspa Musikstudie

Der Takt der Zukunft –
Hamburg setzt auf Musik

Haspa^{sb}
Hamburger Sparkasse

Meine Bank.

Vorwort

Was haben so unterschiedliche Städte wie Berlin, Liverpool, Luxemburg, Mannheim und Oslo gemeinsam? Sie haben es alle geschafft, in der Musikwirtschaft ihr lokales Profil herauszubilden und können deshalb Hamburg als Beispiel für die Entwicklung dieses ökonomischen Zukunftsbereiches dienen.

Musik ist ein bedeutsamer Faktor für die Entwicklung Hamburgs zur europäischen Metropole mit positivem Einfluss auf Standortbedingungen und Lebensqualität. Hinzu kommt die außerordentliche gesellschaftliche Funktion, die – neben dem Konsum von Musik – vor allem Einfluss auf das Bildungsniveau einer Stadt sowie deren interkulturellen Dialog hat. Wichtig für eine fortschreitende positive Entwicklung ist der Dialog der unterschiedlichen Fachbereiche in Politik, Wirtschaft und Gesellschaft. Austausch und Netzwerke erscheinen als unerlässliche Faktoren für die erfolgreiche Positionierung Hamburgs als Musikmetropole.

Dies hat für Hamburg auch wirtschaftlich bedeutsame Auswirkungen. Mehr als 6 400 Menschen verdienen ihren Lebensunterhalt in der Musikwirtschaft. In einem Vergleich mit deutschen Regionen und eu-

ropäischen Städten, die Musik als wichtigen Standortfaktor entwickeln, zeigt die Haspa Musikstudie Stärken und Potenziale Hamburgs in der Zukunft auf. Dabei wird deutlich, dass Hamburg zum einen günstige Voraussetzungen für die Entwicklung der Musikwirtschaft besitzt und zum anderen die Weichen für die Stärkung seiner Position als Musikstadt in die richtige Richtung gestellt hat.

Hamburg verfügt über eine lebhaftes Musikszene. Konzerte klassischer Musik der großen und kleineren Orchester und Ensembles finden täglich in der Laeiszhalle statt, wechselnde Musicals werden in unterschiedlichen Theatern gespielt, über 50 000 Laien musizieren in ihrer Freizeit und auf der Reeperbahn ist eine einzigartige Clubszene zuhause, die in Deutschland und der Welt ihresgleichen sucht. Dies und die großartige Musiktradition Hamburgs mit

Komponisten von Hieronymus Praetorius über Felix Mendelssohn Bartholdy und Johannes Brahms bis zu György Ligeti und Sofia Gubaidulina sowie letztlich der Ausblick auf den Bau eines der spektakulärsten Gebäude der Welt – der Elbphilharmonie in der Hafencity – prägen unsere Hansestadt als Musikmetropole.

Mit den Ergebnissen der Haspa Musikstudie, erstellt von unserem langjährigen strategischen Partner, dem Hamburgischen WeltWirtschaftsinstitut, wollen wir die Akteure ermutigen, sich weiter mit Kompetenz, Kraft und Motivation für die Musik in Hamburg einzusetzen. Als Haspa haben wir mit der in 2008 gegründeten Haspa Musik Stiftung einen besonderen Akzent gesetzt: Wir wollen zukünftig einen nachhaltigen Beitrag zur lebendigen Musikstadt Hamburg leisten, deren Entwicklung uns am Herzen liegt.

Harald Vogelsang

Dr. Harald Vogelsang

Sprecher des Vorstands der Hamburger Sparkasse AG





Zusammenfassung

Attraktive Städte in Europa und weltweit zeichnen sich dadurch aus, dass sie ihren Bewohnern ein vielseitiges kulturelles Umfeld bieten, zu welchem die Musiklandschaft einen wichtigen Beitrag leistet.

Weltweit zeichnen sich attraktive Städte dadurch aus, dass sie ihren Bewohnern ein vielseitiges kulturelles Umfeld bieten, zu welchem die Musiklandschaft einen wichtigen Beitrag leistet. Dieser Aspekt findet zunehmend Eingang in innovative Stadtentwicklungskonzepte, die auf die gezielte Stärkung der Musikwirtschaft setzen, weil sie Musik und Kultur als ökonomische Zukunftsbereiche betrachten. Städte mit sehr unterschiedlichen Strukturen und Standortbedingungen haben in der jüngeren Vergangenheit ihre Entwicklungen zu Musikstandorten gezielt und erfolgreich gefördert. Beispiele hierfür sind Berlin, Luxemburg, Liverpool, Mannheim und Oslo.

Auch für Hamburg, als eine vom wissensbasierten Strukturwandel zunehmend beeinflusste Stadt, ist eine hohe Lebensqualität – die auch von der Musiklandschaft und ihrem Erleben geprägt wird – ein wichtiger Bereich der Stadtentwicklung. Eine entsprechende Ausrichtung steht sowohl auf der Agenda der Hamburger Politik als auch zunehmend im Fokus von privaten Initiativen in der Hansestadt. Diese Strategien sind positiv zu bewerten, denn Hamburg bietet aufgrund seiner Wirtschaftsstruktur und Standortbedingungen zahlreiche Anknüpfungspunkte für die Entwicklung der Kreativwirtschaft und des Kultursektors. Die Effekte der Musikszene auf die Lebensqualität und das Stadtimage Hamburgs tragen ihrerseits zur Steigerung der Attraktivität Hamburgs für hoch qualifizierte Arbeitskräfte, Unternehmen und Kulturtouristen bei, was wiederum positive Effekte auf die Wirtschaftsentwicklung hat.

Bei der Bewertung der Standortbedingungen für die Musikwirtschaft ist zu berücksichtigen, dass diese ein sehr facettenreicher Wirtschaftszweig ist, dessen Einzelmärkte naturgemäß differenzierte Entwicklungspotenziale aufweisen und einen unterschiedlichen Beitrag zur Sicherung von Arbeitsplätzen in Hamburg leisten können. Im Jahr 2007 waren in Hamburg 4 198 Personen in der Musikwirtschaft sozialversicherungspflichtig beschäftigt, davon 2 584 im Bereich Konzerte und Komposition, 646 im Bereich Musikinstrumente, 638 in Musikverlagen und 234 in der Musiktechnik.*

Hamburg weist im deutschlandweiten Vergleich eine überproportional stark ausgeprägte Spezialisierung im Bereich der Musikwirtschaft auf: Während Hamburg einen Anteil von 4,7 % an allen Beschäftigten in diesem Wirtschaftszweig hat – annähernd jeder 20. Arbeitsplatz in der deutschen Musikwirtschaft ist damit in Hamburg angesiedelt – betrug der Anteil Hamburgs an der gesamten Beschäftigung in Deutschland im Jahr 2007 2,9 %.

Für die Entwicklung Hamburgs als Musikstandort ist zudem die Anzahl der selbstständigen Kulturschaffenden im Musikbereich von hoher Relevanz, weil diese einen wichtigen Bestandteil des kreativen Potenzials darstellen. Im Jahr 2007 waren 2 240 selbstständige Kulturschaffende aus dem Musikbereich in der Künstlersozialkasse versichert, womit Hamburg eine sehr gute Position hinsichtlich der Ausstattung mit Musikern erreichte.

* Die Summe über die Teilmärkte ist geringer als die Gesamtzahl der Beschäftigten in der Musikwirtschaft aufgrund der Anonymisierung durch das Statistische Bundesamt in kleineren Wirtschaftszweigen.

Die Zeichen für die Musikwirtschaft stehen in Hamburg wieder auf Wachstum. Die Bedeutung Hamburgs als Musikstandort in Deutschland hat im Zeitraum von 2003 bis 2007 zugenommen. Im Jahr 2007 war in Hamburg ein höherer Anteil aller Arbeitsplätze in der deutschen Musikwirtschaft angesiedelt als im Jahr 2003, und die Umsätze der Musikwirtschaft sind im entsprechenden Zeitraum gestiegen. Von 2003 bis 2007 haben alle vier betrachteten Teilmärkte der Musikwirtschaft in Hamburg eine Zunahme der Beschäftigung verzeichnet.

Diese Entwicklung stellt im Vergleich zu den rückläufigen Beschäftigungszahlen zu Anfang des Jahrzehnts eine Trendwende in der Musikwirtschaft dar. Diese hat dazu geführt, dass die Zahl der Arbeitsplätze in diesem Zeitraum in Hamburg um 7 % und damit stärker als in Deutschland insgesamt zugenommen hat. Hieraus lässt sich schließen, dass Hamburg in diesem Zeitraum im Vergleich zu anderen Regionen in Deutschland Standortvorteile für die Musikwirtschaft aufgewiesen hat. Dennoch ist der Anteil der Musikwirtschaft an allen Beschäftigungsverhältnissen, der in Hamburg 0,54 % beträgt, in Berlin (0,59 %), München (0,62 %) und Stuttgart (0,62 %) höher. In Berlin waren im Jahr 2007 6 170 Personen in der Musikwirtschaft sozialversicherungspflichtig beschäftigt, in München 4 150 Personen und in Stuttgart 2 123 Personen.

Insgesamt ist Hamburg eine Stadt, die sehr günstige Voraussetzungen für die Entwicklung der Musikwirtschaft aufweist, nicht nur aufgrund des – gemessen an

den Beschäftigungszahlen und der Zahl der Künstler in der Stadt – bestehenden „Musikclusters“. Auch die ausgeprägte Infrastruktur, beispielsweise hinsichtlich der Veranstaltungsorte und der Ausbildungsmöglichkeiten, leistet hierzu einen wichtigen Beitrag.

Dennoch gilt es, die Rahmenbedingungen für die Entwicklung von Musik in Hamburg weiter zu stärken, insbesondere weil Musik und ihre ökonomischen Potenziale sich – beispielsweise aufgrund von Innovationen und sich verändernder Wünsche der Musikkonsumenten – permanent im Wandel befinden. Der Facettenreichtum erfolgreicher Musikstädte verdeutlicht, dass es kein Patentrezept dafür gibt, wie eine Stadt ihre Musikwirtschaft unter den jeweiligen Gegebenheiten entwickeln sollte. Es gibt aber zahlreiche und kreative Beispiele für Förderansätze aus anderen Städten, welche ihre nationale und internationale Ausstrahlungskraft als Musikstädte gestärkt haben. Diese können für die Gestaltung von entsprechenden Konzepten in Hamburg interessante Anregungen geben.

Der Ausbau der branchenspezifischen Infrastruktur und die gezielte finanzielle Förderung von Musikern sind wichtige Ansätze für die Entwicklung der Musikwirtschaft in Hamburg. Bei der politisch gewollten Förderung des Musikstandortes Hamburg im Rahmen der Initiative „Musikstadt Hamburg“ ist zudem zu berücksichtigen, dass im Zuge der zunehmenden Orientierung von Städten auf die Kreativwirtschaft der Forschungs- und Bildungsbereich von Städten ein zentraler Faktor

der Stadtentwicklung ist. Dies gilt auch für die Positionierung Hamburgs als Musikstadt. Soweit sich die zahlreichen Musikhochschulen und –akademien in Hamburg mit attraktiven Angeboten deutschland- und weltweit positionieren können, tragen sie dazu bei, dass sich in Hamburg mit talentierten Musikern sowie ausgebildeten Fachkräften für die Musikwirtschaft eine lebendige und qualifizierte Musikszene weiter etablieren kann.

Hiervon kann auch die national und international wirkende Anziehungskraft Hamburgs generell profitieren. Zudem hat Musik zahlreiche gesellschaftliche Funktionen, unter anderem aufgrund der günstigen Einflussnahme auf das Bildungsniveau der Bevölkerung und die gesellschaftliche Integration, welche positiv für die weitere Entwicklung Hamburgs zu einer internationalen Stadtgesellschaft genutzt werden können.





Inhaltsverzeichnis

1	Einleitung	8
2	Musik und Stadtentwicklung: Vielfältige Effekte und Potenziale	11
2.1	Musikwirtschaft in Hamburg	11
2.2	Musiktourismus als Impulsgeber für Hamburg	25
2.3	Ausbildungsangebote im Bereich „Musik“ in Hamburg	30
2.4	Musik als Standortfaktor: Beispiele europäischer Städte	34
3	Private und öffentliche Förderung der Musik	47
3.1	Argumente für und gegen öffentliche Förderung im Kulturbereich	47
3.2	Aktuelle Ansätze in Hamburg	55
	Literatur- und Quellenverzeichnis	62

1 Einleitung

Musik übt auf die Menschen eine große Faszination aus und wird ständig neu erfunden. Kontinuierlich entstehen neue Kompositionen und Musikrichtungen, die – inspiriert von verschiedenen Stilen über Klassik, Elektro, Hip-Hop, Pop und Rock – neue Fangemeinden finden.

Überall auf der Welt wird musiziert, und die Musikwirtschaft wird, insbesondere aufgrund der rasanten Weiterentwicklung neuer Informations- und Kommunikationstechnologien sowie der steigenden Mobilität von Menschen, zunehmend von der Internationalisierung geprägt. Gleichzeitig führen die technischen Entwicklungen dazu, dass Musik zu einem ständigen Begleiter geworden ist. Im Radio, im Fernsehen oder via Lautsprecher in Einkaufszentren und auf Bahnhofsvorplätzen - überall ist Musik präsent. Die Erfindung des MP3-Formats hat dieser Entwicklung noch einmal Vorschub geleistet. Musik kann nahezu kostenlos erworben und in großer Vielfalt zu jeder Zeit an jedem Ort gehört werden.

Neben der kulturellen und emotionalen Bedeutung von Musik – sie beeinflusst Stimmungen, unterhält, ist Medizin, Ausdrucks- und Beruhigungsmittel – ist sie ein Wirtschaftsfaktor, der im Trend liegt und auf den auch Hamburg setzt. Die Elbphilharmonie, der Beatles-Platz und der Karostar sollen dazu beitragen, das Erscheinungsbild Hamburgs als Musikstadt zu schärfen. Mit diesen Investitionen stimmt Hamburg in das Konzert erfolgreicher Metropolen ein. Attraktive Städte in Europa und weltweit zeichnen sich dadurch aus,

dass sie ihren Bewohnern ein vielseitiges kulturelles Umfeld bieten, zu welchem der Musiksektor einen wichtigen Beitrag leistet. Dieser Aspekt findet zunehmend Eingang in innovative Stadtentwicklungskonzepte. Beispiele hierfür sind Oslo, wo im Jahr 2008 ein architektonisch beeindruckender Opernneubau eröffnet wurde sowie Wien und London, die gezielt die Entwicklung ihrer „Creative Industries“ fördern (vgl. Kasten 1 „Creative Industries“).

Auch für Hamburg, als eine vom wissensbasierten Strukturwandel beeinflusste Stadt, ist eine hohe Qualität weicher Standortfaktoren – die auch von der Musiklandschaft und ihrem Erleben geprägt werden – bedeutsam für die Stadtentwicklung. Die weitere Aufwertung der Lebensqualität kann dazu beitragen, dass Hamburg auch zukünftig erfolgreich im Wettbewerb um qualifizierte Arbeitskräfte und Bewohner sein wird. Hierbei ist zu berücksichtigen, dass im Zeitalter gut entwickelter harter Standortfaktoren – wie beispielsweise der Infrastruktur und des Immobilienangebots - in weiten Teilen Europas die hohe Qualität der weichen Faktoren an Bedeutung für die Standortentscheidung von Menschen und Firmen gewinnt.

¹ Vgl. Ortheil (2007).



„Ich bin in Liverpool aufgewachsen,
aber in Hamburg erwachsen geworden.“
John Lennon ¹

Gleichzeitig kann die Hansestadt von einer florierenden Musikbranche direkt ökonomisch profitieren. Denn genau so facettenreich wie Musikrichtungend sind die ökonomischen Wirkungen von Musik. Sie beeinflusst die Wirtschaft unter anderem über den Musiktourismus auf der Reeperbahn, die Besucher von Opern und Konzertsälen, über das Tonträgergeschäft, den Instrumentenbau sowie den Verlag und Vertrieb von Musikalien.

In dieser Studie wird der Frage nachgegangen, welche Bedeutung die Musik (-wirtschaft) für Hamburg hat und welche Entwicklungstrends sich in diesem Bereich abzeichnen. In Kapitel zwei wird zunächst

die Bedeutung der Musikwirtschaft als Arbeitgeber und für die Wertschöpfung in Hamburg analysiert und der Musikstandort Hamburg unter diesem Aspekt im deutschlandweiten Vergleich dargestellt.

Von großer Bedeutung für Hamburgs Wirtschaft sind zudem die Auswirkungen der Musikwirtschaft auf andere Wirtschaftsbereiche, wie sie insbesondere im Zusammenhang mit dem Musiktourismus entstehen. Ebenso wie die Breite der ökonomischen Basis der Musikwirtschaft ist die Ausbildung im Bereich Musik, die im Überblick dargestellt wird, von wachsender Bedeutung für die Positionierung Hamburgs als Musikstadt und ihre nationale sowie

internationale Ausstrahlungskraft. Im Anschluss an die Analyse von ausgewählten Aspekten der Musikwirtschaft in Hamburg wird exemplarisch für fünf europäische Städte die Bedeutung von musikbezogenen Aktivitäten aufgezeigt. Hierbei wird deutlich, dass unterschiedliche Konzepte und Sparten die Entwicklung von Musikstädten prägen. Kleine Clubs und große Opern- und Konzerthäuser – sie sind die Mosaikteile einer bunten und erfolgreichen Musikszene. Kapitel drei befasst sich mit der Frage, ob und inwieweit Kultur und Musik staatlich oder öffentlich gefördert werden sollten. Abschließend werden aktuelle Ansätze zur Förderung der Musikwirtschaft in Hamburg dargestellt.

Kasten 1:

Creative Industries

Kreativität – die Umsetzung neuer Ideen und die Entfaltung individueller Talente – gilt heute als „Rohstoff der Zukunft“ und wird als Schlüsselfaktor für die Produktivität, das Wachstum und den gesellschaftlichen Fortschritt angesehen (vgl. Könönen et al. 2008). In diesem Zusammenhang ist der Begriff der „Creative Industries“ zu sehen, der in den 90er-Jahren im Vereinigten Königreich im Zuge wirtschaftsstruktureller Veränderungen hohe Bedeutung erlangt hat.

Zu den Creative Industries zählen die Wirtschaftsbereiche, in denen die individuelle Kreativität ein entscheidendes Erfolgskriterium ist, wie Werbung, Architektur, Kunst, (Kunst-)Handwerk, Design und Fashion, Film und Video, Software, darstellende Künste, Verlagwesen (Bücher,

Magazine, Musik etc.), Computerdienstleistungen, Radio, Fernsehen und auch die Musik. Im weiteren Sinne sind dies Dienstleistungen und Industrien, welche ihren Ursprung in der individuellen Kreativität, Fähigkeit und Bildung haben (vgl. Kern European Affairs 2007).

Diese Wirtschaftszweige entwickeln sich in Europa, vor allem in Städten, mit hoher Dynamik. Zum Beispiel bilden die Creative Industries in London nach den unternehmensnahen Dienstleistungen den beschäftigungsstärksten Sektor (vgl. London Development Agency 2008). Zu den Vorreitern in diesem Bereich zählen auch die skandinavischen Länder, welche die Entwicklung der Erlebnisökonomie (Experience Economy) forcieren. Relevant sind in diesem Konzept zudem Teile der

Freizeitökonomie, die sich in einem kontinuierlichen Wandel befinden, wie Sportevents, Tourismus, Spiele und Edutainment.

Entsprechend ist Kreativität in regionalen Entwicklungskonzepten, insbesondere zur Förderung der Entwicklung von Städten, von großer Bedeutung. Zurückgehend auf Richard Florida hat sich die Thematik der „Creative Cities“ zu einem aktuellen Forschungsfeld entwickelt (vgl. Florida 2002). Verbunden mit der Entwicklung kreativer Städte ist die Kulturwirtschaft, die zahlreiche Wirtschaftsbereiche der Creative Industries beinhaltet, aber bisher nicht abschließend definiert worden ist.

2 Musik und Stadtentwicklung: Vielfältige Effekte und Potenziale

2.1 Musikwirtschaft in Hamburg

Im ersten Kulturwirtschaftsbericht der Freien und Hansestadt Hamburg wird eine Klassifikation der Kulturwirtschaft entsprechend von Kunstsparten in sechs Teilmärkte vorgenommen, zwischen denen zahlreiche Verbindungen bestehen;

- Musik
- Darstellende Kunst
- Bildende Kunst
- Angewandte Kunst
- Kulturelles Erbe
- Literatur

Insgesamt betrug die Zahl der in der Kulturwirtschaft beschäftigten Personen in Hamburg im Jahr 2003 20 692 Personen in 8 552 Unternehmen (vgl. Kulturbehörde Hamburg 2006), wobei die wirtschaftliche Bedeutung zwischen den einzelnen Märkten der Kulturwirtschaft deutlich variiert (vgl. Tabelle 1). Die Musikwirtschaft ist nach der Angewandten Kunst der größte kulturwirtschaftliche Teilmarkt und deshalb ein zentrales Element der Kulturwirtschaft in Hamburg.

Tabelle 1:

Kulturwirtschaft und ihre Teilmärkte in Hamburg

	Unternehmen	Umsatz*	Beschäftigte
Teilmarkt Musik	772	964.332	4.098
Teilmarkt Darstellende Kunst	1.239	438.742	3.711
Teilmarkt Bildende Kunst	905	203.103	760
Teilmarkt Angewandte Kunst	4.769	2.325.658	8.038
Teilmarkt Kulturelles Erbe	57	16.718	544
Teilmarkt Literatur	810	423.776	3.541
Kulturwirtschaft Gesamt	8.552	4.372.329	20.692

* in 1.000 Euro

Quelle: Kulturbehörde Hamburg (2006).

Generell sind in der Literatur unterschiedliche Abgrenzungen der Musikwirtschaft zu finden. So wird in einigen Untersuchungen das Musiktheater (Oper, Operette, Musical) als Teil der Musikwirtschaft betrachtet, bisweilen aber auch ausgeklammert und dem Teilbereich Darstellende Kunst zugeordnet.²

In der vorliegenden Untersuchung wird das Musiktheater der Musikwirtschaft zugeordnet. Als Begründung wird darauf verwiesen, dass die musikalisch-melodische Komponente der Oper, aber auch der Operette und des Musicals zweifelsohne einen wesentlichen Teil des Kulturerlebens eines Opern-, Operetten- und Musicalbesuchs ausmacht. Dies wird auch dadurch deutlich, dass musikalische Werke aus Opern, Operetten und Musicals sehr oft einen starken Bekanntheitsgrad erlangen, der einen, wenn nicht häufig gar den wesentlichen Grund für den Besuch der entsprechenden Veranstaltung liefern dürfte. Als eines von vielen Beispielen sei

die populäre Oper „Die Zauberflöte“ von Wolfgang A. Mozart genannt, die untrennbar mit den berühmten Arien, wie die des Vogelfängers Papageno verbunden ist. Tabelle 2 stellt die Abgrenzung der Teilgruppen der Musikwirtschaft dar, welche die verschiedenen Aspekte des musikalischen Schaffens (künstlerisch-kreative, handwerkliche, ökonomische und technische) widerspiegeln. Diese Kategorisierung stellt die Grundlage für die Analyse der Beschäftigung und der Wertschöpfung der Musikwirtschaft in Hamburg dar. Gleichzeitig zeigt die Differenzierung der Musikwirtschaft in ihre einzelnen Teilbereiche, dass sie ein sehr facettenreicher Wirtschaftsbereich ist, für dessen Einzelmärkte naturgemäß sehr unterschiedliche Wettbewerbsbedingungen gelten.

Die einzelnen Teilgruppen der Musikwirtschaft haben eine unterschiedliche Relevanz für den Beschäftigungs- und Produktionsbeitrag der Musikwirtschaft. Im Jahr 2007 waren in Hamburg insgesamt 4 198 Personen in der Musikwirtschaft beschäftigt, davon 2 584 im Bereich Konzerte und Komposition, 646 im Bereich Musikinstrumente, 638 in Musikverlagen und 234 in der Musiktechnik.³ Damit befinden sich 62 % aller Beschäftigten in der Musikwirtschaft im Bereich Konzerte und Kompositionen.

Die Abbildung 1 zeigt, dass im Bereich Musikwirtschaft der Anteil Hamburgs an der gesamten Beschäftigung in Deutschland überproportional hoch ist. Während Hamburg einen Anteil von 4,7 % an allen in Deutschland in der Musikwirtschaft Beschäftigten hat – annähernd jeder 20. Arbeitsplatz in der deutschen Musikwirtschaft ist in Hamburg angesiedelt – betrug der Anteil Hamburgs an der gesamtdeutschen Beschäftigung Ende 2007 insgesamt hingegen 2,9 %. Es lässt sich feststellen, dass die relative Bedeutung Hamburgs als Musikstandort in Deutschland im Zeitraum von 2003 bis 2007 zugenommen hat. Im Jahr 2007 war in Hamburg ein höherer Anteil aller Beschäftigungsverhält-

Tabelle 2:

Teilbereiche der Musikwirtschaft

Teilgruppen	Systematik der Wirtschaftszweige aus dem Jahre 2003 (WZ 2003), Statistisches Bundesamt
Konzerte und Komposition	<ul style="list-style-type: none"> ■ Ballettgruppen, Orchester, Kapellen und Chöre ■ Komponisten, Musikbearbeiter ■ Theater- und Konzertveranstalter ■ Opern- und Schauspielhäuser, Konzerthallen
Musikinstrumente	<ul style="list-style-type: none"> ■ Herstellung von Musikinstrumenten ■ Großhandel mit Spielwaren und Musikinstrumenten ■ Einzelhandel mit Musikinstrumenten und Musikalien
Musikverlage	<ul style="list-style-type: none"> ■ Verlegen von bespielten Tonträgern ■ Verlegen von Musikalien ■ Vervielfältigen von bespielten Tonträgern ■ Tonstudios
Musiktechnik	<ul style="list-style-type: none"> ■ Herstellung von unbespielten Ton-, Bild und Datenträgern ■ Herstellung von Rundfunkgeräten sowie phono- und videotecnischen Geräten

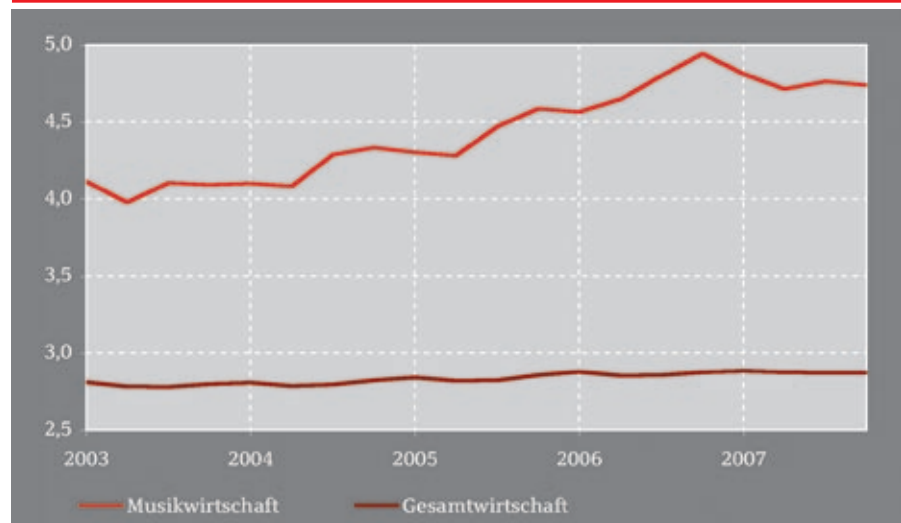
Quellen: Statistisches Bundesamt (2008) und Zusammenfassung HWWL.

² So wird etwa im Kulturwirtschaftsbericht der Stadt Hamburg das Musiktheater zur Darstellenden Kunst gezählt (vgl. Kulturbehörde Hamburg 2006).

³ Diese Ergebnisse basieren auf der Statistik der sozialversicherungspflichtig Beschäftigten, d.h., selbständige Erwerbstätige sind in den Daten nicht enthalten. Die Summe über die Teilmärkte ist geringer als die Gesamtzahl der Beschäftigten in der Musikwirtschaft aufgrund der Anonymisierung durch das Statistische Bundesamt in kleineren Wirtschaftszweigen.

Abbildung 1:

Anteil Hamburgs an der gesamtdeutschen Beschäftigung und an der Beschäftigung in der Musikwirtschaft in %



Quelle: Statistikamt Nord (2008), Berechnungen HWWI.

nisse in der deutschen Musikwirtschaft angesiedelt als im Jahr 2003. Abbildung 2 zeigt den Anteil der Musikwirtschaft an der gesamten Beschäftigung für Hamburg und Deutschland. Hier wird deutlich, dass der Anteil der Musikwirtschaft an allen Beschäftigungsverhältnissen in Deutschland im Zeitraum von 2003 bis Ende 2007 leicht zurückgegangen ist, während dieser Wert in Hamburg im Jahre 2007 in etwa jenem im Jahr 2003 entspricht. Die Entwicklung der Musikwirtschaft in Deutschland insgesamt war in diesem Zeitraum somit leicht ungünstiger als in Hamburg.

Diese Tendenz deckt sich mit jener in Abbildung 1. Die relative Konzentration von Arbeitsplätzen in der Musikwirtschaft hat sich in Hamburg seit dem Jahr 2003 verstärkt (vgl. Abbildung 1 und 2). Dies ist im Hinblick auf die Stärkung der Basis sowie die Entwicklung von Potenzialen für positive Clustereffekte im Bereich der Musikwirtschaft in Hamburg als günstig zu bewerten.

Die Entwicklung in der jüngeren Vergangenheit lässt darauf schließen, dass Hamburg in der Musikwirtschaft in diesem

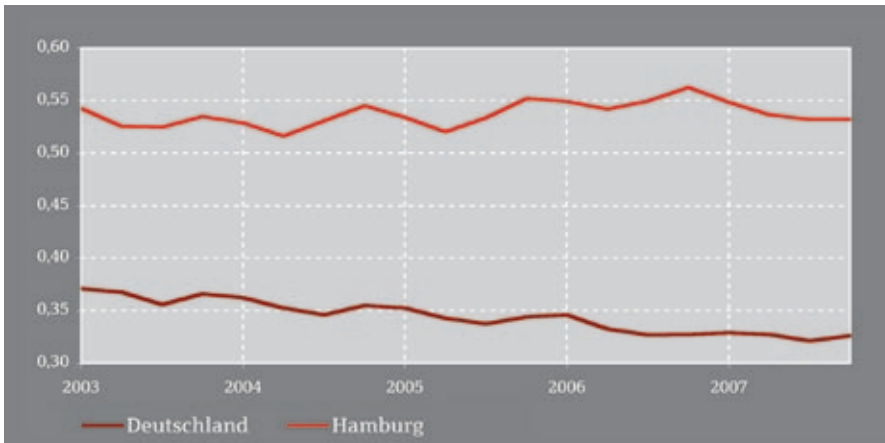
Zeitraum im Vergleich zu anderen Regionen in Deutschland Standortvorteile aufgewiesen hat. Dies verdeutlicht auch der zeitliche Verlauf der absoluten Zahl der Beschäftigungsverhältnisse in der Musikwirtschaft (vgl. Abbildung 3). Insgesamt ist die Beschäftigung in der Musikwirtschaft im Zeitraum von 1999 bis 2007 in Deutschland und in Hamburg zurückgegangen (vgl. Abbildung 3).

Bei der Bewertung der Trends in der Musikwirtschaft ist zu berücksichtigen, dass die Entwicklung der Musikindustrie in Deutschland und weltweit vor dem Hintergrund gravierender Umbrüche auf den entsprechenden Märkten stattfindet, die insbesondere auf Innovationen und technischen Fortschritt zurückzuführen sind (vgl. Kasten 2 „MP3 – eine musikalische Revolution?“) und die starken Einfluss auf Teilbereiche der Musikwirtschaft nehmen. Diese Entwicklungen haben beispielsweise zur Folge, dass in Deutschland das Geschäft mit Musikdownloads starke Zuwächse verzeichnet (Absatz + 39 % in 2007 gegenüber 2006), während der Tonträgerabsatz zurückgeht (- 4 % in 2007 gegenüber 2006).⁴

⁴ Vgl. Ehmer/Porsch (2008).

Abbildung 2:

Anteil der Musikwirtschaft an allen Beschäftigten für Hamburg und Deutschland in %



Quelle: Statistikamt Nord (2008), Berechnungen HWWI.

Zudem lässt sich feststellen, dass während die Umsätze auf dem Tonträgermarkt rückläufig sind, der Veranstaltungsmarkt – beispielsweise für Konzerte – weiter expandiert.⁵ Die Vermarktung von Live-Musik könnte davon profitieren, dass Musikreproduktionen und Tonträger aufgrund der Möglichkeiten zum Download und der individuellen Vervielfältigung an Exklusivität verlieren. Das Liveerlebnis von Musik erfährt hierdurch eine Aufwertung, von der andere Wirtschaftszweige – wie beispielsweise die Tourismuswirtschaft – profitieren können.

⁵ Vgl. Ehmer/Porsch (2008).

Kasten 2:

MP3 - eine musikalische Revolution?

Das MP3-Format, Abkürzung für MPEG-1 Audio Layer 3, ist ein Dateiformat zur Komprimierung von Audiodaten. Es wurde vom Fraunhofer-Institut für integrierte Schaltungen in Erlangen ab dem Jahr 1982 entwickelt und zur Marktreife gebracht. Der Siegeszug der MP3-Dateien benötigte etwas Zeit, bevor er in Fahrt kam – dann aber war er nicht mehr aufzuhalten. Der Grund lag darin, dass das neue Dateiformat seiner Zeit voraus war und es zunächst noch keine passende Hardware zum Abspielen gab.

Mit der Entwicklung der MP3-Player hat sich dies geändert, und Musik verbreitet sich weltweit über Downloads, die häufig kostenlos (und in vielen Fällen illegal) sind. Musik wird immer weniger über Radio und TV vermarktet, dafür zunehmend über Internetplattformen. Hier stellen sich die Künstler dem Publikum, und ihre Musikdateien können aus dem Internet heruntergeladen werden. Auch für den Käufer der altbewährten CD bietet die neue Technik Vorteile: Vor dem Kauf eines

Albums setzt er sich an den heimischen PC und gewinnt anhand der von den Onlinehändlern zur Verfügung gestellten, 30 Sekunden langen Hörbeispiele im MP3-Format einen Eindruck von der CD, die er zu kaufen plant. Relevant für das Konsumverhalten im Hinblick auf Musik ist, dass die Verfügbarkeit räumlich und zeitlich im Zuge der technischen Innovationen in der jüngeren Vergangenheit immens zugenommen hat. Dies ist aus Konsumentensicht sehr positiv zu bewerten. Kritiker bemängeln hingegen die Qualitätsentwicklung. Musik differenziert immer seltener zwischen lauten und leisen Passagen, da MP3-Dateien diese nicht abbilden können. Insgesamt werde die Musik lauter und die Klangqualität verschlechtert sich dramatisch (vgl. Haustein-Teßmer und Winckler 2008).

Ein weiterer Trend ist zu beobachten: Das traditionelle Album, mit welchem Künstler einen breiteren Ausschnitt ihres musikalischen Könnens repräsentieren, spielt aufgrund der Selektion via MP3 eine

immer geringere Rolle. Auch Plattenlabels verlieren durch die neuen Vertriebskanäle immer mehr an Einfluss (vgl. Voregger 2004).

Mittlerweile sind bereits die Weiterentwicklungen des Formats, MP3Pro, MPEG-4 AAC und AAC+ am Markt. Fest steht, dass MP3 den Musikkonsum auf eine Weise verändert hat, die weit über die Einführung einer neuen Technik hinausgeht. Und niemand weiß, was als Nächstes kommt.

Sicher ist: Die Innovationen in diesem Bereich werden weiter voranschreiten. Forschung und Entwicklung sowie Menschen mit kreativen Fähigkeiten sind die wichtigen Faktoren für die hiermit verbundenen Veränderungen in der Musikwirtschaft. Diese Trends sollten nicht nur als Gefahr für etablierte Produkte und Dienstleistungen in der Musikbranche, sondern auch als Anreiz gesehen werden, neue Produkte und Geschäftsideen zu entwickeln.



Eine nach Teilmärkten differenzierte Betrachtung der Entwicklung in der Musikwirtschaft seit dem Jahr 1999 zeigt deutlich, dass sich einzelne Segmente dieses Wirtschaftsbereiches sehr unterschiedlich entwickelt haben. Einen Anstieg der Beschäftigung gab es in erster Linie in der Musiktechnik, während Musikverlage sowie Konzerte und Komposition in Hamburg Beschäftigungsverluste zu verzeichnen hatten. In der jüngeren Vergangenheit, im Zeitraum von 2003 bis 2007, haben hingegen alle vier betrachteten Teilmärkte der Musikwirtschaft in Hamburg eine Zunahme der Beschäftigung realisiert. Das heißt, es ist eine Trendwende in der Musikwirtschaft zu erkennen, die dazu geführt hat, dass die Zahl der Arbeitsplätze in diesem Zeitraum in Hamburg um 7 % zugenommen hat.

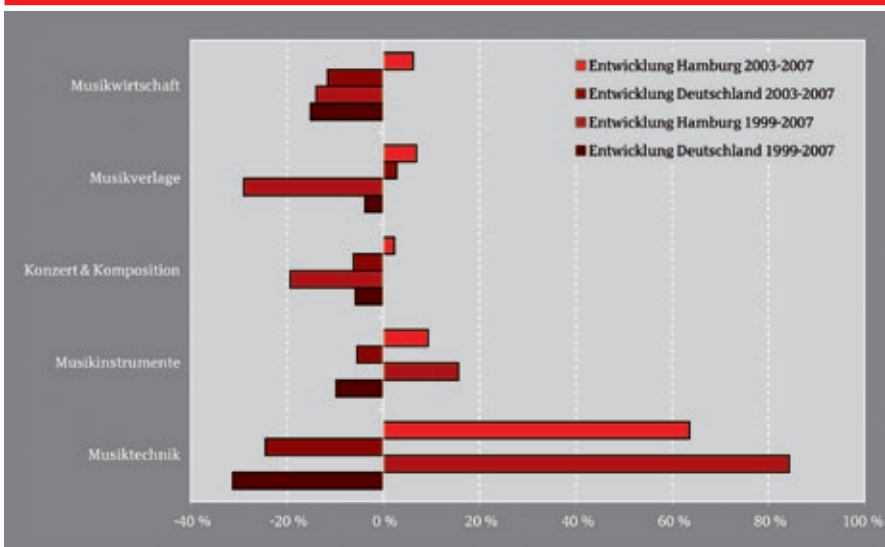
liegt Hamburg im Trend: Die zur Kultur- und Kreativwirtschaft zählende Teilbranche Musikinstrumentenindustrie erzielte im Jahr 2007 in Deutschland Umsätze in Höhe von 420 Mio. Euro. Wachstumsträger waren in diesem Wirtschaftsbereich im Jahr 2007 wie bereits im Jahr 2006 die Exporte, die im Jahr 2007 in Deutschland in dieser Industrie im Vergleich zum Vorjahr um 6 % angestiegen sind.⁶

Eine Voraussetzung dafür, dass die deutschen Instrumentenbauer aufgrund ihres qualitativ hochwertigen Sortiments auch zukünftig auf den Exportmärkten erfolgreich sein werden, sind Forschungs- und Entwicklungsaktivitäten im Zusammenhang mit dem Musikinstrumentenbau. Dies zeigt deutlich, dass dieser Teil der Musikwirtschaft zunehmend den Creative Industries zuzuordnen ist, weil seine erfolgreiche Entwicklung in erheblichem Maße auf Know-how, Innovationsfähigkeit und Menschen mit kreativen Fähigkeiten basiert.

In dem Bereich des Musikinstrumentenbaus hat Hamburg eine wichtige Position in Deutschland. Abbildung 4 zeigt, dass Hamburg beim Musikinstrumentenbau deutschlandweit das drittgrößte Beschäftigungsvolumen aufweist. Spitzenreiter in diesem Segment der Musikwirtschaft ist der im südwestlichen Sachsen gelegene Vogtlandkreis, der eine große Tradition im Musikinstrumentenbau aufweist. An zweiter Position befindet sich der Main-Tauber-Kreis, welcher der nördlichste Landkreis in Baden-Württemberg ist.

Abbildung 3:

Beschäftigungsentwicklung in der Musikwirtschaft und ihren Teilbereichen in %



Quelle: Bundesagentur für Arbeit (2008), Berechnungen HWWI.

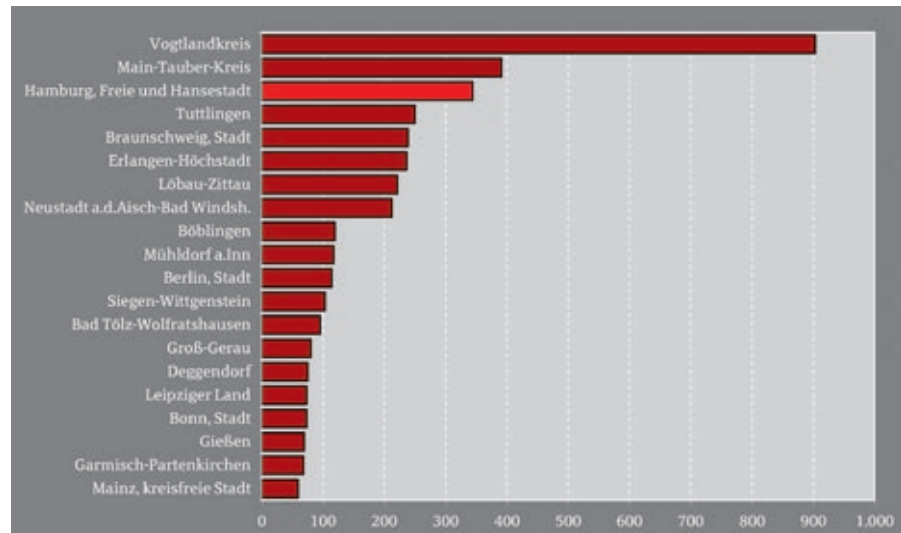
Besonders deutlich war der Beschäftigungsanstieg in der Musiktechnik (+ 84,3 %), wobei dieser Bereich sich von einem vergleichsweise geringen Niveau aus (127 Beschäftigte im Jahr 1999) entwickelt hat.

Beispiele für Firmen aus der Musiktechnik mit Niederlassung in Hamburg sind Panasonic und Philips. Hervorzuheben ist zudem die Entwicklung im Bereich des Musikinstrumentenbaus (vgl. Kasten 3 „Musikinstrumente aus Hamburg“). Damit

⁶ Vgl. o.V. (2008a).

Abbildung 4:

Sozialversicherungspflichtig Beschäftigte in der Herstellung von Musikinstrumenten 2007, Kreise und kreisfreie Städte



Quelle: Bundesagentur für Arbeit (2007), Berechnungen HWWI.

Kasten 3:

Musikinstrumente aus Hamburg

In Hamburg gibt es 26 Unternehmen, deren primärer Geschäftszweck der Bau von Musikinstrumenten ist (vgl. Statistikkamt Nord 2008). Gemessen an der Zahl der sozialversicherungspflichtig Beschäftigten liegt die Hansestadt hier auf Platz drei in Deutschland (siehe Abbildung 4). Die Branche erwirtschaftete im Jahr 2006 in Hamburg einen Umsatz in Höhe von etwa 10,7 Mio. Euro. Ein wichtiges Standbein stellt der Bau von Flügeln und Klavieren dar.

Mit Steinway & Sons beheimatet Hamburg seit 1880 ein Unternehmen von Weltrang, das Flügel und Klaviere in alle Erdteile exportiert und jährlich rund 1 400 Instrumente in der Hansestadt herstellt. Ein weiteres Standbein des Instrumentenbaus bildet die Fertigung von Geigen. Im Raum Hamburg sind etwa 15 Unternehmen im Geigenbau tätig. Traditionell sind das Geigenhandwerk wie auch die übrigen Zweige des Musikinstrumentenbaus sehr international ausgerichtet, der Absatz wird also seit jeher relativ stark von der Auslandsnachfrage beeinflusst.

Unterrepräsentiert sind in Hamburg der Orgelbau und der Bau von Metallblasinstrumenten. Die meisten Orgelbauer sind in Süddeutschland ansässig, was auch konfessionell-religiöse Gründe hat: Der Verkauf von Kirchenorgeln in Norddeutschland ist vor dem Hintergrund der – im Vergleich zum katholischen Raum – besonders stark sinkenden Mitgliederzahlen und abnehmenden Einnahmen der protestantischen Kirche seit einiger Zeit deutlich rückläufig. Dies wird nur teilweise durch das boomende Auslandsgeschäft kompensiert. Ein steigender Anteil der Orgeln wird in die USA und nach Asien exportiert, insbesondere nach Südkorea und Japan. Im Bereich der Metallblasinstrumente zählen Hamburg und Norddeutschland nicht zu den Schwerpunktregionen in Deutschland. Die historischen Zentren dieses Segments liegen in Böhmen, Sachsen und Bayern. Dennoch gibt es in Hamburg einige Unternehmen, die vor allem Trompeten und Tubas herstellen, wobei die ersteren hauptsächlich am deutschen Markt verkauft und Tubas in erster Linie in die USA exportiert werden. Hier hat allerdings der starke Euro

in jüngster Zeit zu Absatzeinbußen geführt, wie auch die verstärkte Produktion von Blechblasinstrumenten in asiatischen Ländern.

Neben dem künstlerischen Bereich der Musik, dies verdeutlicht das Beispiel des Instrumentenbaus, ist auch der handwerkliche Aspekt von unmittelbarer Relevanz für die Musikwirtschaft. Der Bau von Musikinstrumenten ist ein Beruf, in dem nur einige der meist kleinen Handwerksbetriebe regelmäßig ausbilden. Der größte Ausbilder in Hamburg ist Steinway & Sons. Dort lässt sich die dreieinhalbjährige Ausbildung zum Klavierbauer absolvieren. Nach Angaben des Unternehmens befanden sich im Jahr 2008 dort 15 Personen in Ausbildung, während in der Produktion 268 Beschäftigte tätig waren. Im Gegensatz zu Kleinbetrieben legt Steinway & Sons den Schwerpunkt auf industriellen Instrumentenbau.

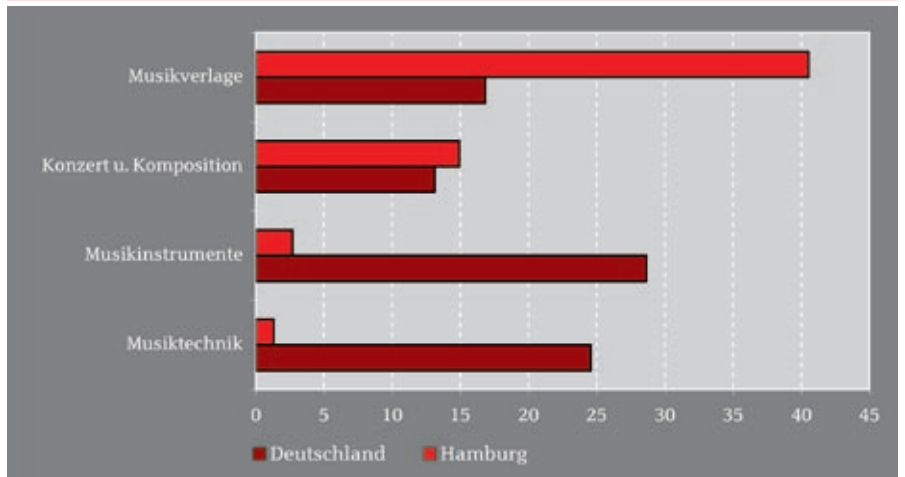
(Die Angaben basieren auf Telefonauskünften der genannten Unternehmen am 6.8.2008).

Bei Betrachtung des Umsatzes und der Wertschöpfung⁷ in Kombination mit den Beschäftigungszahlen in den einzelnen Segmenten der Musikwirtschaft lassen sich interessante Schlussfolgerungen ziehen. Insgesamt betrug der Umsatz in der Musikwirtschaft in Hamburg im Jahr 2006 766 Mio. Euro (vgl. Abbildung 5). Hieran haben die Musikverlage (638 Beschäftigte in 2007) den größten Anteil, während erst an zweiter Stelle der beschäftigungsstärkere Teilmarkt (2.548 Beschäftigte in 2007) Konzert und Komposition steht.

Insgesamt ist nach einem Rückgang zu Ende der 1990er Jahre ab dem Jahr 2003 ein merklicher Anstieg der Wertschöpfung in der Musikwirtschaft festzustellen, der allerdings durch einen leichten Rückgang im Jahr 2006 gedämpft wird. Die Wertschöpfungsquote (Anteil der Wertschöpfung am Umsatz) lag in der Musikwirtschaft in Hamburg im Jahr 2006 bei rund 26 %. Am höchsten ist sie mit rund 30 % bei den Musikverlagen, gefolgt von der Musiktechnik (rund 20 %), den Bereichen Konzert und Komposition (rund 19 %) und Musikinstrumente (knapp 18 %).⁸ Für Deutschland ergibt sich eine niedrigere Wertschöpfungsquote in Höhe von 19,3 %.

Abbildung 6:

Anteile einzelner Teilbereiche an der Wertschöpfung in der Musikwirtschaft 2006 in %



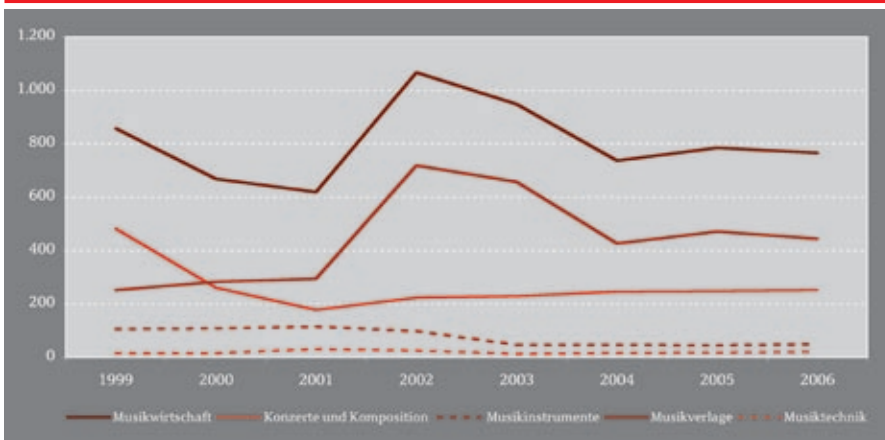
Quelle: Statistikamt Nord (2008), Berechnungen HWWI.

Die relativ hohe Wertschöpfung ist mit den strukturellen Besonderheiten der Hamburger Musikwirtschaft zu erklären. Der Anteil der Musikverlage an der gesamten Wertschöpfung war in Hamburg im Jahr 2006 deutlich höher als in Deutschland insgesamt (vgl. Abbildung 6). Da Musikverlage innerhalb der Musikwirtschaft die höchste Wertschöpfungsquote aufweisen, besteht in der Hamburger Musikwirtschaft

dementsprechend auch eine insgesamt höhere Wertschöpfungsquote als in der deutschen Musikwirtschaft. Neben den Musikverlagen hat auch der Bereich Konzerte und Komposition in Hamburg ein stärkeres Gewicht als auf Bundesebene. Aufgrund der starken Position der Musikverlage spielen die übrigen Bereiche für die Wertschöpfung und den Umsatz prozentual eine geringere Rolle.

Abbildung 5:

Entwicklung des Umsatzes in der Musikwirtschaft und ihren Teilbereichen in Hamburg in Mio. Euro



Quelle: Statistikamt Nord (2008), Berechnungen HWWI.

⁷ Die Wertschöpfung gibt die Differenz aus dem Wert der produzierten Dienstleistungen und Güter abzüglich Wertes der hierfür eingesetzten Vorleistungen an. Die Wertschöpfung in der Musikwirtschaft wurde vom HWWI aus der Umsatzsteuerstatistik für das Bundesland Hamburg berechnet.

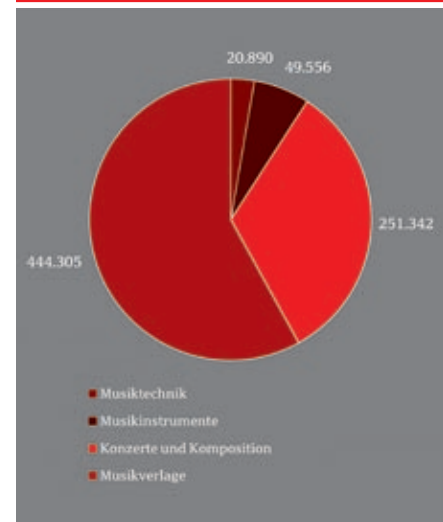
⁸ Berechnungen des HWWI auf Basis der Umsatzsteuerstatistik.

Die große Bedeutung der Musikverlage für die Wertschöpfung ist im Wesentlichen dem generell hohen durchschnittlichen Umsatz in diesem Teilbereich geschuldet. Wie Abbildung 8 zeigt, ist der mittlere Umsatz bei einem Teilsegment der Musikverlage (Verlegen von bespielten Tonträgern) von allen Sparten am zweithöchsten. Darüber hinaus hängt der hohe Wertschöpfungsanteil der Musikverlage an der Musikwirtschaft in Hamburg mit der hohen Präsenz von Musikverlagen im Hamburg zusammen. Die weltweit größten Unternehmen in diesem Bereich – Emi, Warner Music Group und edel Group AG – sind in Hamburg präsent. Darüber hinaus gibt es eine Reihe weiterer Independentlabels und kleine Musikverlage, beispielsweise für klassische Musik.

Einen zusammenfassenden Überblick der Beschäftigung in der Musikwirtschaft in Deutschland gibt Abbildung 9, die den Anteil der in dieser Branche beschäftigten Personen an der Gesamtbeschäftigung für Kreise und kreisfreie Städte beinhaltet. Die darauffolgende Abbildung 10 zeigt die regionale Verteilung der Beschäftigung in der Musikwirtschaft unter Ausschluss des Teilbereichs Musiktechnik. Der Ausschluss der Musiktechnik verfolgt das Ziel, die Schwerpunkregionen im Bereich der künstlerisch-handwerklichen Komponenten der Musikwirtschaft – als Bestandteil der sogenannten Creative Industries – zu verdeutlichen. Die Abbildung 10 veranschaulicht, dass diese vor allem im sächsischen und fränkischen Raum, aber auch in den Metropolregionen Hamburg, Berlin und München liegen.

Abbildung 7:

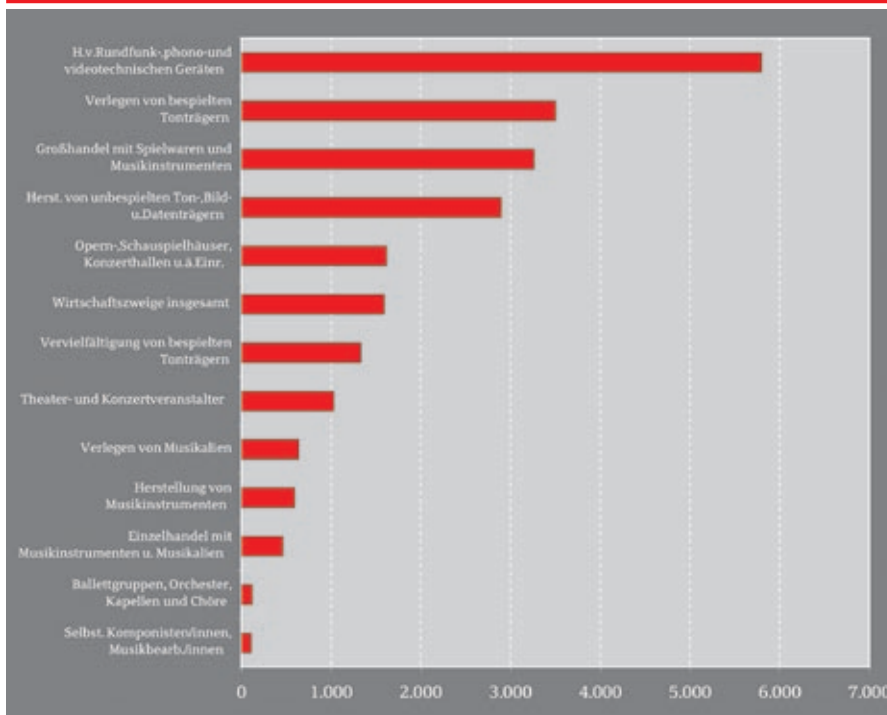
Umsätze in der Musikwirtschaft in Hamburg 2006 in 1.000 Euro



Quelle: Statistikamt Nord (2008), Berechnungen HWWI.

Abbildung 8:

Durchschnittlicher Umsatz in den Unternehmen der Musikwirtschaft, Deutschland 2006 in 1.000 Euro

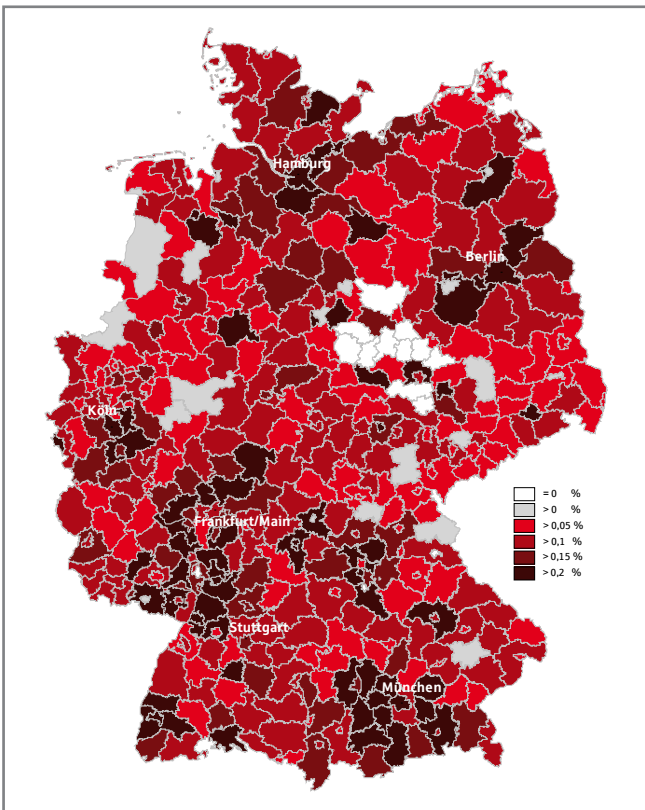


Quelle: Statistisches Bundesamt (2008).



Abbildung 9:

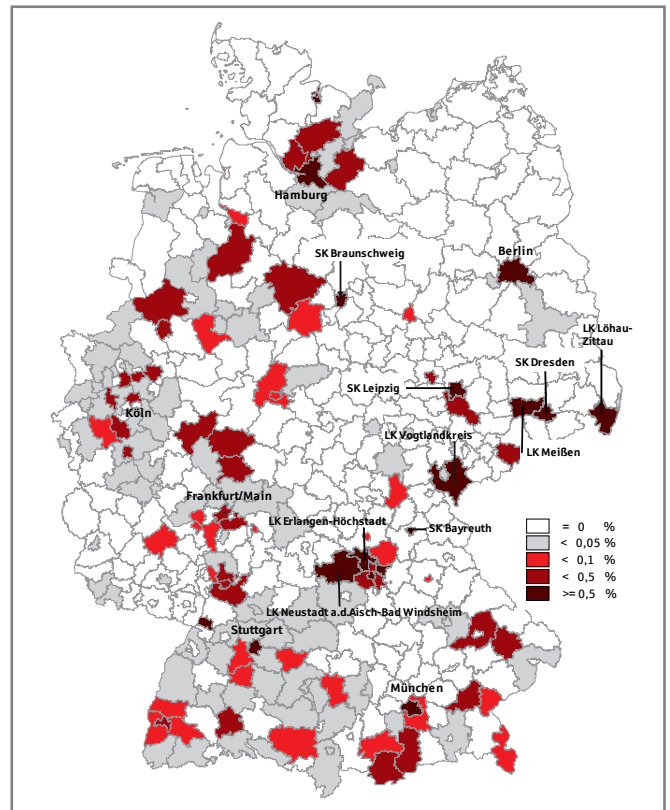
Anteil der Musikwirtschaft an der gesamten Beschäftigung 2007



Quelle: Bundesagentur für Arbeit (2008), Berechnungen HWWI.

Abbildung 10:

Anteil der Musikwirtschaft (ohne Musiktechnik) an der gesamten Beschäftigung 2007



Quelle: Bundesagentur für Arbeit (2008), Berechnungen HWWI.

Gemessen an der absoluten Zahl weist Hamburg von allen deutschen Kreisen und kreisfreien Städten nach Berlin die höchste Anzahl an Beschäftigungsverhältnissen in der Musikwirtschaft auf (vgl. Abbildung 11). Die absolute Anzahl der Beschäftigungsverhältnisse in der Musikwirtschaft ist von hoher Relevanz für die Entwicklung von Clusterstrategien in diesem Bereich. Das Funktionieren von Clustern basiert auf dem Erreichen einer „kritischen Masse“ und der räumlichen Nähe sowie der Face-to-Face-Kontakte der für die Entwicklung der Musikwirtschaft relevanten Akteure. Die Ausgangsbedingungen sind hierfür – gemessen an der Zahl der Beschäftigungsverhältnisse in der Musikwirtschaft – in Hamburg als günstig zu bewerten.

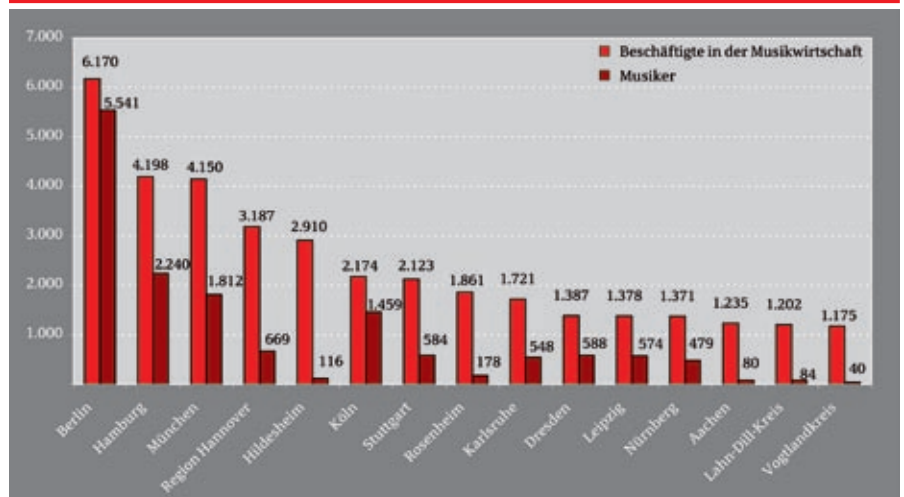
Ebenso erreicht Hamburg bei den selbstständigen Kulturschaffenden im Musikbereich nach Berlin den zweiten Platz. Die in Abbildung 11 dargestellten Erwerbstätigen im Musikbereich addieren sich auf 6 438 in Hamburg und 11 711 in Berlin. Hierbei ist zu berücksichtigen, dass das Potenzial für Musikkonsum in Berlin (3,4 Mio.

Einwohner) aufgrund der deutlich höheren Bevölkerungszahlen über jenem von Hamburg (1,7 Mio. Einwohner) liegt, was einen Erklärungsgrund für die höhere absolute Zahl von Erwerbstätigen in der Musikbranche in Berlin darstellt.

Neben den Indikatoren zur Wertschöpfung und Beschäftigung zeigt die Konzentration von Musikern in bestimmten Regionen deren Attraktivität für diesen künstlerischen Beruf und Spezialisierungen in diesem Bereich.

Abbildung 11:

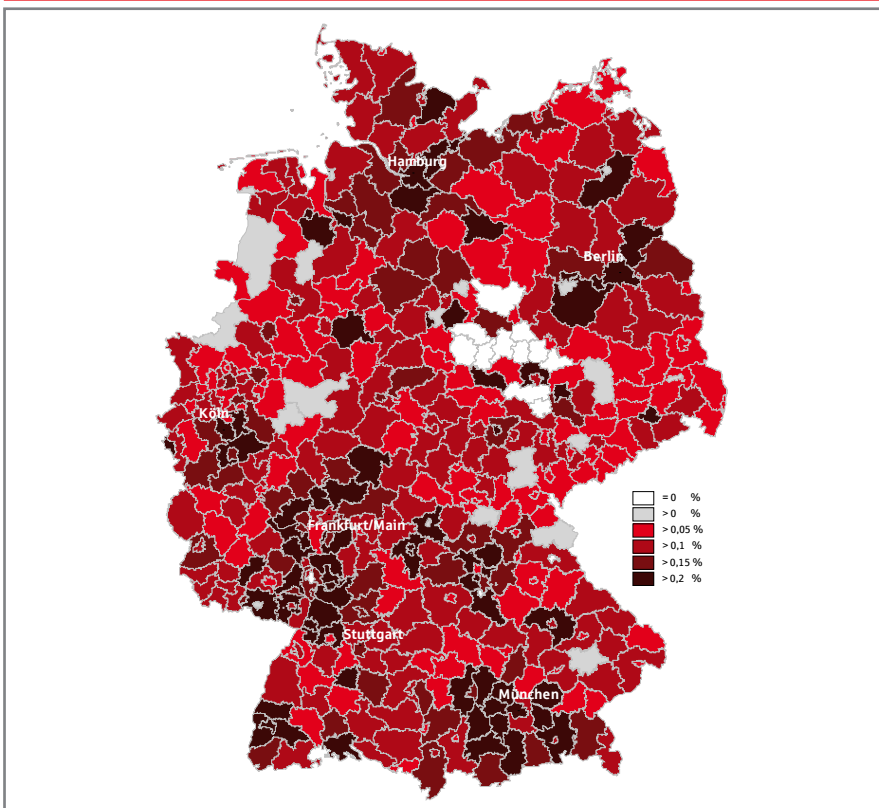
Beschäftigte in der Musikwirtschaft und selbstständige Kulturschaffende im Musikbereich 2007



Quelle: Bundesagentur für Arbeit (2008), Künstlersozialkasse (2008), Berechnungen HWWI.

Abbildung 12:

Musikerquote in Deutschland 2007



Quelle: Künstlersozialkasse (2008), Berechnungen HWWI.

Die Musikerquote (Musiker in Relation zu allen sozialversicherungspflichtig Beschäftigten) in Deutschlands Kreisen und kreisfreien Städten zeigt Abbildung 12. Sie weist Schwerpunkte in folgenden Regionen Deutschlands aus: im Hamburger, Berliner, Münchner und Kölner Raum, im hessisch-pfälzisch-badischen, oberbayerischen und fränkischen Gebiet. Die höchste Musikerquote erreicht die Stadt Weimar mit einem Wert von 0,82 %, gefolgt von Berlin (0,53 %) und Freiburg im Breisgau (0,51 %).

Hamburg liegt auf Platz 16 (0,29 %), während der benachbarte Landkreis Harburg in Niedersachsen auf Platz 10 (0,34 %) kommt. Unter den fünf größten Städten Deutschlands liegt Hamburg damit auf Rang drei, hinter Berlin (Rang 1 mit 0,53 %) und Köln (Rang 2 mit 0,33 %). Damit stellt sich Hamburg unter den deutschen Großstädten als ein relativ attraktiver Ort für Musiker dar, die ihrerseits mit ihrer Standortentscheidung zur Entwicklung der Kulturszene und Creative Industries in einer Region beitragen (vgl. Kasten 4: Musikalischer Stadtteil St. Pauli).

Kasten 4:

Musikalischer Stadtteil St. Pauli

Wer kennt sie nicht, die Erlebnismeile Reeperbahn mit ihren zahlreichen Clubs, Bars und Kneipen? Täglich, und insbesondere an den Wochenenden treffen sich dort nicht nur mehrere Tausend Hamburger Partygänger, sondern auch Touristen, die sich den nächtlichen Besuch auf dem Kiez nicht entgehen lassen wollen. Denn St. Pauli gilt immer noch als ein Zentrum der deutschen Rock- und Popkultur. In keinem anderen Stadtteil in Hamburg – und auch nur in wenigen anderen deutschen Städten – findet man eine so hohe Konzentration von Musikclubs, Bars, Musikbühnen und anderen Veranstaltungsorten. Seit 2006 findet jährlich im September das Reeperbahnfestival statt, mit dem New International Music in den Clubs gefördert wird.

Laut „Kiezguide“, der 2006 in Zusammenarbeit der Hamburg Marketing GmbH und dem HSI Verlag entstanden ist, gibt es in St. Pauli 28 Clubs und 27 Tanzbars, die

circa 600 Arbeitsplätze allein bei den Live-Musikclubs generieren. Die Musikszene weist eine ausgeprägte Vielfalt auf und hat Platz für unterschiedliche Musikrichtungen. Die „Hamburger Schule“ ist ein Aushängeschild der deutschsprachigen Musik, welche ihre Wurzeln auf dem Kiez hat und von St. Pauli aus ab Ende der 80er-Jahre Bands in ganz Deutschland prägte. Prominente Vertreter dieser Musikbewegung in den 90er-Jahren sind Blumfeld, Die Sterne und Tocotronic. In den rund 30 Live-Musikclubs finden jährlich rund 4 500 Live-Musikveranstaltungen statt (vgl. Birnkraut und Partner 2006).

Der Musik-Hotspot Reeperbahn hat Historie: Die Reeperbahn gilt als Ausgangsort für die Weltkarriere der Beatles, denen im Jahr 2008 nach 45 Jahren ihres ersten Auftritts in der Stadt in Form von fünf Edelstahlskulpturen an der Ecke Reeperbahn/Große Freiheit ein Denkmal gesetzt worden ist. Allerdings ist in den

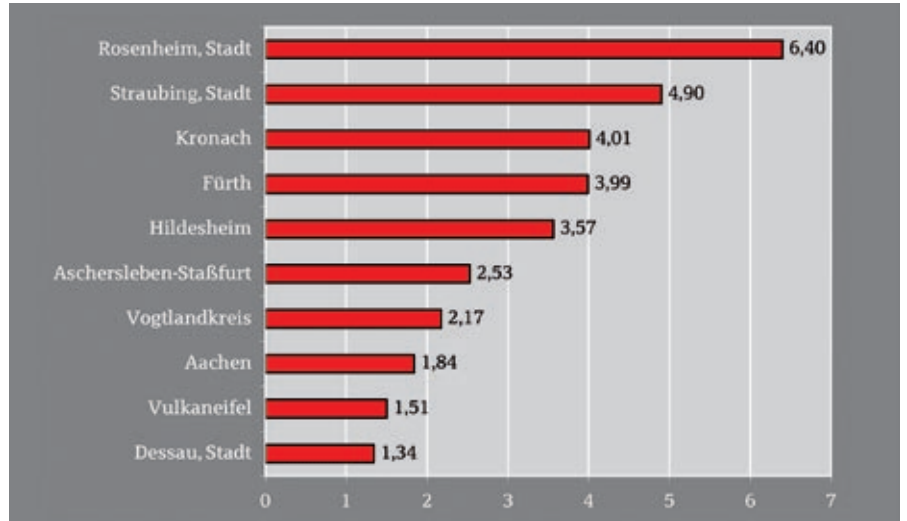
letzten Jahren die Tendenz zu beobachten, dass vor allem kleine und individuell ausgerichtete „Locations“ auf St. Pauli Existenzprobleme haben. Immer mehr Clubs, vor allem kleinere Läden, mussten schließen, sodass der Begriff des „Clubsterbens“ immer häufiger fällt. Größere und finanziell besser ausgestattete Veranstaltungsorte gewinnen an Bedeutung und verdrängen kleine Clubs, sodass die Musikszene mehr und mehr dem Mainstream folgt. Wenn individuell ausgelegte Musikclubs in St. Pauli weiter an Bedeutung verlieren, dann ist hiervon die Musikszene in ihrer Vielfalt negativ betroffen. Entsprechende Entwicklungen verändern das Image des Standortes und seines Milieus für Kreativität. Von diesem haben sich in der Vergangenheit selbstständige Musiker in Hamburg offensichtlich inspiriert gefühlt: So steigt ihre Zahl seit 1998 kontinuierlich (vgl. Abbildung 13).

Wie stark die Musikwirtschaft insgesamt die Entwicklung einer Region prägt, hängt davon ab, welchen Anteil sie an der Gesamtwirtschaft aufweist. Insgesamt lässt sich feststellen, dass die relative Bedeutung dieses Wirtschaftsbereichs für die Kreise und kreisfreien Städten in Süddeutschland höher ist als in den anderen Regionen Deutschlands (vgl. Abbildung 14). Herausragend ist die Position Rosenheims, wo 6,4 % der Beschäftigten in der Musikwirtschaft tätig sind.

In Abbildung 15 sind die Lokalisationskoeffizienten in der Musikwirtschaft für die zwanzig größten deutschen Städte dargestellt. Der Lokalisationskoeffizient setzt den Beschäftigungsanteil der Musikwirtschaft in der jeweiligen Stadt in Relation zum Beschäftigungsanteil der Musikwirtschaft in Deutschland insgesamt. Städte, die einen Wert größer als eins aufweisen, haben im deutschlandweiten Vergleich eine relativ starke Ausprägung der Musikwirtschaft, während ein Wert kleiner als eins eine unterdurchschnittliche Bedeutung indiziert. Aus dem Vergleich der Lokalisationskoeffizienten der einzelnen deutschen Städte lassen sich Rückschlüsse hinsichtlich der Bedeutung der einzelnen

Abbildung 14:

Kreise mit dem höchsten Anteil der Musikwirtschaft an der Gesamtbeschäftigung 2007 in %



Quelle: Bundesagentur für Arbeit (2008), Darstellung: HWWI.

musikwirtschaftlichen Teilgebiete sowie der Spezialisierung der Regionalökonomien auf die Musikwirtschaft ziehen. Zahlreiche der größten deutschen Städte weisen eine überdurchschnittliche Spezialisierung im Bereich der Musikwirtschaft auf. Auffallend ist die relativ schlechte Positionierung Frankfurts in diesem Bereich, das in diesem Zusammenhang einen deut-

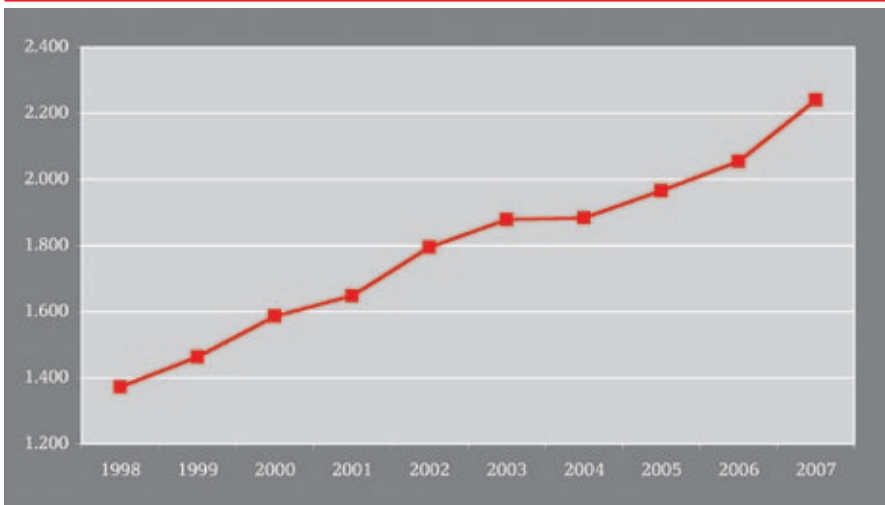
lichen Abstand zu den anderen fünf der sechs größten deutschen Städte – Berlin, Hamburg, Köln, München und Stuttgart – aufweist.

Insgesamt verdeutlicht der Lokalisationskoeffizient, dass die Musikwirtschaft für die urbane Entwicklung eine wichtige Rolle spielt, denn zahlreiche deutsche Großstädte weisen eine deutliche Konzentrationen von Unternehmen der Musikwirtschaft auf. Die Spezialisierung im Bereich der Musikwirtschaft lässt sich zudem für die einzelnen Teilmärkte berechnen. Dies stellt Tabelle 3 exemplarisch für die sieben deutschen Städte in denen mehr als 2 000 Menschen in der Musikwirtschaft beschäftigt sind, dar. Insgesamt ist festzustellen, dass unter diesen Städten die Spezialisierung im Bereich der Musikwirtschaft in Hannover und Hildesheim am stärksten ausgeprägt ist; darauf folgen Stuttgart, München und Berlin.

Hamburg weist den sechst höchsten Lokalisationskoeffizienten auf. Ferner wird deutlich, dass die Stärken Hamburgs eher in Bereichen liegen, die nicht zu den beschäftigungsstärksten innerhalb der Musikwirtschaft zählen.

Abbildung 13 :

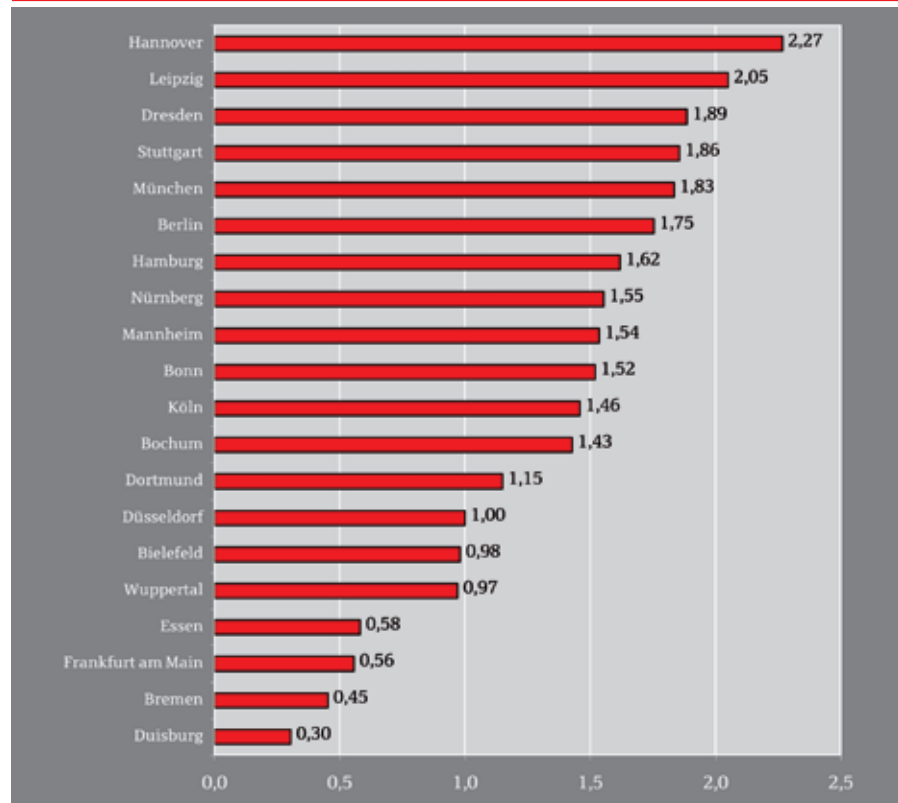
Entwicklung der Anzahl selbstständiger Kulturschaffender im Musikbereich in Hamburg



Quelle: Künstlersozialkasse (2008).

Abbildung 15:

Lokalisationskoeffizient der Beschäftigten in der Musikwirtschaft für die 20 größten deutschen Städte 2007



Quelle: Bundesagentur für Arbeit (2008).

So nimmt Hamburg im Bereich Musikverlage den ersten Platz vor Berlin ein, bei den Musikinstrumenten den zweiten Platz knapp hinter Köln. Es ist allerdings zu berücksichtigen, dass die Werte für Hannover und Hildesheim stark von der Musiktechnik nach oben verzerrt werde, während diese Städte in den künstlerisch-kreativen Bereichen geringer spezialisiert sind.

Die Bereiche Musikverlage, Musikinstrumente und Musiktechnik sind generell jene Bereiche mit relativ geringer Beschäftigung. Zudem hat ein bedeutendes Unternehmen der Musikindustrie, der Musikkonzern Universal, seine deutsche Zentrale im Juli 2002 von Hamburg nach Berlin verlagert. Es ist dennoch festzustellen, dass Hamburg in der Musikwirtschaft, Verlagswesen und dem Bau von und dem Handel mit Musikinstrumenten im deutschen Städtevergleich eine ausgesprochene Spezialisierung aufweist. Die relativ stark ausgeprägte Konzentration bestimmter Sparten der Musikwirtschaft in Hamburg lässt darauf schließen, dass die Standortbedingungen für diesen Bereich hier vergleichsweise günstig sind.

Insgesamt zeigen die empirischen Ergebnisse eine deutlich überdurchschnittlich hohe Bedeutung der Musikwirtschaft in Hamburg im deutschlandweiten Vergleich und auch insbesondere positive Beschäftigungsentwicklungen in den einzelnen Teilbereichen dieses Wirtschaftszweiges in jüngerer Vergangenheit. Hamburg ist ein Standort, der Spezialisierungen in der Musikwirtschaft aufweist und aufgrund der relativen Stärke der Musikwirtschaft in der Stadt günstige Entwicklungsfaktoren für die Zukunft dieses Musikbereichs aufweist.

Tabelle 3:

Lokalisationskoeffizienten 2007 *

	Musikwirtschaft gesamt	Konzerte u. Komposition	Musikinstrumente	Musikverlage	Musiktechnik
Berlin	1,76	2,76	0,56	2,43	0,62
Hamburg	1,63	2,10	1,49	3,34	0,32
Region Hannover	2,27	1,42	0,53	0,60	2,61
Hildesheim	10,90	0,02	0,98	0,00	34,20
Köln	1,46	2,01	1,57	1,07	0,08
München	1,84	2,74	1,12	1,28	0,30
Stuttgart	1,85	3,65	0,32	0,39	0,04

Quelle: Bundesagentur für Arbeit (2007), Berechnungen HWWI.

* Lokalisationsmaß = Anteil der Beschäftigung an der jeweiligen Gesamtbeschäftigung im jeweiligen Teilbereich in der betreffenden Stadt dividiert durch Anteil der Beschäftigung an der jeweiligen Gesamtbeschäftigung im jeweiligen Teilbereich in Deutschland.



Disneys König der Löwen

© Stage Entertainment

2.2 Musiktourismus als Impulsgeber für Hamburg

Die ökonomische Bedeutung der Musikbranche geht deutlich über die in Abschnitt 2.1 dargestellten Aspekte hinaus. Im Zusammenhang mit der Musikwirtschaft stehen insbesondere die Entwicklung der Tourismusbranche und der mit ihr verbundenen Wirtschaftsbereiche (wie zum Beispiel der Einzelhandel und das Transportwesen).

Konzerte, Festivals und Musicals haben hinsichtlich ihrer Besucher in der Regel einen überregionalen Einzugsbereich, was wirtschaftliche Effekte im Hinblick auf Tourismus mit sich bringt. Musikveranstaltungen sind – als Teilaspekt des kulturellen Angebotes – ein wichtiger Faktor der touristischen Attraktivität, insbesondere von Städten. 77 % der Deutschen konsumieren im Urlaub gelegentlich Kultur und 37 % besuchen Musikaufführungen. Im Jahr 2006 gab es in Deutschland 18 Mio. Veranstaltungstouristen und ca. 80 Mio. Kulturausflügler.

Der Kulturtourismus wird von 81 % der deutschen Großstädte als „sehr wichtig“ eingestuft und Kultur ist für 4,9 Mio. Urlaubsreisen der Deutschen der Hauptgrund.⁹ Prognosen zur Entwicklung der Tourismusbranche zeigen, dass der Kulturtourismus zukünftig weiter expandieren wird und deshalb einen Wachstumsbereich für Städte darstellt. Während im Durchschnitt der Jahre 2005 bis 2007 12 % aller Reisenden in Deutschland in den folgenden drei Jahren eine Kulturreise planen, sind es für den Zeitraum 2008 bis 2010 14 %.¹⁰ Es ist zu erwarten, dass auch Musikveranstaltungen hiervon in Form steigender Besucherzahlen profitieren werden, unter anderem aufgrund der zunehmenden Beliebtheit des Liveerlebens von Musik (vgl. Abschnitt 2.1). Im Jahr 2008 dienten etwa 8,2 % der Ausflüge nach Hamburg primär den Besuchen von Theatern, Konzerten,

Musicals oder Opern. Damit erreicht Hamburg einen nahezu viermal so hohen Wert wie Deutschland im Durchschnitt, was die Bedeutung Hamburgs als musiktouristische Destination herausstellt.¹¹

Im Vergleich zu anderen Tourismusformen sind die ökonomischen Effekte des Kulturtourismus überdurchschnittlich hoch, weil Kulturtouristen höhere Ausgaben tätigen als andere Ausflügler. Während ein Kulturtourist in Deutschland durchschnittlich 24,90 Euro pro Tag ausgibt, sind es bei anderen Tagesausflüglern 18,95 Euro.¹²

Vor diesem Hintergrund ist auch die Ausprägung der Hamburgischen Musiklandschaft als Tourismusfaktor zu bewerten. In Hamburg gibt es eine Vielzahl von öffentlich, privat oder durch Mischformen finanzierten musikalischen Veranstaltungen, die eine überregionale Ausstrahlung haben und für eine hohe Anzahl von Besuchern konzipiert sind. Veranstaltungsorte für musikalische Großereignisse sind beispielsweise die Color Line Arena (bis zu 16 000 Besucher), die Alsterdorfer Sporthalle (bis zu 7 000 Besucher) und das Congress Centrum Hamburg (CCH 1 bis zu 3 000 Besucher). Die erwerbswirtschaftlich geführten Großstätten in Hamburg verfügen über eine Gesamtkapazität von über 60 000 Plätzen.¹³ Einen erheblichen Anteil am Musiktourismus in Hamburg haben Musicals, die im Jahr 2007 etwa zwei Mio. Besuche verbuchen konnten.¹⁴

⁹ Vgl. Sparkassen Tourismusbarometer Schleswig-Holstein (2003); DTV (2006).

¹⁰ Vgl. Feige (2006); F.U.R. Reisanalyse (2008).

¹¹ Vgl. Tourismus GmbH Hamburg (2008).

¹² Vgl. Feige (2006).

¹³ Vgl. Kulturbehörde Hamburg (2006).

¹⁴ Vgl. Hamburg Tourismus GmbH (2008).

Auch die Laeiszhalle, das NDR-Studio und die Hamburgische Staatsoper ziehen mit attraktiven Veranstaltungen, insbesondere im Bereich der klassischen und zeitgenössischen Musik, Touristen an. In der Hamburger Orchesterlandschaft gibt es private und öffentliche Ensembles. Im öffentlichen Sektor sind es im symphonischen Bereich das Philharmonische Staatsorchester Hamburg, die Hamburger Symphoniker und das NDR-Sinfonieorchester.¹⁵ Unterstützt wird die Attraktivität Hamburgs darüber hinaus durch die Vielfalt der Musikclub-Szene (vgl. Kasten 4 „Musikalischer Stadtteil St. Pauli“). Es gibt zahlreiche kleinere Bühnen für

Pop- und Rockveranstaltungen – wie die Markthalle, die Fabrik und das KNUST – die auch von Gästen, die außerhalb Hamburgs leben, besucht werden. Mit der Elbphilharmonie (vgl. Kasten 5 „Die Elbphilharmonie“), die in der Hamburger HafenCity entsteht, wird das Angebot an Musikbühnen und musikalischen Veranstaltungen zunehmen, was weitere Potenziale für den Musiktourismus schafft. Gleichzeitig wird sich hierdurch allerdings auch der Wettbewerb zwischen den Veranstaltungsorten verschärfen, denn durch diesen Neubau kommen in Hamburg 2 900 Plätze für Besucher von Musikveranstaltungen hinzu.

¹⁵ Vgl. Kulturbehörde Hamburg (2006).

Kasten 5:

Die Elbphilharmonie

Hamburg erhält ein neues musikalisches und architektonisches Aushängeschild. An der Stelle des im Zweiten Weltkrieg zerstörten Kaiserspeichers wird zukünftig die Elbphilharmonie das Bild des Hafens prägen. Der von den Architekten Herzog & de Meuron entworfene Bau soll in drei Konzertsälen insgesamt 2 900 Zuhörern Platz bieten, davon 2 150 im großen Konzertsaal. Die Philharmonie wird in einem gläsernen Aufbau auf einem entkernten, ehemaligen Kaispeicher aus den 60er-Jahren Platz finden und eine Gesamthöhe von 110 Metern haben. Neben den Konzertsälen entstehen 43 Wohnungen und etwa 250 Fünfsterne-Hotelzimmer, die der Bauträger veräußern beziehungsweise betreiben wird. Diese zusätzlich zum Musikbetrieb geplante Bewirtschaftung mit Unterkünften soll die Finanzierbarkeit des Bauprojektes ermöglichen.

Die Elbphilharmonie, so das Ziel, soll hinsichtlich der Akustik zu den besten Konzerthäusern der Welt gehören. Der weltweit bekannteste Akustiker Yasuhisa Toyota soll dies durch technische Optimierung des großen Konzertsaals garantieren. Den Zuschlag als Residenzorchester der Elbphilharmonie erhielt das NDR Sinfonieorchester, während das Philharmonische Staatsorchester der Hamburgischen Staatsoper verbunden bleibt, aber auch in der Elbphil-

harmonie zu hören sein wird. Die Intendanz der Elbphilharmonie – und zukünftig auch der Laeiszhalle mit den Hamburger Symphonikern als Residenzorchester – übernimmt der Österreicher Christoph Lieben-Seutter, der zuvor mit großem Erfolg Generalsekretär des Wiener Konzerthauses war.

In der Elbphilharmonie sollen neben Klassik auch Jazz und Popmusik erklingen. Eine interessante Mischung an Veranstaltungen soll zu einer hohen Auslastung beitragen, die nicht als Ersatz, sondern als Erweiterung der bestehenden Angebote in Hamburg gedacht ist. Die laufenden Defizite des Konzertbetriebs von erwarteten 3,6 Mio. Euro pro Jahr sollen zum großen Teil aus einer Stiftung bedient werden, deren Vermögen wiederum von privaten Spenden abhängen wird, um eine dauerhafte Belastung des Stadthaushaltes zu vermeiden. Seit Planung und Baubeginn der Elbphilharmonie im April 2007 sind die Kosten des Objekts explodiert.

Im Jahr 2003 wurde der Finanzierungsbedarf noch auf 150 Mio. Euro geschätzt. In 2006 stiegen die Baukosten dann auf 241,3 Mio. Euro mit einem Anteil von 114,3 Mio. Euro, den die Stadt Hamburg tragen sollte. Während der Bauphase sind die erforderlichen öffentlichen Ausgaben für das

spektakuläre Gebäude auf 323 Mio. Euro gestiegen. Dies sind 209 Mio. Euro mehr als ursprünglich geplant. Die Gesamtkosten belaufen sich nunmehr auf 450 Mio. Euro. Doch nicht nur die enormen Baukostensteigerungen haben eine öffentliche Debatte um die Elbphilharmonie ausgelöst, sondern auch der Eröffnungstermin, der zunächst von 2010 auf 2011 und zuletzt noch einmal auf Mai 2012 korrigiert wurde (vgl. Elbphilharmonie 2008 und o. V. 2008b).

Die zahlreichen Befürworter des Projektes machen gleichwohl geltend, dass die spektakuläre Architektur und das qualitativ hochwertige Musikprogramm Hamburg einen signifikanten Tourismus-Zuwachs beschern werden. Für einen entsprechenden Effekt gibt es zahlreiche Beispiele. Etwa wurde im Jahr 1997 in der damals touristisch wenig attraktiven spanischen Stadt Bilbao für die Guggenheim-Stiftung ein architektonisch wegweisendes Museum errichtet. In Folge dieser Maßnahme konnte Bilbao starke Zuwächse im Tourismus verzeichnen und bereits innerhalb der ersten drei Jahre Zusatzträge von fast einer halben Milliarde Euro erzielen („Bilbao-Effekt“). Der Folgenutzen war in diesem Fall weit höher als die anfänglichen Investitionskosten für den Neubau des Museums.



TOORIS PHILIP GLASS

Elbphilharmonie

Foto: Herzog & de Meuron

Um eine hohe Auslastung der zahlreichen Einrichtungen für die Durchführung von Musikveranstaltungen zu erreichen ist ein hohes Nachfrageniveau erforderlich. Zur Attrahierung von Musiktouristen und zur Erhöhung der Konsumbereitschaft der Bevölkerung Hamburgs in diesem Bereich trägt auch die Etablierung Hamburgs als Austragungsort für (wiederkehrende) musikalische Großereignisse und Festivals bei, die auf private und öffentliche Initiativen zurückzuführen sind und unterschiedliche Publikumsgruppen ansprechen (vgl. Tabelle 4).

Dies betrifft sowohl Veranstaltungen im Bereich der Klassik als auch Musikveranstaltungen, die sich auf neuere musikalische Richtungen konzentrieren. Hervorzuheben ist, dass Hamburg sich im Jahr 2007 im Standortwettbewerb gegen Berlin behaupten und das bis zu dem Zeitpunkt größte Benefizkonzert der weltumspannenden Konzertreihe „Live Earth“ in der HSH Nordbank Arena mit 29 000 Besuchern durchführen konnte.

In welchem Umfang der Musiktourismus die Umsätze der Unternehmen in Hamburg beeinflusst, kann auf Basis von Annahmen zur Zahl der Musiktouristen (Übernachtungs- und Tagesgäste) sowie deren Ausgaben im Zuge des Aufenthaltes in Hamburg approximativ berechnet werden. Für diese Berechnung hat das HWWI folgende Zusammenhänge zugrunde gelegt: ¹⁶

¹⁶ Schätzung HWWI auf Basis von Daten der Hamburg Tourismus GmbH (2008); Statistikamt Nord (2008).

Tabelle 4:

Beispiele für Musikfestivals in Hamburg und Umgebung

Name	Besucher	Musikrichtung
Altonale	500 000	Zahlreiche Musikrichtungen
Baltic Soul Weekender	ca. 2 500	Soul
Blurred Edges	1 500	Aktuelle Musik: Klassik bis Rock/Techno
Campus Hamburg Open Air	8 000	Ambient, Elektro, Jazz, Alternative, Punk, Rock, Ska, Indiepop, Funk, Hip-Hop, Reggae
Dockville	8 000	Elektro, Alternative, Indierock, Indiepop, Hip-Hop
Festival der Kulturen	160 000	Avantgarde, Balkan, Jazz, Latin, Weltmusik, Folk, Funk, Hip-Hop, R&B, Reggae
Festival Eigenarten	K.A.	Zahlreiche Musikrichtungen
Grünanlage Festival	3 000	Elektro, House, Techno
Hamburg Soul Weekender	1 200	Funk, R&B, Soul
Hamburger Gitarrentage	ca. 1 500	Gitarrenmusik
Hamburger Ostertöne	5 000	Klassik
Jazz Baltica	8 400	Jazz
Reeperbahnfestival	15 000	Rock, Pop, Hip-Hop, Reggae
Schlagermove 2008	350 000	Schlager
Schleswig Holstein Musik Festival	135 000	Klassik
Spreehafenfestival/ Prima Klima Festival	2 000 bis 3 000	Ska/ Reggae
Wutzrock Open Air	15 000	Blues, Weltmusik, Folk, Metal, Rock, Ska, Hip-Hop, Reggae

Quelle: Zusammenstellung Haspa Musik Stiftung und HWWI.

Tabelle 5:

Geschätzte Umsätze durch Musiktouristen, in Euro

	Tagestouristen	Übernachtungstouristen
	in Mio. Euro	
Tickets	347	16
Restaurants/Cafes	130	34
Einkäufe	91	10
Sonstiges (Sport, lokaler Transport)	58	14
Übernachtungen	0	51
Summe	626	125

Quelle: Berechnungen HWWI.

- 6,95 Mio. Tagestouristen (8,2 % aller 84,4 Mio. Tagestouristen im Jahr 2007) kommen primär zum Besuch musikalischer Veranstaltungen.
- Von den 7,4 Mio. Übernachtungen im Jahr 2007 waren 8,2 % primär dem Musiktourismus zuzurechnen, die im Durchschnitt 1,9 Übernachtungen und insgesamt 607 Tsd. Übernachtungen nachfragten.
- Ein Musiktourist besucht auch während eines Übernachtungsaufenthaltes nur eine musikalische Veranstaltung.
- Der durchschnittliche Ticketpreis, den ein Musiktourist zahlt, beträgt 50 Euro.¹⁷
- Ein Tagestourist in Hamburg gibt im Durchschnitt 40,40 Euro¹⁸ (exklusive Ticket) sowie ein Übernachtungsgast 180 Euro¹⁹ (exklusive Ticket) aus. Das Ausgabeprofil der Musiktouristen entspricht jenem von Kulturtouristen.²⁰ Ein Tagestourist, der zu einer Musikveranstaltung anreist, gibt unter dieser Annahme 18,80 Euro für Restaurant- und

Cafébesuche, 13,20 Euro für Einkäufe und 8,40 Euro für sonstige Verwendungen aus. Ein Übernachtungsgast, der zu einer Musikveranstaltung anreist, gibt unter dieser Annahme pro Tag 84 Euro für Beherbergung, 56 Euro für Restaurant- und Cafébesuche, 17 Euro für Einkäufe und 23 Euro für sonstige Verwendungen aus.

Aus diesen Annahmen ergeben sich die in Tabelle 5 dargestellten Effekte für einzelne mit dem Musiktourismus zusammenhängende Wirtschaftsbereiche. Als direkter Effekt wird dabei die Einkommensgenerierung im Bereich von Konzerte und Komposition gesehen, die aus dem Umsatz von Tickets entstehen. Indirekte Effekte beziehen sich auf andere im Zusammenhang mit dem Musiktourismus stehende Wirtschaftsbereiche. Insgesamt entstehen unter den oben getroffenen – eher unterschätzenden Annahmen – Umsätze durch den Verkauf von Tickets in Höhe von 363 Mio. Euro und in der Summe der anderen Wirtschaftsbereiche von 390 Mio. Euro, wobei der Großteil dieser Umsätze auf Tagestouristen entfällt (vgl. Tabelle 5).

Insbesondere durch Gastronomie und die Beherbergung resultieren deutliche Umsatzeffekte. Die durch den Musiktourismus entstehenden Umsatzimpulse wurden nach einem approximativen Verfahren vom HWWI in Wertschöpfungszuwächse umgerechnet.²¹ Der so ermittelte Zuwachs an Wertschöpfung in Relation zur Arbeitsproduktivität (Wertschöpfung pro Beschäftigten) der jeweiligen Bereiche (Gastronomie, Hotelgewerbe, Einzelhandel, Konzerte und Kompositionen) ergibt die jeweiligen Beschäftigungseffekte, die aus den oben genannten Annahmen zum Musiktourismus resultieren.

Der gesamte Wertschöpfungseffekt beträgt 263 Mio. Euro, während sich der gesamte Beschäftigungseffekt auf 7 603 Personen beläuft, wobei diese Zahlen aufgrund der zahlreichen in sie einfließenden Annahmen als Schätzwerte zu betrachten sind.²² 84 % der Wertschöpfungseffekte durch Musiktourismus entfallen in diesen Berechnungen auf die Tagestouristen und 16 % auf die Übernachtungsgäste.

¹⁷ Annahme HWWI auf Basis von Daten für Gesellschaft für Konsumforschung (2008).

¹⁸ Vgl. Hamburg Tourismus GmbH (2008).

¹⁹ Schätzung HWWI auf Basis von Daten der Hamburg Tourismus GmbH (2008); Statistikamt Nord (2008).

²⁰ Vgl. Feige (2006).

²¹ Das angewandte Verfahren basiert auf den grundlegenden Zusammenhängen der Umsatzsteuerstatistik. Bei dieser Berechnung wurden von der gesamten durch Musiktourismus generierten Wertschöpfung die Vorleistungen abgezogen, sodass nur der Mehrwert an Wertschöpfung gemessen wurde, der in der betreffenden Branche im Zusammenhang mit dem geschätzten Umsatz durch Musiktourismus generiert wird. Die Ermittlung der Wertschöpfung aus der Umsatzsteuerstatistik stellt ein Näherungsverfahren dar, bei dem Annahmen getroffen werden müssen. Diese betreffen vor allem die unterstellte Äquivalenz von Vorsteuersatz und Umsatzsteuersatz, die nicht zwingend stets gegeben sein muss. Dennoch stellt das angewandte, auf betriebswirtschaftlichen Zusammenhängen basierende Rechenverfahren ein vielfach verwendetes und legitimes Verfahren dar. Hierbei ist eine Einschränkung zu beachten. So ist keine Umsatzsteuerstatistik für den Teilbereich Konzerte und Komposition erhältlich. Daher wurde die Vorleistungs- und Wertschöpfungsquote auf Basis von Daten zum Bereich „Erbringung v. sonstigen kulturellen und unterhaltenden Leistungen“ geschätzt. Dieser enthält neben dem genannten Teilbereich auch andere Segmente der Kulturwirtschaft, die aber von ihrer Vorleistungs- und Wertschöpfungscharakteristik als vergleichbar angesehen werden können.

²² Eine detaillierte Beschreibung des Berechnungsverfahrens befindet sich in Kriedel (2008).

2.3 Ausbildungsangebote im Bereich „Musik“ in Hamburg

Für die Positionierung Hamburgs als Musikstandort haben auch Qualität und Quantität der Ausbildungsangebote für Künstler, Techniker und Erwerbstätige in anderen Sparten der Musikwirtschaft eine zentrale Funktion.

Soweit sich Musikhochschulen und -akademien mit attraktiven Angeboten positionieren können, tragen sie dazu bei, dass sich Hamburg als Musikstandort weiter etablieren kann. Tabelle 6 zeigt, dass die Möglichkeiten zur musikalischen Ausbildung in Hamburg sehr vielfältig sind und zahlreiche Sparten durch das bestehende Angebot abgedeckt werden, insbesondere auch durch private Institutionen. Das umfangreiche Angebot resultiert daraus, dass Hamburg eine Stadt mit 1,7 Mio. Einwohnern ist und einen entsprechend umfangreichen Bildungssektor aufweist. Darüber hinaus ist die Vielfalt der Ausbildungsangebote im Bereich „Musik“ im Zusammenhang mit der ausgeprägten Musikwirtschaft in Hamburg zu sehen.

So gibt es einige interessante Facetten und Besonderheiten, wie die Möglichkeit der Ausbildung zum Musicaldarsteller. Betrachtet man die Anzahl der Studierenden an den Hochschulen für Musik und Theater in Deutschland – von denen sich der überwiegende Teil auf Studienfächer der Musik bezieht – dann liegt Hamburg mit 620 Studierenden im Jahr 2007 allerdings deutlich hinter Berlin, das etwa 1 000 Studenten mehr in diesem Bereich aufweist. Hamburg befindet sich in diesem Vergleich auch deutlich hinter kleineren Städten, wie beispielsweise Hannover, Köln und Leipzig, die in diesem künstlerischen Hochschulbereich mehr Studenten ausbilden. Neben der Berufsausbildung tragen zahlreiche weitere Institutionen zur kulturellen Bildung durch Musik. Hierzu

zählen beispielsweise private Musikschulen, von denen es in Hamburg in etwa 200 gibt.²³ Die bundesweit größte öffentliche Musikschule ist die Staatliche Jugendmusikschule Hamburg.

Die Tatsache, dass Hamburg hinsichtlich des Anteils von Musikschülern unter 20 Jahren unter dem bundesweiten Durchschnittswert liegt, lässt auf Entwicklungspotenziale schließen. Von den Kindern unter 6 Jahren besuchten im Jahr 2006 in Hamburg 0,9 % eine Musikschule (Deutschland: 3,7 %), unter den 6- bis 10-Jährigen waren es 4,3 % (Deutschland 8,1 %), unter den 10- bis 15-Jährigen 3,8 % (Deutschland 6,8 %) und unter den 15- bis 19-Jährigen 1,9 % (Deutschland 3,2 %).²⁴ Damit liegt Hamburg hinsichtlich dieses Indikators hinter der überwiegenden Anzahl der anderen Bundesländer; ähnlich geringe Werte weist nur Bremen auf. Baden-Württemberg erreicht die Spitzenwerte 5,1 % (unter 6 Jahre), 12,1 % (6 bis 10 Jahre), 11,1 % (10 bis 15 Jahre) und 5,4 % (15 bis 19 Jahre).

Gleichzeitig hat das kulturelle Bildungsniveau auch Einfluss auf die Konsumbereitschaft der Bevölkerung im Zusammenhang mit kulturellen Veranstaltungen. Wenn mehr Kinder eine musikalische Ausbildung erhalten, kann hieraus ein positiver Effekt auf die Nachfrage nach Musikveranstaltungen zu späteren Zeitpunkten resultieren, was zur Auslastung der Veranstaltungsorte beitragen kann.

²³ Vgl. Kulturbehörde Hamburg (2006).

²⁴ Vgl. Statistische Ämter des Bundes und der Länder (2008).

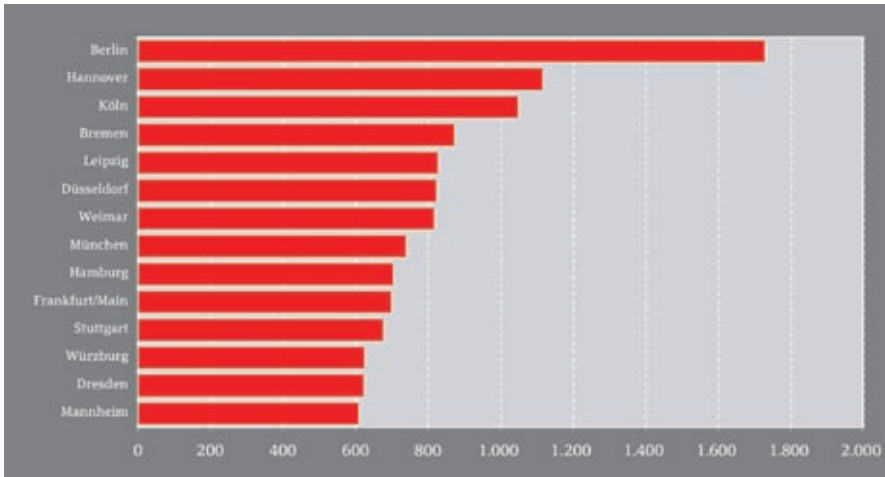


Laeiszhalle - Kleiner Saal

Foto: Markus Kröger/ Markus Dorf Müller

Abbildung 16:

Studierende an Hochschulen für Musik und Theater in Deutschland*, 2007



* der weit überwiegende Teil der Studienfächer bezieht sich auf Musik

Quelle: Deutsches Musikinformationszentrum Bonn (2008), Stand 01.10.2007.

Auch der Anteil aktiver und fördernder Chormitglieder an der Bevölkerung zeigt, wie sehr sich diese mit Vokalmusik beschäftigt und damit zum kulturellen Umfeld und der kulturellen Bildung der jeweiligen Stadt oder Region beiträgt. Obwohl in den zur Verfügung stehenden Daten nicht alle Chöre in Deutschland berücksichtigt sind, zeigt der ermittelte Indikator doch anschaulich, in welchen Ländern die Chorbetrieiligung ausgeprägter beziehungsweise weniger ausgeprägt ist. Unter den Kulturaktivitäten für Laien hat der Chorgesang einen hohen Stellenwert.²⁵

2 % der Bevölkerung in Deutschland waren im Jahr 2007 aktive oder fördernde Mitgliedervon Chören des Deutschen Chorverbands (DCV). Damit war bundesweit jeder 50. Einwohner dort eingetragen. Die größten Anteile von Mitgliedern in Chören an der Bevölkerung wurden in den Ländern Rheinland-Pfalz (5,9 %), Hessen (4,2 %) und Baden-Württemberg (4,1 %) ermittelt. Die geringsten Anteile an Mitgliedern in Chören des DCV wurden in den Ländern

beziehungsweise den Landesverbänden Berlin/Brandenburg, Hamburg, Sachsen/Sachsen-Anhalt (jeweils 0,3 %) und Mecklenburg-Vorpommern (0,2 %) nachgewiesen. In Hamburg bestehen somit Entwicklungspotenziale, was auch die absolute Anzahl der Chormitglieder zeigt. Während im Jahr 2007 in Hamburg 5 451 Menschen Mitglieder im Deutschen Chorverband waren, waren es in dem deutlich kleineren Bundesland Bremen 4 177 Menschen.

Um Kinder wieder für die Musik, vor allem das Singen zu begeistern, wurde 2007 das langfristig angelegte Projekt „Canto elementar: Gemeinsam singen – Kreativität fördern“ seitens der Beiersdorf AG, der Yehudi Menuhin Stiftung und der Freien und Hansestadt Hamburg ins Leben gerufen. Durch das gemeinsame Singen in Kindertagesstätten und Kindergärten in Hamburg soll vor allem die Singkultur von Kindern gefördert werden. Dies ist nur eine Initiative zur Förderung der Musikvermittlung für die es in Hamburg zahlreiche Beispiele gibt.²⁶

²⁵ Vgl. Statistische Ämter des Bundes und der Länder (2008).

²⁶ Vgl. Behörde für Kultur, Sport und Medien (2007); Behörde für Kultur, Sport und Medien (2007); Körber-Stiftung/Elbphilharmonie (2008).

Tabelle 6:

Ausgewählte Ausbildungsangebote

Name	öffentlich/ privat	Geeignet für	Fächer und Themen	Größe	Grün- dung	Besonderheiten
Hochschule für Musik u. Theater (HFMT)	öffentlich	Studenten	Klassik, Jazz, Musiktherapie u. Musikwissenschaft	750 Studenten, 144 Professoren	1950	300 Musikveranstaltungen pro Jahr
Universität Hamburg	öffentlich	Studenten	Historische und systematische Musikwissenschaft	Studentenzahl insgesamt: ca. 38 000	1919	
Hamburger Konservatorium	privat	Studium auch ohne Abitur, Musikschüler	von Klassik über Musikpädagogik bis zu Popmusik	1 600 Schüler und 200 Studenten	1908	neben Studium auch Erlernen von Instrumenten für jedermann
Johannes-Brahms-Konservatorium	privat	Studium auch ohne Abitur, Musikschüler	Musikpädagogik und Künstlerische Reife		1908	neben Studium auch Erlernen von Instrumenten für jedermann
Sängerakademie	privat (gGmbH)	Studenten, Musikschüler	Berufschorgesang, Populärmusik, Gesang		1990	Laienausbildung, Studienvorbereitung, Opernstudio, Gesangswettbewerbe
International College of Music	privat	ausländische Studieninteressierte		ca. 50 (Ausbau geplant auf 150)	2003	Vorbereitung auf Musikstudium in Deutschland
Staatliche Jugendmusikschule	öffentlich	Kinder und Jugendliche	Klassische Instrumente, Musiktherapie, Musical, Popmusik, Theatermusik	8 068 Musikschüler	1951	zahlreiche Konzerte, Workshops etc. im Jahr
Yamaha Academy of Music	privat	Kleinkinder, Schüler, Erwachsene	Frühkindliche Musikalisierung, Instrumentalunterricht, Rock/Pop, Musikschulpädagogik	1 800 Schüler	1998	zahlreiche Veranstaltungen im ganzen Jahr
Joop van den Ende Academy (STAGE Holding)	privat	junge Tänzer und Sänger	Musicalausbildung	Jährliche Ausbildung von 16 Musicaldarstellern	2003	Schnuppertage, Ferienprogramme, Musical-Workshops
Stage School	privat	junge Tänzer und Sänger	Ausbildung zum Bühnendarsteller	250 Schüler	1985	Workshops, Intensivkurse
Hamburg School of Music	privat	junge Sänger	Ausbildung zum Live- und Studiomusiker im Bereich Pop, Rock, Latin, Jazz	15 bis 35 Absolventen pro Jahrgang	2000	Einzel- und Gruppenunterricht für Anfänger und Fortgeschrittene, zahlreiche Veranstaltungen
Musikseminar Hamburg	privat	angehende Studenten, Berufsmusiker	Musik- und Gesangspädagogik	1987-2007: 300 Studenten, Abschluss Diplom	1987	diverse Veranstaltungen im Jahr
Hamburger Mozarteum	privat	Musikschüler, angehende Studenten	Ausbildung zur Lehrkraft für Musikalische Früherziehung u. Gesang		1977	Vorbereitung auf Musikhochschulstudium, Studiokonzerte
Landesmusikakademie Hamburg	öffentlich	Lehrer in musikalischen Bereichen	Fort- und Weiterbildung		2003	Kooperation mit der Elbphilharmonie, diverse Symposien
Landesjugendorchester Hamburg	öffentlich	junge Talente	Klassik	80 Mitglieder	1968	eines der ältesten Orchester dieser Art in Deutschland
Steinway & Sons	privat	Auszubildende	Musikinstrumentenbau (Klavier)	Zur Zeit 15 Auszubildende	1853	Industrieller Instrumentenbau
SAE Institute	privat	Auszubildende	Audio Engineering		1976	Kurzurse für Tonassistenz oder Producing

Quelle: Zusammenstellung HWWI.

2.4 Musik als Standortfaktor: Beispiele europäischer Städte

Musik ist als ein zentraler kultureller Bereich eine Komponente der Standortqualität, welche sich über zahlreiche Wirkungszusammenhänge auf die wirtschaftliche Entwicklung von Städten auswirkt.

Eine attraktive Musikszene und vielfältige Angebote im Bereich der musikalischen Unterhaltung beeinflussen die Attraktivität von Städten nicht nur für Kulturtouristen, sondern als Aspekt des kulturellen Umfeldes ihre Lebensqualität für ihre Bewohner. Ceteris paribus bevorzugen Menschen bei ihrer Wohnort- und Arbeitsplatzwahl Städte, die eine hohe Lebensqualität bieten. Diese Städte haben deshalb einen Vorteil im Wettbewerb um Menschen und Arbeitskräfte, der im Zuge der zukünftigen demografischen Veränderungen – die zunehmend von einem Rückgang der Erwerbspersonenzahlen geprägt sein werden – an Bedeutung gewinnen wird.

Darüber hinaus ist Musik von hoher Relevanz für das Standortmarketing und wirkt sich damit auf die nationale und internationale Wahrnehmung einer Stadt aus, welche im Zuge der sich fortsetzenden Internationalisierung von Stadtgesellschaften, Arbeitsmärkten und ökonomischen Aktivitäten eine wichtige Komponente der erfolgreichen Stadtentwicklung ist. Ein Beispiel hierfür ist das Opernhaus – „die Muschel“ – in Sydney. Mit der Elbphilharmonie entsteht in Hamburg ebenfalls ein Bauwerk, das bereits in seiner Entstehungsphase weltweite Aufmerksamkeit erlangt hat und sich als Austragungsort für Musikveranstaltungen international positionieren kann.

Weltweit werben Städte damit, Musikstadt zu sein, wobei dieses Label auf ganz unterschiedlichen Fundamenten basiert. Es gibt – durch Preisverleihungen oder selbst deklarierte – Cities of Pop, Musical- und Musikhauptstädte, Rock Cities und ähnliches. Berlin, Liverpool, Luxemburg, Mannheim und Oslo – die im Folgenden im Hinblick auf die Bedeutung der Musik für ihre Stadtentwicklung im Kurzportrait dargestellt werden – stehen exemplarisch für unterschiedliche Handlungsansätze und Potenziale zur Entwicklung der Musikwirtschaft. Diese Städte sind interessante Beispiele dafür, welche Wege Städte gehen, um ihre Musik und damit die Kreativwirtschaft als einen für die zukünftige Entwicklung von Städten wichtigen Wirtschaftsbereich zu fördern.

Auch die Hamburger Politik hat im Jahr 2008 beschlossen, diesen Weg einzuschlagen (vgl. Kasten 7 „Musikstadt Hamburg“). Hierbei hat Hamburg die Möglichkeit, sich an erfolgreichen „Best Practices“ und innovativen Ansätzen aus anderen Städten Europas zu orientieren, um so die Kreativwirtschaft als einen wichtigen ökonomischen Zukunftsbereich zu stärken.





Liverpool

Liverpool, die 444 500 Einwohner zählende Stadt im Nordwesten Englands, ist die Stadt der Beatles und die Heimat zahlreicher international bekannter Musiker.

In den 80er-Jahren gehörten hierzu die *Orchestral Maneuvres in the Dark (OMD)* und *Frankie Goes To Hollywood*, in den 90er-Jahren die *Lightning Seeds* mit ihrer Fußballhymne „*Three Lions (Football's Coming Home)*“ sowie das *Spice Girl Mel C* und in diesem Jahrtausend *Atomic Kitten* und *The Zutons*.²⁷ Mit dem Beatles-Museum „*Beatles Story*“ in den Liverpooler *Albert Docks* besteht ein Anziehungspunkt für Beatles-Touristen aus aller Welt. Hier ist der *Cavern Club* angesiedelt, welcher durch die „*FabFour*“ berühmt geworden ist. In den Straßen Liverpools gibt es zahlreiche Pubs, in denen Livemusik geboten wird, und die heutigen Bands der Stadt sehen wieder aus und klingen wie die Beatles.²⁸ Liverpool hat für die Bewältigung seines wirtschaftlichen Strukturwandels von einer industriell geprägten Hafen - zu einer modernen Dienstleistungsstadt an seine traditionellen Stärken angeknüpft und auch auf die Musikwirtschaft gesetzt. Und dies bereits in einer Phase als die Kreativwirtschaft für die Entwicklung deutscher Städte noch nicht im Vordergrund stand.

Im Jahr 1994 wurde Liverpool als ökonomisch rückständige Region in das Regional-Förderprogramm der EU aufgenommen. Als ein Sektor, der für die wirtschaftliche Entwicklung der Stadt bedeutsam sein könnte, wurde im Zusammenhang mit der EU-Regionalförderung der Kulturbereich festgelegt, welcher die Musikindustrie einbezog. Auf diese Weise konnte die *Merseyside Music Development Agency (MMDA)* ins Leben gerufen werden, die die Musikproduktion

lokaler Bands fördert und mit rund 630 000 Euro aus europäischen Mitteln gesponsert wurde. Zeitgleich wurden Maßnahmen umgesetzt, um das Viertel *Duke Street/Bold Street* als Musikzentrum zu etablieren.²⁹ Liverpool stellt sich selbst als eine Stadt im Bereich der *Creative Industries* dar, welcher der am schnellsten wachsende Sektor im Nordwesten Englands ist. In Liverpool arbeiten in den Bereichen *Design, Film & TV, Musik und Multimedia* 20 000 Angestellte. Der Einfluss der gesamten Kreativwirtschaft auf die *Tourismus-Industrie* wird auf 1.054 Mrd. Euro geschätzt. Unter anderem mit dem *Liverpool Biennial* und dem *Matthew Street Festival* werden allein 350 000 Besucher jährlich angezogen.³⁰ Im Bereich der Ausbildung ist in Liverpool insbesondere das 1988 gegründete, weltweit erste Institut zur Erforschung zeitgenössischer Musik zu nennen (heute Teil der *School of Music* an der *Liverpool University*). Das *Institute of Popular Music* ist bis heute in England das einzige mit Forschungsgebieten wie „*Music and Place*“, „*Music Policy and Music Industry*“ und „*Music History*“.³¹

Liverpool ist gemeinsam mit anderen Städten, wie dem norwegischen *Stavanger* und dem österreichischen *Linz* „*Kulturhauptstadt Europas 2009*“ – dieser Titel wird auf Empfehlung der *EU-Kommission* vom Rat der Europäischen Union vergeben – und bezeichnet sich auf seiner offiziellen Homepage als „*World Capital of Pop*“, denn mit mehr als 50 Songs hat die Liverpooler Musikindustrie mehr *No 1-Singles* produziert als jede andere Stadt der Welt.³²

Neben der populären Musik hat Liverpool mit seinem *Royal Liverpool Philharmonic Orchestra*, das in der *Liverpool Philharmonic Hall* spielt, allerdings auch den Anhängern klassischer Musik etwas zu bieten. Und zu den Söhnen der Stadt zählt ebenfalls *Sir Simon Rattle*, Dirigent der *Berliner Philharmoniker*. Durch die Ernennung zur *Kulturhauptstadt* ergeben sich weitere positive Effekte. Es werden 14 000 neue Stellen angeboten, über 2,02 Mrd. Euro in die Stadt investiert und 1,7 Mio. zusätzliche Besucher erwartet. Hierbei profitiert Liverpool auch davon, dass im Jahr 2004 Teile der Stadt inklusive der „*Waterfront*“ zum *Weltkulturerbe* erklärt worden sind.

Liverpool ist ein Beispiel für eine altindustrielle Stadt, die zur Verbesserung ihrer wirtschaftlichen Perspektiven bewusst auf den Kulturbereich – insbesondere die Entwicklung der Musikwirtschaft - gesetzt hat und damit positive ökonomische Entwicklungsimpulse anstoßen konnte.

²⁷ Vgl. Posener (2008); Brown (1998).

²⁸ Vgl. Posener (2008).

²⁹ Vgl. Brown (1998).

³⁰ Vgl. Henshaw (2008).

³¹ Vgl. University of Liverpool (2008).

³² Vgl. Schenk (2007); Liverpool (2008).

Luxemburg

Auch Luxemburg hat sich in der jüngeren Vergangenheit zunehmend als Kulturstadt positioniert, insbesondere aufgrund der politisch gewollten und mit öffentlichen Mitteln konzentriert geförderten Entwicklung des musikalischen Angebotes.

Nach 1995 wurde die Stadt Luxemburg im Jahr 2007 zusammen mit dem rumänischen Sibiu zum zweiten Mal zur Europäischen Kulturhauptstadt gekürt. Neben zahlreichen Museen, Theatern und historischen Bauwerken hat vor allem die regionale Musikwirtschaft in bedeutendem Maße zu einer Aufwertung des kulturellen Angebotes in Luxemburg beigetragen. Während die musikalische Landschaft der Stadt bis Mitte der 1990er Jahre vor allem durch Musikeinrichtungen und Veranstaltungen aus dem klassischen Bereich geprägt war, trägt die sogenannte populäre Musik in der 86 000 Einwohner großen Hauptstadt zunehmend zu einer vielfältigen Kulturlandschaft bei.³³ Die Stadtentwicklungspolitik hat damit bewusst auf die kulturelle Vielfalt als Aspekt der Standortqualität gesetzt. Insgesamt nimmt die Musik im Vergleich zu anderen kulturellen Angeboten, gemessen an der Zahl der Veranstaltungen und Besucherzahlen, hinter dem Theater den zweiten Platz ein.³⁴

Die Expansion des Kulturangebots ist durch massive öffentliche Förderung erreicht worden. Die luxemburgische Regierung hat die Ausgaben für kulturelle Veranstaltungen und Einrichtungen seit 1990 nahezu verdreifacht. Dies entsprach im Jahr 2007 einem Budget von rund 112 Mio. Euro und damit 1,4 % des staatlichen Haushaltsbudgets. Die luxemburgische Regierung setzt auch deshalb auf den Ausbau des kulturellen Angebotes und die Entwicklung des Veranstaltungsmarktes im Zusammenhang mit Musik, weil Musik aufgrund neuer technischer Möglichkeiten immer mehr zu einer günstig zu beziehenden „Massenware“ wird.³⁵ Infolgedessen hat sich das bis dahin wenig ausgeprägte Angebot an öffentlich zugänglichen musikalischen Veranstaltungen erheblich vergrößert, was sich in den zahlreichen regelmäßig stattfin-

denden Musik-Events und Veranstaltungsorten der Stadt widerspiegelt.³⁶ Einen bedeutenden Beitrag zum musikalischen Leben in Luxemburg-Stadt leistet die im Jahr 2005 eröffnete Philharmonie Luxemburg, die das erste Konzerthaus des Großfürstentums ist. Die drei Konzertsäle bieten Platz für 120 bis 1 500 Zuhörer, die neben klassischer und zeitgenössischer Musik auch Jazz und Weltmusik bieten. Darüber hinaus ist das Haus auch die Residenz des Orchestre Philharmonique du Luxembourg. Die Kosten für den Bau, der sich von 2002 bis 2005 erstreckte, betragen 107,7 Mio. Euro und wurden vom Ministerium für öffentliche Bauten getragen.³⁷ In 2006 verzeichnete die Philharmonie eine Besucherzahl von 141 386 Menschen. Im Jahr 2007 waren es 168 414 Besucher.

Die bis zum Ende des letzten Jahrhunderts stark durch die Klassik geprägte Musiklandschaft Luxemburgs erhielt durch zahlreiche öffentliche Infrastrukturprojekte ein neues Image und die Musikwirtschaft profitierte hiervon. Dieser Entwicklungsschub führte 2005 schließlich zum Bau des Centre de musique Amplifiées. Diese sogenannte Rockhal wurde im Auftrag des Staates in Esch/Alzette errichtet und bietet Veranstaltungen im Bereich der modernen Pop-Rock-Musik. Diese neue künstlerische Vielfalt drückt sich auch in den zahlreichen Gruppen und Künstlern aus, die sich seit Beginn des 21. Jahrhunderts in Luxemburg formiert haben.

Um die internationale Attraktivität der einheimischen Musik zu steigern, wird die Musikindustrie seitens des Kultusministeriums auf nationaler und internationaler Ebene unterstützt, unter anderem durch ein Stipendiensystem, das nationalen Musikern die Möglichkeit gibt, vor internationalem Publikum aufzutreten.

Zudem unterstützt ein Exportbüro, das in einem Zusammenschluss von Kultur-, Wirtschafts- und Außenministerium sowie den ansässigen Labels und Komponisten die Beteiligung an internationalen Musikfachmessen organisiert, die Künstler bei internationalen Werbemaßnahmen.

Der Entwicklungsprozess populärer Musik wurde durch die Entstehung neuer Medien forciert: Nach der Aufhebung des Rundfunk- und Fernsehmonopols der CLT-UFA/RTL entstanden neue Radio- und Fernsehsender, die die Verbreitung der neuen Musikbewegung beschleunigten. Populäre Musik entwickelt sich in Luxemburg zunehmend zu einem wesentlichen Bestandteil der Kulturindustrie.

Das Beispiel Luxemburgs zeigt sehr deutlich, dass durch die Konzentration von finanziellen Mitteln auf primäre Förderbereiche und das koordinierte Vorgehen unterschiedlicher Politikbereiche auch in relativ kurzer Zeit positive Entwicklungsimpulse im Kultursektor erreicht werden können. Die Musiklandschaft der Stadt hat sich innerhalb von zwei Jahrzehnten von der eher klassischen und weniger bedeutungsvollen Musiklandschaft hin zu einer sich stetig entwickelnden modernen Musikbranche mit klassischen und modernen Facetten gewandelt.

³³ Vgl. Hansen (2007).

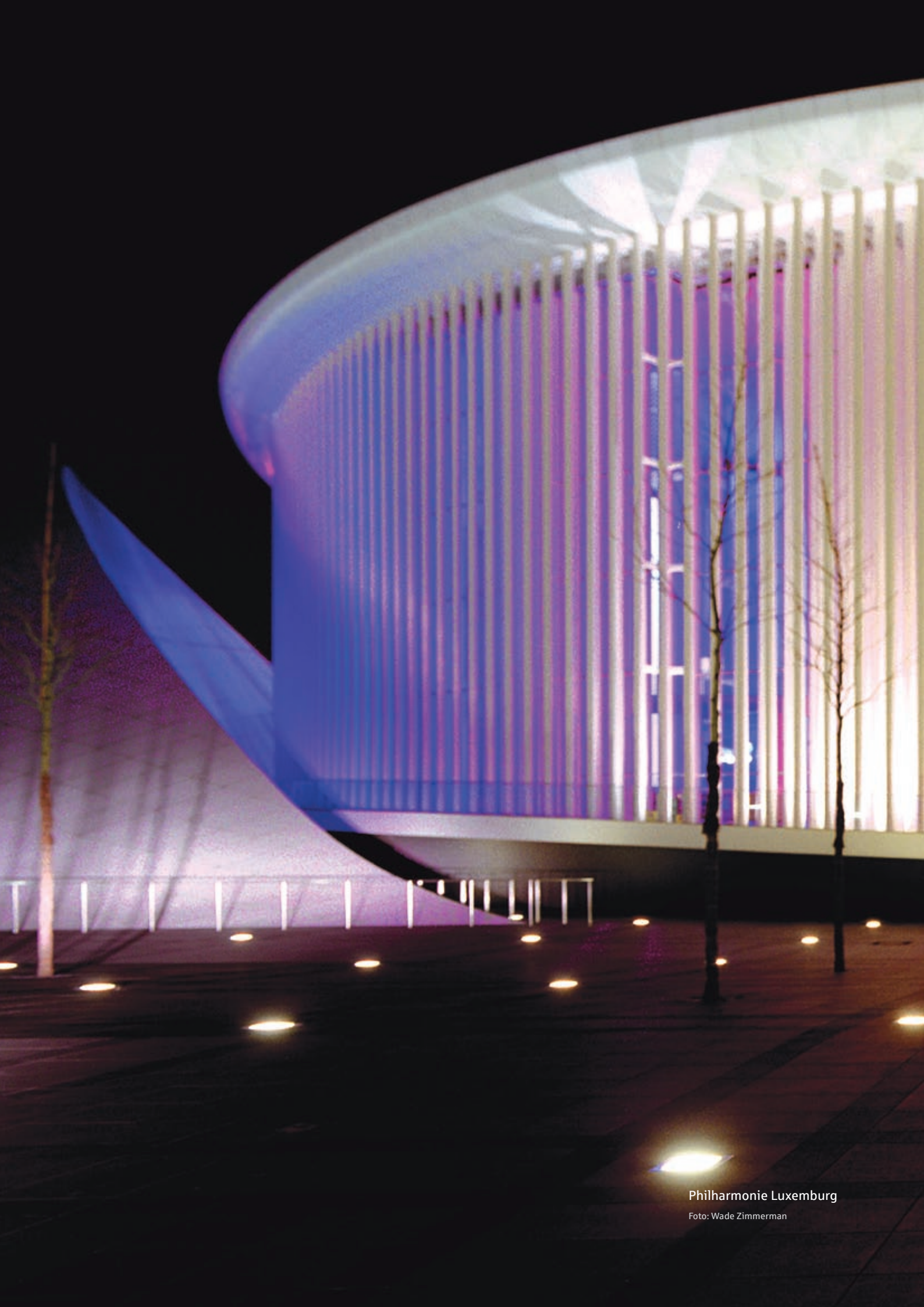
³⁴ Vgl. Statec Luxembourg (2007).

³⁵ Vgl. Ehmer/Porsch (2008).

³⁶ Vgl. o.V. (2008c).

³⁷ Vgl. Philharmonie Luxemburg (2008).





Philharmonie Luxemburg

Foto: Wade Zimmerman



Xavier Naidoo
Foto: Thommy Mardo

Mannheim

Mannheim ist mit 309 000 Einwohnern die größte Stadt der von 2,4 Mio. Menschen bewohnten Metropolregion Rhein-Neckar und fungiert als kulturelles Zentrum des Gebiets zwischen Frankfurt und Karlsruhe.

Von den 819 im Juni 2007 gemeldeten Beschäftigten in der Musikwirtschaft arbeiteten knapp 14 % im Bereich Theater- und Konzertveranstaltungen. Dieser Wert ist im deutschlandweiten Vergleich relativ hoch und wird auf die gute Infrastruktur und hohe Anzahl von Veranstaltungen im Bereich Musik und Theater zurückgeführt. Die Musikwirtschaft hat gemessen am Anteil aller Beschäftigungsverhältnisse eine etwa gleich große Bedeutung wie in Hamburg. Etwa 0,5 % der Beschäftigten arbeiten in diesem Bereich, womit die Stadt bei der Abhängigkeit des Arbeitsmarktes von der Musikwirtschaft im Mittelfeld deutscher Großstädte liegt.

Anders als in anderen deutschen Städten war die Musikwirtschaft in Mannheim von dem allgemeinen Beschäftigungsrückgang seit 1999 (Deutschland: -15,1 %) mit einer Abnahme der Arbeitsplätze um -3,3 % nur wenig betroffen. Daraus, dass Mannheim im Bereich der Musikwirtschaft eine relativ ausgeprägte Stärke erreicht, lässt sich schließen, dass die Bedingungen für diese Branche hier überdurchschnittlich günstig sind. Die Bedeutung Mannheims als Musikstandort zeigt sich insbesondere bei den stattfindenden Festivals. Das „Enjoy Jazz“-Festival wurde im Jahr 2007 in der Presse als das „umfangreichs-

te Jazzfestival weltweit“ bezeichnet.³⁸ Seit 1998 findet das „Time Warp“-Festival jährlich auf dem ansonsten messeähnlich verwendeten Maimarktgelände statt und wurde zu einem der größten Festivals für Elektronische Musik in Europa.

Bundesweite Bekanntheit im Bereich der Kreativwirtschaft hat Mannheim durch die 2003 gegründete Popakademie erlangt, welche die erste Hochschule in Deutschland war, an der Musikwirtschaft in Zusammenhang mit Populärmusik studiert werden konnte. Die angebotenen Studiengänge, „Musikbusiness“ und „Popmusikdesign“ bieten sowohl zukünftigen Managern in Verlagen oder Plattenfirmen als auch Musikern eine akademische Ausbildung. Ein wichtiges Projekt der Popakademie ist der Bandpool, in dem ausgewählte Nachwuchsbands eineinhalb Jahre lang Lehrgänge zur Entwicklung in der Musikwirtschaft erhalten. Eine der in den letzten Jahren erfolgreichen Bands hieraus, ist die aus Hamburg stammende Band „Revolverheld“. Sie wurde einer breiten Bevölkerungsschicht durch den offiziellen DFB-Song zur Fußball-Europameisterschaft „Helden 2008“ bekannt. Durch die Popakademie besitzt Mannheim ein in Deutschland sehr bedeutsames Angebot für junge Musiker und Musikinter-

essierte, das in der Lage ist, eine große Anzahl motivierter Kreativer zumindest für die Dauer der Ausbildung an die Stadt zu binden. Auch für klassische Musik und Jazz gibt es gute Ausbildungsmöglichkeiten. Mit über 500 Studenten im Bereich der Musik und Musikwissenschaften hatte die staatliche Musikhochschule der Stadt im Wintersemester 2007/2008 den zweitgrößten derartigen Studienbereich in Baden-Württemberg nach der Landeshauptstadt Stuttgart.

Die Entwicklung des Musikclusters in Mannheim wurde durch die Stadtentwicklungspolitik forciert. Ähnlich wie in Hamburgs Karostar wird die Existenzgründung in der Musikwirtschaft gezielt gefördert, insbesondere in Zusammenarbeit mit dem Musikpark Mannheim. Dieser befindet sich in direkter Nachbarschaft zur Popakademie. Dort haben sich 40 Unternehmen mit etwa 140 Arbeitsplätzen angesiedelt, die neben den subventionierten Mieten und Beratung vor allem von Netzwerk- und Synergieeffekten profitieren möchten. Wegen des großen Interesses wird seit 2007 ein weiteres Gebäude, das „MP2“, für den Musikpark verwendet. Durch Mannheims Rolle als kulturelles Zentrum der Region, insbesondere im Bereich der Großveranstaltungen, ist die Stadt ein bedeutender Veranstaltungsort. Gleichzeitig ist hier eine erfolgreiche Clusterstrategie verfolgt worden, die die Ansiedlung von Ausbildungsinstitutionen und Unternehmen der Musikwirtschaft in räumlicher Nähe unterstützt hat. Dies ist aus Sicht regionalökonomischer Entwicklungsprozesse sehr zu begrüßen, denn das Potenzial für positive Spillovers zwischen verschiedenen Akteuren eines Clusters basiert auf deren Nähe und Gelegenheiten zu regelmäßigen (und spontanen) Face-to-Face-Kontakten.

³⁸ Vgl. o.V. (2007).

Oslo

Die rund 550 000 Einwohner zählende Stadt Oslo ist der Musikmittelpunkt Norwegens. Das jüngste Projekt, welches die Musikszene Oslos über die Grenzen hinaus in die Medien gerückt hat, war die Eröffnung des Opernneubaus am Oslofjord im April des Jahres 2008. Der Neubau, der insgesamt 500 Mio. gekostet hat, wurde durch öffentliche und private Gelder finanziert.³⁹

Das aus weißem italienischem Marmor errichtete Gebäude soll an eine treibende Eisscholle erinnern und bietet mit seinem Hauptsaal 1 364 Gästen Platz. Die Oper ist das Zuhause der norwegischen Nationaloper und des norwegischen Nationalballetts, die zum überwiegenden Teil durch staatliche Gelder subventioniert werden. Neben der Opernkompanie und dem Ballett gibt es als nationale Institution (das heißt überwiegend staatlich finanziert) zudem das Philharmonische Orchester – Oslo Filharmonien –, welches im Oslo Konserthus spielt.⁴⁰

Abseits der klassischen Musik hat sich in Norwegen eine bedeutende Jazz-Szene etabliert, die sich insbesondere in zahlreichen Festivals ausdrückt. Hierzu zählen das internationale Festival Moldejazz oder das Oslo Jazzfestival. Die seit einigen Jahrzehnten bestehende Osloer Jazz-Szene, die sich auch als Gegenpol zur Wohlstandsgesellschaft versteht (Oslo ist eine der teuersten Städte der Welt), hat ab dem Jahr 2000 einen neuen Aufschwung erlebt, wobei die Vertreter der jüngeren Generation immer mehr versuchen, die Grenzen zu anderen Stilen aufzuweichen und Dancefloor- oder Elektronik-Elemente mit Jazz zu mischen. Es gibt eigene Labels („Jazzland“), bekannte Clubs („Blå“) und mit Bugge Wesseltoft einen Interpreten, der stellvertretend auch außerhalb des eigenen Landes für den neuen norwegischen Jazz steht.⁴¹

Im Bereich der Musikerziehung ist in Oslo an erster Stelle die Norges Musikkhøgskole, die Norwegische Musikhochschule, zu nennen, welche die einzige Universität in Norwegen ist, die das Fach

Musik im tertiären Bildungssegment anbietet. Derzeit studieren dort 475 Studenten und das Personal besteht aus 130 Lehrern und Dozenten. Neben ihrer Hauptfunktion als Lehranstalt ist die Hochschule zugleich Oslos größter „Konzertproduzent“, welcher jährlich etwa 300 Konzerte veranstaltet.⁴² An der Universität i Oslo wird der Studiengang Musikwissenschaft angeboten. Der Fokus liegt hierbei auf der norwegischen und der europäischen (Volks-)Musik, außerdem in den Bereichen Musiktheorie und Musiktechnologie.⁴³ Das Personal des Departments umfasst 37 Professoren, Forscher und Stipendiaten. Insgesamt sind in Norwegen 25 982 Studenten in den Fakultäten für Geisteswissenschaften und Kunst eingeschrieben. Der Anteil der Studenten an der Musikhochschule beträgt 1,83 %.⁴⁴

Das Norwegian Cultural Barometer zeigt, dass etwa 48 % der Norweger im Jahr 2004 ein Popkonzert, 35 % ein klassisches Konzert, allerdings nur knapp 6 % die Oper oder eine Operette besucht haben.⁴⁵ Letztere Zahl wird sich durch die Eröffnung der Oper sicherlich in den nächsten Jahren nach oben entwickeln.

Fakten belegen, dass in Norwegen Musikveranstaltungen ein wichtiger Wirtschaftsbereich sind. In den Jahren 2000 bis 2005 haben die privaten Haushalte im Durchschnitt bis zu 5,6 % des Bruttoinlandprodukts für Freizeit und Kultur ausgegeben, der Staat bis zu 1,9 %. Dies entspricht einer Summe von rund 2,0 Mrd. Euro beziehungsweise 0,4 Mrd. Euro.⁴⁶

Insgesamt weist die Osloer Bevölkerung eine hohe Präferenz für kulturelle Ereignisse – und ebenso eine hohe Zahlungsbe-

reitschaft – auf, was der Entwicklung der Musikwirtschaft zugute kommt. Auch hier zeigt sich die zunehmende Bedeutung der Livemusik. Neben einer großen Anzahl von Festivals wie dem Øyafestivalen, (dem größten Popfestival Norwegens) und dem Rockfestival „Norwegian Wood“, ist Oslo insbesondere ein Standort für Club-Livemusik. Es gibt „Clubnächte“, in denen über die ganze Stadt verteilt kleine und unbekanntere Bands in Bars und Clubs spielen. Diese besondere Atmosphäre ist ein Ansatzpunkt, um Touristen, die an Jazz- und individueller Rock- bzw. Indiemusik interessiert sind, zu attrahieren. Insbesondere die norwegische Jazz-Szene, die es bis in die New York Times geschafft hat, wird international wahrgenommen. Diese Entwicklung ist vor dem Hintergrund, dass in Norwegen selbst zwar das Interesse an Musik groß, der Absatzmarkt allerdings relativ klein und Jazz auch nur eine Nische im Musikbereich ist, positiv hervorzuheben.⁴⁷

Als relativ kleine europäische Hauptstadt zeigt Oslo, dass die Größe nicht das alleinige Kriterium ist, um internationale Beachtung in der Musikszene zu erlangen. Der Opernneubau garantiert ebenso wie die erstklassige Qualität zahlreicher Musiker einen internationalen Bekanntheitsgrad. Beides basiert auf hohen privaten und öffentlichen Investitionen in die Musikwirtschaft sowie auf einer ausgeprägten Konsumbereitschaft der Bevölkerung in diesem Bereich.

³⁹ Vgl. Ritter (2008).

⁴⁰ Vgl. Norwegen – die offizielle Seite in Deutschland (2008).

⁴¹ Vgl. Hentz (2001).

⁴² Vgl. Norges Musikkhøgskole (2008).

⁴³ Vgl. Universitetet i Oslo (2008).

⁴⁴ Vgl. Eurostat (2008).

⁴⁵ Vgl. Norwegian Cultural Barometer (2004).

⁴⁶ Vgl. OECD (2008).

⁴⁷ Vgl. Nicholson (2001).



Opernhaus Oslo
Foto: Erik Berg

Berlin

Seit geraumer Zeit hat Berlin den Ruf, die Musikhauptstadt Deutschlands zu sein. „Berlin, du bist so wunderbar“ schwärmt Hip Hop-Producer Philip Supreme und die Berliner Reggae & Dancehall-Band Seeed liebt ihr „Dickes B. oben an der Spree“.

In keiner anderen deutschen Stadt gibt es mehr Musikveranstaltungen und Clubs als in Berlin, was insbesondere auch mit dem großen Markt hierfür in der 3,6 Mio. Menschen umfassenden Hauptstadt erklärt werden kann. Dass die Kulturwirtschaft zu den wichtigsten Standortfaktoren der Stadt gehört, wird auch durch die regionale Politik erkannt. Sie wurde 2005 mit einem Etat von rund 538,6 Mio. Euro gefördert. Damit lagen die Kulturausgaben pro Einwohner bei 159 Euro und erreichten damit einen der höchsten Werte von allen deutschen Städten.⁴⁸ Neben der Film- und TV-Wirtschaft, dem Kunstmarkt und dem Buch- und Pressemarkt ist die Musikwirtschaft einer der bedeutendsten Wirtschaftszweige innerhalb der Kulturlandschaft der Stadt geworden.⁴⁹ Seit 2000 ist das Umsatzvolumen um 4 % auf 1,03 Mrd. Euro in 2005 angestiegen, was einem Marktanteil am gesamtdeutschen Umsatz von 6,3 % entspricht, wobei die Konzerthallen (140 Mio. Euro) der umsatzstärkste Bereich waren. Durch die Ansiedlung von Sony Music, Universal Music und zahlreichen weiteren Musiklabels hat die Musikindustrie in der Stadt weiter an Bedeutung gewonnen.⁵⁰ Gerade für größere Musikunternehmen ist neben den größeren Absatzmärkten der Grund für den Standortwechsel nach Berlin vor allem in den qualifizierten Arbeitskräften und der vielfältigen Kulturlandschaft zu sehen, die die Entdeckung und Vermarktung von Musikern erleichtern.⁵¹

Im Zuge dieser Entwicklungen und der expandierenden Musikwirtschaft hat die Unterstützung dieses Wirtschaftszweiges enorm zugenommen. Dies ist auch vor dem Hintergrund zu bewerten, dass Berlin mit massiven ökonomischen Problemen zu kämpfen hat, von denen sich der Kulturbereich – insbesondere der Musiksektor – positiv abhebt. Die Berliner Musikbranche ist ein wichtiger Standortfaktor für die Attraktivität der Hauptstadt, der durch die 2001 gegründete Musikwirtschaftsinitiative und die 1991 ins Leben gerufene Initiative Netzwerk Neue Musik mit Unterstützung des Berliner Senats aktiv gefördert wird. Ziel ist es, optimale Rahmenbedingungen zu schaffen sowie Netzwerke zwischen den Musikunternehmen aufzubauen. Die Clusterstrategie zeigt Wirkungen: In der Hauptstadt hat sich in den letzten Jahrzehnten ein großes Netzwerk zwischen verschiedensten Bereichen der Musik- und der gesamten Kulturwirtschaft entwickelt.⁵²

Berlin ist Ziel von Künstlern aus dem In- und Ausland und gilt bis heute als Hauptstadt des Electronic Sound und Techno, insbesondere aufgrund der Love Parade auf deren Basis sich die facettenreiche Clubszene für Techno-, Electronic- und Hip-Hop-Bereich entwickelte. Für die über 1 000 Gruppen im Rock-Pop-Bereich, den etwa 1 000 Jazzmusiker und 1 200 DJs stehen über 250 Veranstaltungsstätten in jeglicher Größenordnung zur Verfügung (vgl. Scholz 2004). Die kulturelle Vielfalt der Musiklandschaft Berlins wird durch die nach wie vor große Bedeutung der klassischen Musik ergänzt: Drei Opernhäuser, sieben Sinfonieorchester und vier Musical-Theater bieten zahlreiche Angebote. Auch

im Bereich der Ausbildungsmöglichkeiten mit der Fachrichtung Musik bietet Berlin im bundesdeutschen Vergleich zahlreiche Möglichkeiten: Die Hauptstadt verfügt über 155 Musikschulen, an denen insgesamt über 40 000 Schüler ausgebildet werden. 3 200 Studenten studierten im Wintersemester 2006/07 das Fach Musik an den sechs Universitäten und Hochschulen, die Ausbildungen in musikalischen Bereichen anbieten.

Das Ziel für die zukünftige Entwicklung der Musikstadt Berlin ist in der Stadtentwicklungspolitik klar definiert: Die Musikwirtschaft ist als eigenständiger Wirtschaftsfaktor mit kreativem Potenzial zu begreifen. Die Entwicklung von stadträumlichen Clustern, die im musikalischen Bereich im Osthafen bereits begonnen hat, ist aktiv zu fördern, Rahmenbedingungen und die Vermarktung der gesamten Kreativwirtschaft außerhalb Berlins müssen weiter verbessert werden.⁵³

Musik, die jedem modernen Trend folgt, ist ein zentraler Faktor der Lebensqualität in Berlin, der auch dazu beiträgt, kreative Menschen an die Stadt zu binden. Berlin ist – ähnlich wie Liverpool – ein Beispiel dafür, dass sich die Kulturwirtschaft auch in Städten, die massive strukturelle Veränderungen zu bewältigen haben, etablieren kann. Sir Simon Rattle, Chefdirigent und künstlerischer Leiter der Berliner Philharmonika zieht ein Fazit, welches den Facettenreichtum der Kunst Berlins umschreibt: „Berlin is 60 percent German, 35 percent New York and 5 percent jungle.“

⁴⁸ Vgl. Statistisches Bundesamt (2006).

⁴⁹ Vgl. Senatsverwaltung für Wirtschaft, Arbeit und Frauen Berlin/Senatsverwaltung für Wissenschaft, Forschung und Kultur Berlin(2005).

⁵⁰ Vgl. Senatsverwaltung für Wirtschaft, Arbeit und Frauen Berlin (2006); Scholz (2004).

⁵¹ Vgl. Hertsch/Mundelius (2005).

⁵² Vgl. Senatsverwaltung für Wirtschaft, Arbeit und Frauen Berlin (2006).

⁵³ Vgl. Senatsverwaltung für Wirtschaft, Arbeit und Frauen Berlin/Senatsverwaltung für Wissenschaft, Forschung und Kultur Berlin (2005).





3 Private und öffentliche Förderung der Musik

3.1 Argumente für und gegen öffentliche Förderung im Kulturbereich

Die Finanzierung des kulturellen Angebotes insgesamt und der Musik als einem seiner Teilgebiete erfolgt generell durch öffentliche oder private Finanzierungsformen.

Beim privatwirtschaftlichen Angebot – wie beispielsweise in den Musicaltheatern in Hamburg – wird der Eintrittspreis durch die Präferenzen der Konsumenten (Nachfragekurve) sowie die Kostenstrukturen der Anbieter (Angebotskurve) bestimmt. Das Angebot entspricht zu dem herrschenden Marktpreis gerade der Nachfrage nach dem Besuch von Musikveranstaltungen, wenn kein Marktversagen vorliegt.

Liegt hingegen Marktversagen vor, kann dies dazu führen, dass das kulturelle Angebot zu gering ist, wenn es privatwirtschaftlich organisiert wird. Ursachen hierfür können sein, dass von kulturellen Angeboten neben dem individuellen Nutzen des zahlenden Konsumenten weitere positive Effekte auf andere Mitglieder der Gesellschaft ausgehen. Beispiele für gesellschaftliche Erträge von musikalischen Veranstaltungen und Musikausbildung sind ein höheres Bildungsniveau der Gesellschaft, die integrationsfördernde und identitätsstiftende Wirkung von Kultur sowie eine Reduzierung von Gefängnis- und Resozialisierungskosten, weil eine gebildete Gesellschaft zu weniger Gewalt neigt.⁵⁴ Außerdem ist Kultur ein zunehmend an Bedeutung gewinnender Standortfaktor, der die Attraktivität einer Stadt

oder Region sowohl für Touristen als auch für potenzielle Zuwanderer erhöht, was positive ökonomische Entwicklungseffekte hat und öffentliche Investitionen in diesen Bereich begründen kann.

Es gibt somit eine Reihe von Argumenten dafür, dass es aus ökonomischer Perspektive sinnvoll ist, Kultureinrichtungen zu fördern. Öffentliche Subventionen und private Förderung im Kulturbereich können dazu beitragen, dass das gesellschaftlich wünschenswerte Maß an Kultur angeboten wird, was ohne die entsprechende finanzielle Förderung nicht möglich wäre. Diese Förderung kann generell durch private Förderer (Stiftungen oder Spenden von Einzelpersonen und Unternehmen) und öffentliche Förderer (Bund, Länder und Gemeinden) sowie Mischformen erfolgen.

⁵⁴ Vgl. Schär (2005).

Neben der klassischen Subvention in Form einer Geldleistung kommen Steuervergünstigungen, Investitionsanreize, Bildungsausgaben und öffentliche Unternehmen im Kulturbereich in Betracht, die ebenfalls zu den Subventionen zu zählen sind.⁵⁵ Ein verbreitetes Argument für Subventionen im Kulturbereich ist, dass diese aufgrund der fehlenden Abhängigkeit von Besucherzahlen und privaten Geldgebern die Experimentierfähigkeit kultureller Einrichtungen fördern.

Inwiefern dies zutrifft, ist allerdings schwer zu beurteilen. Zwar weisen staatlich finanzierte Opern in Deutschland einen ähnlichen Spielplan auf wie privat finanzierte Opernhäuser in den USA und beschränken sich im Wesentlichen auf die „großen“ Komponisten Verdi, Puccini, Rossini und Wagner. Die Aufführungen können sich jedoch deutlich in ihrer Qualität und Experimentierfreudigkeit unterscheiden, was in entsprechenden Vergleichen zu berücksichtigen ist. Und der Ansatz, mit öffentlichen Subventionen nur unabhängige Studiobühnen zu fördern, führt zu dem Problem, dass möglicherweise Produktionen gefördert werden, für die weder Nachfrage noch ein zukünftiger Wert besteht.⁵⁶

Subventionen sollten weder am Geschmack des Publikums vorbei vergeben werden noch dazu führen, dass Einrichtungen gefördert werden, die auch ohne Subventionen überlebensfähig wären, so dass die Subventionen abgeschöpft werden. Private Stiftungen und Spender haben die Möglichkeit, frei über die Verwendung ihrer Mittel zu entscheiden, was insbesondere auch für musikalische Projekte abseits des Mainstreams von Vorteil sein kann.

Problematisch sind im Zusammenhang mit einer öffentlichen Subventionierung weitere Aspekte. Beispielsweise entscheiden Politiker darüber, ob das vom Markt bereitgestellte Kulturangebot ausreichend ist und die Nachfrage der Bevölkerung den wahren Nutzen widerspiegelt. Der Konsument kann nicht selbst entscheiden, welche Einrichtung in welcher Höhe gefördert wird. Es besteht die Gefahr, dass Entscheidungen über Subventionen von Interessenverbänden nach nicht transparenten Kriterien vorgenommen werden.

Generell können Subventionen bei Kultureinrichtungen falsche Anreize setzen, wenn steigende Einnahmen der Einrichtung eine Verringerung der Subvention zur Folge haben. Vor diesem Hintergrund wird häufig die Frage gestellt, ob Kulturförderung grundsätzlich eine Aufgabe des Staates sein kann. Private Förderung könnte die staatlichen Subventionen (teilweise) ersetzen, da sie einer reinen Marktlösung sehr nahe kommt: Gefördert wird das, was in diesem Fall einem Teil des Publikums, den Sponsoren, unterstützenswert scheint, aber nur auf einen kleinen Kulturbereich beschränkt bleibt. Das Gießkannenprinzip der öffentlichen Einrichtungen kann zwar zu einer Verschwendung von Steuergeldern führen, bietet der Bevölkerung aber ein breiteres Angebot an Kultur.

Allerdings kommt es in diesem Fall zu neuen Problemen: Sind die von den Konsumenten gewählten Veranstaltungen überhaupt subventionsbedürftig, und was passiert, wenn sich die Gelder auf so viele Einrichtungen und Veranstaltungen verteilen, dass weiterhin keine einzelnen „überlebensfähig“ ist?⁵⁷ Aus diesem Grund kann nicht grundsätzlich unterstellt werden, dass private Förderung besser oder effizienter ist als staatliche Subventionen.

Die öffentliche Förderung von Kultur steht im Zuge der zunehmenden Sparzwänge für öffentliche Haushalte und den ökonomischen Problemen, die aus einer öffentlichen Subventionierung bestimm-

ter Wirtschaftsbereiche generell resultieren, regelmäßig in der Diskussion, und die private Förderung gewinnt in diesem Gesellschaftsbereich an Bedeutung. In der Vergangenheit gab es häufig private Förderer, die einen bestimmten Künstler unterstützt haben. Heute gründen hingegen vermehrt Unternehmen oder vermögende Privatpersonen Stiftungen, die Gelder für eine größer Anzahl von Antragstellern zur Verfügung stellen. In erster Linie werden in Deutschland durch die Stiftungen soziale Zwecke gefördert. Darauf folgen „Wissenschaft und Forschung“, „Bildung und Erziehung“ sowie „Kunst und Kultur“.⁵⁸ In den letzten Jahren zeigte sich – insbesondere in den ostdeutschen Bundesländern – ein zunehmender Trend hin zu Stiftungen für Kunst- und Kulturzwecke, was vermutlich in diesem Teil Deutschlands auf das Engagement zur „Rettung“ des über 40 Jahre lang vernachlässigten Kulturgutes zurückzuführen ist.⁵⁹

Auch in Hamburg haben Stiftungen im Zeitverlauf eine zunehmende Bedeutung für die Förderung der Musik erlangt, was insbesondere die hohe Gründungszahl von Stiftungen mit dem Schwerpunkt Kultur und Musik nach dem Jahr 2000 verdeutlicht (vgl. Tabelle 8). Darüber hinaus gibt es zahlreiche Stiftungen, die kulturelle Projekte ohne spezifischen Fokus auf Musik fördern, wie beispielsweise die Hamburgische Kulturstiftung, die BürgerStiftung Hamburg, die VR-Stiftung der Volksbanken und Raiffeisenbanken in Norddeutschland, die Kulturstiftung der HypoVereinsbank, die Nordmetall-Stiftung, die PricewaterhouseCoopers Stiftung, die Körber-Stiftung, die Haspa Hamburg Stiftung und die Zeit-Stiftung E.u.G. Buceries.

Das Gesamtvermögen aller Hamburger Stiftungen beträgt 6,6 Milliarden Euro, von denen 4 % zu Stiftungen mit Schwerpunkten in den Bereichen Kunst und Kultur gehören.⁶⁰ Im Stiftungsverzeichnis des Bundesverbandes deutscher Stifter sind in Hamburg 21 Stiftungen im Bereich Musik verzeichnet (Stand 1.2.2008).

⁵⁵ Vgl. Throsby (2001).

⁵⁶ Vgl. Frey (2000).

⁵⁷ Vgl. Schär (2005).

⁵⁸ Vgl. Bundesverband Deutscher Stiftungen (2008). Einen Überblick zu weiteren Stiftungen, die Musik in Hamburg fördern, gibt Rauhe (2008).

⁵⁹ Vgl. Bundesverband Deutscher Stiftungen (2007).

⁶⁰ Aufgrund der Vielfalt der privaten Stiftungs- und Förderlandschaft in Hamburg gibt es kein verlässliches Datenmaterial zu den vergebenen Fördermitteln in diesem Bereich (vgl. Kulturbehörde Hamburg (2006)).

⁶¹ Vgl. Müller/Mischke (1998).

Tabelle 8:

Beispiele für Stiftungen in Hamburg

Stiftung	Stiftungszweck (Auszug)
Apelsche Kultur-Stiftung, errichtet: 2003	Förderung von Kunst, Kultur und von Musik- und Literaturwissenschaft (kulturelles Zentrum Gutshaus Emlitz, Sachsen-Anhalt)
Cyril und Jutta A. Palmer-Stiftung, errichtet: 1992	Förderung junger talentierter Instrumentalisten, Vergabe von Stipendien und Zuschüsse an Nachwuchsmusiker
Dr. Ursula-Kuhn-Musikstiftung, errichtet: 2003	Förderung musikalisch hochbegabter Kinder (klassische Musik) und Bereitstellung von Musikinstrumenten
Emma und Hilde Stechert-Stiftung, errichtet: 2002	Unterstützung förderungswürdiger Studierender an der Uni Hamburg und an der Hochschule für Musik & Theater
Erna Mögenburg-Stiftung, errichtet: 2002	Förderung von Kunst und Kultur im Bereich E-Musik (Studienbeihilfe), Zuwendung an andere Körperschaften
FABRIK Stiftung, errichtet: 2006	Förderung von Kunst und Kultur im Gebäude der FABRIK, Barnerstraße (kulturelle Veranstaltungen)
Feldtmann Kulturell-Stiftung, errichtet: 2003	Förderung von Kunst und Kultur auf dem Gebiet der Musik, insb. Heranführen junger Menschen, Förderung der Konzertreihe „The link to today's music“
Gerhard Trede-Stiftung	Förderung von Kunst im Bereich Musik, finanzielle Zuwendungen an Nachwuchssolisten, Beschaffung von Mitteln für die Musikhochschule, „Gerhard-Trede-Preis“
Hans Kauffmann-Stiftung	Förderung von Bildung und Erziehung sowie Kunst und Kultur
Haspa Musik Stiftung, errichtet: 2008	Förderung der Musik in Hamburg in allen Bereichen
Ilse und Dr. Horst Rusch-Stiftung, errichtet: 1997	Förderung der kulturellen Beziehungen zwischen Hamburg und Berlin (Theater, Musik etc.)
Ingeborg und Hellmuth Spielmann-Stiftungsfonds, errichtet: 2006	Förderung von Kunst und Kultur, vor allem klassische Musik
Kirchenmusik an der Hauptkirche St. Jacobi in Hamburg, errichtet: 1976	Pflege und Förderung der geistlichen Musik in der Hauptkirche St. Jacobi
Kleio-Stiftung zur Erhaltung von Kulturwerten, errichtet: 2003	Förderung von Musikveranstaltungen, Ausbildungsförderung, Veröffentlichung (Musik, Tonträger, Partituren)
Lotti und Hans Heins-Stiftung, errichtet: 2001	Pflege der Kirchenmusik an St. Michaelis
Mara und Holger Cassens Stiftung, errichtet: 2005	Förderung von Bildung & Erziehung, Kunst und Kultur, u.a. durch Projekte im Bereich Musik für Kinder und Jugendliche
Martha Pulvermacher-Stiftung, errichtet: 2001	Förderung kultureller Zwecke im Bereich Musik (Stipendien, Tagungen, Kongresse)
Oscar und Vera Ritter Stiftung, errichtet: 1963	Förderung der Berufsausbildung und Begabtenförderung für Musiker und Komponisten
Stahlberg Stiftung, errichtet: 2002	Förderung von Jugend- und gemeinnützigen Musik-, Musical- und Theaterprojekten
Stiftung der Freunde der Hamburger Hochschule für Musik und Theater, errichtet: 1963	Unterstützung der Hochschule für Musik und Theater
Stiftung Elbphilharmonie, errichtet: 2005	Realisierung des Baus und des Betriebs der Elbphilharmonie durch eine breite Bürgerbeteiligung
Stiftung Johann Sebastian, errichtet: 2005	Förderung der Wiedererrichtung der im Kriege zerstörten Orgel in St. Katharinen, Pflege der Musik Johann Sebastian Bachs in Hamburg

Quelle: Bundesverband Deutscher Stiftungen (2008), Stand 1.2.2008.

Neu gegründet worden ist im Jahr 2008 unter dem Dach der Haspa Hamburg Stiftung eine eigenständige Musik Stiftung (vgl. Kasten 6 „Die Haspa Musik Stiftung“). Ein anderes Beispiel für private Aktivitäten in diesem Bereich aus der jüngeren Vergangenheit ist der Bau der Elbphilharmonie, der in umfangreichem Maße von privaten Spendern unterstützt wird (vgl. Kasten 5 „Die Elbphilharmonie“). Insgesamt versteht sich Deutschland als Kulturnation, wodurch sich der hohe Anteil öffentlicher Förderung an der gesamten Kulturförderung erklärt. Beispielsweise In den Vereinigten Staaten sind private Stiftungen hingegen (bereits) von deutlich höherer Bedeutung für den Kulturbereich.⁶¹ Die Entwicklungen in der jüngeren Vergangenheit in Deutschland deuten jedoch darauf hin, dass die Förderung durch private Stiftungen auch hier zunehmend für die Aufrechterhaltung eines attraktiven kulturellen Angebotes an Bedeutung gewinnen wird.

Die Kulturausgaben der deutschen Bundesländer pro Kopf der Bevölkerung unterscheiden sich deutlich. Sie sind in Sachsen und den Stadtstaaten am höchsten, während Rheinland-Pfalz, Schleswig-Holstein und das Saarland die Schlusslichter sind (vgl. Abbildung 17). Die unterschiedlichen Niveaus für Kulturausgaben spiegeln die unterschiedlichen Präferenzen und Schwerpunktsetzungen der Bundesländer für diesen Gesellschaftsbereich sowie im gewissen Maße den bereits angesprochenen Aufholbedarf der ostdeutschen Bundesländer wider.

Kasten 6:

Haspa Musik Stiftung

Die Haspa Musik Stiftung wurde Ende 2008 als Förderstiftung unter dem Dach der Haspa Hamburg Stiftung gegründet. Sie soll mit ihren Mitteln einen nachhaltigen Beitrag zur Entwicklung Hamburgs als bedeutende Musikmetropole leisten. Gefördert werden alle Musikrichtungen mit Schwerpunkten in der Ausbildung, Erziehung, Therapie und Forschung. Egal ob Kinder oder Jugendliche, die ein Instrument lernen wollen, junge Rockmusiker oder alte Jazzliebhaber: Die Haspa Musik Stiftung setzt sich für jede Art von Musik in jedem Alter ein. Als langfristiges Instrument der Musikförderung unterstützt die Haspa Musik Stiftung die Aktivitäten im Musikbereich auf lange Sicht.

Sie setzt sich für alle Arten von Musik in allen Altersgruppen ein und will mit Ihrer Förderung möglichst breit ansetzen. Ein erstes Projektbeispiel ist das Starterpaket, das gemeinsam mit RockCity e.V. entwickelt wurde: Musik als Beruf. Dabei fördert die Haspa Musik Stiftung die Bildung und Ausbildung für Kreative der Populärmusik mit Unterstützung eines so genannten Starterpaketes „Musik als Beruf“. Dahinter verbirgt sich ein professionelles Partnerprogramm für Musikschafter in der Berufsfindung, in dessen Fokus ein einjähriges Coachingprogramm für Künstler steht. Gemeinsam mit Hamburger Musikinstitutionen will die Haspa in Zukunft an Projekten und Ideen arbeiten, die grundsätzlich die Bedingungen für Musikschafter in Hamburg verbessern. Zuwendungen können an gemeinnützige Einrichtungen und Organisationen erfolgen, die sich in der Metropolregion für das Musikleben in und um Hamburg engagieren und der Stadt ein Profil als Musikmetropole geben. Der Vorstand der Stiftung setzt sich zusammen aus Dr. Harald Vogelsang (Vorsitzender), Reinhard Klein, Stefanie von Carlsburg und Jörg Finck.

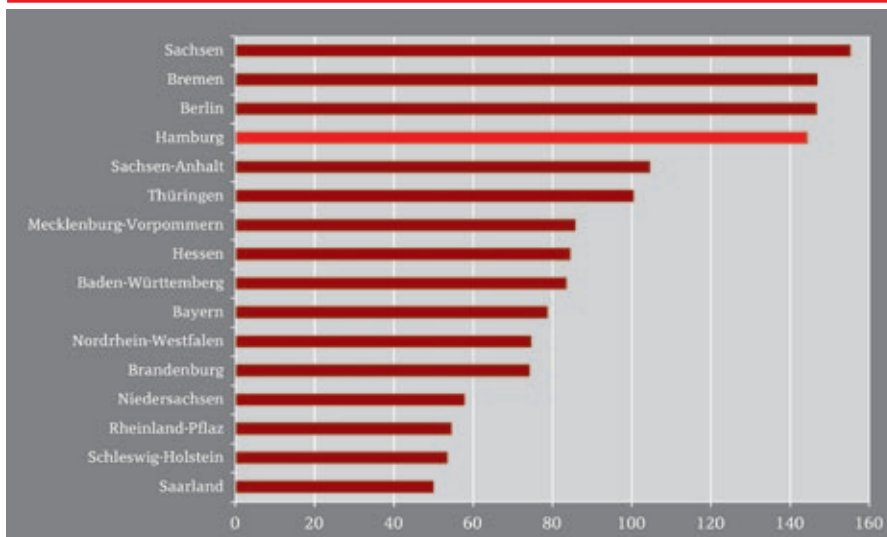
Bedeutende Hamburg Musikpersönlichkeiten konnten für das Kuratorium der Haspa Musik Stiftung gewonnen werden. Die Haspa Musik Stiftung möchte mit den Mitgliedern des Kuratoriums eine Vielfalt aus Künstlern, Veranstaltern, Musikmanagern und in der Ausbildung von professionellen Musikern und Laienmusikern tätigen abbilden:

- Prof. Dr. Hermann Rauhe (Präsident der Hochschule für Musik und Theater Hamburg a. D.) – Ehrenkurator
- Dr. Karl-Joachim Dreyer (Präsident der Verwaltungsrates der HASPA Finanzholding und Vorsitzender des Aufsichtsrates der Hamburger Sparkasse AG)
- Prof. Simone Young (Operntendantin und Generalmusikdirektorin der Hamburgischen Staatsoper)
- Prof. Elmar Lampson (Präsident Hochschule für Musik und Theater Hamburg)
- Christoph Lieben-Seutter (Generalintendant der Elbphilharmonie und Laeiszhalle)
- Karsten Jahnke (Inhaber und Geschäftsführer der Karsten Jahnke Konzertdirektion GmbH)
- Prof. Hans-Werner Funke (ProArte Konzertdirektion)
- Prof. Wolfhagen Sobirey (Präsident des Landesmusikrates Hamburg e.V.)
- Joja Wendt (Hamburger Musiker)



Abbildung 17:

Öffentliche Ausgaben für Kultur pro Kopf 2005 in Euro



Quelle: Statistisches Bundesamt (2008).

Zum anderen nehmen die Stadtstaaten, speziell Berlin als Hauptstadt, andere kulturelle Angebotsfunktionen wahr als die Flächenländer, was höhere Aufwendungen im Kulturbereich begründet. Abbildung 18 vergleicht die öffentlichen Ausgaben ausgewählter deutscher Städte für Konzerte und Theater. Hier zeigt sich ein deutlicher Rückstand Hamburgs zu zahlreichen anderen, auch deutlich kleineren Städten. Dies spiegelt sich beispielsweise in einer vergleichsweise geringen Ausstattung in Hamburg mit Planstellen in öffentlich finanzierten Orchestern wider. In Hamburg gab es im Jahr 2006 1,8 Planstellen in öffentlich finanzierten Orchestern, in Berlin waren es 2,6 und in Stuttgart waren es 5,7 Planstellen.⁶²

Das öffentliche Ausgabevolumen der Städte für Konzerte und Theater ist ein zentraler Standortfaktor, der sie attraktiv für Künstler und Musiker macht, weil die Beschäftigungs- und Erwerbsmöglichkeiten vieler Musiker von einem musikalisch regen städtischen Umfeld profitieren. Diesbezüglich befindet sich Hamburg im Mittelfeld der dargestellten Städte.

In Frankfurt am Main sind die Pro-Kopf-Ausgaben rund dreimal so hoch wie in Hamburg und in Stuttgart etwa doppelt so hoch.

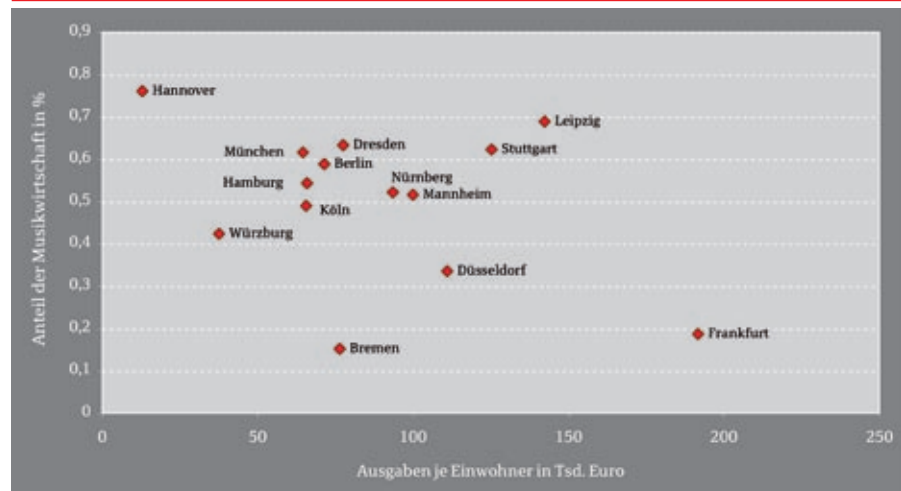
Allein aus der Betrachtung der öffentlichen Ausgaben für Musikförderung kann allerdings nicht auf die Bedingungen für die Entwicklung der Musikwirtschaft an bestimmten Standorten geschlossen werden (vgl. Abbildung 19). Ein hohes öffentliches Ausgabevolumen für den Musiksektor impliziert nicht zwangsläufig auch eine große Bedeutung der Musikwirtschaft als Wirtschaftsfaktor, das heißt für Beschäftigung und Wertschöpfung. Die Effekte der öffentlichen Förderung für die Entwicklung der Musikwirtschaft hängen letztendlich davon ab, wo und wie effizient die entsprechenden finanziellen Mittel eingesetzt werden und welche Rahmenbedingungen im Allgemeinen für die Entwicklung der Musikwirtschaft herrschen, wie die Beispiele der oben vorgestellten Städte verdeutlichen. Eine Rolle spielt hierbei auch, wie öffentliche und private Förderansätze aufeinander abgestimmt werden.

⁶² Vgl. Kulturbehörde Hamburg (2006).

Abbildung 19 zeigt, dass ein hohes Ausgabevolumen bei Konzerten und Theater in einem konkreten Fall (Stuttgart) mit einer hohen Beschäftigung in der Musikwirtschaft einher geht, in einem anderen Beispiel (Frankfurt) diese Beziehung aber nicht gilt. Hannover, wo es vergleichsweise wenig öffentliche Förderung für Konzerte und Theater gibt, ist aber ein ausgeprägter Standort der deutschen Musikwirtschaft. Diese Spezialisierung basiert jedoch im Wesentlichen auf der Stärke im Bereich der Musiktechnik, die in keinem direkten Zusammenhang zur öffentlichen Förderung des Kulturbereichs steht. Die Ergebnisse zeigen deutlich, dass neben den öffentlichen städtischen Ausgaben weitere Faktoren von Bedeutung sind, die das Gewicht eines Musikstandorts sowie die Entwicklung von Musikclustern und Musikstädten beeinflussen. Eine wichtige Rolle hierbei spielt auch das Erreichen einer kritischen Masse, ab der sich selbstverstärkende positive Effekte von Clustern erst entwickeln können.

Abbildung 19

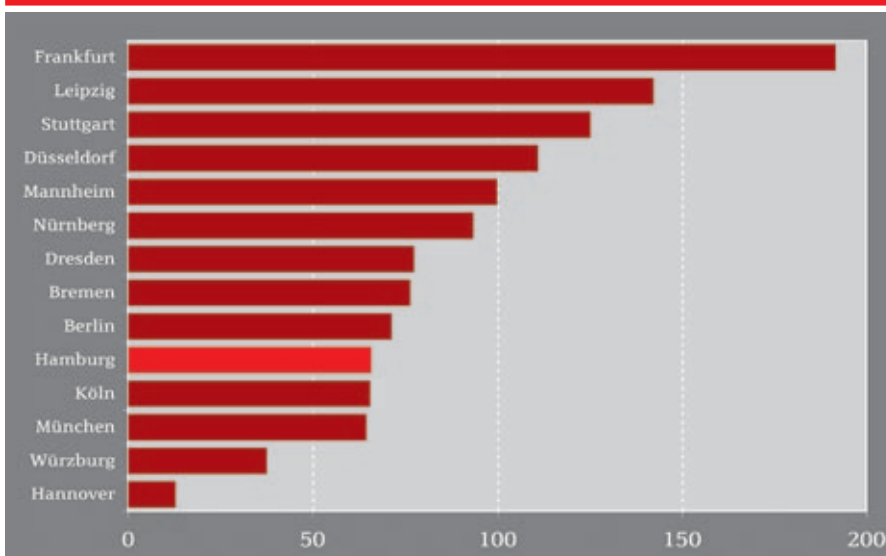
Ausgaben deutscher Städte für Konzerte und Theater 2006 in Euro je Einwohner; Anteil der Musikwirtschaft an allen sozialversicherungspflichtig Beschäftigten 2007



Quellen: Statistisches Bundesamt (2008), Bundesagentur für Arbeit (2008), Berechnungen HWWI.

Abbildung 18:

Ausgaben deutscher Städte für Konzerte und Theater in Euro je Einwohner 2006



Quelle: Statistisches Bundesamt (2008).

GROSSE FREIHEIT

36



DOOR HOUSE



3.2 Aktuelle Ansätze in Hamburg

Es gibt in Hamburg – wie im Vorangegangenen bereits erläutert worden ist – zahlreiche Argumente für die Förderung der Entwicklung im Bereich Musik, denn sie

- ist ein ökonomischer Faktor, der für die Entwicklung von europäischen Metropolen an Bedeutung gewinnt;
- beeinflusst die Standortbedingungen und die Lebensqualität Hamburgs über zahlreiche Kanäle, wie die nationale und die internationale Ausstrahlungskraft der Hansestadt und hat direkte Effekte auf das kulturelle Angebot;
- hat positive gesellschaftliche Funktionen, die über das Konsumieren von Musik deutlich hinausgehen, beispielsweise für die Bildung und den interkulturellen Dialog.

In Hamburg gibt es gegenwärtig zahlreiche private Initiativen und öffentliche Förderansätze, welche zum Ziel haben, die Entwicklung des Wirtschafts- und Kulturfaktors Musik zu stärken. Der Anteil der Kulturausgaben am Gesamthaushalt der Stadt Hamburg betrug im Jahr 2007 2,28 % (vgl. Abbildung 20). Der entsprechende Anteil der Ausgaben für Theater und Musikpflege am Gesamthaushalt

belief sich auf 1,09 %. Dieser Anteil ist ebenso wie die öffentlichen Aufwendungen für Theater und Musikpflege pro Kopf der hamburgischen Bevölkerung seit dem Jahr 2002 rückläufig. Während die Ausgaben pro Kopf für Theater und Musik im Jahr 2002 noch 68,20 Euro betragen, erreichten sie im Jahr 2007 einen Wert von 60,50 Euro.

Aus diesen Entwicklungen lässt sich schließen, dass die öffentliche Förderung von Theater und Musikpflege in dem Zeitraum von 2002 bis 2007 an Gewicht verloren hat. Damit haben sich die Ausgaben der Stadt Hamburg für die Musikförderung gegenläufig zu jenen in zahlreichen anderen deutschen Städten entwickelt, welche die expansive Förderung dieses Kulturbereichs – und der Kulturwirtschaft insgesamt – als zentralen Faktor der zukünftigen Stadtentwicklung erklärt haben. Die Ausgaben Hamburgs für Theater und Konzerte sind beispielsweise deutlich geringer als in Frankfurt, Leipzig und Stuttgart (vgl. Abbildung 18).

Vor diesem, gemessen an dem Engagement anderer Städte und den zukünftigen strukturellen Veränderungen von Städten im Hinblick auf die Kreativ- und Kulturwirtschaft festzustellenden Handlungsbedarf in Hamburg ist es sehr positiv zu bewer-

ten, dass die CDU und die GAL im April 2008 in ihrem Koalitionsvertrag vereinbart haben, die Kreativwirtschaft und insbesondere die Musik durch die Gründung der Initiative „Musikstadt Hamburg“ (vgl. Kasten 7 „Musikstadt Hamburg“) weiterzuentwickeln, auch mit Fokus auf kulturelle Stadtteilprojekte und -initiativen. Hiermit setzt die Politik ein Zeichen für die Aufwertung der Musik als wichtigen Faktor für die Entwicklung Hamburgs.

Damit dieses Ziel erreicht und das Konzept – durch den geplanten Ausbau von Veranstaltungen im Festivalbereich, die Unterstützung der Hamburger Clubszene und die Errichtung neuer Veranstaltungsorte^{55,56} in die Praxis transferiert werden kann, ist eine finanzielle Unterstützung der Initiative „Musikstadt Hamburg“ durch Haushaltsmittel unabdingbar.

Auch vor dem Hintergrund entsprechender erfolgreicher öffentlicher Investitionen zur Stärkung der Musikwirtschaft in anderen europäischen Städten ist es positiv zu bewerten, dass geplant ist, die Zahl der Musikveranstaltungen durch verschiedene Maßnahmen zu erhöhen und dass unterschiedliche Facetten der Musik – klassische ebenso wie moderne Richtungen – positive Entwicklungsimpulse erhalten sollen.

Die steigenden Ausgaben sollen neben der Elbphilharmonie vor allem den Hamburger Symphonikern zugutekommen, die vom B- zum A-Orchester heraufgestuft werden sollen. Es ist geplant, den Jahresetat von 2,97 Mio. aufzustocken, was unter anderem die Erhöhung der Anzahl der Musiker des Orchesters ermöglicht.⁶³

Für die erfolgreiche Umsetzung der Maßnahmen im Rahmen der Initiative „Musikstadt Hamburg“ ist nicht nur die Höhe der eingesetzten Finanzmittel relevant, sondern auch die Ausgestaltung der geförderten Projekte. Best Practices aus anderen Städten zeigen, dass für die Entwicklung des Kulturbereichs und der Kreativwirtschaft sowie den Erfolg entsprechender öffentlicher Maßnahmen die Vernetzung der unterschiedlichen Akteure sowie die Koordinierung der betroffenen Fachpolitiken – beispielsweise der Kultur-, Bildungs- und Wirtschaftspolitik – von hoher Relevanz sind.⁶⁴ Die Vernetzung kann

beispielsweise durch innovative Stadtentwicklungskonzepte gestärkt werden, die auf einem Bottom-up-Prozess basieren. Eine entsprechende Vorgehensweise fördert einen hohen Praxisbezug der öffentlichen Maßnahmen und ausgewählte Projekte. Dies scheint insbesondere im Bereich der Musikförderung ein wichtiger Aspekt zu sein, denn diese weist einen ausgeprägten Facettenreichtum auf, so dass die Auswahl von Projekten ein hohes Spezialwissen voraussetzt.

Die Voraussetzungen für die Koordination zwischen den verschiedenen Akteuren der Musikwirtschaft in Hamburg sind günstig, denn ein wesentliches Kennzeichen der Musikwirtschaft sind hier die in vielfältiger Form vorhandenen Netzwerke, die trotz der strukturellen Veränderungen in diesem Wirtschaftszweig und des Standortwechsels von Konzernen und Institutionen nach Berlin erhalten geblieben sind.⁶⁵

⁶³ Vgl. Engler (2008)

⁶⁴ Vgl. Könönen et al. (2008).

⁶⁵ Vgl. Dreier (2007).

Kasten 7:

Musikstadt Hamburg

Das Ziel, die Kreativwirtschaft und speziell die Musik in Hamburg weiter zu entfalten, haben die CDU und GAL im April 2008 in ihrem Koalitionsvertrag vereinbart. Kernstück ist dabei die Gründung der Initiative „Musikstadt Hamburg“, die auf Antrag der GAL beschlossen wurde. Ziel ist es, die Entwicklungspotenziale zu einer „Pop- und Rockstadt“ und damit die gesamte Kreativwirtschaft der Stadt zu fördern.

Die Maßnahmen zum „Schwerpunkt Musikstadt“ umfassen dabei vor allem die Einrichtung eines „Tages der Musik“, eine Anhebung der Anzahl an Festivals sowie Stipendien. Des Weiteren sollen die

Hamburger Symphoniker finanziell unterstützt werden. Es ist zudem geplant, die Rahmenbedingungen für die Entwicklung der Hamburger Clubszene durch die Errichtung von Kulturzonen, Unterstützung von Lärmschutzmaßnahmen, Errichtung eines regionalen Musikradios und bessere Ausstattung des Vereins RockCity zu verbessern.

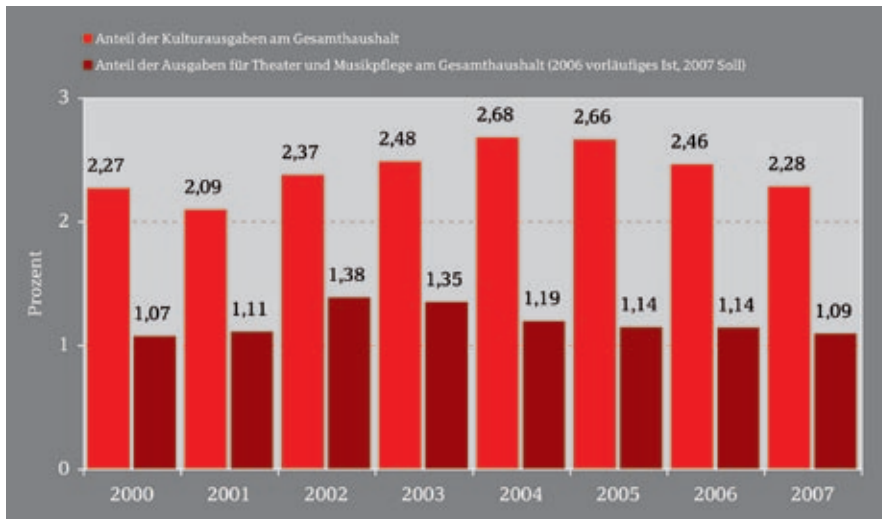
Die Errichtung neuer Veranstaltungsorte wie einer mittelgroßen Konzerthalle und einer Open-Air-Bühne in Wilhelmsburg sollen den Musikstandort auch in Zukunft weiter stärken (vgl. Koalitionsvertrag zwischen der CDU und GAL 2008). Die beschlossenen Maßnahmen sollen in

den Haushaltsberatungen mit entsprechenden finanziellen Mitteln hinterlegt und im Jahr 2009 in die Praxis umgesetzt werden.

Die geplanten Maßnahmen entsprechen den Bedürfnissen der Praxis, was ihre Befürwortung durch die Interessengemeinschaft Hamburger Musikwirtschaft verdeutlicht (vgl. Interessengemeinschaft Hamburger Musikwirtschaft e.V. 2008). Dies ist auch vor dem Hintergrund des verschärften Wettbewerbs Hamburgs mit Berlin zu sehen, wo die Musikszene bereits seit geraumer Zeit eine gezielte öffentliche Förderung erfährt.

Abbildung 20:

Hamburg, Anteil der Ausgaben für Kultur und Theater/Musikpflege am Gesamthaushalt



Quelle: Statistische Ämter des Bundes und der Länder (2008).

Von einer Vernetzung, der Zusammenarbeit sowie der räumlichen Nähe der Akteure kann die Musikwirtschaft in Hamburg profitieren und sich auch überregional – beispielsweise im Rahmen gemeinsamer Vermarktung – profilieren. Eine wesentliche Voraussetzung für eine erfolgreiche Clusterbildung und hiermit verknüpften positiven ökonomischen Effekten für die Musikwirtschaft ist die Existenz einer kritischen Masse an beteiligten Unternehmen. Verschiedene Gutachten kommen zu dem Schluss, dass Hamburgs Stärke im kreativen Potenzial und der gewachsenen Musikszene liegt, die gute Grundlagen für ein funktionierendes Musikcluster darstellen.⁶⁶

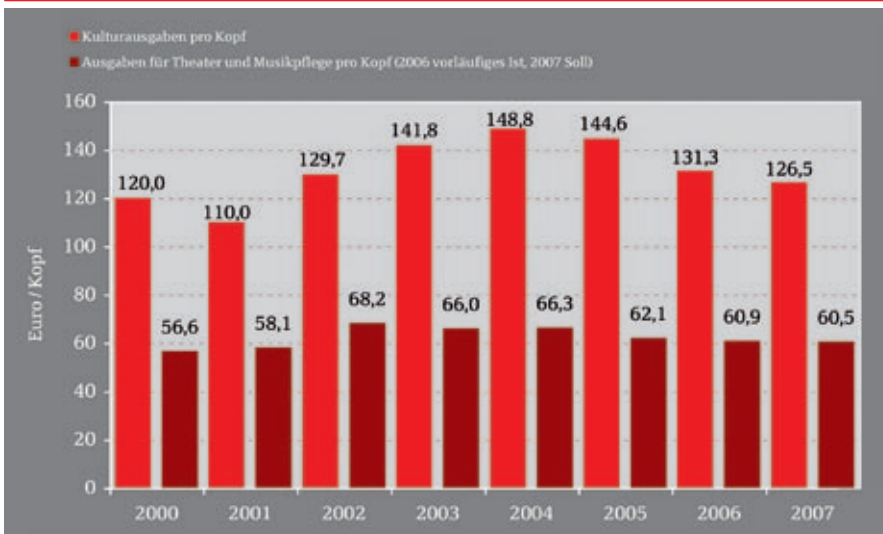
Vernetzung findet bereits in zahlreichen Initiativen statt, wie einige Beispiele zeigen. Die Hamburger Musikwirtschaft (IHM) ist eine im Jahr 2004 von bekannten Labels und Verlagen wie Warner Music, Emi Music Publishing, Edel Music sowie Konzertveranstaltern, Musikclubs, Event- und Promotionagenturen gegründete Interessensgemeinschaft, mit dem Ziel, die Musikwirtschaft nachhaltig zu fördern. Die Musicity Hamburg, eine Initiative der Hamburgischen Gesellschaft für Wirtschaftsförderung, bietet Unternehmen der Branche unter anderem ein umfangreiches Informationsangebot. Das Frauenmusik-

zentrum Hamburg unterstützt seit 1987 explizit Musikerinnen bei ihrem Weg in die Selbständigkeit. Die 1987 gegründete Organisation RockCity ist ein gemeinnütziger Verein von Musikern und Musikschaftern, der über 30 Clubbetreiber miteinander vernetzt und in erster Linie der Unterstützung von Musikern, Textern und Komponisten dient. Das Clubkombinat Hamburg ist ein Verbund von Clubbetreibern, Veranstaltern, Bookern und Agenturen, der sich seit dem Jahr 2004 zum Ziel setzt, die Interessen der Hamburger Clubs und Veranstalter in der Stadt zu vertreten und die Kommunikation mit den offiziellen Gremien und innovativen Unternehmen zu moderieren. Mit dem Karostar ist im Jahr 2005 ein Ort geschaffen worden, an dem der Austausch der Unternehmen aus der Musikbranche möglich ist und sich ein Branchennetzwerk entwickeln kann (vgl. Kasten 8 „Karostar Musikhaus“). Weitere Interessenverbände sind das Jazzbüro Hamburg, 1996 gegründet mit dem Vereinsziel der Förderung der neueren Hamburger Jazzszene, und das im Jahr 1986 zur Förderung der Musikkultur gegründete Rockbüro Hamburg. Seit dem Jahr 2008 fördert die Kulturstiftung des Bundes das bundesweite Netzwerk Neue Musik, in dessen Rahmen auch Projekte in Hamburg für eine Laufzeit von vier Jahren finanziell unterstützt werden.

⁶⁶ Vgl. Birnkraut | Partner (2006).

Abbildung 21:

Hamburg, Ausgaben für Kultur und Theater/Musikpflege pro Kopf



Quelle: Statistische Ämter des Bundes und der Länder (2008).

Eine wichtige Funktion nimmt zudem der Landesmusikrat Hamburg für die Vernetzung innerhalb der Musikwirtschaft ein. Er ist der Dachverband der in der Freien und Hansestadt Hamburg am Musikleben beteiligten Fachverbände, Institutionen und Persönlichkeiten in den Bereichen des Laienmusizierens und der professionellen Musik.

Diese Beispiele zeigen, dass vor allem für Aktivitäten im Bereich der Pop- und Rockmusik eine breite Netzwerkstruktur besteht. Zudem widmen sich zahlreiche Initiativen gezielt der Musikszene in Hamburg St. Pauli, was aufgrund der hiermit zusammenhängenden potenziellen positiven Effekte für zahlreiche Wirtschaftszweige ein wichtiges ökonomisches Handlungsfeld darstellt.

Ein Indikator für die Bedeutung der Livemusik als Wirtschaftsfaktor ist, dass sich von 2 569 im Jahr 2007 in einer Umfrage der Handelskammer befragten Reeperbahnbesuchern ein Drittel mehr „Clubs mit Livemusik“ wünschte.^{67,68}

Im August 2007 hat sich die Bezirksversammlung Mitte zur Aufgabe gemacht, die Live-Musikclubs auf der Reeperbahn

aktiv – unter anderem durch die Schaffung einer Koordinierungsstelle – zu unterstützen. Ziel dieser Kooperation zwischen Politikern, Handelskammer und Clubbesitzer, die sich regelmäßig am „runden Tisch“ treffen, ist es, dem Clubsterben in St. Pauli durch die Verbesserung der Rahmenbedingungen für live gespielte Popmusik entgegenzuwirken. Steigende Mieten, Konflikte mit Anwohnern und Immobilieneignern aufgrund der Lautstärke sowie unzureichende Möglichkeiten zur Plakatwerbung wirken sich negativ auf die Rahmenbedingungen für die Clubszene aus.⁶⁹

Vor diesem Hintergrund ist es sehr positiv zu bewerten, dass die aktuelle Initiative der Hamburger Politik als einen Schwerpunkt die Stärkung der Pop- und Rockstadt zum Ziel hat. Konkrete Handlungsansätze zur Stärkung des Musikstandortes St. Pauli zeigt ein Gutachten im Auftrag der Freien und Hansestadt Hamburg, Bezirk Mitte, aus dem Jahr 2006. Diese beziehen sich unter anderem auf die Entwicklung eines Leitbildes für St. Pauli, die Verbesserung des Dialogs zwischen den politischen Akteuren und den Clubbesitzern und den Abbau administrativer Hürden (Genehmigungsverfahren, mangelnde Transparenz von Verwaltungsabläufen etc.). Die Handelskammer Hamburg fordert zudem ein individuell ausgestaltetes Marketingkonzept für St. Pauli, das sich aus den Ergebnissen der Umfrage der Handelskammer ableitet.

Neben der Vernetzung stellen die (Nachwuchs-)Förderung von Musikern und die finanzielle Unterstützung von Musikprojekten einen wichtigen Aspekt der öffentlichen Förderung – nicht nur im Rahmen des Karostars – in Hamburg dar. Entsprechende Förderungen erfolgen beispielsweise durch die Ausschreibung von Preisen, Fördergeldern und Stipendien, um die sich Hamburger Musikinitiativen, Musiker sowie Veranstalter von Musikprojekten bewerben können. Die Behörde für Kultur, Sport und Medien vergibt jährlich finanzielle Mittel in den Bereichen

⁶⁷ Vgl. Irlor (2007).

⁶⁸ Vgl. Birnkraut | Partner (2006).

⁶⁹ Vgl. Birnkraut | Partner (2006).

E-Musik und Pop. Im Rahmen der vorhandenen Haushaltsmittel werden so Chöre, Orchester, Ensembles und musikalische Gesellschaften bei der Umsetzung von geplanten Veranstaltungen unterstützt, sofern diese ein besonderes und das Hamburger Musikleben ergänzendes Programmprofil und eine hohe künstlerische Qualität aufweisen. Außergewöhnlich begabte und junge Komponisten haben die Möglichkeit, sich bei der Kulturbehörde um ein Auslandsstipendium von zwei bis sechs Monaten an renommierten Akademien in Venedig und Paris zu bewerben. Auch internationale Künstler aller Sparten haben seit 1997 die Chance, ein monatliches Stipendium von 1 000 Euro und einen Reisekostenzuschuss zu erhalten. Die Hamburger Musikszene profitiert auch bereits von der erfolgreichen Teilnahme am bundesweiten Wettbewerb der „Initiative Musik“, der im Jahr 2007 auf Initiative der Bundesregierung gegründet worden ist und jährlich eine Mio. Fördergelder für populäre Musik zur Verfügung stellt. Ziele der Initiative sind die Förderung des Musiknachwuchses, die Integration von Personen mit Migrationshintergrund und die Verbreitung deutscher Musik im Ausland.

In der öffentlichen Förderung hat die Integrationsfunktion von Musik einen hohen Stellenwert in Hamburg erlangt, was angesichts der kontinuierlich steigenden Zahl von Menschen mit Migrationshintergrund in der Hansestadt einen wichtigen Beitrag zur Lebensqualität leisten kann. Das Themenfeld „Kultur und Integration“ ist ein wichtiger Bestandteil des Nationalen Integrationsplans 2008 für Deutschland, weil kulturelle Bildung als ein Schlüsselfaktor zur Integration bewertet wird. Die von der Bundesregierung geförderte Kulturstiftung des Bundes hat einen Schwerpunkt in der kulturellen Bildung, in dem beispielsweise ab dem Jahr 2010 gemeinsam mit dem Land Nordrhein-Westfalen und privaten Förderern das Projekt „JEKI – Jedem Kind ein Instrument“, auch den Integrationsgedanken Rechnung getragen wird.⁷⁰



Hamburg hat diese Initiative aufgegriffen. Kinder ab der zweiten Klasse sollen unabhängig von ihrer sozialen Herkunft die Möglichkeit bekommen, verschiedene Musikinstrumente auszuprobieren und zu erlernen. Die benötigten etwa 6 Mio. Euro für die Anschaffung von 30 000 Musikinstrumenten werden nicht nur von der Kulturbehörde, sondern auch von diversen privaten Partnern getragen. Die Umsetzung eines solch umfangreichen Projektes ist naturgemäß mit Problemen behaftet. Einen wichtigen Beitrag zur Umsetzung des Projektes hat mit einer Spende das Unternehmerehepaar Horst und Elke Dörner für die Ausbildung der 40 000 Grundschüler in Hamburg durch Musikpädagogen geleistet – ein weiteres Indiz für das hohe private Engagement im Bereich der Musikförderung in Hamburg.⁷¹

Das Integrationsprojekt „Hier spielt/e die Musik“, dessen Zentrum das Bürgerhaus Wilhelmsburg auf der Elbinsel ist, bildet den Auftakt für die Schaffung eines stadtteilweiten Netzwerkes für Musik.⁷² Das Projekt wurde mit dem zweiten Platz des Innovationspreises der IBA-Bildungssoffensive im Jahr 2007 ausgezeichnet und wird begleitet von einem Expertenrat bestehend aus Vertretern des Landes-

musikrats Hamburg, des Arbeitskreises Populärmusik und RockCity Hamburg. Ein weiteres Beispiel für einen Ansatz zur Förderung des gesellschaftlichen Nutzens von Musik ist das im Jahr 1987 von der Stadt Hamburg ins Leben gerufene Projekt „Lass 1000 Steine rollen“, ein jugendspezifisches Freizeitangebot, das auch Kultur- und Musikprojekte umfasst. Es dient der Suchtprävention, insbesondere für junge Menschen in schwierigen sozialen Verhältnissen.

Zusammenfassend lässt sich feststellen – dies zeigen die aufgeführten Beispiele – dass die Förderung der Musik in Hamburg genauso vielfältig wie die Musiklandschaft bunt ist. Der Facettenreichtum von Programmen und Initiativen trägt dem Aspekt Rechnung, dass der Fokus der öffentlichen Förderung nicht auf der alleinigen Subventionierung von Künstlern und Musik durch öffentliche Mittel liegen darf. Wichtig für den Erhalt der Wettbewerbsfähigkeit der Musikwirtschaft am Standort Hamburg sind zudem Investitionen in die erforderliche Infrastruktur, beispielsweise in Einrichtungen für Musikveranstaltungen unterschiedlicher Größe, Proberäume und in Bildung.

⁷⁰ Vgl. Die Bundesregierung (2007).

⁷¹ Vgl. o.V. (2008c).

⁷² Vgl. Bürgerhaus Wilhelmsburg (2008).

Die Kulturbehörde Hamburg stellt im Kulturwirtschaftsbericht aus dem Jahr 2006 zusammenfassend fest, dass Hamburg mit seinen öffentlichen und privaten Hochschulen und Akademien ein hohes Potenzial für die kulturwirtschaftliche Ausbildung besitzt, welches zur Stärkung der Kulturwirtschaft in Hamburg noch besser genutzt werden kann. Dies ist vor dem Hintergrund der hohen Bedeutung von kreativen Fachkräften und Künstlern aus aller Welt – auch im Bereich der Musik – für die zukünftige Entwicklung Hamburgs ein unverzichtbares Ziel.

Die gute Position, die Hamburg hier bereits einnimmt, kann dadurch unterstützt werden, dass die bestehenden Institutionen flexibel auf den sich im Zuge technologischer Veränderungen und struktureller Umbrüche in der Musikwirtschaft verändernden Ausbildungsbedarf reagieren, was eine Voraussetzung für den Erhalt

ihrer Wettbewerbsfähigkeit ist. Zu berücksichtigen ist bei der Entwicklung von Förderkonzepten auch, dass diese den über die ökonomischen Effekten hinausgehenden positiven gesellschaftlichen Effekten von Musik Rechnung tragen.

Zu einer Stadt mit einem reichen Musikleben gehören Bildungsangebote für alle Kinder und Jugendliche sowie Übungs- und Auftrittsmöglichkeiten für Musiker aller Genres⁷³ – Hamburg hat die Weichen für die Stärkung seiner Position als Musikstadt in die richtige Richtung gestellt. Diesen Weg gilt es mit einem langfristigen Konzept, das der Vielfalt der Musiklandschaft Rechnung trägt und zwischen den unterschiedlichen für die Entwicklung der Musikwirtschaft relevanten Fachbehörden koordiniert wird sowie einer entsprechenden Ausstattung mit öffentlichen Finanzmitteln, weiter zu verfolgen.

⁷³ Vgl. Dreier (2007).

Kasten 8:

Karostar Musikhaus

Seit Anfang 2006 besitzt Hamburg ein durch öffentliche Finanzierung gefördertes Zentrum für Startups in der Musikwirtschaft. Das Musikhaus Karostar liegt am Schlachthofgelände zwischen dem Karolinen- und dem Schanzenviertel im Stadtteil St. Pauli und damit im Herzen der hamburgischen Musikszene. Die Baukosten für das moderne Musikhaus in Höhe von 5,3 Mio. Euro wurden je zu einer Mio. Euro vom Europäischen Fonds für Regionale Entwicklung und der Behörde für Wirtschaft und Arbeit der Stadt Hamburg bezuschusst. Das Projekt wird von der STEG, einem ehemals städtischen Stadtentwicklungsunternehmen, betrieben.

Das Karostar-Musikhaus bietet auf rund 2 500 Quadratmetern Nutzfläche Platz für 33 Büros, vier Ladengeschäfte und drei Studios, die Existenzgründern zu Mietpreisen von 5,50 bis 6,50 Euro pro Quadratmeter (und damit deutlich unter

dem Marktniveau) überlassen werden können. Die Mietverträge werden nach einem „easy-in, easy-out“-Prinzip (drei Jahre Mietgarantie für Mieter, einen Monat Kündigungsfrist gegenüber dem Vermieter) gestaltet, um den Unternehmern höchstmögliche Mobilität im Falle von Vergrößerung oder Aufgabe zu garantieren. Ein Startup bekommt nach dem Einzug ins Musikhaus fünf Jahre Zeit, um sich am Markt zu etablieren, und muss sich dann neue Räume suchen, damit andere junge Unternehmen nachrücken können.

Durch das Karostar-Projekt soll die Musikwirtschaft der Stadt nachhaltig gestärkt werden, indem den besonders innovativen Kleinstbetrieben das Bestehen am Markt erleichtert wird. Unternehmen in der Musikwirtschaft haben im Vergleich zu nicht-künstlerischen Wirtschaftsbereichen größere Schwierigkeiten, rentabel zu werden und ihren Gründern eine Exis-

tenzgrundlage zu bieten. Dementsprechend werden unterstützende Angebote, darunter beispielsweise Beratungen, die das Karostar-Musikhaus Musikschaffenden bieten kann, sehr gut angenommen. Beim Richtfest 2005 waren bereits 95 % der Flächen vermietet, wobei bei Weitem nicht alle Bewerber zum Zuge kamen. Kurze Zeit nach der Fertigstellung war das Haus voll belegt.

Inzwischen haben einzelne Unternehmen den Sprung in die freie Wirtschaft geschafft und Platz für neue Gründungen gemacht (vgl. Karostar 2008). Im August 2007 hat der Karostar bereits seinen ersten Preis erhalten und wurde als „Ausgewählter Ort 2007“ im Rahmen der Standortinitiative „Deutschland – Land der Ideen“ vor allem für seine Zukunftsfähigkeit ausgezeichnet (vgl. Behörde für Kultur, Sport und Medien (2008)).

Impressum

Herausgeber:

Haspa

Hamburger Sparkasse

Hamburger Sparkasse AG
Unternehmenskommunikation
Wikinger Weg 1
20537 Hamburg

www.haspa.de

Verfasser:



Hamburgisches
WeltWirtschafts
Institut

Dr. Norbert Kriedel, Dr. Silvia Stiller
unter Mitarbeit von Franziska Biermann, Julia Freese, Tobias Stöhr
und Sandra Wilgenbusch
Hamburgisches WeltWirtschaftsinstitut gemeinnützige GmbH (HWWI)
Heimhuder Str. 71
20148 Hamburg

www.hwwi.org

Gestaltung:

Straub & Linardatos Werbung
Kirchentwiete 37-39
22765 Hamburg

Die Studie wurde im Januar 2009 abgeschlossen.

Bei Rückfragen:

Sandra Wilgenbusch
Hamburger Sparkasse AG
Tel.: 0 40/3579-3572
E-Mail: sandra.wilgenbusch@haspa.de

Haftungsausschluss:

Diese Publikation enthält diverse Aussagen und Daten aus fremden Quellen, deren Vollständigkeit und Richtigkeit die Hamburger Sparkasse AG nicht geprüft hat und für welche daher keine Verantwortung übernommen werden kann. Für in der Publikation enthaltene Bewertungen und Einschätzungen ist zu berücksichtigen, dass diese zum einen naturgemäß das Ergebnis subjektiver Beurteilungen sind und zum anderen von falschen Grundannahmen ausgehen oder objektiv falsche Schlüsse ziehen können. Für ihre objektive Richtigkeit kann daher keine Haftung übernommen werden. Schließlich kann auch die Eintrittswahrscheinlichkeit von Prognosen oder sonstigen Einschätzungen künftiger Entwicklungen nicht beurteilt oder ihr Eintritt garantiert werden.

Die Publikation ist kein Angebot und keine Aufforderung zur Abgabe eines Angebots; sie stellt auch keine Empfehlung für Investitions- oder sonstige Entscheidungen dar. Die Publikation darf – auch auszugsweise – nur mit Genehmigung der Hamburger Sparkasse AG verbreitet, vervielfältigt oder in sonstiger Weise der Öffentlichkeit zugänglich gemacht werden.

Literatur- und Quellenverzeichnis

- Altenburg, D. (2003):** Musikwissenschaft: Inhalte – Ausbildung – Berufsfelder, Deutsches Musikinformationszentrum, Bonn.
- Antrag der GAL (2007):** Formel Vielfalt – Mehr Migrantinnen und Migranten in Bildungsberufe, Antrag der GAL und Fraktion vom 15.08.2007, Drucksache 18/6777, 18. Wahlperiode, Bürgerschaft der Freien und Hansestadt Hamburg, Hamburg.
- Behörde für Kultur, Sport und Medien (2007):** Canto elementar: Gemeinsam singen – Kreativität fördern, Hamburg.
- Behörde für Kultur, Sport und Medien (2008):** <http://www.hamburg.de/bksm/>.
- Birkkraut | Partner (2006):** Gutachten zum Musikstandort St. Pauli. Im Auftrag der Freien und Hansestadt Hamburg, Bezirk Hamburg-Mitte, Bezirksversammlung, Hamburg.
- Boem, M. (2007):** Øya Festival Oslo, in: ZEIT online, Berichte vom 06.08.2007 bis 16.08.2007, Hamburg.
- Brown, A. (1998):** Music Policy in Sheffield, Manchester and Liverpool, Manchester
- Bundesagentur für Arbeit (2007):** Sozialversicherungspflichtig Beschäftigte nach Wirtschaftsgruppen der WZ 2003 auf Kreisebene am Stichtag 31.03.2007, Nürnberg.
- Bundesagentur für Arbeit (2008):** Sozialversicherungspflichtig Beschäftigte in ausgewählten Wirtschaftszweigen, Jahre 1999 – 2007, Nürnberg.
- Bundesverband Deutscher Stiftungen (2007):** Stiftungsreport 2007, Berlin.
- Bundesverband Deutscher Stiftungen (2008):** Deutsche Stiftungen 2007. Rechtsfähige Stiftungen des bürgerlichen Rechts, Berlin.
- Bürgerhaus Wilhelmsburg (2008):** <http://www.buewi.de>.
- Deutsche Stiftung Musikleben (2008):** www.deutsche-stiftung-musikleben.de.
- Deutscher Tourismusverband e. V. (DTV) (2006):** Städte- und Kulturtourismus in Deutschland, Bonn.
- Deutsches Musikinformationszentrum Bonn (2008):** Diverse Datensätze, <http://www.miz.org>.
- Die Bundesregierung (2007):** Der Nationale Integrationsplan, Neue Wege – Neue Chancen.
- Dreier, H. (2007):** Musikwirtschaft Hamburg: Profile, Trends und Entwicklungs-Chancen. Im Auftrag der Behörde für Wirtschaft und Arbeit der Hansestadt Hamburg, Hamburg. (unveröffentlicht).
- Ehmer, P. & R. Porsch (2008):** Musikindustrie: Kein Ende vom Lied – Aber Rhythmuswechsel in der Branche, Deutsche Bank Research, Frankfurt am Main.
- Elbphilharmonie (2008):** www.elbphilharmonie.de.
- Engler, K. (2008):** Senat will mehr Geld für Hamburgs Kultur ausgeben, in: WELT ONLINE vom 24.01.2008, Berlin.
- Eurostat (2008):** Anzahl der Studierenden im Tertiärbereich nach Fachrichtung und Geschlecht (Norwegen), Luxemburg.
- Feige, M. (2006):** Kulturtourismus als Wirtschaftsfaktor, Vortrag auf der 1. Kulturtourismuskonferenz der Metropolregion Hamburg, Hamburg.
- Florida, R. (2002):** The Rise of the Creative Class: And How It's Transforming Work, Leisure, Community, and Everyday Life, New York.
- Forschungsgemeinschaft Urlaub und Reisen e. V. (F.U.R. Reisanalyse) (Hrsg.) (2008):** Erste Ergebnisse der RA 2008, Präsentationscharts, Kiel.
- Frey, B. S. (2000):** Arts & Economics. Analysis & Cultural Policy, Springer Verlag, Berlin.
- Gesellschaft für Konsumforschung (GfK) (Hrsg.) (2007):** Branchenanalyse zum Konsumverhalten der Konzert- und Veranstaltungsbesucher in Deutschland, zitiert in: www.kulturfinanzierung.de/beitraege/prm/39/v_d/ni_543/index.html.
- Hamburg School of Music (2008):** www.theschool.de.
- Hamburg Tourismus GmbH (2008):** www.hamburg-tourism.de.
- Hamburg Tourismus GmbH (2007):** Marketingplan 2007-2010.
- Hamburger Konservatorium (2008):** www.hamburger-konservatorium.de.
- Hamburger Mozarteum (2008):** www.hamburgermozarteum.de.
- Hansen, J. (2007):** Apropos...populäre Musik in Luxemburg, Presse- und Informationsamt der Luxemburger Regierung, Verlagsabteilung, Luxemburg.
- Haustein-Teßmer, O. & L. Winckler (2008):** Wie MP3 die Qualität der Musik zerstört hat, in: WELT ONLINE vom 03.03.2008, Berlin.
- Heilbrun, J. & C. M. Gray (1993):** The Economics of Art & Culture. An American Perspective, Cambridge University Press, Cambridge.
- Henshaw, D. (2008):** Creativity Strategies in Liverpool. The Art of Inclusion, Liverpool.
- Hentz, S. (2001):** Das Brodeln im Abseits. Die Osloer Jazzszene und Bugge Wesseltofts Label Jazzland, in: NZZ ONLINE vom 19.07.2001, Zürich.
- Hertzsch, W. & M. Mundelius (2005):** Berlin – Da steckt Musik drin, Deutsches Institut für Wirtschaftsforschung (DIW) Berlin, Wochenbericht Nr. 14/2005, Berlin.
- Hochschule für Musik und Theater (2008):** www.hfmt-hamburg.de.
- Interessengemeinschaft Hamburger Musikwirtschaft e. V. (2008):** Den Musikstandort Hamburg stärken, Pressemitteilung vom 19.03.2004, Hamburg.
- International College of Music (2008):** www.icom-hamburg.de.
- Irlner, K. (2007):** Zurück nach vorn, in: TAZ ONLINE vom 06.08.2007, Berlin.
- Johannes Brahms-Konservatorium (2008):** www.brahms-konservatorium.de.
- Joop van den Ende Academy (2008):** <https://www.jvdea-s.de>.
- Karostar (2008):** www.karostar.de.
- Kern European Affairs (Hrsg.) (2007):** The Economy of Culture in Europe, KEA together with Media Group (Turku School of Economics) and MKW Wirtschaftsforschung GmbH on the behalf of the European Commission of Culture.
- Koalitionsvertrag zwischen der CDU und GAL (2008):** Vertrag über die Zusammenarbeit in der 19. Wahlperiode der Hamburgischen Bürgerschaft zwischen der Christlich Demokratischen Union, Landesverband Hamburg und Bündnis 90/Die Grünen, Landesverband Hamburg, GAL, Hamburg.
- Könönen, A.; Köster, R.; Lenné, T.; Reich, N.; Rohde, O.; Stiller, S. & Wedemeier, J. (2008):** Zukunftschance Kreativität. Entwicklungspotenziale von Städten im Ostseeraum, Eine gemeinsame Studie von PricewaterhouseCoopers AG und HWWI, Frankfurt am Main/Hamburg.
- Körber-Stiftung und Elbphilharmonie (2008):** The Art of Music Education, Bericht zu „Internationales Fachsymposium zur Musikvermittlung an Konzerthäusern“, Hamburg.

- Kriedel, N. (2008):** Beschäftigungseffekte von Musiktourismus in Hamburg, mimeo.
- Kulturbehörde Hamburg (2006):** Kulturwirtschaftsbericht 2006, Hamburg.
- Künstlersozialkasse (2008):** Versicherte Musiker nach Postleitzahlen, Wilhelmshaven.
- Landesjugendorchester Hamburg (2008):** www.ljo-hamburg.de.
- Landesmusikakademie Hamburg (2008):** www.landemusikakademie-hamburg.de.
- Liverpool European Capital of Culture (Liverpool) (2008):** <http://www.liverpool08.com/music/index.asp>.
- London Development Agency (2008):** <http://www.lda.gov.uk/>.
- Musikpark Mannheim (2008):** www.musikpark-mannheim.de.
- Musikseminar Hamburg (2008):** www.musikseminar.de.
- Müller, L. & J. Mischke (1998):** PopScriptum 6 – Rockmusik im föderalen System der Bundesrepublik Deutschland. Förderkonzepte und Fördermöglichkeiten, Berlin.
- neue musikzeitung (nmz) (2008):** „Ist Musikalität lehrbar? – Die Landesmusikakademie Hamburg“, 6/06 - 55. Jahrgang, Regensburg.
- Nicholson, S. (2001):** Music. European Cut In With a New Jazz Sound And Beat, in: The New York Times vom 03.06.2001, New York.
- Norges Musikkhøgskole (2008):** www.nmh.no/english/academy/no.
- Norwegen – die offizielle Seite in Deutschland (2008):** Die Infrastruktur des Musiklebens in Norwegen, Berlin und Oslo.
- Norwegian Cultural Barometer (2004):** Norwegian Cultural Barometer 2004. More people go to concerts with popular music, Oslo.
- Organisation for Economic Co-Operation and Development (OECD) (2008):** Statistical Profile of Norway, Paris.
- Ortheil, H. J. (2007):** Taschenbücher der Woche: Beatles in Hamburg, in: WELT ONLINE vom 12.05.2007, Berlin.
- o. V. (2007):** Enjoy Jazz – 10. Internationales Festival für Jazz und Anderes, Heidelberg, Mannheim und Ludwigshafen.
- o. V. (2008a):** Deutsche Hersteller behaupten führende Stellung bei qualitativ hochwertigen Musikinstrumenten, Bundesministerium für Wirtschaft und Technologie, Pressemitteilung vom 05.11.2008, Berlin.
- o. V. (2008b):** Elbphilharmonie: Eröffnungstermin ist nicht haltbar, in: FOCUS ONLINE vom 28.10.08, München.
- o.V. (2008c):** Zwischen Idealismus und Realismus auf hartem Markt in: Tagesblatt Luxemburg vom 09.07.2008, Esch-sur-Alzette.
- Peters, H. (2007):** In Hamburg soll jedes Kind ein Instrument spielen lernen, in: WELT ONLINE vom 09.12.2007, Berlin.
- Philharmonie Luxemburg (2008):** <http://www.philharmonie.lu>.
- Posener, A. (2008):** In Liverpool gedeiht das Erbe der Beatles, in: WELT ONLINE vom 28.07.2008, Berlin.
- Presse- und Informationsamt der Bundesregierung (Die Bundesregierung) (2007):** Der Nationale Integrationsplan: Neue Wege – Neue Chancen, Berlin.
- Rauhe, H. (2008):** Musikstadt Hamburg Eine klingende Chronik, Johannes Brahms Gesellschaft Hamburg (Hrsg.).
- Ritter, P. (2008):** Unter den Marmorklippen: Das neue Opernhaus in Oslo, in: Frankfurter Allgemeine Sonntagszeitung vom 16.03.2008, Nr. 11, Frankfurt am Main.
- SAE Institute (2008):** <http://www2.sae.edu/de/index.php?id=44>.
- SängerAkademie Hamburg gGmbH (2008):** www.saengerakademie.de/.
- Schär, P. (2005):** Kunst I: Ökonomie im Kunstbereich und dessen Subvention, Vortrag im Rahmen eines Seminars an der Universität Zürich, Zürich.
- Schenk, G. (2007):** Liverpool. Die graue Maus wird bunt, in: Handelsblatt Nr. 227 vom 23.11.2007, Seite 20.
- Scholz, L. (2004):** In Berlin spielt die Musik, Industrie- und Handelskammer (IHK) Berlin, Berlin.
- Senatsverwaltung für Wirtschaft, Arbeit und Frauen Berlin (2006):** Kurz-Info, Musikwirtschaft in Berlin, Berlin.
- Senatsverwaltung für Wirtschaft, Arbeit und Frauen Berlin und Senatsverwaltung für Wissenschaft, Forschung und Kultur Berlin (2005):** Kulturwirtschaft in Berlin, Entwicklung und Potenziale 2005, Berlin.
- Senioren-Ratgeber (2005):** Musik macht Narkose sanfter – schöne Klänge vermindern Schmerzmittelbedarf, in: Senioren-Ratgeber 08/2005, Baierbrunn.
- Sparkassen Tourismusbarometer Schleswig-Holstein (2003):** <http://www.sparkassen-tourismusbarometer-sh.de>.
- Stage School Hamburg (2008):** <http://www.stageschool.de>.
- Stateg Luxembourg (2007):** Annuaire statistique 2007, Diverse Daten, <http://www.statistiques.public.lu/fr/publications/horizontales/annuaireStatLux/index.html>.
- Statistische Ämter des Bundes und der Länder (2008):** Kulturstatistiken: Kulturindikatoren auf einen Blick, Ein Ländervergleich, Wiesbaden.
- Statistisches Amt für Hamburg und Schleswig-Holstein (Statistikamt Nord) (2008):** Sozialversicherungspflichtig Beschäftigte in Hamburg und Deutschland von 1999 bis 2007; Umsatzsteuerstatistik für das Land Hamburg, Jahre 1999 – 2006.
- Statistisches Bundesamt (2006):** Kultur Ausgaben der öffentlichen Hand bei 8 Milliarden Euro, Pressemitteilung Nr. 296 vom 20.07.2006, Wiesbaden.
- Statistisches Bundesamt (2008):** Diverse Datensätze, <http://www.destatis.de>.
- Steinway & Sons (2008):** www.steinway.de.
- Throsby, D. (2001):** Economics and Culture, Cambridge University Press, Cambridge.
- Universität Hamburg (2008):** www.uni-hamburg.de.
- Universitetet i Oslo (2008):** www.hf.uio.no/imv/english.
- University of Liverpool (2008):** School of Music. Institute of Popular Music, Liverpool.
- Voregger, M. (2004):** Das Verschwinden der Stereoanlage, in: Spiegel ONLINE vom 05.01.2004, Hamburg.
- Yamaha Academy of Music (2008):** www.yamaha-academy.de.
- Unternehmensinformationen (mündliche Auskünfte am 6.8.2008):** Felix Schleiermacher Geigenbauer, Quellental 10, 22609 Hamburg.
Musikhof Gronitz Metallblasinstrumente, Haydnstr. 10, 22761 Hamburg.
Rudolf von Beckerath Orgelbau GmbH, Rahlau 95, 22045 Hamburg.
Steinway & Sons, Rondenburg 10, 22525 Hamburg.

