




## Bundesfachausschuss Musikwirtschaft | Protokoll

 Dienstag, 16. Januar 2020  
14:00 - 17:00 Uhr

 Deutscher Musikrat  
Generalsekretariat  
Schumannstraße 17  
10117 Berlin

 **Anwesend**  
Gerhard A. Meinel (Vorsitz), Birgit Böcher, Christian Diekmann, Dr. Florian Drücke,  
Susann Eichstädt, Prof. Christian Höppner, Christian Krauß, Stefanie Marcus

**Entschuldigt**  
Guido Evers, Prof. Dieter Gorny

**Gäste**  
Stephan Kurzawski, Katharina Weinert

### TOP 1 Begrüßung und Genehmigung der Tagesordnung

Beschluss  
Einstimmig Die Tagesordnung wird angenommen.

### TOP 2 Genehmigung des Protokolls der letzten Sitzung

Beschluss  
Einstimmig Das Protokoll der letzten Sitzung wird ohne Änderungen angenommen.

### TOP 3 Vorstellung und Berichte der Mitglieder des Bundesfachausschusses

Eichstädt berichtet aus der letzten Sitzung des BuFa Recht und verweist auf die Stellungnahme des Bundesministeriums für Bildung und Forschung auf die Anfrage des Musikrates zum Thema Vermögensanrechnung von hochwertigen Musikinstrumenten im BAföG, die als Tischvorlage ausliegt. Sie erfragt, ob es Erfahrungswerte zu diesem Thema gebe, was nicht der Fall ist.

Krauß informiert darüber, dass am Vorabend der Diskussionsentwurf zur Umsetzung der urheberrechtlichen Richtlinie (DSM-RL) des Bundesministeriums für Justiz und Verbraucherschutz (BMJV) verschickt worden sei. Die darin vorgeschlagenen Regelungen zur Verlegerbeteiligung bei gesetzlichen Vergütungsansprüchen seien grundsätzlich zu begrüßen. Problematisch sei die gesetzlich vorgegebene Mindestquote von zwei Drittel der Einnahmen zugunsten der Urheber für sämtliche existierenden Vergütungsansprüche. Es sei vielmehr sachgerecht, wenn weiterhin individuelle Quoten vereinbart werden können, die den tatsächlichen Schaden berücksichtigen, der Urhebern und Verlegern durch die jeweiligen Schranken entsteht.

Diese Richtlinie des BMJV werde aber erst Mitte 2021 in Kraft treten. Böcher wendet ein, dass aus ihrer Sicht der Diskussionsentwurf in Bezug auf die Verlegerbeteiligung unzureichend sei, da er sich vorwiegend an Presseverlage richte und die Besonderheiten des Verhältnisses zwischen Autor, GEMA und Verlag nicht berücksichtige. Drücke erwidert, der erste Teil der Richtlinie, der jetzt umgesetzt werden solle, sei aus seiner Sicht ein Erfolg. Die Vorgaben von Seiten des BMJV seien allerdings bedenklich, wenn es um die Umsetzung des zweiten Teils der Richtlinie gehe, nämlich die Diskussion um Uploadfilter und um die Haftung der Plattformen. Hierauf müsse man sich gut vorbereiten, etwa mit Gutachten und Kommunikationsmaßnahmen.

Höppner berichtet zum Monitoring Musikalische Bildung. Die Veröffentlichung sei für März 2020 geplant. Da die einzelnen Länderministerien ihre Zahlen sehr hüten würden, habe sich der Erhalt der Daten für die Studie verzögert. Man wolle mit dem Monitoring die bisherigen pauschalen Aussagen, etwa dass bis zu 80 % des Musikunterrichts ausfallen, differenzieren und aufzeigen, wie desaströs sich das Feld des Musikunterrichts entwickle. In Verbindung mit der Studie werde es erste Handlungsempfehlungen und eine Fachtagung in Berlin geben. Er habe die Hoffnung, mit diesen Maßnahmen die öffentliche Debatte am Laufen zu halten.

Böcher verweist auf die Auszeichnung des Bundesjugendorchesters (BJO) für das beste Konzertprogramm durch den Deutschen Musikverleger-Verband. Höppner informiert darüber, dass das BJO am Vorabend der Eröffnung der Bayreuther Festspiele mit Schostakowitschs 13. Sinfonie unter der Leitung von Christian Thielemann im Bayreuther Festspielhaus auftreten werde.

#### **TOP 4** **Musikförderung**

Katharina Weinert, Policy Advisor beim Europäischen Musikrat/ European Music Council (EMC), informiert in einem Gastvortrag über „Music Moves Europe“ des EMC, den übergeordneten Rahmen für die Initiativen und Maßnahmen der EU-Kommission zur Unterstützung der europäischen Musikbranche. Der EMC habe derzeit 76 Mitglieder aus 27 Ländern, darunter den DMR. Die politische Arbeit des EMC setze auf EU-Ebene an und verfolge u.a. eine „European Agenda for Music“, die gerade ins Deutsche übersetzt werde. „Music Moves Europe“ habe das Ziel, die politische und finanzielle Unterstützung für den Musiksektor in Europa zu stärken. Dafür gebe es u.a. regelmäßig einen „Strukturierten Dialog“ mit Akteuren aus der Musikbranche. Das Programm „Music Moves Europe“ sei auf zwei

Ebenen wirksam: Zum einen werde der Musiksektor mit speziellen Maßnahmen gefördert, die 2018 bis 2020 mit sog. „Preparatory Actions“, etwa Machbarkeitsstudien und Workshops, vorbereitet würden. Zum anderen verfolge das Programm drei übergeordnete Prioritäten:

- Grenzübergreifende Verbreitung und kulturelle Vielfalt
- Förderung, Professionalisierung und Vergütung von Musikschaffenden
- Neuerfindung der musikalischen Erfahrung im digitalen Zeitalter

Ein wichtiges Arbeitsfeld sei zudem die Garantiefazilität, vor allem in Frankreich, Belgien, Rumänien und Spanien: Das Ziel sei es, Investitionen und nicht Projekte zu fördern und etwa Bankdarlehen an Kultureinrichtungen attraktiver zu machen, die durch die Garantiefazilität abgesichert seien.

Zum aktuellen Stand des Programms erläutert Weinert, dass 2020 das Gesamtbudget etwas geringer als 2019 sei. Details für „Music Moves Europe“ in diesem Jahr seien noch nicht bekannt, vermutlich werde es wegen der großen Nachfrage vor allem erneut Angebote im Bereich Training/ Education geben. Zudem wolle man die Arbeit auch wieder stärker auf eine politische Ebene stellen. Der neue Finanzrahmen von 2021 bis 2027 werde Kultur, Media und Crosssektor als drei Unterprogramme in den Mittelpunkt rücken, der Kulturprogrammteil werde sich dabei voraussichtlich sehr verändern. So sei geplant, dass neue Fördermaßnahmen dazu kommen würden wie beispielsweise die Mobilitätsförderung von Künstlern. Diese Maßnahmen bräuchten mehr Geld und würden gerade verhandelt, wobei einige Mitgliedsstaaten sehr bremsen würden, was das Gesamtbudget für die EU angehe. Dadurch bestehe derzeit eine Gefahr der Kürzung der europäischen Musikförderung. Drücke erkundigt sich, welche Rolle die deutsche Ratspräsidentschaft in diesem Zusammenhang spiele. Weinert berichtet, dass Deutschland eines der bremsenden Ländern sei, da man nur maximal ein Prozent des Brutto-Inlandsprodukts beitragen wolle. Andere Länder, vor allem in Osteuropa, würden von den Mitgliedsstaaten viel höhere Beiträge fordern. Bei diesem Thema müsse man auf nationaler Ebene noch einmal Druck machen.

Auf Nachfrage von Böchers erläutert Weinert, dass „Music Moves Europe“ insbesondere solche Institutionen als Antragsteller anspreche, die etwa ein Mentoring oder eine Residency ausrichten können, beispielsweise Konzerthäuser, Festivals oder Musikhochschulen. Anders als beim Programm „Creative Europe“, das ebenfalls viele Fördermöglichkeiten für den Musiksektor biete, gelte die dortige Beschränkung, dass nur 60 % der maximalen Förderung übernommen würden, bei „Music Moves Europe“ nicht. Ab 2021 werde „Music Moves Europe“ nicht mehr Bestandteil von „Creative Europe“ sein, sondern ein Fonds aus verschiedenen Politikbereichen.

## **TOP 5**

### **Musikmessen: Relevanz und Entwicklungen**

Stephan Kurzawski, Geschäftsleiter der Messe Frankfurt, referiert über die aktuellen Entwicklungstrends im Bereich der Musikmessen, insbesondere über Herausforderungen, Lösungsansätze und neue Chancen für das Format. Er unterstreicht die herausragende

Bedeutung der Messe Frankfurt als Deutschlands größte Messe mit 30 Tochtergesellschaften weltweit. Die Gesellschafterstruktur (Stadt Frankfurt: 60 %, Land Hessen: 40 %) habe sich als sehr hilfreich erwiesen für den Erfolg der Messe. Man habe eine Milliarde Euro aus eigener Kraft in das Messegelände in Frankfurt investiert. Das Messeleben sei grundsätzlich nicht einfacher geworden, insbesondere die Musikmesse sei ein schwieriges Produkt und die defizitärste Messe, die die Messe Frankfurt veranstalte. Frankfurt stehe aber zu seiner Musikmesse wie auch zur Buchmesse, die fest im Kulturleben der Stadt verankert seien. Die Relevanz der Branche werde durch eine Musikmesse unterstrichen, nur während einer Musikmesse schaffe es die Musik, nicht nur im Feuilleton, sondern auch im Wirtschaftsteil von Zeitungen behandelt zu werden. In Bezug auf die Herausforderungen, mit denen die Musikmesse Frankfurt zu kämpfen hat, erläutert Kurzawski die veränderte Marktsituation. Der Musikinstrumentenhandel sei der schwierigste Bereich der Musikmesse geworden, denn der Handel werde mittlerweile von einigen wenigen Anbietern wie dem Musikhaus Thomann geprägt, die den Weg direkt vom Hersteller zum Konsumenten gingen. Generell stelle die Verschiebung des Marktes in den Online-Bereich die Musikmesse vor große Herausforderungen. Doch Messe und Markt müsse man immer als Einheit verstehen. Solange die Welt reale Gegenstände brauche, werde es Messen geben, in denen auch Neuigkeiten vorgestellt würden, denn was man nicht kenne, könne man auch nicht googlen.

Messen würden allerdings nicht von Veranstaltern gemacht, sondern von Ausstellern. Schwierig sei es daher, wenn Aussteller keine Konstanz bewiesen und ihre Präsenzen auf Messen ständig wechseln würden. Kurzawski merkt zudem an, die Musikmesse sei sich bewusst, dass man den Kontakt zum Markt habe abreißen lassen, das lasse sich nicht rückgängig machen. Nun müsse man die Messe neu aufstellen und sie von einer Musikinstrumentenmesse mehr in eine Musikmesse verwandeln. Dafür müsse man die Messe durch Events anreichern und sich weniger auf die Aussteller, sondern mehr auf das Erlebnis konzentrieren. Zeit sei wertvoll, und die Messebesucher müssten das Gefühl bekommen, dass sich der Besuch lohne. Das funktioniere über Emotionen und Erlebnis. So sei beispielsweise das „Musikmesse Festival“ in Frankfurt sehr populär und generiere in der Stadt Aufmerksamkeit für das Thema Musik. Auch die Möglichkeit, auf der Musikmesse Plaza einzukaufen, sei sehr wichtig für das Publikum. In Bezug auf die Zukunft der Musikmesse erläutert Kurzawski, dass eine engere Kooperation zwischen Buch- und Musikmesse geplant sei und dass im Rahmen des Event-Charakters der Messe auch Filme, Bücher oder Games eine Rolle spielen könnten.

Auf die Nachfrage Diekmanns nach der zukünftigen Zielgruppe der Musikmesse antwortet Kurzawski, man wolle dies nicht eingrenzen, die Messe solle breit aufgestellt werden. Das Publikum werde sich aber nationalisieren und vor allem aus Zentraleuropa kommen, auch Russland sei ein guter Markt. China habe dagegen mit Music China eine eigene Messe. Dort wachse der Markt ohnehin rasant, obwohl in China deutlich weniger in die Musik investiert werde als hierzulande. Diekmann erfragt weiter, wie sich die Zielsetzung einer „Erlebnis-Messe“ mit anderen aktuellen Initiativen aus der Branche, wie dem Reeperbahnfestival in Hamburg, South by Southwest oder Eurosonic, vergleichen lasse. Kurzawski erwidert, dass die Denkart der Frankfurter Messe eine andere sei als bei den erwähnten Beispielen, in Frankfurt spiele die Musik real und nicht verstärkt virtuell eine Rolle. Meinl erkundigt sich, ob es eine Schnittmenge zu „Pro Light & Sound“ gebe, Kurzawski erläutert, dass die Messen zu

unterschiedlichen Zeitpunkten stattfinden und „Product and Sound“ zudem eine klassische B2C-Messe sei. Bei der Musikmesse in Frankfurt dagegen gebe es ein Programm im Rahmen des Festivals, um das Musizieren zu unterstützen bzw. das Interesse am Musizieren zu stärken. Auf Nachfrage von Diekmann erläutert Kurzawski zu „Hausmessen“ etwa von Labels wie Sony oder Universal, dass dieses Prinzip schon lange existiere, die Veranstalter aber nur ihre bekannten Kunden damit ansprechen würden, wohingegen große Musikmessen neue Kunden aus der ganzen Welt gewinnen wollen.

Die Frage Eichstädts, ob es Messen gebe, bei denen der Weg schon fortgeschrittener sei, verneint Kurzawski mit dem Hinweis auf die problematische Entwicklung der Messe Cebit. Dort habe man nicht rechtzeitig an den Stellschrauben gedreht und dann zu plötzlich aus der Messe ein Event machen wollen. Dafür brauche es aber einen Prozess, wie ihn die Musikmesse Frankfurt für sich initiiert habe. Handelsbezogene Messen seien generell wesentlich dafür, um Marken aufzubauen bzw. über das B2C zu stärken. Wer keine etablierte Marke habe, gehe als Aussteller länger auf Messen. In anderen Feldern aber sei das Problem der Onlineverschiebung nicht so ausgeprägt, etwa bei Industriegütermessen oder bei Nischenmessen wie der chemisch-pharmazeutischen „Ingredients“-Messe. Messen würden die Gelegenheit bieten, innerhalb von kürzester Zeit Händler aus der ganzen Welt zu treffen, mit ihnen Geschäfte zu machen und sich damit viele Reisen zu ersparen. Die persönliche Begegnung zwischen Händler und Käufer sei auch in Zeiten der digitalen Kommunikationsmöglichkeiten sehr wichtig.

Meinl betont abschließend, dass ein Markt immer in Veränderung sei und sich auch das Messegeschäft weiterhin wandeln und neue Wege beschreiten werde. Man brauche Musikmessen als Orte, an denen Musik „verdaut“ werde. Dafür solle sich auch der DMR einsetzen.

## **TOP 6**

### **Marktentwicklung**

Diekmann berichtet über die aktuellen Marktentwicklungen im Bereich der Veranstalter und der Tonträgerunternehmer. Neben anderem führt er aus: Im vergangenen Jahr seien die Streamingeinnahmen erstmals deutlich höher ausgefallen als die der Tonträgerverkäufe. Der Markt der Veranstalter sei derzeit sehr dynamisch und profitiere von der Digitalisierung etwa in Form von Online-Ticketing, Marketingmaßnahmen und Erkenntnissen über Kundenverhalten. Das Alter des Zielpublikums habe sich sehr verändert: Anders als in den 50er und 60er Jahren sei der Besuch von Livekonzerten, ob bei „Iron Maiden“ oder Udo Lindenberg, heute vor allem für eine Klientel ab Mitte Fünfzig attraktiv. Für diese böte der Konzertbesuch eine Zeitreise mit hohem emotionalem Faktor, die sie an ihre Jugend erinnere. Das Publikum sei mit den Künstlern mitgewachsen, die sich dadurch sehr lange im Geschäft halten können. Generell erfreue sich der Markt hoher Nachfrage, dies könne man seit 15 Jahren konstant etwa am Beispiel von Bands wie „The Who“ oder „Deep Purple“ verfolgen.

Im Ticketing- und Veranstalterbereich gebe es zudem eine starke Konsolidierung. Durch die Unternehmenszusammenschlüsse ergeben sich zahlreiche neue Möglichkeiten. Der Markt

werde auch zunehmend europäisch und global, während der Markt vor 20 Jahren sehr stark auf Deutschland fixiert gewesen sei. Die Wirtschafts-Finanzkrise im Jahr 2008 habe im Investmentbereich zu einer schwierigen Situation für Anleger geführt, wodurch seit einigen Jahren auch die Musik- und Unterhaltungsindustrie als Investitionsfeld attraktiv wurde. Diese Entwicklung mache zusätzlich Kapital verfügbar und ermögliche steigende Investitionen – in Produkt und auch in Unternehmensbeteiligungen. Meinel ergänzt, dass das globale Wachstum den Markt für Investoren interessant mache.

### **TOP 7**

#### **Doppelbesteuerung**

Böcher berichtet von den aktuellen Entwicklungen in Bezug auf § 50 Einkommensteuergesetz. Der Deutsche Musikverleger-Verband e.V. (DMV) sei gemeinsam mit dem Verband unabhängiger Musikunternehmer\*innen (VUT) beim Finanzministerium sowie beim Bundeszentralamt für Steuern vorstellig geworden. Es habe sich aber nicht viel verändert seit dem letzten Jahr. Der Paragraph solle neu geregelt werden, wobei die Anregungen von DMV und VUT aufgegriffen werden sollen. Das Finanzministerium sei zudem bereit, bei Bedarf bei einer Sitzung über das Problem zu referieren und seine Sichtweise darzulegen. Höppner erfragt, wie die parlamentarische Arbeit zu diesem Thema derzeit aussehe. Böcher erläutert, man habe in dieser Hinsicht bisher nicht viel versucht, da im letzten dreiviertel Jahr vor allem das Thema Umsatzsteuer sehr präsent gewesen sei. Auch dieses Thema sei noch nicht gänzlich geklärt, betreffe aber Verlage deutlich stärker als etwa Konzertveranstalter oder Labels. Der Ausschuss verständigt sich darauf, dass der DMR sich in die Debatte einbringt, falls diese sich in eine falsche Richtung entwickle.

### **TOP 8**

#### **Themen für kommende Sitzungen**

Meinel schlägt vor, die Entwicklungen der Themen Preisbindung und Umsatzsteuer abzuwarten, bevor der nächste Sitzungstermin geplant werde, und bittet die Ausschussmitglieder, den DMR über relevante Veränderungen zu informieren. Er betont, dass die Sitzungen aus konkretem Anlass durchgeführt werden sollten. Meinel regt außerdem an, das Thema Energieeffizienz von Sitzungen, etwa durch die bessere Koordination von Terminen, bei einer der kommenden Sitzungen des Bundesfachausschusses auf die Tagesordnung zu setzen.

### **TOP 9**

#### **Verschiedenes**

Keine weitere Einlassung.

Berlin, 10. Februar 2020



Gerhard A. Meinel  
*Sitzungsleitung*



Dr. Anna Vogt  
*Protokollführung*