

## **EDITORIAL**

Liebe Leserinnen und Leser,

wenn in diesem Monat zehn neue Länder, darunter acht des ehemaligen Ostblocks, zur Gemeinschaft des alten Kontinents hinzukommen, dann stehen einmal mehr die wirtschaftlichen und politischen Dimensionen im Vordergrund. Es wird indes viel darauf ankommen, auch kulturell die Herausforderungen zu meistern. Leider gibt es auffallend wenige Akteure, die alle drei Dimensionen gleichermaßen im Auge haben. Partikularinteressen helfen nicht weiter - der Erfolg wird ebenso von transparenten politischen Entscheidungen, von ökonomischem Sachverstand als auch auf die Bestimmung gemeinsamer kultureller Werte abhängen. Der nächste Arts Management Newsletter in englischer Sprache am 15. Mai wird sich den Perspektiven der EU-Osterweiterung hinsichtlich des Kulturmanagements besonders widmen.

Dieser Newsletter steht ganz im Zeichen der Musikwirtschaft. Zum einen fand am 26. April ein vielbeachteter Fachkongress zu diesem Thema statt, über den wir etwas ausführlicher berichten möchten. Hierzu führten wir im Vorfeld ein Interview mit dem Präsidenten des Bundesverbandes der Veranstaltungswirtschaft und Mitveranstalter des Kongresses, Jens Michow. Desweiteren gibt es interessante Neuerscheinungen auf dem Buchmarkt (Musikindustrie von Peter Tschmuck, Musikbusiness von Donald Passman/Wolfram Herrmann), die wir in dieser Ausgabe näher vorstellen. Zahlreiche Newsmeldungen und Konferenzberichte runden die Gesamtschau auf wirtschaftliche Aspekte im Musikbereich ab.

Sehr zufrieden sind wir mit dem Start des neuen Stellenmarkts. Viele langjährige Nutzer begrüßten die deutlich gestiegene Zahl an ausgeschriebenen Stellenausschreibungen, die Trennung zwischen Stellen und Praktika sowie die verbesserten Such- und Darstellungsfunktionen. Die meisten Leser zeigten Verständnis für die Entscheidung, den Aufruf der Anzeigen mit einem kostengünstigen Abonnement zu verbinden und es Stellenanbietern andererseits zu ermöglichen, weiterhin kostenfrei ihre Anzeigen zu veröffentlichen. So bieten wir neben der gewohnten Aktualität und schnellen Bearbeitung neu aufgegebenen Anzeigen nun die umfangreichste Auswahl an Stellen- und Praktikumsangeboten in allen Tätigkeitsfeldern und Sparten des Kulturmanagements.

Wir wünschen Ihnen an dieser Stelle Erfolg in Ihrem eigenen beruflichen Umfeld und hoffen, dass der Zuspruch zu unseren Informationsdiensten - ob nun Stellenmarkt, Newsletter, Wissensdatenbank oder das Handbuch zur Kulturfinanzierung - weiterhin so groß bleiben möge.

Ihr Dirk Heinze & Dirk Schütz sowie das Korrespondententeam des Kulturmanagement Network

## INHALT MAI 2004

### Themen & Hintergründe

1. Interview: Jens Michow, Präsident des Bundesverbandes der Veranstaltungswirtschaft
2. Creative Industries Studie in Wien abgeschlossen
3. Bildungsfunktion der Musikschulen durch Qualifikationsdefizite gefährdet

### News & Kurzberichte

4. Presseumschau zu Kulturmanagement und -politik
5. Christina Weiss begrüßt Steffen Kampeters MIDEM-Initiative
6. Internationale Präsentation der deutschen Musikwirtschaft ist Angelegenheit von German Sounds
7. In der Kultur lässt sich das Scheitern des Aufbaus Ost exemplarisch betrachten

### Publikationen

8. Buch des Monats: Kreativität und Innovation in der Musikindustrie (Peter Tschmuck)
9. Kurzvorstellung: Alles, was Sie über das Musikbusiness wissen müssen (D. Passman/W. Herrmann)
10. Kurzvorstellung: Der Musikhandel im Wandel (York P. Herpers)

### Ausbildung & Beruf

11. Interview: Enrique Banús, Direktor des Zentrums für Europäische Studien, Pamplona

### Kalender

12. Rückblick: Fachkongress „Musik als Wirtschaft II“, Berlin
13. Rückblick: Verbände, Verlage und der Fachnachwuchs. Die Frankfurter Musikmesse 2004
14. Vorschau: forward2business-Zukunftskongress, Halle (Saale)
15. Vorschau: 3. Forum für Wirtschaft und Kultur, Freiburg
16. Vorschau: pop forum-Branchenmeeting, Mannheim
17. Vorschau: Evaluation und Evaluationsverfahren in der Kulturförderung, Wolfenbüttel
18. Terminvorschau

## THEMEN & HINTERGRÜNDE

### 1. Interview: Jens Michow, Präsident des Bundesverbandes der Veranstaltungswirtschaft

Ein Beitrag von Uta Petersen, Korrespondentin, Hamburg

Vom 25. bis 26. April 2004 fand in Berlin der zweite Kongress „Musik als Wirtschaft“ statt. Unsere Korrespondentin Uta Petersen stellte dem Präsidenten des Bundesverbandes der Veranstaltungswirtschaft (idkv) e.V., Jens Michow, im Vorfeld dieses Branchentreffs sechs Fragen zur aktuellen Situation.

Download des Interviews als [Worddatei](#) oder [PDF-Datei](#)

---

### -Anzeige-

#### Kulturmanagement Stellenmarkt

Seit 19.4.2004 bieten wir eine verbesserte Version unseres Kulturmanagement Stellenmarkts:

- umfangreichste Auswahl an Stellenangeboten in allen Tätigkeitsfeldern und Sparten des Kulturmanagements
- laufende Aktualisierung (mindestens 2x wöchentlich)
- Zeitvorteil bei der Stellensuche gegenüber anderen Medien
- Zeitersparnis durch komfortable und umfassende Suchfunktion
- Stellenangebote aus Deutschland, Österreich und der Schweiz
- Trennung von Stellen und Praktika
- direkte Bewerbung durch Emailversand an den Arbeitgeber (falls vom Stellenanbieter gewünscht)
- hilfreiche Tipps rund um das Thema Berufsplanung, Bewerbung, Qualifikation

Details: <http://www.kulturmanagement.net>

---

### 2. Creative Industries Studie in Wien abgeschlossen

Creative Industries (CIs) sind vielerorts zu einem Schlagwort in der wirtschaftspolitischen Diskussion geworden. Es drängt sich der Eindruck auf, dass die CIs neben Biotech und Informationstechnologien zum dritten Hoffnungsfeld der Wirtschaftspolitik werden.

Die Stadt Wien hat in den vergangenen Jahren bereits umfangreiche Vorarbeiten zur Entwicklung einer Strategie für die CIs geleistet und erste Maßnahmen bereits durchgeführt. Dazu gehört die grundlegende Festlegung, dass die CIs ein Schwerpunktfeld der Wiener Wirtschaftspolitik sind. Aus diesem Grund wurde die Kulturdokumentation, Mediacult und Wifo von der Stadt Wien, MA 27 (EU-Strategie und Wirtschaftsentwicklung), dem Filmfonds Wien und der Wirtschaftskammer Wien beauftragt, eine Analyse des Markt-, Innovations- und Arbeitsplatzpotenzials in den Bereichen Architektur, Audiovisueller Bereich, Bildende Kunst und Kunstmarkt, Darstellende Kunst und Unterhaltungskunst, Grafik, Mode, Design, Literatur und Verlagswesen, Multimedia/ Software/ Spiele/Internet, Museen und Bibliotheken, Musikwirtschaft und Werbung durchzuführen.

Weitere Informationen: <http://www.creativeindustries.at>

### 3. Bildungsfunktion der Musikschulen durch Qualifikationsdefizite gefährdet

Ein Beitrag von Carsten Gayer, kultur21.com

Das Team von kultur21, dem für Analysen und Konzepte im Kultursektor zuständigen Geschäftsbereich der Essener Unternehmensberatung Gayer Consulting (vormals: Dr. Hirsch & Gayer Consulting) stellt der interessierten Öffentlichkeit nunmehr die kompletten Ergebnisse der in 2002 begonnenen Auftragsstudie zur Personalentwicklung an Musikschulen zur Verfügung. Angefordert hatte das Gutachten der Landesverband der Musikschulen in NRW (LVdM) e.V., Düsseldorf.

Bereits lange Zeit vor der aktuellen Pisa-Diskussion hatte der LVdM mit „Musikschule 2000“ zu Beginn der neunziger Jahre ein bundesweit vielbeachtetes Leitliniensystem zur verbesserten Wahrnehmung der Bildungsfunktion öffentlicher Musikschulen in NRW erarbeitet. In 2001 wurde dieses System einem kritischen Praxistest der Berater unterzogen. Wichtigstes Ergebnis: Es gibt signifikante Qualifikationsengpässe, die das Wirkungspotenzial der Musikschulen vor allem hinsichtlich der gewünschten Breitenförderung deutlich schmälern.

Nächste Aufgabe der externen Analysten war es daher, auf der Basis dieser ernüchternden Erkenntnisse gezielte Maßnahmen und Instrumente zur Förderung der Fort- und Weiterbildung von Lehrpersonal und Schulleitung zu verwirklichen. Hierzu wurde zunächst mittels einer landesweiten Erhebung unter den Musikschulen des Landes Nordrhein-Westfalens sowie unter deren Trägern (i.d.R. Kommunen) der Nachqualifizierungsbedarf näher eingegrenzt. Anschließend wurden diese anonymisierten Ergebnisse mit dem vorgefundenen Angebot an Fort- und Weiterbildungsmaßnahmen verglichen. Trauriges Ergebnis: wichtige Qualifikationsinhalte werden schlichtweg nicht oder viel zu wenig angeboten. Hier sind Anbieter aufgefordert, diese evidenten Lücken rasch zu schließen...

Fortsetzung: <http://www.kulturmanagement.net>

### 4. Presseumschau zu Kulturmanagement und -politik

Zweiter Anlauf für steirisches Kulturmarketing, in: [Kleine Zeitung vom 16.4.](#)  
Kultur jenseits der Großstädte Sachsens als Sorgenkind, in: [Leipziger Volkszeitung vom 2.5.](#)  
Zwischenbilanz der Kulturhauptstadtbewerbung Bremens, in: [taz vom 21.4.](#)  
Hamburgs Künstler fordern Kompetenz: Wird Karin von Welck Kultursenatorin, in: [Hamburger Abendblatt vom 2.5.](#)  
Stadtrat Dresdens beschloss neuen Hauptstadtkulturvertrag, in: [DNN vom 30.4.](#)  
Ergebnis einer IKM-Studie erhitzt kulturpolitische Gemüter, in: [Wiener Zeitung vom 16.4.](#)  
Schatzkammern der Bildung. Zur Restaurierung der Berliner Museumsinsel, in: [ZEIT vom 15.4.](#)  
Goethe-Institut plant Offensive, in: [Berliner Morgenpost vom 8.4.](#)  
Kultur made in Offenbach. Ein weicher Standortfaktor, in: [FAZ vom 7.4.](#)  
Kulturhauptstadt-Bewerbung Potsdams. Kritik hinter den Kulissen, in: [Berliner Morgenpost vom 1.4.](#)  
Interview mit Rainer Mehlh vom Verband deutscher Musikschulen, in: [nmz 5/04, S. 25](#)

### 5. Christina Weiss begrüßt Steffen Kampeters MIDEM-Initiative

Die Bundesregierung und die Musikwirtschaft sollten sich gemeinsam das Ziel setzen, auf der nächsten Midem "German Sounds" angemessen mit einer Veranstaltung zu präsentieren, auf der auch deutsche Künstler auftreten. Das erklärte die Staatsministerin Dr. Christina Weiss als Beauftragte der Bundesregierung für Kultur und Medien in einem Brief an den CDU-Bundestagsabgeordneten Steffen Kampeter, der vor einigen Wochen die Initiative für eine Midem-Präsenz deutscher Musik auf der weltgrößten Musikmesse gestartet hatte. Die Ministerin versicherte Kampeter, sie lasse diese Überlegung zwischen den beteiligten Ministerien und dem deutschen Musikexportbüros "German Sounds" überprüfen. Die Ausgestaltung im Einzelnen werde letztlich nach der Relation von Aufwand und Erwartungs-Nutzen zu beurteilen sein.

Christina Weiss wörtlich an Steffen Kampeter: "Zwei Dinge sind klar, erstens trifft Ihr Vorschlag auf das ohnehin verstärkte Bemühen der Bundesregierung, die deutsche Musikwirtschaft auch in der Außenwirkung stärker zu unterstützen und zweitens haben aber weder der Bund noch die Musikwirtschaft selbst derzeit Mittel, um einen Auftritt als offizielles Partnerland der Midem nach dem Vorbild z.B. Norwegens zu finanzieren. Zumindest hat der Phonoverband dieser Idee bereits eine klare Absage erteilt."

Steffen Kampeter begrüßte, dass seine Idee mit der Midempräsentation der deutschen Musik auf fruchtbaren Boden bei der Bundesregierung gefallen sei. Er bedauerte, dass der Phonoverband scheinbar noch keine Möglichkeit sehe, sich international an einer Plattform zu beteiligen. Gerade in einer Zeit, in der der deutsche Musikmarkt über 40 Prozent seines Umsatzes verloren habe, und Hunderte von Künstlern durch die Kündigungen ihrer Verträge mit Schallplattenfirmen keine Möglichkeit mehr hätten, eine breite Öffentlichkeit zu erreichen, sei es dringend notwendig, dass sich die Musikwirtschaft für die deutschen Künstlerinnen und Künstler und Autoren engagiere. Steffen Kampeter: "Wenn schon der deutsche Tonträgermarkt dramatisch an Substanz verliert, müssen wir mit allen Mitteln versuchen, den Auslandsmarkt für die deutsche Musik zu schließen, um so die Verluste teilweise zu kompensieren. Die deutsche Tonträgerindustrie hat hier eine große Verpflichtung zu verhindern, dass der gesamte deutsche Musikmarkt noch weiter in die Depression schlittert."

[Pressemitteilung Büro Steffen Kampeter MdB]

### 6. Internationale Präsentation der deutschen Musikwirtschaft ist Angelegenheit von German Sounds

"Die internationale Präsentation der deutschen Musikbranche ist Angelegenheit des vor einigen Monaten gegründeten Deutschen Musikexportbüros German Sounds", erklärt Gerd Gebhardt, Vorsitzender der deutschen Phonoverbände. "Die deutsche Musikwirtschaft ist seit Jahren im Rahmen des deutschen Gemeinschaftsstandes auf der internationalen Musikmesse MIDEM in Cannes präsent und ist die zweitgrößte nationale Ausstellergruppe nach Frankreich."

Gerd Gebhardt reagiert hiermit auf den Vorwurf des CDU-Bundestagsabgeordneten Steffen Kampeter, der Bundesverband "drücke sich" vor einer Präsentation. Das Gegenteil ist der Fall: Das Engagement speziell des Bundesverbandes der Phonographischen Wirtschaft hat maßgeblich zur Gründung von German Sounds beigetragen. Der Verband ist auch Gesellschafter von German Sounds, das extra für die Förderung deutscher Musik im Ausland gegründet worden ist. Es wird von der gesamten deutschen Musikwirtschaft getragen und hat sein Büro seit einigen Wochen in Berlin.

Gerd Gebhardt: "Bei der Meinungsbildung und Entscheidungsfindung des MIDEM-Engagements wird sich der Bundesverband Phono im Rahmen von German Sounds natürlich beteiligen."

Weitere Informationen: <http://www.phono.de> und <http://www.germansounds.de>

### 7. Zum Beispiel Weimar. In der Kultur lässt sich das Scheitern des Aufbaus Ost exemplarisch betrachten *Ein Beitrag von Johann Michael Möller, Berliner Morgenpost*

Zu den größten westdeutschen Missverständnissen der Wiedervereinigung gehört die politische Abbeviatur: „Der Osten“. Daran stimmte von Anfang an nichts, allenfalls der Bezug zur untergegangenen DDR und einem System, das sich 40 Jahre lang vergebens bemüht hatte, gesellschaftliche, historische und geographische Unterschiede einzuebnen. Die brachen nach der Wende dann mit Vehemenz auf. Es gehört zu den erstaunlichen Beobachtungen jener Jahre, mit welcher Emphase die alten regionalen Identitäten wieder aufleuchteten. Das muss wissen, wer verstehen will, wie es zu jener Förderpolitik mit der Gießkanne kam, die heute als einer der entscheidenden Fehler beim Aufbau Ost gesehen wird.

Man kennt die Horrorbeispiele: Rennpisten im märkischen Sand, Cargolifter, CD-Fabriken im Thüringer Wald, die Gewerbegebiete, auf denen sich nie ein Gewerbe gründete, die handgepflegten Dorfhecken und luxussanierten Straßenzüge. Das hat alles Milliarden verschlungen. Aber den ersten, entscheidenden Fehler hat der Westen begangen, dessen Förderphilosophie strukturschwacher Gebiete sich mit einer abenteuerlicher Unkenntnis paarte, welche mongolische Wüste man da nach dem Fall der Mauer hinzubekommen habe. Wer in den Bonner Ministerien wusste denn um die historische Textur Ostelbiens?

Fortsetzung: <http://morgenpost.berlin1.de/archiv2004/040415/feuilleton/story672007.html>

---

### -Anzeige-

#### **Viel Kontakt(qualität) für wenig Geld**

Effektive Werbung und Kommunikation, und dann auch noch kostengünstig? Sie suchen nach der Plattform für die optimale Ansprache Ihrer Kunden und Zielgruppen?

Mit einer Schaltung einer Anzeige über das Kulturmanagement Network erreichen Sie ohne Streuverluste direkt die wichtigsten Vertreter und Beschäftigten in Kulturmanagement und -politik. Und das zu einem Top-Preis! Wir sind mit mehr als 11.000 registrierten Benutzern und monatlich mehr als 150.000 Pageviews (deutsches Portal) bzw. 100.000 Pageviews (englisches Portal) der führende Informationsdienst für Kulturmanager im deutschsprachigen Raum und eine der wichtigsten Informationsressourcen für Kulturmanager weltweit. Profitieren Sie von der Nähe zu aktueller, unabhängiger, internationaler und spartenübergreifender Berichterstattung.

Informieren Sie sich jetzt über unsere aktuellen Konditionen: <http://werbung.kulturmanagement.net>

---

### PUBLIKATIONEN

#### **8. Buch des Monats: Kreativität und Innovation in der Musikindustrie (Peter Tschmuck)**

*Ein Beitrag von Caroline Krupp, Korrespondentin, Wien*

„Kreativität und Innovation in der Musikindustrie“ von Peter Tschmuck stellt zweifelsfrei einen neuen Standard für den Forschungsbereich des Kulturmanagements dar. Das angewandte Forschungskonzept der Kulturbetriebslehre positioniert das IKM der Musikuniversität Wien auf einen führenden Platz innerhalb der Forschungs- und Ausbildungsstätten für Kulturmanagement nicht nur im deutschsprachigen Raum. In vielen anderen Institutionen dieser Art wäre eine tiefgreifendere inhaltliche Auseinandersetzung mit den Forschungsfeldern des Kulturmanagements wichtig. Für die spezielle Beschäftigung mit der Musikindustrie liefert die umfangreiche Publikation auf einer breiten Basis der Hintergründe wichtige Erklärungen für das Verständnis der komplexen Zusammenhänge der Handlungen und der Akteure. Sie schenkt allen in der Musikbranche Tätigen, von Musikern über A&R Manager, Produzenten und Vermittlern wichtige Informationen vor allem auch über die Notwendigkeit der Vielfalt innerhalb der Musik.

*Diskurs: Kultur – Wirtschaft – Politik. Institut für Kulturmanagement und Kulturwissenschaft der Universität für Musik und darstellende Kunst Wien, Band 3 Studien Verlag, 2003  
Taschenbuch, 378 Seiten, € 38,00/sfr 64,00, ISBN 3-7065-1836-8*

Ausführliche Buchvorstellung: [http://www.kulturmanagement.net/downloads/Tschmuck\\_Musikindustrie.pdf](http://www.kulturmanagement.net/downloads/Tschmuck_Musikindustrie.pdf)

#### **9. Kurzvorstellung: Alles, was Sie über das Musikbusiness wissen müssen (D. Passman/W. Herrmann)**

Musiker, Vorsicht vor Vertragsfallen! Ob eine Band einen öffentlichen Auftritt plant, oder ob der Kirchenchor eine Konzertreise ins Ausland unternimmt - überall lauern rechtliche und finanzielle Fallen. Branchen-Kenner Wolfram Herrmann hat den US-Bestseller des Star-Anwalts Donald S. Passman auf die Musik-Szene in Deutschland, Österreich und der Schweiz übertragen. In diesem Ratgeber enthüllen Passman und Herrmann erstmals ihr umfangreiches Insiderwissen - fundiert, eingängig und unterhaltsam!

*Schäffer-Poeschel-Verlag, Februar 2004, 500 Seiten  
[Verlagsbeschreibung]*

Mehr Informationen: <http://www.kulturmanagement.net/Books-id-551.html>

#### **10. Kurzvorstellung: Der Musikhandel im Wandel (York P. Herpers)**

Wer bisher glaubte, dass die Zukunft des stationären Musikhandels mit der Verbreitung des Internets besiegelt sei, muss nach der Lektüre dieses Buches umdenken! York P. Herpers, Unternehmensberater für neue Medien in der Musikbranche, belegt mit einfachen Beispielen, wie der Handel seine Position mit neuen Technologien sichern und stärken kann. Der direkte Kundenkontakt sowie seine nachhaltige Bindung sind und bleiben die Erfolgsfaktoren. Herpers widmet folgenden Themen einzelne Kapitel: Sichtweisen, Einflussfaktoren, Musik als Produkt, Neue Medien, Selbstbrennen, Medienkonvergenz, Erfolgsfaktoren, Der ideale Standort, Ladenbau, Digitale Verkaufsförderung, Das richtige Verkaufsteam, Erfolgreiches Marketing, Neue Geschäftsideen und Versandhandel.

*BoD-Verlag Norderstedt, Juni 2001, ISBN: 3-8311-2150-8  
[Verlagsbeschreibung]*

Mehr Informationen: <http://www.kulturmanagement.net/Books-id-501.html>

## AUSBILDUNG & BERUF

### **11. Interview: Enrique Banús, Direktor des Zentrums für Europäische Studien, Pamplona**

*Ein Beitrag von Tanya Wittal-Düerkop, EU-Korrespondentin, Brüssel*

Kulturmanagement Network befragte den Direktor des Zentrums für Europäische Studien der Universität von Navarra in Pamplona, Prof. Dr. Enrique Banús, nach der Konzeption und den Inhalten des dortigen Vertiefungsstudiengangs „Kulturmanagement - Gestión Cultural“ innerhalb des geisteswissenschaftlichen Vollzeitstudiums „Humanidades“.

Download des Interviews: <http://www.kulturmanagement.net/downloads/interview-banus.doc>

## KALENDER

### **12. Rückblick: Fachkongress „Musik als Wirtschaft II“, Berlin**

*Ein Beitrag von Dirk Heinze, Kulturmanagement Network, Weimar*

Was vor zwei Jahren begann, erlebte nun eine notwendige Fortsetzung: der Fachkongress „Musik als Wirtschaft“. Die früher noch ungewöhnliche Verbindung der beiden Begriffe Musik und Wirtschaft erfuhr damit eine weitere Normalisierung. Oliver Scheytt von der Kulturpolitischen Gesellschaft betonte denn auch, dass das verbindende Element von Kultur und Wirtschaft Ideen, Qualität und Kreativität sei...

Kulturmanagement Network war vor Ort und berichtet über die wichtigsten Themen und Statements, die auf dem Fachkongress vorgebracht wurden.

Download des Artikels als [Worddatei](#) oder [PDF-Datei](#)

---

## -Anzeige-

Handbuch „Erfolgreich Kultur finanzieren. Lösungsstrategien für die Praxis“, hrsg. von Dirk Schütz & Dirk Heinze  
Stellen Sie unsere Publikation 15 Tage auf die Probe! Kostenlos und unverbindlich! Sie erhalten zum günstigen Vorteilspreis von nur 79,- Euro:

- das Grundwerk mit ca. 450 starken Seiten + der bis jetzt erschienenen Ergänzungslieferungen
- Handouts, Checklisten und Mustervorlagen
- eine CD-ROM mit Formularen, Mustern, Anleitungen

<http://www.kulturfinanzierung.de>

---

### **13. Rückblick: Verbände, Verlage und der Fachnachwuchs. Die Frankfurter Musikmesse 2004**

*Eine Beitrag von Ruth-Iris Frey-Samlowski, neue musikzeitung 5/04, S. 4*

Stetiges Wachstum der Musikmesse und der parallel laufenden ProLight & Sound mit zur Hälfte deutschen und ausländischen Ausstellern führte nicht nur dazu, dass seit 2001 eine Musikmesse in St. Petersburg und nun in 2002 auch in China stattfindet. In diesem Jahr war nun auch eine neue Ausstellungsstruktur in Frankfurt erforderlich, die den versierten Messebesucher zu einer Neuorientierung zwang – nichts war mehr an seinem gewohnten Platz. Nicht nur die neue Produktgruppierung nach Themenparks, sondern auch die Hinzunahme von weiteren Messehallen, die Ausdehnung des Programms „Music4kids“ und der Events, die Neuinstallierung der „Music Library“ und parallel dazu die Eigenständigkeit der ProLight & Sound mit eigenem Fachkongress CAVIS rundeten das neue Gesicht ab...

Mehr dazu: <http://www.nmz.de>

### **14. Vorschau: forward2business-Zukunftskongress, Halle (Saale)**

Neue Ideen, neue Geschäftsmodelle, neue Partner beim digitalen Umbau der Entertainmentbranche stehen im Mittelpunkt der Debatten des diesjährigen forward2business-Zukunftskongresses am 26. und 27. Mai 2004 in Halle (Saale). Nach dem erfolgreichen Start im vergangenen Jahr wird „Deutschlands innovativster Entertainmentkongress“ in diesem Jahr sein Spektrum vergrößern: Im Vergleich zum letzten Jahr diskutieren doppelt so viele Referenten in doppelt so vielen Panels vor dreimal so vielen Teilnehmern.

Gleichzeitig wird der forward2business-Zukunftskongress seine Alleinstellungsmerkmale stärken. „Wir profilieren weiter unseren Anspruch, einen handverlesenen Kreis aus Vordenkern der Entertainmentbranche nach Halle zu holen, in einer entspannten, inspirierenden Atmosphäre zu versammeln und mit Zukunftsideen zu konfrontieren, mit denen die Branche durch forward2business das erste Mal hört“, so der Leiter des FORWARD2BUSINESS-Büros Sven Gábor Jánuszky.

Teilnahmeanmeldungen liegen bereits von Top-Managern der Entertainmentindustrie vor, u.a. Dieter Gorny, Vorstandsvorsitzender VIVA Media AG, Dr. Balthasar Schramm, President Sony Music GSA, Frank Briegmann, CEO Universal Music oder Dr. Rainer Kölmel, Kinowelt. Sie kommen zusammen mit Vordenkern der Computer-, Fashion-, Automobil- und Telekommunikationsindustrie, u.a. DaimlerCrysler, Microsoft, Apple Computer und Nokia

sowie Visionären gesellschaftlicher Entwicklungen, etwa attac. Die Politik wird von Vertretern der Staatskanzleien Sachsen-Anhalt und Sachsen, dem Bundeswirtschaftsministerium und dem Bundeskanzleramt repräsentiert.

Zur Eröffnung am Mittwoch, dem 26. Mai 2004 werden u.a. der Zukunftsforscher bei Volkswagen Lothar Grabner, der Leiter des European Microsoft Innovation Center Dr. Götz Philipp Brasche und der Journalist Andreas Borcholte, Der Spiegel, ihre Visionen für das Jahr 2014 beschreiben.

Der zweite Kongresstag, 27. Mai 2004, beginnt mit einer Vorausschau. Gemeinsam mit Dr. Balthasar Schramm, President Sony Music GSA und Christine Kallmayer, Fraunhofer werden unter dem Titel "Was kommt nach dem UMTS-Hype?" neue und künftige Entwicklungen im mobile Entertainment Bereich diskutiert: Von Musik in Sonnenbrillen bis zu Videos auf T-Shirts reichen die aktuellen Forschungen. Gleichzeitig werden Dieter Gorny, VIVA und Maarten Albarda, Coca Cola der Frage nachgehen "All you can buy - Welche Chancen es gibt, wenn Branchenexterne die Geschäfte der Entertainmentindustrie machen?"

Zum Ausklang des Kongresses werden am Abend des 27. Mai 2004 während einer Award-Gala die SPUTNIK Innovator Awards verliehen. Im vergangenen Jahr nahm dieses Auszeichnung für die innovativsten Persönlichkeiten im Business Weltstar Peter Gabriel entgegen.

Der forward2business-Zukunftskongress findet in diesem Jahr im stilvollen Ambiente der Burg Giebichenstein in Halle (Saale) statt. Die Teilnahme am Kongress ist nur mit einer persönlichen Einladung möglich. Organisator ist das FORWARD2BUSINESS-Büro.

Details: <http://www.forward2business.com>

### **15. Vorschau: 3. Forum für Wirtschaft und Kultur, Freiburg**

Die allgemeine Haushaltskrise bedroht nahezu sämtliche Kulturprojekte und deren Fortbestand erfordert neue Finanzierungsmodelle. Diese funktionieren jedoch nur mit Partnern, die die selben Interessen vertreten.

Das Feld der Kulturförderung ist und bleibt auf beiden Seiten mit Berührungsängsten behaftet. Wie betreiben namhafte Unternehmen dennoch erfolgreich Kulturförderung? Das diesjährige Forum wird die Frage erörtern, inwiefern die professionelle Vermarktung der Kultur den eigentlichen Inhalt beeinflussen darf.

Kulturförderung erfordert mehr denn je Professionalität und Umdenken, da Unternehmen kein Interesse haben, lediglich für den klammen Staat in die Bresche zu springen. Kein Künstler möchte sich als Reklametafel mieten lassen, sondern mit der nötigen Freiheit Kultur schaffen.

Wie können nun Kultur und Wirtschaft von einander profitieren? Namhafte Unternehmen nutzen Kulturförderung, um dem Kunden in einem entspannteren Umfeld zu begegnen. Und dies mit wachsendem Erfolg. Denn die heutige Werbeflut drängt viele Kunden in eine Abwehrhaltung und droht an der eigenen Penetranz zu ersticken. Die Wahl des richtigen Partners und ein verantwortungsbewusster Umgang tragen häufig zu einer Verbesserung der öffentlichen Wahrnehmung bei.

Doch welche Kriterien sind ausschlaggebend, wenn ein Kulturprojekt gefördert werden soll? Auf welchen Ebenen finden Künstler und Unternehmen zusammen? Welchen positiven Einfluss hat Kulturförderung auf die eigene Unternehmenskultur?

Das Forum am 2. Juli in Freiburg zeigt mit exklusiven Vorträgen und Workshops, wie der Imagefaktor Kultur verantwortungsbewusst genutzt werden kann. Denn unterstreicht eine Partnerschaft von Kultur und Wirtschaft nicht beiderseitige Integrität? Wollen nicht Künstler, wie auch Sponsoring-Strategen in vielen Fällen die selben Menschen erreichen? Kann und darf Kultur beeinflusst werden, wenn das genutzte Image authentisch bleiben soll? Kulturmanagement Network ist vor Ort und wird im Anschluss über die Ergebnisse des Forums berichten.

Details: <http://www.mmm-forum.de>

### **16. Vorschau: pop forum-Branchenmeeting, Mannheim**

Am 5. Juni 2004 veranstaltet die Popakademie Baden-Württemberg ihr 5. pop.forum-Branchenmeeting. Die Veranstaltung ist Kongress, Branchenmeeting und Popevent in einem. In den letzten Jahren diskutierten unter der Flagge der in die Popakademie übergegangenen Rockstiftung Baden-Württemberg jeweils über 500 wichtige Vertreter aus Musik- und Medienbranche, Politik und Wirtschaft die wegweisenden Trends am Musikstandort Baden-Württemberg sowie die Perspektiven der Musikwirtschaft in Deutschland.

Der zwischen dem Deutschen Schallplattenpreis ECHO und der Musikmesse PopKomm angesiedelte Event hat sich einen guten Namen als branchenübergreifendes Frühjahrsmeeting der Musik- und Medienbranche gemacht.

Details: <http://www.pop-akademie.de>

### **17. Vorschau: Evaluation und Evaluationsverfahren in der Kulturförderung, Wolfenbüttel**

Auch im Kulturbereich wird zunehmend mehr nach Qualität des "Outputs" von Förderungen gefragt. Aber wie und durch wen kann diese Qualität der Produkte und der Förderverfahren sachadäquat und politisch sinnvoll festgestellt werden?

Unter Beteiligung von Experten, politisch und administrativ Verantwortlichen der verschiedenen Förderinstitutionen und -ebenen von Kommunen, Ländern und Bund sowie unter Mitwirkung von betroffenen und erfahrenen Kultureinrichtungen und -verbänden sollen diese Frage und die Antworten darauf auf einer Fachtagung der Bundesakademie für kulturelle Bildung am 15./16. Mai in Wolfenbüttel diskutiert werden.

Details: <http://www.bundesakademie.de>

## 18. Terminvorschau

05.05.2004 pop.forum-Branchenmeeting, Mannheim  
06.05.2004 1. Kultursponsoring-Gipfel, Berlin  
12.05.-14.05.2004 Marketing Services - Internationale Fachmesse für Marketing und Kommunikation, Hamburg  
13.05.-14.05.2004 Fachtagung „Wirksame Öffentlichkeitsarbeit von Kultureinrichtungen“, Düsseldorf  
13.05.-15.05.2004 Contemporary Culture Convention IV, Bern  
16.05.2004 Internationaler Museumstag  
26.05.-27.05.2004 Zukunftskongress, Halle(Saale)  
15.06.-16.06.2004 Tagung „Evaluation und Evaluationsverfahren in der Kulturförderung“, Wolfenbüttel  
16.06.-17.06.2004 Fachtagung Orchestermanagement heute, Wolfenbüttel  
17.06.2004 54. Bühnentechnische Tagung des DTHG-Fachverbandes, Mainz  
18.06.-19.06.2004 Kongress „Audience Development“, Berlin  
23.06.-24.06.2004 Fachtagung „Kulturtourismus - Kultur als Tourismus“, Wolfenbüttel  
02.07.2004 3. Forum für Kultur und Wirtschaft, Freiburg i.Br.

Details dazu unter <http://kalender.kulturmanagement.net>

## IMPRESSUM

Über Ihr Feedback mit Kritik, Lob oder Anregungen freuen wir uns. Schreiben Sie uns:

Kulturmanagement Network Dirk Schütz & Dirk Heinze GbR

Postanschrift: PF 1198, D-99409 Weimar

Hausanschrift: Paul-Schneider-Str. 17, D-99423 Weimar

Telefon/Fax: +49 (0) 3643 801 765

Telefon: +49 (0) 3643 255 328

AOL Messenger: HeinzeDirk

Email: [info@kulturmanagement.net](mailto:info@kulturmanagement.net), Internet: <http://www.kulturmanagement.net>

Website powered by [Lombego Systems](#), basierend auf Postnuke

V.i.S.d.P.: Dirk Heinze

Hinweise:

Für eine größere Darstellung der Texte nutzen Sie bitte die Zoom-Funktion des Acrobat Reader. Der Kulturmanagement Newsletter wird im Einzelabonnement, als Gruppenabonnement oder für institutionelle Mitglieder angeboten. Der Ausdruck des Dokuments für den eigenen Bedarf ist möglich.

**Die Weiterleitung der pdf-Datei oder seiner ausgedruckten Version an Dritte ist nicht gestattet!** Die Weiterleitung oder Vervielfältigung des Newsletters jeglicher Art innerhalb Ihrer Organisation, Institution, Ihres Studiengangs oder Vereins ist eine Verletzung des Copyrights und damit illegal. Als Probeexemplar steht auf unserer Newsletterseite <http://newsletter.kulturmanagement.net> die Juniausgabe kostenlos zum Download zur Verfügung. Nehmen Sie Kontakt zu Kulturmanagement Network auf, um sich über die Konditionen für ein Gruppenabonnement oder eine institutionelle Mitgliedschaft zu informieren. Wir unterbreiten Ihnen gern dazu ein interessantes Angebot.