



POPFÖRDERUNG

# PopBoard NRW zieht Zwischenbilanz

Den ersten Anstoß zum PopBoard NRW gab es 2021, im Frühjahr 2022 nahm die Institution dann ihre Arbeit auf. Zum Einjährigen sprechen die Geschäftsführer:innen Dorette Gonschorek und Norbert Oberhaus nun mit MusikWoche über Fördergelder, Leuchtturmprojekte und die Ziele für die kommenden Jahre.

## »Ich würde mir wünschen, dass wir in fünf Jahren bei einem Jahresetat von 1,5 bis zwei Millionen Euro aus dem Kultur- und Wirtschaftsministerium angekommen sind.«

TEXT: KNUT SCHLINGER

»Das PopBoard versteht sich als das Netzwerk aller Netzwerke im Bundesland Nordrhein-Westfalen«, gibt Norbert Oberhaus als Zielvorstellung aus. Die Liste der Gesellschafter reicht dabei von der Liveinitiative NRW über Pro Musik und den Förderverein Musikwirtschaft bis zur Landesarbeitsgemeinschaft Soziokultureller Zentren NRW, wie er zusammenfasst. »Die Organisation repräsentiert also die ganze Bandbreite der Musik- und Kulturwirtschaft vor Ort, mit dem Ziel, die Interessen der Akteure aus dem Bereich des Pop auf Landesebene besser zu vertreten.« Jenseits der Landesgrenzen gehe es zudem darum, sich bundesweit mit ähnlichen Organisationen zu vernetzen, zum Beispiel mit dem Musicboard Berlin.

»Norbert Oberhaus und ich leiten das PopBoard als gleichberechtigte Geschäftsführung«, berichtet Dorette Gonschorek. »Darüber hinaus hat das PopBoard eine durchaus vielschichtige Struktur, auch wenn es noch klein erscheint.« Schließlich bringen demnach die Gesellschafter:innen hier ihre Wünsche und Vorstellungen ein, und tragen dazu bei, das Ganze zu definieren. »Norbert Oberhaus und ich orientieren uns als Geschäftsleitung an der Satzung und den dort festgeschriebenen Zielsetzungen.« Gearbeitet wird in einer »kleinen, aber feinen Geschäftsstelle«, mit derzeit zwei Teilzeitkräften und einem freien Mitarbeitenden. »Hier findet das Tagesgeschäft des PopBoards statt, während sich der Kreis der Gesellschafter:innen derzeit einmal im Monat zum Austausch zu einem kurzen Meeting trifft.« Die Leitung

Leiten die Geschäfte vom PopBoard NRW: Dorette Gonschorek und Norbert Oberhaus.

einzelner Teilprojekte liege zudem bei den jeweiligen Projektverantwortlichen, »hinzu kommt schließlich noch ein Beirat, der sich zweimal im Jahr trifft und als Input-Geber Schwerpunkte setzt beziehungsweise Themen vorschlägt«, fasst Dorette Gonschorek zusammen.

Die Entstehung wertet Norbert Oberhaus durchaus als Erfolgsgeschichte: »Das PopBoard NRW hat sich von unten gegründet, hat es geschafft, eine Förderung vom Ministerium für Kultur und Wissenschaft NRW zu erhalten und ist sogar im Koalitionsvertrag der Landesregierung verankert als maßgeblich für den Bereich Pop verantwortliche Organisation in NRW.«

### Je 550.000 Euro für die ersten Jahre

Zu den Fördergeldern gibt es auch konkrete Zahlen: »Wir hatten im ersten Jahr 2022 einen Förderbetrag in Höhe von 550.000 Euro zur Verfü-

gung«, berichtet Norbert Oberhaus. Diese Summe habe man indes nicht voll ausschöpfen können, weil die Förderzusage vergleichsweise spät gekommen sei. »Wir haben fürs laufende Jahr eine Förderung in gleicher Höhe erhalten und auch schon fürs kommende Jahr zugesagt bekommen.« Der Wunsch der Politik sei es zudem, diese Mittelzusage über 2024 hinaus zu verstetigen, allerdings seien die Gespräche und Verhandlungen dazu noch nicht abgeschlossen. »Wir gehen aber davon aus, dass das PopBoard zunächst einmal gesichert ist.«

Damit sei im Vergleich zu den deutlich höheren Fördergeldern zum Beispiel fürs Musicboard Berlin der Einstieg geschafft, allerdings mit Luft nach oben. »Auch die Initiative Musik hat einmal mit einer Million angefangen«, erinnert Norbert Oberhaus. »Und heute, rund 15 Jahre und eine Corona-Krise später, ist die Fördereinrichtung bei rund 20 Millionen Euro angekommen.«



► Die ersten Fördermittel kamen also aus dem Kulturretat, inzwischen aber, so verrät Norbert Oberhaus, haben auch Gespräche mit dem Wirtschaftsministerium stattgefunden, schließlich sitze die Popmusik auf Landesebene ebenso wie im Bund zwischen den Stühlen, wenn es um konkrete Zuständigkeiten der Politik gehe. Mittelfristig sollen zudem Gespräche mit bundesweiten Institutionen und auch mit regionalen Förderern folgen. »Zunächst aber war hier einmal das Land gefordert, auch gegenüber den Kommunen ein Zeichen zu setzen.«

Angesichts der Tatsache, dass Popmusik in NRW bislang doch etwas stiefmütterlich behandelt worden sei, gehe es zunächst um eine Inventur der Lage im Bundesland. »Unser Ziel ist es, den Status quo darstellen zu können«, bestätigt Dorette Gonschorek. Für konkrete Förderprojekte sei es hingegen noch zu früh, vielmehr müsse es zunächst um eine strukturelle Aufarbeitung gehen: »Wo stehen wir in NRW mit der Popmusik?«, das sei die zentrale Fragestellung.

So habe man eine Umfrage unter Musiker:innen gestartet, die unter

anderem helfen soll, die Situation rund um Proberäume und Auftrittsmöglichkeiten zu analysieren, um somit der Politik erste Handlungsempfehlungen in diesem Bereich mit auf den Weg geben zu können: »Schließlich muss es darum gehen, die Bedürfnisse der Musiker:innen zu kennen, für die wir alle arbeiten, um nicht ziellos Förderprogramme zu entwickeln«, betont Dorette Gonschorek. »Dazu haben wir in Abstimmung mit Pro Musik eine relativ umfangreiche Studie entworfen, um den Status quo und die Bedarfe der Musiker:innen in NRW näher beleuchten zu können.« Der Musiker:innenverband mit Pro Musik hat seinen Sitz ebenfalls in Köln, was die Zusammenarbeit und den Austausch hier vereinfacht habe.

### Pop Map NRW soll die Musikszene abbilden

Zweites Leuchtturmprojekt neben der Umfrage unter den Kreativschaffenden im Land sei die sogenannte Pop Map, sagt Norbert Oberhaus: »Die Pop Map soll unter anderem alle Klubs, Festivals und Labels in NRW abbilden.« Hier habe man bislang

**Brachten das PopBoard NRW als Gesellschafter miteinander auf den Weg (hinten, von links): Johanna Breuckmann, Heiko Rühl, Carsten Schuhmacher, Stephan Benn, Robert von Zahn, Ella Rohwer, Arnd Süner, Norbert Oberhaus und Frank Kühl sowie (vorn, von links) Hendrik Stratmann, Linn Meissner, Dorette Gonschorek und Michael Brüning.**

schon mehr als 2000 Adressen zusammengetragen. »Das ist ein Schatz, mit dem man auch arbeiten kann«, berichtet Dorette Gonschorek aus ersten Feedbacks zu dem Projekt. »Unsere Intention ist es, die ganze Vielfalt der Szene in NRW aufzuzeigen ebenso wie die Relevanz, die das Land im Bereich Pop auch hat.«

Als nächstes steht nun laut Gonschorek und Oberhaus unter anderem der Aufbau eines regelmäßigen und kostenlosen Beratungsangebots für Musiker:innen auf der Agenda: »Wir haben bereits ein Förderhandbuch erstellt, das wir im April online stellen und permanent weiterentwickeln wollen«, berichtet Norbert Oberhaus. Passend dazu sollen bald Sprechstunden zu Förderfragen folgen: »Anträge zu stellen ist schließlich nicht die Lieblingsbeschäftigung von Musiker:innen. Hier wollen wir Hilfestellung geben.«

Darüber hinaus könne das PopBoard künftig Tour-Support leisten, wobei ein Budget von zunächst rund 50.000 Euro Bands über Zuschüsse helfen soll, sich zum Beispiel die Miete für einen Transporter und eine PA leisten zu können. »Was das alles abdecken kann, müssen wir aber

► noch konkretisieren und ausarbeiten«, sagt Dorette Gonschorek. Daneben gehöre es zum Selbstverständnis des PopBoards, dass die beteiligten Verbände und Organisationen weiterhin selbst für die Interessen ihrer Mitglieder eintreten, während das PopBoard eher übergreifend um Verständnis und um Unterstützung der Kreativen und ihrer Partner:innen werbe. Dazu stimme man sich untereinander genau ab, zum Beispiel vor einem Termin wie kürzlich beim Wirtschaftsministerium in NRW, an dem neben Norbert Oberhaus auch Frank Kühl für den Förderverein der Musikwirtschaft in NRW und Mankel Brinkmann als Vorsitzender der Kölner Klubkomm teilnahmen. »Das Gespräch kam zustande im Rahmen der NRW Music Conference, bei der die Grünen-Politikerin Mona Neubaur als Wirtschaftsministerin von Nordrhein-Westfalen ein Grußwort

## »Wir haben in NRW ein Flächenland mit verschiedenen Zentren.«

NORBERT OBERHAUS, POPBOARD NRW.

gehalten hat und anschließend auch auf einem Panel zum Status quo der Popmusik im Lande saß«, berichtet Oberhaus.

Dass die Ministerin für Wirtschaft, Industrie, Klimaschutz und Energie auch schon ihren Besuch bei der Jubiläumsgala der c/o pop zugesagt habe, gebe ihm Hoffnung, mit Themen der Musikwirtschaft auch künftig im Wirtschaftsministerium präsent sein zu können.

Eine ganz besondere Aufgabe beim Aufbau des PopBoards sei auch die Größe des Bundeslandes gewesen, berichtet Norbert Oberhaus:

»Wir haben in NRW ein Flächenland mit verschiedenen Zentren.« Daher gebe es auch ganz andere strukturelle Voraussetzungen zwischen den einzelnen Regionen als zum Beispiel in Berlin oder in Hamburg. »Das zusammen mit der ganzen Breite der Akteure unter einen Hut zu bekommen, ist eine echte Herausforderung.« Die habe man zum Beispiel durch die Zusammensetzung des Beirats gemeistert, in dem nun nicht »bloß die üblichen Verdächtigen« aus Köln und Düsseldorf vertreten seien. Zudem habe man versucht, von Beginn an die Regionen ►►



**Markus  
Gieselberg**

\* 10.04.1968 † 22.03.2023

Unser langjähriger Freund, Kollege und Mitstreiter Markus Gieselberg ist völlig überraschend verstorben.

Markus war seit gut 20 Jahren für Indigo und seit 2019 für die 375 Media mit seiner ganzen Kraft und Leidenschaft tätig. Die Musik war neben seiner Familie sein Lebensinhalt, sein Wissen und seine Begeisterungsfähigkeit unerschöpflich.

Wir sind tief betroffen und verlieren mit ihm einen guten Freund, einen persönlich wie fachlich herausragenden Mitarbeiter und einen wunderbaren Menschen. Danke, Markus, für alles, was du für uns getan hast. Du fehlst uns schon jetzt!

Markus Lebensfreude, Charakterstärke und Herzenswärme werden uns allen fehlen. Unsere Gedanken sind bei Markus Familie, der wir alle erdenkliche Kraft wünschen.

Manuela Nikele und das Vertriebsteam der 375 Media GmbH  
Jörn Heinecker und das gesamte Team Indigo, Yellow & Glitterhouse  
Michael Schuster und Manuel Amian und die Cargo Records Family



## »Das Bewusstsein für die Bedeutung der Musikwirtschaft in NRW muss weiter gestärkt werden.«

DORETTE GONSCHOREK, POPBOARD NRW.

► mit einzubinden: »Wir sind zum Beispiel im vergangenen Jahr mit einem Doppeldeckerbus nach Bielefeld, Unna, Düsseldorf, Aachen, Bochum und Wuppertal gefahren, um dort fürs PopBoard zu werben, haben vor Ort Gespräche gesucht, uns auf Panels eingebracht oder auch Bands spielen lassen«, fasst Oberhaus zusammen. Auch eine Aktion mit der Musikhochschule Paderborn habe es bereits im vergangenen Jahr gegeben, was man 2023 mit vielen weiteren Musikhochschulen im Land fortsetzen wolle. »Wir versuchen, aktiv auf die Popförderer in den verschiedenen Regionen zuzugehen und Kooperationen zu schließen.« Denn schließlich sei es entscheidend, den Rückhalt der gesamten Szene zu erlangen. Einen ersten Schritt dazu habe man unter anderem mit der Doppelspitze gemacht, in der schon einmal Köln mit Norbert Oberhaus und das Ruhrgebiet mit Dorette Gonschorek abgebildet seien.

### Ziel sind passgenaue Förderinstrumente

Und wo soll das PopBoard mittelfristig stehen? »In Zahlen ausgedrückt würde ich mir wünschen, dass wir in fünf Jahren bei einem Jahresetat von 1,5 bis zwei Millionen Euro aus dem Kultur- und Wirtschaftsministerium angekommen sind«, sagt Norbert Oberhaus. Ein weiteres Ziel sei es, bis dahin in Zusammenarbeit mit den

verschiedenen Gesellschaftern eine ganze Reihe passgenauer Förderinstrumente geschaffen zu haben:

»Seien es Stipendien für Musiker:innen oder Strukturförderungen für Klubs und Veranstalter:innen wie es sie nicht nur bei der Initiative Musik auf Bundesebene, sondern selbstverständlich auch in einem Land wie NRW geben sollte.«

Für Dorette Gonschorek steht daneben aber auch das Ziel, »dass das Bewusstsein für die Bedeutung der Musikwirtschaft in NRW weiter gestärkt werden muss«. Zwar gebe

**Arbeit an der Basis: Im Sommer 2022 ging das Team vom PopBoard NRW mit einem Doppeldeckerbus auf Werbetour mit Stationen in Bielefeld, Unna, Düsseldorf, Aachen, Bochum und Wuppertal.**

es immer wieder Vergleiche mit anderen Wirtschaftszweigen, »aber die Wahrnehmung und der Stellenwert der Musik als Teil der Kultur- und der Kreativwirtschaft sollte in fünf Jahren möglichst geschärft sein und sich zugleich in unserem Etat und in den Möglichkeiten des PopBoards widerspiegeln, Förderungen zu vergeben und Projekte anzuschieben.« ■

