

NRW zweitgrößter Musikwirtschaftsstandort nach Bayern und vor Berlin

Das PopBoard NRW veröffentlicht Ergebnisse der Studie von Goldmedia zu Status und Potenzialen der Poplandschaft NRW.

NRW hat größte Clubdichte bundesweit

Dennoch herrscht nur gebremster Optimismus mit Blick auf Wachstumspotenzial des Standorts und zielorientierte Fördermaßnahmen.

Basierend darauf leitet die Branche Empfehlungen für die Zukunft ab wie Netzwerk-Bildung, Erhöhung der Sichtbarkeit, Schutz von Pop-Kulturräumen und Stärkung des Ausbildungsstandorts.

Köln, 14.05.2024

Das PopBoard NRW veröffentlicht die Ergebnisse der Studie „Poplandschaft NRW - Situation und Perspektiven der Musikwirtschaft“, die in seinem Auftrag von der Goldmedia GmbH umgesetzt wurde.

Zu den Kernerkenntnissen der Untersuchung gehört, dass die Teilnehmenden NRW als vielseitigen Pop-Standort mit einem hohen Anteil regionaler Acts, einer Vielfalt an Subkulturen und einer großen Anzahl an Konzert-Venues sehen. Alle Wertschöpfungsebenen sind am Standort NRW vertreten, geprägt durch eine starke Independentstruktur. Jedoch schränken die Verdrängung von Clubs und bezahlbaren Proberäumen, eine mangelhafte Infrastruktur, u.a. im Förderbereich, sowie eine fehlende Aufbruchsstimmung das Entwicklungspotenzial ein. NRW muss hier sein Potential und seine Relevanz als zweitgrößter Musikwirtschaftsstandort in Deutschland und der größten Clubdichte bundesweit, stärker wahrnehmen und fördern. Daher wünscht sich die Popmusik-Branche NRW z. B. eine engere Vernetzung der Kreativwirtschaft, Initiativen für mehr Sichtbarkeit, den Schutz von Pop-Kulturräumen oder eine Stärkung des Ausbildungsstandorts.

Klaus Goldhammer, Goldmedia: „An NRW führt in der deutschen Musikwirtschaft aktuell kein Weg vorbei. Aufgrund eines beeindruckenden Wachstums nach dem Ende des Shutdowns steht das Bundesland sogar kurz davor, die Spitzenposition im Standortvergleich zu übernehmen.“

Dieses aktuelle Stimmungsbild der regionalen Popmusikindustrie erfasste Goldmedia mit einer Befragung von über 160 Personen, die in der Popmusikwirtschaft NRW tätig sind (ausgenommen Personen, die vorwiegend Musiker*innen/Künstler*innen sind). Zusätzlich sammelte das Forschungsteam mithilfe von Standortmonitor.net allgemeine Daten zum Bundesland: Über 2300 Musikunternehmen sind in NRW ansässig, insgesamt sind mehr als 9300 Personen in der Musikwirtschaft beschäftigt, die Venue-Dichte ist für Deutschland einzigartig und 2022 erzielten die Musikunternehmen über 1,4 Milliarden Euro Umsatz.

Die Befragten untermauern diese Fakten und heben insbesondere die Vielfalt an Nischen und Subkulturen in einer stark Indie-geprägten Musikszene hervor. Viele der Studienteilnehmenden arbeiten mit einem hohen Anteil regionaler Acts zusammen, vertreten aber auch nationale Artists. Geschätzt wird die Expertise im Talentaufbau. „Es ist alles hier“, sagt eine Person über die Wertschöpfungskette, eine andere hebt die „größte Kreativdichte in Deutschland“ hervor. Zwei Jahre nach den letzten Corona-Shutdowns bewerten die Akteur*innen die wirtschaftliche Lage überwiegend positiv und bemerken eine langsame Normalisierung der Umsätze, die sich z. B. bei den Festivals 2023 in ca. 85% Ticketauslastung, bei den Venues in zumindest 60% Auslastung zeigte.

Frank Kühl/Förderverein Musikwirtschaft NRW: *„Die Studie belegt, dass sich in NRW vieles nicht nur in Köln abspielt, sondern neben der Fläche insbesondere in den Großräumen Essen und Düsseldorf eine starke Musikwirtschaft etabliert ist.“*

Trotz des wirtschaftlichen Aufschwungs herrscht in der Studie „gebremster Optimismus“ vor. Strukturelle Herausforderungen für die Attraktivität der Poplandschaft bestehen etwa in der Bedrohung von Kulturräumen („Proberäume sind nicht mehr bezahlbar!“) und einem unzureichenden Ausbildungsangebot bei Fachkräftemangel. Auch die Vernetzung der Kreativwirtschaft untereinander lässt Potenziale ungenutzt. Darüber hinaus sind die bestehenden Fördermaßnahmen ausbaufähig. „Das Fundament ist sehr gut, es wird nur nicht genug daraus gemacht“, wird eine befragte Person zitiert.

Unter den Handlungsempfehlungen, um die vorhandenen Potenziale zu nutzen und Herausforderungen zu bewältigen, nennen die Befragten deswegen hauptsächlich folgende Punkte: Die Sichtbarkeit des Popstandorts müsse erhöht und Netzwerke müssten geschaffen bzw. ausgebaut werden. NRW sollte vermehrt auch Ausbildungsstandort sein, z. B. wurden hier Vorschläge wie eine „NRW Pop-Akademie“ aufgeführt. Und nicht zuletzt müssten bestehende Pop-Kulturräume und Spielstätten bezahlbar bleiben bzw. geschützt werden.

Geschäftsführung PopBoard NRW: *“Die Studie macht erfreulicherweise deutlich, dass die Musikwirtschaft in NRW als ein Teil des Ökosystems Pop ein solides Standbein ist. Die Aufgabe des PopBoards NRW, sich für strukturelle Verbesserungen im popkulturellen Bereich einzusetzen, wird neben den Ergebnissen aus weiteren Erhebungen der letzten 2 Jahre jedoch auch hier bestärkt.“*

Mehr Infos auf der [Webseite](#) des PopBoard NRW