



## Wirtschaft

# The Place To Be For Music: Berlin Music Week startet 2010

Die Senatsverwaltung für Wirtschaft, Technologie und Frauen teilt mit:

### **Senat vereint Akteure der Berliner Musikwirtschaft unter einer Dachmarke**

Gemeinsam mit den Netzwerken Berlin Music Commission eG und Clubcommission e.V. sowie Berlin Partner startet die Senatsverwaltung für Wirtschaft, Technologie und Frauen im September 2010 die Dachmarkenkampagne Berlin Music Week. Geplant sind ein Musikfestival, das stadtweit die ganze Bandbreite moderner populärer Musik abdeckt, ein Musikkongress mit Barcamp, ein Messeformat, Einzelevents wie Branchenmeetings und Veranstaltungen von Verbänden und Netzwerken sowie Publikumsveranstaltungen.

Die Berlin Music Week integriert genreübergreifend die verschiedenen Akteure und bündelt alle Aktivitäten und Veranstaltungen rund um das Thema Musik jährlich Mitte September in der deutschen Hauptstadt. Bereits jetzt wurden wichtige Institutionen und strategische Partner gewonnen, darunter BTM, VUT, Labcom, Medienboard, Popkomm, Berliner Veranstalter und Clubs.

### **Harald Wolf, Senator für Wirtschaft, Technologie und Frauen:**

„Berlin genießt weltweit einen hervorragenden Ruf als Musikmetropole – und den wollen wir weiter ausbauen. Die Marke Berlin Music Week ist eine entscheidende strategische Initiative für die Berliner Musikwirtschaft: Sie bündelt Vitalität und Vielfalt der Branche. Nach dem Vorbild der Fashion Week richtet sich die Music Week nicht nur an ein Fachpublikum. Berlin lädt künftig jedes Jahr im September alle Fans und Szenegänger weltweit zur Music Week in die deutsche Musikhauptstadt ein.“

Geplant sind umfangreiche nationale und internationale Marketing-Maßnahmen sowie ein Internet-Auftritt mit Verlinkungen zu allen involvierten Events. Federführend in der Organisation wird die Berlin Music Commission sein, in enger Zusammenarbeit mit der Clubcommission und dem VUT. Initiativen wie All2gethernow mit Bar Camp und Konferenz und BerMuDa als Festival für elektronische Musik sollen eingebunden werden, die Popkomm ist als strategischer Partner bereits im Frühstadium in die Planungen involviert.

Die verschiedenen, häufig konträren Strömungen der Musikbranche, von Majorlabel bis Indie, von traditioneller bis hin zu neuer, netzgestützter Musikwirtschaft stehen unter einem Dach. Involviert werden die Fan Communities um weitere Projekte zu kreieren und im Rahmen der Music Week zu positionieren.

Wirtschaftspolitisch, aber auch unter imagebildenden Aspekten ist für die Entwicklung des Musikstandortes entscheidend, den internationalen Blick auf die Vielfalt der Berliner Musikszene zu richten.

Mitteilung vom: 16.09.2009, 13:45 Uhr

Rückfragen:

Stephan Schulz

Telefon: 9013-7418

---

<http://www.berlin.de/landespressestelle/archiv/2009/09/16/139042/index.html>

18.09.2009