

Berlin, 19.11.2009, 12:02

MusikWoche | Events

Macher der Berlin Music Week fordern Gorny zum Dialog auf

Mit seiner Breitseite gegen Berlin Music Week und Popkomm stieß Dieter Gorny, Vorstandsvorsitzender des Bundesverbands Musikindustrie, eine Diskussion an, in die nun Olaf "Gemse" Kretschmar von der Berlin Music Commission als Projektleiter der Berlin Music Week eingreift. In einem Offenen Brief analysiert er die Positionen, unterstreicht die Bedeutung der Kreativen für das gesamte Musikgeschäft und betont die Notwendigkeit, einen Anfang zu machen, wenn man etwas Großes erreichen will - und kommt zu dem Schluss, dass man im Grunde gar nicht weit voneinander entfernt sei, aber mehr miteinander sprechen müsse.



Analysiert und erläutert Chancen der Berlin Music Week: Olaf Kretschmar

MusikWoche gibt den Offenen Brief unter dem Motto "Von unser aller Sehnsucht nach Größe und einer Berlin Music Week, die zu klein erschien" hier im Wortlaut wieder:

Lieber Dieter Gorny,

ich begrüße Ihre heftige Anteilnahme an unserem Projekt. Erlauben Sie mir, dass ich das bunte Berliner Treiben dieser Tage erkläre, in einer Stadt, die allein schon dadurch internationale Musikmetropole ist, dass Woche für Woche zehntausende Musiktouristen hierher reisen, um in den legendären Clubs ein Musikerlebnis von Techno bis Tango zu zelebrieren, das seines Gleichen sucht. Einer Stadt, die ein weites stilistisches Spektrum in sich trägt, eine Vielfalt an musikalischen Nischenkompetenzen, die wenig vermarktet in sich ruhen und das eigentliche Potential dieses Standortes darstellen. Die Fähigkeit zum Sound vom Morgen. Innovation basiert auf der Koexistenz von Unterschieden. Das Marketing der Stadt mag verbesserungswürdig sein, die Arbeits- und Lebensbedingungen für die Kreativen sind in der toleranten, multikulturellen Metropole brilliant.

Vielfalt ist eine Größe, die sich dem ersten Blick entzieht, da sie heterogen ist. Musik wird nicht von Verbänden, Verwaltungen oder Netzwerken gemacht, sondern von kreativen Individuen. Für diesen Menschenschlag ist Berlin sehr wohl ein internationaler Hotspot. Die Künstler sind die Basis der Musikwirtschaft, sie erwarten von uns bessere Vernetzung und effektives internationales Marketing.

Nicht zuletzt aus diesem Grunde veranstaltet die Berlin Music Commission gemeinsam mit der clubcommission berlin, dem Verein all2gethernow und mit Unterstützung des Berliner Senates im Jahre 2010 eine Berlin Music Week. Neben vielen anderen Veranstaltungen soll auch die Popkomm in diesem Rahmen stattfinden. Ihr dpa-Interview zu diesem Thema kann man gewiss als harsche Kritik an unserem Vorhaben lesen, gleichwohl nehme ich mit Erstaunen wahr, dass Ihre Einschätzung in Kernpunkten nicht weit von der unserigen entfernt liegt.

Nur mit der umgekehrten Schlussfolgerung:

Eben diese Analyse führte uns dazu, eine Berlin Music Week zu projektieren.

In der Tat haben die involvierten Netzwerke zunächst einen lokalen Hintergrund, das ist ihr Kerngeschäft: die hiesige Musikszene, den Standort und den Musiktourismus zu entwickeln - das ist sinnvoll, wie Sie zu Recht feststellen. Es hindert die Netzwerke nicht daran, international zu handeln. Und auch uns ist sonnenklar, dass eine Berlin Music Week strategisch nur der Mühe lohnt, wenn sie eine globale Strahlung aufzubauen vermag, sowohl für Fachbesucher aus aller Welt wie für internationales Musikpublikum. Erfolgreich wird das Projekt nur sein, wenn es Berlin gelingt, sich mit der Berlin



Music Week global als Musikmetropole von Rang zu behaupten. Hier ist die Frage nicht, ob die Stadt das will, sondern ob der Berliner Senat neue Prioritäten setzt und adäquate Budgets zu generieren vermag. Der Wirtschaftssenat hat hier deutlich eine Vorreiterrolle übernommen und vieles in Bewegung gesetzt. Wir brauchen aber darüber hinaus eine strategische Weichenstellung der zentralen politischen Führung des Landes Berlin: das Thema "Populäre Musik" muss der übersubventionierten Hochkultur gleichgestellt werden. Davon sind wir noch weit entfernt, wenn ich aber die Signale richtig deute, sind wir hier in den letzten 2 Monaten weiter gekommen, als in den 20 Jahren zuvor.



Fordert einen Dialog über die brancheninternen Gräben hinweg: Olaf Kretschmar

Mit dem so genannten "Großen", welches aus Ihrer Sicht hier nicht stattfindet, ist es eine verzwickte Geschichte. Auch das Allergrößte kommt selten umhin, irgendwo einen Anfang zu nehmen. Größe fällt nicht vom Himmel, sondern ist Resultat von Wachstumsprozessen. Es braucht den Mut zum Anfang, Beharrlichkeit und Geduld, Akteure guten Willens und eine funktionierende Infrastruktur. Eine Plattform für Musik. Nichts anderes ist in unserer Intention die Berlin Music Week. Wir inszenieren uns nicht als Scheinriesen. Klar ist, dass wir für Wachstum starke Partner brauchen. Ein solcher könnte gewiss auch der Bundesverband Musikindustrie sein, er könnte uns helfen, die Berlin Music Week in der Branche breiter aufzustellen und internationaler zu positionieren. In der Wirtschaft mit Musik grassiert jedoch seit Jahren eine isolationistische Wagenburgmentalität - konventionelle Branche vs. Web 2.0, Indie vs. Major, Hamburg vs. Berlin vs. Köln usw. usf. Dieser eitle Krieg der Lager gehört nun endlich abgeschafft. Keiner hat hier den Stein der Musikweisen. Das genüsslich ausgetragene Kontra blockiert die Entwicklung der gesamten Branche. Größe können wir in diesen Zeiten nur zusammen erreichen. Lassen Sie uns miteinander sprechen.

Wir freuen uns auf gemeinsame große Taten für die Musik.

Olaf Kretschmar, Projektleiter Berlin Music Week

Quelle: [MusikWoche](#)



KOMMENTARE

Noch kein Kommentar vorhanden.

07.06.2010 13:11 Uhr, © G+J Entertainment Media GmbH & Co. KG

<http://www.mediabiz.de/musik/news/macher-der-berlin-music-week-fordern-gorny-zum-dialog-auf/282428>