

# Große Anfrage

der Abgeordneten Christa Goetsch, Dr. Eva Gümbel, Farid Müller, Dr. Anjes Tjarks,  
Jens Kerstan (GRÜNE) und Fraktion vom 23.08.2013

## und Antwort des Senats

- Drucksache 20/9056 -

### Betr.: Musikwirtschaft in Hamburg

*Hamburg ist Musikstadt. Musicals, Live-Clubs und Festivals prägen das Bild einer weltoffenen, lebendigen Musikmetropole. Zudem profilieren herausragende Musikerinnen und Musiker, renommierte Orchester und der Ausblick auf die Eröffnung der Elbphilharmonie den Musikstandort Hamburg. Dieser musikalische Reichtum führt zu einem Zuwachs an Lebensqualität, zur Steigerung des Bildungsniveaus und zur Wertschätzung von kultureller Vielfalt. Gleichzeitig ist die Musikwirtschaft aber auch ein bedeutsamer und dynamischer Wirtschaftsfaktor für die Stadt.*

*Zahlreiche Musikverlage wie Peermusic, Warner Chappell oder Sikorski sowie Musiklabels wie Warner Music, Membran Entertainment oder edel AG haben ihren Standort in Hamburg. Auch die großen Konzertdirektionen wie Karsten Jahnke, FKP Scorpio oder Funke Media agieren von Hamburg aus. Die Hamburger Liveclubs wie u.a. das Molotow oder das Uebel & Gefährlich sind deutschlandweit bekannt, und große Spielstätten wie die O2-Arena oder die Alsterdorfer Sporthalle bieten Auftrittsmöglichkeiten für internationale Stars. Die Produktionen der Hamburger Stage Entertainment haben Hamburg zur Musical Hauptstadt gemacht und locken Millionen von Touristinnen und Touristen an. Auch Instrumentenbauer wie Steinway & Sons, Musikalienhändler wie JustMusic oder digitale Dienstleister wie finetunes machen sich Hamburger Standortvorteile zu Nutze. Die verschiedenen Musik(hoch-)schulen und -akademien tragen dazu bei, dass Hamburg qualifizierte Musikerinnen und Musiker und Fachkräfte ausbildet.*

*Mit fast 800 Millionen EUR Umsatz und mehr als 6.400 Erwerbstätigen ist die Hamburger Musikwirtschaft deutschlandweit mit Berlin an der Spitze. Hinzu kommen jährliche Umsatzeffekte für Einzelhandel und Gastgewerbe durch Musiktouristinnen und -touristen von über 700 Millionen EUR<sup>1</sup>.*

*Die Entwicklung geeigneter Rahmenbedingungen für Musikwirtschaft ist jedoch kultur- und wirtschaftspolitisch bislang zu wenig an den Potenzialen und den Veränderungen dieses Feldes ausgerichtet. Der Musikmarkt wächst und verändert sich rapide, gerade in Bezug auf die Weiterentwicklung von Informations- und Kommunikationstechnologien, die neue digitale Geschäftsfelder eröffnen. Als eine der wesentlichen Content-Industrien für mediale und digitale Inhalte besitzt die Musikwirtschaft seit Entwicklungsbeginn digitaler und web-basierter Anwendungen starken Pionier- und Innovationscharakter. Gemessen an der Bedeutung der Branche für den Standort und die Stadt Hamburg mangelt es derzeit an geeigneten Wirtschaftsförderungsmodellen, klaren Behördenzuständigkeiten, notwendigen Regelungen zum Urheberrecht oder Lärmschutz sowie günstigen Räumen zum Wohnen und Proben.*

*Vor diesem Hintergrund fragen wir den Senat:*

Der Senat beantwortet die Fragen u.a. auf der Grundlage von Auskünften des Clubkombinats, der Hamburg Kreativ Gesellschaft mbH (HKG), der Handelskammer, der Hochschule für Musik und Theater (HfMT), der Interessengemeinschaft Hamburger Musikwirtschaft (IHM) und der LiveKomm wie folgt:

---

<sup>1</sup> Siehe HWWI, 2009: HASPA Musikstudie „Der Takt der Zukunft – Hamburg setzt auf Musik“.

1. *Wie definiert der Senat die Bedeutung der Musikwirtschaft für Hamburg?*

Die Musikwirtschaft mit ihrer heterogenen Branchenstruktur – gebildet von Tonträgerunternehmen, Labels, Verlagen, Clubs, Veranstaltern, Künstlern, Komponisten etc. – ist ein bedeutender Wirtschaftsfaktor für Hamburg (siehe Drs. 20/4923). Nach dem Kreativwirtschaftsbericht 2012 arbeiteten im Jahr 2008 769 Selbständige und Unternehmen (insgesamt 3597 Erwerbstätige) in den verschiedenen Bereichen der Hamburger Musikwirtschaft. Damit nimmt Hamburg, bezogen auf die Zahl der Erwerbstätigen, bundesweit den zweiten Platz hinter Berlin ein.

Weiterhin spielt die Musikwirtschaft auch für den Tourismus in Hamburg eine bedeutende Rolle. So stellt die Haspa Musikstudie 2009 fest, dass 2008 ca. 7 Mio. Tagestouristen primär zum Besuch musikalischer Veranstaltungen nach Hamburg kamen, nahezu viermal so viele wie im deutschen Durchschnitt. Diese Gäste erzielten im Gastgewerbe, dem Einzelhandel und anderen Wirtschaftsbereichen einen Wertschöpfungseffekt von 263 Mio. € (siehe Drs. 19/3697).

2. *Wie viele Unternehmen und welche Branchen assoziiert der Senat in Hamburg mit der Musikwirtschaft (bspw. Verlage, digitale Dienstleister, Konzertwesen, Handel mit Tonträgern oder Musikalien, Musikgastronomie, Musiktechnik, Musiktourismus, Musiktheater/Musicals, Aus- und Fortbildung, usw.)?*

Entsprechend der Festlegungen und Erhebungen des Kreativwirtschaftsberichts 2012 besteht der privatwirtschaftliche Teil der Musikwirtschaft aus folgenden Teilmärkten<sup>2</sup>:

a) Selbständige Komponisten/innen, Musikbearbeiter/innen,	WZ 90.03.1
b) Ballettgruppen, Orchester, Kapellen und Chöre,	WZ 90.01.2
c) Tonstudios und Herstellung von Hörfunkbeiträgen,	WZ 59.20.1
d) Verlegen von bespielten Tonträgern,	WZ 59.20.2
e) Verlegen von Musikalien,	WZ 59.20.3
f) Theater- und Konzertveranstalter,	WZ 90.04.1
g) Opern- und Schauspielhäuser, Konzerthallen und ähnliche Einrichtungen,	WZ 90.04.2
h) Erbringung von Dienstleistungen für die Darstellende Kunst,	WZ 90.02.0
i) Einzelhandel mit Musikinstrumenten und Musikalien,	WZ 47.59.3.

Die Handelskammer Hamburg nennt für das Jahr 2012 1.155 Unternehmen in der Musikwirtschaft. (Quelle: Firmenzählung der Handelskammer Hamburg, Stand: 1. Juli 2012). Im Übrigen siehe Antwort zu 1.

- Wie hoch war der Jahresumsatz der Musikwirtschaft in Hamburg 2010-2012? Sofern keine konkreten Zahlen vorliegen, bitte Schätzungen angeben. Von welchen Prognosen geht der Senat für die kommenden drei Jahre aus?*
- Wie hoch war die Wertschöpfung der Musikwirtschaft in Hamburg 2010-2012 in absoluten und prozentualen Größen? Sofern keine konkreten Zahlen vorliegen, bitte Schätzungen angeben. Von welchen Prognosen geht der Senat für 2013 und die kommenden drei Jahre aus?*
- Wie viele Erwerbstätige in der Musikwirtschaft in Hamburg sind sozialversicherungspflichtig angestellt? Wie viele sind selbständig tätig? Sofern keine konkreten Zahlen vorliegen, bitte Schätzungen angeben. Von welchen Prognosen geht der Senat für die kommenden drei Jahre aus?*
- Wie hoch liegt die Arbeitsproduktivität in der Musikwirtschaft in Hamburg anhand der o.a. Zahlen? Von welchen Prognosen geht der Senat für die kommenden drei Jahre aus?*
- Wie hoch war das jährliche Umsatzwachstum der Musikwirtschaft in Hamburg seit 2008? Von welchen Prognosen geht der Senat für die kommenden drei Jahre aus?*

<sup>2</sup> Zu beachten ist, dass einzelne Wirtschaftszweige naturgemäß anteilig mehreren Teilmärkten der Kreativwirtschaft zugeordnet werden. So wird z.B. der Wirtschaftszweig „Opern- und Schauspielhäuser, Konzerthallen und ähnliche Einrichtungen“ anteilig auch der Darstellenden Kunst zugeordnet.

Der Kreativwirtschaftsbericht für Hamburg wurde 2012 veröffentlicht und soll im Rhythmus von drei bis fünf Jahren neu aufgelegt werden. Zwischen diesen Veröffentlichungen erhebt der Senat keine strukturierten Daten für die Hamburger Kreativwirtschaft.

Der Kreativwirtschaftsbericht 2012 weist für Hamburg im Jahr 2008 in der Musikwirtschaft einen Jahresumsatz von 773.798 T€ aus.

Der Kreativwirtschaftsbericht 2012 weist für Hamburg im Jahr 2008 in der Musikwirtschaft ein Wertschöpfungsvolumen von 157.644 T€ aus.

Der Kreativwirtschaftsbericht 2012 weist für Hamburg im Jahr 2008 in der Musikwirtschaft 769 Selbständige und Unternehmen mit einem Umsatz von mehr als 17.500 € p.a. in der Musikwirtschaft aus.

Die Zahl der sozialversicherungspflichtige Beschäftigte im Jahr 2008 betrug 1.951.

Im Jahr 2008 wurden 877 geringfügig entlohnte Beschäftigte in der Musikwirtschaft gezählt. Insgesamt waren somit im Jahr 2008 3.597 Erwerbstätige in der Hamburger Musikwirtschaft tätig.

Die 769 Selbständigen und Unternehmen mit einem Umsatz vom mehr als 17.500 € p.a. der Hamburger Musikwirtschaft erwirtschafteten im Jahr 2008 einen durchschnittlichen Umsatz von 1.006 T€.

Darüber hinaus liegen der zuständigen Behörde keine validen Schätzungen und Prognosen vor.

8. *Welche Förderung erhält die Musikwirtschaft im Doppelhaushalt 2013/2014? Bitte auflisten nach zuwendender Behörde, Art der Förderung (Kulturförderung, Wirtschaftsförderung oder andere), Höhe der Zuwendung, Zuwendungsempfänger und Name der Maßnahme. Wie sind die Vergleichszahlen für die Hafenvirtschaft? Wie sind die Vergleichszahlen für die Musikwirtschaftsförderung in Berlin?*

Siehe Anlage 1. Eine eindeutige Abgrenzung von Kultur- und Wirtschaftsförderung ist i.d.R. nicht möglich (siehe Antwort zu 9). Es ist beabsichtigt, die 2013 durchgeführten Fördermaßnahmen auch 2014 in vergleichbarem Umfang durchzuführen.

Die finanzielle Wirtschaftsförderung der Behörde für Wirtschaft, Verkehr und Innovation richtet sich an gewerbliche Unternehmen aller Branchen und steht daher grundsätzlich auch allen gewerblichen Unternehmen, Selbständigen und Existenzgründerinnen und -gründern der Musikwirtschaft zur Verfügung. Im Doppelhaushalt 2013/2014 sind in der BWVI keine Mittel speziell für die Musikwirtschaft vorgesehen.

Im Rahmen der Zuwendung der BWVI an die Hamburg Marketing (HMG)/Hamburg Tourismus (HHT) zum Zweck des Standort- bzw. Tourismusmarketings werden mittelbar musikwirtschaftliche Zwecke gefördert. Zu den ebenfalls mittelbaren Leistungen der HMG/HHT siehe Anlage 2.

Darüber hinaus hat die HKG, deren alleinige Gesellschafterin die FHH ist, den Auftrag, die Rahmenbedingungen für Akteure der Hamburger Kreativwirtschaft zu verbessern. Da die Musikwirtschaft einen der elf Teilmärkte der Kreativwirtschaft darstellt, kommen sämtliche Angebote auch der Musikwirtschaft zugute. Die HKG wird jährlich mit 750 T€ durch die Kulturbehörde aus dem Titel Kreativwirtschaftsinitiative (03.1.3720.683.02) gefördert. Zu den Aufgaben der HKG siehe Drs. 20/4583 und Antwort zu 7.

Nach Auskunft der Berliner Senatsverwaltung für Wirtschaft, Technologie und Forschung erfolgte die Förderung der Musikwirtschaft in den Jahren 2008 bis 2013 durch Mittel aus den Bereichen der Landesinitiative „Projekt Zukunft“ und dem Außenwirtschaftsprogramm „Neue Märkte erschließen“:

2008	208.000 €
2009	234.000 €
2010	658.000 €
2011	777.000 €
2012	974.000 €
2013	803.000 €

Des Weiteren standen in Berlin in diesen Jahren insgesamt 985.714 € aus der GRW (Gemeinschaftsaufgabe Verbesserung der regionalen Wirtschaftsstruktur)-Netzförderung zur Verfügung. Zudem stehen für 2013 Mittel aus dem Musicboard zur Verfügung, siehe Antwort zu 31.

Die Hafenwirtschaft als Branche erhält im Sinne der Fragestellung keine finanzielle Förderung aus dem Haushalt.

*9. Anhand welcher Kriterien entscheidet der Senat im Musikbereich nach Kultur- oder Wirtschaftsförderung?*

Wie im gesamten Feld der Kreativwirtschaft, sind insbesondere im Teilmarkt Musik Kultur- und Wirtschaftsförderung nur in Einzelfällen klar abgrenzbar, da die Produkte bzw. die erbrachten Leistungen regelmäßig sowohl den kommerziellen als auch den nicht kommerziellen Bereich stärken. Seitens der zuständigen Behörde wird die als unmittelbare Kulturförderung betriebene Förderung nach wie vor mit den gleichen Ansätzen verfolgt, wie vor Beginn des Aufbaus eines Kreativwirtschaftsclusters (siehe Drs. 19/3442). Die zusätzlichen Mittel zum Aufbau eines Kreativwirtschaftsclusters werden vorrangig für solche Fördermaßnahmen verwendet, die unmittelbar oder mittelbar die Schaffung bzw. die Sicherung von Arbeitsplätzen zum Ziel haben.

*10. Welche Wirtschaftsförderungsmaßnahmen hat der Senat in den letzten fünf Jahren für die Musikwirtschaft geleistet?*

Eine eindeutige Abgrenzung von Kultur- und Wirtschaftsförderung ist i.d.R. nicht möglich (siehe Antwort zu 9). Für die Kreativwirtschaft oder den kreativwirtschaftsaffinen Bereich wurden die in der Anlage 3 aufgeführten Fördermaßnahmen geleistet.

*11. Welche Behörden, Ressorts und Abteilungen sind an der Förderung der Musikwirtschaft beteiligt? Wie hoch ist deren jeweiliger Anteil an der gesamten Musikwirtschaftsförderung?*

In der Kulturbehörde ist das Referat Musik als Teil der Abteilung Kunst, Kreativwirtschaft, Musik und Kulturprojekte beteiligt. Das Amt Medien der Senatskanzlei ist im Kontext übergeordneter medienpolitischer Aufgaben und Fragestellungen beteiligt. Die Behörde für Wirtschaft, Verkehr und Innovation gehört nicht im engeren Sinne zum Kreis der fördernden Behörden für die Musikbranche. Allerdings besteht im Einzelfall die Möglichkeit einer Förderung im Rahmen der allgemeinen Haushaltstitel und Förderprogramme. Im Übrigen siehe Antworten zu 8. und zu 10.

*12. Wie viel EU-Förderung ist in den vergangenen fünf Jahren in die Hamburger Musikwirtschaft geflossen? Bitte auflisten nach Jahr, Fördermaßnahme, Zuwendungsempfänger, zuständiger Behörde. Wie viel EU-Förderung konnte Berlin im gleichen Zeitraum für seine Musikwirtschaft akquirieren?*

In den vergangenen Jahren sind weder Mittel aus den EU-Strukturfonds noch aus dem Programm „Europa fördert Kultur“ in die Hamburger Musikwirtschaft geflossen.

Nach Auskunft der Berliner Senatsverwaltung für Wirtschaft, Technologie und Forschung liegt der Anteil der EFRE-Mittel bei „Projekt Zukunft“ und „Neue Märkte erschließen“ (siehe Antwort zu 8) grundsätzlich bei 50 %. In der GRW-Netzwerkförderung und den Mittel des Musicboards sind keine EU-Mittel enthalten.

*13. Welche Spielstätten für Musik und Musiktheater gibt es derzeit in Hamburg? Wie beurteilt der Senat vor diesem Hintergrund die Notwendigkeit zusätzlicher Spielstätten? Wie weit sind die Standortplanungen für eine zentralgelegene, mittelgroße Halle für Pop-Musik?*

Im Bereich Musiktheater sind neben der Hamburgischen Staatsoper insbesondere die Spielstätten der Musicals (Theater im Hafen, Neue Flora, TUI Operettenhaus sowie die geplanten Neubauten im Großmarkt und neben dem bestehenden Theater im Hafen) zu nennen. Bestehende Aufführungsorte

für Musik sind neben der Laeiszhalle, der FABRIK, der Markthalle und Kampnagel rund 125 Live-Musik-Clubs (mind. 24 Live-Konzerte pro Monat, max. Fassungsvermögen von 1.000 Personen). Hinzu kommen Konzertsäle in Ausbildungsstätten (etwa Hochschule für Musik und Theater, Hamburger Konservatorium, Staatliche Jugendmusikschule u.a.) und auch multifunktional einsetzbare Veranstaltungsorte (etwa Friedrich-Ebert Halle, Alsterdorfer Sporthalle, O2-Arena u.a.).

Zur Notwendigkeit der Errichtung der Elbphilharmonie als einer Spielstätte, die bestehende Lücken im Konzertleben der FHH schließen wird, vgl. insb. Drs. 18/2570 (inkl. Machbarkeitsstudie) sowie Drs. 18/7656.

Nach Auskunft der Sankt Pauli Music Hall GmbH, in der sich maßgebliche Akteure der hiesigen Musik- und Veranstaltungswirtschaft zusammengeschlossen haben, ist die interne Prüfung der Standorte für eine mittelgroße Halle für Pop-Musik noch nicht abgeschlossen. Man hofft aber, mit der konkreten Planung und Umsetzung noch in diesem Jahr beginnen und den Spielbetrieb Ende 2015 aufnehmen zu können.

*14. Welche Förderung erhalten die Hamburger Live-Musik-Clubs? Warum werden die Gelder des Live Concert Account nicht immer in voller Höhe ausgeschüttet? Könnte es Sinn machen, die Ausschüttung nach einer Quote einzuführen, so dass immer der gesamte Betrag ausgeschüttet wird?*

Die Hamburger Live-Musik-Clubs werden im Rahmen des gemeinsam mit dem Clubkombinat entwickelten Live-Musik-Fonds gefördert (vgl. Drs. 19/3697, Ziff. 2.3.2.2.1). Dieser Fonds setzt sich zusammen aus dem Live-Concert-Account (150 Tsd. € p.a.) und dem Club Award (20 Tsd. € p.a.). Aus dem Live-Concert-Account werden derzeit die von den Live-Musik-Clubs verauslagten GEMA-Gebühren erstattet. Das Erstattungsmodell wurde gewählt, da über die GEMA-Gebühren einerseits verlässlich dokumentiert ist, welche Livemusik-Veranstaltungen stattgefunden haben und zum anderen die Clubbetreiber motiviert werden können, Livemusik zu veranstalten, ohne dass dabei durch die zuständige Behörde der Inhalt der Veranstaltungen beeinflusst wird.

Die zur Verfügung stehenden Mittel wurden 2012 nicht in voller Höhe ausgekehrt, da weniger GEMA-Gebühren von den Clubbetreibern verauslagt wurden, als Fördermittel zur Verfügung standen.

Zukünftig soll die Auskehrung der Mittel anhand einer auf die GEMA-Gebühren bezogenen Quote erfolgen.

*15. Wie wird der in Hamburg ansässige Bundesverband für Musikspielstätten „LiveKomm“ vom Senat unterstützt?*

Die Hamburg Kreativ Gesellschaft mbH leistet in der Aufbauphase für den Zeitraum vom 15. Juli 2013 – 14. Juli 2014 einen Mietkostenzuschuss in Höhe von insgesamt 13.440 €.

*16. Welche Festivals tragen in Hamburg besonders zur Stärkung der Musikwirtschaft bei?*

Besonders tragen die künstlerischen bzw. kuratierten Festivals Reeperbahn-Festival, Elbjazz und Dockville-Festival zur Stärkung der Musikwirtschaft bei. Daneben sind die rein kommerziell ausgerichteten Festivalformate der privaten Veranstalter eine wichtige Säule der Hamburger Musikwirtschaft.

*17. Wie kann das Dockville Festival in Zukunft dauerhaft für Hamburg und den Standort in Wilhelmsburg gesichert werden?*

Da ein Großteil der Festival-Flächen perspektivisch für hafenbezogene Nutzungen vorgesehen ist, können dauerhafte Lösungen trotz des Engagements aller Beteiligten zum jetzigen Zeitpunkt nicht festgelegt werden. Die FHH sowie die Kopf und Steine GmbH (Veranstalter des Dockville-Festivals) haben jedoch ein Eckpunktevereinbarung erarbeitet, um dem Festival und der Stadt zumindest mehr Planungssicherheit zu geben. In jedem Fall ist der bisherige Standort für das Festival bis 2015 gesichert.

*18. Welche Werbeflächen für Musikplakate gibt es derzeit in Hamburg? Wie können diese ausgeweitet bzw. die aktuell mangelhaften Möglichkeiten zur Werbung für Musikclubs verbessert werden?*

Aus Sicht des Senats bestehen in der Freien und Hansestadt Hamburg zwischenzeitlich ausreichende Möglichkeiten für Kultur- und damit auch für Musikwerbung. Die Möglichkeiten für Kulturwerbung in Hamburg sind in den letzten Jahren stetig erhöht worden. Das Angebot an Kulturwerbeträgern hat sich seit dem Jahr 2008 nahezu verdoppelt und ist um sog. elektronische Kulturwerbung erweitert worden. Zudem ist die Kulturwerbung rabattiert. Die Firma Ströer Deutsche Städtemedien (DSM) hat den Kulturwerbenden nach dem Werberechtsvertrag folgende Rabatte einzuräumen:

65 v. H. der veröffentlichten Listenpreise für nicht hinterleuchtete Klebeflächen im Format 1/1 oder kleiner bzw.

90 v. H. der veröffentlichten Listenpreise für kulturelle Veranstaltungen, die für bis zu 400 Personen oder in Veranstaltungsräumen mit bis zu 266 qm stattfinden.

Zusätzlich zum Betrieb von Plakatwerbeträgern für Kulturwerbung ist DSM verpflichtet, in den von ihr betriebenen Train Infoscreenanlagen und Station Infoscreenanlagen in den U- und S-Bahnhöfen bzw. den U- und S-Bahnen ein sog. elektronisches Kulturfenster zu betreiben. Auch hier sind die Preise entsprechend den Regelungen des Werberechtsvertrags rabattiert.

Neben der Kulturwerbung auf Staatsgrund der FHH, die über die Werberechtsverträge geregelt ist, bestehen darüber hinaus weitere Werbemöglichkeiten für Kulturschaffende. So gibt es in den U- und S-Bahnhöfen diverse Werbeflächen für Kulturwerbung – diese Flächen werden von der Deutschen Eisenbahnreklame (DERG) bzw. der Hamburger Verkehrsmittelwerbung im Rahmen eigener Verträge mit der Deutschen Bahn AG bzw. der HOCHBAHN AG betrieben.

Unabhängig davon ist zu berücksichtigen, dass Werbung über soziale Netzwerke und digitale Medien zumindest teilweise die klassischen Werbeträger ersetzt.

*19. Wie wird der Wissensaustausch mit internationalen Musikmetropolen wie Los Angeles, Austin, Chicago, Liverpool, London, Montreal, Wien oder Berlin bislang organisiert? Wie soll der Austausch in Zukunft vorangetrieben werden? Welche Gelingensbedingungen und Best-Practice-Beispiele zur Förderung von Musikwirtschaft lassen sich aus den o.a. Metropolen identifizieren? Sind diese übertragbar?*

Die zuständige Behörde reflektiert kontinuierlich mit den hiesigen Akteuren der Musikwirtschaft die Strategien anderer Städte. Dieses Verfahren soll auch zukünftig beibehalten werden. Im Rahmen des Kreativwirtschaftsberichts 2012 wurden Förderstrukturen und Best-Practice-Beispiele in ausgewählten Metropolen (Berlin, Köln, München, Amsterdam, Wien, Kopenhagen, Shanghai und Melbourne) vorgestellt. Aufgrund der jeweils spezifischen Rahmenbedingungen und der Tätigkeitsschwerpunkte der Akteure der Musikwirtschaft, lassen sich Best-Practice-Beispiele aus anderen Metropolen nicht unmittelbar übertragen, vielmehr sind diese individuell an den hiesigen Voraussetzungen zu orientieren.

*20. In welchen internationalen Städtenetzwerken mit Themenschwerpunkten Musikwirtschaft / Musikstadt / Stadtentwicklung und Musik ist Hamburg vertreten? An welchen internationalen Fachkongressen nehmen Vertreterinnen und Vertreter der Hamburger Musikwirtschaft teil?*

Auf Initiative der zuständigen Behörde wurde 2012 ein Städtenetzwerk anlässlich des 2014 bevorstehenden 300. Geburtstages von Carl Philipp Emanuel Bach ins Leben gerufen. Mitglieder sind Weimar, Leipzig, Frankfurt (Oder), Berlin, Potsdam und Hamburg, die Federführung liegt bei der zuständigen Behörde der FHH.

Die zuständige Behörde ist zudem im stetigen fachlichen Austausch mit Vertreterinnen und Vertretern anderer Städte.

Vertreterinnen und Vertreter der Hamburger Musikwirtschaft nehmen an folgenden Fachkongressen teil: Eurosonic/Norderslaag (Groningen, NL), South-By-Southwest/SXSW (Austin, USA), Midem (Can-

nes, F), CMJ (New York, USA), ILMC (London, GB), The Great Escape (Brighton, GB), SPOT (Arhus, DK), Canadian Music Week (Toronto, CA), ADE (Amsterdam, NL), Winter Music Conference (Miami, USA), Sonar (Barcelona, ES), Tallinn Music Week (Tallinn, EE), Mama (Paris, F) Vienna Waves (Wien, A). Daneben werden folgende Festivals mit Branchenteilen besucht: Oya Festival (Oslo, NO), Festival Internacional de Benicàssim/FIB (Benicàssim, ES).

*21. Welche Rolle spielt die Musikwirtschaft in der internationalen Vermarktung der Stadt? Welche Maßnahmen unternehmen Hamburg Marketing und Hamburg Tourismus, um die Musikstadt Hamburg zu vermarkten? Bitte Maßnahme und Kosten der Maßnahme auflisten.*

Die Themen der Musikstadt und der Musikwirtschaft spielen im internationalen Hamburg-Marketing im Rahmen der Markenstrategie der HMG und in der touristischen Vermarktung Hamburgs durch die HHT eine zentrale Rolle.

Inhaltliche Schwerpunkte werden dabei auf Festivals (z.B. MS Dockville, Reeperbahn Festival, Wacken Open Air, Schleswig-Holstein Musikfestival, Elbjazz), Institutionen (z.B. Elbphilharmonie, Hamburg Ballett John Neumeier), die Hamburger Musicals oder besondere Ereignisse (z.B. Wagner-Wahn der Hamburgischen Staatsoper, Bach-Jahr, 50 Jahre Hamburg-Ballett, 10 Jahre König der Löwen) gelegt.

Instrumente des Marketings sind Publikationen (z.B. das vierteljährlich erscheinende Hamburg-Magazin), PR-Instrumente (Journalistenreisen, Medienhandbuch, Download-Portal), Social Media (hamburg-ahoi.com), Events und Messen (SXSW Austin/Texas, Auslandsgastspiele) sowie die nachstehenden touristischen Marketingaktivitäten der HHT.

Unternehmen der Musikwirtschaft erhalten dabei anlassbezogen kostenfreie Plattformen für die Eigendarstellung bei den Auslandsaktivitäten der HMG, wie zum Beispiel beim SXSW in Austin/Texas oder bei der USA-Gastspielreise „50 Jahre Hamburg-Ballett“ oder im Rahmen der PR-Arbeit rund um das Reeperbahn Festival in Hamburg.

Die Verkaufsförderung der HHT transportiert im internationalen Marketing auf 18 aktiv bearbeiteten Märkten sowie auf dem deutschen Markt das Thema Musikstadt Hamburg als wichtigen Bestandteil des touristischen Angebotes. Je nach Land/Sprache wird der Fokus für jedes einzelne Land auf unterschiedliche Musikangebote gelegt. Ein jährlich erstellter Veranstaltungskalender mit international positionierbaren Veranstaltungen in Hamburg und entsprechende Pressetexte runden das Informationsangebot für den jeweiligen Markt ab. Zielgruppe sind vor allem die Kulturveranstalter und definierten Schlüsselveranstalter (Key Accounts) im jeweiligen Markt. Zusätzlich werden die Termine in gezielten verkaufsfördernden Maßnahmen kommuniziert:

#### **Internationale Messen, Workshops, Präsentationen 2013:**

- Dänemark : Endverbrauchermesse Herning
- Dänemark: Nordeuropa Fachworkshop
- Russland : MITT, Moskau, Fach-und Endverbrauchermesse
- Russland: Fachworkshops Moskau, St. Petersburg
- Germany Travel Mart: Stuttgart intern. Fachworkshop
- China: Fachmesse ILTM, Shanghai
- China: Fach-Roadshow durch 5 Städte
- Spanien/Italien Workshops als Partner des Deutschen Küstenlandes
- Schweden: Hamburg Präsentation für RV + PR
- RDA („Reise-Ring Deutscher Autobusunternehmungen“) Köln – größte europäische Busfachmesse, Messthemata „Kultur erleben“
- Workshop Internationaler Verband der Paketer e. V. (VPR) – HHT Mitglied
- Musikland Workshop Österreich
- Trade Workshop Großbritannien

**Newsletter :**

- Russland: Hamburg Special Newsletter an Reisebüros
- USA: Beileger Versand Travel Agent + Newsletter
- 3 Newsletter Busveranstalter Niederlande und Flandern
- Newsletter Schweiz Trade

**Medienkooperationen:**

- Je zwei Hamburg-Spezialausgaben mit den Bus-Fachmagazinen Eurobus und Bus Blickpunkt
- Online-Newsletter Neue Zürcher Zeitung

**Reiseveranstalterkooperationen/Airline:**

- Key Account Management Österreich, Kooperation HHT-STAGE Entertainment
- Key Account Management Schweiz, Kooperation HHT-STAGE Entertainment

**Endverbraucherkampagnen:**

- "Germany Rocks" Jugendkampagne in Großbritannien mit Bewerbung

Da die Maßnahmen nicht unmittelbar der Vermarktung der Musikstadt dienen, entstehen in der Regel keine im Sinne der Frage gesondert ausweisbaren Kosten. Die Kosten für ausschließlich musikbezogene Maßnahmen der HMG und der HHT sind in der Anlage 2 aufgeführt.

*22. Welche national und international beachteten Messen, Fachkongresse oder Kurse finden in Hamburg zum Thema Musikwirtschaft statt?*

Reeperbahn Campus, Filmsound Hamburg.de (Internationale Hamburger Sommerakademie für Film-musik), Music Publishing Summerschool, Gamesmusic und Sounddesign.

Zum Auftakt des Reeperbahn-Festivals wird in diesem Jahr erstmalig ein „Musikdialog“ stattfinden. In der Tradition des Mediendialogs werden dazu Branchenteilnehmer eingeladen, zentrale musikwirtschaftliche Themen zu diskutieren.

Vom 27. bis 29. September 2013 findet in der Staatlichen Jugendmusikschule Hamburg nach 1998, 2001 und 2009 der 4. Deutsche Kinderliedkongress statt.

*23. Wie viele Ausbildungsplätze stellt die Musikwirtschaft jährlich zur Verfügung?*

Gemäß der Wirtschaftszweigklassifikation 2008 konnten im Bereich Musikwirtschaft aktuell 40 aktive Ausbildungsbetriebe identifiziert werden. In diesen Betrieben befinden sich mit Stand 31. August 2013 insgesamt 186 Auszubildende, davon wurden 58 Ausbildungsverhältnisse in diesem Jahr neu eingetragen.

*24. Welche Studienangebote gibt es in Hamburg für  
a. Fachkräfte der Musikwirtschaft?*

Es gibt folgende Studienangebote an der HfMT:

<b>Studiengang</b>	<b>Anzahl der Studierenden</b>
BA Kultur- und Medienmanagement (Fernstudium)	152
MA Kultur- und Medienmanagement (Präsenzstudium)	42
Weiterbildender MA Kultur- und Medienmanagement (Fernstudium)	220
Weiterbildendes Zertifikatsstudium Kultur- und Medienmanagement (Fernstudium)	105



- b. *Musikerinnen und Musiker? Bitte auflisten nach Hochschule, Studiengang und Anzahl der Studierenden.*

Es gibt folgende Studienangebote an der HfMT:

<b>Studiengang</b>	<b>Anzahl der Studierenden</b>
BA Instrumentalmusik	157
MA Instrumentalmusik	79
BA Komposition/Musiktheorie	8
MA Komposition mit den Studienschwerpunkten Komposition und Jazzkomposition	7
MA Multimediale Komposition	4
MA Musiktheorie	1
BA Kirchenmusik	18
MA Kirchenmusik	4
BA Jazz	42
BA Gesang	31
MA Gesang	9
MA Oper	11
MA Liedgestaltung	8
BA Regie Musiktheater	11
MA Kammermusik	3
MA Chorleitung	0
MA Claviorganum	1
Konzertexamenstudiengänge	39
Weiterbildungsangebot Eventim Popkurs	52
Weiterbildungsangebot Neue Kompositionstechniken	10
BA Kultur- und Medienmanagement (Fernstudium)	152
MA Kultur- und Medienmanagement (Präsenzstudium)	42
Weiterbildender MA Kultur- und Medienmanagement (Fernstudium)	220
Weiterbildendes Zertifikatsstudium Kultur- und Medienmanagement (Fernstudium)	105
Summe	1.014

*25. Welche weiteren Aus- und Weiterbildungsmöglichkeiten gibt es für diesen Sektor in Hamburg? Wie beurteilt der Senat die Aus- und Weiterbildungssituation?*

In einer Kooperation im Rahmen der Landesmusikakademie Hamburg (LMA) werden verschiedene Fortbildungen für Musikpädagoginnen und Musikpädagogen sowie Musikerinnen und Musiker angeboten. Die LMA wurde im Jahr 2003 als eine Kooperation von Staatlicher Jugendmusikschule Hamburg (JMS), Hamburger Konservatorium und Landesmusikrat Hamburg e.V. gegründet. Sie ist Mitglied im „Arbeitskreis der Musikbildungsstätten in Deutschland“.

Im Fortbildungsprogramm der LMA werden diese Angebote im Hinblick auf den aktuellen musikpädagogischen Bedarf koordiniert und auf die aktuellen Herausforderungen des sich verändernden Schul- und Bildungssystems ausgerichtet. Schwerpunkte der Fortbildungsangebote sind die Themen Ganztagschule, Inklusion sowie alle Bereiche des Instrumental-, Gesangs- und Grundfachunterrichts.

Darüber hinaus ist die LMA Fortbildungspartner der FHH und nimmt projektbegleitende Aufgaben für die musikalische Bildung in Hamburg wahr. Dazu gehören z.B. die Fortbildungen der Instrumentallehrkräfte für das Projekt „Jedem Kind ein Instrument (JeKi)“ und das Projekt „Kita macht Musik“. Jährlich nehmen zwischen 600 und 700 Teilnehmerinnen und Teilnehmer an 35 bis 40 Workshops, Seminaren und Tagungen teil. Damit ist der gegenwärtige Bedarf weitgehend gedeckt.

Im Übrigen siehe Antwort zu 28.

26. Welche privaten und öffentlichen Musik(hoch-)schulen und Akademien widmen sich der musikalischen Bildung und Ausbildung? Wie hoch sind die jeweiligen Schüler- bzw. Studierendenzahlen?

Für den Bereich der staatlichen Hamburger Hochschulen siehe Antwort zu 24. b). Im Übrigen:

Hamburger Konservatorium:  
Musikschule: 2.200  
Berufsausbildung: 280

Sängerakademie Hamburg:  
Musikschule: 150  
Berufsausbildung: 30

Staatliche Jugendmusikschule Hamburg  
7.600 (8.900 Belegungen im gebührenpflichtigen Unterricht) und ca. 9.000 Schülerinnen und Schüler im schulischen Ergänzungsunterricht.

Kleinere Einrichtungen:  
Diverse Musikschulen  
Berufsausbildung: ca. 300.

27. Wie viele Proben- und Überäume gibt es für Musikerinnen und Musiker in Hamburg? Bitte die einzelnen Immobilien mit den dazugehörigen qm-Zahlen für Überäume auflisten. Wie ist der Auslastungsgrad der Überäume? Wie hoch ist der Bedarf an zusätzlichen Überäumen?

Die zuständige Behörde kann nicht benennen, welche und wie viele Probe- und Übungsräume in Hamburg existieren und wie hoch deren Auslastungsgrad ist, da diese Räume in der Regel privat organisiert und über den freien Markt angeboten und vermittelt werden. Es ist festzuhalten, dass die Nachfrage nach solchen Räumen sehr hoch ist und der Bedarf das Angebot übersteigt. Dies hat bereits eine Markt- und Standortstudie aus dem Jahr 2009 bestätigt (Robin Kuchar, Wer macht in Hamburg Musik, Abschlussbericht der Markt- und Standortstudie zur Entwicklung eines Musikerzentrums in Barmbek-Süd, Hamburg 2009). Bei Überprüfung der Details der Studie wird jedoch deutlich, dass die dortigen Darlegungen nicht immer repräsentativ sind. Die im Anschluss im Auftrag des Bezirksamts Hamburg-Nord entstandene Machbarkeitsstudie „Musikerzentrum Barmbek, Untersuchung der Machbarkeit in wirtschaftlicher, organisatorischer und städtebaulich-hochbaulicher Hinsicht“ (CQ Creative Quartiere und Marketing GmbH, Hamburg 2011) geht davon aus, dass, von den in der Studie von 2009 identifizierten 10.000 Musikerinnen und Musikern der Kernzielgruppe 20 % als Nutzerinnen und Nutzer eines Probenraumzentrums mit qualitativ guten Bedingungen gewonnen werden können.

28. Wie will der Senat das Qualifikations- und Weiterbildungsangebot optimieren und stärken (Drs. 20/4981)?

Im wissenschaftlichen Qualifikations- und Weiterbildungsangebot der HfMT ist derzeit keine Optimierung und Stärkung erforderlich. Im Übrigen siehe Antwort 25.

Die Jugendmusikschule (JMS) bietet mit ihrer studienvorbereitenden Ausbildung (SVA) eine besondere Förderung überdurchschnittlich begabter Schülerinnen und Schüler an. Hier werden geeignete Schülerinnen und Schüler für ein späteres Musikstudium an einer Musikhochschule vorbereitet. Aktuell optimiert die JMS diese SVA, indem sie zusätzliche Angebote und Förderplätze in den Ausbildungsbereichen Jazz, Rock und Pop zur Verfügung stellt. Die Angebote werden an den Anforderungen der Musikhochschulen und vergleichbaren Institutionen ausgerichtet. Dadurch wird sichergestellt, dass eine Aufnahmeprüfung erfolgreich bestanden werden kann. Hier arbeitet die JMS eng mit der Hochschule für Musik und Theater (HfMT) zusammen, Dozenten und Dozentinnen der Musikhochschule unterrichten an der JMS. Der SVA ist eine sogenannte Förderklasse (FKL) mit Schülerinnen und Schülern vorgelagert, die ihre Begabungen stärken wollen, ohne bereits ein konkretes Studienziel Musik definiert zu haben.

29. *Welche Anstrengungen unternimmt der Senat, Urheberrechte und verwandte Schutzrechte von Urhebern und Verlegern im digitalen Zeitalter zu stärken?*

Die Senatskanzlei hat am 27. November 2012 einen „Round Table Urheberrecht“ mit dem Ersten Bürgermeister im Hamburger Rathaus veranstaltet. Ziel dieses Treffens war es, gemeinsam mit Vertreterinnen und Vertretern von Medienverbänden, Content-Anbietern, Plattformbetreibern und Verwertungsgesellschaften über neue digitale Geschäftsmodelle und über die Frage der besseren Durchsetzung urheberrechtlicher Ansprüche zu diskutieren. Dieser Dialog wird aktuell unter Federführung der Senatskanzlei zwischen Contentanbietern und Internetwirtschaft fortgesetzt.

30. *Welche Förderung stellt der Senat für neue digitale Geschäftsmodelle im Musikbereich zur Verfügung? Welche Behörden und Ressorts sind daran beteiligt?*

2011 wurde von der zuständigen Behörde der Wettbewerb Music Works ins Leben gerufen, in dessen Rahmen einerseits innovative Geschäftsmodelle im digitalen Musikmarkt prämiert (Preisgelder bis zu insgesamt 50.000 €) werden, andererseits allen Wettbewerbsteilnehmerinnen und -teilnehmern Unterstützung durch Mentoring, Coaching etc. angeboten wird, u.a. in Zusammenarbeit mit Hamburger Musikwirtschaftsunternehmen und der Hamburg Kreativ Gesellschaft. Das Format wird in Zusammenarbeit mit Vertretern der Hamburger Musikwirtschaft kontinuierlich an die Rahmenbedingungen angepasst und soll 2014 fortgesetzt werden. In der Kulturbehörde ist das Referat Musik als Teil der Abteilung Kunst, Kreativwirtschaft, Musik und Kulturprojekte beteiligt, siehe dazu auch Antwort zu 8.

31. *Wie werden in Hamburg Existenzgründungen in der Musikwirtschaft gefördert? Welche Institutionen sind dafür zuständig? Wie finanzieren diese sich? Gibt es vergleichbare Institutionen/Initiativen in anderen deutschen Metropolen und wenn ja, wie werden diese finanziert?*

32. *Welche Institutionen und Initiativen bieten Beratungsangebote und Fördermaßnahmen für die Musikwirtschaft an?*

33. *Wie will der Senat diese in Zukunft stärken, um den gewachsenen Anforderungen gerecht zu werden (Drs. 20/4981)?*

Existenzgründungen in der Musikwirtschaft werden u.a. durch die Zurverfügungstellung von günstigen Räumen durch die Hamburg Kreativ Gesellschaft und die steg sowie weiteren Anbietern gefördert.

Die Hamburgische Investitions- und Förderbank AöR (IFB) bietet finanzielle Beratung für Existenzgründerinnen und -gründer unabhängig von der Branche an. Die Finanzierung der Beratung erfolgt aus dem Geschäftsfeld „Wirtschaft“ der IFB.

Die Bürgschaftsgemeinschaft Hamburg GmbH (BG) gewährt für Kredite, die Kreditinstitute an Existenzgründerinnen und -gründer zur Selbständigmachung bzw. Gründung eines kleinen und mittleren Unternehmens der gewerblichen Wirtschaft gewähren, Ausfallbürgschaften von bis zu 80 %. Diese werden durch die Freie und Hansestadt Hamburg und den Bund zusammen in Höhe von 65 % rückverbürgt. Das Angebot der BG richtet sich an alle Branchen (einzige Ausnahme: Ärzte). Die BG ist eine Selbsthilfeeinrichtung der Wirtschaft und finanziert sich selbst.

Im Übrigen siehe Antworten zu 8. und 11.

Nach Kenntnis der zuständigen Behörde ist eine – jedoch nicht auf die Existenzgründung beschränkte – vergleichbare Förderung nur in Berlin durch das Berlin Music Board gegeben. Das Berlin Music Board wird im Haushalt 2013 sowie im Doppelhaushalt 2014/2015 mit 1 Mio. € pro Jahr gefördert. Neben dem Musicboard fördert die Berliner Senatsverwaltung für Wirtschaft, Technologie und Forschung die Musikwirtschaft mit weiteren Mitteln. (Haushaltsplan-Entwurf 2012: 845.640 €; 2013: voraussichtlich 685.640 €).

Bereich	Summe 2012	Summe 2013
Außenwirtschaftsförderprogramm „Neue Märkte erschließen“ - Land	60.000 €	30.000 €
Außenwirtschaftsförderprogramm „Neue Märkte erschließen“ - EFRE	65.000 €	40.000 €

Projekt Zukunft (Zuwendungen – Land)	30.000 €	0 €
Projekt Zukunft (Zuwendungen – EFRE)	30.000 €	0 €
Berlin Music Week	500.000 €	500.000 €
Zuschüsse GRW - Infrastrukturmaßnahmen	160.640 €	115.640 €
<b>Gesamt</b>	<b>845.640 €</b>	<b>685.640 €</b>
+ Förderung Musikboard	0 €	1.000.000 €
<b>Förderung Musikwirtschaft Gesamt</b>	<b>845.640 €</b>	<b>1.685.640 €</b>

RockCity, Clubkombinat, Jazzbüro, VUT-Nord und Hamburg Kreativ Gesellschaft mbH bieten Beratungen und Fördermaßnahmen auch mit spezifischen Schwerpunkten im Musikwirtschaftsbereich an.

Ziel der zuständigen Behörde ist es, im Rahmen der zur Verfügung stehenden Haushaltsmittel auch zukünftig die Stärkung und Unterstützung dieser Institutionen zu gewährleisten.

*34. Wie unterstützt und vernetzt die Handelskammer die Akteure der Musikwirtschaft?*

Nach Auskunft der Handelskammer Hamburg hat die Handelskammer am 25. März 2013 rund 70 Akteure der Musikwirtschaft zu einem halbtägigen moderierten Workshop zum Thema Musikstadt Hamburg eingeladen, um einen Überblick über die unterschiedlichen Sichtweisen der verschiedenen Akteure zu diesem Thema zu erhalten und Stärken und Schwächen zur Musikstadt Hamburg herauszuarbeiten. Der Teilnehmerkreis bestand aus Vertretern der E- und U-Musik, Verbänden, Musikausbildungsinstitutionen, Politikern, Behörden sowie Vertretern des Tourismus. In diversen bilateralen Gesprächen mit Vertretern der E- und U-Musik werden darüber hinaus Überlegungen angestellt, mit welchen konkreten Projekten die Musikstadt Hamburg gestärkt werden kann. Darüber hinaus leistet die Handelskammer eine Anschubfinanzierung zur Ansiedlung des Nationalen Musikclubverbandes (Livekomm) im Zeitraum 2012 bis 2014.

**Förderung der Hamburger  
Musikwirtschaft 2013/2014**

		Zuwendungen 2013
<b>Name der Maßnahme</b>	<b>Steuerung Labelförderung</b>	9.500 €
Zuwendende Behörde	Kulturbehörde	
Zuwendungsempfänger	Diverse Empfänger	
<b>Name der Maßnahme</b>	<b>Labelförderung Offen (2. Förderrunde)</b>	68.180 €
Zuwendende Behörde	Kulturbehörde	
Zuwendungsempfänger	Noch nicht bekannt	
<b>Name der Maßnahme</b>	<b>Labelförderung</b>	5.000 €
Zuwendende Behörde	Kulturbehörde	
Zuwendungsempfänger	Rattos Locos Records GmbH	
<b>Name der Maßnahme</b>	<b>Labelförderung</b>	6.271 €
Zuwendende Behörde	Kulturbehörde	
Zuwendungsempfänger	17rec.	
<b>Name der Maßnahme</b>	<b>Labelförderung</b>	3.625 €
Zuwendende Behörde	Kulturbehörde	
Zuwendungsempfänger	billboardmcsmusic	
<b>Name der Maßnahme</b>	<b>Labelförderung</b>	3.875 €
Zuwendende Behörde	Kulturbehörde	
Zuwendungsempfänger	Bureau B	
<b>Name der Maßnahme</b>	<b>Labelförderung</b>	3.000 €
Zuwendende Behörde	Kulturbehörde	
Zuwendungsempfänger	DaCasa Records	
<b>Name der Maßnahme</b>	<b>Labelförderung</b>	5.000 €
Zuwendende Behörde	Kulturbehörde	
Zuwendungsempfänger	JSMarketing	
<b>Name der Maßnahme</b>	<b>Labelförderung</b>	3.000 €
Zuwendende Behörde	Kulturbehörde	
Zuwendungsempfänger	Chosenfewrecords	
<b>Name der Maßnahme</b>	<b>Labelförderung</b>	8.000 €
Zuwendende Behörde	Kulturbehörde	
Zuwendungsempfänger	Herzog Records GmbH	
<b>Name der Maßnahme</b>	<b>Labelförderung</b>	11.050 €
Zuwendende Behörde	Kulturbehörde	
Zuwendungsempfänger	Grand Hotel van Cleef Musik GmbH	
<b>Name der Maßnahme</b>	<b>Labelförderung</b>	4.000 €
Zuwendende Behörde	Kulturbehörde	
Zuwendungsempfänger	SKIP Records GmbH	
<b>Name der Maßnahme</b>	<b>Labelförderung</b>	4.000 €
Zuwendende Behörde	Kulturbehörde	
Zuwendungsempfänger	QUALITY STEEL RECORDS	
<b>Name der Maßnahme</b>	<b>Labelförderung</b>	6.000 €
Zuwendende Behörde	Kulturbehörde	
Zuwendungsempfänger	tapete records	
<b>Name der Maßnahme</b>	<b>Clubkombinat-Veranstaltungen</b>	2.000 €
Zuwendende Behörde	Kulturbehörde	
Zuwendungsempfänger	Clubkombinat Hamburg e.V.	
<b>Name der Maßnahme</b>	<b>VUT-Veranstaltungen</b>	2.993 €
Zuwendende Behörde	Kulturbehörde	
Zuwendungsempfänger	VUT – Verband unabhängiger Musikunternehmen e.V.	

<b>Name der Maßnahme</b>	<b>MS Dockville Festival*</b>	70.000 €
Zuwendende Behörde	Kulturbehörde	
Zuwendungsempfänger	Kopf & Steine GmbH	
<b>Name der Maßnahme</b>	<b>MS Dockville Festival* Flächenaufbereitung (Parkplätze)</b>	30.000 €
Zuwendende Behörde	Kulturbehörde	
Zuwendungsempfänger	Sollübertragung an BSU	
<b>Name der Maßnahme</b>	<b>Music Publishing Summer School</b>	5.000 €
Zuwendende Behörde	Kulturbehörde	
Zuwendungsempfänger	Interessengemeinschaft Hamburger Musikwirtschaft e.V.	
<b>Name der Maßnahme</b>	<b>Workshop "Vision Musikstadt Hamburg"</b>	15.000 €
Zuwendende Behörde	Kulturbehörde	
Zuwendungsempfänger	Interessengemeinschaft Hamburger Musikwirtschaft e.V.	
<b>Name der Maßnahme</b>	<b>"Musikdialog"</b>	5.000 €
Zuwendende Behörde	Kulturbehörde	
Zuwendungsempfänger	Sollübertragung an Senatskanzlei	
<b>Name der Maßnahme</b>	<b>Reeperbahn Festival ECHO Edition Berlin</b>	3.666 €
Zuwendende Behörde	Kulturbehörde	
Zuwendungsempfänger	Diverse Empfänger	
<b>Name der Maßnahme</b>	<b>Malzkorns Rock 'n' Roll</b>	5.000 €
Zuwendende Behörde	Kulturbehörde	
Zuwendungsempfänger	Stefan Malzkorn	
<b>Name der Maßnahme</b>	<b>Reeperbahn Festival/Campus*</b>	200.000 €
Zuwendende Behörde	Kulturbehörde	
Zuwendungsempfänger	Reeperbahn Festival GbR/ Inferno Events GmbH & Co. KG	
<b>Name der Maßnahme</b>	<b>Wettbewerb Music Works, Preisgeld</b>	20.000 €
Zuwendende Behörde	Kulturbehörde	
Zuwendungsempfänger	Janine Hélène Lubas	
<b>Name der Maßnahme</b>	<b>Wettbewerb Music Works, Preisgeld</b>	20.000 €
Zuwendende Behörde	Kulturbehörde	
Zuwendungsempfänger	Hilko Aikens/Dirk Veit	
<b>Name der Maßnahme</b>	<b>Wettbewerb Music Works, Nebenkosten, Coaching, Mentoring, etc.</b>	30.000 €
Zuwendende Behörde	Kulturbehörde	
Zuwendungsempfänger	Diverse Empfänger teilw. noch nicht bekannt, da laufende Maßnahme	
<b>Name der Maßnahme</b>	<b>Spielstättenprogrammpreis</b>	50.000 €
Zuwendende Behörde	Kulturbehörde	
Zuwendungsempfänger	Initiative Musik gGmbH	
<b>Name der Maßnahme</b>	<b>Live Concert Account</b>	150.000 €
Zuwendende Behörde	Kulturbehörde	
Zuwendungsempfänger	RockCity Hamburg e.V.	
<b>Name der Maßnahme</b>	<b>Club Award</b>	20.000 €
Zuwendende Behörde	Kulturbehörde	
Zuwendungsempfänger	Clubkombinat Hamburg e.V.	
<b>Name der Maßnahme</b>	<b>Elbjazz**</b>	125.000 €
Zuwendende Behörde	Kulturbehörde	
Zuwendungsempfänger	ELBJAZZ GmbH	
<b>Name der Maßnahme</b>	<b>Echo Jazz*</b>	100.000 €
Zuwendende Behörde	Kulturbehörde	
Zuwendungsempfänger	Bundesverband Musikindustrie e. V.	

<b>Name der Maßnahme</b>	<b>FilmSound Hamburg*</b>	10.000 €
Zuwendende Behörde	Kulturbehörde	
Zuwendungsempfänger	Internationale Film-, Fernseh- & Musik- Akademie (IFFMA)	1.004.159 €
	<b>Summe Kulturbehörde</b>	
<b>Name der Maßnahme</b>	<b>Gemeinschaftsstand SXSU/Austin</b>	10.000 €
Zuwendende Behörde	Senatskanzlei	
Zuwendungsempfänger	Interessengemeinschaft Hamburger Musikwirtschaft e.V.	310.000 €
<b>Name der Maßnahme</b>	<b>Ausfallbürgschaften der Bürgschaftsgemeinschaft Hamburg GmbH (Stand 30.06.2013)</b>	
Zuwendende Behörde	Behörde für Wirtschaft, Verkehr und Innovation	1.324.159 €
Zuwendungsempfänger	Diverse Empfänger (2)	
<b>Gesamt</b>	<b>Gesamtförderung FHH</b>	

\*Komplett finanziert aus der KTT.

\*\* Teilweise finanziert aus der KTT.

<b>Projekte der HMG 2013</b>	
Internationale PR- und Marketingaktivitäten für den Standort Hamburg im Zusammenhang mit dem Reeperbahn Festival (z.B. Reeperbahnfestival und -campus, Hamburg Präsenz auf dem SXSW-Festival Austin / USA, )	320.000 €
Internationale PR für den Standort Hamburg im Zusammenhang mit den Musikfestivals Dockville und Elbjazz (z.B. Pressereisen, Kommunikation etc.) sowie Marketingunterstützung	18.000 €
PR-Kampagne zum Thema Wagnerwahn in Kooperation mit der Oper (u.a. Pressereise)	7.000 €
PR-Begleitung des Hamburg-Balletts auf der USA-Tour sowie Marketingunterstützung	27.000 €
Laufende Kooperationen mit diversen Institutionen und Angeboten der Stadt (Oper, Ballett, Festivals, Clubs etc.) für unterschiedliche Einzelprojekte (Pressemitteilungen etc.)	10.000 €
Laufende PR für die Elbphilharmonie im internationalen Bereich	10.000 €
Netzwerkveranstaltung Musikwirtschaft	5.000 €
Deutscher Radiopreis, Marketingunterstützung	16.000 €
<b>Summe</b>	<b>413.000 €</b>
<b>Projekte HHT 2013</b>	
Musikland Workshop Österreich	2.500,00 €
Russland: Hamburg Special Newsletter an Reisebüros	1.000,00 €
USA: Beileger Versand Travel Agent + Newsletter	3.750,00 €
<b>Summe</b>	<b>7.250,00 €</b>



**Anlage 3 zu Drs. 20/9056**

Fördermaßnahme	Zuwendende Behörde *)	Höhe der Zuwendung 2008	Höhe der Zuwendung 2009	Höhe der Zuwendung 2010	Höhe der Zuwendung 2011	Höhe der Zuwendung 2012	Zuwendungsempfänger
Labelförderung	Kulturbehörde	0 €	0 €	141.337 €	121.784 €	143.481 €	Diverse Empfänger
Reeperbahnfestival/ Campus	Wirtschaftsbehörde/ ab 2009 Kulturbehörde	100.000 €	100.000 €	128.185 €	205.658 €	200.000 €	Reeperbahn Festival Gbr/ Inferno Events GmbH & Co. KG
Wettbewerb Music Works	Kulturbehörde	0 €	0 €	0 €	65.928 €	64.250 €	Diverse Empfänger
Live Concert Account	Kulturbehörde	0 €	0 €	135.045 €	150.439 €	129.322 €	RockCity Hamburg e.V.
Club Award	Kulturbehörde	0 €	0 €	20.000 €	20.000 €	20.000 €	Clubkombinat Hamburg e.V.
Veranstaltungen Hamburger Musik Forum	Wirtschaftsbehörde/ ab 2009 Kulturbehörde	3.442 €	1.647 €	1.863 €	0 €	2.450 €	VUT – Verband unabhängiger Musikunternehmen e.V.
Hamburger Präsenz auf der South by Southwest	Kulturbehörde	0 €	0 €	0 €	0 €	25.000 €	Interessengemeinschaft Hamburger Musikwirtschaft e.V.
Marketing-Kampagne ByteFM	Kulturbehörde	0 €	0 €	5.000 €	8.800 €	0 €	Byte.FM GmbH
Branchentreff "Music City Hamburg"	Wirtschaftsbehörde/ ab 2009 Kulturbehörde	5.000 €	5.000 €	3.885 €	4.188 €	4.202 €	Hi-Life Agentur für Veranstaltungen
Elbjazz	Kulturbehörde	0 €	4.500 €	41.800 €	22.400 €	145.000 €	Elbjazz HmbH
MS Dockville Festival	Kulturbehörde	5.000 €	5.000 €	5.000 €	5.000 €	10.000 €	Kopf & Steine GmbH
Diven, Legenden, Pilzkopffrisuren - 50 Jahre Beatles	Kulturbehörde	0 €	0 €	2.402 €	0 €	0 €	Hi-Life Agentur für Veranstaltungen
Delegationsreise zur South by Southwest	Kulturbehörde	0 €	0 €	1.500 €	0 €	0 €	RockCity Hamburg e.V.
Porträt der Spielstätten/Clubs in Deutschland	Kulturbehörde	0 €	0 €	2.699 €	0 €	0 €	Initiative Musik gemeinnützige Projektgesellschaft mbH
Jazzclub Stellwerk: WC Anlage	Kulturbehörde	0 €	0 €	0 €	11.500 €	0 €	Förderverein Jazzclub im Stellwerk e.v.
Club_Europe	Wirtschaftsbehörde	3.383 €	0 €	0 €	0 €	0 €	Inferno Events GmbH & Co. KG
Clubprämie	Kulturbehörde	56.000 €	0 €	0 €	0 €	0 €	Diverse Empfänger
Stiftung zur Stärkung privater Musikbühnen	Kulturbehörde	0 €	0 €	376.000 €	0 €	0 €	Diverse Empfänger
Gästehausgespräch Musikwirtschaft	Kulturbehörde	0 €	0 €	0 €	2.954 €	3.089 €	Diverse Empfänger
Live Entertainment Award	Wirtschaftsbehörde/ ab 2009 Kulturbehörde	50.000 €	50.000 €	50.000 €	0 €	0 €	LEA Committee
Clubplakat	Wirtschaftsbehörde	2.412 €	0 €	0 €	0 €	0 €	Clubkombinat Hamburg e.V.
Club Leitfaden	Wirtschaftsbehörde	0 €	4.340 €	0 €	0 €	0 €	Clubkombinat Hamburg e.V.
Online Initiative Beat to Business	Kulturbehörde	0 €	4.400 €	0 €	0 €	0 €	Clubkombinat Hamburg e.V.
FHH Präsentation auf der Popkomm	Kulturbehörde	800 €	0 €	0 €	0 €	0 €	RockCity Hamburg e.V.
Ausfallbürgschaften der Bürgerschafts- gemeinschaft Hamburg GmbH	Wirtschaftsbehörde	580.100 €	490.000 €	247.600 €	57.000 €	734.500 €	Diverse Empfänger (2008: 8; 2009: 8; 2010: 8; 2011: 1; 2012: 8)
Programm für Existenzgründung und Mittelstand EuMi'05	Wirtschaftsbehörde	4.950 €	1.125 €	0 €	0 €	0 €	Diverse Empfänger
<b>Summe</b>		<b>806.137 €</b>	<b>666.012 €</b>	<b>1.162.316 €</b>	<b>675.651 €</b>	<b>1.481.293 €</b>	

\*) Da sich die Behördenbezeichnungen im Laufe der Jahre verändert haben (BWA/BWVI, KB/BKSM/BKM) wurde eine Bezeichnung nach ressortmäßiger Zuständigkeit gewählt.