



2022/23

Geschäftsbericht

Impressum

Herausgeber:

DEUTSCHER MUSIKVERLEGER-VERBAND e.V.

Hardenbergstraße 9a, 10623 Berlin

Tel.: 030 / 327 69 68 – 0

E-Mail: info@dmv-online.de

Internet: www.dmv-online.de

Berlin, 13. Oktober 2023

Titelbild: Adobe Stock

Inhaltsverzeichnis

Aufgaben und Ziele	4
Die Organisationsstruktur	
(Geschäftsstelle, Vorstand, Ehrenmitglieder, Ausschüsse)	5
Das Geschäftsjahr 2022/23	
Aus der Krise in die Krise?.....	10
Musikwirtschaft in Deutschland 2022/2023	12
Künstliche Intelligenz auf dem Vormarsch	13
Politische Lobbyarbeit und Allianzen.....	14
Weitere Verbandsthemen	17

Aufgaben und Ziele

Der DMV vertritt die Interessen der deutschen Musikverlage im weitesten Umfang.

Der Verband verfolgt insbesondere folgende Zwecke:

- Öffentlichkeitsarbeit,
- Vertretung der Interessen der Musikverlage gegenüber Gesetzgeber, Parteien, Behörden, Verwertungsgesellschaften sowie anderen Verbänden und Organisationen,
- Zusammenarbeit insbesondere mit Verbänden der Kultur- und Kreativwirtschaft sowie den Berufsvertretungen der Autoren,
- Kooperation mit den entsprechenden Verbänden im Ausland,
- Information der Mitglieder über wichtige Wirtschaftsfragen der Branche, über Vereinbarungen mit Sendegesellschaften, Urheberrechts- und Verwertungsgesellschaften sowie über damit zusammenhängende Rechtsfragen,
- Unterstützung bei der Verfolgung von Verstößen gegen Wettbewerbs-, Urheber- und Verlagsrecht im Interesse der Mitglieder,
- Förderung der Aus- und Fortbildung des Berufsnachwuchses,
- Durchführung von Informationsveranstaltungen und Workshops für Mitglieder.

Regelmäßige Informationen der Mitglieder erfolgen über den internen Teil der DMV-Homepage und via Newsletter. Die vom Verband betriebene Musikhandel Verlagsgesellschaft mbH publiziert u.a. die „Erfahrungsregeln“, die von den Verbandsgremien erarbeitet werden.

Rechtspolitische bzw. juristische Probleme grundsätzlicher Art werden vom eingeteilt und bearbeitet.

Im Bereich der Öffentlichkeitsarbeit wird der Verband seit Juni 2019 von Sandra Schulz unterstützt.

Diese Öffentlichkeitsarbeit durch entsprechende Presseaktionen erfolgt sowohl zu bestimmten Verbandsveranstaltungen als auch zu besonderen Fachthemen oder Branchenereignissen, wie z.B. Messen.

Organisationsstruktur

Geschäftsstelle

Deutscher Musikverleger-Verband e.V.
 Hardenbergstraße 9a, 10623 Berlin
 Telefon: 030 / 327 69 68 – 0
 E-Mail: info@dmv-online.de
 Internet: www.dmv-online.de
 Geschäftsführerin: Birgit Böcher
 Backoffice: Yasmine-Blanche Werder

DMV-Vorstand

Präsident:	Dr. Götz von Einem (Peermusic)
Vizepräsident:	Clemens Scheuch (Bärenreiter)
Schatzmeisterin:	Bettina Bonengel (Intervox)
Vorsitzende der Ausschüsse für	
E-Musik:	Clemens Scheuch (Bärenreiter)
U-Musik:	Benjamin Bailer (Globe Art Publishing)
Multinationale Musikverlage:	Patrick Strauch (Sony Music Publishing)
GEMA-Ausschuss:	Diana Muñoz (Universal)
Wirtschaftsausschuss:	Dagmar Schwengler (BMG)
Rechtsausschuss:	Peter F. Schulz (Budde)
Leihmaterialien und Musikalien:	Arne Björn Segler (Schott)

Ehrenmitglieder

Ehrenpräsidentin:	Dagmar Sikorski-Großmann
Ehrenpräsident:	Professor Dr. Hans-Wilfred Sikorski (†)
Ehrenmitglieder:	Dr. Peter Hanser-Strecker, Prof. Michael Karnstedt, Karl-Heinz Klempnow, Gabriele Schulze-Spahr Dr. Hans-Henning Wittgen

Nach Abgrenzung der Aufgabenbereiche haben die beiden Präsidenten und die Schatzmeisterin die ihnen nach Satzung und Vereinsrecht zustehenden Funktionen wahrzunehmen. Die übrigen Vorstandsmitglieder sind jeweils Vorsitzende der Ausschüsse und für diese fachlichen Bereiche verantwortlich.

Die beiden Präsidenten sowie die Mitglieder des Vorstandes vertreten den DMV in verschiedenen wichtigen Gremien, mit denen der Verband entweder organisatorisch verbunden ist oder mit denen er eng zusammenarbeitet. Dies sind u.a.:

Dr. Götz von Einem

Präsident

Generelle Repräsentanz des Verbandes in allen Verbandsangelegenheiten. Darüber hinaus Vertreter des DMV in folgenden Gremien:

- GEMA Aufsichtsrat (Stv. Vorsitzender und Kurienvorsitzender)
- GEMA Satzungskommission
- GEMA Personalausschuss
- Akademie Deutscher Musikautoren
- Board International Confederation of Music Publishers (ICMP)
- Board International Music Summer School

Clemens Scheuch

Vizepräsident

Vorsitzender des Ausschusses für E-Musik

Vertreter des DMV in folgenden Gremien:

- Classical Bureau ICMP (International Confederation of Music Publishers)
- Verwaltungsrat DNB (Deutsche Nationalbibliothek)

Benjamin Bailer

Vorsitzender des U-Ausschusses

Vertreter des DMV in folgenden Gremien:

- Global Regional Group - Europe ICMP (International Confederation of Music Publishers)

Patrick Strauch

Vorsitzender des Ausschusses Multinationaler Musikverlage

- GEMA Aufsichtsrat
- GEMA Verteilungspalkommission
- GEMA AG Rundfunk
- GEMA Tarifausschuss (Sachverständiger)

Diana Muñoz

Vorsitzende des GEMA-Ausschusses

Vertreterin des DMV in folgenden Gremien:

- GEMA Aufsichtsrat (stellv.)
- GEMA Kommunikationsausschuss
- GEMA Wirtschaftsausschuss

Darüber hinaus wird der DMV über die Geschäftsführung in folgenden Gremien vertreten:

Birgit Böcher

Geschäftsführerin

- Forum Musikwirtschaft
- Aufsichtsrat der Initiative Musik
- Allianz der Kultur- und Kreativwirtschaft in Deutschland (K3D)
- Initiative Kultur- und Kreativwirtschaft des Bundesministeriums für Wirtschaft und Energie
- Beirat KSK (stellv.)
- Fachausschuss Digitalisierung und Künstliche Intelligenz im Deutschen Kulturrat
- Fachausschuss Musikwirtschaft im Deutschen Musikrat
- Board Music Publishing Summer School
- Beirat Musikarchiv/Deutsche Nationalbibliothek
- Beirat ZFS (Zentralstelle Fotokopieren an Schulen) der VG Wort
- Gründungsmitglied der Akademie für Populäre Musik

Ausschüsse

Die fachliche Arbeit des Verbandes wird vornehmlich in den zuständigen Ausschüssen geleistet, deren Vorsitzende zugleich Mitglieder des Vorstandes sind. Nach der Satzung bestehen folgende Ausschüsse, die im Berichtszeitraum wie folgt besetzt waren:

Ausschuss für Ernste Musik (E-Ausschuss)

Vorsitzender: Clemens Scheuch
 Beisitzer: Katharina Holzmeister
 Ester Petri
 Nick Pfefferkorn
 Dr. Thomas Sertl
 Dr. Helmuth Kreysing

Ausschuss für U-Musik (U-Ausschuss)

Vorsitzender: Benjamin Bailer
 Beisitzer: Prof. Dr. Christian Baierle
 Tina Funk
 Swantje Weinert
 Jens-Markus Wegener
 Jan-Simon Wolff
 Gäste: Jessica Burde
 Adrian Hillekamp
 Lars Ingwersen

GEMA-Ausschuss

Vorsitzende: Diana Muñoz
 Beisitzer: Sybille Beck (ab Aug. 23)
 Markus Hedke-Wontka
 Jörg Fukking
 Selina Paetz
 Elisabeth Dominik
 Gaby Urban (bis Juli 2023)
 Gäste: Sandra Braun
 Bettina Bonengel
 Michael Ohst

Rechtsausschuss

Vorsitzender: Peter F. Schulz
 Beisitzer: Lüder Castringius (bis Juli 23)
 Karina Poche

Gäste: Arne Björn Segler
Maren Siegmund
Yvonne Sill
Eva Wiedemann (seit Juli 23)
Dr. Rolf Moser
Dr. Götz von Einem

Wirtschaftsausschuss

Vorsitzender: Dagmar Schwengler
Beisitzer: Tobias Brinkmann
Katja Jainski-Manteuffel
Michael Ohst
Dr. Thomas Sertl
Thoja von Uthmann

Ausschuss Multinationale Musikverlage

Vorsitzender: Patrick Strauch
Beisitzer: Marc Johlen
Markus Hedke-Wontka
Dr. Götz von Einem
Thomas Vidovic

Ausschuss für Leihmaterialien und Musikalien

Vorsitzender: Arne Björn Segler
Beisitzer: Henrik Almon
Stefan Conradi
Tilman Kannegießer-Strohmeier
Petra Martins-van Houtem
Dörte Tarnick
Thomas Tietze
Gäste: Holger Staude
Sabine Hochhauser
Marieke Hopmann

Das Geschäftsjahr 2022/23

Aus der Krise in die Krisen?

Inflation, Fachkräftemangel, drohender Kollaps der Sozialsysteme, Radikalisierung, Erstarren der rechten Parteien – nur einige Schlagworte, die die Gesellschaft beschäftigen. Und tatsächlich sind die Zeiten nicht einfacher geworden, auch wenn das alles überlagernde Thema der Jahre 2020 bis 2022, Covid-19, nicht mehr das alltägliche Leben bestimmt.

Der Angriffskrieg auf die Ukraine hat sich zu einem Stellungskrieg mit ungeahntem Ausmaß an Zerstörung von Menschen, Infrastruktur und Natur entwickelt. Brutale Terroranschläge in Israel stürzen das Land in einen Krieg, Krisen im Nahen Osten und auf dem afrikanischen Kontinent bringen immer mehr Menschen dazu, ihre Heimat zu verlassen und sich auf den Weg nach Europa zu machen, nicht selten unter Einsatz ihres Lebens.

Deutschland ächzt unter einem in den letzten 30 Jahren ungekannten (Fach-)Kräftemangel, die demographische Entwicklung wird hier keine Abhilfe schaffen. Die regierende Ampel-Koalition steht unter Beschuss, dies alles hat Folgen auf die deutsche Wirtschaft.

Konjunkturprognosen: schrumpft die deutsche Wirtschaft?

Mehrere Wirtschaftsforschungsinstitute haben ihre Prognosen für das deutsche Wirtschaftswachstum im laufenden Jahr nach unten korrigiert. Hilfe könnte hier zum Beispiel ein ansteigendes Konsumverhalten der deutschen Bevölkerung in der zweiten Jahreshälfte bringen, doch das ist laut HDE (Handelsverband Deutschland) nicht in Sicht: Die Stimmung der Verbraucherinnen und Verbraucher in Deutschland verbessert sich im Oktober etwas, was aus dem aktuellen Konsumbarometer des HDE hervorgeht. Demnach legt der Index im Vergleich zum September 2023 zu und erreicht das Niveau, auf dem er sich zuletzt Anfang 2022 und damit vor Beginn des russischen Angriffskrieges in der Ukraine bewegt hat. Allerdings ist davon auszugehen, dass die grundsätzlich schwache Entwicklung für den Rest des Jahres anhalten wird. Daher kann der private Konsum voraussichtlich erst im nächsten Jahr wieder für Wachstumsimpulse sorgen.

Für die Wirtschaftsleistung in Deutschland zeichnet sich nach Einschätzung mehrerer Wirtschaftsforschungsinstitute für das Jahr 2023 ein Rückgang ab. So erwartet etwa das Institut für Weltwirtschaft (IfW) im Vergleich zum Vorjahr ein Minus von 0,3 Prozent und revidiert damit seine Frühjahrsprognose (+0,5 Prozent) nach unten. Grund sei vor allem das Winterhalbjahr, nachdem die Industrie mit einem Auftragsminus in das zweite Quartal 2023 gestartet ist. Im Jahresverlauf sei aber ein moderates Wachstum zu erwarten.

Für 2024 rechnet das IfW nun mit einem Plus von 1,8 Prozent (bisher 1,4 Prozent). Die Inflation dürfte sich in den kommenden Monaten deutlich verringern und 2024 dann 2,1 Prozent betragen. In Anbetracht der Krise und des Lieferstopps von Öl und Gas aus Russland schlage sich die deutsche Wirtschaft wacker und bestätige damit ihre Fähigkeit, sich schnell an neue Gegebenheiten anzupassen, so Aussagen des IfW.

Verglichen zur Frühjahrsprognose haben die Nachwehen der Energiekrise sowie die straffe Geldpolitik der deutschen Wirtschaft im Winterhalbjahr jedoch etwas stärker zugesetzt als zunächst erwartet. Mit einem ungewöhnlich hohen Krankenstand und einem Einbruch des Staatskonsums nach dem Ende der

Corona-Maßnahmen hätten außerdem Sondereffekte die Wirtschaftsleistung merklich gedämpft. Dazu kämen die Belastungen durch Arbeitskräftemangel und Lieferengpässe. Gegenwärtig liegt das Bruttoinlandsprodukt (BIP) noch 0,5 Prozent unter dem Niveau vor Ausbruch der Corona-Pandemie.

Diese wurde im Frühjahr 2023 „offiziell“ für beendet erklärt. Sämtliche Beschränkungen, die vor allem den Kulturbetrieb betrafen, wurden aufgehoben. Für viele Unternehmensbereiche in Deutschland gab es zu diesem Zeitpunkt bereit ein „back to normal“ - anders in der Kultur- und insbesondere der Musikbranche.

Der (Fach-)Kräftemangel ist vor allem im Veranstaltungsbereich spürbar. Gepaart mit den Folgen der Energieverknappung und der Inflation werden gerade kleine und mittlere Kulturveranstaltungen, also auch Konzerte, immer weniger durchführbar. Hinzu kommt eine deutliche Anhebung der Ticketpreise und die Zurückhaltung beim Publikum, im Vorfeld Karten zu kaufen. Das sorgt für ein weiteres Risiko, das außer den großen Stars der Branche kaum noch ein Act auf sich nehmen kann. Die Folge ist nicht nur eine Ausdünnung der Kulturvielfalt, sondern auch eine Veränderung des Marktes: Kleinere und mittlere Konzerte sind ohne Fördermittel, bspw. durch die Initiative Musik, kaum noch zu realisieren. Clubs und Veranstaltungsorte sind abhängig von Zuschüssen und Fördermitteln sowie unter ständiger Bedrohung durch Eingriffe im Städtebau, wo sie meist am kürzeren Hebel sitzen.

Künstliche Intelligenz auf dem Vormarsch

Als hätte es in den letzten Jahren nicht schon Krisen genug gegeben, tauchte zu Beginn des Jahres ein neues Schreckgespenst auf, das wiederum besonders für die Kreativbranche enorme Folgen haben wird: Künstliche Intelligenz (KI). Als die ersten Meldungen auftauchten, in denen Schülerinnen und Schüler mit ChatGPT ihre Hausarbeiten erstellten, wurde darüber geschmunzelt und dies unter der Rubrik „Lustiges am Wochenende“ abgelegt. Doch spätestens als im April der Track „heart on my sleeve“ kurz nach Veröffentlichung Unmengen an Klicks und Streams auf den üblichen Plattformen generierte, wurde es dem ein oder anderen Branchenteilnehmenden schon mulmig zumute. Doch warum? War es doch ein Song von Drake und The Weekend, wie unverkennbar zu hören war. Oder etwa nicht? Erstellt wurde der Track mithilfe generativer KI vom anonymen „Ghostwriter“ und die Aufregung, vor allem bei dem betroffenen Drake war groß; tatsächlich hatte er mit der Veröffentlichung nämlich überhaupt nichts zu tun. Relativ bald wurde der Titel auf Drängen des Labels auch wieder entfernt, doch es zeigt, wie weit die Technik ist und wie schwierig die Identifizierung eines Tracks als eine KI-Schöpfung ist. Die Schnelligkeit, mit der sich KI-Systeme allein im Jahr 2023 weiterentwickelt haben, ist mit vorangegangenen Techniken und Systemen nicht vergleichbar.

Dabei wird Künstliche Intelligenz schon länger eingesetzt, auch und gerade in der Musikbranche. Hierbei handelte es sich aber vorwiegend um assistierende Systeme, die bei der Musikproduktion oder auch der Administration zum Einsatz kamen. Problematisch wird es dagegen bei der generativen KI – einer selbstlernenden Maschine, die ein neues Werk oder andere Kreationen ausspuckt. Zwar bedarf es immer noch eines Menschen, der diese Maschine mit den entsprechenden Befehlen füttert, aber man muss kein Science Fiction-Autor sein, um nicht die weitere Entwicklung absehen zu können.

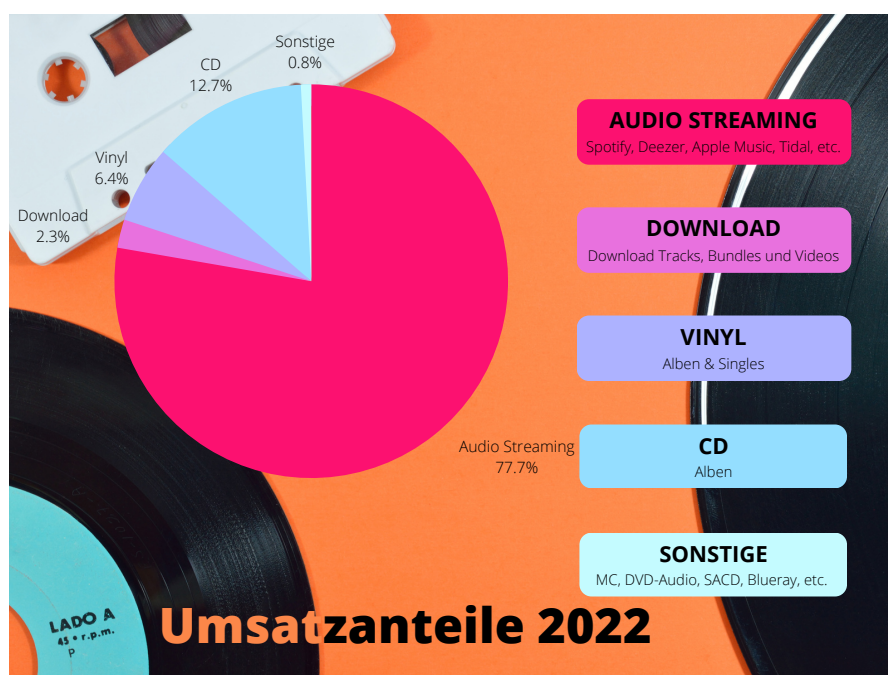
Jedes Ergebnis einer generativen KI ist aber nur so gut, wie das Wissen, bzw. die Daten, mit denen die Maschine trainiert wurde. Wie sieht es mit dem Urheberrecht aus, wenn die Trainingsdaten aus geschützten Werken bestehen und nicht mit dem Einverständnis der Urhebenden genutzt wurden? Wem gehört die neue Schöpfung, bzw. handelt es sich überhaupt um eine (schutzfähige) Schöpfung? Das sind die Fragen, die sich nicht nur die Gesetzgebenden stellen müssen, sondern auch die Verwertenden von Kreationen – also Verwertungsgesellschaften, Plattformen und auch Labels und Musikverlage. Reicht das bestehende Urheberrecht aus, um Kreative zu schützen? Diese Fragen werden Kreative und

ihre wirtschaftlichen Partner noch beschäftigen und trotz vielgelebter Schulterschlüsse sind die Positionen zu diesem Thema gerade innerhalb der Kreativwirtschaft recht unterschiedlich.

Musikwirtschaft in Deutschland 2021/22

Zu der detaillierten Aufstellung des Ergebnisses der GEMA verweisen wir auf den Bericht des GEMA-Ausschusses (ab S. 28)

Der **Recorded-Bereich** in Deutschland verzeichnete auch 2022 wieder ein Plus, wenn auch nicht mehr zweistellig. Mit 6,1 Prozent liegt der Zuwachs hinter dem des Vorjahres (10%), überstieg aber dennoch erstmals wieder seit 20 Jahren die 2-Milliarden-Euro-Marke. Anders als vor zwanzig Jahren hat sich jedoch die Art des Musikkonsums in den letzten Jahren grundlegend geändert. Der überwiegende Teil der Einnahmen, knapp über 80 Prozent, stammen aus digitalen Angeboten. Der Umsatz mit physischen Produkten geht weiter zurück, auch wenn die Vinyl-LP ihren positiven Trend fortführt. Innerhalb der letzten 10 Jahre ist der Umsatz mit physischen Tonträgern um fast zwei Drittel gesunken und liegt nun insgesamt bei 19,7 Prozent. Bei der digitalen Nutzung dominiert das Streaming, Downloads sind mit 2,2 % kaum noch bedeutend – ein Trend, der sich fortsetzen wird.



Quelle: BVMI, GfK Entertainment

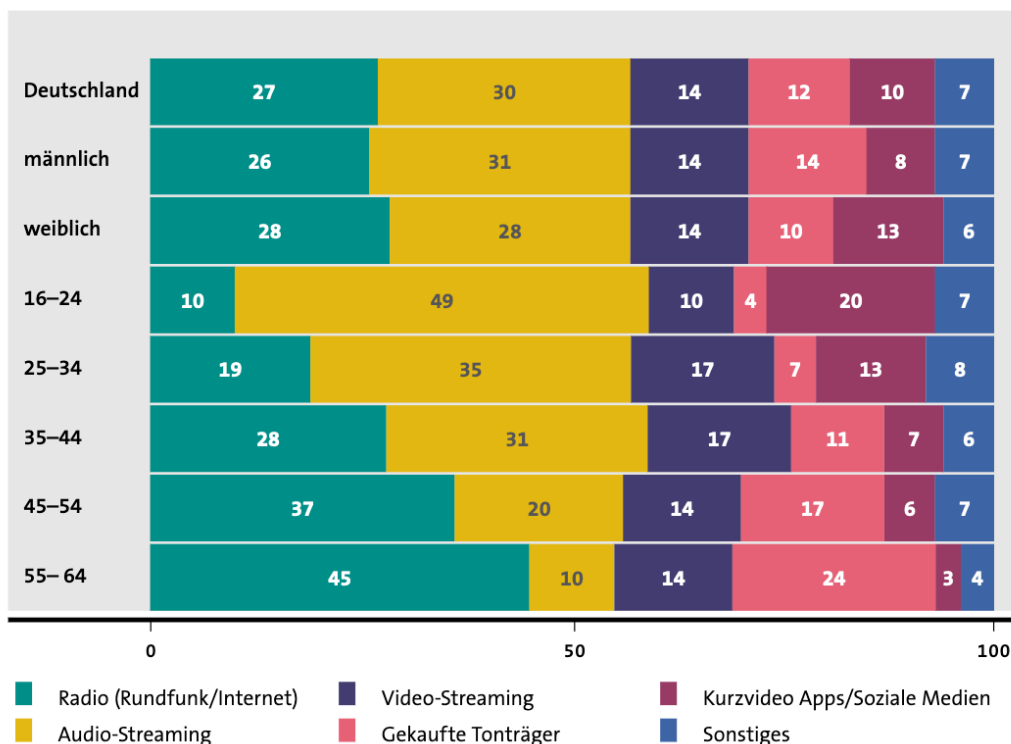
Vinyl-LPs halten den Marktanteil. Ein Markt, der sich vom digitalen Musikmarkt deutlich unterscheidet, das zeigt auch die Verteilung der Repertoire-Anteile. Bei physischen Tonträgern, also der CD und der LP, dominiert das Genre Rock deutlich vor allen anderen. Bei Vinyl sind es 53 Prozent und bei der CD auch noch über ein Drittel (32,1 Prozent). Bei den CDs folgt auf Pop direkt der Schlager, während Pop bei Vinyl ebenfalls den zweiten Platz belegt, weit abgeschlagen folgt HipHop/Rap mit 7 Prozent. Anders das Bild bei der digitalen Musiknutzung: Hier machen Pop und HipHop/Rap weit über die Hälfte aus, gefolgt von Rock, Dance und Family-Entertainment mit je 14 bzw. 13 Prozent.

Trotz aller Rekordzahlen von TikTok, Spotify, etc., hat das Radio immer noch einen festen Platz in der Musikknutzung in Deutschland, wenn auch mit unterschiedlicher Gewichtung in den einzelnen Altersgruppen.

Im stationären Handel mit Tonträgern beträgt der Anteil des Musikfachhandels (inkl. Plattenläden) nur noch 0,4 Prozent. Noch 2018 war der Anteil doppelt so hoch, vor zehn betrug er noch 1,4 Prozent. Der größte Tonträgerhändler in Deutschland ist nach wie vor Amazon.

Hörgewohnheiten in Deutschland

Prozentuale Anteile des Musikhörens in einer typischen Woche nach Geschlecht und Alter



Quelle: IFPI, Engaging with Music Report 2022

Die **VG Musikedition** berichtet, dass 2022 das bisher wirtschaftlich erfolgreichste Geschäftsjahr in der Geschichte der VG Musikedition mit Erträgen von 9,612 Mio. Euro (plus 13,85 % gegenüber dem Vorjahr) gewesen ist. Das gute Jahresergebnis führt zu entsprechend höheren Ausschüttungen im laufenden Jahr. Auch für das laufende Geschäftsjahr 2023 sei insgesamt mit einer Fortsetzung der positiven wirtschaftlichen Entwicklung zu rechnen. Des Weiteren verabschiedeten die Mitglieder der VG Musikedition den Transparenzbericht 2022 und beschlossen zahlreiche Änderungen im Satzungswerk, insbesondere in den Verteilungsplänen, der VG Musikedition. Auf Initiative des Komponisten, Textdichters und Sängers Rolf Zuckowski stimmten die Mitglieder der VG Musikedition zudem einstimmig für die Gründung eines Fonds zur Förderung der Kindermusikkultur, der 2024 ins Leben gerufen werden soll.

Der Markt für **Musikinstrumente, Musikelektronik und Zubehör** bleibt schwierig. Das Einkaufsverhalten hat sich in den letzten Monaten angesichts steigender Inflation, Energieverknappung und unsicherer Zukunftsaussichten deutlich verändert. Stiegen während der Corona-Pandemie die Ausgaben für hochwertige Instrumente als Kompensation für ausgefallene Reisen, etc., so sind die Konsumierenden

spürbar zurückhaltender mit hohen Ausgaben. Der lange und heiße Sommer sorgte für leere Kassen im stationären Fachhandel, auch der Onlinehandel musste Federn lassen. Mit dem Beginn des neuen Schuljahres 2023 ist eine Rückkehr der Kundinnen und Kunden spürbar, wenn auch verhalten. Dennoch blicken die Fachgeschäfte für Musikinstrumente und Zubehör optimistisch auf das kommende Weihnachtsgeschäft.

Kritischer ist die Lage allerdings für den stationären Notenfachhandel, der es im laufenden Jahr nicht geschafft hat, die Kundenfrequenz auf das existenzsichernde Minimum zu heben. Zwar verfügen die wenigen verbliebenen Notenhandlungen über ein treues Stammpublikum, davon lassen sich aber angesichts der geringen Margen, die von der Inflation geradezu aufgefressen werden, kaum die laufenden Kosten tragen. Hinzukommt die Veränderung der Nachfragen: sogenannte Brot- und Butterartikel werden vermehrt online gekauft, der Fachhandel ist dann für die schwierigen Fälle gefragt, deren Beschaffung zu Online-Versand-Konditionen erwartet wird (Lieferung am nächsten Tag, Umtausch, Rückgabe, etc.). Dies ist jedoch kaum leistbar. Der GDM (Gesamtverband Deutscher Musikfachgeschäfte) erwartet bis Ende 2024 einen deutlichen Rückgang bei den Notenfachgeschäften. Dies wird auch Auswirkungen auf das Papiergeschäft der Musikverlage haben – vor allem auf diejenigen, die ihre Umsätze vorwiegend mit dem stationären Handel erwirtschaften.

Politische Lobbyarbeit und Allianzen:

KulturPass als Türöffner

Mit dem KulturPass setzt die Bundesregierung ein deutliches Zeichen für mehr Kultur in Deutschland. Neben Büchern und vielen anderen Kulturprodukten werden insbesondere Konzerte, Tonträger, Noten und Musikinstrumente Teil des Angebotes für alle jungen Menschen sein, das seit Juni 2023 zur Verfügung steht. Personen, die im Jahr 2023 18 Jahre alt werden, erhalten nach der Online-Registrierung ein virtuelles Budget von 200 Euro, das sich innerhalb von zwei Jahren über die KulturPass-App einsetzen lässt.

Mit dem KulturPass nach französischem Vorbild wird jungen Erwachsenen der Zugang und die Teilhabe an kulturellen Angeboten ermöglicht. Auch die Kulturveranstaltenden und der Handel bspw. mit Noten und Musikinstrumenten vor Ort wird gestützt.

Den Teilsektoren der Musikwirtschaft ermöglicht der KulturPass eine neue zusätzliche Sichtbarkeit ihrer Inhalte und Produkte sowie auch ihrer regionalen Angebote, die gebündelt auf der zentralen Website und App unter www.kulturpass.de abrufbar und mit dem KulturPass zu erwerben sind. Wenn über diese Angebote dann tausende 18-Jährige auf die Konzerte oder in die Platten- und Musikinstrumentenläden strömen, bieten sich große Chancen im Sinne eines nachhaltigen Audience Developments.

Nach sechs Wochen hatten sich bereits 130.000 Jugendliche – ein Drittel der Berechtigten - für den Kulturpass registriert, im Oktober sogar 400.000. Sie haben in den ersten Wochen 2,9 Millionen Euro umgesetzt, das meiste davon für Konzerte, Bücher und Kinobesuche. Allerdings wurden nur 23 Mal Noten und 307 mal CDs oder Vinyl-LPs damit gekauft. Aber immerhin sind Jugendliche dafür in die Geschäfte vor Ort gegangen, auch ein Effekt, der erhofft wurde. Das Projekt soll im nächsten Jahr fortgesetzt werden.

Forum Musikwirtschaft und K3D

Das **Forum Musikwirtschaft** besteht aus den sieben maßgeblichen Verbänden des Wirtschaftsbereichs. Im Einzelnen sind dies neben dem DMV der BDKV (Bundesverband der Konzert- und Veranstaltungswirtschaft), der BVMI (Bundesverband Musikindustrie), IMUC (Interessenverband Musikmanager

& Consultants), LIVEKOMM (Verband der Musikspielstätten in Deutschland), SOMM (Society Of Music Merchants) und der VUT (Verband unabhängiger Musikunternehmer*innen). Es umfasst damit die wesentlichen Sektoren der Musikwirtschaft, die durch ihre komplexen Wertschöpfungsstrukturen eng miteinander verzahnt sind. Das Forum versteht sich als Diskursraum, in dem zentrale Themen der Musikwirtschaft identifiziert und erörtert werden, um sie an die Politik und die Öffentlichkeit zu adressieren. Die Kooperation ist getragen von dem Verständnis, sich auch mit anderen Marktteilnehmern auszutauschen und damit situationsabhängig die Sicht aller Branchenakteure in ihrer Gesamtheit zu reflektieren. Das Forum hat keine feste Verbandsstruktur und strebt auch nicht die Position eines Dachverbands der Branche an. Auch die Aufnahme anderer Verbände oder Organisationen ist denkbar. Vielmehr werden gemeinsame Themen gemeinschaftlich nach außen getragen, wobei jeder Verband dabei vorrangig die Interessen seiner Mitglieder vertritt und für diese spricht.

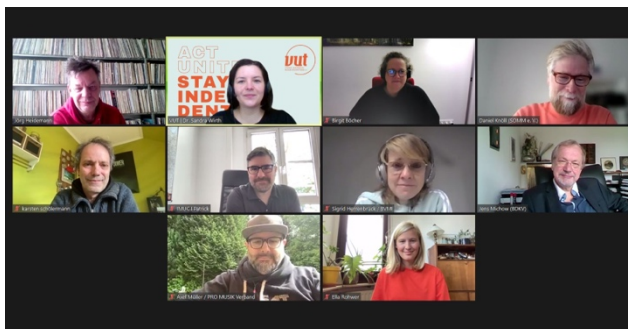
Bereits in der Vergangenheit hatte das Forum Musikwirtschaft auf die Relevanz eines KulturPASSES nach dem französischen Vorbild hingewiesen und immer wieder eine Umsetzung auch für Deutschland gefordert und auf der Musikwirtschaftskonferenz (September 2022) einen konkreten Appell an die Politik gerichtet. Nun setzen die Musikwirtschaftsverbände auf eine Verstetigung des Projekts und auf eine potenzielle Ausweitung des KulturPASSES auch auf jüngere Personenkreise. Jedoch mahnt das Forum Musikwirtschaft, den Erfolg und die Weiterführung des Pilotprojektes nicht nur von der Reichweite in den ersten Wochen und Monaten abhängig zu machen.

Ansprechpartner der Bundesregierung für die Kultur- und Kreativwirtschaft: Vor einem Jahr hat die Bundesregierung auf Drängen der Kultur- und Kreativwirtschaft erstmals einen zentralen Ansprechpartner für den Wirtschaftszweig benannt. Seit Oktober 2022 ist Michael Kellner, Parlamentarischer Staatssekretär im Bundeswirtschaftsministerium, in dieser Funktion im Austausch mit der Branche. Aus Sicht der Musikwirtschaft hat sich bereits in den ersten zwölf Monaten gezeigt, dass die Installation dieser Stelle eine wichtige Maßnahme war, da diese ermöglicht, sich über wirtschaftliche Anliegen der komplexen Branche ganzheitlicher auszutauschen und so ein besseres Verständnis für die Branchen-zusammenhänge und -arbeitsweisen zu schaffen.

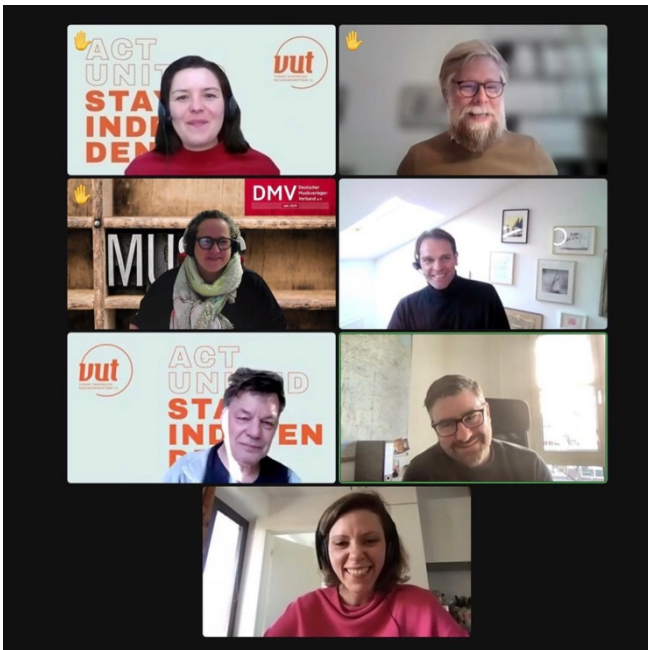
Die Branche wünscht sich den Schulterschluss und die tatkräftige Unterstützung ihres in der Bundesregierung, um gemeinsam Lösungen für alle Marktteilnehmende auf den Weg zu bringen.

Im Rahmen des Reeperbahn Festivals 2023 lud das Forum Musikwirtschaft Michael Kellner, ein, um ihm Fragen zu den aktuellen Herausforderungen der Branche zu sprechen. Themen waren u.a. die Zukunft der KSK, Audience Development und der Fachkräftemangel.

Weiterhin tauschen sich die Mitglieder des Forums regelmässig mit Vertretenden aus Politik und anderen Organisationen, wie ProMusik, GEMA oder dem Deutschen Musikrat aus.



Hier mit Ella Rohwer und Axel Müller von ProMusik



Mit Anikó Glogowski-Merten, Kulturpolitische Sprecherin der FDP (links) oder „live“ Anfang Januar im Bundesministerium für Wirtschaft und Klimaschutz beim Gespräch mit Marco-Alexander Breit, Ministerialdirigent und Ministerialrat Frank Fischer (rechtes Bild).

Mit der **Allianz der Kultur- und Kreativwirtschaft, kurz K3D**, vereint die Gründungsmitglieder, darunter auch hier der DMV, das gemeinsame Ziel, den wichtigen Wirtschaftszweig als starken Partner zu etablieren.

Führende privatwirtschaftliche Interessenvertretungen aus den Bereichen Buch und Mode, Journalismus, Musik, Games, TV, Radio und Film, Kulturveranstaltungen, Galerien, Architektur und Design haben sich im Laufe des Jahres 2021 zur „Koalition Kultur- und Kreativwirtschaft in Deutschland (k3d)“ als offenes Bündnis zusammengeschlossen.

Mit einer Bruttowertschöpfung von 106 Milliarden Euro im Jahr 2019 trägt die Kultur- und Kreativwirtschaft 3,1 Prozent zur volkswirtschaftlichen Gesamtleistung in Deutschland bei. Sie ist damit nach der Automobilindustrie und dem Maschinenbau der drittgrößte Wirtschaftszweig. Auf europäischer Ebene erzielte sie 2019 einen Umsatz von 643 Milliarden Euro und eine Gesamtwertschöpfung von 253 Milliarden Euro. Damit machen die Kernaktivitäten der Kultur- und Kreativwirtschaft 4,4 Prozent des Bruttoinlandsprodukts der EU aus. Ihr wirtschaftlicher Beitrag ist also weit größer als jener der Telekommunikations-, Hightech-, Pharma- oder Automobilindustrie.

Weitere Verbandsthemen

Arbeitsgruppen im DMV

Die vielfältigen Aufgaben des Verbandes werden größtenteils in den Ausschüssen behandelt. Zu speziellen Themen wurden Arbeitsgruppen (AGs) eingerichtet, die in der Regel einem Ausschuss zugeordnet sind. Aktuell gibt es folgende AG im DMV:

- AG Next Generation
(angegliedert an die Geschäftsstelle)
- AG Kleinere E- und U-Musikverlage
(angegliedert an den E-Ausschuss)
- AG Bühne
- AG Österreich/Schweiz
- AG Production Music *
- AG Social Media
(angegliedert an den Wirtschaftsausschuss)
- AG Filmmusikverlage
(angegliedert an den Rechtsausschuss)

Die Berichte zu den Schwerpunkten der AG-Arbeit im abgelaufenen Verbandsjahr sind bei den entsprechenden Ausschüssen zu finden.

**Die AG Production Music wird nach der Satzungsänderung im letzten Jahr ab 2024 ein eigener Ausschuss.*

Reeperbahn Festival und Konferenz 2023

Das Reeperbahn Festival in Hamburg ist eine der wichtigsten B2B-Plattformen für die Musik- und digitale Kreativwirtschaft in Europa. Bei bestem Wetter kamen vom 20. bis 23. September 2023 zahlreiche Fach- und Festivalbesucher auf die Reeperbahn, um mehr als 450 Konzerte und 350 B2B-Events zu besuchen. Der VUT verlieh zum zehnten Mal seine VIA-Awards und die Japanerin Ichiko Aoba erhielt am letzten Festivalabend den ANCHOR-Reeperbahn Festival International Music Award. Der DMV lud traditionell gemeinsam mit der GEMA am Mittwoch in den „Sommersalon“, um mit über 300 Gästen den Start des Festivals zu feiern. Zum ersten Mal dabei als Partner: der MVV, die Musikverlage im VUT. Als Teil des Forums Musikwirtschaft veranstaltete der DMV auch das „Musikwirtschaftsfrühstück“ am Donnerstag morgen sowie das Panel „7 Fragen an Michael Kellner“, dem Beauftragten der Bundesregierung für die Kultur- und Kreativwirtschaft.

Musikdialog der Freien und Hansestadt Hamburg

Beim Musikdialog Hamburg, unmittelbar vor der Eröffnung des Reeperbahn Festivals, diskutierten auf Einladung von Hamburgs Erstem Bürgermeister und dem Senator für Kultur und Medien die Top-Managerinnen und Manager der Musikwirtschaft die Belange der Branche und die Entwicklung der Musikwirtschaft.

Im Mittelpunkt der diesjährigen Jubiläums-Konferenz stand eine thematische Zeitreise von 2013 bis heute. Wie hat sich die Lage der Musikwirtschaft entwickelt? Wie kann sie auch weiterhin gestärkt werden?

DMV-Geschäftsführerin Birgit Böcher berichtete dabei, wie der Musikdialog auch in die Branche hinein wirkt. So habe der DMV auf dem Musikdialog 2022 die Agentur The Changency erlebt und für die eigene Mitgliederversammlung im selben Jahr eingeladen, wo u.a. auch das Projekt „Orchester im Wandel“ vorgestellt wurde.

Ein weiteres Thema war die Frage nach der Förderung lokaler Künstlerinnen und Künstler. Wie können im Zeitalter globaler Streamingdienste alle Beteiligten besser zusammenarbeiten um die Reichweite lokaler Künstlerinnen und Künstler zu stärken und ihnen eine bessere Sichtbarkeit zu geben? Welche Maßnahmen sind notwendig, um sowohl populäre Angebote als auch kulturelle Nischen zu fördern?

Neben dem offenen Austausch und der Möglichkeit Dinge zu besprechen, die alle in der Musikwirtschaft etwas angehen, hat der Musikdialog in den vergangenen zehn Jahren immer wieder greifbare Ergebnisse hervorgebracht. Dazu gehören insbesondere drei bundesweite Musik-Studien zur volkswirtschaftlichen Relevanz der Musikwirtschaft und zum Musiknutzungsverhalten sowie die Projekte „Music Women* Germany“, der bundesweite Dachverband aller Musikfrauen*, der sich für mehr Vielfalt und Diversität in der Branche einsetzt und der ‚Musik 2030 Prozess‘, für mehr Nachhaltigkeit in der Musikwirtschaft.



Peter Tschentscher (mi.), Carsten Brosda (2.v.li.), Anna Depenbusch (re.) und die Teilnehmenden des Musikdialogs 2023, darunter auch Birgit Böcher für den DMV (rechts) ©Behörde für Kultur und Medien, Hamburg

Bei dem diesjährigen Jubiläum versammelten sich wieder rund 45-50 hochrangige Vertreterinnen und Vertreter von Labels, Verlagen, Verbänden und Streamingdiensten sowie Künstlerinnen und Künstler. Die Teilnahme findet jährlich auf persönliche Einladung statt.

Music Publishing Summer School 2023

Ziel der 2013 vom DMV und der Interessengemeinschaft Hamburger Musikwirtschaft (IHM) initiierten Music Publishing Summer School ist es, die wesentlichen Inhalte des Musikverlagsmanagements in Praxis und Theorie zu vermitteln.

Das Seminar dient damit zugleich der Aus- wie auch Weiterbildung für Tätigkeiten in E- und U-Musikverlagen bzw. angeschlossenen Bereichen im gesamten Mediensektor, die mit Lizenzrechten in Berührung kommen. Die Inhalte richten sich an Mitarbeitende in Verlagen und Medienunternehmen, Absolvent*innen des Medien-, Kultur- und Musikmanagements sowie selbständige Kreative mit beruflich engem Bezug zum Musikverlagswesen.

Die Dozierenden kommen zum überwiegenden Teil aus DMV-Mitgliedsverlagen und bringen so das notwendige Fachwissen mit, dass sie in dem 6-tägigen Programm kompetent vermitteln. Ein Rahmenprogramm sorgt dafür, dass die Teilnehmenden der Summer School sich neben dem Aneignen von Wissen auch ein Netzwerk für ihre Tätigkeit aufbauen können. Durch die Erweiterung des Angebotes mit der Live Summer School und der Recorded Music Summer School bietet die Music Business Summer School mit ihren ausgewählten Inhalten eine erfolgreiche Weiterbildung für Teilnehmende.

Auf dem Stundenplan der Music Publishing Summer School stehen Themen wie Urheberrecht, GEMA, Sync Business und Lizenzen für audiovisuelle Medien, vertragliche Grundlagen und A&R Management im Musikverlag.

Auch die Live Entertainment Summer School bietet den Teilnehmenden fundierte Informationen zu aktuellen Themen der Branche. Die in Kooperation mit dem VUT und dem BVMI stattfindende Recorded Music Summer School bringt Themen wie Vertragswesen, Urheberrecht, VÖ-Planung, Marketing und Kampagnenplanung, Sync/Brand Cooperation, Artist Profiling und vertriebliche Fragen auf den Stundenplan.

In übergreifenden Seminaren beleuchtete Programm der Music Business Summer School zudem Aspekte, die für alle Teilbereiche relevant sind. Das Rahmenprogramm für die Teilnehmenden vor und während des Reeperbahn Festivals bietet darüber hinaus vielseitige Möglichkeiten zum Netzwerken.

Die Music Business Summer School 2023 fand wieder in Hamburg statt, die Publishing Summer School zählte dabei 24 Teilnehmerinnen und Teilnehmer u.a. aus Musikverlagen.

Music China 2023

Als internationale Fachmesse für Musikinstrumente, Zubehör und Musiknoten ist die Music China mit 81.761 Besuchenden und 1.106 Ausstellenden (im Jahr 2020) die weltweit größte Veranstaltung dieser Art. Neben der Ausstellung des Warenangebots gehören zahlreiche Veranstaltungen zum Rahmenprogramm der Messe, die sich mit Themen wie Geschäftsstrategien, Bildung und Musikvermittlung befassten. Zudem fanden während der Messe Workshops und Seminare statt, die Themen und Fragen rund um die Musik betrafen.

In den letzten drei Jahren bestimmte die harte Covid-19-Politik Chinas das Schicksal der Music China. Termine wurden mehrfach verschoben oder die Messe fand unter Ausschluss von Ausländischen Teilnehmenden statt. Vom 11. bis 14. Oktober 2023 findet nun wieder eine Messe unter regulären Bedingungen in Shanghai statt. Dabei ist auch der deutsche Gemeinschaftsstand, gefördert vom Bundesministerium für Wirtschaft und Klimaschutz, und ausstellende Unternehmen aus Deutschland, darunter auch Musikverlage.