

Sönke Knopp

Das *Making Of* einer Musikstadt

Hamburg im Spannungsfeld von musikalischer Praxis,
Politik, Marketing und *imaginaire* der Stadt.

Dissertation von Sönke Knopp aus Hamburg,
vorgelegt im Promotionsausschuss der
HafenCity Universität Hamburg
zur Erlangung des akademischen Grades
Doktor der Philosophie (Dr. phil.).

Erstgutachterin: Prof. Dr. Alexa Färber

Zweitgutachterin: Prof. Dr. Lisa Kosok

Hamburg 2018

Inhaltsverzeichnis

1	Einleitung	4
1.1	Forschungsinteresse und Forschungsbedarf.....	5
1.2	Forschungsstand	7
1.3	Forschungsverlauf	14
1.4	Methoden und Material	18
1.5	Feld und Feldzugänge: Musik, Stadt, Szenen und „research cool“	22
2	Musikstadt sein – Musikstadt machen: Ausgewählte Beispiele.....	31
2.1	Phänomene der kulturellen Zuschreibung als Musikstadt	31
2.2	Aktive Image-Arbeit am Stadlabel Musikstadt	36
2.2.1	Sound Diplomacy.....	37
2.2.2	Music-Cities-Network.....	38
2.2.3	The Mastering of a Music City	41
2.2.4	Standortbezogenes Stadtmarketing.....	44
3	Musikstadt Hamburg: Portraits der Akteure	49
3.1	Musikpraktische Akteure.....	50
3.1.1	Klassische Musik in Hamburg.....	50
3.1.2	Musicals	56
3.1.3	Clubs und Clublandschaft	60
3.1.4	Musiker, Musikerinnen und Bands als Einzelakteure	62
3.1.5	Musikmedien.....	63
3.2	Nicht musikpraktische Akteure	64
3.2.1	Musikförderung – Politik	64
3.2.2	Musikförderung – Wirtschaft.....	67
3.2.3	Akteure mit analytischem Blick auf die Stadt und die Musik.....	69

4	Versionen der Musikstadt Hamburg.....	72
4.1	Musikpraktische Version	76
4.1.1	Orte und Räume für die Musikstadt.....	77
4.1.2	Interdependenzen von Macherinnen, Publikum und Bewohnern mit der Musikstadt.....	85
4.1.3	Musikstadt durch Booking: Das Programm der Musikstadt.....	91
4.1.4	Netzwerke, Organisation und Zusammenhalt in der Musikstadt.....	100
4.1.5	Musikstadt machen kostet Geld I	105
4.1.6	Zusammenfassung der musikpraktischen Version	110
4.2	Gepante Version	111
4.2.1	Musikstadt als (wirtschafts-)politische Agenda	114
4.2.2	Strukturförderung und Planungstools für die Musikstadt.....	129
4.2.3	Architektur für Musik – Raum für die Musikstadt.....	133
4.2.4	Musikstadt aufgrund, durch und mit der Elbphilharmonie.....	135
4.2.5	Marketing mit Musikstadt – Musikstadt durch Marketing.....	139
4.2.6	Musikstadt machen kostet Geld II.....	143
4.2.7	Zusammenfassung der geplanten Version	146
4.3	Narrative der Musikstadt – repräsentative Version der Musikstadt.....	147
4.3.1	Inhalte der Narrative – Inhalte der Musikstadt?	148
4.3.2	Ein Hamburg-spezifisches Musikstadt-Narrativ?	161
5	Schluss	164
5.1	Resümee	164
5.2	Ausblick	169
	Literatur und Quellen.....	172
	Abbildungsverzeichnis	188

1 Einleitung

Hamburg, das ist diese Stadt im Norden Deutschlands, am Lauf von Elbe und Alster gelegen. In Hamburg befindet sich der mit Abstand wichtigste und größte Seehafen der Republik, der drittgrößte in Europa. Hamburg ist seit Jahrhunderten eine kaufmännisch geprägte Hansestadt. Den Menschen, die hier leben, wird eine gewisse Kühle nachgesagt, Nüchternheit und ein strenges ökonomisches Kalkül. Der Hanseat, die Hanseatin ist tagsüber im Kontor, abends wird eine Regatta auf der Alster gesegelt.¹ Der Arbeiter war früher auf der Werft, heute sitzt er auf einer Containerbrücke, nach Schichtende geht er Fußball gucken, früher den FC St. Pauli am Millertor, heute eher den HSV im Fernsehen. Am Wochenende geht es in den Stadtpark oder an die Nord- bzw. Ostsee. Es ist nicht zu übersehen: Hamburg ist eine maritim geprägte Hafenstadt, hat mehr Brücken als Venedig und die Lokalteile überregionaler Zeitungen heißen hier nicht Hamburg-Spezial, sondern bspw. Elbvertiefung.² Und diese traditionsreiche Stadt am Wasser, voller Pfeffersäcke in blauen Wollpullovern – diese Stadt ist jetzt auch eine Musikstadt.

Die vorangestellte Reihung an zugespitzten Hamburg-Klischees soll verdeutlichen, dass sich ein Zusammenhang – Hamburg und Musikstadt – nicht sofort erschließt. Die spontanen Assoziationen mit der Stadt waren lange Zeit und sind ggf. bis heute eben nicht unbedingt die musikalischen, sondern eher die maritimen. Bei der Wortkombination Musikstadt wird an New Orleans gedacht, an Wien, an Liverpool, innerhalb Deutschlands unter Umständen auch noch an Bayreuth oder in den letzten Jahrzehnten Berlin. Dennoch ist in den letzten ca. zehn Jahren an genau dieser Zuschreibung für Hamburg aktiv gearbeitet worden. Wer in welcher Form daran gearbeitet hat, mit welchen Zielen und mit welchen Vorstellungen von dieser Musikstadt Hamburg, genau das ist Inhalt dieser Studie. Sie versucht den Weg des Labels Musikstadt nachzuzeichnen und lässt verschiedene Akteure des Hamburger Musiklebens diesbezüglich zu Wort kommen, um dem, was das „*imaginaire*“³ der Musikstadt

¹ Zur Unterscheidung und Schreibweise von Gender in dieser Arbeit: Es sind immer alle Formen gemeint. In der Ausführung wird zur besseren Lesbarkeit zwischen der weiblichen und der männlichen Form gewechselt oder es werden diese beiden in unterschiedlicher Reihenfolge benannt.

² Siehe bspw.: <http://www.zeit.de/serie/elbvertiefung> (abgerufen am 01.09.2017).

³ Zum Begriff des *imaginaire* siehe bspw.: Lindner, Rolf: Textur, *imaginaire*, Habitus – Schlüsselbegriffe der kulturalanalytischen Stadtforschung. In: Berking, Helmuth / Löw, Martina (Hg.): Die Eigenlogik der Städte. Frankfurt 2008, S. 83-94.

Hamburg sein kann, nahe zu kommen. Dem Konzept des *imaginaire* kommt dabei in Teilen eine wichtige Rolle zu, da es immer wieder auch um kulturelle Zuschreibungsprozesse geht. Diese ethnographisch angelegte Arbeit bewegt sich in einem kultur- und stadtanthropologischen Forschungskontext und verknüpft diverse Materialformen zu einem Geflecht, einem Gefüge, innerhalb dessen der Begriff Musikstadt greifbar und verstehbar werden soll.

1.1 Forschungsinteresse und Forschungsbedarf

Im Kontext der kulturanthropologischen Stadtethnografie ist der Blick auf den Autor und somit den Forscher während der Forschung sowie bei der Verschriftlichung der Studie unumgänglich. Die bereits vorab erworbenen, sozusagen mitgebrachten Annahmen, Vorstellungen, Vorurteile und persönlichen Vorlieben von Autoren und Autorinnen sind für die Forschung, insbesondere für die Zugänge zum Feld und die spätere Analyse und Deutung, von hoher Bedeutung. Das Forschungsinteresse ergibt sich deshalb mitunter auch aus der persönlichen Biografie.⁴ Zur Erläuterung des Einstiegs in das Thema soll im Folgenden also zunächst eine anekdotische Evidenz herangezogen werden.

Auch wenn ich kein Berufsmusiker bin, so ist mir die Musikwelt der Stadt durchaus vertraut. Ich bin in Hamburg musikalisch sozialisiert worden, habe Geige im Orchester gespielt und war Bassist in einer Indie-Band. Mir sind der Künstlereingang der Laeishalle und die Orchesterempore der St. Michaelis Kirche ebenso vertraut wie das Backstage-Kabuff des (alten) Molotow-Clubs auf St. Pauli, die Bühnen des Schlachthofs und Feldstraßenbunkers oder der Soundcheck auf dem Dockville-Festival. Dass es in Hamburg viel Musik gibt und sich viele Möglichkeiten anbieten, die Musik der Stadt selbst mit zu gestalten, wusste ich. Nie zuvor aber habe ich darüber nachgedacht, ob diese Stadt eine Musikstadt ist – trotz kultur- und musikwissenschaftlichen Studiums mit Schwerpunkt Stadtanthropologie sowie dem privaten

⁴ Vgl. hierzu die Forschungen zur Positionierung der Forschenden im Feld, bspw.: Lindner, Rolf: Die Angst des Forschers vor dem Feld. Überlegungen zur teilnehmenden Beobachtung als Interaktionsprozess. In: Zeitschrift für Volkskunde, Bd. 77, 1981, S. 51-66.

Interesse an der Musik dieser Stadt und der Selbstverortung als Hamburger Musiker.⁵ Meine aktive musikpraktische Zeit lag zum Zeitpunkt des erstmaligen Interesses an diesem Feld ca. zehn Jahre zurück, aber erst als ich im Rahmen eines Projektstipendiums am Museum für Hamburgische Geschichte damit beauftragt wurde, zu genau diesem Themenbereich der „Stadt- und Musikkultur“ zu forschen und die Inhalte einer Sonderausstellung zu konzipieren, stieß ich auf den Begriff der Musikstadt Hamburg. Und erst im weiteren Verlauf dieser Arbeiten zur Ausstellung stellte sich immer mehr heraus, dass zum einen auf vielen Ebenen unklar war, was diese Musikstadt Hamburg eigentlich sein könnte und was ihr politischer, gesellschaftlicher und sozialer Fokus sein könnte und zum anderen, dass sich genau deshalb das Begriffspaar Musikstadt Hamburg immer in einem speziellen – politischen, gesellschaftlichen oder sozialen – Rahmen bewegte und nie bedeutungslos war. Gerade vor diesem Hintergrund war es auffällig, mit welcher Selbstverständlichkeit das Begriffspaar verwendet wurde. Es zeigte sich mehr und mehr, dass es sich lohnen würde, dem Begriff in seiner Herkunft und Anwendung nachzugehen und ihm auf seinen diversen Ebenen zu folgen.

Die Arbeit nähert sich diesem Begriff der Musikstadt Hamburg also aus unterschiedlichen Perspektiven an. Zum einen ist dies der persönliche Zugang über die eigene Musikbiografie, die über die Musik(en) der Stadt Zugang zum Feld sucht. Weiter bündelt sich das Interesse an der Stelle, an der die Akteure, die in diesem Feld aktiv sind, aufeinandertreffen. Hier weitet sich der Zugang stark aus und verlässt den Bereich der performativen Ebene, die sich räumlich über Konzerthäuser abbildet oder musikalisch über verschiedene Szenen hörbar wird, und tritt ein in das Feld der politischen Akteure. Die Handlungen, die sich auf politischer Ebene rund um den Begriff gruppieren, müssen vertieft in den Blick genommen werden und stellen somit einen weiteren Zugang dar.

⁵ Musikalische Zusammenschlüsse wie der Sampler „Gestatten, wir kommen aus Hamburg 2“ (EMI Music Germany, 2007), auf dem ich mit meiner Band vertreten war, verdeutlichen, dass diese Einschätzung rückblickend auch in gewisser Weise hinfällig ist. Schon früh (2007) war auch ich Teil eines Diskurses um Musik aus Hamburg, der an die Erfolge der sogenannten Hamburger Schule rund um Bands wie Tocotronic oder des Hip-Hop (Beginner, etc.) anschließen sollte. Allerdings ist diese Selbstverortung innerhalb einer Hamburger Szene nie mit dem Begriff Musikstadt Hamburg gefasst worden.

1.2 Forschungsstand

Wie der Begriff Musikstadt, der sich schließlich aus Musik und Stadt zusammensetzt, bereits vermuten lässt, tangiert diese Forschung nicht nur ein Forschungsfeld, sondern ist zwischen verschiedenen Fachdisziplinen und Themenbereichen zu verorten. Dazu zählt grundsätzlich zunächst das Forschungsfeld Stadt, und zwar durchaus in der Forschungstradition und Herangehensweise meiner ursprünglichen Fachdisziplin, der Kulturanthropologie. Innerhalb dieser war *die Stadt* lange Zeit ein mehr oder weniger vernachlässigtes Forschungsgebiet, besann man sich eher auf konservative Herangehensweisen und den Wunsch nach Erhalt von ansonsten verloren Gegehendem. Insofern standen eher das Dorf und das ländliche Leben im wissenschaftlichen Fokus.⁶ Wenn überhaupt, dann tauchte die Stadt im Zusammenhang mit den traditionellen Forschungsgebieten auf, zum Beispiel auf der Suche nach dem Dorf in der Stadt oder Ähnlichem.⁷ Dies änderte sich auch durch die Neuorientierung des Fachs Kulturanthropologie (bzw. Volkskunde, Europäische Ethnologie, etc.),⁸ welche in den 1960er und 1970er Jahren stattfand, zunächst nicht. Eine eigenständige Forschungstradition oder ein geschlossener Diskurs zum Thema Stadt konnten sich zu der Zeit nicht etablieren.^{9,10} Erst gegen Ende der 1980er und zu Beginn der 1990er Jahre wurde sich mehr mit Fragen des städtischen Lebens innerhalb der Volkskunde beschäftigt.¹¹ Allerdings wurde zunächst durchweg Volkskunde *in* der Stadt betrieben, welche im Gegensatz einer Volkskunde *der* Stadt steht. Letztere war, so Thomas Hengartner als einer der namhaften Vertreter der Stadtforschung im Fach, im Jahr 2000 noch immer ein kaum ganzheitlich erschlossenes

⁶ Vgl. z.B. Bausinger, Hermann / Braun, Markus / Schwedt, Herbert: Neue Siedlungen - volkskundlich-soziologische Untersuchungen des Ludwig-Uhland-Instituts Tübingen. Stuttgart 1957; oder: Greverus, Ina-Maria / Kiesow, Gottfried / Reuter, Reinhard: Das hessische Dorf. Frankfurt am Main 1982.

⁷ Vgl. Hengartner, Thomas: Die Stadt im Kopf. Wahrnehmung und Aneignung der städtischen Umwelt. In: Kokot, Waltraud / Hengartner, Thomas / Wildner, Katrin (Hg.): Kulturwissenschaftliche Stadtforschung. Eine Bestandsaufnahme. Berlin 2000, S. 87-105, hier S. 87.

⁸ Korrekterweise müsste ich an dieser Stelle in anderer Reihenfolge die Fachnamen verwenden, also von der Neuausrichtung des Faches Volkskunde, hin zur Kulturanthropologie, Europäischen Ethnologie, etc. sprechen.

⁹ Vgl. Hengartner 2000, S. 88.

¹⁰ Obwohl bereits 1983 der 24. Kongress der Deutschen Gesellschaft für Volkskunde unter dem Titelthema „Großstadt“ tagte, hat sich bis heute keine eigene DGV-Kommission zum Thema Stadt herausgebildet.

¹¹ Vgl. Hengartner, Thomas: Zur Zukunft der Stadt als volkskundliches Forschungsfeld. In: Volkskunde in Niedersachsen 19. Göttingen 2002, S. 4-17, hier S. 4.

Themenfeld,¹² und das, obwohl der Sozialanthropologe Ulf Hannerz bereits 1980 darauf hingewiesen hat, dass die Stadt größtenteils nur Ort der Forschungen sei, nicht aber im Fokus dieser stehe.¹³ Einen grundlegenden Überblick über das *Forschungsfeld Stadt* in der Volkskunde bietet der gleichnamige Band Thomas Hengartners¹⁴ oder auch die Publikation *Walks on the Wild Side* von Rolf Lindner, welche die Geschichte der Stadtforschung seit dem 19. Jahrhundert mit Blick über die eigene Disziplin hinaus Revue passieren lässt.¹⁵ Mittlerweile ist das Forschungsfeld Stadt jedoch ein fester Bestandteil der Fachdisziplin¹⁶ und bildet so die Voraussetzung einer Forschung zu Begrifflichkeiten über eine Stadt – zur Musikstadt – die sowohl eine Stadt beschreiben sollen als auch aus einer Stadt und ihrer Akteure hervorgehen können. Erst die Dichte einer Stadt und das Geflecht, das sie bildet, sowie die Erkenntnis darüber, nach welchen Mechanismen urbane Strukturen auf sozialer, gesellschaftlicher und politischer Ebene funktionieren und ineinandergreifen, ermöglichen in diesem Fall in einer doppelten Wirkung erst das Entstehen des Forschungsgegenstandes und gleichermaßen die Möglichkeit der Erforschung dessen.

In verschiedenen Ansätzen sowohl der kulturwissenschaftlichen als auch der musikwissenschaftlichen Forschung wurde sich weitgehend unabhängig voneinander der Stadt anhand von Musik und musikalischen Zugängen angenähert. Diese sollen im Folgenden dargestellt werden, da sie wichtige Anregungen für die vorliegende Forschung bieten und gleichzeitig auch Forschungsdesiderate bezeichnen.

Die meisten Publikationen zum konkreteren Thema Musik und Stadt entstammen nicht dem engeren Kontext der Kulturanthropologie, sondern aus dem weiten Feld angrenzender Disziplinen. Beim Folgen des Begriffspaares der Musikstadt Hamburg waren für die vorliegende Studie insbesondere jene Forschungsarbeiten wichtig, die sich mit den Zusammenhängen von Stadt und Kreativität sowie Stadt und Kreativwirtschaft, insbesondere mit der musikalischen Ausprägung der Kreativität, auseinandergesetzt haben. Die Prozesse von Musik und musikalischer Szenen als Agens

¹² Vgl. Hengartner 2000: S. 89.

¹³ Vgl. Hannerz, Ulf: *Exploring the City. Inquiries Toward an Urban Anthropology*. New York 1980, hier S. 3.

¹⁴ Hengartner, Thomas: *Forschungsfeld Stadt. Zur Geschichte der volkskundlichen Erforschung städtischer Lebensformen*. Berlin 1999.

¹⁵ Lindner, Rolf: *Walks on the Wild Side. Eine Geschichte der Stadtforschung*. Frankfurt am Main 2004.

¹⁶ Vgl. Schmidt-Lauber, Brigitta: *Urbanes Leben in der Mittelstadt: Kulturwissenschaftliche Annäherungen an ein interdisziplinäres Forschungsfeld*. In: Dies. (Hg.): *Mittelstadt: urbanes Leben jenseits der Metropole*. Frankfurt am Main 2010, S. 14.

der Stadtentwicklung gehören dabei zu den zentralen Interessensfeldern, die bereits seit längerer Zeit beforscht werden: eine der frühen Arbeiten hierzu ist das eher literarische Werk von Boris Penth und Günter Franzen mit dem schönen Titel *Last Exit: Punk. Leben im toten Herz der Städte* von 1982,¹⁷ die erstmalig verdeutlicht, dass Musikkultur und urbaner Raum in einer Korrelation zueinander stehen. Sie stellen dar, welche, sich außerhalb des eigentlichen Musikstils befindlichen, Entwicklungen und Voraussetzungen das Aufkommen des Punks beeinflussen, wenn nicht gar ermöglicht haben und inwieweit die städtische Struktur hier einen starken Effekt auf die Entwicklung der Szenen, aus denen der Punk entstand, hatte. Die vorliegende Studie profitiert von dieser Arbeit, weil auch am Hamburger Beispiel die Stadt als Rahmung und die städtischen Themen die Musik und ihre spezifisch hamburgischen Ausprägungen in Szenen¹⁸ mitbestimmt haben. Der Einfluss von musikkulturellen Szenen und Industrien wird in den Arbeiten von Sara Cohen deutlich, die bereits 1991 zu *Popular Music and Urban Regeneration: The Music Industries of Merseyside* veröffentlichte.¹⁹ In ebendieser Forschungslinie nehmen die Publikationen ab dem Jahr 2000, auch angetrieben durch Richard Floridas Forschungen zum Einfluss der kreativen Klasse auf die Stadtentwicklung,²⁰ deutlich zu. Hier möchte ich insbesondere die beiden von Philipp Oswalt herausgegebenen Bände zu schrumpfenden Städten (Internationale Untersuchung, 2004 / Handlungskonzepte, 2005)²¹ erwähnen, in denen zahlreiche Arbeiten zu diesem Themenkomplex enthalten sind: Ulf Matthiesen schreibt über *Raumpioniere*,²² Diedrich Diederichsen spricht von sogenannter *Brachenmusik in Detroit, der Bronx und Manchester*,²³ Robert Strachan und Sara Cohen definieren den *Raumproduzent Musik*²⁴ und Klaus Overmeyer fragt

¹⁷ Penth, Boris / Franzen, Günter: *Last Exit: Punk. Leben im toten Herz der Städte*. Reinbek 1982.

¹⁸ Der Begriff der Szene wird in dieser Arbeit vielfach verwendet. Eine Erläuterung des Begriffs findet sich in Kapitel 1.5: *Feld und Feldzugänge: Musik, Stadt, Szenen und „research cool“*.

¹⁹ Cohen, Sara: *Popular Music and Urban Regeneration: The Music Industries of Merseyside*. In: *Cultural Studies*, 5, 1991, S. 332-346.

²⁰ Florida, Richard: *The Rise of the Creative Class*. New York 2002; Florida, Richard: *Cities and the Creative Class*. New York 2005.

²¹ Oswalt, Philipp (Hg.): *Schrumpfende Städte*. Bd. 1, internationale Untersuchung. Ostfildern 2004; Oswalt, Philipp (Hg.): *Schrumpfende Städte*. Bd. 2, Handlungskonzepte. Ostfildern 2005.

²² Matthiesen, Ulf (Interview): *Raumpioniere*. In: Oswalt, Philipp (Hg.): *Schrumpfende Städte*. Bd. 1, internationale Untersuchung. Ostfildern 2004, S. 378-384; Lange, Bastian / Matthiesen, Ulf: *Raumpioniere*. In: Oswalt, Philipp (Hg.): *Schrumpfende Städte*. Bd. 2, Handlungskonzepte. Ostfildern 2005, 374-383.

²³ Diederichsen, Diedrich: *Brachenmusik – Detroit, Bronx, Manchester*. In: Oswalt, Philipp (Hg.): *Schrumpfende Städte*. Bd. 1, internationale Untersuchung. Ostfildern 2004, S. 324-331.

²⁴ Strachan, Robert / Cohen, Sara: *Raumproduzent Musik*. In: Oswalt, Philipp (Hg.): *Schrumpfende Städte*. Bd. 1, internationale Untersuchung. Ostfildern 2004, S. 398-431.

nach der *Brache als Brutkasten*?²⁵ Die Autorinnen und Autoren folgen hier der grundlegenden These, dass Stadt mit Hilfe von Musik und ihren Szenen als Agenten einer Belebung und Anreicherung von Städten mit (Musik)Kultur fungieren können – zumindest wenn sie durch Unterstützung auf räumlicher und stadtpolitischer Ebene daran nicht gehindert werden. Die Untersuchungen in den Bänden von Oswalt bilden somit einen wichtigen Vergleichsfundus exemplarischer, internationaler Fälle von Stadtentwicklung durch Musik, auf den sich die vorliegende Arbeit stützen konnte. Gleichmaßen bilden sich hier auch Fragestellungen ab, die mir im Verlauf meiner Forschung immer wieder begegnet sind. Auch wenn ich mich letztlich nicht diesem konkreten Themenkomplex der Stadtentwicklung angeschlossen habe, so ist die Kenntnis dieser Forschungen unerlässlich für das Verstehen des Feldes. Bei der hier zugrundeliegenden Frage „Wer will was und auf welche Weise mit der Musikstadt?“ ist es essentiell, sich damit auseinanderzusetzen, wie Musik und Stadt zusammenhängen. Der 2014 erschienene Band *Music City. Musikalische Annäherungen an die „kreative Stadt“*²⁶ zeigt diese Korrelationen in den einzelnen Beiträgen sehr detailliert auf und versucht den Ursachen und den Effekten in verschiedenen Richtungen zu folgen, in Teilen sogar auf Hamburg bezogen, was für meine Forschung sehr hilfreich war und hilfreiche Ansatzpunkte, die Stadt, ihre Akteure und die verworrenen Zusammenhänge zwischen ihnen zu erschließen bot. Gleiches gilt für *Urbane Klänge*²⁷ von Malte Friedrich: Der Zusammenhang von Popmusik und den Imaginationen der Stadt ist von zentraler Bedeutung beim Machen von Musikstadt – eine These, der auch in dieser Studie gefolgt wird. Daneben gibt es einen eher aus dem Bereich der Kulturökonomie stammenden Strang, der vor allem die ökonomische Wertschöpfung der Kombination von Musik und Stadt zum Thema hat, dem „*akustischen Kapital der Städte*“²⁸ auf der Spur ist und den Entwicklungsfaktor Kultur²⁹ im urbanen Kontext genauer untersucht. Für das Fallbeispiel Hamburg gehören dazu auch städtische Studien, wie die 2010 von der Behörde für

²⁵ Overmeyer, Klaus: *Brache als Brutkasten?* In: Oswalt, Philipp (Hg.): *Schrumpfende Städte*. Bd. 2, Handlungskonzepte. Ostfildern 2005, S. 340-347.

²⁶ Barber-Kersovan, Alenka / Volker, Kirchberg / Kuchar, Robin (Hg.): *Music City. Musikalische Annäherungen an die „kreative Stadt“*. Bielefeld 2014.

²⁷ Friedrich, Malte: *Urbane Klänge. Popmusik und Imagination der Stadt*. Bielefeld 2010.

²⁸ Vgl.: Lange, Bastian / Bürkner, Hans-Joachim / Schüßler, Elke (Hg.): *Akustisches Kapital. Wertschöpfung in der Musikwirtschaft*. Bielefeld 2013.

²⁹ Quenzel, Gudrun (Hg.): *Entwicklungsfaktor Kultur. Studien zum kulturellen und ökonomischen Potential der europäischen Stadt*. Bielefeld 2009.

Stadtentwicklung und Umwelt (seit 2015 Behörde für Stadtentwicklung und Wohnen) in Auftrag gegebene Arbeit zu kreativen Milieus und offenen Räumen in Hamburg³⁰ und die ebenfalls 2010 veröffentlichte und vom Bezirksamt Hamburg-Mitte in Auftrag gegebene Studie zu Livemusikclubs auf St. Pauli und deren stadtökonomische Wechselwirkungen und planungsrechtliche Situationen.³¹ An dieser Stelle vermischt sich die wissenschaftliche Forschungsliteratur mit dem Material. Dennoch bilden die Veröffentlichungen beispielsweise der Stadt nicht nur einen wichtigen Materialbestand, sie helfen auch, das Feld über die darin gängigen Publikationen zu verstehen.

Als für die Genese der eigenen Forschung wichtige Arbeiten aus dem Fach der Kulturanthropologie sind die Arbeiten von Anja Schwanhäußer zur *Alternativkultur als Agent der Postmoderne*³² sowie ihre Dissertation zu *Kosmonauten des Underground*³³ hervorzuheben. Ebenso sind die popkulturellen Arbeiten von Jochen Bonz zu postmodernen Subkulturen³⁴ oder auch zur Hamburger Schule³⁵ sowie die Studie von Thomas Götz zu *Stadt und Sound in Bristol*³⁶ als Basis der vorliegenden Arbeit zu verstehen. In den genannten Arbeiten wird nach dem Ansatz verfahren, die musikalischen Szenen zunächst en Detail zu untersuchen und im Anschluss die größeren Zusammenhänge daraus zu verknüpfen – ein Vorgehen, das für die ethnografische Forschung, der die zuvor genannten Studien zugehörig sind, sehr brauchbare Erkenntnisse auch bezüglich der Übertragbarkeit oder Eigenart der jeweiligen Felder liefert. Des Weiteren entstammen etliche für die eigene Forschung relevanten Arbeiten den musikwissenschaftlichen Disziplinen, in denen gleichermaßen nach

³⁰ Bernegg, Anna / Studio UC, Berlin: Kreative Milieus und offene Räume in Hamburg. Studie im Auftrag der Freien und Hansestadt Hamburg, Behörde für Stadtentwicklung und Umwelt, Amt für Landes- und Landschaftsplanung. Hamburg 2010.

³¹ Freie und Hansestadt Hamburg, Bezirksamt Hamburg-Mitte, Dezernat Wirtschaft, Bauen, Umwelt, Fachamt für Stadt- und Landschaftsplanung (Hg.): Livemusikclubs auf St. Pauli. Stadtökonomische Wechselwirkungen und Planungsrechtliche Situation. Hamburg 2010.

³² Schwanhäußer, Anja: Stilrevolte Underground. Die Alternativkultur als Agent der Postmoderne. Ethnographische Studien. Reihe: Berliner Blätter. Ethnographische Studien, hg. vom Institut für Europäische Ethnologie. Hamburg/Hannover 2002.

³³ Schwanhäußer, Anja: Kosmonauten des Underground. Ethnographie einer Berliner Szene. Frankfurt am Main 2010.

³⁴ Bonz, Jochen: Subjekte des Tracks. Ethnografie einer postmodernen/anderen Subkultur. Berlin 2008.

³⁵ Bonz, Jochen / Rytz, Juliane / Springer, Johannes (Hg.): Lass uns von der Hamburger Schule reden. Eine Kulturgeschichte aus der Sicht beteiligter Frauen. Mainz 2011.

³⁶ Götz, Thomas: Stadt und Sound. Das Beispiel Bristol. Münster 2006.

einem „*Sound der Stadt*“³⁷ gesucht wird und *Musik als Agens urbaner Lebenswelten* aus musiksoziologischer, musikethnologischer und organologischer Perspektive definiert wird.³⁸ Dieser interdisziplinäre Vergleich wurde hinzugezogen, um das Material besser verstehen zu lernen. Denn die Haltungen und Vorannahmen über das Feld sind ebenfalls in den verschiedenen Disziplinen verankert. Gewisse Narrative und ritualisierte Erzählungen über Musik und Stadt ließen sich hiermit leichter verstehen und als solche erkennen.

Ebenfalls häufig in den Musikwissenschaften angesiedelt, hier eher den historischen Musikwissenschaften, sind die zahlreichen Arbeiten zur Hamburger Musikgeschichte, die für ein inhaltliches Basiswissen in Bezug auf den Themenkomplex verantwortlich sind. Diese beinhalten jedoch nur sehr selten eine kritische Note bzw. eine analytische Tiefe im Verständnis der analysierenden Kulturwissenschaften, sondern haben häufig eher einen chronologischen oder aufzählenden Charakter. Das Spektrum ist dabei sehr weit gefächert: Mit Abstand am breitesten angelegt ist „*Hamburg Musik!*“³⁹ des Journalisten Joachim Mischke. Viele der weiteren Publikationen beschäftigen sich mit der Geschichte der sogenannten klassischen Musik in Hamburg⁴⁰ oder deren Aufführungsorten⁴¹ über die verschiedenen Jahrhunderte hinweg. Dabei wird grob eine Zeitspanne ca. vom 17. Jahrhundert bis in die Gegenwart abgedeckt. Parallel dazu gibt zahlreiche Veröffentlichungen zur Populärmusikgeschichte in Hamburg,⁴² deren historischen Auftakt oft mit einer Swing-Szene Mitte des 20. Jahrhunderts definiert wird⁴³ und deren Chronologie insbesondere

³⁷ Bader, Ingo / Scharenberg, Albert (Hg.): *Der Sound der Stadt. Musikindustrie und Subkultur in Berlin*. Münster 2005.

³⁸ Klotz, Sebastian (Hg.): *Musik als Agens urbaner Lebenswelten. Musiksoziologische, musikethnologische und organologische Perspektiven*. Leipzig 2012.

³⁹ Mischke, Joachim: *Hamburg Musik!* Hamburg 2008.

⁴⁰ Siehe z.B.: Rauhe, Herrmann: *Musikstadt Hamburg. Eine klingende Chronik*. 2. Aufl. Hamburg 2010; Dittrich, Marie-Agnes: *Hamburg. Historische Stationen des Musiklebens mit Informationen für den Besucher heute*. Laaber 1990; Klessmann, Eckart: *Georg Philipp Telemann und die Musik in Hamburg*. In: Stephan, Inge / Winter, Hans-Gerd (Hg.): *Hamburg um Zeitalter der Aufklärung*. Hamburg 1989, S. 212-229; Hillers, Carmen / Wolf, Steffen: *Klangvolle Zeiten. Musik in Hamburg*. Hamburg 2009.

⁴¹ Esmeyer, Sonja: *Hamburger Konzertstätten von der Mitte des 18. Bis zum Anfang des 20. Jahrhunderts vor dem Hintergrund der Entwicklung des öffentlichen Hamburger Konzertwesens*. Unveröffentlichte Magisterarbeit Lüneburg 1996.

⁴² Siehe z.B.: Rau, Jürgen: *Rock 'n' Roots. Das who is who der Hamburger Musikszene*. Hamburg 2008; Hellfeuer, Dieter: *Musik in Hamburg. Ein Wegweiser durch die Szene der Stadt*. Hamburg 2000.

⁴³ Ansin, Horst (Hg.): *Anglo-German Swing Club. Als der Swing zurück nach Hamburg kam. Dokumente 1945 bis 1952*. Hamburg 2003; Ueberall, Jörg: *Swing Kids*. Berlin 2004.

über die Beatles⁴⁴ und die Hamburger Schule⁴⁵ in die Gegenwart⁴⁶ führt und mit verschiedenen Studien den Blick Richtung Zukunft⁴⁷ richtet. Auch im poplarmusikalischen Bereich wird der räumlichen Verortung und den Orten aber auch den Rezipienten der musikalischen Praxis besondere Aufmerksamkeit geschenkt.⁴⁸ Hier ist insbesondere der von Christoph Twickel herausgegebene Band *„Läden, Schuppen, Kaschemmen“*⁴⁹ zur Hamburger Popkulturgeschichte zu nennen. Abschließend sind für meine Forschung die Arbeiten zu den Vorstellungen von Städten, von *Images* einer Musikstadt und den Imaginationen der Korrelation von Musik und Stadt von Bedeutung, da sie wichtig für die Beschäftigung mit der Frage „Wer will was mit der Musikstadt?“ sind. Dazu gehören Rolf Lindners Schlüsselbegriffe der kulturalistischen Stadtforschung *Textur, imaginaire, Habitus*,⁵⁰ aber auch zahlreiche weitere Arbeiten wie Christian Kadens Band *„Musik und Urbanität“*⁵¹ (hier allerdings wieder insbesondere Rolf Lindners *„Klänge der Stadt.“*⁵²), Daniel Tödts Forschung zu Rap in Marseille,⁵³ Diedrich Diederichsens *„Der lange Weg nach Mitte. Der Sound und die Stadt.“*⁵⁴ sowie die Bände *„Sound Tracks. Popular Music, Identity and Place.“*⁵⁵ von John Connell und Chris Gibson und *„Music, space and place. Popular music and cultural identity.“*⁵⁶ von Sheila Whiteley, Andy Bennett und Stan Hawkins. Hier möchte ich insbesondere noch die Arbeit von Philipp Krohn und Ole Löding, auf die ich in

⁴⁴ Siehe z.B.: Krüger, Ulf / Pelc, Ortwin (Hg.): *The Hamburg Sound. Beatles, Beat und Große Freiheit.* Hamburg 2006; Krüger, Ulf: *Beatles in Hamburg. Ein kleines Lexikon.* Hamburg 2007; Krüger, Ulf: *Star-Club. Der bekannteste Beat-Club der Welt.* Höfen 2010; Leigh, Spencer: *The Beatles in Hamburg. Der Beginn einer Ära.* Hamburg 2011.

⁴⁵ Baßler, Moritz (Hg.): *Stadt, Land, Pop. Popmusik zwischen westfälischer Provinz und Hamburger Schule.* Bielefeld 2008.

⁴⁶ Rau, Jürgen: *Hamburg, deine Perlen. Die einzigartige Musikszene der Hansestadt.* Bremen 2011.

⁴⁷ Siehe z.B.: *Hamburger Sparkasse (Hg.): Haspa-Musikstudie. Der Takt der Zukunft - Hamburg setzt auf Musik.* Hamburg 2009.

⁴⁸ Siehe z.B.: Kleist, Florian: *Live-Musik in Hamburg. Zur Relevanz der Live-Musik-Szene im Freizeitverhalten Hamburger Jugendlicher.* Hamburg 2004; Schneider, Albrecht / Bolte, Jenny (Hg.): *MusikerInnen – Übungsbunker - Szene-Clubs. Zur Infrastruktur der Populärmusik in Hamburg.* Münster 2001; Schneider, Albrecht / Dammann, Lars / Kleist, Florian: *Live-Musik-Publikum in Hamburg. Empirische Studien zu einer urbanen Musik-Szene im digitalen Zeitalter.* Münster 2008.

⁴⁹ Twickel, Christoph (Hg.): *Läden, Schuppen, Kaschemmen. Eine Hamburger Popkulturgeschichte.* Hamburg 2003.

⁵⁰ Lindner 2008.

⁵¹ Kaden, Christian (Hg.): *Musik und Urbanität.* Essen 2002.

⁵² Lindner, Rolf: *Klänge der Stadt.* In: Kaden, Christian (Hg.): *Musik und Urbanität.* Essen 2002, S. 171-176.

⁵³ Tödt, Daniel: *Vom Planeten Mars. Rap in Marseille und das Imaginäre der Stadt.* Münster 2011.

⁵⁴ Diederichsen, Diedrich: *Der lange Weg nach Mitte. Der Sound und die Stadt.* Köln 1999.

⁵⁵ Connell, John / Gibson, Chris: *Sound Tracks. Popular Music, Identity and Place.* London 2003.

⁵⁶ Whiteley, Sheila / Bennett, Andy / Hawkins, Stan (Hg.): *Music, space and place. Popular music and cultural identity.* Burlington 2004.

späteren Kapiteln noch intensiver eingehen werde, erwähnen: Deren „*Sound of the cities*“⁵⁷ folgt zwar keinem kulturanalytischen Ansatz, beschreibt aber sehr gut die bestehenden und vorherrschenden Vorstellungen von Städten als Musikstädte und bietet dadurch der eigenen Analyse eine gute Ausgangsbasis.

Die vorliegende Studie widmet sich ihrer zentralen Fragestellung – „Wer will was, und wie, mit der Musikstadt Hamburg?“ – also vor dem Hintergrund dieser vielfältigen Literaturen, die zwar den Gegenstand Musik und Stadt im Kern ihrer Forschung haben, sich diesen jedoch auf ebenso vielfältige Weise annähern.

1.3 Forschungsverlauf

Wie wahrscheinlich häufig im Fach der Kulturanthropologie oder auch in der Wissenschaft allgemein, habe nicht ich dieses eine Thema gefunden, das mir geeignet erschien, mehrere Jahre mit ihm zu verbringen und mich vor allem auch sehr neugierig gemacht hat, nein, es war genau anders herum. Ich hatte zwar die grobe Idee zu promovieren und wusste auch, dass es aufgrund meines im Studium erworbenen speziellen Interesses höchstwahrscheinlich im Bereich der Stadtanthropologie sein würde. Aber auf die Idee, meine beiden großen Interessens- und Wissensfelder Musik und Stadt zu verbinden, was mit Blick auf meine Studienfächer (Kulturanthropologie, Musikwissenschaften, BWL) und meine privaten Aktivitäten im Nachhinein nur logisch erscheint, kam ich nicht von selbst. Erst als ich auf eine Ausschreibung für ein Projektstipendium im Museum für Hamburgische Geschichte zum Thema Stadt- und Musikkultur aufmerksam wurde, kam die Erkenntnis, dass diese Themenkombination ideal zu mir passt. Ich bewarb mich, erhielt das ausgeschriebene Projektstipendium und damit wurde es auch offiziell mein Auftrag, zu diesem Thema zu forschen.

Am Beginn dieser, wie wohl einer jeden Forschung, stand eine Art Tiefenbohrung an. Der erste Gang der Forschung führte mich dementsprechend auch nicht etwa auf ein Konzert, sondern direkt in die Bibliothek, denn „*das erste ‚Feld‘ ist das der Forschungsliteratur*“ wie Wolfgang Kaschuba es sehr treffend formuliert.⁵⁸ Es hieß, sich

⁵⁷ Krohn, Philipp / Löding, Ole: *Sound of the cities*. Eine popmusikalische Entdeckungsreise. Berlin 2015.

⁵⁸ Kaschuba, Wolfgang: *Einführung in die Europäische Ethnologie*. 3. Auflage. München 2006, S. 204.

einen umfassenden Überblick sowohl über die Musikgeschichte Hamburgs als auch über das aktuelle musikalische Geschehen in der Stadt zu verschaffen. Mit dem Wunsch, Theorie und Literaturrecherche auch direkt mit dem tatsächlichen Feld zu verbinden, um sich nicht zu schnell vorgefertigte Ansichten anzueignen, führte der zweite Weg direkt ins Feld, was zunächst in der Konzertszene Hamburgs vermutet wurde. Ich versuchte, möglichst viele Konzerte und Festivals in der Stadt zu besuchen, um einen idealerweise umfassenden Eindruck der gegenwärtigen Musikkultur der Stadt zu erhalten. Denn die erste Idee war es, *die* Musikstadt Hamburg in Geschichte und Gegenwart darzustellen. Ein Unterfangen, das sich bereits nach kurzer Zeit als utopische Aufgabe herausstellte. Es wurde nach den ersten Monaten auch klar, dass die Arbeit im Museum und die kulturanthropologische Forschung nicht unbedingt kongruent waren. Drei Jahrhunderte Musikgeschichte und mindestens 15 verschiedene gegenwärtige Genres eröffneten eher einen Blick auf eine historisch erarbeitete Sammlung von Musik in Hamburg und passte nicht recht zu der exemplarisch und vor allem qualitativ arbeitenden Kulturanthropologie, in der ich mich beheimatet fühlte. Deshalb entstand die Idee, sich auf drei ausgewählte musikalische Szenen der Stadt zu konzentrieren und deren Interdependenzen mit dem Stadtraum in einer groß angelegten ethnographischen Studie zu untersuchen. Ich wollte herausarbeiten, welchen Einfluss eine heterogene Vielfalt an musikalischer Performanz auf die Imaginationen Hamburgs hat. Dementsprechend beschränkte sich mein Forschungsvorhaben auch nicht nur auf ein Genre bzw. eine Szene, sondern sollte aus sehr unterschiedlichen Blickwinkeln das Wirken der – ebenfalls sehr unterschiedlichen – musikalischen Szenen betrachten.

Um zu verstehen, wie die jeweiligen musikalischen Szenen entstanden sind und im Kontext des Stadtraums funktionieren, wollte ich zugleich untersuchen, welche Voraussetzungen Hamburg hat, damit sich die angesprochene Vielfalt an musikalischer Performanz überhaupt entwickeln konnte. In diesem Zusammenhang betrachtete ich die Stadt mit einem historischen Blick als ein aus wirtschaftlichen, demografischen, baulichen und ökologischen Voraussetzungen und Situationen hervorgegangenes Gefüge. Als wiederkehrender Umkehrschluss wollte ich schließlich auch untersuchen, welchen Einfluss die durch die musikalischen Szenen geprägten Imaginationen der Stadt auf die Stadt im Sinne des beschriebenen Gefüges hatten: Welche Bedeutung hatte die Dynamik der musikalischen Szenen und die dadurch entstehenden Imaginationen auf die permanente Transformation des materiellen

Stadtraums? Als konkrete Untersuchungsfelder identifizierte ich drei musikalische Szenen bzw. Genres, die eine gegenwärtige Situationsanalyse erlaubten und in Hamburg eine sehr unterschiedliche Wahrnehmung erfuhren: Erstens die Szene der Elektro-/Techno-/House-Musik als eine Art Avantgarde des Undergrounds.⁵⁹ Zweitens eine Szene, welche sich im Zirkel der hochkulturellen, klassischen Musik im weiteren Sinne im Dunstkreis der Elbphilharmonie gruppiert. Und drittens die Musicalszene, die in ihrer gesellschaftlichen und politischen Position und Wertschätzung eine weitere, gänzlich andere Szene darstellt und durch die ihre Wirkmechanismen ebenfalls als Teil von Transformationsprozessen des Stadtraums gesehen werden konnte. Die einzelnen Szenen zeichneten sich dabei durch sehr ähnliche Elemente aus, die der Untersuchung als Ausgangsbasis dienen sollten: Die Musik, die Konzerte, die Events und die Produkte, sowie die entsprechende Bewerbung dieser Elemente. Auch die Akteure der Szenen mit den dazugehörigen modischen Stilen sowie deren Habitus und der Umgang mit Genderthemen wurden als Bestandteile der ethnografischen Betrachtung der Szenen von hoher Bedeutung ausgemacht. Außerdem sollten die musikalischen Stile und Inhalte bzw. Musikhistorisches und Voraussetzungen der technischen Entwicklung für einzelne Szenen untersucht werden. Dabei sollten zudem auch überlokale Verbindungen der Szenen in Betracht gezogen werden.

Beim retrospektiven Schreiben dieses ursprünglichen Vorhabens wird mir noch einmal deutlich, was für ein überzogen großes Projekt diese Forschung gewesen wäre, hätte ich sie jemals so umgesetzt. Es hätte genügend Material für drei Forschungsarbeiten produziert, die ich in einer vierten versucht hätte übereinander zu legen. Dennoch begab mich mit diesem vermeintlich klaren Vorhaben ins Feld, tauchte tief ein und wurde zwischenzeitlich eher ungewollt, aber da im Fach bisher kaum erforscht, zum Referenten über Musicals.⁶⁰ In der Zwischenzeit war die Arbeit im Museum vorangeschritten. Das Ziel dieser war eine Ausstellung, für die es aber grundsätzlich erst einmal Geld einzuwerben galt, sodass ich einen Antrag verfasste, dessen Inhalte zuvor mit einem Expertengremium abgestimmt wurden. Dieser Expertenbeirat war hochkarätig besetzt mit Wissenschaftlerinnen und Wissenschaftlern

⁵⁹ Siehe dazu auch z.B.: Schwanhäuser 2002.

⁶⁰ Vgl. bspw.: Knopp, Sönke: Musik baut Stadt – Musicals im Hamburger Hafen. Auswirkungen sinnlich erfahrbarer Praktiken auf die Wahrnehmung von Stadträumen. In Braun, Karl / Dieterich, Claus-Marco / Hengartner, Thomas / Tschofen, Bernhard (Hg.): Kulturen der Sinne. Zugänge zur Sensualität der sozialen Welt. Würzburg 2017, S.121-128.

aus den Bereichen Stadtforschung und Musik, Expertinnen und Experten aus dem Museumsbereich sowie einem hochrangigen Vertreter der Behörde für Kultur und Medien. Es wurde gemeinsam an einer spezifisch Hamburgischen Dramaturgie für die Ausstellung gearbeitet, vermeintlich dem Hamburg „Eigenen“⁶¹ in der Musik(-geschichte) auf der Spur.

Zu diesem Zeitpunkt war mir die politische Dimension des Themas noch nicht bewusst. Diese war aber in einer Stadt, in der zu dieser Zeit eines der weltweit größten (bzw. teuersten) Bauprojekte für eine Musikstätte in Form der Elbphilharmonie im Gange war, nicht zu unterschätzen. Mit zu dem Zeitpunkt bereits fünf Jahren Bauverzögerung war in der Stadt ein eher angespanntes Klima hinsichtlich der exorbitant steigenden Kosten und einer in weiter Ferne erscheinenden Eröffnung der Philharmonie zu spüren. In diesem kulturpolitischen Umfeld wurde letztlich beschlossen, eine Ausstellung zum Thema Musikstadt zum damaligen Zeitpunkt nicht umzusetzen. Eine für mich nicht ganz einfache Situation, aber mit genügend Abstand arbeitete ich die Ereignisse und Ergebnisse rund um das Ausstellungsvorhaben zur Musikstadt auf, was mich schließlich in meiner Forschung nach vorne brachte: Denn bei der Musikstadt Hamburg war die Musik gar nicht zwangsläufig das Interessanteste. Viel spannender schien der Begriff selbst zu sein, denn er war ein Politikum. Es wurde deutlich, dass zu einer Zeit, in der die Stadt stetig bemüht war ein 800-Millionen-Euro-Projekt für Musik namens Elbphilharmonie möglichst sauber zu Ende (oder zum Anfang) zu führen, ein Kampf um die Deutungshoheit über den Begriff der Musikstadt Hamburg in Gange war, und dass jede Menge größere und kleinere Akteure daran beteiligt waren. Eine Ausstellung des Museums für Hamburgische Geschichte zu genau diesem Thema hätte in dieser Diskussion nicht gerade wenig Gewicht gehabt, was die hochsensible Handhabung des Vorhabens erklärt. Ich schickte mich also an, die Spuren des Begriffspaars Musikstadt Hamburg nachzuvolverfolgen, trug entsprechende Publikationen der einzelnen Akteure zusammen, führte weitere Interviews, wertete älteres Material neu aus, organisierte thematisch bezogene Veranstaltungen auf dem Reeperbahnfestival und initiierte mit einer Kollegin an der HafenCity Universität ein Projektseminar mit Studierenden des Studienprogramms Kultur der Metropole mit dem Titel Musik.Stadt.Hamburg. Ich ging

⁶¹ Das Konzept der Eigenlogik der Städte wird heute durchaus kritische gesehen. In diesem Zusammenhang ist aber eher die Suche nach der Stadt in der Musik gemeint. Zur Eigenlogik siehe bspw.: Berking, Helmuth / Löw, Martina (Hg.): Die Eigenlogik der Städte. Frankfurt 2008.

dabei immer der Frage nach, was dieses Konstrukt Musikstadt sein kann, was dahintersteckt und wer eigentlich was mit der Musikstadt erzielen möchte. Letztendlich mündeten all diese Arbeiten in die vorliegende Dissertation zum „*Making Of*“ einer Musikstadt. Dies ist nicht in einem geraden Weg entstanden, sondern stellt, wie so oft, eine verschlungene Forschung dar, die in ihrem Verlauf in viele Richtungen ausschlug, bis der eigentliche Fokus des Erkenntnisinteresses ausgemacht werden konnte.

1.4 Methoden und Material

Im Folgenden möchte ich auf die eben angerissenen Methoden des Forschungsverlaufs einmal etwas genauer eingehen und die Materialarten konkreter beschreiben. Wie bereits erwähnt begann die Forschung mit der Literaturrecherche, einer Art Tiefenbohrung im Thema. Die im Forschungsstand erwähnten Publikationen wurden eingehend studiert, Wissen angeeignet und Fragen formuliert. Von meinen Arbeitshypothesen geleitet wurden die aus der Literatur erarbeiteten Eindrücke und Fakten kritisch beleuchtet und ggf. in Frage gestellt.⁶² Die ersten Konzertbesuche, die als erste wissenschaftliche ethnographische Feldbegehungen beschrieben werden können, waren durch die Methode der Teilnehmenden Beobachtung geprägt, welche von Rolf Wilhelm Brednich auch als „*ethnologisches Basisverhalten*“ bezeichnet wird.⁶³ Genauer handelte es sich um eine teilnehmende, unstrukturierte Beobachtung, da kein systematischer Erhebungsplan vorlag.⁶⁴ Dies war gleichzeitig auch das Problem der Methode: Worauf sollte ich achten? Wie kann ich bei einem Konzertbesuch nach der Musikstadt suchen oder gar das Machen dieser bzw. des Labels Musikstadt Hamburg beobachten? Auch wenn diese Herangehensweise grundsätzlich der *Grounded Theory*⁶⁵ entspricht, wie sie von Glaser und Strauss als ein unvoreingenommenes Eintreten in eine Forschung, die nicht vorab allzu sehr durch Theorien und Hypothesen belastet ist, bezeichnet wurde, bedurfte es jedoch

⁶² Vgl. Kaschuba 2006, S. 205.

⁶³ Brednich, Rolf Wilhelm: Quellen und Methoden. In: Ders. (Hg.): Grundriss der Volkskunde. 2. Auflage. Berlin 1994, S. 73-95, hier S. 89.

⁶⁴ Vgl. Girtler, Roland: Methoden der qualitativen Sozialforschung. Wien 1984, S. 45ff.

⁶⁵ Vgl.: Glaser, Barney / Strauss, Anselm: *Grounded theory: Strategien qualitativer Forschung*. Bern 1998.

noch weiteren Schleifen der teilnehmenden Beobachtung, bis erste Fragen an das Feld formuliert werden konnten. Nach etlichen Besuchen kam die Erkenntnis, dass ich aus diesen Feldbesuchen heraus zwar mehr über Musik in der Stadt sagen konnte, allerdings nicht allzu viel über das *Making Of* der Musikstadt mitzunehmen war. Die Konzerte waren lediglich die Präsentation der Musikstadt, die Fassade. Ich musste einen anderen Zugang finden, um tiefer in die Praktiken blicken zu können und andere bzw. weitere Methoden anwenden. Ich beschloss zunächst noch einmal zurück zum geschriebenen Wort zu kehren. Die Forschungsliteratur hatte ich gut studiert, noch nicht aber eine immer größer werdende Menge an Textdokumenten, die die Akteure des Feldes selbst verfasst hatten. Ich sammelte folglich themenbezogene Drucksachen des Hamburger Senats, Standpunkt-papiere von Institutionen, Positionspapiere von Verbänden und viele weitere kleinere und größere Dokumente, die konkret dem Thema des „Musikstadt Machens“ zuzurechnen waren und wertete diese aus.⁶⁶ Dazu kamen Artikel aus Zeitungen und anderen Medien, die sich ebenfalls der Thematik zuwandten. Die Erkenntnisse aus dieser Quellenarbeit, die als Dokumentenanalyse bezeichnet werden kann, waren sehr gewinnbringend und sie beleuchteten auch gleichzeitig eine viel detailliertere Akteursstruktur, als sie beispielsweise bei Konzertbesuchen sichtbar werden konnte, da hier das jeweilige Publikum in der Beobachtung überwiegt und einen Eindruck einer Gruppe manifestiert. Diese half mir bei der Auswahl an geeigneten Interviewpartnerinnen und -partnern sinnvoll vorzugehen. Als gelernter Ethnograph standen Interviews wie selbstverständlich auf meinem Methodenprogramm,^{67,68} doch war bis dahin unklar, wie ich mit der Auswahl der Gesprächspartner und Gesprächspartnerinnen umgehen sollte – zu groß und zu diversitär erschien das Feld zuvor.⁶⁹ In der Folge erstellte ich ein Forschungssample mit äußerst unterschiedlichen Akteurinnen und Akteuren, die jedoch nicht zu spezielle Repräsentantinnen oder Repräsentanten einer Nische sein sollten. Entstanden sind Interviews mit elf Personen, die, jede für sich, eine durchaus

⁶⁶ Die Dokumente sind im Einzelnen im Kapitel zu den Akteuren der Musikstadt (Kapitel 3) genauer beschrieben und zugeordnet.

⁶⁷ Von R.W. Brednich als lange Zeit in der empirischen Sozialforschung geltenden „Königsweg“ beschrieben. Vgl. Brednich 1994: S. 85.

⁶⁸ Zur Methode des qualitativen Interviews siehe vor allem: Schmidt-Lauber, Brigitta: Das qualitative Interview oder: Die Kunst des Reden-Lassens. In: Götttsch, Silke / Lehmann, Albrecht (Hg.): Methoden der Volkskunde. Berlin 2001, S. 165-186.

⁶⁹ Zur Auswirkung der Auswahl der Informanten auf die Ergebnisse der Forschung siehe: Lindner, Rolf: Ohne Gewähr. Zur Kulturanalyse des Informanten. In: Jeggle, Utz (Hg.): Feldforschung. Tübingen 1984, S. 59-71.

zentrale Position im Feld einnimmt und bestimmte Aspekte des Feldes verdeutlicht. Die Art der Interviews war dabei sehr unterschiedlich. Es gab klassische narrative Interviews in einer Zweier Konstellation aus Interviewer und Interviewtem, wie beispielsweise mit Philipp Stein, dem persönlichen Referenten des Generalintendanten der HamburgMusik gGmbH, der Trägergesellschaft der Elbphilharmonie oder mit Thomas Mehlbeer, dem Pressesprecher von mehr!-Entertainment, dem Unternehmen, das beispielsweise die Konzert- und Musicalhalle im Hamburger Großmarkt bespielt. Es gab aber auch durchaus größer und vor allem öffentlich angelegte Interviews, die den Charakter einer Gesprächsrunde bekamen und ggf. auch vor Publikum stattfanden, wie das im Rahmen des von mir geleiteten HCU-Seminars organisierte Gesprächspodium in der Bar- und Konzertlocation Aalhaus mit verschiedenen Vertreterinnen und Vertretern aus dem Themenkomplex Booking oder das von meiner Projektgruppe und mir im Rahmen des Reeperbahnfestivals geleitete Podium in der Millerntorwache mit verschiedenen Vertretern der Clubszene und der Behörde für Kultur und Medien. Alle Interviews wurden sehr offen geführt, wobei aber fast immer ähnliche Einstiegsfragen gestellt wurden. Im Verlauf der Interviews wurde ein kleines Fragenrepertoire abgearbeitet, welches aber keineswegs als Leitfaden bezeichnet werden kann, da dies dem offenen und narrativen Charakter der Interviews nicht gerecht werden würde. Methodisch mischen sich an dieser Stelle verschiedene, für den Verlauf wichtige Details in der Durchführung der Interviews. Erstens ist die Zusammenstellung der Personen auf dem jeweiligen Podium von hoher Bedeutung. Gehen die Personen in das Interview und wissen, sie tauschen sich öffentlich mit Gleichgesinnten aus, gibt es dem Gespräch eine andere Richtung als wenn man gegensätzliche Positionen zusammenbringt und das Podium sich öffentlich auseinandersetzen muss. Zweitens bleibt in der späteren Analyse der Interviews zu fragen, inwieweit das Setting des Interviews Einfluss auf die Gespräche nahm. Hier sind Faktoren wie die Zusammensetzung des Publikums, der Ort, die Gesprächsführung oder die Tageszeit zu beachten. Während des Reeperbahnfestivals herrscht eine andere Stimmung als in einer Kneipe zu Seminarzeiten, also tagsüber. Da die Interviews zu unterschiedlichen Zeitpunkten während der Forschung geführt wurden, haben sie darüber hinaus auch latent unterschiedliche inhaltliche Schwerpunkte, was daneben aber auch an den einzelnen Expertisen der Interviewpartnerinnen und -partnern liegt. Zusätzlich gab es zahlreiche informelle Gespräche mit Musikerinnen und Musikern und vielen weiteren Akteuren des Feldes, die ebenfalls

Eingang in die Studie fanden. Um die Materialvorstellung zu vervollständigen muss noch erwähnt werden, dass ich kontinuierlich Dinge sammelte, die mir in dem Themenkontext sinnvoll erschienen. Gemeint sind damit tatsächliche Objekte, Plakate, Flyer oder auch Beutel. Alles was mir nach Musikstadt Hamburg aussah, versuchte ich zu erwerben oder durch Kontakte zu bekommen. Das Thema an konkreten Dingen festmachen zu wollen, hängt stark mit der Anfangsphase des Projektes und der Forschung aus Sicht der Arbeit am Museum zusammen, schließlich braucht eine Ausstellung auch die konkreten Dinge, an denen sich Entwicklungen zeigen lassen. Nicht immer haben die Dinge später einen Mehrwert für die Arbeit gebracht, manchmal aber durchaus, auch wenn ich diesen erst einige Zeit später bemerkte. Abschließend runden einige eigene Fotostrecken, insbesondere zu Elektro-Clubs und zu Musicals in Hamburg mein Materialportfolio ab. Diese stammen noch aus einer relativ frühen Forschungsphase, in der ich vorhatte, drei verschiedene musikalische Szenen in Hamburg ethnographisch zu erforschen.

Im Zuge der Analyse des Materials, insbesondere der Interviews musste das spezifisch entstandene Sample und auch die Form und Kontexte der Interviews eingehend reflektiert werden,⁷⁰ da stets beachtet werden musste „*wer was zu wem sagt, zu welchem Zweck und unter welchen Umständen.*“⁷¹ Dies betrifft vor allem die Interviews vor Publikum, die in einer Art Öffentlichkeit stattfinden und damit im Gegensatz zu den klassischen narrativen Interviews stehen, die auf den Aufbau von Nähe und Intimität hinarbeiten. In diesen Fällen besteht ein völlig anderer Rahmen als die in einem abgeschlossenen Raum unter vier Augen geführten Interviews. Aber auch die Interviews mit den Pressesprechern von Institutionen oder Unternehmen wie mehr!-Entertainment oder Stage sind besonders zu beachten, die im Zweier- oder, wie im Falle von Stage, in einem Dreier-Gespräch geführt wurden, sind keineswegs intim. In diesen Fällen saßen mir Profis gegenüber, denen völlig klar war, dass sie gerade Öffentlichkeitsarbeit machen. Sie haben ihre Rolle der Pressesprecher so gut wie nie verlassen, ganz selten gab es Momente, in denen sie als Privatpersonen sprachen. Unter diesen Aspekten unterscheiden sich die Transkripte dieser Interviews als Materialkategorie kaum von veröffentlichten Dokumenten, wie den Dossiers und Standpunkt papieren. Für meine Arbeit war das sehr von Vorteil, da die

⁷⁰ Vgl. Schmidt-Lauber 2001, S. 172.

⁷¹ Schlehe, Judith: Formen qualitativer ethnographischer Interviews. In: Beer, Bettina (Hg.): Methoden und Techniken der Feldforschung. Berlin 2003, S. 71-93, hier S. 88.

Vergleichbarkeit der Materialsorten dadurch sehr viel mehr gegeben war und sie einfacher zu kombinieren waren. Und letztendlich hatte ich diese Personen ja auch nach ihrer (beruflichen) Funktion für Interviews ausgewählt, sodass mich auch genau die Erzählungen der Funktionspersonen und nicht der Privatpersonen interessierte. Bei den Podien war die Öffentlichkeit selbstverständlich sehr viel offensichtlicher. Umso deutlicher wurden dann auch die Positionierungen. Den Interviewpartnerinnen und -partnern war stets bewusst in welcher Rolle sie sprachen und zu sprechen hatten. Dadurch wurden die einzelnen Positionen sehr deutlich, dann die Podien hatten fast schon den Charakter kulturpolitischer Events, auf denen Überzeugungsarbeit geleistet wurde und Standpunkte gestärkt oder geschwächt werden konnten.

Insgesamt führte dieses Vorgehen zu einer Fülle an sehr gutem Material in Form von Transkriptionen, aus denen sich in Kombination mit den weiteren Materialsorten mehr und mehr auch die Inhalte der Dissertation abzeichneten. Ähnlich wie bei der qualitativen Inhaltsanalyse⁷² wurden bei der Auswertung grobe Analysekategorien an das Material herangetragen – in diesem Fall die Kategorien der Versionen einer Musikstadt: Die musikpraktische Version und die geplante Version – auf die es sukzessive hin untersucht wurde. Auch wenn üblicherweise bei der erwähnten Methode Kategorien *„nicht unbedingt daraus [aus dem Material, S.K.] entwickelt,“*⁷³ sondern eher *„immer wieder daran überprüft und gegebenenfalls modifiziert werden“*⁷⁴ sind dennoch während der Analyse in unterschiedlichen Ebenen Unterkategorien von den an das Material herangetragenen Hauptkategorien gebildet worden, welche die Basis der Analyseergebnisse darstellen.

1.5 Feld und Feldzugänge: Musik, Stadt, Szenen und „research cool“

Das ethnographische Feld, in dem sich meine Forschung bewegt, ist sehr vielfältig. Es ist gesellschaftlich in keiner Weise einzuordnen, da es in allen gesellschaftlichen Ebenen zu Hause ist. Geographisch ist es grob mit den Stadtgrenzen Hamburgs

⁷² Zur Methode siehe z.B.: Flick, Uwe: Qualitative Sozialforschung. Reinbek bei Hamburg 1995; oder Mayring, Philipp: Qualitative Inhaltsanalyse. Grundlagen und Techniken. Weinheim 1983.

⁷³ Flick 1995: S. 212.

⁷⁴ Ebd.

abzugrenzen, wobei sich auch gezeigt hat, dass bspw. Events an ganz anderen Orten Einflüsse auf die Geschehnisse in Hamburg haben können, was die Aussage über die geographischen Grenzen des Feldes wieder relativiert. Die konkreten Orte des Feldes sind ebenso vielfältig wie die Akteure des Feldes. Sie reichen von kleinen Musikbars in den Seitenstraßen von St. Pauli bis in den Plenarsaal der Hamburgischen Bürgerschaft, vom Dockville-Festival-Gelände am Reiherstieg in Wilhelmsburg, über die Elbphilharmonie als Ort der Hochkultur und die Musical-Theater im Hafen bis in die Handelskammer Hamburg. Ebenso konnten – wie bereits erwähnt – die Akteure auf den Musikbühnen der Stadt genauso zu Hause sein wie in der Politik. Ich erwähnte im Methodenkapitel bereits, dass der erste Weg ins Feld auf Konzerte führte, weil es das Naheliegendste war, die Aufführungsorte der Musikkultur aufzusuchen und somit zur Musik hinzugehen. Damit lag ich nicht wirklich falsch, doch die Frage war – spätestens nachdem ich meine letztendliche Forschungsfrage gefunden hatte – wie kam ich von hier aus einen Schritt weiter? Wie kam ich an die Macher und Macherinnen der Musikstadt Hamburg heran, wer waren sie und wo? Daraus resultiert die Frage nach den Zugängen zum Feld. Die Konzerte habe ich oben als Präsentation der Musikstadt beschrieben, die Bühnen Hamburgs als die Fassaden der Musikstadt, nun war die Frage, wie komme ich in das Gebäude hinein, wie komme ich hinter die Bühnen, wie komme ich *Backstage*?⁷⁵ Denn *Backstage*, da sind die Macher und Macherinnen aus der ersten, zweiten und dritten Reihe. Dort kommen sie alle zusammen, da ist das Wissen, an das ich heran möchte, da sind die guten Kontakte. Aber da sind eben auch die Stars, die auf der Bühne stehen und sich in einer Aura der unnahbaren Wesen inszeniert wissen, die Ihre Kunst zum Besten geben und vom Publikum, das unter Umständen viel Geld dafür bezahlt hat, um diese Stars zu sehen, bewundert werden. Deshalb hat ein *Backstage*-Zugang fast schon etwas Mystisches. Einen solchen Zugang zu erhalten ist, egal wo, als zunächst unbeteiligte Person eine gewaltige Aufgabe. Deshalb galt es, gut vorbereitete Zugänge zu legen. Denn ein Forscher ist *Backstage* ein Fremdkörper in einem fast schon hermetisch abgeschlossenen Bereich, in dem kein Raum für ihn vorgesehen ist. Ich kannte zwar die *Backstage*bereiche vieler Locations in Hamburg aus der Zeit, in der ich noch

⁷⁵ Der Begriff *Backstage* soll hier in zweifacher Hinsicht gedacht werden: Zum einen als konkreter Bereich hinter der Bühne, in dem sich tatsächlich viele wichtige und interessante Personen tummeln, zum anderen aber auch symbolisch, als tiefer liegende Ebene hinter den Konzerten, Platten, Drucksachen, Positionspapieren, Plakaten und Gebäuden, etc.

selbst aktiv Musik gemacht hatte und dadurch ganz selbstverständlich Backstage war. Jetzt aber hatte ich diese Rolle nicht mehr inne und musste eine neue erfinden, um in gewisser Weise dazu zu gehören.

Dafür half zunächst meine Position am Museum für Hamburgische Geschichte: Ich war Stipendiat, das heißt kein Angestellter des Museums und durfte deshalb aus juristischen Gründen keine personalisierte E-Mail-Adresse haben. Das Ergebnis war, dass ich die E-Mail-Adresse musikstadt@hamburgmuseum.de erhielt. Diese E-Mail-Adresse war meine erste Eintrittskarte in Richtung Backstage, denn von dieser Adresse aus operierte ich, zumindest zu Beginn meiner Forschung. Ich schrieb Clubs und Festivals an, dass eine Ausstellung und eine Forschung zum Thema Musikstadt Hamburg in Planung seien, oft mit der Nachfrage verbunden, dass ich mir die entsprechenden Locations gerne einmal in Betrieb anschauen würde, um zu überlegen, wie man diese ggf. in die Ausstellung integrieren könnte. Die Seriosität und Zielgerichtetheit meiner Anfragen wurden durch die eindeutige E-Mail-Adresse und der entsprechenden Signatur unterstrichen und stießen deshalb durchweg auf großes Interesse. Sie ermöglichte mir den Besuch einer Vielzahl von Konzerten und den Aufbau einer großen Reihe an Kontakten. Oft wurde ich auf die Gästeliste gesetzt, manchmal hatte ich, wie bspw. beim Dockville-Festival, sogar einen Backstage-Zugang mit dem Status eines Pressevertreters. Viele der einladenden Clubs freuten sich, dass sich eine vermeintlich hochkulturelle Einrichtung wie ein Museum sich für sie interessierte und waren deshalb wiederum sehr an meinem Besuch interessiert. Gleiches gilt für die Musicals (Stage & mehr!, deren Einladung sehr großzügig war, da die Karten normalerweise immens teuer sind und ich sogar in Begleitung kommen durfte) aber auch für bspw. die Hamburg Musik gGmbH, die mich in die Laeiszhalle einlud. Ich muss in diesem Zusammenhang aber auch erwähnen, dass es anders – also ohne eingeladen zu werden – auch kaum möglich gewesen wäre, so viele Konzerte zu besuchen und dadurch das Feld besser kennen zu lernen. Meine Position im Museum war ein gutes Los für den ersten Feldzugang. Aber für die tieferen Schritte, auch in Ebenen, die einem ohne Feldkenntnis eventuell auch gar nicht bekannt sind, brauchte es noch etwas mehr als den Museumsbackground und eine E-Mail-Adresse. Wie so oft in der ethnographischen Feldforschung bestand dieses Mehr schlicht aus den richtigen – zufällig vorhandenen – Kontakten an den richtigen Stellen zur richtigen Zeit. Ich schrieb bereits, dass ich in Hamburg aufgewachsen bin.

Selbstverständlich kannte ich dadurch auch viele Leute in der Stadt – und wie es der Zufall will, auch in der Musikszene.

Da in dieser Forschungsarbeit der Begriff der Szene eine sehr häufige Verwendung findet, möchte ich diesen an dieser Stelle kurz erläutern, um zu verdeutlichen, mit welchem Verständnis des Begriffs gearbeitet wird.

Mit einer für Hamburg spezifischen Nutzungsweise taucht der Begriff als Bezeichnung verstärkt zu Beginn der 1970er Jahre auf. Mit der sogenannten „Hamburger Szene“ wurde eine konkrete Gruppierung von Musikern beschrieben, die sich um Udo Lindenberg, Otto Waalkes und Gottfried Böttger im 1969 am Mittelweg eröffneten Konzertlokal Onkel Pö bewegte und häufig auch als „Spaßmusikerklüngel“ bezeichnet wurde. Ende 1973 erschien dann die erste Ausgabe des Stadtmagazins *Szene Hamburg*, womit der Begriff auch im Zeitschriftenregal Einzug erhielt. So ist der Szene-Begriff, als er 1977 zum Wort des Jahres in Deutschland gekürt wird, in Hamburg bereits einige Jahre etabliert.⁷⁶

Doch wie und durch was zeichnet sich eine Szene aus? Was unterscheidet eine Szene von anderen Arten der Vergemeinschaftung? Der Journalist Christoph Twickel schreibt dazu in dem von ihm herausgegebenen Buch *Läden, Schuppen, Kaschemmen*:

„Szene‘ ist der Inbegriff dessen, was sich an aufregenden Dingen in großstädtischen Nächten abspielen kann. Nicht weit weg, im Swinging London, in Monte Carlo oder beim Beat Club im Fernsehen, sondern gleich hier, in unserer Nachbarschaft! Mit Menschen, die man kennenlernen kann oder vielleicht sogar schon kennt. Dazu zu gehören, ohne es kaufen zu können oder zu müssen. Teil von etwas zu werden. Anstatt Gast bleiben zu müssen oder zu dürfen. Ein angenehm bedrohliches Versprechen.“⁷⁷

Eine Szene hat demnach vor allem eine lokale Ausprägung, wenngleich der Rahmen durchaus überregional, bis hin zu national oder auch global sein kann. Doch erst durch die Lokalität der Szene ergibt sich für den Akteur die Möglichkeit, aktiver und regelmäßiger Bestandteil einer Szene zu sein und sie dadurch gleichermaßen mit zu definieren. Dieser Definition von Szene kommen auch die Soziologen Ronald Hitzler und Arne Niederbacher in ihrem Buch *Leben in Szenen* nahe. Sie verstehen Szene als *„eine Form von lockerem Netzwerk; einem Netzwerk, in dem sich unbestimmt viele*

⁷⁶ Vgl.: Twickel 2003, S.5.

⁷⁷ Ebd.: S.5f.

beteiligte Personen und Personengruppen vergemeinschaften. In eine Szene wird man nicht hineingeboren oder hineinsozialisiert, sondern man sucht sie sich aufgrund irgendwelcher Interessen selber aus und fühlt sich in ihr eine Zeit lang mehr oder weniger ‚zu Hause‘. Eine Szene weist typischerweise lokale Einfärbungen und Besonderheiten auf, ist jedoch nicht lokal begrenzt, sondern, zumindest im Prinzip, ein weltumspannendes, globales [...] Gesellungsgebilde.“⁷⁸

Ähnliches lässt sich auch für die in Hamburg befindlichen Szenen, historisch wie gegenwärtig, festhalten: Auch wenn sie durchaus einer Musikrichtung in einem globalen Kontext zugehörig sind, haben sie dennoch eine deutliche lokale Färbung – man denke an beispielsweise britischen Indierock der 2000er und die sogenannte Hamburger Schule.

Doch bleibt gerade Christoph Twickels eher literarische Analyse des Begriffs Szene hier hervorzuheben, denn sie betont auch die Dimension des nicht Kaufbaren und ist für die Auslegung von Szenen als „*interessensgeleitete Wahlgemeinschaften auf Zeit*“⁷⁹, wie es der Stadtforscher Rolf Lindner in einem unserer Expertinnen- und Expertentreffen zur Planung der Musikstadt-Ausstellung im Museum für Hamburgische Geschichte definierte, aus meiner Sicht besonders wichtig, sodass mit diesem Verständnis des Begriffs in dieser Forschungsarbeit überwiegend gearbeitet wird. Denn dadurch wird auch die Leichtigkeit oder die Schwierigkeit des Zugangs zum Feld – zu einer Szene – mehr deutlich.

In eine Szene eingeführt zu werden und dort auch forschen zu können, bedarf einer gewissen Beständigkeit der eigenen Rolle in diesem Feld oder, wenn man selbst dort noch nicht bekannt ist, einer gewissen Qualität und Tiefe der Bekanntschaft des *Gatekeepers* in dieser Szene. In diesem Fall war es eine alte Schulfreundin und langjährige Mitbewohnerin, die sehr entscheidend für meine folgenden Zugänge in verschiedenen Bereichen war. Sie arbeitete zu der Zeit beim Verein RockCity e.V. – Zentrum für Populärmusik und machte mich mit den Akteuren des Vereins und der weiteren Szenen bekannt. Sie ermöglichte mir den Zugang zum Backstage der Musikstadt im Sinne einer tiefer liegenden Ebene hinter den Veranstaltungen, Platten, Gebäuden, Plakaten oder Institutionen der Stadt. Über die Schulfreundin lernte ich schließlich eine weitere Mitarbeiterin von RockCity e.V. kennen, die sich in der Folge

⁷⁸ Hitzler, Ronald; Niederbacher, Arne: *Leben in Szenen. Formen juveniler Vergemeinschaftung heute*. Wiesbaden 2010, S. 15f.

⁷⁹ Rolf Lindner im Museum für Hamburgische Geschichte am 07.07.2014.

als eine der kontinuierlichsten Informantinnen aus der Szene der Populärmusik etablierte und mich fortlaufend mit immer frischem Material versorgte. Dabei war es durchaus von Vorteil, dass sie etwas von meiner Arbeit verstand – sie ist ebenfalls Kulturwissenschaftlerin mit urbanem Schwerpunkt. Diese, latent zufälligen, privaten Kontakte, von denen ich hier nur zwei beispielhaft aufgeführt habe, es aber auch noch etliche andere gab, sind im Nachhinein betrachtet für die Tiefe der Feldforschung und die Qualität der Feldzugänge nicht zu unterschätzen.

Eine besondere Rolle für die Beziehung von Forscher und Feld spielte meine Projektgruppe der Millerntorwache: Dieses kleine Team von Kulturwissenschaftlerinnen und Kulturwissenschaftlern, das nicht weiter institutionalisiert ist und regelmäßig Veranstaltungen in dem kleinen, zur Stiftung Historische Museen Hamburg gehörenden und von der Alfred Toepfer Stiftung F.V.S. betriebenen Gebäude nahe der U-Bahn St. Pauli in Eigenregie organisiert, wurde im Verlauf der Forschung selbst zu einem Teil der lokalen Musikszene. Wir waren ab 2015 regelmäßiger und fester Bestandteil des Kulturprogramms des Reeperbahnfestivals, veranstalteten Vortragsevents zu musikpolitischen Themen, legten eine gut besuchte Filmreihe auf und produzierten selbst Filme über Musik in der Stadt und das Reeperbahnfestival.



Abbildung 1: Gespräche in der Millerntorwache im Rahmen des Reeperbahnfestivals. / Foto: Anna Schmidt

Die Millerntorwache wurde zu einem Ort des Diskurses über die Musikstadt, mein Projektteam – und dadurch auch ich persönlich – waren mit einem Mal ein Akteur nicht nur im Feld, sondern des Feldes. Das ermöglichte eine enorme Bandbreite an weiteren Zugängen, wobei der Begriff Zugang nun fast schon nicht mehr passte, mehr noch trat hier der berühmte Schneeballeffekt in Aktion, auf dem basierend viele Ethnografien durchgeführt werden. Ich begegnete nun vielen Akteuren auf Augenhöhe – ein enormer Gewinn für die Forschung. Im Kontext der Zugänglichkeit des Feldes und der Interaktionen des Forschers im Feld sind für die kulturanthropologische Forschung die in diesem Fall auftretenden, latent asymmetrischen Beziehungen zwischen mir und den Beforschten⁸⁰ besonders interessant. Denn die Asymmetrien der Beziehungen schienen eine mir bisher in der Forschung nicht geläufige Form anzunehmen: Sie waren keineswegs in einer Statusüberlegenheit meinerseits zu begründen, wie es in den klassischen volkskundlichen Forschungen, bspw. in der Dorfforschung oder Arbeiterkulturforschung, der Fall ist. Eher das Gegenteil trat hier ein: Wie die Kulturanthropologen Andreas Wittel und Bernd Jürgen Warneken in ihren Ausführungen zum *research up* am Beispiel der Unternehmensforschung beschrieben haben, entsteht in solchen Situationen statt des klassischen "research down" eher ein "research on equal terms" oder gar eine "research up"-Konstellation.

⁸¹ Dies brachte einige Herausforderungen mit sich, denn „eine solche Asymmetrie im Forscher-Erforschten-Verhältnis [...] stellt die Feldforscherinnen vor neue Probleme der Selbstbehauptung im Feld: Die ‚ethnographische Autorität‘ muss hier nicht mehr allein gegenüber einer kritischen scientific community, sondern auch gegenüber den Beforschten selbst gesichert werden.“⁸²

Auch die Kulturanthropologin Kerstin Poehls hat in ihrer Forschung zu „*Expertenwissen, Habitus und kulturellen Codes im Machtfeld der EU*“, die den für dieses Kapitel sehr passenden Titel „*Europa backstage*“ trägt, diese Phänomene untersucht.⁸³ Ohne ein Wissen um die entsprechenden Machtstrukturen ist es kaum möglich effektiv als Forscher im jeweiligen Backstage – sei es nun der Musikstadt Hamburg

⁸⁰ Vgl. z.B.: Lindner 1981, S. 51-66.

⁸¹ Vgl.: Wittel, Andreas / Warneken, Bernd: Die neue Angst vor dem Feld. Ethnographisches research up am Beispiel der Unternehmensforschung. In: In: Zeitschrift für Volkskunde Bd. 93, 1997, S.1-16.

⁸² Ebd., S.1f.

⁸³ Poehls, Kerstin: *Europa backstage. Expertenwissen, Habitus und kulturelle Codes im Machtfeld der EU*. Bielefeld 2009.

oder der EU – zu agieren. In meinem Fall war die Lage äußerst unübersichtlich, denn viele gesellschaftliche Hierarchieregeln schienen hier nicht zu gelten. Weder bildeten Bildungskapital noch ökonomisches Kapital eine Währung im Feld. Dem gegenüber standen soziale Kontakte und vor allem eine Art subkulturelles Kapital bzw. ein sehr spezifisches Nischen-Expertenwissen. Vor allem aber die Exklusivität des Backstage und im Falle des physischen Raums von Backstage auch dessen Unzugänglichkeit, erschwerten das Agieren im Feld. Viele Akteure schienen zu wissen, wie exklusiv ihre Position von außen wahrgenommen wird, was vor allem auch an dem engen Kontakt mit Künstlerinnen und Künstlern lag, deren *Stardust* auch auf die Macherinnen und Macher hinter der Fassade der Musikstadt abzufärben schien. Auch wenn ich zeitweilig Zugang zum Backstage meines Feldes hatte und mich ebenfalls in dem exklusiven Bereichen bewegte, so färbte dieser *Stardust* keinesfalls auch auf mich ab, was mir das Gefühl gab, mich permanent in meinem Feld legitimieren zu müssen. Das oben angesprochene Mystische des Backstage, was in der Formulierung sicher etwas übertrieben ist, ist den Akteuren im Feld aber durchaus bewusst, was sie enorm selbstbewusst in der Interaktion (nicht nur mit dem Forschenden) Handeln lässt. Sie besitzen eine – wie man es im aktuellen Sprachgebrauch formulieren würde – enorme *Coolness*. Diese *Coolness* ist es, was die Arbeit im Feld zur Herausforderung machte, und diese omnipräsenten kulturellen Codes, die es erst zu verstehen galt, hatten eine enorme Bedeutung für Machtstrukturen im Feld. Es war also keine wirkliche „research up“-Situation, wie sie Wittel und Warneken beschreiben, in der die Beforschten statusüberlegen in Sinne eines klassischen gesellschaftlichen Wertekanons waren. Da eben dieser Wertekanon nicht galt, war es jedoch auch kein „research down“, kein "research on equal terms", kein „research through“ oder „research against“. Es galt hingegen ein anderer Wertekanon, der den Status definierte. Mir ist bei der Analyse des Feldes in der kulturanthropologischen Forschung kein Begriff untergekommen, der die Forschungssituation mit seinen vermeintlich sehr eigenen Rahmenbedingungen passend beschrieben hätte, sodass ich an dieser Stelle selbst den Begriff des „research cool“ setze, der die Konstellation des Forschenden in einem Feld beschreiben soll, deren Akteure sich außerhalb einer

Reichweite der durch bspw. Bourdieu⁸⁴ beschreibbaren Milieueinordnungen befinden.

⁸⁴ Siehe hierzu vor allem: Bourdieu, Pierre: Die feinen Unterschiede. Kritik der gesellschaftlichen Urteilskraft. Frankfurt a.M. 1987.

2 Musikstadt sein – Musikstadt machen: Ausgewählte Beispiele

2.1 Phänomene der kulturellen Zuschreibung als Musikstadt

Das Label Musikstadt, um das es in dieser Arbeit in Bezug auf die Stadt Hamburg geht, ist keine hamburgische Neuerung. Der Begriff Musikstadt scheint im Zuge der letzten zehn bis fünfzehn Jahre – scheinbar – fest definiert worden zu sein, betrachtet man die Zahl der Publikationen zu Hamburg als Musikstadt, aber auch zu vielen anderen Städten weltweit, die wie selbstverständlich diesen Begriff nutzen.⁸⁵ Was aber steckt hinter diesem Begriff, was zeichnet eine Musikstadt aus? Was sind Musikstädte? Wie kommt es, dass die eine Stadt als eine solche bezeichnet wird, die nächste nicht? Warum ist die Akzeptanz dieser Zuschreibung bei manchen Städten größer als bei anderen? Letztere Fragen werden im konkreten Fallbeispiel Hamburgs in den späteren Kapiteln dieser Arbeit thematisiert. An dieser Stelle soll zunächst ein Überblick gegeben werden, welche Städte aus welchen Gründen als Musikstädte gelten. Dem letzten Wort – *gelten* – kommt dabei eine hohe Bedeutung zu, denn eine Stadt *ist* nicht grundsätzlich eine Musikstadt, sie wurde dazu gemacht. Bestimmte Voraussetzungen haben die meisten sogenannten Musikstädte jedoch, sodass ihnen dieses Label im Laufe der Zeit zugetragen wurde.

Zunächst einmal sind diese Städte Orte urbanen Lebens. Sie sind nicht Land und auch nicht Dorf und erfüllen damit laut dem Musiker und Musikproduzenten Tobias Levin eine Grundvoraussetzung für das Entstehen von musikalischen Szenen, die die Musik in einer Stadt prägen:

„In den Städten produzieren solide Zufälle sowohl Musik als auch Pop. Städte ermöglichen Sichtbarkeit für die ersten Schritte ihrer jüngsten Protagonisten, die von den digitalen Medien ungenau wiedergegeben werden und dort vielleicht auch weniger gut aufgehoben sind. Die Aufmerksamkeit, die einer gelebten und formulierten Idee in einer Szene entgegengebracht wird, ist das Mindeste, was in einer Stadt funktionieren muss.“⁸⁶

⁸⁵ Siehe Forschungsstand. (Kapitel 1.2)

⁸⁶ Levin, Tobias: Vorwort. In: Krohn / Löding 2015, S.7-10, hier S.8.

Die Stadt bietet den Raum und die Dichte für das Entstehen musikalisch-kreativer Neuerfindungen. Nur hier können Prozesse funktionieren, die den Levin angesprochenen Zufall produzieren. Szenen sind dabei die entscheidenden sozialen Gefüge, in denen Musik entsteht, aber vor allem auch rezipiert und reproduziert wird. Diese Wiederholungen, sowohl in der Musikpraxis als auch in der Zuhörerschaft wie auch im Sprechen und Schreiben über Musik, sorgen dafür, dass sich Musikrichtungen und Stile entwickeln. Zunächst innerhalb von Szenen, dann aus diesen heraus in Stadtteile und Viertel hinein, bis schließlich der Eindruck entsteht, eine ganze Stadt spielt und hört nur eine einzige Musikrichtung, hat sich einzig und allein einem Stil verpflichtet. Es entsteht die Vorstellung von einem Sound der Stadt und wenn eine Stadt erst einmal einen eigenen Sound hat, dann muss diese Stadt ja eine Musikstadt sein. So könnte eine sehr vereinfachte und verkürzte Darstellung der musikpraktischen Prozesse und Zuschreibungen lauten. Es wird jedoch gleichermaßen deutlich, und der Blick in die zahlreichen Publikationen zu Musik und Stadt bestätigen dies, dass eine Stadt immer dann als Musikstadt gilt, wenn mit ihr musikalische Eindeutigkeiten assoziiert werden. Das sind die genannten Stilrichtungen, häufig vertreten durch berühmte oder auch erst nach ihrem Wegzug aus der jeweiligen Stadt berühmt gewordene Repräsentanten. Es können ebenso Orte sein, die als legendär gelten, weil auf diesen Bühnenbrettern sich die musikalische Weltgeschichte geändert habe.

Die Journalisten Philipp Krohn und Ole Löding zeichnen diese Prozesse auf ihrer popmusikalischen Entdeckungsreise *Sound of the Cities* für 24 Städte in Europa und Nordamerika nach.⁸⁷ Das Buch hat weniger einen analytischen Anspruch, als dass es einen dokumentarischen Charakter besitzt und als eine Art Bestandsaufnahme des Kanons der (westlichen) Musikstädte fungiert. Dennoch wird deutlich, wie aus einer Stadt eine Musikstadt wird: Sie beherbergt eine Szene, die an bestimmten Orten Künstler performen und dadurch Musik zur Aufführung bringen lässt, die etwas Neues darstellt, sodass die Stadt – und das ist etwas sehr Entscheidendes – zur Urheberin dieser ‚neuen‘ Musikrichtung, dieses ‚neuen‘ Stils wird. Stile oder weiter gefasst Genres benötigen demnach einen ‚Heimathafen‘ ohne den sie nicht authentisch oder eigenständig sein können. Im Umkehrschluss würde dies bedeuten, dass es im Grunde so viele Musikstädte geben müsse, wie es Genres o.ä. gibt. Und davon gibt es

⁸⁷ Krohn / Löding 2015.

bekanntlich einige, was wiederum der Grund ist, warum sich jede Publikation zu dem Thema immer mit einer Auswahl von Städten, Musikstädten, beschäftigt. Interessant ist aber, dass diese Auswahlen meist doch sehr deckungsgleich sind. Nehmen wir zum Beispiel die Liste der Autoren Krohn und Löding und vergleichen diese mit der Auswahl einer auch von ihrer Art her etwas anderen Veröffentlichung, der zehnteiligen Serie *Musikstädte*⁸⁸ des Fluter-Magazins der Bundeszentrale für politische Bildung: Von den zehn Musikstädten, die Kulturjournalist Felix Denk als Autor des Fluter-Magazins beschreibt, ist lediglich eine (Kingston, Jamaika) nicht bei Krohn und Löding gelistet. Die anderen neun Städte (New Orleans, Seattle, Liverpool, Hamburg, Düsseldorf, New York, Berlin, Chicago und Manchester) finden sich in beiden Abhandlungen wieder. Es fällt sofort eine geographische Schwerpunktmäßigkeit der Auswahl auf, bei zehn Städten gleich drei Deutsche aufzulisten (4 von 24 bei Krohn/Löding) ist sicherlich dem Standpunkt des Autors geschuldet. Der Rest der Auswahl setzt sich, mit Ausnahme von Kingston, aus Städten des angloamerikanischen Raums zusammen, was auch bei Krohn und Löding der Fall ist: Von den 24 Städten liegen 10 in den USA, 6 im Vereinigten Königreich, wie bereits erwähnt 4 in Deutschland und nur jeweils eine Stadt in Österreich, Frankreich, Schweden und Belgien. Dies erklärt sich dadurch, dass die Popmusikgeschichte⁸⁹ des 20. Jahrhunderts stark durch die englische Sprache geprägt wurde und fast ausschließlich über diese internationale Bekanntheit erlangt werden konnte. Diese Erklärung spricht die Bedeutung der Rezeption der Musik an, die nicht zu unterschätzen ist, gerade was die Zuschreibung als Musikstadt anbelangt. Die zweite Herleitung, der Stadt als Soziotop und Brutkasten für Szenen eben in genau diesen Städten des angloamerikanischen Raums, ist mit den spezifischen Entwicklungen (Stichwort Deindustrialisierung) dieser Städte im 20. Jahrhundert zu erklären. Ausführliche Erläuterungen dazu bringen beispielsweise der Kulturkritiker und Poptheoretiker Diederich Diederichsen in seinem Aufsatz *Brachenmusik – Detroit, Bronx, Manchester*⁹⁰ oder der

⁸⁸ Denk, Felix: Musikstädte. Teil 1 bis 10. In: Bundeszentrale für politische Bildung (Hg.): Fluter - Magazin der Bundeszentrale für politische Bildung. Bonn 2015. Online: <http://www.fluter.de/suche?fulltext=musikst%C3%A4dte&tags=&author=&created=All&buchautor=&filmtitel> (zuletzt abgerufen am 01.03.2016)

⁸⁹ Es ist an dieser Stelle zu bemerken, dass die genannten Publikationen die sogenannte Klassische Musik nicht berücksichtigen. Es wird sich ausschließlich mit Popmusik im urbanen Kontext beschäftigt.

⁹⁰ Diederichsen 2004.

Architekturprofessor Klaus Overmeyer in *Brache als Brutkasten?*⁹¹, beides erschienen in den von Philipp Oswald herausgegebenen Bänden *Schrumpfende Städte* (Bd.1 bzw. Bd.2), die im Forschungsstand dieser Arbeit bereits erwähnt wurden.⁹² Sie heben die Relevanz von verfügbarem Raum in Städten hervor, der in diesen Städten im Verlauf des 20. Jahrhunderts mal mehr und mal weniger vorhanden war, sowie eine gewisse Mindestdichte, die einen Bogen schlägt zur eingangs erwähnten Relevanz von Städten für die Musikentwicklung. Insgesamt reiße ich den Aspekt der Entwicklung der Städte hier aber nur an, bzw. erwähne ihn lediglich. Die Zusammenhänge von urbanen Transformationsprozessen und der Dynamik städtischer Musikkulturen sind ein weites und überaus spannendes Feld, und standen auch mal im Fokus des Interesses meiner eigenen Forschung, wie ich in der Einleitung gezeigt habe. In diesem Kapitel geht es jedoch nicht um diese Entstehungsprozesse, sondern eher um die Ergebnisse solcher. Welche Stadt wird aufgrund welcher Musik und welcher Musikkulturen als Musikstadt assoziiert?

Nehmen wir das Beispiel Liverpool: Die Stadt gilt weithin unumstritten als Musikstadt, sie fehlt in nahezu keiner Auflistung im Kanon der ‚Musikstädte der Welt‘ oder ähnlichem. Warum das so ist, ist zunächst durch eine reine geografische Zuordnung bedingt und erläutert damit zugleich, wie simpel zum Teil die Zuschreibungsprozesse funktionieren können: The Beatles kommen aus Liverpool. Das genügt im Grunde schon als Erklärung. Denn diese Band gilt als eine der einflussreichsten, revolutionärsten und vor allem berühmtesten Musikgruppen des 20. Jahrhunderts – so eine Band könne schließlich nur aus einer Musikstadt kommen, in der vermeintlich alles darauf ausgerichtet ist, musikalische Neuerungen und Impulse zu kreieren. Dass Liverpool aber durch The Beatles erst zu Musikstadt wurde zeigt ein Blick auf die Realität vieler junger Musiker zu jener Zeit: Die meisten – auch The Beatles – schlugen sich schlecht bezahlt unter widrigen Bedingungen durch.⁹³ Dies wird im Zuge der Zuschreibungsprozesse Liverpools als Zentrum des sogenannten Merseybeats gerne ignoriert. Denn die Berühmtheit der musikalischen ‚Söhne‘ und auch ‚Töchter‘ der Stadt färbt auf die Stadt ab, was sich gut mit dem Begriff *Stardust* beschreiben lässt. Gleichzeitig schmücken sich Städte gerade in Zeiten der Städtekonkurrenz und der Suche nach dem jeweils Eigenen auch gerne mit diesem Glanz des

⁹¹ Overmeyer 2005.

⁹² Oswald 2004; Oswald 2005.

⁹³ Vgl. bspw. für Hamburg: Mischke 2008, S. 252.

Stardust.⁹⁴ Im Falle der Beatles reicht der Stardust sogar für gleich mehrere Städte. Denn häufig wird auch Hamburg die Entdeckung und das Hervorbringen dieser Beat-Band als ihr ‚Produkt‘ zugeschrieben. Zitate wie John Lennons „*Ich bin in Liverpool aufgewachsen, aber in Hamburg bin ich erwachsen geworden*“⁹⁵ werden stetig rezitiert, die Stadt hat den Beatles-Platz in St. Pauli geschaffen und es gibt kaum eine Publikation zum vermeintlichen Sound der Stadt, in der sich nicht auf den sogenannten Hamburg Sound der Beatles bezogen wird.⁹⁶

Ein weiteres sehr schönes Beispiel wie ein Sound bzw. Genre mit einer Stadt verbunden wird ist Bristol und der Trip-Hop. Der Stadtethnologe Thomas Götz hat in seiner Studie *Stadt und Sound. Das Beispiel Bristol*⁹⁷ die Entstehungsgeschichte des Genres Trip-Hop in den 1990er Jahren detailliert nachgezeichnet. In diesem Fall sind es allerdings nicht die kulturellen Zuschreibungen, die den Sound mit der Stadt verbinden. Götz bindet die Entwicklung an die Stadtgeschichte und die dadurch entstandene Zusammensetzung der Bevölkerung mit unter anderem jamaikanischen Einflüssen rück. Der Trip-Hop ist, so Götz, aus einer multiethnischen Szene entstanden, die sich so nur in Bristol finden ließ, weshalb dieser Sound zwangsläufig als ein originärer Bristol Sound entstand. Die bekanntesten Vertreter dieses Genres – Massive Attack oder auch Portishead – kommen erwartungsgemäß aus Bristol oder der Umgebung (Portishead). Diese international bekannten Bands transportieren den Sound der Stadt in die Welt und sorgen für die breite Anerkennung des Trip-Hop als Bristol Sound und von Bristol als Musikstadt.

Bei der Assoziation von Genre und Stadt und Begriffen wie Merseybeat, Hamburg oder Bristol Sound entsteht allerdings auch die Problematik, dass die Wahrnehmung der (Pop-)Musikpraxis der Städte aufgrund dieser Begriffe häufig auf eben dieses eine Genre reduziert oder zumindest fokussiert wird. Für Musiker anderer als für die Stadt bekannte Genres stellt dies oft ein Problem dar, da sie von den Zuschreibungsprozessen als Bestandteil einer Musikstadt ausgeschlossen werden

⁹⁴ Die Suche nach dem Eigenen, besser noch der Eigenart einer Stadt hat in der Vergangenheit der Stadtforschung Bände wie die *Eigenlogik der Städte* (Berking/Löw 2008) hervorgebracht, in denen dieser Wunsch nach etwas Eigentümlichen hervorgehoben wurde. Ähnlich kritisch wie das Konzept der Eigenlogiken in der Fachöffentlichkeit gesehen wurde, wird auch am Beispiel der Musikstädte deutlich, dass es nicht eine Eigenlogik geben kann.

⁹⁵ Zitiert nach: Mischke 2008, S.251.

Dieses Zitat begrüßt und verabschiedet bspw. auch Flugreisende am Hamburger Flughafen.

⁹⁶ Zur Auseinandersetzung mit der Überhand dieser Bezugnahme siehe: Knopp, Sönke: *Die Sounds der Stadt*. In: *Hamburg History Live!* Heft 1/17. Hamburg 2017.

⁹⁷ Götz 2006.

können, wenn sie nicht in die Schubladen der Neuen Wiener Schule, des Trip Hop oder zu gegebener Zeit auch der Hamburger Schule passen bzw. passten. Dies stellt eine Kritik an den stadtnamensbasierten Genrebezeichnungen dar, weshalb bspw. in Bristol der Begriff Trip-Hop dem des Bristol Sound vorzuziehen ist.

2.2 Aktive Image-Arbeit am Stadtlable Musikstadt

Ohne Zweifel hat der Stadtname im Genrebegriff – beispielsweise Hamburger Schule – einen weitaus stärkeren lokalen Marketingeffekt, womit ich zum zweiten Aspekt des Überblicks zum Begriff der Musikstadt und der Musikstädte komme. Sind die eben beschriebenen Phänomene vor allem als kulturelle Zuschreibungen zu benennen, so deutet das Wort Marketing bereits an, dass ein Musikstadt-Image neben den Zuschreibungen auch aktiv gestaltet werden kann oder es zumindest Versuche gibt, eine Wunschrichtung in der Stadtlablegestaltung vorzugeben. Weltweit haben eine ganze Reihe an Städten Musikstadt als ihr Label entdeckt. Wobei bei dieser Formulierung Vorsicht geboten ist: Denn es bleibt letztendlich zu klären, welche Akteure (in) einer Stadt versuchen ein solches Stadtlable zu etablieren: Passiert dies aufgrund von Regierungsbeschlüssen auf Verwaltungsebenen, sind es Interessensverbände, Wirtschaftsverbände, die Musikerinnen und Musiker oder die Bewohnerinnen und Bewohner einer Stadt, die aus ihrer Stadt gerne eine Musikstadt machen würden, das Label fordern und fördern? Während der Forschung hat sich herausgestellt, dass sich die Image-Arbeit in Bezug auf das Label Musikstadt in Hinblick auf die zeitliche Entwicklung stark institutionalisiert hat. Von anfangs eher informellen Zusammenschlüssen und Interessensgruppierungen ist das Thema zu einem städtischen Anliegen geworden. Im Folgenden stelle ich einige Beispiele vor, die durchaus repräsentativ für ein globales Musikstadt-Machen sind: Die Agentur *Sound Diplomacy*, das *Music-Cities-Network* und das *Mastering of a Music City* des kanadischen Musikindustrieverbandes, die vermeintlich universell anwendbare Konzepte entwickelt haben, sowie zwei Beispiele von Städten in Deutschland, Mannheim und Bonn, die den Faktor Musik versuchen in ihr Destinationsmanagement zu integrieren.

2.2.1 Sound Diplomacy

Sound Diplomacy ist eine global vernetzte Agentur, die sich zur Aufgabe gemacht hat, die Wertschöpfung der Musik effektiver zu gestalten und dies durch Strukturmaßnahmen in Kooperation mit Verwaltungseinheiten schaffen:

„Sound Diplomacy enables governments and businesses to unlock the value of music by assessing the value of music in urban spaces, advising governments, cities and property developers and creating and initiating policy and strategy.“⁹⁸

Dabei steht immer der Wert (im englischen Original: *Value*) der Musik im Fokus, der maximiert werden soll:

„We use data-driven methodology to assess the value of a music ecosystem and identify growth areas. Then we create and implement strategies that deliver measurable outcomes.“⁹⁹

Interessant ist bei all diesen Formulierungen, dass eigentlich im Unklaren bleibt, was mit Wert (*Value*) und auch mit den messbaren Ergebnissen (*measurable outcomes*) exakt gemeint ist. Diese Ungenauigkeit in der Formulierung geschieht mitunter nicht unbewusst, denn die Konzepte, die die Agentur für Städte und mit Städten gemeinsam erarbeiten möchte sollen authentisch und inkorporiert wirken. Da ist es durchaus nicht ungeschickt, wenn Wert im Sinne eines künstlerischen Wertes von Musik verstanden werden kann und messbare Ergebnisse – zum Beispiel mehr Konzerte – in einer Stadt sein können. Für die Akzeptanz der Arbeit solch einer Agentur, die im Grunde eine Art auf den Musikmarkt spezialisierte Unternehmensberatung für Städte ist, eine nicht zu unterschätzende Unschärfe. Sound Diplomacy selbst führt auf seiner Website als eigene Beispielstudie London bzw. die Greater London Authority (GLA) an (offizieller Klient ist der Bürgermeister von London): *„Sound Diplomacy has been working with the Greater London Authority (GLA) since 2016, with the objective of increasing London’s profile as a global music city.“¹⁰⁰* London ist in dem Kontext ein vielversprechendes Projekt und vielseitiges Beispiel, bei dem man sich allerdings fragen muss, ob diese Stadt es wirklich nötig hat, Imagepflege in Sachen Musikstadt zu betreiben. Vielmehr könnte London ein Beispiel für diejenigen Music-Cities darstellen, die ein gewachsenes Image mit der Aura einer Musikstadt

⁹⁸ Vgl.: <https://www.sounddiplomacy.com/work/> (abgerufen am 08.05.2018)

⁹⁹ Ebd.

¹⁰⁰ <https://www.sounddiplomacy.com/case-study-gla> (abgerufen am 08.05.2018)

mit sich bringen, deren musikalischen Hervorbringungen so sehr in die Pop-Kultur des 20. und 21. Jahrhunderts eingeschrieben sind, dass es eigentlich kein Marketing braucht, um diesen Status zu erhalten. Im Gegenzug ist London für Sound Diplomacy eine dankbare Aufgabe, da die Stadt gleichzeitig auch ein Erfolgs- und Gütesiegel für die Agentur darstellt. Die Beratung einer Stadt wie London und die Musikstadt London als ihr Produkt vorweisen und darauf referenzieren zu können, ist – auch im umkämpften Markt um öffentliche Gelder – nicht zu missachten.

2.2.2 Music-Cities-Network

Das Music-Cities-Network (MCN) ist im Grunde nicht getrennt von Sound Diplomacy zu betrachten, denn es ist eine Art Produkt der Agentur. Ich führe es aber dennoch an dieser Stelle gesondert auf, da es für Hamburg eine doch etwas größere Bedeutung oder Präsenz hat. Das internationale Netzwerk wurde 2016 in Kooperation von Sound Diplomacy mit der Interessensgemeinschaft Hamburger Musikwirtschaft (IHM) gegründet. Hamburg ist damit einer der Hauptstandorte des MCN und auch einer der wichtigsten Verwaltungssitze mit einer hauptamtlich für das Netzwerk tätigen Mitarbeiterin. Music-Cities-Network, das klingt erst einmal ziemlich groß und lässt vermuten, dass da wohl alle Städte miteinander vernetzt sind, die in den zuvor in Kapitel 2.1 erwähnten Abhandlungen über Musikstädte dieser Welt aufgelistet wurden. Tatsächlich sind jedoch lediglich vier Städte Teil des Netzwerkes: Århus in Dänemark, Groningen in den Niederlanden, Sydney in Australien und eben Hamburg.¹⁰¹ Die Zusammenstellung der Mitglieder wirkt etwas eigenwillig. Aber betrachtet man die Selbstbeschreibung des Music-Cities-Network und dessen Ziele, so ist es durchaus verständlich, dass Städte Interesse an solch einem Netzwerk haben, die bislang nicht unbedingt die kulturelle Zuschreibung als Musikstadt erfahren haben: Das MCN sieht sich an der Schnittstelle zwischen öffentlicher Verwaltung und Privatwirtschaft und widmet sich der Verbesserung von Kommunikation und Kooperation, dem Austausch von Forschung und Wissen, dem Ausloten zwischen Politik und Interessenvertretung sowie der Vernetzung von politischen

¹⁰¹ Stand: April 2018.

Entscheidungsträgern, Stadtverantwortlichen und allen anderen Akteuren der Musikstädte auf der ganzen Welt.¹⁰² Und weiter heißt es:

*„Music cities increase revenue, link cultures around nations and continents, retain talent, drive tourism and brand development, and are the key to sustainable music economies. As melting pots of musical creativity and consumption, urban centers are where music is produced, performed, advertised and sold. There is exceptional potential in this, creating unique opportunities to position music cities as thriving and international important centers of music and media production.“*¹⁰³

Letztendlich geht es also genau um diese Positionierung als Musikstadt, um diese Städte als blühende und international wichtige Zentren der Musik- und Medienproduktion zu vermarkten. Idealerweise entstehen dabei gemeinsame Marketingstrategien und weitere Synergieeffekte, die den Städten durch das Netzwerk zugänglich werden. Ein genauerer Blick auf die musikwirtschaftlichen Aktivitäten der Mitgliedsstädte zeigt auch schnell, dass – zumindest die drei europäischen Städte – nicht zufällig Teil dieses Netzwerks sind. Denn in allen drei Städten ist ein jeweils großes und wichtiges Musik-Kongress-Festival beheimatet: Das *Eurosonic* in Groningen, das *Spot* in Aarhus und das *Reeperbahnfestival* in Hamburg. Diese Festivals sind für die internationale Populärmusikszene feste Termine im Jahr. Wer nicht unbedingt Teil einer musikalischen Szene oder auch der Musikwirtschaftsbranche ist, für den ist der Kongresscharakter solcher Events nicht sofort ersichtlich und es fühlt sich als rein musikkonsumierender Besucher oft an wie ein relativ normales Festival. Auf diesen Kongress-Festivals aber werden neue Trends ausgelotet, neue PR-Strategien diskutiert, neue Vertriebswege ausgekundschaftet und jede Menge neuer Bands oder auch neue Stilrichtungen präsentiert und Strömungen definiert. Vorbild für solche Festivals ist im Übrigen das bereits seit 1987 in Austin, Texas stattfindende *South by Southwest (SXSW)*, das mittlerweile seit vielen Jahren das weltweit wichtigste Branchenevent dieser Art ist. Die Stadt Austin selbst ist nicht Teil des MCN, vermutlich weil schlichtweg nicht die Notwendigkeit besteht. Denn für Austin bestehen bereits diverse kulturelle Zuschreibungen als Musikstadt. Dass auch diese aufgrund von Inszenierungen bestehen, muss nicht erneut erwähnt werden und so

¹⁰² Vgl.: <http://www.musiccitiesnetwork.com/about-mcn> (abgerufen am 16.05.2018)

¹⁰³ Ebd.

schreiben Philipp Krohn und Ole Löding, in deren Auflistung Austin selbstverständlich zu finden ist:

„Austin versteht es, sich als die Livemusik-Hauptstadt der Welt zu inszenieren. Als wir am Flughafen der texanischen Hauptstadt ankommen, fällt unser Blick automatisch auf ein halbes Dutzend überdimensionierter E-Gitarren in der Eingangshalle. Aus den Souvenirshops leuchtet uns der Leitspruch entgegen: ‚Keep Austin Weird!‘“¹⁰⁴

Übrigens hat sich Hamburg nicht nur die Idee des Kongressfestivals von Austin abgeschaut – auch mit den Marketing-Claims der Stadt wird in Hamburg gearbeitet: So hat der Verein RockCity Hamburg, Zentrum für Populärmusik, schwarze Juterucksäcke mit der Aufschrift *Keep Hamburg Weird!* bedrucken lassen und als Marketingaktion auf verschiedenen Events verteilt. Damit wird versucht, Hamburg bewusst in die Tradition des Austiner Musikfestivals einzureihen und den Musikstadt-Glanz aus Austin auf die Hansestadt zu übertragen.



Abbildung 2: Juterucksack "Keep Hamburg Weird" von RockCity e.V. / Foto: S.K.

¹⁰⁴ Krohn / Löding 2015, S. 56.

Das Music-Cities-Network stellt folglich ein Mittel dar, um aktive Image-Arbeit am Stadtlabel Musikstadt zu leisten. Es soll dazu dienen, dass die Mitgliedstädte Musikstädte werden und auch in Zukunft nachhaltig als solche gelten. Dementsprechend ist es nicht unbedingt als Zusammenschluss von Städten zu sehen, denen das Label Musikstadt bereits anhaftet, sondern denen es anhaften soll.

2.2.3 The Mastering of a Music City

Die Arbeit an einem Stadt-Label Musikstadt wird in der Regel nicht als Label- oder Imagepflege benannt. Im Zentrum der Aufmerksamkeit soll bei solchen Bemühungen die Musik stehen, somit spielt sich die aktive Produktion und Arbeit an einer Musikstadt auch stets im Spannungsbogen zwischen einer in die Öffentlichkeit getragenen Authentizität und der Planbarkeit einer Image-Kampagne ab. Aus der Künstlerinnen- und Künstlerperspektive wäre es sehr lobenswert, wenn Stadtverwaltungen und Wirtschaftsvertreter einer Stadt aus rein altruistischen Gründen mehr Musik in einer Stadt fördern würden. Jedoch geht es immer um einen in irgendeiner Form messbaren Mehrwert für die Stadt oder die städtische Wirtschaft. Besonders deutlich wird das in einem gut 100 Seiten starken Konzeptpapier, welches gemeinsam von der International Federation of the Phonographic Industry (ifpi) und dem Musikverband Kanadas (Music Canada) in Zusammenarbeit mit der Midem (Marché international de l'édition musicale), der seit 1967 in Cannes stattfindenden und laut eigenen Angaben weltweit größten Musikmesse, im Jahr 2015 herausgegeben wurde. Dieses Konzeptpapier trägt den einschlägigen Titel „The Mastering of a Music City“¹⁰⁵ und hat den Anschein einer Art Kochrezept für Städte, die eine Musikstadt sein oder werden wollen. Ein Blick auf die dazugehörige, aber separat stehende Infografik, zeigt der Leserin oder dem Leser unmittelbar, dass es einen Idealweg zu geben scheint, der universal anwendbar ist und immer zu den gewünschten Ergebnissen führt.

Doch wie genau sieht nach dem Konzeptpapier dieser Idealweg zur Musikstadt aus? Die Ausgangsbasis sind fünf sogenannte Key Elements: 1. Künstler und Musiker, 2. eine blühende Musikszene, 3. Zugang zu Räumen und Orten, 4. ein aufnahmebereites

¹⁰⁵ <http://www.ifpi.org/downloads/The-Mastering-of-a-Music-City.pdf> (abgerufen am 24.05.2018)

und engagiertes Publikum sowie 5. Plattenfirmen und andere Unternehmen der Musikbranche.¹⁰⁶ Ausgehend von diesen Grundvoraussetzungen werden im Anschluss insgesamt sieben Schlüsselstrategien herausgearbeitet: 1. Die Entwicklung musik- und musikerfreundlicher städtischer Richtlinien, 2. die Initiierung eines Musikbüros oder das Installieren eines oder einer Musikbeauftragten, 3. die Initiierung eines Musikbeirates, 4. das Einbinden der breiteren Music-Community, um sich deren Unterstützung und Kaufkraft zu sichern, 5. Zugang zu Räumen und Orten gewährleisten, 6. eine nachhaltige Publikumsentwicklung sowie 7. eine Verstärkung des Musiktourismus. Jeder dieser Strategien ist nun eine ganze Reihe an Maßnahmen zugeordnet, mit denen die Strategien konkret umgesetzt werden sollen. Für den Bereich der Publikumsentwicklung sind dies beispielsweise verstärkte Werbemaßnahmen, Musikevents für alle Altersgruppen, die Förderung von Engagement von Jugendlichen oder auch die verstärkte Würdigung lokaler Künstler. An dieser Stelle möchte ich nicht für alle Strategien die kompletten Maßnahmen auflisten, sondern vor allem darauf hinweisen, dass das Konzeptpapier ein direktes Kind der Betriebswirtschaft ist: Es besteht vor allem aus dem klassischen betriebswirtschaftlichen Dreiklang Ziele-Strategien-Maßnahmen. Dies zeigt, dass es beim Mastering der Music City nicht primär um die Kunst bzw. die Musik geht, sondern diese Mittel zum Zweck des Stadtmarketings ist. Ein Blick auf die Ziele, die im Konzeptpapier „Benefits“ genannt werden, was sich mit Nutzen, Vorteil, Leistung oder auch Gewinn übersetzen lässt, unterstreicht dies noch einmal eindrucksvoll: Genannt werden insbesondere die positiven Auswirkungen auf die Wirtschaft, den Musiktourismus und den Markenaufbau der Stadt. Des Weiteren werden die kulturelle Entwicklung und das künstlerische Wachstum, die Stärkung des sozialen Gefüges sowie die Gewinnung und Bindung von Talenten und Investitionen außerhalb der Musikindustrie genannt und schließlich soll die Musikstadtentwicklung auch zur Anerkennung von Musik als respektierter und legitimierter Industrie beitragen.

¹⁰⁶ Vgl.: <http://www.ifpi.org/downloads/The-Mastering-of-a-Music-City.pdf> (abgerufen am 24.05.2018), S.12.

The Mastering of a Music City



Abbildung 3: Der Masterplan von The Mastering of a Music City grafisch umgesetzt. Handreichung SPOT-Festival, Aarhus, Dänemark, 2016.

Das Mastering of a Music City Konzept ist bei nüchterner Betrachtung nichts weiter als eine Art Wirtschaftsplan für die Kreativindustrie von Städten. Es geht in erster Linie um die Entwicklung der Stadt, nicht jedoch um die Entwicklung der Musik. Dass die konkreten Ansätze, die hier nur kurz angerissen wurden, grundsätzlich in die auch von der Musikbranche gewünschte Richtung weisen und gegebenenfalls

durchaus auch als Nebeneffekt die Entwicklung von Musik fördern, wird in den späteren Kapiteln zum konkreten Fallbeispiel Hamburg, denen ethnographische Erhebungen zugrunde liegen, im Detail gezeigt werden. Bis hierher muss allerdings am Mastering-Konzept kritisiert werden, dass es den Anspruch hat, universell einsetzbar zu sein. Lokale Eigenheiten und lokale musikalische Geschichte und Identitäten bleiben größtenteils unberücksichtigt. Dadurch bleibt es ein weiteres von vielen Beispielen eines Ansatzes, durch Arbeit am Stadtlabel eine Musikstadt zu machen – mit der Einschränkung, dass das Ziel unter Umständen eben nicht wirklich eine von florierender und freier musikalischer Praxis geprägte Musikstadt ist, sondern eher der ökonomische Mehrwert, der vermeintlich durch das Label der Musikstadt generiert wird.

2.2.4 Standortbezogenes Stadtmarketing

Der Faktor Musik im Destinationsmanagement

Die vorherigen Beispiele zeigen, wie durch das Implementieren von Strukturen ein Stadtlabel mit Musikbezug entstehen soll. Diese Konzepte haben dabei einen Anspruch von universeller Einsetzbarkeit, sodass aus fast jeder Stadt eine Musikstadt werden könnte. Ich möchte deshalb an dieser Stelle auch noch mal ein Beispiel dafür bringen, wie eine Stadt – und damit ist jetzt die Stadtverwaltung gemeint – versucht, mit ihrer Geschichte der Stadt ein musikbezogenes und dadurch positiv, künstlerisch, kreativ oder auch hochwertig konnotiertes Image zu verleihen. Dieses Beispiel ist die Stadt Bonn: Als ehemalige Bundeshauptstadt ist Bonn bekannt als Sitz einiger Bundesministerien, vieler Stiftungen und Verwaltungsgremien. Darüber hinaus wird es schon schwieriger mit den Assoziationen von und mit Bonn, hat die Stadt doch auch eine relativ überschaubare Größe von ca. 330.000 Einwohnern und steht regional nicht zuletzt im Schatten der Rheinmetropole Köln. Bonn und Musikstadt ist keine naheliegende Kombination für das Stadtmarketing. Und dennoch setzt Bonn genau darauf, denn Bonn ist die Geburtsstadt von Ludwig van Beethoven. Wie bekannt diese Tatsache ist, lässt sich schwer sagen, aber Beethoven selbst ist eine internationale Marke derer sich Bonn nun zu bedienen versucht. Wie die Stadt das tut, ist selbst bei einem nur kurzen Besuch auf der städtischen Homepage sofort zu sehen: Das Konterfei Beethovens ziert nicht nur die Startseite, sondern auch diverse

Unterseiten, dass die Stadt und der berühmte Komponist verbunden sind, wird hier sehr offenkundig vermittelt.¹⁰⁷ Schon der Kernslogan der Stadt lautet: „*Freude. Joy. Joie. Bonn.*“¹⁰⁸ Eine Anspielung auf eines der bekanntesten Werke des Komponisten, der sogenannten „Ode an die Freude“ aus dem IV. Satz der 9. Sinfonie in d-Moll op. 125 von 1824, einer Vertonung des Gedichts „An die Freude“ von Friedrich Schiller von 1785. Weiter geht es mit dem ebenfalls im Topbanner der Homepage platzierten Leitsatz der Stadt: „*Bonn ist Beethoven. Weil unsere Vielfalt Wissen schafft.*“¹⁰⁹ Eine wirklich interessante Kausalfolge, die aber vor allem als Setzung zu verstehen ist. Bonn sei Beethoven und damit eine vielfältige Stadt, die Wissen produziert oder der Wissenschaft, wenn man dem Wortspiel stattgeben möchte. Interessant wäre aber auch, ob denn die Umkehrung des Satzes auch zuträfe: Beethoven sei Bonn, sodass sich ggf. die Stadt in der Musik wiederfinden ließe. Das ist aber wohl nur schwer nachzuvollziehen und man muss sich vor allem die Frage stellen, was das Bonn von heute noch mit Beethoven und der Musik von vor 200 Jahren zu tun hat. Dazu kommt – und das gilt wieder für viele Städte, die nach diesem Muster im Stadtmarketing vorgehen –, dass Beethoven kaum wichtige Werke in Bonn geschrieben hat, denn er hat 1792 die Stadt mit nur 22 Jahren in Richtung Wien verlassen, wo er seine wirklich großen Erfolge feierte. Bonn und das Bonner Marketing scheint das nicht zu irritieren und so ist sein Geburtshaus ein Museum und eine der Attraktionen der Stadt und schon jetzt wirft die Kampagne BTHVN 2020 zum 250. Geburtstag des Komponisten seine Schatten voraus.¹¹⁰

Nüchtern betrachtet wirkt die im Stadtlabeling Bonns so zentrale Verknüpfung von Stadt und Komponist sehr aufgesetzt, auch wenn sie selbstverständlich nicht erfunden ist. An diesem Beispiel lässt sich jedoch nachvollziehen wie wichtig eine starke Stadtmarke mit international bekannten Besonderheiten und Eigenheiten zu sein scheint.

¹⁰⁷ Vgl.: <http://www.bonn.de/> (abgerufen am 05.06.2018)

¹⁰⁸ Ebd.

¹⁰⁹ Ebd.

¹¹⁰ Vgl.: <https://www.bthvn2020.de/> (abgerufen am 05.06.2018); http://www.bonn.de/tourismus_kultur_sport_freizeit/beethoven_2020/index.html?lang=de (abgerufen am 05.06.2018)

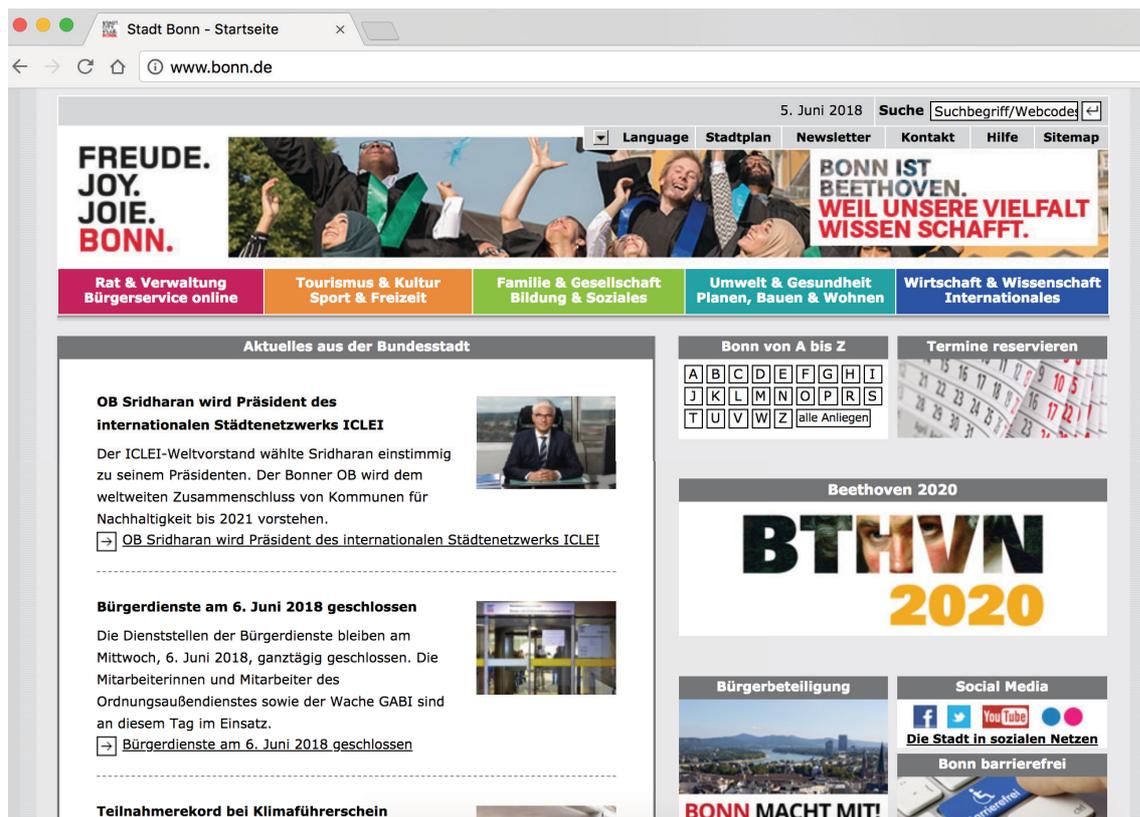


Abbildung 4: Screenshot der Website www.bonn.de (Stand: 05.06.2018)

Ein letztes Beispiel für das Machen einer Musikstadt durch eine starke Marke ist die Stadt Mannheim. Denn Mannheim ist *UNESCO City of Music*. Nicht Hamburg, nicht Berlin und auch nicht London, Paris oder Wien tragen diesen Titel, sondern Mannheim, Hannover, Gent in den Niederlanden oder Sevilla in Spanien. Die Auswahl der Städte wirkt irritierend, die Kriterien nahezu undurchschaubar. Von allen europäischen Städten, die diesen Titel tragen (insgesamt neun Städte),¹¹¹ findet sich nur Liverpool auch in den beiden im obigen Kapitel genannten Listen von Musikstädten wieder. Ich möchte deshalb auch hier nicht weiter darauf eingehen, wie Mannheim *UNESCO City of Music* geworden ist, sondern lediglich kurz erläutern, was es für die Stadt bedeutet, diesen Titel zu tragen. Denn ohne Frage ist die UNESCO eine Marke, was dazu führt, dass der eigentliche Sinn und Zweck der Verleihung eines UNESCO-Titels, sei es *City of Music* oder Welterbestätte mitunter verfehlt wird. Der Wirtschaftsgeograph Sebastian Raum schreibt dazu:

„Vor dem Hintergrund aktueller Diskurse bezüglich subjektiv aufgeladener, imaginativer Geographien legt der Tourismus dem städtischen Raum ein Bezugssystem auf,

¹¹¹ Vgl.: <http://citiesofmusic.net/music-cities/> (abgerufen am 06.06.2018)

welches nach Bildern, Geschichten und Gebäuden auf die Destination abgestimmt ist und es ermöglicht, die Destination zielgruppengerecht zu vermarkten. Als besonders zugkräftiges Argument dieser Kommodifikation beziehungsweise Touristifikation von Räumen hat sich inzwischen die Eintragung einer Destination in die Liste der UNESCO-Welterbestätten herausgestellt. Ziel der UNESCO-Welterbekonvention ist in erster Linie der Schutz des gemeinsamen Erbes aller Menschen. In den Augen vieler Kommunalpolitiker und City Manager dient das UNESCO-Prädikat jedoch vorwiegend einem möglichst effektiven Destinationsmarketing (Place Branding) und damit der Steuerung einer positiven Entwicklung des Markenwertes ihrer Destination.¹¹²

Genau dieser Effekt, die Differenz zwischen Ziel und Verwendung des UNESCO-Labels lässt sich aber unter anderem aufgrund von zunehmender Städtekonkurrenz meist nicht vermeiden. Zu stark ist die Marke UNESCO und dadurch zu verlockend der Titel. Was jedoch im Falle Mannheims passiert, ist, dass der UNESCO-Titel zumindest beim Nicht-Fach-Publikum irritierend bis unauthentisch wirkt, da Mannheim die kulturellen Zuschreibungen als Musikstadt fehlen. Lediglich den bspw. in der Musikbranche Tätigen, den praktizierenden Musikerinnen und Musikern oder auch forschenden Kulturanthropologen ist die Kombination von Mannheim und Musik durchaus geläufig. So ist die sehr bekannte Popakademie Baden-Württemberg in der Stadt angesiedelt, die zusammen mit der Music Commission und dem Musikpark das bundesweit einmalige ‚Mannheimer Modell‘ der Pop-Förderung bildet.¹¹³ Und nicht zuletzt wird erst für die und dann mit der *UNESCO City of Music* auch ein wenig Geschichtspflege nach eben erläuterten Bonner Beispiel betrieben, in dem an die sogenannte Mannheimer Schule (ca. 1743 bis 1778) erinnert wird, die als Wegbereiter der klassischen Konzertsinfonie gilt und auch die Besuche Mozarts in der Stadt gerne und gut dokumentiert sind. Weniger gut erinnert wird daran, und auch das passt zum Bonner Beispiel, dass Mannheim für Mozart vor allem wichtig war, weil er dort seine spätere Frau und Mutter seiner Kinder kennenlernte. Eine Stelle in Mannheim erhielt er jedoch nie, was sein musikalisches Wirken in und auf die

¹¹² Raum, Sebastian: Der Markenwert touristischer Destinationen und seine Implikationen für das Destinationsmanagement aus tourismusgeographischer Perspektive. Herleitung und Überprüfung eines empirischen Messinstruments am Beispiel des UNESCO Weltkulturerbe Bamberg. Bayreuth 2011, S.VI.

¹¹³ Hier wirkt die Strukturförderung in zweifacher Hinsicht auf das Label Musikstadt: Zum einen durch die direkten Effekte der Strukturförderung, zum anderen durch den auch aufgrund dieses Modells verliehenen UNESCO-Titel.

Stadt marginalisiert. Festzuhalten bleibt, dass für Mannheim (und ähnliches gilt auch für Hannover) der Titel *UNESCO City of Music* relativ beliebig wirkt – die Hauptsache scheint zu sein, dass die Marke UNESCO verwendet werden kann und dem Stadtmarketing zuträglich ist. Ob so eine Musikstadt gemacht wird bleibt abzuwarten.

Diese Beispiele für die Arbeit an einem Stadt-Label, für das Konstruieren von Musikstadt, sind in ihrer Art sehr unterschiedlich. Genau dadurch zeigen sie aber auch die Bandbreite an Aktivitäten, mit der am Image der Städte gearbeitet wird und die offensichtliche Wichtigkeit der Thematik. Bei der Gegenüberstellung von Musikstadt aus kulturellen Zuschreibungen und Musikstadt als Produkt der Stadtmarkenentwicklung wird gerade am Beispiel von Mannheim und Bonn deutlich, wie schwer eine assoziative Verankerung von Musikstadt herbeigeführt werden kann. Durch das Fehlen ikonographischer Bezugspunkte – Stichwort Stardust –, die absolut authentisch sein müssen wird es für Städte meist schwer bleiben, das Label Musikstadt langfristig und nachhaltig zu etablieren. Allerdings scheint es tatsächlich einen Weg zu geben, sogar diese ikonographischen Bezugspunkte aktiv zu schaffen: Der Bau von (extravaganter) städtischen Musiktempeln. Sydney ist dafür das beste Beispiel: Die Oper ist *das* Bild der Stadt und macht allein dadurch Sydney schon ein wenig mehr zur Musikstadt als ohne die Oper bzw. ohne so ein spektakuläres Opernhaus. Weitere Beispiele sind die Oper in Oslo, die wie ein Eiskristall im Scheitel des Fjordes liegt oder natürlich die Hamburger Elbphilharmonie, auf die in späteren Kapiteln noch vertiefend eingegangen werden wird.

3 Musikstadt Hamburg: Portraits der Akteure

Im folgenden Kapitel werden die für diese Forschung über das *Making Of* der Musikstadt Hamburg zentralen Akteure vorgestellt. Diese sind aus einem Forschungs-sampling hervorgegangen, welches zum einen aufgrund des sehr diversitären Feldes im Kontext von Musik und Hamburg entstanden ist und möglichst viele – vermeintlich verschiedene – Perspektiven auf das Thema ermöglichen soll, zum anderen, da es sich um eine ethnographische Forschung handelt, auch Ergebnis von leichteren, schwereren, zufälligen oder verwehrteten Zugängen zum Feld ist. Die einzelnen Akteure lassen sich teilweise zu übergeordneten Akteursgruppen, wie zum Beispiel Akteure der Musikförderung, Akteure der Musikwirtschaft oder Akteure des Bereichs Clublandschaft zusammenfassen. Einige Akteure können auch nicht oder nur schwer getrennt voneinander betrachtet werden. So hängen in einigen Fällen beispielsweise ein Gebäude bzw. eine Spielstätte für Musik und die entsprechende Betriebs- oder Betreibergesellschaft des Hauses eng miteinander zusammen, was relativ schnell offensichtlich ist. Dennoch stellen sie jeweils einen einzelnen Akteur dar. Diese Unterscheidung ist wichtig, um zu verdeutlichen und zu verstehen, wie feingliedrig die Rollen im *Making Of* der Musikstadt Hamburg verteilt sind.

Bei den genannten Akteuren handelt es sich lediglich um eine Auswahl und dementsprechend um ein Forschungs-sample, das keineswegs einen Anspruch auf Vollständigkeit erhebt und keinesfalls allumfassend ist, für diese Forschung aber exemplarischen Charakter hat. Nur schwer gelingt die Abgrenzung zwischen einer auf Vollständigkeit in der Darstellung aller politischen Akteure und musikalischen Szenen beharrenden Haltung dem Feld gegenüber, und einer ethnografischen Forschung.¹¹⁴ Diese Haltung zeigte sich während der Forschung in informellen Gesprächen immer wieder, in der Forschungsliteratur genauso wie in den begleitenden universitär-institutionellen Programmen. Doch kann eine ethnografische, kulturalanthropologische Studie diese Vollständigkeit nicht erfüllen und hat dies auch nicht zum Ziel. Vielmehr interessieren die zum Zeitpunkt der Forschung aufscheinenden Ankerpunkte einer öffentlichen Diskussion, ihre historischen Vorgänger und Entwicklungen, die sich

¹¹⁴ Vgl. hierzu auch die Unterscheidung zwischen der aufzählend-darstellenden Forschungsliteratur und den Ethnografien, wie sie im Forschungsstand dargestellt wurde. Beide Formen der Literatur haben wichtige Impulse geliefert, während sich die eine Ausprägung jedoch eher der Erzählung einer Geschichte widmet und die Andere eher methodisch von Interesse ist.

bis in die Gegenwart fortsetzen. Darüber hinaus ergibt sich das Sample aus dem Material heraus und die Studie folgt im Anschluss daran diesen *Spuren*, die im Material gelegt wurden, so dass sich auf explorativ-exemplarische Weise dem Feld genähert werden kann. Die Forschung kann keine Erzählung über alle politischen Akteure, Musikszenen und historischen Vorläufer sein, die es in Hamburg gab oder gibt, sie hat vielmehr den Anspruch, den Begriff Musikstadt Hamburg greifbar zu machen und zu erläutern. Um dies zu erreichen, gruppiert sich das Sample immer um den Begriff Musikstadt und vernachlässigt in der Folge andere Akteure mit Bezug zu Musik in der Stadt, die aber im vorliegenden Material keine Erwähnung fanden und denen somit vom Feld selber keine Relevanz zugesprochen wurde.¹¹⁵

3.1 Musikpraktische Akteure

3.1.1 Klassische Musik in Hamburg

Elbphilharmonie

Die Elbphilharmonie in der HafenCity als Gebäude und die HamburgMusik gGmbH – Elbphilharmonie und Laeiszhalle Betriebsgesellschaft als Betreiber gehören ohne Frage zu den zentralen Akteuren, wenn es um das Thema Musikstadt Hamburg geht. Während ihrer zehnjährigen Bauzeit hat die Elbphilharmonie bereits vor ihrer offiziellen Eröffnung im Januar 2017 internationale Bekanntheit erlangt. Dass die Gründe für diese frühe Berühmtheit nicht nur die extravagante Architektur und die exponierte Lage an der Spitze des Kaiserkais, sondern vor allem die selten positiven Schlagzeilen in den Medien waren, dürfte allgemein bekannt sein. Dennoch oder gerade deshalb steht die Elbphilharmonie insbesondere bei Touristen weit oben auf dem Zettel der ‚must-sees‘ bei einem Hamburgbesuch. Auf der Internetseite der Hamburg Tourismus GmbH findet sich die Elbphilharmonie bei den

¹¹⁵ So nahm auch die Hamburg Marketing GmbH eine Rolle in der Weiterführung des Begriffes Musikstadt Hamburg ein, allerdings wurde sie von den Akteuren, die sich im Feld zum Zeitpunkt der Forschung aktiv an der Gestaltung des Begriffes Beteiligten, nicht erwähnt. Auch wenn die Bewerbung und Imagekampagnen rund um die Elbphilharmonie letztlich von der Hamburg Marketing GmbH beauftragt wurden, fand die Etablierung des Begriffes Musikstadt Hamburg deutlich früher statt und war zunächst ein politisches Instrument. Darüber hinaus hatte sich Hamburg Marketing zum Forschungszeitpunkt auch auf den Begriff der Musicalmetropole konzentriert und dadurch das Feld des Musikstadtbegriffs zunächst frei gelassen.

Sehenswürdigkeiten unter „Best of Hamburg“ nach Rathaus, Michel und Reeperbahn auf Platz vier.¹¹⁶ Dass diese Forschung ohne eine Berücksichtigung der Elbphilharmonie kaum vorstellbar ist, erscheint da selbstverständlich. Die Beobachtungen, welche Rolle das Konzerthaus, und gemeint ist das Gebäude, in der Forschung zum *Making Of* der Musikstadt Hamburg spielt, sind überaus spannend und vielversprechend: Kaum ein Interview, kaum ein informelles Gespräch oder kaum eine Podiumsdiskussion und kein Dossier, in dem der Bau nicht erwähnt wird. Das Konzerthaus ist zu präsent im kontroversen öffentlichen Diskurs und dadurch schlicht zu bekannt, um darüber hinweg zu sehen. Das weiß auch die Betriebsgesellschaft HamburgMusik gGmbH und formulierte 2015 diese Problematik so, dass die Stadt mit der Elbphilharmonie jetzt zwar eine super Marke habe – jeder kenne die Elbphilharmonie – noch aber würden die negativen Aspekte überwiegen, sodass für viele der Bau einfach nur etwas ganz Böses darstelle, das unheimlich viel Geld koste, welches an anderer Stelle fehlen werde.¹¹⁷ Dies werde sich aber mit der Zeit regeln, wie es mit allen großen Baudenkmalern weltweit geschehe. Wie sich mittlerweile gezeigt hat, bestätigte sich diese Vermutung und spätestens seit der Eröffnung ist das Gebäude nicht mehr das Millionengrab, sondern die Perle an der Elbe.¹¹⁸ Das eigentliche und auch weiterhin bestehende Problem der Betriebsgesellschaft ist aber, die Hülle für ihren Inhalt bekannt zu machen: „Wir wollen ja nicht als Baudenkmal wahrgenommen werden – auch, aber wir wollen auch durch die Musik wahrgenommen werden.“¹¹⁹ Ein interessanter Aspekt, denn schließlich hat die Elbphilharmonie als Gebäude während ihrer Bauzeit im Grunde nichts mit Musik zu tun gehabt und muss ab ihrer Eröffnung mit guten Inhalten sich erst einen Namen machen: „Wer weiß denn, was heute Abend in der Oper in Sydney gespielt wird? Niemand. Aber jeder auf der Welt kennt das Haus. [...] Wir wollen nicht, dass jeder die Elbphilharmonie kennt, und niemand weiß, ob darin Konzerte oder Oper oder Musicals gespielt werden.“¹²⁰

¹¹⁶ <http://www.hamburg-tourism.de/sehenswertes/> (abgerufen am 20.10.2016).

¹¹⁷ Vgl.: Philipp Stein, HamburgMusik gGmbH, S. 9.

¹¹⁸ Vgl.: Weihser, Rabea: Elbphilharmonie: Hamburg, deine Perle. In: ZEIT ONLINE, 12. Januar 2017. <http://www.zeit.de/kultur/musik/2017-01/elbphilharmonie-eroeffnung-konzertsaal-akustik-konzert/komplettansicht> (abgerufen am 12.01.2017)

¹¹⁹ Philipp Stein, HamburgMusik gGmbH, S. 9.

¹²⁰ Ebd. S. 9f.

Diese Unterscheidung zwischen der Elbphilharmonie als Gebäude und der Betriebsgesellschaft als Verantwortliche für den Inhalt, welcher den eigentlichen Musikbezug darstellt, wird auch so in diese Arbeit übernommen und, soweit möglich, Gebäude und Betriebsgesellschaft auch als getrennte Akteure betrachtet. Diese Unterscheidung muss dann entsprechend auch für die Laeishalle – vor der Fertigstellung der Elbphilharmonie der, neben der Staatsoper, zentrale Spielort Hamburgs für klassische Musik – vorgenommen werden. Hinzu kommt in beiden Fällen, dass neben Gebäude und Betriebsgesellschaft auch noch das jeweilige Residenzorchester zu betrachten ist: Im Fall der Laeishalle die Hamburger Symphoniker und im Fall der Elbphilharmonie das NDR-Sinfonieorchester (bzw. NDR-Elbphilharmonie-Sinfonieorchester) sowie das Residenz-Kammerorchester Ensemble Resonanz.

Bei der Auseinandersetzung mit dem Thema Musikstadt Hamburg hat die Elbphilharmonie eine enorme Präsenz. Selbst bei Themen, die in erster Linie gar nicht das Konzerthaus tangieren, wird auf sie Bezug genommen oder werden beispielsweise ihre Kosten ins Verhältnis gesetzt. Dies ist auch der Grund, warum die Elbphilharmonie hier als Musik-Ort besonders hervorgehoben wird. Sie spielt in den später formulierten und von vielen verschiedenen Akteuren konstruierten Versionen der Musikstadt immer wieder eine herausragende Rolle.¹²¹

Laeishalle

Vor dem Bau der Elbphilharmonie war die Laeishalle gut hundert Jahre lang – neben dem Stadttheater/Staatsoper Hamburg – der wichtigste Spielort für klassische Musik in Hamburg. Das Konzerthaus geht auf eine testamentarische Stiftung von Carl Heinrich Laeisz und seiner Frau Sophie Christine zurück.¹²² Erbaut wurde sie zwischen 1904 und 1908 am damaligen Holstenplatz, heute Johannes-Brahms-Platz, unter der Leitung der Architekten Martin Haller, der sich unter anderem bereits für das Hamburger Rathaus verantwortlich zeigen durfte, und Emil Meerwein. Haller und Meerwein hatten 1897/1898 bereits den Laeishof an der Trostbrücke für die Firma der Familie erbaut, weshalb zu vermuten ist, dass die beiden Architekten aufgrund dieser Verbindung zu den Laeisz' vom Senat den Auftrag für das Konzerthaus

¹²¹ Vgl. bspw.: Senat der Bürgerschaft der Freien und Hansestadt Hamburg: Drucksache 19/3697 „Musikstadt Hamburg“. 2009, S. 2; Handelskammer Hamburg (Hg.): Musikstadt Hamburg. Standpunkte. 2014, S. 3.

¹²² Zur Geschichte der Laeishalle siehe z.B.: Becher, Christoph (Hg.): 100 Jahre Laeishalle –Musikhalle Hamburg. Geschichte, Menschen, Sternstunden. Hamburg 2008.

erhielten. Zur Eröffnung am 04. Juni 1908 war die Laeiszhalle mit 1.897 Plätzen im großen (heute 2.017) und 555 Plätzen im kleinen Saal (heute 629) das größte und modernste Konzerthaus Deutschlands. Das Programm des Eröffnungskonzertes beinhaltete unter anderem die *Fest- und Gedenksprüche op. 109* für einen achtstimmigen Chor. Diese hatte der 1897 verstorbene Johannes Brahms 1889 als Dank für seine Ernennung zum Ehrenbürger der Stadt Hamburg dem damaligen Bürgermeister Dr. Carl Petersen gewidmet und auf diese Weise eng mit der Stadt Hamburg verknüpft.¹²³ Das Phänomen, dass die Baukosten mit insgesamt 2 Millionen Mark bis zur Eröffnung die veranschlagten 1,2 Millionen Mark bei weitem überstiegen, ist auch aus Konzerthausprojekten des 21. Jahrhunderts bestens bekannt und scheint deshalb nicht weiter auffällig. Der Unterschied zur Elbphilharmonie liegt allerdings darin, dass die Differenzsumme von Sophie Christine Laeisz mit einer weiteren großzügigen Spende beglichen wurde und nicht vom städtischen Haushalt aufgefangen werden musste.¹²⁴

Wurden zu Beginn sowohl Laeiszhalle als auch Musikhalle parallel als Bezeichnung für das Gebäude verwendet, so setzte sich im Verlauf des 20. Jahrhunderts der Name Musikhalle im allgemeinen Sprachgebrauch durch und wurde im Zuge der Umwandlung in einen Landesbetrieb der Freien und Hansestadt Hamburg 1996 als Musikhalle Hamburg auch international vermarktet. Mit der Rückbenennung im Jahr 2005 in Laeiszhalle, dieser Name ist auch in die Fassade über dem Hauptportal gemeißelt, sollte der Bezug zum Stifterpaar sowie zur hamburgischen Tradition bürgerlichen Engagements in Sachen Kulturförderung wiederhergestellt werden. Bedenkt man, dass sich zu dieser Zeit eine Elbphilharmonie schon in fortgeschrittener Planung befand, war dies eine Aktion vielleicht nicht ganz ohne Hintergedanken. Seit der Eröffnung der Elbphilharmonie sind die Hamburger Sinfoniker das Residenzorchester der Laeiszhalle.

Die HamburgMusik gGmbH – Elbphilharmonie und Laeiszhalle Betriebsgesellschaft

Als die HamburgMusik gGmbH 2007 als Betreiberin sowohl der Elbphilharmonie als auch der Laeiszhalle gegründet wurde, ging man noch davon aus, dass zwei Jahre später der Spielbetrieb in der Elbphilharmonie aufgenommen werden könnte. Im

¹²³ Vgl.: Gerhardt, Johannes: Die Laeiszhalle und ihre Stifter. In: Becher 2008, S. 16-19, hier S. 18.

¹²⁴Ebd. S. 17.

Jahr 2009 hatte die Betriebsgesellschaft dann zwar ein hervorragendes Programm auf die Beine gestellt, aber kein fertiges Haus, in dem die Konzerte hätten stattfinden können. Deshalb hat HamburgMusik, mehr oder weniger aus der Not heraus, angefangen andere Orte in der ganzen Stadt mit ihren Elbphilharmoniekonzerten zu bespielen. Laut der Betriebsgesellschaft ist aus dieser Not ein äußerst nachhaltiges Musikvermittlungskonzept entstanden, welches zum einen versucht hat, die Konzerte dorthin zu bringen, wo die Menschen sind: „Wir müssen ganz Hamburg mitnehmen, um die Elbphilharmonie zu füllen. [...] Es hat keinen Sinn Familien mit Babys eineinhalb Stunden mit der U-Bahn durch die Stadt fahren zu lassen, um dann eine Dreiviertelstunde Konzert anzuhören und dann wieder eineinhalb Stunden zurückzufahren. Man muss das Konzert dorthin bringen, wo die Leute sind.“¹²⁵ Zum anderen wurde die Gunst der Stunde genutzt um die klassische Musik aus ihren angestammten Räumen herauszuholen und in neue Gefilde zu entführen: „Es gibt in Hamburg so tolle Locations, die so großartig sind, um Konzerte zu veranstalten, wo es so furchtbar schade wäre, wenn man die nicht auch als Konzertveranstalter, der ja zwar ein eigenes Haus hat und auch eine tolle Baustelle[...]“¹²⁶ bespielen würde. Mittlerweile ist die Elbphilharmonie eröffnet, der Spielbetrieb läuft und die HamburgMusik gGmbH geht ihrer eigentlichen Bestimmung nach, in dem sie an der Ausarbeitung der musikalischen Inhalte des Hauses arbeitet. Die gut sieben Jahre der nicht in der Elbphilharmonie stattgefundenen Elbphilharmoniekonzerte waren aus heutiger Perspektive aber sicher eine gut investierte oder besser noch eine ideal genutzte Zeit. Durch Konzerte beispielsweise im Bürgerhaus Wilhelmsburg oder im Mojo-Club konnte ein Publikum erreicht werden, welches sonst nicht zum angestammten Publikum klassischer Konzerte gehörte und nicht zwangsläufig den Zugang zu dieser Art von Musik oder zur Elbphilharmonie oder zur Laeishalle gefunden hätte. Vor allem aber konnte so während der Bauzeit des Hauses gewährleistet werden, dass das Wort Elbphilharmonie nicht nur in der negativen Berichterstattung über die Baustelle in den Medien auftauchte, sondern ebenfalls im Zusammenhang mit einem anspruchsvollen und vielseitigen Konzertprogramm genannt wurde. Rückblickend konnte die HamburgMusik gGmbH die Zeit ohne Gebäude relativ erfolgreich meistern. Sie profitierte aber auch, gerade gegen Ende der

¹²⁵ Philipp Stein, HamburgMusik gGmbH, S. 8.

¹²⁶ Ebd.

Bauphase, von einem, von der Hamburger Agentur Jung von Matt entwickelten, exzellenten Kommunikationskonzept, welches mitverantwortlich dafür war, dass zur Eröffnung des Hauses hin eine regelrechte Elbphilharmonie-Euphorie in Hamburg entstand.¹²⁷



Abbildung 5: Werbebanner der Elbphilharmonie am Blohm+Voss Dock im Juli 2016 / Foto: S.K.

Neben Elbphilharmonie, Laeishalle und der HamburgMusik gmbH spielt, was den klassischen Musiksektor angeht, die Staatsoper Hamburg mit dem Philharmonischen Staatsorchester Hamburg eine wichtige Rolle. Ebenso das Ballett um John Neumeier und diverse Ensembles. Bedingt durch das Forschungssample finden diese Akteure jedoch nur geringe Beachtung in dieser Arbeit.

¹²⁷ Abbildung 5 zeigt ein Beispiel der exzellenten Imagekampagne von Jung von Matt für die Elbphilharmonie. Mit Hang zur Selbstironie und Witz wurde die Elbphilharmonie im Jahr vor ihrer Fertigstellung als sympathischer neuer Mitbewohner der Stadt vermittelt. In diesem Fall wird darauf hingewiesen, dass die Elbphilharmonie nun endlich dort ist, wo sie so lange entstand, nämlich in Blickrichtung links neben den Docks (Da, da, da, daaaaaa). Gleichzeitig wird auf den Inhalt der Elbphilharmonie angespielt: Durch die Rahmung des Hinweises „Da, da, da, daaaaaa“ durch drei Achtel-Noten auf der linken Seite und einer Halben-Note auch der rechten, entsteht bei den Betrachterinnen und Betrachtern des Werbebanners sofort die Assoziation mit dem Anfangsmotiv des ersten Satzes aus Beethovens 5. Sinfonie.

3.1.2 Musicals

Neben der Elbphilharmonie gibt es einen zweiten ‚Big Player‘ in der gegenwärtigen (öffentlichen) Wahrnehmung dessen, was die Musikstadt Hamburg sein soll. Dies sind ohne Frage die Musicals. In informellen Gesprächen oder auch beim Austausch mit Kolleginnen und Freunden sind sie meist eine der ersten Assoziationen des Gegenübers zum Thema Musikstadt. Nicht selten wird aus dieser Musikstadt dann eine Musicalstadt oder, wie auf der Internetpräsenz der Hamburg Marketing GmbH zu entdecken ist, die „Musicalmetropole Hamburg“¹²⁸. Aus historischer Perspektive ergibt das auch durchaus Sinn, denn das leichte Sujet, welches die Musicals bedienen, hat in Hamburg und besonders auf St. Pauli Tradition. Spätestens seit dem letzten Drittel des 19. Jahrhunderts gab es rund um den Spielbudenplatz und die Reeperbahn einen regelrechten Boom von Operetten und Varieté-Theatern. Zu erwähnen wäre hier beispielsweise die *Fledermaus* von Johann Strauss, welche 1874 im Carl-Schultze-Theater Premiere feierte und eine große Zeit für die leichte Muse einläutete.¹²⁹ Diese, von Musikkritikern gern belächelte¹³⁰ Kunstform war, gerade im Gegensatz zur Oper oder zum klassischen Konzert, dabei für die Betreiber der Spielstätten stets wirtschaftlich attraktiv. Dies ist mit ein Grund, warum sich Mitte des 19. Jahrhunderts auch in den Programmen des Stadttheaters an der Dammtorstraße (heutige Staatsoper Hamburg) zahlreiche Operetten und Operettchen finden lassen¹³¹ – das Sujet fand zu allen Zeiten großen Anklang beim Publikum. Mit Ausnahme der Jahre 1933-1945 gibt es eine grundlegende Kontinuität des Genres in Hamburg. Ab den 1980er Jahren hatten sich allerdings die Dimensionen etwas geändert: Operette und Varieté hieß nun Musical und der wirtschaftliche Aspekt der Unternehmungen war nicht mehr zu übersehen. Die Stella AG brachte mit *Cats* 1986 Andrew Lloyd Webbers Erfolgsmusical in die Stadt und etablierte das moderne Musiktheater, einhergehend mit neuen Ticketvertriebswegen und enormen Marketingaufwand, dauerhaft.¹³²

¹²⁸ <https://marketing.hamburg.de/musical-metropole.html> (abgerufen am 27.10.2016)

¹²⁹ Vgl.: Möhring, Paul: Das andere St. Pauli. Hamburg 1965, S. 52.

¹³⁰ Vgl.: Ebd.

¹³¹ Vgl.: Ebd. S.53.

¹³² Vgl.: Müller-Wesemann, Barbara (Hg.): Hamburger Theaterführer. Was für ein Theater... Hamburg 1997, S. 106f.

Die gegenwärtig dominierende Kraft im Musical-Segment in Hamburg ist in allerster Linie Stage-Entertainment. Mit etwas Abstand und in Hamburg noch nicht so lange auf dem Musical-Parkett vertreten ist Mehr!-Entertainment, beide Unternehmen werden im Folgenden kurz vorgestellt. Ähnlich wie es sich mit der Elbphilharmonie, der Laeishalle und der HamburgMusik gGmbH verhält, sind auch die Spielorte der Musical-Unternehmen als Akteure zu verstehen, und werden ebenfalls kurz vorgestellt.

Stage-Entertainment (und seine Häuser in Hamburg)

Die Stage Entertainment GmbH ist ein inhabergeführtes Unternehmen des Niederländers Joop van den Ende. Die Firma produziert und entwickelt Musicals in eigenen Theaterräumlichkeiten. In ganz Deutschland sind es mittlerweile 12, weltweit sogar 24 (Stand 2016). Entsprechend macht der deutsche Teil der Aktivitäten des Unternehmens auch circa die Hälfte des Umsatzes, die Hälfte der Besucherzahlen und die Hälfte des Gewinns aus. Innerhalb dieses wichtigsten Unternehmensteils ist Hamburg mit Abstand der wichtigste Standort.¹³³ Stage unterhält hier vier große Theater: Die *Neue Flora* am S-Bahn-Bahnhof Holstenstraße, das *Operettenhaus* am Spielbudenplatz, sowie das *Theater im Hafen* und das *Theater an der Elbe* am *Musical-Boulevard* in Steinwerder gegenüber der St. Pauli Landungsbrücken, profitiert aber nach eigenen Angaben auch von einer „sehr lebendigen Musicalszene“¹³⁴ durch kleinere Betreiber und kleinere Produzenten. In den Theatern finden sogenannte *Ensuite-Produktionen* statt. Das heißt, dass in einer Spielstätte, teilweise sogar über mehrere Jahre, immer das gleiche Stück aufgeführt wird. Das beste Beispiel dafür ist das Musical *Der König der Löwen*, welches seit 2001 ununterbrochen im *Theater im Hafen* gezeigt wird. Mit Ausnahme des *Operettenhauses*, welches auf den bereits 1841 eröffneten *Circus Gymnasticus* zurückgeht,¹³⁵ wurden alle Spielstätten von Stage extra neu errichtet um Musicals zu beherbergen – nicht immer von Stage selbst, sondern gegebenenfalls von ihren Vorgängerinnen – immer aber wurden sie als Musicaltheater geplant und gebaut.

¹³³ Vgl.: Stephan Jaekel, *STAGE-Entertainment*, S. 1

¹³⁴ Ebd.

¹³⁵ Vgl.: Zentrum für Theaterforschung der Universität Hamburg (Hg.): *Theaterstadt Hamburg. Schauspiel, Oper, Tanz. Geschichte und Gegenwart*. Reinbek bei Hamburg 1989, S. 82.

Der älteste Spielort, das eben erwähnte *Operettenhaus*, kann durchaus als eine der Wiegen dieser Theater- oder Musikform in Hamburg gelten: Seit der Zeit des großen Operetten- und Revue-Booms auf St. Pauli zu Beginn des 20. Jahrhunderts beherbergt das 1904 in Neues Operetten-Theater umbenannte Gebäude am Spielbudenplatz dieses (leichte) Sujet.¹³⁶ Die Architektur des heutigen Operettenhauses verrät uns, dass es keine bauliche sondern nur eine örtliche Kontinuität des Spielortes gibt: Im März 1945 wurde das Haus durch Brandbomben zerstört.¹³⁷ Dennoch kann der nach dem Zweiten Weltkrieg wiedererrichtete Spielort als direkter Vorläufer des heutigen Operettenhauses gelten.

Das zur Bauzeit am kontroversesten diskutierte Theater von Stage ist die 1990 eröffnete *Neue Flora*: Aufgrund des Erfolges des Musicals *Cats*, welches ab Mitte der 1980 Jahre im *Operettenhaus* aufgeführt wurde, wollte der damalige Betreiber, die Stella AG, mit dem *Phantom der Oper* ein weiteres Musical in Hamburg auf die Bühne bringen. Die Stadt war bereit, dem Unternehmen das marode Floratheater am Schulterblatt 71 zu überlassen, was aber zu heftigen Protesten der lokalen Bewohner und schließlich zur bis heute andauernden Besetzung des Gebäudes (seitdem bekannt als Rote Flora) führte. Schließlich wurde an der Stresemannstraße ein neuer Standort für den Bau eines neuen Theaters gefunden – aber weiterhin begleitet von Protesten.¹³⁸ Ein Grund für die Proteste war, neben anderen, die ökonomisch orientierte Ausrichtung des Vorhabens: Die vermeintliche Kunst wurde von Stella zum Produkt erklärt, die Ziele des Unternehmens waren Ertragsoptimierung, Expansion und Marktführerschaft.¹³⁹ Begriffe, die von den stark linkspolitisch engagierten Bewohnern des Hamburger Schanzenviertels nicht akzeptiert wurden und die zu den genannten Protesten führten.¹⁴⁰

Das 1994 als Buddy Musicaltheater errichtete *Theater im Hafen* beherbergte zunächst das Musical *Buddy* mit der Geschichte des Rock'n'Roll Musikers Buddy Holly und war zu Betriebsbeginn noch deutlich schlichter und einfacher in der

¹³⁶ Vgl.: Zentrum für Theaterforschung der Universität Hamburg 1989, S. 123.

¹³⁷ Vgl.: Möhring, Paul: Von der Centralhalle zum Operettenhaus. 1864-1944. Manuskript. Hamburg ca. 1955, S. 79.

¹³⁸ Vgl.: Ebd.: S. 190.

¹³⁹ Vgl.: Müller-Wesemann 1997, S. 108.

¹⁴⁰ Ergänzend muss hier erwähnt werden, dass sich heute, nahezu 30 Jahre nach den Konflikten um die (Rote) Flora, die Proteste weiter fortsetzen. Jedoch nicht mehr auf Basis der damals geplanten Musicalproduktion. Vielmehr ist die Rote Flora zum Zentrum des linkspolitischen Protestes in Hamburg geworden, in der sehr vielseitige Themen ausgehandelt werden. Das Thema Kulturkonsum durch Musicals ist dabei stark in den Hintergrund getreten.

Bauausführung als es heute ist. Nach der Übernahme der Spielstätte durch Stage Entertainment 2001 wurden etliche Erweiterungen und Verfestigungen an der Zeltkonstruktion vorgenommen, um das Gebäude langfristig als Spielstätte zu nutzen, was zur Zeit der Errichtung nicht geplant war.

Die jüngste Spielstätte von Stage Entertainment ist das im November 2014 mit großem Marketingaufwand, viel Prominenz und enormer Medienpräsenz eröffnete *Theater an der Elbe*, welches zunächst das Musical *Das Wunder von Bern* beherbergte. Es verkörpert die Kontinuität eines enormen wirtschaftlichen Erfolgs der Musicalbranche in Hamburg.

Die Theater von Stage Entertainment, insbesondere die beiden im Hafen gegenüber der St. Pauli-Landungsbrücken gelegenen, nehmen auch für die Wahrnehmung des Stadtraums eine interessante Rolle ein. Sie gehören zu den wirklich sichtbaren Elementen des Werdens oder besser des Machens einer Musikstadt Hamburg.

Mehr!-Entertainment (und das Mehr!-Theater am Großmarkt)

Die Mehr!-Entertainment GmbH spielt, was die Musicals angeht und wie oben bereits angedeutet, in Hamburg eine nicht ganz so große Rolle wie Stage Entertainment. Dies liegt neben der Tatsache, dass es erst seit Anfang 2015 das Mehr!-Theater am Großmarkt gibt und dieses auch die einzige Spielstätte von Mehr! in Hamburg ist, vor allem daran, dass hier im Gegensatz zu Stage nicht ausschließlich bzw. eigentlich gar keine Ensuite-Produktionen stattfinden, sondern es sich um ein reines Gastspieltheater handelt. Diese Gastspiele können auch mal länger andauern und ein Musical gastiert dann mehrere Wochen oder sogar wenige Monate, Beispiele dafür sind die Überführung des Films *Dirty Dancing* in das gleichnamige Musical im Frühjahr 2015 oder *Elisabeth* Anfang 2016, ein Musical über die sagenumwobene österreichische Prinzessin Sissi. Dennoch ist es, vor allem was die Marketingstrategien angeht, konzeptionell nicht mit den Stage-Theatern zu vergleichen.

Ein weiterer Unterschied zu Stage ist die Sichtbarkeit der Spielstätte: Das *mehr!-Theater am Großmarkt* ist in die denkmalgeschützten Hallen des Hamburger Großmarktes im Stadtteil Hammerbrook integriert. Aufgrund des Denkmalschutzes sind an den Hallen weder außen noch innen bauliche Veränderungen zulässig gewesen. Das Theater ist dementsprechend ohne eine einzige verankerte Schraube in das mittlere der drei wellenartigen Hallenschiffe hineingesetzt. Von außen ist es, abgesehen von einem Verkehrsleitschild über der Einfahrt zum Großmarktgelände so

gut wie unsichtbar. Interessant ist aber der Punkt, dass durch den Theaterbau der Großmarkt das erste Mal überhaupt für jede und jeden zugänglich geworden ist. Zuvor war das gesamte Gelände handelnden, einkaufenden und Logistik treibenden Personen mit entsprechender Großhandelslizenz vorbehalten.

Neben diesen beiden Unternehmen gibt es auch noch einige weitere, kleinere Musical-Spielorte und Betreiber. Beispielsweise finden im St. Pauli-Theater wiederkehrend Musicalproduktionen statt (wie z.B. *Linie S1* im Jahr 2015) oder das seit 2003 sehr erfolgreich laufende Musical *Heiße Ecke* im Schmidts Tivoli. Solche Produktionen stehen noch eher in der Tradition der Operetten und Varietés auf St. Pauli, als die stark ökonomisierten Hochglanzmusicals von Stage und Mehr!. Für die Betrachtung der Musicals in Bezug auf das *Making Of* einer Musikstadt sind aber alle Musicalausformungen von Interesse, wenn auch von unterschiedlicher Relevanz.

Die in diesem Abschnitt gewählten Beispiele dienen dazu, die Imagearbeit der Musicalproduzenten an der Musikstadt Hamburg nachvollziehbar zu machen. Auch wenn deren Arbeit keine politisch motivierte ist, setzt sie dennoch an einer ähnlicher Stelle an: Aus der Stadt Hamburg einen wirtschaftlich und touristisch attraktiven Ort gestalten zu wollen.

3.1.3 Clubs und Clublandschaft

Wenn die Hamburger Musiklandschaft etwas hat, das unbedingt hervorzuheben ist, dann gehört mit Sicherheit die Musikclublandschaft der Stadt dazu. Insbesondere ist hier die enorme Konzentration auf wenige Stadtteile zu nennen, wodurch zwischen Altona und Neustadt eine außergewöhnliche Clubdichte entsteht. Diese räumliche Nähe der Clubs zueinander ist auch ein Grund, warum viele der Clubs untereinander gut vernetzt und sehr gut organisiert sind. Als Interessenverband der Clubbetreiber, der Veranstalter, der Booker und der Agenturen Hamburgs sieht sich der *Clubkombinat Hamburg e.V.* als eine Schnittstelle zwischen kreativ Schaffenden der Subkulturen und etablierten Clubs, sowie als Sprachrohr seiner Mitglieder gegenüber Wirtschaft, Politik sowie weiteren offiziellen Gremien der Stadt. Das Clubkombinat sieht die besondere Stärke Hamburgs in der Vielfalt seiner Clubs und versucht diese zu

erhalten und zu fördern. Bei wichtigen Themen, wie beispielsweise dem Umgang mit der Gesellschaft für musikalische Aufführungs- und mechanische Vervielfältigungsrechte, besser bekannt unter ihrem Kürzel GEMA, oder der Künstlersozialkasse (KSK), aber auch bei vermeintlich simplen Fragen wie der Plakatierung im öffentlichen und semi-öffentlichen Raum steht das Clubkombinat den Clubs beratend zur Seite und kümmert sich darüber hinaus um Medienpartnerschaften, Networking und leistet wertvolle Lobbyarbeit. Mit Blick auf das konkrete Thema Musikstadt ist interessant, dass diese das ganz explizit formulierte Ziel des Clubkombinats ist: Es hat einen Maßnahmenkatalog mit dem Titel „Meilensteine auf dem Weg zur Musikstadt“¹⁴¹ veröffentlicht, aus dem in sieben Punkten deren Vision, oder besser Vision, einer Musikstadt abzuleiten ist.

Aber nicht nur das Clubkombinat als Kollektiv, sondern auch die Clubs im Einzelnen sind Akteure im Feld. Hier sind es dann doch die etwas Bekannteren, die im Diskurs zur Musikstadt besonders laut zu hören sind. Vorneweg das *Molotow* und der *Golden Pudel Club*, mit denen auch immer eine Diskussion um Kampf um Raum einhergeht. Aber auch weniger präsente Clubs wie das *Golem*¹⁴² oder das *Logo* sind interessante Akteure bei der Konstruktion einer Musikstadt. Und ist von Clubs die Rede, so darf auch das bekannte Clubfestival der Stadt, das *Reeperbahnfestival* nicht fehlen. Anfänglich von der Stadt mit Skepsis betrachtet, ist es nach über einem Jahrzehnt erfolgreicher Festivals fester Bestandteil im Jahreskalender – auch der Behörde für Kultur und Medien – und wird mittlerweile gerne als Aushängeschild für Hamburger Populärmusikkultur verwendet.¹⁴³ Ebenso ist der Kongress-Charakter des Festivals nicht zu unterschätzen, was die Wahrnehmung Hamburgs als Musikstandort angeht. Und nicht zuletzt spielen – vor allem die großen – Konzertagenturen, wie *FKP Scorpio* oder *Karsten Jahnke* eine Schlüsselrolle. Denn letztendlich entscheiden sie mit darüber, was auf Hamburgs Bühnen zu sehen ist und was nicht. Dies muss nicht unbedingt aktiv geschehen, in dem sie Künstler in die Clubs buchen, es kann auch

¹⁴¹ Clubkombinat Hamburg e.V.: Meilensteine auf dem Weg zur Musikstadt. Hamburg 2017. Online-Quelle: http://neu.clubkombinat.de/tl_files/clubkombinat/pdf/Massnahmenkatalog_MusikstadtHH.pdf (abgerufen am 13.01.2017)

¹⁴² Das Golem spielte während der Recherche und Materialerhebung dieser Studie eine wichtige Rolle innerhalb der Hamburger Clubszene, ist zum Zeitpunkt des Verfassens der Studie jedoch bereits geschlossen – ein weiterer Hinweis auf die Kurzlebigkeit und Angreifbarkeit von Clubkultur in der Stadt.

¹⁴³ Diese Anerkennung bildet sich auch auf bundespolitischer Ebene ab. So wurde im Sommer 2018 eine große Summe vom Haushaltsausschuss des Bundestages für die mittelfristige Förderung des Reeperbahnfestivals in einem 5-Jahres-Horizont bewilligt.

passiv durch Band-Buchungen auf den großen Festivals der Agenturen in den sehr großen geographischen Bezügen durch räumliche und zeitliche Sperrklauseln passieren. Näheres dazu in den Kapiteln zur musikpraktischen Version der Musikstadt Hamburg.

3.1.4 Musiker, Musikerinnen und Bands als Einzelakteure

Vielleicht ist es etwas verwunderlich, dass die vermeintlich wichtigen Akteure einer Musikstadt – die Musiker und Musikerinnen – hier in einem von vielen Unterkapiteln an hinterer Stelle behandelt werden. Wenn man sich aber an dieser Stelle noch einmal vor Augen führt, dass es nicht in erster Linie darum geht, was alles zu einer Musikstadt gehört – da wären die Musiker sicherlich ganz weit vorne – sondern darum, wer die Konstruktion dieses Stadtlabers prägt, wer es vorantreibt und wie die jeweiligen Vorstellungen dieser Konstruktionen aussehen, sich überschneiden oder voneinander abgrenzen, dann sind die Musiker und Musikerinnen auf einmal erst nachrangig zu nennen. Denn diese gehen nicht auf die Bühne und sagen ‚Yeah! Ich bin die Musikstadt Hamburg!‘. Die Künstlerinnen und Künstler haben in erster Linie ihre eigene Marke und ihre Musik im Blick. Für sie ist es wichtig ein eigenständiges Profil zu entwickeln. Musikalisch, aber auch in ihrem Auftreten – ob auf der Bühne, in ihrer ganzheitlichen Vermarktung oder in den sozialen Netzwerken.

Dennoch ist das Gespräch mit den Musikerinnen und Musikern dieser Stadt über die Thematik Musikstadt Hamburg durchaus interessant und für das Forschungsthema gewinnbringend. Denn wie auch immer die Bestrebungen der Fördervereine, der Interessensgemeinschaften oder der Politik geartet sein mögen, das Label Musikstadt Hamburg wird von den Musikerinnen und Musikern begrüßt, und zwar genreübergreifend und auch in Szenen, in denen man dies nicht unbedingt erwartet. Eine positive Entwicklung der Musikinfrastrukturen einer Stadt ist zu essentiell, um als kleiner oder mittelgroßer Künstler von der Musik leben zu können. So sind spannende Gespräche mit Musikerinnen und Musikern unterschiedlichster Bereiche entstanden: Ob junge Indie-Rock Künstler wie *Nico Cham*, Frontmann von *Fuck Art*, *Let's Dance!*, die sich ihren Lebensunterhalt zwar im Molotow verdienen, jedoch hauptsächlich hinter dem Tresen, erfahrenere Berufsmusiker wie *Thomas Burhorn*, der mit seinem genresprengenden Projekt *MEUTE* zur Zeit extrem erfolgreich ist

oder auch in Hamburg ansässige, aber international operierende DJs wie *Phuong Dan*, der, wenn er in Hamburg auflegt, meist in den Experimentierstätten Pudel oder Kampnagel zu hören ist, sie alle sagen: „Ja, Musikstadt Hamburg, das ist gut für uns!“¹⁴⁴

3.1.5 Musikmedien

Zu den musikpraktischen Akteuren sollten auch die Medien, über die die Musik schließlich die Hörerinnen und Hörer erreicht, gezählt werden. Die Labels beispielsweise sind, auch zusammen mit Studios, etc., zum einen Teil der für die Musikerinnen und Musiker wichtigen Infrastruktur, zum anderen eignen gerade diese sich ideal als Merkmal einer Musikstadt: Nur, wenn die Musik auch wirklich in Hamburg produziert, aufgenommen und aus Hamburg heraus vertrieben wird, kommt die Musik auch wirklich aus Hamburg. Dass der Künstler, die Künstlerin zwar aus Hamburg kommt, zum Aufnehmen aber nach Berlin fährt, ist für den Anspruch an eine Musikstadt keine Option und wirkt geradezu unauthentisch, weshalb diese Praxis unbedingt vermieden werden sollte. So werden Labels und Studios, vor allem von den Interessenverbänden, zu gern gesehenen Akteuren einer Musikstadt.

Und auch das vermeintlich veraltete Medium Radio gilt es als Akteur im Feld der Musikstadt zu berücksichtigen. Allerdings sollte man sich auf diejenigen Radiosender beschränken, die wirklich versuchen, ein redaktionelles Muskradio zu sein und in ihrem Musikprogramm auch einen klaren Hamburg-Bezug aufweisen. Im Einzelnen sind das der Sender *917 X-FM* und der überwiegend webbasierte Sender *Byte FM*. Beide – teilweise sogar in Kooperation, denn *Byte FM* ist abends zwischen 19 und 22 Uhr auf der Frequenz von 91.7 UKW zu hören – vermitteln ihren Hörerinnen ihre ganz spezifische Version einer Musikstadt. Und zwar sowohl musikalisch, durch einen Schwerpunkt von Musik aus Hamburg, als auch durch das nichtmusikalische Programm, mit Konzertempfehlungen oder auch Sendungen wie beispielsweise der ‚917 Gaststätte‘, in der Personen des Hamburger Musiklebens regelmäßig zum

¹⁴⁴ Dieses Statement trat in einer Vielzahl an informellen Gesprächen mit Musikerinnen und Musikern in unterschiedlicher Form immer wieder auf.

Interview geladen werden. Ohne Frage nehmen diese Akteure Einfluss auf die Vorstellungen von Musikstadt Hamburg.

3.2 Nicht musikpraktische Akteure

3.2.1 Musikförderung – Politik

Senat der Freien und Hansestadt Hamburg & Behörde für Kultur und Medien

Diese Dissertation würde es ohne die Entscheidung des Senats der Freien und Hansestadt Hamburg, dass diese Stadt jetzt Musikstadt werde, in der Form wahrscheinlich überhaupt nicht geben. Denn der Anlass für die Stadt Hamburg, sich überhaupt mit diesem Anliegen zu beschäftigen, ist ein Senatsbeschluss in der 19. Wahlperiode im Jahr 2009 der Hamburgischen Bürgerschaft, der sich zum Ziel setzt „die ‚Musikstadt Hamburg‘ [...] als übergreifendes Schwerpunktthema stärker auszubauen.“¹⁴⁵ Mit Sicherheit geschah dies auch vor dem Hintergrund des Baus der Elbphilharmonie, der aufgrund stetig gestiegener Kosten zunehmenden Legitimationsbedarf mit sich brachte, und ist somit eine nicht nur kulturpolitische Entscheidung. Der Senat und die ihm untergeordnete Behörde für Kultur und Medien haben seitdem immer wieder durch Beschlüsse oder durch Drucksachen die politische Richtung beim *Making Of* der Musikstadt Hamburg vorgegeben, und ziemlich klar eine „geplante Version“¹⁴⁶ der Musikstadt gezeichnet. Insbesondere die Drucksache 19/3697 vom 28. Juli 2009, eine 28 Seiten starke Mitteilung des Senats an die Bürgerschaft mit eben jenem Titel „Musikstadt Hamburg“, ist dabei hervorzuheben. Zur Rolle der Behörde für Kultur und Medien ist ergänzend zu erwähnen, dass diese sich auch dadurch charakterisieren lässt, dass sie zum Teil sehr starken Einfluss auf die anderen Akteure des *Making Of* der Musikstadt nimmt. Dies ist nicht weiter verwunderlich – letztendlich ist das ihre Aufgabe – dennoch muss dies bedacht werden.

¹⁴⁵ Senat der Bürgerschaft der Freien und Hansestadt Hamburg: Drucksache 19/3697 „Musikstadt Hamburg“. Hamburg 2009, S. 2.

¹⁴⁶ Den Begriff der geplanten Version führe ich in Kapitel 4.2 ein.

RockCity e.V. – Zentrum für Populärmusik

Wer sich nicht dem Gestalten der popularmusikalischen Praxis in Hamburg auseinandersetzt, dem dürfte der Verein RockCity weitgehend unbekannt sein. Es ist ein Akteur im Hintergrund – ein Förderverein, der hinter den Konzerten junger, lokaler Künstler, hinter kleinen Labels und damit auch hinter den Veröffentlichungen junger lokaler Künstler bei kleinen Labels steht. Denn gerade für das oft so wichtige Aufbauen eines Netzwerks innerhalb der Branche bietet RockCity wichtige Plattformen. Der Verein existiert bereits seit 1987 und ist damit einer der ältesten und erfahrensten Institutionen im Bereich der Populärmusikförderung. Die finanzielle Hauptträgerschaft von RockCity liegt zwar bei der Behörde für Kultur und Medien und damit auf städtischer Seite, ursprünglich ist der Verein jedoch aus den popmusikalischen Szenen heraus, sozusagen „von unten“ gegründet worden (auf Betreiben der Grünen-Fraktion im Senat in enger Kooperation mit der Behörde für Kultur und Medien), weil es Ende der 1980er keine Infrastruktur zum Überleben als Musiker in Hamburg gab, weshalb RockCity heute eine recht hohe Anerkennung in den Musikszenen genießt. Die notwendige und geforderte Infrastruktur bietet RockCity: Mittels verschiedener Formate, wie beispielsweise *Operation Ton*, einer Art lokaler Populärmusikkongress oder das Musik-Mentoring-Programm *Doppelkopf*, werden Schnittstellen in der Musikwirtschaft geschaffen, von denen die rund 2.500 Mitglieder von RockCity profitieren sollen. Weitere Veranstaltungsformate sind das jährlich im Rahmen des Reeperbahnfestivals stattfindende Popfrühstück oder die Initiierung des Hamburger Musikerpreises *Krach+Getöse*, insgesamt sind es rund 35 Veranstaltungen im Jahr. Zu den Kernaufgaben von RockCity gehört aber vor allem das Beraten von Musikerinnen und Musikern. An dieser Stelle muss ebenfalls erwähnt werden, wer eigentlich RockCity ist: Andrea Rothaug ist seit 2003 Geschäftsführerin von RockCity und personifiziert den Verein, gibt ihm ein in der Hamburger Szene prominentes Gesicht. Jährlich berät sie rund 500 Musikerinnen und Musiker beim Einstieg in das Musikbusiness. Es sind auf den ersten Blick relativ simple, in der Umsetzung jedoch recht komplexe Fragen: Als Künstler eine Song-Idee zu haben ist eine kreative Leistung, die ebenfalls geschult werden kann. Der Verein berät hingegen in praktischen und organisatorischen Bereichen: Wie bekommt jemand etwas von dieser Idee mit, wie gelangt sie zu iTunes, zu Spotify, wie gelangt sie auf die Bühne? Welche rechtlichen Rahmenbedingungen müssen bedacht werden? Wie lässt sich Musik vermarkten? Diese Fragen berühren Aspekte des Musikerdaseins,

von denen der Konsument nicht viel mitbekommt: Der Umgang mit Verwertungsgesellschaften, mit Verlagen, Labels, Promotion-Agenturen, Fragen des Selbst-Marketings (vor allem über Social Media Kanäle) und dem Booking der Clubs in der Stadt: „Es funktioniert eben nicht, dass ich in Wacken anrufe und sage ‚ich will hier mal kurz spielen, ich hab eine geile Hard-Metal-Band‘ und jetzt geht es los.“¹⁴⁷ In diesem Differenzraum operiert RockCity.

Landesmusikrat in der Freien und Hansestadt Hamburg e.V.

Die Organisationseinheit, die sehr viele der in Hamburg aktiv mit Musik befassten Verbände, Organisationen, Vereine und Institutionen übergeordnet vertritt, ist der *Landesmusikrat in der Freien und Hansestadt Hamburg e.V.* Insgesamt hat er über 100 Mitglieder aus allen Sparten des musikkulturellen Schaffens. Das Spektrum reicht dabei vom Arbeitskreis für Schulmusik e.V., dem Deutschen Rock & Pop Musikerverband e.V. und dem Veranstaltungs- und Kulturzentrum Fabrik in Altona über die Staatliche Jugendmusikschule Hamburg, das Philharmonisches Staatsorchester Hamburg und die NDR Bigband, weiter zum Musikerverband Hamburg e.V., dem Bürgerhaus Wilhelmsburg und der Johannes-Brahms-Gesellschaft bis zur Jazz Federation Hamburg, dem Deutschen Komponistenverband e.V. oder der Hochschule für Musik und Theater Hamburg (HfMT). Diese Auflistung soll dazu dienen annähernd einen Eindruck von der Tragweite dieses Gremiums zu erhalten. Auch die bereits hier vorgestellten Akteure RockCity e.V. und die HamburgMusik gGmbH sind Mitglieder im Landesmusikrat. Seine Kernaufgaben sieht er in der Förderung des musikalischen Erbes der Stadt und der Musikschaffenden aller Sparten. „Er setzt sich dafür ein, dass die Musikkultur in Hamburg in all ihren Erscheinungsformen die für ihren Erhalt und ihre Weiterentwicklung nötige Beachtung und Unterstützung erfährt.“¹⁴⁸ Für diese Forschung ist der Landesmusikrat deshalb so interessant, weil er sich aktiv und explizit mit dem Thema Musikstadt Hamburg auseinandersetzt und nicht nur am Diskurs zu diesem Themenkomplex teilnimmt, sondern ihn aktiv mitgestaltet und mitbestimmt. Wichtigstes Produkt des Landesmusikrats im Zuge dieses Diskurses ist das Standpunktepapier „Musikstadt Hamburg. Standpunkte zum

¹⁴⁷ Andrea Rothaug, Geschäftsführerin RockCity e.V., S. 8f.

¹⁴⁸ Landesmusikrat in der Freien und Hansestadt Hamburg e.V. (Hg.): Musikstadt Hamburg. Standpunkte zum Standpunkt. Hamburg 2014, S. 24.

Standpunkt.“¹⁴⁹, welches eine Reaktion auf das 75 Seiten starke Dossier der Handelskammer Hamburg „Musikstadt Hamburg. Standpunkte.“¹⁵⁰ (s.u.) ist. Besonders spannend ist, dass der Landesmusikrat fest von einer Musikstadt Hamburg ausgeht, diese selbst mitgestalten möchte und sich dabei „ausdrücklich zu den regionalen Besonderheiten“¹⁵¹ dieser Musikstadt Hamburg bekennt. Wie sich diese Besonderheiten konkret ausformen, soll später im Kapitel über die Versionen der Musikstadt Hamburg behandelt werden. Die in dieser Angelegenheit womöglich aktivste Person des Landesmusrats ist seine Vizepräsidentin, Dr. Alenka Barber-Kersovan. Sie ist unter anderem Mitherausgeberin des Sammelbandes *Music City: Musikalische Annäherungen an die ‚kreative Stadt‘* von 2014¹⁵² und damit auch fest im wissenschaftlichen Diskurs über Musikstädte verankert.

3.2.2 Musikförderung – Wirtschaft

Interessengemeinschaft Hamburger Musikwirtschaft e.V. (IHM)

Während der Forschung zum *Making Of* der Musikstadt Hamburg stellte sich die Interessengemeinschaft Hamburger Musikwirtschaft e.V. (IHM) als ein interessanter Akteur im Feld heraus. Bei ihr handelt es sich um einen 2004 gegründeten regionalen Zusammenschluss von in der Musikwirtschaft tätigen Unternehmen oder freiberuflich arbeitenden Personen. Die IHM zählt ca. 100 Mitglieder (Stand 2017). Dazu gehören z.B. Künstleragenturen und Künstlermanagements, Produktionsfirmen, Verlage, Labels, Konzertveranstalter, Event-Agenturen und Musikclubs, aber auch Digital-Dienstleister, Medien-Anwältinnen oder Promotion-Agenturen. Von der Art der Mitglieder stellt die Interessengemeinschaft somit das Pendant zum Landesmusikrat mit einer Ausrichtung auf ökonomischen Mehrwert. Das Hauptanliegen der IHM ist die Schaffung struktureller Rahmenbedingungen für ein erfolgreiches und unabhängiges Wirtschaften im Bereich der Musik mittels Vernetzung, Öffentlichkeits- und Lobbyarbeit und damit die Förderung des Musikstandorts und

¹⁴⁹ Landesmusikrat e.V. 2014.

¹⁵⁰ Handelskammer Hamburg 2014.

¹⁵¹ Landesmusikrat e.V. 2014, S. 24.

¹⁵² Barber-Kersovan / Kirchberg / Kuchar 2014.

Musikwirtschaftsstandorts Hamburg.¹⁵³ Laut eigener Aussage beträgt der Jahresumsatz der Mitgliedsunternehmen der IHM mehr als 500 Millionen Euro,¹⁵⁴ die damit einen nicht zu unterschätzenden Wirtschaftsfaktor der Stadt darstellen. Interessant für die Forschung ist die IHM vor allem deshalb, weil sie ihren Schwerpunkt in der Vernetzung ihrer Mitglieder mit Politik und städtischer Verwaltung, sowie der nicht musikbezogenen Wirtschaftsteile sieht und sich verantwortlich dafür fühlt, „die Musikwirtschaft nachhaltig im Bewusstsein der Stadt zu verankern und den Standort Hamburg als Musikmetropole national wie international zu stärken.“¹⁵⁵ Damit ist die IHM die Strategin hinter vielerlei Events, die das Thema Musikstadt Hamburg im Fokus haben, beispielsweise als Gastgeberin des *German Haus @ SXSW*, dem Deutschen Beitrag auf dem *South by Southwest Festival*, einem der weltweit wichtigsten Populärmusikkongresse im texanischen Austin oder als Organisatorin des *HANS*, dem Hamburger Musikerpreis. Neustes Projekt ist das *Music Cities Network*, das an anderer Stelle dieser Arbeit bereits diskutiert wurde. Der Kopf hinter der IHM ist Timotheus Wiesmann, Kulturwissenschaftler, Miteigentümer des Aalhaus in Altona und auch sonst äußerst umtriebig in der Hamburger Musikwelt. Ein Blick in den Vorstand oder auch den Beirat der IHM verrät, wie ernst es die Hamburger Musikwirtschaft mit dieser Interessensvertretung meint: Vertreter aller großen Konzertproduktionsfirmen, des Reeperbahnfestivals, bekannter Clubs und den großen Major-Labels sowie von Radiosendern sind allesamt dabei.¹⁵⁶

Handelskammer Hamburg

Beim Thema Musikstadt denkt man nicht gerade als allererstes an die Handelskammer Hamburg. Dennoch ist auch sie ein interessanter Akteur im Feld, der vor allem, und damit rechnet man dann doch, die wirtschaftlichen Aspekte und Inwertsetzung der Musikkultur in Hamburg im Fokus hat. Die Handelskammer Hamburg ist die stolze Selbstverwaltung der gewerblichen Hamburger Wirtschaft. Vor über 350 Jahren als Schutzgemeinschaft der Seehandel treibenden Kaufleute gegründet, ist es heute die Interessensvertretung aller Branchen, die in ihrem Selbstverständnis immer wieder auch Einfluss auf die Hamburger Politik nahm und nimmt. Nicht

¹⁵³ Vgl.: Interessengemeinschaft Hamburger Musikwirtschaft e.V. (IHM): Vereinsatzung. Hamburg 2016, S. 1.

¹⁵⁴ Vgl.: <http://www.musikwirtschaft.org/ueberuns.html> (abgerufen am 03.01.2017)

¹⁵⁵ Ebd.

¹⁵⁶ Vgl.: <http://www.musikwirtschaft.org/ueberuns.html> (abgerufen am 03.01.2017)

umsonst wird das Hamburger Rathaus scherzhaft oft auch als etwas zu groß geratener Anbau der Handelskammer bezeichnet.¹⁵⁷ Für diese Forschung ist hingegen vor allem das oben bereits erwähnte Standpunktepapier von Interesse. Es hat 2014 eine rege Diskussion rund um das Thema Musikstadt angestoßen und einen Kampf um die Deutungshoheit auf diesem Themengebiet in Gange gesetzt. Bereits ein Blick auf die ersten Absätze des Dossiers verrät: hier wird eine völlig andere Perspektive auf die Musikstadt Hamburg eingenommen, als sie in dieser Forschung bislang vertreten wurde. Wörter wie Multiplikatoreffekte, Wertschöpfung und Steueraufkommen sowie ein starker Fokus auf Messbarkeit von Erfolgen fallen einem sofort ins Auge.¹⁵⁸ Zusammen mit, aus kulturanthropologischer Sicht unreflektiert verwendeten Begriffen wie Image, Identität oder Szene wird recht schnell deutlich: Hier geht es nicht um Musik, hier geht es um Geld. Diese Herangehensweise soll hier nicht wertend verurteilt werden, denn das ist schließlich die Kompetenz und die Aufgabe der Handelskammer. Doch bei so einem Thema – Musik – ist klar, dass viele auf den Kunst-Aspekt pochen werden und die Wirtschaftlichkeit als zweitrangig betrachten, was eben zu besagter Diskussion um die Deutungshoheit der Musikstadt führt. Die Handelskammer wird dadurch zu einem in hohem Maße die anderen Standpunkte kontrastierenden Akteur bei der Analyse der Versionen von Musikstadt Hamburg und bringt ihre ganz eigenen Sichtweisen ein.

3.2.3 Akteure mit analytischem Blick auf die Stadt und die Musik

Museum für Hamburgische Geschichte

Eine für mich wichtige Rolle, wenn es um die Analyse der Musikstadt Hamburg geht, spielt oder besser spielte das Museum für Hamburgische Geschichte (MHG). Im September 2013 nahm ich dort ein Projektstipendium auf, mit der zentralen Aufgabe eine Ausstellung zum Thema „Musikstadt Hamburg“ zu entwickeln. Zu diesem Zeitpunkt kursierte das Thema schon einige Zeit im Museum und es gab auch schon

¹⁵⁷ Dies ist tatsächlich baulich gemeint: Das Hamburger Rathaus wurde zwischen 1886 und 1897 erbaut und direkt an die bereits von 1839 bis 1841 errichtete Hamburger Börse (Sitz der Handelskammer) am Adolphsplatz angedockt, welches im übrigen als einziges Gebäude der Gegend sogar den Brand von 1842 überstand – was ebenfalls als Sinnbildlich für das Selbstverständnis der Handelskammer innerhalb der Stadt angesehen wird.

¹⁵⁸ Handelskammer Hamburg 2014, S. 3.

einen Antrag des Museums auf Förderung durch den Ausstellungsfonds der Freien und Hansestadt Hamburg aus dem Jahr 2012. Dieser wurde von der Jury des Ausstellungsfonds zwar grundsätzlich für förderungswürdig befunden, die Behörde für Kultur und Medien der Stadt Hamburg war aber anderer Meinung, weshalb nun ein neues Konzept entwickelt werden sollte. Hier muss erwähnt werden, welche besondere Rolle das Museum als Akteur in dieser Arbeit spielt, denn schließlich wurde ich durch diese Aufgabe Teil des Akteurs Museum und schrieb aktiv am *Making Of* einer Musikstadt Hamburg mit. Letztendlich ist es bis heute nicht zu einer Ausstellung zu dem Thema im MHG gekommen – die Gründe dafür waren kulturpolitischer Natur. Entstanden ist aber dennoch eine sehr ausgereifte Idee, wie eine Musikstadt Hamburg hätte ausgestellt werden können, was somit schließlich auch eine weitere Version der Musikstadt Hamburg darstellen kann, auch wenn diese nie in den öffentlichen Raum ausgespielt werden konnte.

Medien und die Gestaltung der öffentlichen Wahrnehmung

Bei der Analyse der Konstruktion eines Stadtlabls spielt auch die mediale Wiedergabe, Produktion bzw. Reproduktion dieses Labls eine Rolle.¹⁵⁹ Große, regionale Zeitungen wie das Hamburger Abendblatt berichten stetig sowohl über politische und wirtschaftliche Dimensionen, beispielsweise des Baus der Elbphilharmonie, als auch in ihrem Feuilleton und den Hamburg spezifischen Kulturbeilagen über das musikalische Wirken in der Stadt. Joachim Mischke, Kulturjournalist beim Hamburger Abendblatt, begleitete bspw. die Elbphilharmonie von ihrer ersten Planung bis zur Fertigstellung journalistisch und brachte Ende 2016 das sogenannte „Buch zum Bau“ heraus.¹⁶⁰ Nicht nur wegen dieser Publikation ist Joachim Mischke in seiner Funktion als Journalist mehr als nur eine Erwähnung wert: Denn neben den stetig erscheinenden Artikeln im Hamburger Abendblatt zu themenbezogenen Inhalten entstammen auch weitere, relativ zentrale, da oft rezipierte, Monographien zum Themenkomplex Musik und Hamburg seiner Feder.¹⁶¹

¹⁵⁹ Ich möchte mich dabei allerdings größtenteils auf Medien des geschriebenen Wortes (Print/Online) beschränken, da sowohl Radio als ggf. auch Fernsehen und Online-Formate eher zu den musikpraktischen Akteuren der Stadt gehören, die eine Musikstadt letztlich hörbar machen.

¹⁶⁰ Die Publikation richtet sich allerdings eher unkritisch an eine Leserschaft, die an einer Erfolgsgeschichte der Elbphilharmonie interessiert ist, als an der Projektgeschichte mit ihren Höhen und Tiefen. Mischke, Joachim: *Elbphilharmonie*. Hamburg 2016.

¹⁶¹ Darüber hinaus ist er ein gefragter Redner auf diversen Podien und Diskussionsrunden zum Thema Musik und Hamburg und prägt auf diese Weise die öffentliche Wahrnehmung immens.

Aber auch überregionale Wochenzeitungen wie *Der Spiegel* oder *Die ZEIT* veröffentlichen immer wieder Artikel zu Musik in Hamburg oder gar zur Musikstadt Hamburg. Gleiches gilt für Magazine oder Online-Portale und Blogs. Sie alle haben gemein, dass der Begriff der Musikstadt in den veröffentlichten Artikeln oft sehr schnell verwendet wird, ohne das klar ist, was denn eine Musikstadt ist oder was Hamburg zu einer solchen macht. Eher scheint die Existenz der Musikstadt fast schon selbstverständlich wie beispielsweise die Serie „Musikstädte“ des Magazins fluter.de der Bundeszentrale für politische Bildung aufzeigt: In einer Reihe mit New Orleans, Seattle, New York, Liverpool oder Manchester (sowie weniger naheliegenden Städten wie Düsseldorf) steht dort Hamburg. Dafür qualifiziert hat sich die Stadt nach Meinung des Autors Felix Denk einmal mehr durch die sogenannte Hamburger Schule.¹⁶²

Die Medien in ihren verschiedenen Formen sind dementsprechend, vor allem was den öffentlichen Diskurs des Themas anbelangt, bei der Analyse der Versionen der Musikstadt Hamburg stetige Akteure im Feld. Sie werden immer wieder zu berücksichtigen sein, um die eine oder andere Ausformung der Versionen anderer Akteure zu verstehen oder nachvollziehen zu können. Eine ihnen eigene konsensuale Vorstellung von Musikstadt ist daher nicht zu erkennen.

¹⁶² Vgl.: Denk, Felix: Schöne Grüße aus dem Golden Pudel Club. In: fluter.de 2015. <http://www.fluter.de/de/150/thema/13831/> (abgerufen am 09.03.2016)

4 Versionen der Musikstadt Hamburg

Musikstadt Hamburg als Urban Assemblage

Im vorangegangenen Kapitel ist deutlich geworden, dass eine Vielzahl von Akteuren für diese Forschung relevant sind bzw. Eingang in die Untersuchung gefunden haben. Diese Akteure zeichnen sich auch oder gerade durch ihre Unterschiedlichkeit aus. Was sie zusammenhält, ist das Begriffspaar und Label *Musikstadt Hamburg*. Damit steht dieses Label zentral in der Mitte eines Gefüges, welches sich als *Urban Assemblage* beschreiben lässt und mittels dieses Konzepts verstehbar wird. In der Stadtforschung von beispielsweise Ignacio Farias oder Thomas Bender vertreten, ist das Konzept der Urban Assemblage ein Weiterdenken der Akteur-Netzwerk-Theorie (ANT).¹⁶³ Die ANT trat in den 1980er Jahren als eine Art sozialwissenschaftliche Schule hervor, die vor allem durch theoretische Beiträge von Bruno Latour, Michel Callon und John Law beeinflusst wurde und sich in der Science and Technology Forschung verfestigt hat.¹⁶⁴

Charakteristisch für die ANT-Forschung ist, dass deren Überlegungen immer mit äußerst materialreichen Darstellungen verbunden sind, was in den nachfolgenden Kapiteln auch für diese Arbeit gilt. Daraus resultiert eine Art enorm dichte „Dichte Beschreibung“¹⁶⁵ um hier auch an Clifford Geertz Beiträge zum Verstehen kultureller Systeme anzuknüpfen. Die ANT kann durchaus auch als Methode oder – besser noch – als grundlegender Modus des Forschens verstanden werden.¹⁶⁶ Es geht um kleine Schritte, gegebenenfalls Langsamkeit und Feinmaschigkeit in der Erhebung und in

¹⁶³ Siehe insb.: Farias, Ignacio / Bender, Thomas (Hg.): *Urban Assemblages. How Actor-Network Theory Changes Urban Studies*. Abingdon/Oxon 2010. Siehe auch: Brenner, Neil / Madden, David J. / Wachsmuth, David: *Assemblages, actor-networks and the challenges of critical urban theory*. In: Brenner, Neil / Marcuse, Peter / Mayer, Margit (Hg.): *Cities for People, not for Profit. Critical Urban Theory and the Right to the City*. London/New York 2012, S.117-137.

¹⁶⁴ Siehe z.B.: Latour, Bruno: *Eine neue Soziologie für eine neue Gesellschaft. Einführung in die Akteur-Netzwerk-Theorie*. Frankfurt am Main 2007; Callon, Michel (Hg.): *Mapping the dynamics of science and technology. Sociology of science in the real world*. Houndmills 1986; Law, John / Hasard, John (Hg.): *Actor network theory and after*. Oxford 1999.

¹⁶⁵ Geertz, Clifford: *Dichte Beschreibung. Beiträge zum Verstehen kultureller Systeme*. Frankfurt a.M. 1987.

¹⁶⁶ Vgl.: Latour, Bruno: *Was tun mit der Akteur-Netzwerk-Theorie? Zwischenspiel in Form eines Dialogs*. In: Ders. 2007, S.244-271.

der Auswertung von Material, um Genauigkeit zu gewährleisten. Um es mit Latour auszudrücken:

„When we shift to ANT, we are like lazy car drivers newly converted to hiking; we have to relearn that if we want to reach the top of the mountain, we need to take it one step at a time, right foot after left foot, with no jumping or running allowed, all the way to the bitter end!“¹⁶⁷

Das Ergebnis dieses Vorgehens sind Erkenntnisse, die gegebenenfalls zuvor im Verborgenen blieben und von Latour als *„leicht zerreibbare[s] Band“¹⁶⁸* beschrieben werden. Dieses Band verbindet die Einzelheiten miteinander, es ist das Notwendige, um komplexe Zusammenhänge aufzuzeigen und zu verbinden und ist dabei gleichzeitig fragil und dynamisch. Es zeigt sich in den Assoziationen von Einheiten, den menschlichen Akteuren und den nicht-menschlichen Aktanten.

Was bedeutet dies nun für die Musikstadt, für die vorliegende Forschung? Aufgrund der Vielzahl an Akteuren, die im vorherigen Kapitel beschrieben wurden und die keineswegs immer nur menschliche Akteure sind, sondern auch institutionellen oder materiellen Charakter haben und dadurch als Aktanten bezeichnet werden können, drängt sich die Frage auf, was sie zusammenhält? Es ist die Suche nach dem leicht zerreibbaren aber notwendigem Band, um die Konstellationen der Musikstadt zu verstehen. Der Begriff Musikstadt wird dabei selbst zum Aktant, zur Black Box in der diverse Assoziationen enthalten sind, die stetig zirkulieren und denen es zu folgen gilt.¹⁶⁹ Um es mit der Terminologie der ANT auszudrücken, müssen die *Drifts* der Assoziationen, deren Transformationen und Substitutionen verfolgt werden. Gleiches gilt für die die Akteure und Aktanten, deren Wechsel zwischen Assoziationen als Bedeutungsverschiebungen stetig übersetzt werden müssen. Die Musikstadt wird so zu einem Ergebnis sozialer Effekte, die erforscht werden können, während *„die Fragen nach dem ‚Wie‘ von Strukturen, Macht und Organisation“¹⁷⁰* beantwortet werden sollen. Die Beschreibung des entstehenden Gefüges als Netzwerk ist

¹⁶⁷ Latour, Bruno: *Reassembling the Social. An Introduction to Actor-Network-Theory*. Oxford 2005, S. 221.

¹⁶⁸ Latour, Bruno: *Die Hoffnung der Pandora. Untersuchungen zur Wirklichkeit der Wissenschaft*. Frankfurt a.M. 2002, S. 59.

¹⁶⁹ Vgl.: Latour, Bruno: *Über den Rückruf der ANT*. In: Bellinger, Andrea / Kieger, David J. (Hg.): *ANThology. Ein einführendes Handbuch zur Akteur-Netzwerk Theory*. Bielefeld 2006, S. 561-572, hier S. 565ff.

¹⁷⁰ Law, John: *Notizen zur Akteur-Netzwerk-Theorie: Ordnung, Strategie und Heterogenität*. In: Bellinger, Andrea / Kieger, David J. (Hg.): *ANThology. Ein einführendes Handbuch zur Akteur-Netzwerk Theory*. Bielefeld 2006, S. 429-446, S. 441.

letztlich als Hilfsbegriff zu verstehen, der für die Gesamtheit steht, für sich stetig wandelnde Assoziationsgruppen.

Aufgrund der stetigen Dynamik kann es auch nicht nur eine Version der Musikstadt geben, sondern es existieren mehrere, von denen einige hier genauer beschrieben werden und letztendlich die analytische Erkenntnis dieser Forschung darstellen. Wird der Ansatz der ANT weitergedacht und mit dem Forschungsfeld Stadt in Verbindung gebracht ergeben sich weitere Potenziale. Dazu schreibt die Stadtanthropologin Alexa Färber:

„Ein auf urbane Assemblagen gerichteter Forschungsansatz ermöglicht es, Stadt und Urbanität als in der Alltagspraxis miteinander verknüpfte Elemente des Urbanen zu betrachten und zu beschreiben, ohne die Art ihrer Verknüpfung a priori zu bestimmen. Im Vordergrund steht dann, Ein- und Ausschlüsse dieser Assemblagen, in denen Stadt und Urbanität miteinander verknüpft sind, nachzuzeichnen und herauszuarbeiten, wie diese stabilisiert und wie sie in ihrer Existenz bedroht werden. Ein Assemblagekonzept fragt, welche Form des Sozialen entsteht (und nicht, aus welcher Gesellschaft die beobachtete Assemblage entsteht) und vor allem, welches Transformationspotenzial diese beobachteten Assemblagen artikulieren.“¹⁷¹

Laut Färber ist dabei der konsequent empirisch-ethnographische Ansatz von entscheidender Bedeutung. Er ermöglicht, *„die Aufmerksamkeit auf urbane Prozesse zu lenken, die in soziomateriellen Gefügen stattfinden.“¹⁷²* Der Fokus der Assemblageforschung auf die Konstruktion der soziomateriellen Gefüge kann in diesem Sinne auf die Musikstadt Hamburg als ein eben solches Gefüge übertragen werden. Idealerweise würden sich dabei verschiedene Disziplinen mit entsprechenden Kernkompetenzen im Erforschen des Sozialen und im Erforschen des Materiellen von Stadt und Urbanität ergänzen,¹⁷³ in dieser konkreten Forschung bin ich aber mitunter an meine disziplinären Kompetenzen gebunden.

Dem Ansatz der Urban Assemblage und der ANT-Forschung folgend, handelt es sich bei der Musikstadt Hamburg um ein vielschichtiges Gefüge, das selbst zu einem starken Akteur bzw. Aktant (Black Box) wird. Es folgt die Annahme, dass wahrscheinlich

¹⁷¹ Färber, Alexa: Potenziale freisetzen: Akteur-Netzwerk-Theorie und Assemblageforschung in der interdisziplinären kritischen Stadtforschung. In: Sub\urban. Zeitschrift für kritische Stadtforschung. Band 2 Heft 1. Berlin 2014, S. 95-103, hier S. 98.

¹⁷² Ebd., S.99.

¹⁷³ Vgl.: Ebd., S.100f.

so viele Definitionen oder Vorstellungen von Ausprägungen des soziomateriellen Gefüges *Musikstadt Hamburg* existieren, wie es Akteure in diesem Feld gibt. Im Folgenden wird versucht, diese Vielschichtigkeit zu entschlüsseln, zu beschreiben und zu analysieren, um zu verstehen, wie dieses Label wirkt oder wirken kann. Dabei ergibt sich ein Cluster mit zwei Hauptgruppen, zwei Hauptversionen der Musikstadt Hamburg: Zum einen eine musikpraktische Version – geprägt von den Akteuren in der Stadt, die tatsächlich unmittelbar daran mitwirken, dass Musik auf den Bühnen dieser Stadt zu hören ist und gehört wird. Dazu zählen vorrangig die Musikerinnen und Musiker, aber auch bspw. die Booker und Bookerinnen der Clubs und der großen Konzerthäuser oder alle weiteren Akteure in zweiter und dritter Reihe. Die Akteure sind in Kapitel 3.1 bereits beschrieben worden. Zum anderen ergibt sich eine Version der geplanten Musikstadt. Sie wird geprägt von zumeist institutionellen Akteuren, wie dem Senat der Freien und Hansestadt Hamburg sowie der Behörde für Kultur und Medien, der Handelskammer oder Vereinen wie beispielsweise dem Landesmusikrat. Auch diese Akteure sind in Kapitel 3.2 bereits portraitiert worden. Neben diesen beiden zentralen Versionen von der Musikstadt steht noch eine weitere, die sich vor allem aus existierenden kulturellen Vorstellungen der Wortkombination von Musik und Hamburg zusammensetzt, in großen Teilen klischeeartige Züge hat und Produkt stetiger Reproduktion und Wiederholung ist. Es ist dementsprechend eine Art Narrativ der Musikstadt, eine Version des Konstrukts Musikstadt Hamburg, die im schwer greifbaren, aber deswegen umso spannenderen Bereich zwischen Imagination und Repräsentation liegt.

4.1 Musikpraktische Version

Eines der entscheidendsten Merkmale der musikpraktischen Version einer Musikstadt Hamburg ist, dass die Musik, beziehungsweise das Musikmachen, ganz klar im Fokus jeglicher Aktivitäten der einzelnen Akteure steht. Das Ziel eines Labels Musikstadt Hamburg ist für die musikpraktischen Akteure der Stadt also die Musik selbst: Musik spielen, schreiben, aufführen, teilen und auch Musik verkaufen, um von der Musik leben zu können, um wiederum mehr Musik machen zu können. Dafür bedarf es einer ganzen Reihe an Strukturen in der Stadt, deren Existenz und Dynamik schlussendlich die musikpraktische Musikstadt ausmachen. Diese Strukturen sind nicht grundsätzlich vorhanden, sondern Ergebnis des Zusammenwirkens der einzelnen Akteure, nicht nur der musikpraktischen, sondern auch im Zusammenspiel mit städtischen Instanzen. Andrea Rothaug, Geschäftsführerin von RockCity e.V. schildert die Situation der Musikpraxis vor Beginn der strukturierten Musikförderung der Stadt folgendermaßen:

„Wir sterben hier. Wir haben keine Übungsräume. Es gibt wenig Clubs. Wir haben kein Geld. Es gibt keine Infrastruktur. Wir können nirgendwo unsere Kunst ausüben, weil wir verursachen Dezibel, nämlich Lautstärke, und damit sind wir überall total unbeliebt.“¹⁷⁴

In diesem kurzen Zitat kommen gleich mehrere Aspekte der musikpraktischen Musikstadt zum Ausdruck: Die Frage nach Raum, die Geldnot, fehlende Netzwerke und ein nicht Vorhandensein eines Umfeldes, das der Ausübung von Kunst und vor allem von Musik wohlgesonnen ist. RockCity e.V. ist 1987 genau aufgrund dieser Bedürfnisse der musikalischen Akteure gegründet worden und hat sich selbst, seine Aktivitäten und seine Wirkung stetig weiterentwickelt und ausgeweitet.¹⁷⁵ Dies ist deshalb erwähnenswert, um noch einmal zu betonen, dass die musikpraktische Version eine Momentaufnahme zum Zeitpunkt der Forschung ist – das Jetzt (2018) widerspiegelt und keinesfalls für eine Musikstadt Hamburg stehen kann, die historisch begründet wird. Die Schilderung von Andrea Rothaug beschreibt die Situation gegen Mitte der 1980er Jahre, einiges hat sich seither getan, so konnten beispielweise Strukturen etabliert werden, die die Zusammenarbeit der einzelnen Akteure

¹⁷⁴ Andrea Rothaug, Geschäftsführerin RockCity e.V., S.3.

¹⁷⁵ Vgl. die Darstellung des Vereins in Kapitel 3.2.1.

vereinfachen und es konnten neue Einnahmequellen gefunden werden, die die finanziellen Probleme von Teilen der Musikpraxis etwas reduzierten. Teilweise sind Problematiken auch geblieben, wie zum Beispiel die Lärmproblematik und daraus resultierende Anwohnerkonflikte.¹⁷⁶ Es gibt jedoch ebenso neuere Phänomene, wie die sogenannte Kiosk-Kultur, die sich negativ auf die musikalischen Aktivitäten der Stadt auswirken – sowohl finanziell als auch lärmtechnisch.¹⁷⁷ Neben dem Etablieren besserer Strukturen für die Musikpraxis, ist man sich innerhalb dieser auch einer gewissen Pflicht gegenüber musikpraktischen Akteuren bewusst, deren Handlungsspielraum begrenzt ist, die aber über Jahre die Musikpraxis mit geprägt haben. Niels Hergen, Vorstandsmitglied des Clubkombinats nennt als Beispiel die Ast-rastube und verweist auf die Pflege von Traditionen: *„Clubs, die seit vielen Jahren funktionieren, und Clubs, die eine Tradition in Hamburg haben, müssen dann halt natürlich auch die Chance haben, weiterzuleben.“*¹⁷⁸

Die folgenden Unterkapitel bilden nun eine Reihe von Kategorien, die zusammen als ein Abbild der musikpraktischen Version einer Musikstadt Hamburg zu lesen sind.

4.1.1 Orte und Räume für die Musikstadt

Die Raumthematik ist bei der Diskussion um den Begriff der Musikstadt eine der zentralsten überhaupt. Aus dem Material geht hervor, dass es einen durchaus direkten Zusammenhang von vielfältiger musikalischer Praxis in der Stadt und ausreichend zu Verfügung stehendem Raum für die Ausübung dieser Vielfalt gibt. Die aktuell stetig steigenden innerstädtischen Mietpreise haben dadurch einen direkten Einfluss darauf, was in Hamburg, aber auch in anderen Städten an Musik zu hören ist. Andreas Schmidt, Betreiber des Molotow Musik-Clubs vergleicht die momentane Situation am Hamburger Mietmarkt mit der Lage als das Molotow vor einem viertel Jahrhundert eröffnet wurde:

„Die Mieten waren billiger, man konnte einfach mal was ausprobieren, was auch viele gemacht haben. [...] Wenn die Miete so gering ist, dass man sie wirklich auf jeden Fall immer einspielen kann, dann hat man natürlich andere Möglichkeiten. Deswegen gab

¹⁷⁶ Sebastian Meißner, RBF-Talk 2016, S.19.

¹⁷⁷ Sebastian Meißner, RBF-Talk 2016, S.19.

¹⁷⁸ Niels Hergen, RBF-Talk 2016, S.7.

*es hier eine sehr vielfältige Szene, die es jetzt natürlich in Zeiten der Hochpreismieten nicht mehr gibt. Das ist eine Entwicklung, die nicht Hamburg spezifisch ist.*¹⁷⁹

Da sich die Situation in puncto günstiger Raum momentan grundlegend geändert hat und es diese im erschwinglichen Finanzrahmen befindlichen Räume nicht mehr gibt,¹⁸⁰ ist der Mangel an Räumlichkeiten beziehungsweise der Umgang mit diesem Mangel einer der zentralen Punkte für die Herausforderungen an Personen im Musikbetrieb sowie die Besserung dieser Situation eine der zentralen Forderungen an eine Musikstadt aus musikpraktischer Sicht.

Neben dem grundsätzlich vorherrschenden Mangel an Raum ist auch die Standortfrage eine der Zentralen in der Raum- und Ortthematik. Denn offensichtlich scheint es eine große Abhängigkeit von Spielstätte und Standort sowie der innewohnenden Atmosphäre der konkreten Orte zu geben, da nicht alle Formate an jedem Ort funktionieren:

*„Wenn man jetzt versucht, so einen Laden an einem anderen Ort aufzumachen, dann hat man ja vielleicht irgendwo, das war zum Beispiel im Fall vom Click auf jeden Fall so, was da am Nobistor stand und dann umgezogen ist oder versucht hat, umzuziehen. Und das war dann danach einfach tot, und das passiert halt schon häufig mit Clubs so, dass, wenn die dann versuchen, dasselbe an einem anderen Ort noch mal zu machen, dass es halt nicht so gut funktioniert.“*¹⁸¹

Mit diesem Wissen im Hinterkopf haben die Macher des Molotow entsprechend reagiert, als es im Dezember 2013 im Zuge der Evakuierung der sogenannten Esso-Häuser¹⁸² auch zur Zwangsräumung des Clubs kam, welcher am Spielbudenplatz 23 Stufen unter Straßenniveau unter dem Esso-Häuser-Komplex lag. Deshalb ist der Club nicht nur einfach in neue Räumlichkeiten eingezogen, sondern wurde geradezu transloziert: *„Wir haben gesagt: ‚Die einzige Chance, die wir haben das Molotow an einem anderen Ort wiederaufzubauen ist, wenn wir alles was wir haben da wieder hinstellen.‘ Und das hat sich auch bewahrheitet.“*¹⁸³ Tatsächlich ist fast sämtliches Material aus dem Inneren des Musikclubs, von der Wand- und Deckenverkleidung über den Toilettenspiegel bis zum Barhocker sowohl in das zwischenzeitliche

¹⁷⁹ Andreas Schmitt, RBF-Talk 2016, S.2.

¹⁸⁰ Andreas Schmitt, RBF-Talk 2016, S.4.

¹⁸¹ Wiebke Pranz, Aalhaus-Podium, S.40.

¹⁸² siehe bspw.: <http://www.spiegel.de/panorama/reeperbahn-in-hamburg-esso-haeuser-wegen-einsturzgefahr-geraeumt-a-939171.html> (abgerufen am 04.09.2017)

¹⁸³ Fred Noel, Aalhaus-Podium, S.41.

sogenannte Exil an der Holstenstraße und anschließend in den nachfolgenden Standort am Nobistor (ehemaliger Club China-Lounge) mit umgezogen. So hat sich der Club trotz der neuen Räumlichkeiten versucht seine ursprüngliche Atmosphäre zu bewahren.¹⁸⁴



Abbildung 6: Ein Club in Einzelteilen und Kisten – zu Gast beim Umzug des Molotows. / Foto: S.K.

Die Standortgeschichte des Molotow ist nur ein Beispiel unter vielen, die verdeutlichen, dass es einen regelrechten Kampf um Raum und Standorte gibt, der in einem Überlebenskampf der gegenwärtigen musikpraktischen Realität mündet. Niels Hergen nennt als Beispiel *„die große Diskussion um die Sternbrücke. Das sind alles natürlich nur Dinge, die nur temporär sind, wo man halt natürlich aber auch / also wie lange diskutieren wir schon über die Sternbrücke? Wie lange werden die Mietverträge schon verlängert? Das sind alles Dinge, worüber / wo man kämpfen muss und gucken muss, Naja gut, dann versuchen wir das noch mal zwei Jahre länger zu machen, versuchen, irgendwie noch mal einen Mietvertrag herauszuholen“*¹⁸⁵ Vor dem Hintergrund solcher Debatten und Zustände wirkt es natürlich etwas vermessen, von einer Musikstadt zu sprechen. Sieht man aber, wie überzeugt und kreativ die Akteure der

¹⁸⁴ Vgl. zur Atmosphäre des Molotow auch die am Hamburger Institut für Volkskunde/Kulturanthropologie entstandene (leider unveröffentlichte) Magisterarbeit von Henning Schultze, die nur kurze Zeit vor der Evakuierung des Molotows entstanden ist. In ihr ist die Atmosphäre des Molotows detailliert ethnografisch beschrieben.

¹⁸⁵ Niels Hergen, RBF-Talk 2016, S.7.

Musikpraxis mit diesen Widrigkeiten der Raumnot umgehen und welchen Einsatz sie zeigen, ist der Begriff schon wieder angebracht, allerdings in der Denkrichtung, dass es trotz der Stadt eine Musikstadt ist, angetrieben von den Menschen, denen ihre Musik und ihre Projekte enorm wichtig sind. Dass Raum und Atmosphäre zwar wichtig für gute musikalische Praxis sind, aber bei weitem nicht alles ist, betont auch Andreas Schmitt noch einmal:

„Im Endeffekt ist natürlich der Standort sehr wichtig. Erscheinungsbild, Gesicht des Ladens natürlich auch, aber am allerwichtigsten sind natürlich die Leute, die den Laden machen und die natürlich dann auch das Programm prägen und somit auch den / das Gesicht und die Richtung des Ladens.“¹⁸⁶

Die Raumnotthematik betrifft bei weitem nicht alle Genres und Akteure in gleichem Maße, was schlicht an den unterschiedlichen Institutionalierungsgraden der jeweiligen Genres bzw. Szenen liegt. Während eine Astra-Stube an der Sternbrücke permanent von einer Schließung bedroht ist, muss sich eine Hamburgische Staatsoper diese Sorgen nicht machen, da es heutzutage als selbstverständlich gilt, dass eine solche Einrichtung städtisch getragen wird. Ähnliches gilt für viele Musicals, da ganz andere (vor allem ökonomische) Strukturen und ein anderer Kunstbegriff hinter diesem Genre stehen.

Eine Frage aber, die sich auf alle musikalischen Genres ausweiten lässt und die im Kontext der Raum- und Standortthematik besonders interessant und relevant ist, lautet, ‚wo (in der Stadt) ist die Musikstadt?‘ Bei dem Versuch, diese Frage zu beantworten, lässt sich schnell feststellen, dass eine grundsätzliche Konzentration der musikalischen Praxis auf einige wenige Stadteile und Areale der Stadt mit einigen Überschneidungen und genrespezifische Abweichungen zu bemerken ist.

Die Benennung der räumlichen Konzentrationen der Musikpraxis Hamburgs beginnt damit, dass zwei Areale sofort ins Auge fallen: Zum einen ist es das St. Pauli rund um die Reeperbahn, der „Kiez“, auf den sich zumindest im Laufe der letzten 20 bis 30 Jahre zunehmend alles fokussiert hat.¹⁸⁷ Zum anderen ist es der Hafen. Letzter erstreckt sich über ein weitläufiges Gebiet, tangiert zahlreiche Stadteile und muss auch an den Stellen, an denen Musikspielstätten im Hafen sichtbar werden, also von Wilhelmsburg (MS Dockville) über die HafenCity (Stubnitz) bis nach Altona

¹⁸⁶ Andreas Schmitt, RBF-Talk 2016, S.5.

¹⁸⁷ Vgl.: Ebd., S.22.

(Hafenklang), detailliert betrachtet werden. Dennoch gibt es ein gewisses musikalisches Zentrum des Hafens, was vor allem durch die großen Bauten für Musik touristisch sichtbar gemacht wird und von den Musicals in Steinwerder und der Elbphilharmonie am Westrand der HafenCity dominiert wird. Die musikalische Deutungshoheit über den Hafen ist dahingehend geradezu umkämpft.¹⁸⁸ Der berühmte Golden Pudel Club an der Hafenstraße ist die dritte große Stimme, die in diesem Kampf mitmisch, was einen interessanten Dreiklang aus Hoch-, Populär- und Subkultur ergibt. Das subkulturelle Ausleben von Musik in Hamburg wird darüber hinaus auch durch diverse legale und illegale Techno-Open-Air-Veranstaltungen auf ungenutzten Flächen des Hafens weitergeführt.

Doch Abseits von St. Pauli und Hafen wird es mit der musikalischen Praxis schon dünner, was nicht heißen soll, dass in anderen Vierteln und Bezirken diese nicht stattfindet. Nur nimmt die Vielfalt deutlich ab. An der Alster findet sich selbstverständlich die Musikhochschule, in Altona die Fabrik, in Eimsbüttel das für den Jazzbereich wichtige Birdland ebenso wie der Cotton Club in der Neustadt. Sie bleiben jedoch lediglich musikalische Punkte im Stadtraum, die latent singulär stehen und der geballten Fülle auf St. Pauli und den Standorten am Hafen, die zumindest durch das Wasser verbunden zu sein scheinen, alleine nichts entgegensetzen können, so dass zumindest eine Wahrnehmung entstehen kann, die der Musikstadt zwei Zentren ausweist.

Alenka Barber-Kersovan, Vizepräsidentin des Landesmusikrats der Stadt Hamburg, hingegen benennt, noch vor der Eröffnung der Elbphilharmonie, im Interview sogar drei räumlich in der Stadt verortete Musik-Cluster, die nicht nur räumlich, sondern zusätzlich auch inhaltlich definiert sind: Sie identifiziert ein Ausbildungscluster in Alsternähe mit der Hochschule für Musik und Theater sowie der Jugendmusikschule (vornehmlich Ausbildungsstätten für klassische Musik), ein popmusikalisches Cluster in und um St. Pauli sowie ein Klassik-Cluster in der Neustadt zwischen Staatsoper und Laeiszhalle.¹⁸⁹ Diese Einteilung ist sicherlich stark vereinfacht und entstand während des Versuchs eine Mental Map¹⁹⁰ der Musikstadt Hamburg zu

¹⁸⁸ Vgl.: Philipp Stein, HamburgMusik gGmbH, S.13.

¹⁸⁹ Alenka Barber-Kersovan, Landesmusikrat, S.11.

¹⁹⁰ Die Methode der Mental-Maps ist im Methodenteil dieser Arbeit nicht separat dargestellt worden, da sie nur in diesem einen Fall angewandt wurde. Zur Methode siehe bspw.: Ploch, Beatrice: Eignen sich Mental Maps zur Erforschung des Stadtraumes? Möglichkeiten der Methode. In: kea : Zeitschrift für Kulturwissenschaften, Nr. 8, Marburg 1995, S. 23-41; Downs, Roger M. / Stea, David:

zeichnen. Dennoch bestärkt sie den Standpunkt, dass sich die Musikstadt auf einige spezielle Gebiete der Stadt konzentriert. Welche das wiederum – und das wird hier auch deutlich – im Einzelnen sind, ist stark genreabhängig und differiert dadurch in den individuellen Sichtweisen etwas.

In der Zeit vor der Eröffnung der Elbphilharmonie ist für die HamburgMusik gGmbH (ein dem Klassik-Cluster nach Barber-Kersovan zugeordneter Akteur) im Übrigen aber eine interessante Herangehensweise des Einbeziehens der Stadt in die Entwicklung der Elbphilharmonie zu beobachten, die schlichtweg daraus resultierte, dass der geplante Ort der Musikaufführung 2009 nicht fertig war. So musste das fertig zusammengestellte Programm auf andere Orte ausweichen – übrigens eine nicht grundsätzlich andere Situation als die des Molotow-Clubs nach der abrupten Schließung des alten Standorts am Spielbudenplatz – aus der Not heraus wird damit begonnen, andere Orte zu bespielen. Die Laeishalle war als zweite Bühne von HamburgMusik ebenfalls langfristig gebucht und stand somit als Ausweichstandort nicht zu Verfügung. Das Resultat war, dass die Elbphilharmonie-Konzerte zwischen 2009 und 2016 in ganz Hamburg stattfanden: In ausgewählten Clubs wie dem Mojo Club an der Reeperbahn, im Theater auf Kampnagel in Winterhude, einem etablierten Zentrum für performative Gegenwartskunst, in Stadtteilzentren am Stadtrand oder in Schulen in Gegenden, an dem klassische Konzerte eher eine Seltenheit sind. Für die HamburgMusik gGmbH stellte dies eine wichtige Zeit dar, um nachhaltige Vermittlungskonzepte zu entwickeln, zu etablieren und die klassische Musik denjenigen Bewohnerinnen und Bewohnern der Stadt näher zu bringen, die zuvor keinen oder wenig Kontakt mit dieser Kunstform hatten. Auf diese Weise kam wortwörtlich die Musik zu den Bewohnern und nicht anders herum.¹⁹¹

Die Wahrnehmung von St. Pauli als einen der Hot Spots des musikalischen Geschehens in Hamburg begründet Andrea Rothaug im Interview wie folgt: „*St. Pauli ist für mich der Ort in Hamburg, mit dem ich sozusagen Musik verbinde, [mit] Clubkultur verbinde.*“¹⁹² Es ist diese angesprochene Clubkultur, die sich vor allem in einer hohen Clubdichte ausdrückt, die St. Pauli für die musikalische Praxis in Hamburg zu einem

Kognitive Karten. Die Welt in unseren Köpfen. New York 1982; Lynch, Kevin: Das Bild der Stadt. Braunschweig 1975.

¹⁹¹ Vgl.: Philipp Stein, HamburgMusik gGmbH, S.8.

¹⁹² Andrea Rothaug, Geschäftsführerin RockCity e.V., S.5.

Zentrum werden lässt. Diese Clubdichte, ohne Zweifel eine Besonderheit der Stadt, ist enorm wichtig für die Wahrnehmung Hamburgs als Musikstadt, denn der Stadtteil rund um die Reeperbahn erhält dadurch eine internationale Strahlkraft. Diese Vorstellung von einem Musikzentrum auf St. Pauli ist aber zusätzlich auch stark durch historische Imaginationen beeinflusst – vor allem das Stichwort Beatles und der Hamburger Kiez sind in die Legenden der Stadt eingegangen – und entspricht heute nicht mehr der Realität, zumindest was die Reeperbahn direkt angeht. Denn auch hier haben der Kampf um Standorte und hohe Mieten längst Opfer auf Seiten der Clubvielfalt gefordert.

Fred Noel, Booker im Molotow stellt diesbezüglich fest, dass es *„nach wie vor eine hohe Clubdichte gibt in Hamburg [...] Und wenn man jetzt zum Beispiel sich St. Pauli anguckt oder Reeperbahn, dann ist die da vielleicht da im Umfeld noch höher und konzentrierter als an anderen Stellen. [...] Diese Dichte ist schon, glaube ich, nach wie vor was Besonderes, aber ich habe auch den Eindruck, dass das eigentlich noch mehr sein könnte, und dass [...] es auch früher mehr war und dass da auch einfach viel kaputt gemacht wird - so gerade was die Reeperbahn angeht. [...] Wenn du zum Beispiel auch internationale Leute fragst, kennen viele St. Pauli und Reeperbahn [...] und haben da ein Bild davon – so wie ich ein Bild von Las Vegas habe oder so – und wenn sie dann aber hierherkommen und dahingehen, dann sehen sie in erster Linie Kioske, Dönerbuden und Supermärkte. Das ist das, was eigentlich das Straßenbild da bestimmt, [...] und Musicals, so, aber Clubs findest du auf der Reeperbahn direkt wirklich wenig.“*¹⁹³

In den Seitenstraßen gibt es nach wie vor Clubs, wie ein von der Stadt Hamburg in Auftrag gegebenes Gutachten zu Live-Musik-Clubs auf St. Pauli bereits 2010 feststellte.¹⁹⁴ Vor allem aber direkt an der Reeperbahn hat sich das Angebot in den letzten Jahren stark verändert: *„Die ganze Straße ist eineinhalb Kilometer lang, und dann findest du auf eineinhalb Kilometern, auf einer weltberühmten Amüsiermeile fünf Musikclubs.“*¹⁹⁵

Dennoch ist und bleibt die Reeperbahn ein Ort der musikalischen Imaginationen der Stadt. Dafür sorgt nicht zuletzt das städtisch wie auch international immer mehr renommierte Reeperbahnfestival, welches seit 2006 jährlich Ende September entlang der Reeperbahn stattfindet und räumlich immer weiter ausgreift. Gerade während

¹⁹³ Fred Noel, Aalhaus-Podium, S.14.

¹⁹⁴ Vgl.: Freie und Hansestadt Hamburg 2010.

¹⁹⁵ Fred Noel, Aalhaus-Podium, S.15.

des Reeperbahnfestivals entsteht der Eindruck der Clubdichte auf St. Pauli, da man in nahezu jede Tür entlang der Reeperbahn eintreten kann und eine Musikdarbietung geboten bekommt.¹⁹⁶ Doch dieser Eindruck täuscht, denn während des Reeperbahnfestival finden viele Konzerte in außergewöhnlichen Locations statt, an denen sonst keine Musik zu hören ist. Nur ca. 20 Prozent der Spielstätten beim Reeperbahnfestival sind auch außerhalb des Zeitraums des Festivals Musik-Clubs.¹⁹⁷

Diese Tatsache mindert aber keineswegs die Bedeutung des Festivals für die lokale Clubszene. Es ist mittlerweile das vielleicht wichtigste Ereignis im Jahreskalender der Clubs. So war es für das Molotow nach eigenen Angaben „überlebenswichtig“ 2014 pünktlich zum Reeperbahnfestival am neuen Standort am Nobistor wiedereröffnet zu haben und nicht mehr im sogenannten Exil an der Holstenstraße zu residieren, auch wenn dieser Ort lediglich wenige hundert Meter weiter entfernt lag.¹⁹⁸

Ein weiterer und vergleichsweise naheliegender Aspekt im Kontext von Raum, Ort und Musikstadt ist die Verfügbarkeit von Konzertstätten in der Stadt und die Herausforderung, möglichst unterschiedliche Zuschauerkapazitäten in jeder Größenordnung abdecken zu können. Dabei ist Hamburg laut dem Booker Noel relativ gut aufgestellt, mit einer Ausnahme:

„Wir [haben] in der Größe bis 1000 / 1500 Personen auch kein Problem [...], aber alles, was darüber hinaus geht, wird in Hamburg schwierig. Und da sind dann tatsächlich Künstler, die dann teilweise Hamburg auslassen, weil es in Hamburg keine Location gibt für 2000 oder 3000 Leute, sondern du hast ja nur den Schritt von – sage ich mal – Große Freiheit zu Alsterdorfer Sporthalle, zur Arena Stellingen“¹⁹⁹

Die angesprochene Lücke wird mittlerweile allerdings weitestgehend vom 2014 eröffneten Theater am Großmarkt geschlossen, welches unbestuhlt ca. 3500 Personen fassen kann. Dennoch kann das Fehlen einer Konzertstätte mit der passenden Größe für viele Künstler zum Argument werden, Hamburg im Tourkalender zu übergehen. Zusammenfassend können die Faktoren verfügbarer Freiraum und Lärm in der Stadt, sowie Lage und Größe der Stadt benannt werden, die zusammen die

¹⁹⁶ Vgl.: Hilke Berger, Kulturwissenschaftlerin, Aalhaus-Podium, S.15. (Publikumsfrage)

¹⁹⁷ Vgl.: Timotheus Wiesmann, Aalhaus-Podium, S.15.

¹⁹⁸ Fred Noel, Aalhaus-Podium, S. 42f.

¹⁹⁹ Ebd., S.17.

Kenngrößen der musikpraktischen Version der Musikstadt im Kontext der lokalen Verortung bilden.

4.1.2 Interdependenzen von Macherinnen, Publikum und Bewohnern mit der Musikstadt

Eine Musikstadt ist nicht einfach da, sie entsteht nicht, in dem man sie baut oder benennt. Eine Musikstadt kann das Resultat der Arbeit von vielen Menschen sein, die mit Leidenschaft für die Musik arbeiten und leben. Diese Menschen sind in erster Linie die Musikerinnen und Musiker der Stadt und in der Stadt. Es gibt aber noch eine ganze Reihe anderer Personen, die in ganz unterschiedlichen Institutionen und Positionen arbeiten: *„Dazu gehören Verwertungsgesellschaften, dazu gehören Verlage, dazu gehören Labels, Promotion-Agenturen, Booker und Leute, die Konzerte buchen. Dazu gehören Clubs, also Bühnen, wo ich auftreten kann oder andere Foren.“*²⁰⁰

Es bedarf also einer gewissen Tiefe, ähnlich einer Produktionstiefe²⁰¹ eines Unternehmens, um am Ende Musikdarbietungen auf einer Bühne in der Stadt hören und sehen zu können. Dies betrifft grundsätzlich alle Genres. Stephan Jaekel von Stage-Entertainment zählt für den Bereich der Musicals als Auftraggeber ein paar Produktionsstufen der musikpraktischen Musikstadt auf, die eben nicht direkt auf der Bühne zu sehen sind:

*„Das bedeutet, [...] dass wir Komponisten, Autoren, Choreographen, Bühnenbildner haben, die in Hamburg von uns gebeten werden ein Stück auf die Beine zu stellen. Und ergo Hamburg damit als eine Quelle, [zum] Quellort einer originären Musiktheaterform [wird]. Wenn sich das weiter weiten sollte, glaube ich, dass wir einen ganz entscheidenden Impuls der Musikstadt Hamburg setzen.“*²⁰²

²⁰⁰ Andrea Rothaug, Geschäftsführerin RockCity e.V., S.8.

²⁰¹ Produktionstiefe ist ein Begriff aus der Betriebswirtschaft: Er gibt per Definition an, wie viele Produktions- beziehungsweise Wertschöpfungsstufen innerhalb eines Betriebes realisiert werden. Um es bildlich zu beschreiben: Wird das Auto in einem Automobilkonzern aus von Fremdfirmen angelieferten Einzelteilen lediglich zusammgebaut, oder werden bis zur letzten Schraube alle Teile selbst im Konzern produziert? Ist letzteres der Fall, liegt eine sehr hohe Produktionstiefe vor.

²⁰² Stephan Jaekel, STAGE-Entertainment, S.4.

Im vorherigen Kapitel habe ich bereits kurz von der Atmosphäre von Clubs gesprochen. Standort und Atmosphäre spielen für die Spielstätten von Musik zwar eine große Rolle, noch essenzieller sind aber die Personen, die ihr unermüdliches Engagement diesen Einrichtungen widmen. Hier bekommen die Worte des Molotow-Betreibers Andreas Schmitt erneut eine hohe Relevanz: „*Am allerwichtigsten sind natürlich die Leute, die den Laden machen.*“²⁰³ Diese „Leute“, wie sie hier genannt werden, sind bspw. für die Besucherinnen und Besucher eines Konzerts weitgehend unsichtbar. Sie agieren in zweiter Reihe, haben die Band gebucht, sich um Förderung für den Club gekümmert, sodass dieser an dem Konzertabend überhaupt aufmachen kann oder die Bewerbung des Konzertes über verschiedene Kanäle organisiert, durch die der Besucher, die Besucherin überhaupt erst von dem Konzert erfahren hat. All dies ist Arbeit, die zwingend notwendig ist und essentieller Bestandteil einer Musikstadt sein muss.²⁰⁴ Doch wie sieht die Motivation der Macherinnen und Macher einer Musikstadt aus? Was motiviert Menschen, für diese Sache aktiv zu werden? Denn wichtig ist hier zu erwähnen, dass es in diesem Sektor in den meisten Fällen keine hohen Gehälter mit diesen Tätigkeiten zu verdienen gibt. Viele Menschen, die in diesem Bereich arbeiten, tun dies aus Leidenschaft, aus Überzeugung für die Sache, für die Musik. Neben dieser Leidenschaft, und das hat sich während der Feldforschung immer wieder gezeigt, gibt es aber noch einen zusätzlichen Faktor, der die wenig lukrative Arbeit in der zweiten Reihe des Musikbusiness interessant macht: Es ist *cool* in diesem Bereich zu arbeiten.²⁰⁵ Der Kontakt und der Zugang zu ggf. berühmten Künstlern und zur gesellschaftlich fast schon überhöht dargestellten Backstage-Area machen die Tätigkeiten und damit die Menschen, die diese ausüben, zu etwas Besonderem. Der geringen ökonomischen Lukrativität der Tätigkeiten wird dadurch etwas entgegengestellt.

Neben diesen professionellen, aktiven *Machern* und *Macherinnen* der Musikstadt gibt es noch zwei weitere wichtige, sich teilweise überschneidende Gruppen von Menschen, die für eine musikpraktische Version der Musikstadt von Bedeutung

²⁰³ Andreas Schmitt, RBF-Talk 2016, S.5.

²⁰⁴ Zur Arbeit Hinter den Kulissen siehe auch die Ausführungen von Alexa Färber bzw. Gisela Welz zu Cultural Brokerage: Färber, Alexa: Weltausstellung als Wissensmodus. Berlin 2006, S.16f.; Welz, Gisela: Inszenierung kultureller Vielfalt. Frankfurt am Main und New York City. Berlin 1996, S.27.

²⁰⁵ Siehe dazu auch den Abschnitt zu „research cool“ im Kapitel zu Feld und Feldzugängen (Kapitel 1.5).

sind. Dies sind zum einen die Zuhörerinnen und Zuhörer, das Publikum, die Rezipientinnen und Rezipienten der Musik und zum anderen auch die Bewohnerinnen und Bewohner der Stadt. Diese beiden Gruppen sind die Basis für eine florierende Musikpraxis der Stadt. Abhängig vom Genre kann sich die Gruppe der Zuhörerschaft zu großen Teilen auch aus der Gruppe der Bewohnerinnen und Bewohner zusammensetzen. Es ist wichtig, die Bewohnerinnen und Bewohner hervorzuheben, denn sie sind wichtig für die Musikpraxis, die Lautstärke und Dezibel verursacht und damit auch den Unmut der Anwohnerinnen und Anwohner auf sich ziehen kann.²⁰⁶ Ein lärmtolerantes und bestenfalls musikkaffines Umfeld in unmittelbarer Umgebung von Musikaufführungsstätten ist damit ein wichtiger Faktor für eine Musikstadt. Die im vorangegangenen Kapitel zu den Orten der Musikstadt angesprochene Konzentration der Spielstätten begünstigt, dass den entsprechenden Stadtteilen, und hier ist in erster Linie St. Pauli gemeint, schon ein *Musik-imaginaire* anhaftet. Dies produziert auch eine Erwartungshaltung an die Bewohner dieses Stadtteils: Wer hier wohnt oder hier hinzieht, darf sich nicht zu schnell über Lärm generell und schon gar nicht über von Musikaufführung produzierte Dezibel beschweren.²⁰⁷ St. Pauli ist in diesem Zusammenhang ein wichtiges, wenn auch sicherlich etwas spezielles Beispiel. Abseits der Musikzentren kann das Zusammenspiel von musikalischer Praxis und Anwohnerinnen und Anwohnern nicht durch Erwartungshaltungen, sondern durch spezifische Absprachen gut funktionieren. Es bedarf dabei zuverlässiger Absprachen, wie Booker Niels Hergen sie für den Club Logo im Grindelviertel, eine Gegend, in der das Nachtleben eher weniger mit dem von St. Pauli zu vergleichen ist, beschreibt:

„Das Logo hat ein Merkmal, was viele Clubs heutzutage, glaube ich, gar nicht mehr so haben: Wir machen nur noch Livemusik so, ne? Also bei uns ist um Mitternacht Schluss. Da wird irgendwie / gibt es keinen DJ, kein gar nichts. Das ist die Verabredung, die wir mit den Anwohnern haben: Ab Mitternacht ist halt Ruhe.“²⁰⁸

²⁰⁶ Vgl.: Andrea Rothaug, Geschäftsführerin RockCity e.V., S.3.

²⁰⁷ Dies ist offensichtlich auch den Ordnungsorganen der Stadt bewusst: Bei einem Event im Café Stark in der Wohlwillstraße an einem Freitagabend beschwerten sich zwei zugezogene Anwohner gegen 22:00 Uhr über zu viel Lärm bei der Polizei. Als diese am Ort eintraf stellte sie fest, dass die Beschwerde für St. Pauli völlig unangemessen sei und stellte nicht die Aktivitäten im Café Stark ruhig, sondern die sich beschwerenden Zugezogenen.

²⁰⁸ Niels Hergen, RBF-Talk 2016, S.21.

Aber nicht nur die unmittelbaren Anwohnerinnen und Anwohner von Musikspielstätten haben Anteil am Wirken der musikalischen Praxis in der Stadt. Auch alle anderen Bewohner der Stadt können darauf Einfluss nehmen, in dem sie sich fragen, in was für einer Stadt sie leben wollen und sich für oder gegen stadtpolitische Tendenzen engagieren und die Stadtentwicklung selbst mitgestalten. Beispiele für solche Bewegungen gibt es immer wieder, in Hamburg ist vor allem das Bürger-Engagement rund um das sogenannte Gängeviertel in den letzten Jahren bekannt geworden, das sich auch positiv auf die Musikpraxis der Stadt ausgewirkt hat. Sebastian Meißner, Autor der Clubbiographie des Molotow,²⁰⁹ beschreibt diese Auswirkungen für eben diesen Club:

„Es gab ja damals so eine große Solidaritätswelle, auch so Demos, wo das Thema ‚Molotow muss bleiben‘ und ‚Kein Abriss‘ auch so mit eingebunden war in diese ‚Recht auf Stadt‘-Bewegung, oder sozusagen so mit verortet worden ist in, ja, Städtebau, Stadtpolitik, grundsätzlich Stadtentwicklung da hinein. Wo es ja auch hingehört.“²¹⁰

Die Existenz der Vielfalt an Musikspielstätten und ihrer Orte kann somit auch ein Verdienst der Bewohner der Stadt sein, die sich für die Musikkultur einsetzen und diese in ihrer Stadt wissen wollen. Dies ist mitunter ein wichtiges Merkmal einer Musikstadt, die von den Anwohnerinnen und Anwohnern getragen wird.

Die nach den Bewohnerinnen und Bewohnern neben den sogenannten Macherinnen und Machern weitere sehr wichtige Gruppe, die für die musikpraktische Version einer Musikstadt essentiell ist, sind die Zuhörerinnen und Zuhörer der Musik, das Publikum. Ohne sie wären überhaupt keine Konzerte möglich. Aus musikpraktischer Sicht zählt die Zuhörerschaft zu den bedeutsamsten Bestandteilen von Musikaufführungen. Doch diese Einheit – das Publikum – ist weder einheitlich, noch stellt sie eine unerschöpfliche Größe dar. Das bedeutet, dass sich Angebot und Nachfrage in einer Stadt im Idealfall annähernd decken sollten. Dies gilt sowohl für die Quantität, als auch in qualitativer Hinsicht. Laut Philipp Stein, dem persönlichen Referenten des Generalintendanten der Elbphilharmonie, bedarf es eines Musikangebots für beispielsweise alle Altersklassen.²¹¹ Hier ist ein Zusammenwirken der musikpraktischen Macher von Nöten, denn nicht alle können oder wollen alles anbieten, eine

²⁰⁹ Vgl.: Meißner, Sebastian: Molotow – das Buch. Hamburg 2016.

²¹⁰ Sebastian Meißner, RBF-Talk 2016, S.5.

²¹¹ Vgl.: Philipp Stein, HamburgMusik gGmbH, S.11.

Musikstadt sollte aber ihr Publikum in voller Breite abholen und für jede und jeden ein entsprechendes Programm bereithalten. Hier erfüllen die klassischen Konzertreihen einen wichtigen, wenn auch nicht immer gewollten Auftrag: *„Also natürlich ist das Publikum, was in klassische Konzerte geht, älter,“*²¹² was von der HamburgMusik gGmbH mit dem Produkt „klassisches Konzert“²¹³ als solchem, als auch mit einem Kulturwandel in der zweiten Hälfte des 20. Jahrhunderts, zunehmend mangelhafter Schulbildung im Bereich der (klassischen) Musik und einer damit einhergehenden zunehmenden Unzugänglichkeit dieser Musik für jüngere Bevölkerungsgruppen erklärt wird.²¹⁴ Für die musikpraktische Version einer Musikstadt ist diese Abdeckung der Nachfrage eines älteren Publikums aber durchaus sehr zuträglich. Gleiches gilt für die Funktion der Populärmusik in ihrer enormen Diversifikation sowohl für unterschiedliche Alters- als auch für Interessensgruppen. Auch hier deckt sich idealerweise die Nachfrage mit dem musikpraktischen Angebot in der Stadt. Was das Angebot in Bezug auf die Quantität angeht, gibt es allerdings in diesem Zusammenhang einen ganz entscheidenden limitierenden Faktor: Die Masse an Publikum ist endlich. Das bedeutet, dass die Vielfalt einer Musikstadt unter Umständen auch dadurch begrenzt wird, weil einer Vielzahl an musikalischen Genres die Zuhörerschaft fehlt, um aus einem Nischendasein herauszukommen. Wiebke Pranz, ehemalige Bookerin im Club Golem und für das Elbjazz Festival, erläutert dieses Phänomen für subkulturelle Musikszenen:

„[Es gibt] gar nicht genug musikinteressierte Leute, die sich dann speziell für einen Nischen-Sound oder so interessieren. Also wenn ich zum Beispiel ausgehe oder das höre ich auch von anderen Freunden, wenn die in anderen Szenen unterwegs sind: Wenn du ein paarmal ausgehst auch, dann geht man ja schon häufig an dieselben Orte, du triffst dann auch überall die gleichen Leute. Also die Subkultur-Musikszenen in Hamburg sind doch relativ überschaubar, finde ich. Also wenn da jetzt an einem Abend – ich kann da für elektronische Musik auf jeden Fall sprechen – wenn da an einem Abend an drei verschiedenen Orten – sage ich mal im PAL, im Uebel&Gefährlich und im Pudel – eine Veranstaltung ist, die vielleicht so thematisch in eine ähnliche Richtung geht, dann

²¹² Philipp Stein, HamburgMusik gGmbH, S.11.

²¹³ Der Begriff „Produkt“ für ein klassisches Konzert wurde tatsächlich im Interview von Philipp Stein in diesem Zusammenhang so genannt. Vgl.: Philipp Stein, HamburgMusik gGmbH, S.11.

²¹⁴ Vgl.: Ebd., S.11f.

reicht das schon gar nicht mehr, um alle drei Läden voll zu machen. Also es ist halt wirklich, es sind überschaubare Szenen.“²¹⁵

Aber nicht nur innerhalb einer Szene kann es zu „Kannibalisierungseffekten“ kommen, auch was das gesamte Musikangebot angeht, kann eine praktische Zuschauerobergrenze durch eine Marktsättigung erreicht werden stellt Thomas Mehlbeer vom Mehr!-Theater am Großmarkt – und damit gerade nicht für den subkulturellen Sektor sprechend – fest:

„Man muss sagen, dass der Markt des / für Konzertbesucher auch nicht endlos ist. Also wir wissen auch, dass man irgendwie [...] so und so viel Konzertbesuche im Jahr macht, aber dann mehr auch nicht. Und dann bei diesem – ich will nicht sagen Überangebot – aber bei der Fülle des Angebots, die / was es aktuell gibt, ist man im Moment, würde ich sagen, in der Musikindustrie auch schon wieder an dem Punkt, wo man sagt: ‚Puh, die Sachen verkaufen sich auch nicht mehr so gut, weil es einfach so viel Angebot gibt an unterschiedlichen Dingen‘.“²¹⁶

In diesem Marktkontext lassen sich zum Teil auch die eben schon angesprochenen Entwicklungen von Spielstätten im Kontext der Dynamiken der Stadtentwicklung betrachten: Niels Hergen bringt in seiner Funktion als Vorstandsmitglied des Clubkombinats den Zusammenhang auf den Punkt:

„Das aktuelle Clubsterben gibt es an sich so gerade nicht. Also es haben in den letzten Jahren neun neue Clubs aufgemacht. Wobei man jetzt dieses Thema tatsächlich polarisieren muss: Mehr Clubs bedeutet ja nicht, dass es mehr Bands gibt, und es gibt auch nicht mehr Gäste.“²¹⁷

Letztendlich entscheidet der Markt und damit die Zuhörerschaft darüber, wie viel Angebot es geben kann. Dabei sollte das Urteilsvermögen dieser Zuhörerschaft nie unterschätzt werden, wie es sich in den Interviews gezeigt hat. Auch Andreas Schmitt bestätigt dies noch einmal: *„Es ist halt so, dass die Leute Gott sei Dank gezielt kommen.“²¹⁸* Das Publikum entscheidet damit nicht nur über die Masse des Angebots, sondern durch sein Marktverhalten auch über den Inhalt, wodurch das Publikum zur Voraussetzung und zum festen Bestandteil einer musikpraktischen Version der Musikstadt wird.

²¹⁵ Wiebke Pranz, Aalhaus-Podium, S.18.

²¹⁶ Thomas Mehlbeer, Mehr!-Entertainment, S.11.

²¹⁷ Niels Hergen, RBF-Talk 2016, S.6f.

²¹⁸ Andreas Schmitt, RBF-Talk 2016, S.23.

Eine Musikstadt ist folglich darauf angewiesen, wie sie gelebt und angenommen wird. Als ein reines Marketinginstrument, welches keinerlei Anbindung zu den Bedürfnissen der Bewohner und des Publikums besitzt, würde die Nachfrage fehlen und die Clubs und Konzerthäuser blieben leer. Ausgenommen davon ist jedoch der touristische Sektor, was am Beispiel Hamburg auf die Musicals zutrifft, die, auch wenn sie durchaus von Hamburgerinnen und Hamburgern wahrgenommen werden, doch in der Masse ein touristisches Publikum anziehen. Die Basis der musikpraktischen Version der Musikstadt Hamburg liegt hingegen in dem Publikum, dass auch beispielsweise an einem Dienstagabend in der Lage ist, ein Konzert zu besuchen, Anwohnerinnen und Anwohner also, die aus Interesse an ganz bestimmter Musik die Läden füllen. Auch wenn dies selbstverständlich erscheint, ist es essentiell für die Version einer musikpraktischen Musikstadt, dass eine solche Basis an Publikum vorhanden ist.

4.1.3 Musikstadt durch Booking: Das Programm der Musikstadt

Ein zentraler Bestandteil der musikpraktischen Version einer Musikstadt ist die Musik selbst, die auf den Bühnen der Stadt zu hören ist. Wie aber kommt diese Musik auf die Bühnen? Wer gestaltet das musikalische Programm der Stadt? Diese Fragen lassen sich im Grunde recht kurz mit dem *Booking* beantworten. Um aber festzustellen, wie ein Musikprogramm in der Stadt auch eine Musikstadt aus Sicht der musikalischen Praxis macht, soll auf dieses Booking ein sehr genauer Blick geworfen werden. Es stellt sich zunächst die Frage, wer in der Stadt verantwortlich für das Booking ist. Der Beruf des Bookers ist keineswegs einer, der sich erst in der zweiten Hälfte des 20. Jahrhunderts etablierte, wie man es aufgrund des eingedeutschten Anglizismus vermuten könnte. Sein Vorläufer ist der Impresario, der spätestens seit dem Entstehen eines öffentlichen Konzertwesens ab dem ausgehenden 18. Jahrhundert die entscheidende Rolle bei der Konzertorganisation und damit bei der Programmgestaltung der Musik in der Stadt spielte. Zu den bekanntesten Impresarios in Hamburg und dieser Zeit überhaupt zählte Bernhard Pollini, der im 19. Jahrhundert das Konzertwesen in Hamburg – insbesondere im Bereich der Oper – maßgeblich mitprägte und verantwortete.

Im Bereich der Populärmusik gibt es heute zwei Booking-Wege, die die Musik auf die Bühnen bringen: Zum einen können die Booker und Bookerinnen bspw. eines Clubs aktiv werden und gezielt Künstler anfragen, die ihnen gefallen und ihrer Meinung nach gut in den Club und dessen Programm passen würden. Ein Booker wird in diesem Fall zu einer Art Kurator des Programms des Clubs und letztlich auch der Musikstadt. Zum anderen werden die Künstler oder deren Agenturen aktiv und fragen die Clubs etc. an, ob sie bei ihnen auftreten können. Auch hier trifft die Entscheidung der Booker, wählt aber nur noch aus und hat unter Umständen auch ökonomisch verlockende Angebote, die er oder sie, je nach finanzieller Situation des Clubs ggf. auch aus wirtschaftlichen Gründen nicht ausschlagen kann. Letzteres ist einer der entscheidenden Faktoren bei der Gestaltung der Musikstadt. Zumindest was den populärmusikalischen Sektor anbelangt kommt es bei der Programmplanung immer wieder zur Abwägung zwischen Qualität und Wirtschaftlichkeit, zwischen Innovation und Ökonomie und zu dem Schluss, dass Vielfalt im Booking teuer ist.²¹⁹ Die Kunst des Clubbookings ist es also, innerhalb enger finanzieller Rahmenbedingungen ein hochwertiges Musikprogramm zu gestalten. Dabei ist die Einschätzung als hochwertiges Booking sowohl eine Subjektive, nämlich die des Bookers, als auch eine sich an europäischen und globalen Musikströmungen orientierende mit äußerst ausdifferenzierten Feinheiten. Gelingt es, diese Strömungen und musikalischen Innovationen in die passenden Clubs zu leiten, entsteht ein – nach dem Verständnis der aktiven Booker – exzellentes Musikprogramm der Stadt.

Für den Klassikbereich ist das Prinzip ähnlich, denn beispielsweise die HamburgMusik gGmbH ist der Veranstalter der Konzerte in Elbphilharmonie und Laeiszhalle (und auch auf weiteren Bühnen) und versucht ebenso, dort ein hochwertiges Programm zu gestalten und orientiert sich ebenfalls an internationalen Musikströmungen: *„Wir sind wirklich dafür zuständig, dass wir das, was es sonst in der Welt gibt, nach Hamburg holen.“*²²⁰ Es geht also explizit nicht nur darum, Musik aus Hamburg erklingen zu lassen und an einem Hamburg Sound zu arbeiten, sondern, geleitet von den Fragen *„was ist die Musik, die uns gefällt? Die auch dem Publikum gefällt, und was ist die Musik, die in irgendeiner Form den Charakter hat, dass man sie in einem Konzert auch präsentieren sollte?“*²²¹ eher an einem kollektiven Sound des Hamburger

²¹⁹ Vgl. bspw. Fred Noel, Aalhaus-Podium, S.6f. oder Wiebke Pranz, Aalhaus-Podium, S.8.

²²⁰ Philipp Stein, HamburgMusik gGmbH, S.3.

²²¹ Ebd., S.10.

Bookings zu arbeiten, der bekannt für seine hohen Ansprüche und seine hohe Qualität sein soll.

Die Qualität des Bookings ist nicht nur für die Repräsentation nach außen wichtig, sie ist vor allem die Grundlage für eine treue Zuhörerschaft, sodass diese auch in Konzerte geht, in denen die Künstlerin, der Künstler unter Umständen unbekannt ist, und somit überhaupt erst die Grundlage geschaffen wird, einen Rahmen für Innovationen bieten zu können:

„Wir haben auch ein Publikum, was uns extrem vertraut. [...] Die einen sind da, weil sie den Künstler kennen, die anderen sind da, weil sie den Veranstalter kennen und weil sie sagen, ‚wenn die Elbphilharmonie-Konzerte glauben, dass das ein tolles Konzert ist, dann schauen wir uns das zumindest mal an [...], weil, wir waren noch nie enttäuscht bei dem, was die Elbphilharmonie getan hat‘.“²²²

Gleiches gilt für das Booking in den Populärmusikclubs: Gelingt es über konstant gute Programmgestaltung ein Vertrauen zur Zuhörerschaft aufzubauen, ermöglicht dies einen Raum für Innovationen. Dabei darf aber nicht zu weit von den Vorstellungen des Publikums abgewichen werden, was dazu führt, dass es relativ klar definierte Zuordnungen von sogenannten Sounds der einzelnen Clubs und Konzerthäuser gibt, die ihr Booking selbst gestalten:

„Es gibt keinen klassischen Hamburg Sound oder den einen Hamburg Sound oder so, sondern eher so ein Nebeneinander oder so eine Koexistenz von ganz vielen lokalen Szenen, die dann eben in bestimmten Läden repräsentiert sind [...] durch ein Programm. Und das hat eben den Vorteil, dass man bestimmte [...] Interessensgruppen besser erreicht, weil die einen [den Club, in diesem Fall das Golem; S.K.] eben auch schon mit einem bestimmten Sound assoziieren.“²²³

Die Clubs oder klassischen Spielstätten wie die Elbphilharmonie mit ihrem jeweiligen Booking nehmen auf diese Weise geradezu eine Rolle ähnlich eines Marken-Ambassadeurs ein,²²⁴ auf dessen guten Ruf man sich verlassen kann. Insbesondere am Beispiel Elbphilharmonie wird deutlich, dass der Besuch immer lohnt und dem Programm schlichtweg vertraut wird. Ähnliches gilt auch für den Independent-Club Molotow, dessen Programm gerade an den weniger stark frequentierten Wochentagen

²²² Philipp Stein, HamburgMusik gGmbH, S.12.

²²³ Wiebke Pranz, Aalhaus-Podium, S12.

²²⁴ Vergleichbar mit dem Marketing-Konzept der Testimonials.

dazu einlädt, Musik zu entdecken, auch wenn die Bands möglicherweise vorab nicht weiter bekannt sind.

Die andere Seite des Bookings ist die Arbeit der Agenturen, gemeint sind damit Konzertagenturen wie bspw. Karsten Jahnke oder FKP Scorpio, zwei der für Hamburg wichtigsten und größten Agenturen für den Populärmusiksektor. Diese können ganze Tourneen für Künstler organisieren, aber auch nur der Veranstalter vor Ort sein für eine wiederum andere Agentur, die die eigentliche Tournee der Künstler ggf. international verantwortet. Die Agenturen versuchen ihre unter Vertrag stehenden Musiker zu möglichst lukrativen Konditionen in die Clubs der Stadt zu buchen. Es gibt in Hamburg auch eine Reihe von Clubs, bspw. Grünspan oder Große Freiheit 36 – meist Clubs ab einer bestimmten Größe, die gar nicht mehr selbst buchen, sondern sich fast ausschließlich als Veranstaltungsort für die Agenturen buchen lassen. Durch diese Praxis verliert ein Club aber unter Umständen seinen spezifischen Sound. Timotheus Wiesmann von der Interessengemeinschaft Hamburger Musikwirtschaft bestätigt dies:

„Auf Ebene von einem [...] Grünspan oder sowas, wo halt fast nur Veranstalter / örtliche Veranstalter hineingehen, [ist es] denen am Ende auch ein bisschen egal [...], was da eigentlich / was da spielt. Ich glaube nicht, dass die so sehr darauf bedacht sind, welche Musikfarbe in dem Club dann da stattfindet. Im Mojo und im Uebel ist es, glaube ich, noch mal ein bisschen anders, aber so Große Freiheit und so ab der Ebene, ich glaube, die machen ja auch gar nichts mehr selbst.“²²⁵

Diese Praxis hat zur Folge, dass das, was auf den Bühnen der Stadt stattfindet, das Programm einer Musikstadt, gar nicht zwangsläufig von Akteuren in der Stadt bestimmt wird. Die Gründe für dieses Vorgehen, auch von den Konzerthäusern und Clubs, die sich ohne großen Einfluss auf die Inhalte von den international agierenden Agenturen buchen lassen, sind ökonomischer Natur: Denn die Agenturen übernehmen das Risiko als Veranstalter. Wenn niemand das Konzert besucht oder kaum Karten verkauft werden, so ist es nicht mehr das Problem des Clubs. Dieser erhält in jedem Fall seine Miete von der Agentur. Das heißt, dass beim Agenturbooking kaum Experimente möglich sind. Es kommt nur auf die Bühne, was sich auch gut verkaufen lässt. Wer in der Sporthalle in Alsterdorf oder in der Arena in Stellingen auftritt,

²²⁵ Timotheus Wiesmann, Aalhaus-Podium, S.11.

bestimmt der globale Mainstream. Es ist ein finanzielles Kalkül und es sind diese Akteure, die mitentscheiden wer in Hamburg (wie auch international in den meisten anderen Städten) auf der Bühne steht, wobei der monetäre Mehrwert oft ein größeres Gewicht als die künstlerische Innovation einnimmt.

Aber es geht auch gemeinsam, sodass die kleineren Clubs, die ihren eigenen Booker beschäftigen, um ihr eigenes Programm gestalten zu können mit den großen Agenturen kooperieren. Fred Noel vom Molotow erläutert dies und begründet auch noch einmal, warum die Agenturen für die Künstler so wichtig sind:

„Wir arbeiten auf jeden Fall auch mit denen zusammen, entscheiden aber trotzdem mit, ob die Band überhaupt bei uns stattfindet. Wir lassen uns jetzt auch nicht anmieten, und dann steht auf einmal ‚Frei.Wild‘ auf der Bühne, sondern wir entscheiden schon ganz klar mit, wer da kommt. Und das ist für uns nur manchmal auch sozusagen das Gute daran, dass wir eine coole Band bekommen, die wir sonst auch gerne gemacht hätten, ohne dass wir das Risiko tragen. Und teilweise ist es auch so: Ohne örtlichen Veranstalter würde man manche Bands vielleicht auch gar nicht mehr bekommen. Das liegt an den Strukturen der Tourneeveranstalter, die / für die das natürlich toll ist, wenn sie Bands in einer / von der Größe wie Sporthalle bis ins Molotow, einfach mit einem Ansprechpartner sozusagen durchkauen können und nicht mit 25 verschiedenen Leuten. Das ist für die die einfachere Struktur, deswegen bekommt man manche Bands ohne örtliche Veranstalter gar nicht mehr angeboten.“²²⁶

Trotz solch praktischer Vorteile des ausgelagerten Bookings über die Konzertagenturen, verfestigt sich dennoch der Eindruck, dass aus Sicht der Booking-Akteure meines Forschungssamples – alles Akteure aus dem Club-Bereich – *gutes* Booking ausschließlich von den Clubs kommt und nicht von den Agenturen.

Bei einer Forschung zur Musikstadt Hamburg ist die Frage ‚Wie klingt die Musikstadt?‘ immer wieder ein zentrales Thema, ebenso die Frage nach einem speziellen *Hamburg Sound*. Betrachtet man die Praxis der Musikprogrammgestaltung der Stadt, wie in diesem Kapitel, so wird deutlich, dass die Stadt Teil eines größeren Gefüges ist. International agierende Agenturen, globale musikalische Strömungen sowie Künstlerinnen und Künstler, die permanent auf Tour sind, prägen in hohem Maße das Programm. Mit dieser Realität kann es im 21. Jahrhundert kaum einen

²²⁶ Fred Noel, Aalhaus-Podium, S.30.

„Klang der Stadt“ geben, der sich globalen Strömungen entzieht und nur für diese eine Stadt Gültigkeit besitzt und erkennbar ist. Aber es gibt in Hamburg zumindest Genres, die besser ankommen als andere, womit auch die Rezipientinnen und Rezipienten wieder ins Spiel kommen.²²⁷ Woran das liegt ist schwer nachzuweisen. Wiebke Pranz vermutet aber, dass dies mit bestehenden musikalischen Zuschreibungen zusammenhängt und identifiziert Genres wie HipHop und Hamburger Schule als weiterhin stilprägend für die Stadt. Diese Genres der Stadt, wenn man sie denn so nennen möchte, sind keineswegs musikalische Stile, wie sie nur in Hamburg entstehen konnten, weil das „kühlfeuchte Wetter“ sie so prägte,²²⁸ wie es in feuilletonistischen Artikeln gerne beschrieben wird, sondern sie sind Ergebnis von Zuschreibungen und vor allem der Reproduktion von *imaginaires* eines vermeintlichen *Hamburg Sounds*. Denn wenn die Booker davon reden, dass etwas gut in Hamburg funktioniert, dann meinen sie, dass etwas gut vom Publikum angenommen wird, die Hamburger also zahlreich zu den Konzerten erscheinen. Sie erscheinen so zahlreich, weil die immer wieder beschriebenen und wiederholten vermeintlichen Vorlieben zu bestimmten Genres bedient werden.

Das gerade angesprochene größere Gefüge, innerhalb dessen sich die Aktivitäten der musikalischen Praxis in Hamburg abspielen, hat nicht nur Auswirkungen auf den Inhalt des Programms, sondern auch auf die Quantität und den Zeitpunkt von Konzerten in der Stadt. Denn die großen Major-Agenturen mit ihren großen international ausgerichteten Festivals haben enormen Einfluss darauf, was in Hamburg an Konzerten angeboten wird – oder treffender formuliert: Was in Hamburg zu bestimmten Zeiten mit Sicherheit *nicht* zu hören sein wird. Zwar entwickelt sich der Live-Musik-Markt global positiv, das heißt es gibt insgesamt ein größeres Live-Musik-Angebot, was mit der Entwicklung des Musikmarkts weg vom, seit mittlerweile Jahrzehnten schwächelnden, Tonträgerverkauf, hin zu einem Konzert-Geschäft zusammenhängt.²²⁹ Das heißt aber nicht, dass dieses Mehr an Konzerten auch überall ankommt. Denn gerade weil die Konzerte als ökonomische Größe im Musikmarkt so wichtig geworden sind, versuchen die großen Agenturen und Labels, diese auch entsprechend zu regulieren und gezielt zu vermarkten. Das Ergebnis sind so genannte

²²⁷ Vgl. Wiebke Pranz, Aalhaus-Podium, S13.

²²⁸ Vgl. bspw.: Beginner: City Blues. Auf: Beginner: „Blast Action Heroes“. Universal Music 2003.

²²⁹ Vgl. Bundesverband Musikindustrie e. V. (Hg.): Musikwirtschaft in Deutschland. Berlin 2015.

Booking-Sperren, die den Bands von den Agenturen der großen Festivals aber auch direkt bei einer Buchung in einer Stadt auferlegt werden. Das heißt eine Band, die beispielsweise für das Hurricane-Festival in Scheeßel²³⁰ Ende Juni gebucht wird, hat im Vertrag der Buchung stehen, dass sie z.B. zwei Monate vor und nach dem Festival in einem Umkreis von bspw. 150 Kilometern nicht noch einmal auftreten dürfen.²³¹ Dieses Prinzip ist nichts grundsätzlich Neues, allerdings führt die enorme Zunahme an Festivals gerade im Sommer dazu, dass viele Bands monatelang nur noch auf Festivalbühnen quer durch Europa auftreten und nicht mehr in den Clubs der Städte. Dies geschieht sehr zum Leidwesen der Club-Betreiber und -Booker in der Stadt:

„Die Saison wird ja nicht länger - um es so mal zu sagen. Also im Gegenteil, die Saison wird sogar immer kürzer. Früher hatten wir ein Sommerloch, das waren sechs Wochen im Sommer oder von mir aus auch zwei Monate und irgendwie die zwei Wochen vor Weihnachten und die Woche nach Neujahr. Mittlerweile sind Bands eigentlich nur noch auf Tour April, Mai und Oktober, November. Also September bricht auch immer mehr weg durch Festivals, die Sommermonate ausdehnen.“²³²

Auch Niels Hergen beschreibt dieses Problem:

„Es gibt ein Hurricane, es gibt ein Wacken, es gibt ein Deichbrand, es gibt so viele Major-Festivals um Hamburg drum herum. So die haben dann halt auch noch alle, zwei Monate vorher, zwei Monate nachher dürfen sie nicht spielen so. Man kann sich die Termine ausdrucken und zusammenrechnen, dann hat man auf einmal vier Monate, wo man sagt, ‚Sorry‘. So, und die spielen alle auf diesen großen Festivals.“²³³

Je nach Ausrichtung und Spezialisierung eines Clubs können auch Festivals, die wesentlich weiter von Hamburg entfernt sind als das im niedersächsischen Scheeßel stattfindende Hurricane Festival, das Programm in der Stadt beeinträchtigen:

„Für einen Laden wie Pudel oder Golem ist zum Beispiel auch so ein Festival wie Fusion oder Melt oder so dann auch relevant. Da sind dann auch einfach viele von der potenziellen Zielgruppe irgendwie halt einfach mal mit ihrem Zelt woanders.“²³⁴

²³⁰ Scheeßel ist eine Kleinstadt in Niedersachsen, gelegen auf halber Strecke zwischen Hamburg und Bremen.

²³¹ Die Auflagen sind hier beispielhaft und variieren je nach Bekanntheit der Band etc.

²³² Andreas Schmitt, RBF-Talk 2016, S.8.

²³³ Niels Hergen, RBF-Talk 2016, S.8.

²³⁴ Wiebke Pranz, Aalhaus-Podium, S.21.

Hier sind allerdings für die eingeschränkte Programmgestaltung in der Stadt nicht die angesprochenen Booking-Sperren verantwortlich, sondern es entsteht durch Festivals bestimmter Genres ein temporärer Publikumsmangel für diese Musik in der Stadt, der das Booking limitiert. Für bestimmte Live-Acts fehlt es in Hamburg zu bestimmten Zeitpunkten aufgrund von Veranstaltungen, die ggf. ganz woanders stattfinden – im Falle des Melt-Festivals, welches nördlich von Leipzig in einem ehemaligen Tagebaugelände zu Hause ist, sind es ca. 400 km zwischen Veranstaltungsort und Hamburg – an einer ausreichend großen Zuhörerschaft.

Es gibt aber auch den Effekt, dass sich Festivals – auch in weiterer Entfernung – positiv auf das Booking in Hamburg auswirken, es also ein Mehr an Möglichkeiten gibt. Dies ist meist der Fall, wenn es sich um sogenannte Showcase-Festivals wie das SPOT in Aarhus (Dänemark), das Great Escape in Brighton (Großbritannien) oder das Eurosonic in Groningen (Niederlande) handelt. Diese Showcase-Festivals unterscheiden sich ein wenig von den klassischen Musikfestivals der Major-Agenturen. Zum einen sind sie meist nicht im (Hoch-)Sommer terminiert, zum anderen haben sie eher einen Kongress-Charakter, viele noch unbekannte Bands spielen auf diesen Festivals und von der Musikindustrie wird versucht auszuloten, welche neuen musikalischen Trends „im Kommen“ sind. Ebenso gibt es meist nicht die typischen zeitlichen und regionalen Bookingsperren für auftretende Bands, sodass viele Musiker die Möglichkeit nutzen, um mit kurzen Reisewegen möglichst viele Konzerte in Nordeuropa zu spielen. Hier kommt Hamburgs strategisch günstige geographische Lage zum Tragen. Es entsteht dann schnell ein Überangebot an Bookingmöglichkeiten, dem die Clubs der Stadt zu Spitzenzeiten gar nicht mehr gerecht werden können:

„Wegen dem Showcase-Festival in Brighton sind halt alle in dem Zeitraum da, und ich befürchte jetzt schon, dass das alles, dass sich das so ein bisschen kannibalisiert da in der Zeit. Und ich kann jetzt den Anfragen auch nicht mehr gerecht werden.“²³⁵

Im Ergebnis ist die Musikstadt Hamburg ein Teilchen innerhalb eines international agierenden Booking-Business und in diesem Kontext vor allem eine temporäre bzw. saisonale Musikstadt, die räumlich und zeitlich von den Major-Agenturen oder den Major-Festivals auferlegte Bookingsperren oder auch durch die räumliche Konzentration vieler Bands um die Showcase-Festivals herum, definiert wird, was Andreas

²³⁵ Timotheus Wiesmann, Aalhaus-Podium, S.19.

Schmitt für das Molotow bestätigt: *„Und deswegen hat man halt April und Mai jeden Tag Konzert und im Oktober auch und im November auch, und ansonsten wird es halt schon wieder etwas dünner,“*²³⁶ und auch Timotheus Wiesmann für das Aalhaus feststellt:

*„Ich hatte da jetzt irgendwie die Tage noch mal darüber nachgedacht auch irgendwie, Wie viel Konkurrenz setzt man sich zum Beispiel eigentlich im April und Mai gerade aus? ‘, [...] gerade was jetzt gerade für April und Mai an Anfragen hereinkommt.“*²³⁷

Zu dieser zeitlichen Komponente für das Programm der musikpraktischen Version der Musikstadt kommt die bereits angesprochene geographische Komponente hinzu. Denn dass Hamburg überhaupt in den Tourneekalendern der Bands und der Agenturen steht, ist keine Selbstverständlichkeit. Da hilft natürlich zum einen eine Positionierung als Musikstadt, sodass viele Bands einfach gerne in Hamburg spielen wollen (in diesem Belang allerdings im Vergleich zu bspw. Berlin, das international einen anderen Reiz hat, nicht mithalten kann), zum anderen ist es aber auch die strategisch günstige geographische Lage Hamburgs: *„Die Leute [Musiker; S.K.] kommen aus Kopenhagen natürlich oft oder aus Holland irgendwie rüber oder aus Berlin. Und da passt das irgendwie oft ganz gut hinein.“*²³⁸

Die musikalische Programmgestaltung der Stadt beeinflusst die musikpraktische Version der Musikstadt Hamburg, ist aber keinesfalls unabhängig in ihrem Handeln. Agierend in einem globalen oder zumindest europäischen Bookingkontext, ist sie von Hamburgs geographisch günstigen Lage geprägt. Einen lokalen Sound der Stadt, der durch das Programm konstruiert wird und ggf. als spezifisch hamburgisches Merkmal dieser Musikstadt fungieren könnte, kann es in den internationalen Kontexten nicht wirklich geben. Gewisse Genres sind aufgrund der Reproduktion von der Stadt zugeschriebenen Sounds in Hamburg jedoch weiterhin eher zu hören als andere. Interessant ist die Beobachtung, dass eine Musikstadt Hamburg im Jahresverlauf, was das Programm anbelangt, Höhen und Tiefen hat, die sie selbst nicht beeinflussen kann, was sie unter diesem Gesichtspunkt gleichermaßen zu einer saisonalen Musikstadt macht.

²³⁶ Andreas Schmitt, RBF-Talk 2016, S.9.

²³⁷ Timotheus Wiesmann, Aalhaus-Podium, S.19.

²³⁸ Ebd., S.16.

4.1.4 Netzwerke, Organisation und Zusammenhalt in der Musikstadt

Die Vernetzung der musikalischen Szenen der Stadt untereinander ist ein wichtiger Faktor für das Funktionieren der Musikkultur in Hamburg und ein zentraler Baustein der musikpraktischen Version einer Musikstadt Hamburg. Branchennetzwerke sind im Grunde nichts Besonderes. Für den Musikbereich scheint dieses aber in Hamburg besonders ausgeprägt und intensiv in der Zusammenarbeit zu sein. Denn dieses Thema bzw. dieser Punkt wurde von annähernd allen Gesprächspartnern und Gesprächspartnerinnen im Verlauf meiner Forschung aufgegriffen und als äußerst positiv für die musikalische Praxis in der dieser Stadt herausgestellt. Beispielhaft auf den Punkt gebracht von Thomas Mehlbeer, Pressesprecher des Mehr!-Theaters am Großmarkt:

„Also wir haben auch musikwirtschaftstechnisch hier ein Geflecht und einen Humus - wie es immer so schön heißt - auf den man aufbauen kann - die kurzen Wege in der Abstimmung und so weiter - der uns / der Hamburg prädestiniert macht für so Live Entertainment.“²³⁹

Diese musikpraktischen Geflechte haben dabei unterschiedliche Intensitäten und Institutionalisierungsgrade und reichen von persönlichen Kontakten und Freundschaften bis hin zur Organisation in Verbänden und Vereinen. Der Populärmusikbereich bzw. die Clubszene wird in Teilen beispielsweise vom Clubkombinat Hamburg e.V. repräsentiert. Laut Homepage definiert sich das Clubkombinat als „*Verband der Hamburger Clubbetreiber, Party- und Kulturereignisschaffender*“²⁴⁰ und stellt eine Schnittstelle zwischen, oder treffender formuliert, eine Synthese aus Musikpraxis und Musikplanung dar, da diese Planung direkt aus der Musikpraxis heraus resultiert. Dabei ist das Clubkombinat äußerst umtriebig, effektiv und gut organisiert. Anerkennend wird dies auch von der Behörde für Kultur und Medien auf diese Weise wahrgenommen, deren Referent für Musikwirtschaft feststellt:

„Das Clubkombinat ist da aber auch - muss ich da auch sagen - ist einfach auch sehr gut aufgestellt und vernetzt und weiß sich auch wirklich gut - sagen wir mal - bis in alle Bereiche hinein zu artikulieren irgendwie. Und wie man jetzt zuletzt auch mit dem LiveKomm-Papier gesehen hat [...] da wird schon sehr intensiv und klug gearbeitet.“²⁴¹

²³⁹ Thomas Mehlbeer, Mehr!-Entertainment, S.12.

²⁴⁰ <https://clubkombinat.de/> (abgerufen am 14.09.17)

²⁴¹ Johannes Rösing, RBF-Talk 2016, S.16.

Antrieb für die Vernetzung und die Arbeit des Kombinats ist die anhaltende Ressourcenknappheit, die insbesondere Finanzmittel und Raum betrifft. Dabei sieht das Clubkombinat vor allem die Clubs selbst in der Pflicht, sich so aufzustellen und zu organisieren, dass der Musikbetrieb aus eigener, musikpraktischer Kraft finanziell zu stemmen ist. Das vernetzte Bemühen um Fördermittel Dritter sollte nicht an erster Stelle stehen. Dazu Vorstandsmitglied Niels Hergen: *„Also irgendwie überall hinzugehen und Klinken zu putzen, ist halt auch nicht die Aufgabe eines Clubs. Am Ende musst du es hinbekommen, soweit es geht auf eigenen Beinen zu stehen.“*²⁴²

Wie das aussehen kann, neue Finanzmittel aus eigener Kraft zu generieren, zeigt das Clubkombinat mit der Etablierung ihres eigenen Ticketing-Systems *FairTix*. Die Idee hinter diesem Projekt ist, die Clubs etwas unabhängiger von den großen Ticketkonzernen wie Eventim etc. zu machen und die Ticketgebühren (System, Buchung, Vorverkauf) selbst regulieren zu können, denn, wie Niels Hergen es formuliert: *„Das sind unsere Bands, das sind unsere Clubs, ihr verdient Millionen damit so, und ich kriege noch nicht mal irgendwie einen Cent pro Ticket zurück von den zehn Prozent, den ihr euch da hineintut.“*²⁴³ Deshalb wurde mit dem Ticketanbieter TixforGigs 2012 eine Kooperation vereinbart, die beinhaltet, dass TixforGigs auf die Hälfte der üblichen Gebühren von 10% verzichtet und darüber hinaus einen Euro pro verkauftem Ticket (den Hamburger ClubEuro) an die Hamburger Clubstiftung abführt.²⁴⁴ Für TixforGigs ist das Projekt zum einen Teil ihrer Corporate Social Responsibility (CSR) oder besser Corporate Cultural Responsibility und zum anderen erhofft sich der Anbieter aufgrund der aus dieser Regelung entstehenden etwas niedrigeren Endpreise höhere Marktanteile.²⁴⁵ Für die beteiligten Hamburger Clubs zahlt sich das Projekt aus: 2016 wurden an die 30.000 Tickets über FairTix verkauft, was bedeutet, dass Finanzmittel in eben dieser Höhe von 30.000 Euro aus eigener Kraft zusätzlich generiert wurden.²⁴⁶ Allein durch Vernetzung in der Stadt und gemeinsame, kreative, lokale, unternehmerische Projekte, von denen es auch noch weitere gibt wie zum Beispiel den Clubplan als Heft, App und Monatsplakat oder die

²⁴² Niels Hergen, RBF-Talk 2016, S.23.

²⁴³ Ebd., S.24.

²⁴⁴ Vgl.: <http://www.fair-tix.de/about/> (abgerufen am 14.09.2017)

²⁴⁵ Aus betriebswirtschaftlicher Sicht setzt TixforGigs hier auf ein Mengenpremium anstatt auf ein Preispremium. Das bedeutet, dass über einen erhöhten Absatz die durch den niedrigeren Preis kleinere Gewinnspanne pro Stück kompensiert werden soll. Der erhöhte Absatz ist dabei ein Resultat des niedrigeren Preises.

²⁴⁶ Vgl.: Niels Hergen, RBF-Talk 2016, S.24.

Clubmap. Auf diese Weise wird Musik in der Stadt zur Musikstadt. Dieses Beispiel stellt auch einen schönen Gegenpol zu der im Kapitel über das Booking thematisierten limitierten Einflussnahme auf das Programm aufgrund äußerer Faktoren dar.²⁴⁷ Hier liegt alles in den Händen der Akteure der musikalischen Praxis.

Ein weiterer Aspekt des Entstehens einer Musikstadt aus der gut organisierten Musikpraxis der Stadt heraus, ist die Verzahnung von eben dieser Praxis mit der Musikförderung durch Netzwerke wie sie beispielsweise RockCity e.V. bietet:

„RockCity ist im Grunde Teil eines Netzwerkes in Hamburg, aber ein sehr starker Teil, der eben die Musiker repräsentiert. Und da gibt es natürlich auch noch viele andere, die Teile dieses Netzwerks sind, und wir beschäftigen uns sozusagen mit kreativen Musikschaffenden und Künstlern, Musikszenen, Nischen.“²⁴⁸

Zwar ist RockCity e.V. ein zu großen Teilen von der Behörde für Kultur und Medien finanzierter Verein und deshalb schon automatisch an der Schnittstelle Musikpraxis und Planung anzusiedeln, doch wie in Kapitel 3 „Portraits der Akteure“ bereits beschrieben, ist auch dieser Verein aus den Szenen heraus gegründet worden und somit selbst ein Produkt der guten Zusammenarbeit der musikpraktischen Akteure, deren Interessen er vertritt und versucht die Planung und die Praxis zusammen zu bringen:

„Wir sind einfach der Überzeugung, dass musikalische Innovationen von unten entstehen und nicht von oben. Oben soll helfen und muss helfen, das ist total wichtig, und oben muss in die Kunst investieren, ansonsten werden wir über kurz oder lang keine mehr haben.“²⁴⁹

Der Gemeinschaftsgedanke funktioniert aber auch auf nicht institutionalisierter Ebene. Das Vorhaben gute Musikveranstaltungen zu organisieren eint viele der Akteure und die Sache – die Musik – wird von ihnen wichtiger eingestuft, als der persönliche Erfolg. Denn trotz oder gerade wegen der fortwährenden finanziell angespannten Situation vieler Clubs gibt es einen großen Zusammenhalt unter den Akteuren und auffallend wenig Konkurrenzgedanken: *„Ich bin überhaupt niemand, der in irgendeiner Weise Konkurrenzdenken in der Clubszene [hegt], im Gegenteil: Ich*

²⁴⁷ Vgl. Kapitel 4.1.3

²⁴⁸ Andrea Rothaug, Geschäftsführerin RockCity e.V., S.10.

²⁴⁹ Andrea Rothaug, Geschäftsführerin RockCity e.V., S.9.

*hänge gerne mit den Kollegen ab und besuche die, und die kommen zu mir. Das finde ich total super, so, sich da auszutauschen.*²⁵⁰ Von diesem Austausch, diesem Zusammenhalt und dieser Vernetzung lebt die Musikstadt sogar in großem Maße und zwar häufig in Form von Empfehlungen, wie Booker Fred Noel vom Molotow sowie Wiebke Pranz über ihre Zeit im Golem berichten:

*„Wenn ich das gut finde, dann schiebe ich das zum Beispiel, sage ich, ‚Hier Astrastube‘, oder ich bekomme auch manchmal Sachen von der Astrastube zu uns geschoben, wenn das voll ist. Da passieren schon Empfehlungen so.“*²⁵¹ Wiebke Pranz stimmt mit ein: *„Ja, das stimmt. Also das Uebel zum Beispiel hat auch oft Sachen irgendwie, die dann zu klein waren fürs Uebel, um das voll zu machen. Hat es dann an uns irgendwie geschickt und gefragt, ob wir da Interesse daran haben, oder wir haben gesagt, ‚Das übersteigt unsere finanziellen Kapazitäten, aber vielleicht hat ja irgendwie das Mojo Bock darauf.“*²⁵²

Ebenso wird sich für außergewöhnlich große Events innerhalb der Szenen abgesprochen um „Kannibalisierungseffekte“, wie sie bereits in Kapitel 4.1.2 angesprochen wurden, zu vermeiden.²⁵³ Wichtig ist, dass, bevor ein Konzert unter Umständen nicht in Hamburg stattfindet, weil zum Beispiel Künstleranfrage und Club aus platz- oder zeittechnischen Gründen nicht zusammenpassen, versucht wird, gemeinschaftlich eine Lösung zu finden. Dies funktioniert umso idealer, je mehr Akteure den Gedanken an die gemeinsame Sache pflegen und die Empfehlungen auf Gegenseitigkeit beruhen. Darüber hinaus gibt es, aufgrund der existierenden Netzwerke der Akteure, auch die Möglichkeit für eine Veranstaltung mit dem ganzen Club an einen anderen Ort zuziehen – zumindest was die Betitelung des Events betrifft:

*„Also, wenn das halt bei mir im Golem nicht reingepasst hat, ich aber weiß, das Ding würde im Uebel&Gefährlich irgendwie als Konzert total funktionieren oder als Clubveranstaltung im Pudel, und da auch die richtige Zielgruppe erreichen, dann würde ich da halt immer mit hinziehen tatsächlich. Es gibt ja da auch Möglichkeiten, irgendwie zum Beispiel irgendwie ‚Golem präsentiert‘, und dann bist du aber an einem anderen Ort.“*²⁵⁴

²⁵⁰ Fred Noel, Aalhaus-Podium, S.32.

²⁵¹ Ebd., S.34.

²⁵² Wiebke Pranz, Aalhaus-Podium, S. 34.

²⁵³ Vgl.: Ebd., S.19.

²⁵⁴ Wiebke Pranz, Aalhaus-Podium, S. 33.

Ein besonderes Beispiel dieser Praktiken ist der Moment der abrupten Schließung bzw. Sperrung des alten Molotow-Clubs am Spielbudenplatz bei der Evakuierung der Esso-Häuser 2013. Im Interview erinnert sich Booker Fred Noel fast schon gerne an diese Zeit, in der sich eine tiefgehende Solidarität der Club-Akteure in Hamburg gezeigt hat:

„Ich glaube, also das ist schon auch gut so Vernetzung. Also wann ich das wirklich doll gemerkt habe, wie gut das zusammenläuft, war eben, als das Molotow über Nacht geschlossen wurde, und ich aber ein Programm gebucht hatte für drei Monate. Und dann stand ich da, ‚geil. Ich habe drei Monate Programm, aber keinen Club‘, und dann habe ich das drei Monate in alle anderen Clubs verschoben. Und ich glaube, es wurden von drei Monaten nur zwei Konzerte überhaupt abgesagt. Und das war so auch für mich so ein Schlüsselmoment, wo ich dachte, ey nein, wir hängen hier, wir sitzen alle im gleichen Boot.“²⁵⁵

Die Tatsache, dass tatsächlich nur zwei Konzerte eines Dreimonatsprogramms gestrichen werden mussten, ist enorm bemerkenswert und ein echtes Statement für eine musikpraktische Musikstadt Hamburg. Den vergleichbaren Fall im Bereich der klassischen Musik hatte ich bereits erwähnt: Das seit 2009 stehende Programm der Elbphilharmonie, das über acht Jahre auf sein Gebäude warten musste und in dieser Zeit in verschiedene andere Aufführungsstätten in der Stadt verlegt wurde.

Schließlich gibt es noch einen weiteren Aspekt des Zusammenhalts der musikpraktischen Akteure der Stadt. Bei der Betrachtung der gemeinschaftlichen Bemühungen für ‚die Sache‘, also für die Musik und den daraus resultierenden Strukturen einer Musikstadt, fällt auf, dass zwar durchaus auch genreübergreifend zusammengearbeitet wird, also beispielsweise auch zwischen Klassik, Pop und Jazz,²⁵⁶ eine wichtige Akteursgruppe der musikalischen Praxis in Hamburg jedoch keine oder kaum Erwähnung findet und eher außen vor bleibt – die der Musicals. Das liegt in hohem Maße an der vorrangig kommerziellen Ausrichtung dieses Genres und dieser Akteursgruppe. Die eben benannte Formel, dass der Erfolg der Sache vor dem persönlichen Erfolg stehe, kann für die Musicalszene nicht gelten. Dafür ist diese zu sehr in

²⁵⁵ Fred Noel, Aalhaus-Podium, S.34.

²⁵⁶ Gute Beispiele hierfür sind vor allem das Schaffen von ungewöhnlichen Konzert-Settings, indem man die Veranstaltungsorte tauscht: Bspw. Klassik im Mojo-Club und Punkrock in der Elbphilharmonie.

unternehmerischen Grundstrukturen organisiert. In den mit Vertretern der Musicalunternehmen geführten Interviews wurde sehr deutlich von Konkurrenz und Wettbewerb gesprochen, wenn es um andere musikpraktische Akteure der Stadt mit gegebenenfalls musicalnahen Programmpunkten ging.²⁵⁷ Hierbei handelt es sich um Begriffe, die in den anderen Interviews kaum oder nur in relativierenden Vergleichen verwendet wurden. Die Sonderstellung der Musicals begünstigt in der Folge ein Gegenüber der meisten anderen musikpraktischen Akteure der Stadt, eine Art gemeinsame Opposition zu den rein kommerziellen Zielen der Musicalunternehmen. Dies ist ein Aspekt, der durchaus dazu beiträgt, eine Musikstadt aus dem Zusammenhalt ihrer Akteure – exklusive Musicals – entstehen zu lassen. Denn es ist in ihrer aller Interesse Teil einer Musikstadt Hamburg zu sein und nicht Teil einer Musicalmetropole Hamburg, wie sie sowohl von den Musicalunternehmen selbst, als auch – in Zusammenarbeit mit diesen – von der Hamburg Marketing GmbH proklamiert wird.²⁵⁸

4.1.5 Musikstadt machen kostet Geld I

Es gibt ein Thema, um das sich bei der Analyse des *Making Of* der Musikstadt Hamburg nicht alles, aber doch sehr vieles dreht: Geld. Denn ohne finanzielle Unterstützung in Form von Querfinanzierungen blieben viele Aktivitäten der Akteure im Bereich des Unmöglichen. Die Gründe, warum ich im Zuge der Forschung immer wieder auf die monetären Aspekte der Musikstadt gestoßen bin, sind dabei so vielfältig wie die Akteure selbst. Zwei zentrale Sichtweisen in Bezug auf die Finanzmittel lassen sich jedoch definieren: Für die einen ist das Geld Mittel zum Zweck, das in irgendeiner Form also notwendig für das Funktionieren der musikalischen Praxis der Stadt ist – um Musik(stadt) zu machen. Für die anderen dient der Zweck den Mitteln, Musikstadt machen und das Funktionieren einer musikalischen Praxis soll dementsprechend einen monetären Mehrwert generieren – auch hier muss aber zunächst Geld eingesetzt werden. Beiden Sichtweisen ist also gemein: Musikstadt machen

²⁵⁷ Vgl. Stephan Jaekel, STAGE-Entertainment, S.1

²⁵⁸ Vgl.: <http://www.stage-entertainment.de/musicals-shows/musicals-in-hamburg.html> (abgerufen am 22.04.2016) oder auch: <https://marketing.hamburg.de/musical-metropole.html> (abgerufen am 22.04.2016).

kostet zunächst einmal Geld. Die Ziele dieser „Investitionen“, wie Andrea Rothaug vom musikfördernden Verein RockCity e.V. bspw. städtisch bereitgestellte Gelder nennt,²⁵⁹ können sehr unterschiedlich sein und haben dabei genau diese beiden Extreme: Das eine Ziel ist langfristig qualitativ hochwertige Musik diverser Genres zu machen und diese in dafür hervorragend ausgelegten Räumlichkeiten vor einem zahlreichen und interessierten Publikum aufzuführen. Das andere Ziel ist die Gewinnmaximierung: Durch Musik und dabei mit möglichst wenig Aufwand schnell viel Geld zu verdienen. Diese beiden Ziele sind hier überspitzt dargestellt, entsprechen aber in ihrer Anlage der Wahrnehmung im Feld. Aufgrund der Verschiedenheit dieser Ziele und den unterschiedlichen Wegen sie zu erreichen, ist es deshalb nur logisch, dass dieser Aspekt sowohl in diesem Kapitel, als auch im Kapitel zur geplanten Version der Musikstadt thematisiert wird. Dort werden dann auch die vielen städtischen und nicht städtischen Förderinstrumente, die dem Werden einer Musikstadt dienen sollen, genauer benannt und betrachtet. An dieser Stelle ist soweit festzustellen, dass es ganz ohne Förderung kaum geht. Denn die einzige musikalische Praxis, die tatsächlich ohne finanzielle Förderung auskommt (von den Marketingkooperationen abgesehen) und sich jetzt schon einige Zeit in der Stadt zu behaupten weiß, sind die Musicals. Die Tatsache, dass aber nicht alle Bühnen der Stadt Musicals aufführen können und vor allem wollen, führt zu der Erkenntnis, dass vor allem die Vielfalt Geld kostet. Sie ist aber auch das, was Hamburg als Musikstadt auszeichnet. Dabei ist zu beobachten, dass das Thema Geld in den verschiedenen Genres unterschiedlich stark thematisiert wird, was häufig mit dem Institutionalierungsgrad der finanziellen Förderungen zusammenhängt: In den Interviews mit Vertretern der Club-Szene und aus popularmusikalischen Szenen ist das Thema Geld und Geldknappheit allgegenwärtig und wirkt geradezu gesprächsdominierend. Dagegen wird das Thema in den Interviews mit Vertretern beispielsweise aus der Klassikbranche oder den Musicals zwar behandelt, aber mit einer ganz anderen Distanz. Geld wird hier eher als eine Größe von vielen gesehen und hat nicht annähernd eine so existenzielle Rolle inne. Dies kann aber auch eine Frage des Habitus sein, bzw. des Selbstverständnisses der für die Institution sprechenden Person.

Das grundlegende Problem ist, dass die Kosten des Musik-in-der-Stadt-Machens, des Musikstadt Machens, höher sind, als die direkten Einnahmen. Das gilt sowohl für die

²⁵⁹ Vgl.: Andrea Rothaug, Geschäftsführerin RockCity e.V., S.11.

Klassik, als auch für die Populärmusik und die Clubszene. Nur die Musicals erzeugen durch eine Kombination von sowohl Preis- als vor allem auch Mengen-Premium Einnahmen, die in die Gewinnzone führen, was aber auch daran liegt, dass sie einen überregionalen bis nationalen, wenn nicht sogar internationalen Publikumsmarkt bedienen, ihre Produkte exakt diesem Markt anpassen und zusätzlich kostenreduzierend national an sieben Standorten agieren. Damit machen sie Hamburg auch zur Tourismus-Stadt.

Die meisten Akteure der anderen Genres schaffen es nicht allein mit Konzertkartenverkäufen in die Gewinnzone. Diese ist aufgrund der oft zu hohen oder manchmal auch unvorhersehbaren Kosten, hier sei zu Beispiel das Thema Investitions- bzw. Sanierungsstau der Clubs genannt,²⁶⁰ für viele Akteure meist in weiter Ferne. Abhilfe schafft hier das Aktivieren oder Entwickeln weiterer Einnahmequellen, wie am Beispiel der FairTix in Kapitel 4.1.4 bereits beschrieben. Eine weitere klassische Einnahmequelle, vor allem für clubähnliche Konzertstätten (aber auch im Klassikbereich) ist der Barbetrieb. Auch hier gab es in Hamburg bereits Überlegungen durch Vernetzung Kosten zu reduzieren, bspw. durch gemeinsamen Einkauf mehrerer Clubs, was sich aber in der Praxis aufgrund der unterschiedlichen und schwankenden Bedarfe nicht umsetzen ließ.²⁶¹ Bezüglich des Barbetriebs gibt es in jüngerer Zeit ein zusätzliches Phänomen, was die Einnahmen aus diesem Bereich schwächt: Die sich zunehmend entwickelnde Kiosk-Kultur. Anja Schwanhäuser hat diese Praxis in ihrer Arbeit über das sogenannte Cornern bereits näher untersucht.²⁶² Kiosk-Kultur, oder aus Sicht der Musikstadtmachenden eher als das Kiosk-Problem dargestellt, beschreibt die Praxis, dass sich Gäste beispielsweise eines Clubs Getränke nicht im Club an der Bar kaufen, sondern für diese den Club kurzzeitig verlassen, um aus ökonomischen Gründen das Getränk zu günstigeren Preisen an einem in der Nähe befindlichen Kiosk kaufen. Vor allem auf St. Pauli begünstigt die sich verändernde Struktur der Betriebe und Läden entlang der Reeperbahn und Umgebung diese Praxis zunehmend (auch wenn es die legendäre Esso-Tankstelle an der

²⁶⁰ Zum Thema Sanierungsstau siehe bspw.: Clubkombinat Hamburg e.V.: Meilensteine auf dem Weg zur Musikstadt. Hamburg 2017. Hier insbesondere Punkt 7: Beihilfen zur Auflösung des Investitionsstaus.

²⁶¹ Vgl.: Andreas Schmitt, RBF-Talk 2016, S.21.

²⁶² Vgl.: Schwanhäuser, Anja: Herumhängen. Stadtforschung aus der Subkultur. In: Zeitschrift für Volkskunde. Bd. 111. Münster 2015, S.76-93.

Reeperbahn mittlerweile nicht mehr gibt).²⁶³ Die Kiosk- oder auch Dönerladenbetreiber haben diesen Trend ihrerseits auch bemerkt und versuchen diesen auszunutzen, indem sie die Getränkepreise erhöhen. Eigentlich müssten die Kioske dadurch ihren Absatzvorteil verlieren und auch Andreas Schmitt stellt fest: *„Der Preis zwischen Kiosk und Club ist eigentlich mittlerweile gar nicht mehr der Unterschied. Die Preise sind eigentlich gleich.“*²⁶⁴ Dennoch scheint vor allem bei der Laufkundschaft die Vorstellung vom vermeintlich günstigeren Bier im Kiosk fest verankert und beschert den Barbetrieben der Clubs Umsatzeinbußen. Aus musikpraktischer Sicht positiv ist aber, dass viele Konzertstätten mit ihren Programmen ein ausgewähltes Publikum ansprechen, sodass *„die Leute schon sehr gezielt zu uns kommen. Dass sie eben das Konzert sehen wollen, und dann kommen sie und dann kaufen sie halt auch ein Bier und sagen nicht, ‚Oh, das kaufe ich jetzt aber beim Kiosk um die Ecke.‘“*²⁶⁵ Dennoch bleibt die Kiosk-Kultur ein akutes Problem für die Einnahmen vieler Konzertstätten. Denn ab einer gewissen Größe – und das Molotow gehört beispielsweise schon zu dieser – sind die Clubs auch auf die Einnahmen aus dem Konsum der Laufkundschaft angewiesen, um solide wirtschaften zu können. Die permanente Finanznot vieler Clubs gefährdet langfristig die Vielfalt des Musikangebots der Stadt. Denn wenn die Energie und das Engagement für die Sache, für gute Musik bei den Macherinnen und Machern nicht mehr da ist, führt es dazu, dass *„viele Läden [...] auf Partymusik für Touristen und Junggesellenabschiede [setzen], weil das natürlich sehr viel leichter verdientes Geld ist, als jeden Tag Bands auf die Bühne zu bringen. Also die Existenzsorgen haben damit zu tun, dass Livemusik zu veranstalten nicht besonders lukrativ ist.“*²⁶⁶

Damit liegt Andreas Schmitt nur halb richtig, denn der Live-Musikmarkt ist zwar ein schwieriger, aber auch ein sehr großer Markt. Innerhalb der Musikindustrie fand im Zuge der Absatzkrise des Tonträgerbereichs ab Ende der 1990er, Anfang der 2000er Jahre, ausgelöst durch die Digitalisierung der Medien und des Medienkonsums, eine Kapitalverschiebung weg von eben jener Tonträgerindustrie, hin zum Live-

²⁶³ Vgl. z.B.: Fred Noel, Aalhaus-Podium, S.14; oder auch: Freie und Hansestadt Hamburg, Bezirksamt Hamburg-Mitte, Dezernat Wirtschaft, Bauen, Umwelt, Fachamt für Stadt- und Landschaftsplanung (Hg.): Live-Musik-Clubs auf St. Pauli. Stadtökonomische Wechselwirkungen und planungsrechtliche Situation. Hamburg 2010.

²⁶⁴ Andreas Schmitt, RBF-Talk 2016, S.20.

²⁶⁵ Ebd., S.23.

²⁶⁶ Andreas Schmitt, RBF-Talk 2016, S.3.

Entertainment-Markt statt. Und die Kapitalverschiebenden, sprich Investoren, das sind nicht die Konzertgängerinnen und -gänger, die sich noch zwei Bier an der Bar und ein Poster der Band am Merchandise-Stand kaufen. Im Gegenteil sind es institutionelle Investoren wie Hedgefonds etc., die im großen Stil und mit viel Geld den Markt beeinflussen und nach immer größeren Festivals, Touren und Einzelevents verlangen.²⁶⁷

Um in diesen makroökonomischen Kontexten überhaupt annähernd selbstständig agieren zu können, ist klar nachvollziehbar, dass für viele Kulturschaffende städtische Fördergelder zwingend notwendig sind. Eine musikpraktische Version der Musikstadt, die überwiegend durch die musikalische Praxis geprägt ist, kann aber nur aus der eigenen musikpraktischen Kraft entstehen, wie Niels Hergen es abschließend und mit Mut für die Zukunft in der visionären Vorstellung einer finanziell unabhängigen Musikpraxis zusammenfasst:

„Natürlich muss man auch mit Kulturbehörde und Privatpersonen und allem, aber am Ende musst du halt auch gucken, dass du es auch aus eigener Kraft schaffen musst. Und so lange wie Andi bin ich jetzt auch nicht dabei, aber man schafft es. Man kann es schaffen. Und man muss halt auch nicht nur irgendwie immer sagen, ‚Du, du, du, du‘, sondern muss auch dann mal gucken, dass man das selber hinkriegt. So!“²⁶⁸

Niels Hergen spricht hier unter anderem eine Art Opfer-Kultur der Kulturschaffenden an, die es seiner Meinung nach in dem Business nicht geben muss. Die musikalische Praxis kann sich dem Markt stellen. Es bedarf guter Ideen und guter Leute – dann gelinge das schon aus eigener Kraft. Diese Äußerung gibt den eher negativen Darstellungen, die die Herausforderungen des Machens von Live-Programm thematisieren, eine erneute Wendung, steht sie doch exemplarisch für ebenjene beschriebene Leidenschaft, mit der die Akteure – Booker, Clubbetreiber, Musiker – an ihrer Sache arbeiten.

²⁶⁷ Vgl.: Thomas Mehlbeer, Mehr!-Entertainment, S.11.

²⁶⁸ Niels Hergen, RBF-Talk 2016, S.24.

4.1.6 Zusammenfassung der musikpraktischen Version

Mit die wichtigste Erkenntnis der Ausdifferenzierung der musikpraktischen Version einer Musikstadt Hamburg ist die Fähigkeit der Benennung des Ziels dieser Version: Es geht darum, die Entwicklung von Musik in dieser Stadt qualitativ und quantitativ zu sichern. Im Fokus der musikpraktischen Version der Musikstadt Hamburg steht damit die Musik selbst. Alle Bestandteile der Version wirken auf dieses Ziel hin. Dazu gehören die Macherinnen und Macher, die durch ihre Organisation und ihre Netzwerke die Musik auf die Bühnen bringen, die Konzertsäle und Clubs, die Raum suchen und geben, das Publikum, das die Musik rezipiert, die Künstlerinnen und Künstler, die die Musik schreiben und spielen, das Booking, das das Programm und damit die musikalische Gestalt der Stadt kuratiert sowie die Bewohnerinnen und Bewohner, die mit der Musik in der Stadt leben. Diese musikpraktische Version ist in diesem Kontext das Ergebnis der Vielzahl an Assoziationen des soziomateriellen Gefüges der Musikstadt Hamburg. Öffnen wir mit dem Wissen um exakt dieses Gefüge die Black Box Musikstadt Hamburg, würde genau das innen sichtbar werden, was ich oben beschrieben habe: Ein Zusammenspiel von Akteuren und Aktanten, in deren Mitte ihrer Assoziationsketten die Musik steht, deren Entwicklung und deren Fortbestehen es zu fördern und bewahren gilt.

4.2 Geplante Version

„Denn Mozart wollte ja Zeit seines Lebens irgendwie endlich in Paris wirken, weil es die Stadt der Musik war, und heutzutage würde jeder sagen, ‚Wien ist die Stadt der Musik, und klar war Mozart dort‘. Aber zu Mozarts Zeit war das nicht konnotiert, und die Wiener haben deutlich später, so ab 1828, 1830 um den Wiener Kongress herum und vor allem danach auf einmal beschlossen, ‚Wir sind jetzt Musikstadt‘, und haben dafür viel Geld investiert und haben diesen Ruf ja auch nachhaltig in der Welt verankert.“²⁶⁹

Philipp Stein, persönlicher Referent des Generalintendanten der HamburgMusik gGmbH (Elbphilharmonie und Laeiszhalle Betriebsgesellschaft) spricht in diesen zwei Sätzen schon einige der wichtigsten Punkte des Planens einer Musikstadt an: Es bedarf eines bedeutenden Einsatzes von ökonomischem Kapital und die Planung folgt dem Prinzip der stetigen Wiederholung und Erinnerung und kreiert so eine vermeintliche Vorstellung, dass Musik und diese eine Stadt schon immer zusammengehörten. Vor allem aber erinnert Philipp Stein noch einmal daran, dass Hamburg nicht die erste Stadt ist, die auf die Idee gekommen ist, Musikstadt werden zu wollen. Warum und wie genau Hamburg dieses Vorhaben umsetzt, wird im Verlauf der folgenden Unterkapitel erläutert, das Grundprinzip erinnert jedoch an die von Philipp Stein angesprochenen Prozesse in Wien von vor rund 200 Jahren:

„Die Wiener haben das schon sehr stark durch das Bauen und Errichten von Institutionen, aber auch durch das konsequente [...] Bespielen einer musikalischen Vergangenheit, indem sie an jedes Haus, in dem irgendwann mal auch nur irgendein Komponist irgendwas getan hat, eine Tafel darüber hingemacht haben. Indem sie Statuen ohne Zahl gebaut haben, sodass auf einmal jeder den Eindruck hatte, ‚klar, die waren alle immer wieder hier‘, und dadurch war dann auch für alle anderen, die Musik machen wollten, klar: ‚Ich muss nach Wien, weil dort waren sie alle‘. Aber das ist eben tatsächlich eine Erfindung.“²⁷⁰

Diese Prozesse in Wien hat die Historikerin Martina Nussbaumer in ihrer Arbeit zur *Musikstadt Wien: Die Konstruktion eines Images*²⁷¹ beschrieben und analysiert. Diese Arbeit wirkte durchaus inspirierend für diese Forschung, wenngleich Nussbaumer

²⁶⁹ Philipp Stein, HamburgMusik gGmbH, S.1.

²⁷⁰ Ebd., S.2.

²⁷¹ Nussbaumer, Martina: Musikstadt Wien: Die Konstruktion eines Images. Freiburg 2007.

innerhalb ihrer Disziplin blieb und nicht ethnographisch forschte, sondern ein umfangreiches Quellenmaterial als Basis ihrer Forschung nutzte. Die Quellen reichen jedoch von Schriftstücken und offiziellen Drucksachen über alltagskulturelle Gegenstände wie Reiseführern hin zu den Gebäuden der Musikstadt, die als räumliche Manifestationen der geplanten Musikstadt ausgewertet wurden. Da viele dieser Materialbestände auch eine Rolle in dieser Arbeit, vor allem in den folgenden Kapiteln, spielen, liefert die Studie diverse brauchbare Anhaltspunkte in der Auswertung von Quellenmaterial.

Eine Musikstadt zu *planen* – vor allem mit ökonomischen Interessen im Hinterkopf – ergibt in einer kaufmännisch geprägten Handelsstadt wie Hamburg Sinn und scheint gut nachvollziehbar. Streng nach dem Grundsatz ‚es muss sich schon rechnen‘ werden mit nüchternem ökonomischen Kalkül die kulturellen Aktivitäten geplant, finanziert und durchgeführt. Das ist nicht erst seit dem Senatsbeschluss zur Musikstadt zu beobachten, sondern eine Praxis, die über zwei Jahrhunderte nachzuvollziehen ist. Als Beispiel dafür lässt sich die Gründungsgeschichte der Philharmonischen Gesellschaft von 1828 anführen, die den Organisations- und Spielbetrieb erst aufnahm, nachdem 500 Abonnements verkauft wurden und sich das ökonomische Risiko durch dieses Vorgehen in Grenzen hielt.²⁷²

Diese durch ökonomische Grundsätze geprägte Planung einer Musikstadt soll ein Image einer Stadt konstruieren. Im Zuge dessen ist es hilfreich, wenn die beteiligten Akteure eine ähnliche Vorstellung davon haben, was eine Musikstadt eigentlich ist. Dies scheint jedoch ein fast schon utopischer Anspruch zu sein, denn *„im Begriff ‚Musikstadt‘, so die Vizepräsidentin des Landesmusikrates der Stadt Hamburg Alenka Barber-Kersovan „überlagern sich historische Gegebenheiten mit symbolischen Zuschreibungen, das Ästhetische berührt das Soziale, die Pflege lokaler Traditionen überschneidet sich mit dem Massentourismus, die musikbezogene bauliche Substanz wird zur mentalen Repräsentation, die identitätsstiftende Kraft musikalischer Mythen mutiert zum Instrument des Stadtmarketings und der immaterielle Wert künstlerischer Artefakte wird am Grad ihrer ökonomischen Verwertung gemessen.“²⁷³*

²⁷² Vgl.: Mischke 2008, S.85f.

²⁷³ Barber-Kersovan, Alenka: Musikstadt zwischen Wirtschaft, Kreativität und Politik. Theoretische Überlegungen aus historischer Perspektive. In: Landesmusikrat in der Freien und Hansestadt Hamburg e.V. (Hg.): Musikstadt Hamburg. Standpunkte zum Standpunkt. Hamburg 2014, S.8-11, S.10.

Dass in den Vorstellungen von der Musikstadt Hamburg folglich nicht immer eine Kongruenz zu erkennen ist, liegt daneben auch an den teilweise sehr unterschiedlichen Zielen im Machen einer Musikstadt und führt einen zurück zu einer der grundsätzlichen Fragen dieser Arbeit: Wer will was mit der Musikstadt? Dabei stellen sich auch die Fragen, wer überhaupt mitgestalten kann, welche Bestandteile eine Musikstadt im Konkreten folglich hat und wer nach wessen Meinung dazu gehört und wer nicht. Bezüglich dieser Praktiken des Einbeziehens in und des Ausschließens von Akteuren aus Planungsprozessen, die Musik in der Stadt betreffend, macht der Pressesprecher des Theaters am Großmarkt, Thomas Mehlbeer, eine interessante Bemerkung:

„Ich finde in Hamburg schade diese Grenzziehung zwischen subventionierter und nicht subventionierter Kultur. Finde ich total abenteuerlich, dass man das so aufrechterhält. Aber, also es gibt zum Beispiel, wenn man einen runden Tisch bei Hamburg Tourismus Kultur [hat], ja, da sitzen nur subventionierte Einrichtungen, da bekommen WIR keinen Zutritt, ja? Und da frage ich mich, warum? Also das verstehe ich nicht. Machen wir keine Kultur? Ja, der Begriff, der ‚Kultur‘-Begriff gibt, es gibt zweierlei ‚Kultur‘-Begriffe in Hamburg, und da wird GANZ klar unterschieden.“²⁷⁴

Hier wird ersichtlich, dass es nicht ‚die Stadt‘ gibt, die plant, sondern mehrere städtische Akteure mit zum Teil ganz unterschiedlichen Zielen, die nicht unbedingt eine gemeinsame Vorstellung der Musikstadt haben: Sei es die Behörde für Kultur und Medien, die Hamburg Marketing GmbH, der Landesmusikrat oder auch die Handelskammer.

Zu den unterschiedlichen Zielvorstellungen bzgl. der Musikstadt kommt erschwerend hinzu, dass oft auch unklar bleibt, wie genau eine Musikstadt eigentlich zu definieren ist. Denn nur dadurch, dass in einer Stadt Musik zu hören ist, ist eine Stadt nicht gleich Musikstadt. Dazu bedarf es eines Mindestmaßes an Performanz, dem Konzert, was Andreas Schmitt vom Molotow Club zu einer Definition verleitet:

„Also ein „Club“ ist ein Begriff, den ich an dieser Stelle noch mal definieren möchte. Für mich ist ein Live-Club eben ein Club, der Konzerte veranstaltet. Ich möchte das abgrenzen zu Diskotheken und zu irgendwelchen Partymusik-Event-Plätzen, die es an der Reeperbahn mittlerweile immer mehr gibt, die halt Partymusik spielen für Partygäste. Das ist natürlich ein Konzept, was wirtschaftlich gut hinhaut, was aber natürlich nichts

²⁷⁴ Thomas Mehlbeer, Mehr!-Entertainment, S.16.

mit einem Club zu tun hat. Ich erwähne das deshalb immer wieder, weil man das auch, im Zweifelsfall, Leuten von der Stadt immer wieder erzählen muss, weil die sagen, ‚Da läuft doch Musik‘. Ja, aber was für welche.“²⁷⁵

Dass das Verständnis dafür auf städtischer Seite, zumindest bei der Behörde für Kultur und Medien, inzwischen durchaus vorhanden ist, bestätigt deren Referent für Musikwirtschaft, Johannes Rösing:

„Das Clubkombinat hat da auch Pionierarbeit geleistet und [die] haben schon vor vielen Jahren im Grunde so eine Definition gebracht, mit der wir auch dann eben arbeiten. Und eine Mindestzahl von Konzerten wird einfach vorausgesetzt. Das Molotow ist da natürlich ein Club, der das / der das locker übererfüllt. Und da trennen wir natürlich, klar, ganz deutlich. Und unsere Förderinstrumente²⁷⁶, die es da gibt, die sind dann auch schon speziell auf solche Musikclubs zugeschnitten.“²⁷⁷

Diese beiden Gesprächsausschnitte, die aus demselben Interview stammen, deuten an, was im späteren Verlauf dieses Kapitel deutlich werden wird: Es gibt keine klaren Fronten im Für und Wider des Machens der Musikstadt und keine Vorgehensweise im Sinne von „Praxis gegen Planung“, was das Aufgliedern in exakt diese Versionen von Musikstadt innerhalb dieser Arbeit vielleicht fälschlicherweise vermuten ließe. Die Konstellationen sind weitaus komplexer und häufig durchaus konstruktiver als angenommen.

4.2.1 Musikstadt als (wirtschafts-)politische Agenda.

Ein Konstrukt zwischen Identität, Image und *imaginaire* einer Stadt

Wieso entscheiden sich der Senat der Stadt Hamburg, die Handelskammer und noch andere Institutionen der Stadt dazu, das Thema Musikstadt auf die Agenda zu setzen und intensiv zu fördern? Der Fokus der Frage sollte auf dem Wort Musik liegen: Warum wird an einem Musikstadt-Label für Hamburg gearbeitet und nicht an oder mit einem anderen?

Um diese Fragen beantworten zu können, muss nicht nur festgestellt werden wieso und wie sich eine Stadt für das Thema Musik als Marke entscheidet, sondern auch,

²⁷⁵ Andreas Schmitt, RBF-Talk 2016, S.5f.

²⁷⁶ zu den angesprochenen Förderinstrumenten siehe Kapitel 4.2.2.

²⁷⁷ Johannes Rösing, RBF-Talk 2016, S.6.

dass es sich dabei grundsätzlich um Entscheidungen handelt und nicht um Ergebnisse von originären Prozessen. Dies zeigen etwaige Richtungswechsel in der Markenausrichtung der Stadt. Wie Timotheus Wiesmann von der IHM es bereits Ende 2015 erkennt, hängt die Markenentwicklung und das Werden einer Musikstadt in hohem Maße vom Selbstverständnis der Stadt und ihrer Politik ab:

„Mal gucken jetzt, ob nach dem Olympia-Nein sich die Politik auch wieder darauf stürzt, dass ja doch Musik das Oberthema ist mit Elbphilharmonie und haste nicht gesehen, Reeperbahnfestival und der Clubszene und so weiter.“²⁷⁸

Bis zum Nein der Hamburger Wählerinnen und Wähler bzgl. einer Olympia-Bewerbung der Stadt wurde Hamburg zur Sportstadt erklärt – Musik spielte nur noch die zweite Geige. Es wird also nach äußeren Rahmenbedingungen *entschieden*, was diese Stadt für eine Stadt ist.

Ist die Entscheidung pro Musikstadt erst einmal gefallen, muss diese nun gestaltet und geplant werden. Dabei stellen sich die Fragen, wie die Planung konkret ausgestaltet werden soll und welche Akteure daran beteiligt werden müssen. Auf diese Planung wollen mehrere Instanzen Einfluss nehmen – unter anderem die Handelskammer, der Senat oder die Bürgerschaft. Das Gestalten der Musikstadt obliegt aber zu großen Teilen der Behörde für Kultur und Medien, insbesondere dem Referat für Musik, in dessen Selbstbeschreibung es heißt:

„Wir arbeiten, um Hamburgs Musikleben um neue Impulse zu bereichern, um die Präsenz der einzelnen Musiksparten in der Musikstadt Hamburg zu stärken und neue Kooperationen anzuregen, um die künstlerische Entwicklung des Hamburger Musiklebens zu fördern, um die Internationalisierung des Hamburger Musiklebens zu vertiefen.“²⁷⁹

Aus dieser Selbstbeschreibung geht hervor, dass auf dieser politischen Ebene nicht nur entschieden wird, sondern vor allem sehr kooperativ gearbeitet werden soll und auch gearbeitet wird, was Johannes Rösing, Referent für Musikwirtschaft der Behörde für Kultur und Medien bestätigt:

„Tatsächlich ist das ja unsere Aufgabe, zu gestalten, wenn man in der Kulturbehörde arbeitet. [...] Wir waren früher im Wirtschaftsressort angesiedelt, da war also die

²⁷⁸ Timotheus Wiesmann, Aalhaus-Podium, S.22.

²⁷⁹ zitiert nach: Sebastian Meißner, RBF-Talk 2016, S.9.

Überschrift ‚Branchen-Betreuung‘. Das beschreibt so ein bisschen das, was letztendlich auch mit hinübergenommen wurde jetzt, aber auch anders angegangen wird, weil wir halt eingebettet sind in diesem Referat Musik. Das heißt, es geht nicht nur um Wirtschaft, sondern natürlich auch um die kulturelle Einbettung des Ganzen. Letztendlich machen wir das, indem wir sehr aufmerksam sind, die aktiv in die verschiedenen Kulturbereiche vernetzt sind. Wir arbeiten viel mit den Intermediären wie jetzt mit dem Clubkombinat zum Beispiel zusammen, wir sind aber auch in unmittelbaren Kontakt mit Musikclubs beispielsweise und erarbeiten, wo es sinnvoll und erforderlich erscheint, Förderinstrumente.“²⁸⁰

Die Verlagerung des Ressorts Musikwirtschaft in die Behörde für Kultur und Medien ist in diesem Zusammenhang kein unwichtiger Aspekt: Sie zeigt, dass im Wortpaar Musikwirtschaft die Musik gegenüber der Wirtschaft an Stellenwert gewonnen hat. Dies wird auch von den Akteuren der musikalischen Praxis wohlwollend beobachtet und positiv wahrgenommen. Andreas Schmitt, Betreiber des Molotow beschreibt die Veränderung in seinen eigenen Worten:

„Also es hat sich schon ein bisschen was getan – muss ich jetzt gerade als jemand sagen, der das schon länger macht. Also wenn man früher irgendwie zu irgendjemanden von der Behörde oder von der Stadt gekommen ist, gesagt hat, ‚Ich mache einen Laden auf der Reeperbahn‘, dann haben die gedacht, man ist Zuhälter [...]. Das hat sich schon ein bisschen geändert. Das finde ich sehr gut. Aber gerade, wenn man sich als Musikstadt positioniert, was Hamburg ja immer mehr tut [...], was ich auch sehr gut finde, dann sollte man da halt auch an den entscheidenden Punkten dann auch das Pflänzchen gießen.“²⁸¹

Der Stellenwert der Musik in der Stadt kann in Einzelfällen sogar so groß sein, dass die Politik über höhere Instanzen ggf. auch mal direkt eingreift und nicht über Förderprojekte oder Ähnliches steuert. Ein Beispiel dafür ist der Umgang mit dem von der Schließung bedrohten Molotow, dass nach der Evakuierung der sogenannten Esso-Häuser dringend einen neuen Standort finden musste und sich der damalige Bezirksamtsleiter von Hamburg-Mitte, Andy Grote, sehr stark bei der Standortfindung eingebracht hat. Auch diese Bemühungen der Politik wurden von anderen

²⁸⁰ Johannes Rösing, RBF-Talk 2016, S.9.

²⁸¹ Andreas Schmitt, RBF-Talk 2016, S.11.

Akteuren der Musikstadt äußerst positiv aufgenommen, wie Timotheus Wiesmann (IHM) und Fred Noel (Molotow) sich erinnern:

„Ich finde es auf der einen Seite total gut und hilfreich, dass die Politik auch immer mehr hilft. Also im Fall vom Molotow hat man das auch gesehen - also Andy Grote war ja schon auch wirklich einer derjenigen, die schon dafür gesorgt haben, dass der dann einen anderen...“²⁸² „...das hat der sich richtig auf die Fahne geschrieben - muss man schon sagen. Der wollte das retten, und hat er dann ja auch geschafft.“²⁸³

Dass die Politik die Kultur aber überhaupt in solchen Fällen auf dem Schirm hat und über einen gewissen Spielraum verfügt, ist auf die Initiative Kultur- und Kreativwirtschaft des Bundesministerium für Wirtschaft und Energie (BMWi) von 2007 zurückzuführen. Johannes Rösing bestätigt dies und beschreibt sie als Beginn der eigentlichen Förderung von Musik: *„Tatsächlich aber ist durch diese ‚Kreativwirtschaftsinitiative‘ – wie sich das damals nannte – sehr viel möglich geworden.“²⁸⁴* Zuvor waren die Mittel einfach zu knapp, um wirklich etwas zu leisten.

Wie und wieso also setzen Akteure der Stadt Hamburg (Handelskammer, Senat, etc.) das Thema Musikstadt auf die Agenda und fördern es intensiv? Aus wirtschaftspolitischer Perspektive ist Musik und sind Musikerinnen und Musiker eine Ware, die die Stadt im besten Fall gewinnbringend verkaufen oder exportieren kann. Es stecken also ökonomische Ziele hinter solchen Entscheidungen. Auslöser für die Förderung der Musikstadt-Thematik ist neben anderen auch, dass die Wirtschaftsleistung in diesem Bereich seit den 1990er Jahren stark am Abnehmen war, da große Firmen wie die Plattenfirma bzw. der Medienkonzern Universal sowie Bundesverbände der Branche sowie Veranstaltungen wie der Echo nach Berlin abgewandert sind und mit ihnen auch viele Künstler und kleinere Labels etc. die Stadt verlassen haben:

„Erst dann merkte man, dass die fehlende Industrie auf einmal so ein Loch gerissen hat. Viele Leute sind gegangen, auch viele kleine Firmen, die mit Universal zusammengearbeitet haben. Kleine Grafiker, Promo-Agenturen, die natürlich irgendwie am Nabel einer großen Firma hingen, waren weg. Und dann musste man sich überlegen, ‚Scheiße,

²⁸² Timotheus Wiesmann, Aalhaus-Podium, S.39.

²⁸³ Fred Noel, Aalhaus-Podium, S.39.

²⁸⁴ Johannes Rösing, RBF-Talk 2016, S.11.

*was machen wir denn jetzt? Jetzt müssen wir uns hier mal was ausdenken', und dann kam ‚Musikstadt Hamburg‘.*²⁸⁵

Jedoch sind die Musiker nicht nur eine Ware, sie sind auch ein Marketingtool, mit dem die Stadt Hamburg sich nach außen hin repräsentieren kann:

*„Wir fahren [...] beispielsweise mit unheimlich vielen Bands ins Ausland, die da wiederum auch Plattenverträge haben, auf Touren sind und solche Sachen - das heißt, immer auch das Image sozusagen einer Stadt mittragen und prägen. Und wir merken das ja hier in Hamburg gar nicht so sehr, wie sehr Hamburg eigentlich außerhalb mit uns allen angibt. Also, weil das findet ja nicht hier statt, sondern dann in Bonn [...] auch international vermutlich und man dann irgendwo durch die Straßen geht und sieht ‚Fuck Art, Let's Dance!‘, ‚Tonbandgerät‘, ‚Goldene Zitronen‘, ‚Felix Kubin‘ und noch was – ‚Unsere Bands aus Hamburg‘ oder so was ähnliches. Und dann weiß man, ‚Okay, wir sind Teil der Marke Musikstadt Hamburg und Teil natürlich auch vom ganzen System, ob wir wollen oder nicht‘.*²⁸⁶

Die Künstler werden in diesem Fall für wirtschaftspolitische Ziele eingesetzt. Dies geschieht nicht ohne Gegenleistung, denn sie haben ja zuvor städtische Förderung erhalten. Da in den musikpraktischen Szenen, oft eine existenzielle Geldknappheit herrscht, empfinden die Künstler diese Inwertsetzung ihrer Kunst keineswegs als negativ, sondern freuen sich eher über das zusätzliche Marketing, das ja auch ihnen zugutekommt, was sich in zahlreichen informellen Gesprächen mit Musikern verschiedenster Genres und Professionalitätsgrade bestätigte.²⁸⁷

Das bereits mehrfach erwähnte Standpunktepapier der Handelskammer Hamburg von 2014 mit dem Titel „Musikstadt Hamburg“ verdeutlicht den angesprochenen Warencharakter von Musik sehr anschaulich: Bereits ein grobes Durchblättern der knapp 80 Seiten starken Broschüre verrät, um was es bei den wirtschaftspolitischen Bestrebungen der Handelskammer und möglicherweise auch der anderen städtischen Akteure geht: ökonomische Wertschöpfung.

²⁸⁵ Andrea Rothaug, Geschäftsführerin RockCity e.V., S.17f.

²⁸⁶ Ebd., S.15.

²⁸⁷ Dies bestätigten mir etliche Künstler in informellen Gesprächen.

STANDPUNKTE

MUSIKSTADT HAMBURG



Abbildung 7: Titelseite des Standpunktepapiers der Handelskammer Hamburg.

Für eine Handelskammer in einer traditionsreichen Handels- und Hafenstadt wie Hamburg ist dies nur allzu gut nachvollziehbar. Sichtbar wird dies bereits in den grafischen Darstellungen der Broschüre, denn die Musikstadt Hamburg wurde im

Zuge der Analyse der Handelskammer exzellent in bunten Balken- und Tortendia-
grammen, in Werttabellen und Verlaufsgraphen visualisiert.²⁸⁸

Abbildung 14: Primäre Bruttowertschöpfung der Hamburger Musikwirtschaft (gesamt 638 Millionen Euro)

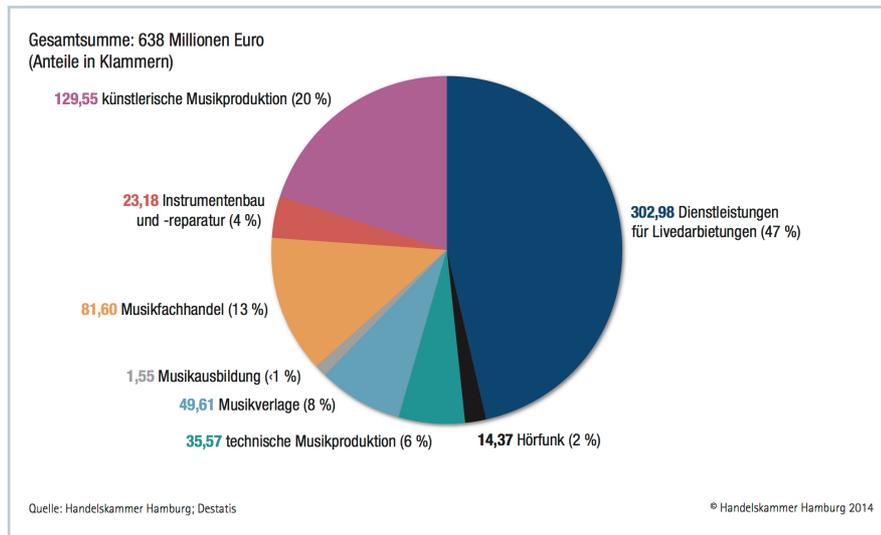


Abbildung 15: Datengrundlage – Übersicht

Teilbranche	Unternehmen		Beschäftigte		Bruttowertschöpfung		Nachfrageeffekte auf die allgemeine Wirtschaft		Bruttowertschöpfung Index
	Söndermann	Handelskammer	Söndermann (inkl. KSK)	Handelskammer (inkl. KSK)	Söndermann	Handelskammer	Söndermann	Handelskammer	
	Anzahl	Anzahl	Anzahl	Anzahl	in Tausend Euro	in Tausend Euro	in Tausend Euro	in Tausend Euro	
Ausbildung	-*	31	-*	63	-*	1 547	-*	727	42 786
Musikfachhandel	196	407	417	2 006	16 829	81 604	7 910	38 354	70 888
Instrumente	16	19	199	472	4 853	23177	2 281	10 893	85 547
künstlerische Musikproduktion (inklusive KSK)	160	729	2 947	3 976	98 447	129 546	46 270	60 887	42 786
Dienstleistungen für die Live Darbietung	664	1 201	6 891	8 472	178 738	302975	84 007	142 398	42 786
Hörfunk	-*	40	-*	287	-*	14 367	-*	6 753	87 216
technische Musikproduktion	376	465	505	746	23 521	35 565	11 055	16 716	71 317
Verlage	599	599	1 213	1 212	49 289	49 614	23 166	23 319	71 317
Summe	2 011	3 491	12 172	17 234	371 678	638 398	174 689	300 047	

*nicht Bestandteil der Definition „Musikbranche“ © Handelskammer Hamburg 2014

Abbildung 8: Seite 21 aus dem Standpunktepapier der Handelskammer Hamburg.

²⁸⁸ Vgl.: Handelskammer Hamburg 2014, bspw. S.16ff, oder hier exemplarisch Abbildung 8 (S.21 aus dem Standpunktepapier).

Aber das Standpunktepapier gibt auch Auskunft darüber, wie sich die aktuelle (Stand 2014) und die zukünftige Musikstadt Hamburg optimaler Weise ausgestaltet. Dafür überträgt die Handelskammer vier Faktoren, die bereits 2004 in einem Positionspapier der Handelskammer mit dem Namen „*Kultur in Hamburg unternehmen!*“²⁸⁹ für den Kultursektor im Allgemeinen benannt wurden auf die Wirkung von Musik in Hamburg.²⁹⁰ Diese lauten:

1. Musik als Wirtschaftsfaktor
2. Musik als Standortfaktor
3. Musik als Bildungs- und Innovationsfaktor
4. Musik als ideeller Faktor.

Diese Faktoren sind damit Kenngrößen für direkte und indirekte Wirtschaftsleistungen. Die ‚direkte‘ Musikwirtschaft, bestehend beispielsweise aus Musikveranstaltungen, Tonträgerproduktion, Instrumentenbau- und -handel, Lizenzierung etc., wird dabei als ein Teil der Musikstadt verstanden, zu der noch ein zivilgesellschaftlicher Teil aus Stiftungen, Musikvereinen und Kulturzentren, ein Teil aus öffentlich geförderten Einrichtungen wie Orchester, Konzerthäuser und Musikhochschulen und ein zentraler Teil, bestehend aus den hier sogenannten Kreativen der Musik, also Musiker, Komponisten, Texter, Arrangeure, etc. gehören – im Standpunktepapier der Handelskammer ebenfalls in einem bunten Kreisdiagramm dargestellt.²⁹¹

In einem mit „Analyse“ betitelten Teil des Standpunktepapiers schlüsselt die Handelskammer zunächst die Wirtschaftsdaten des Musiksektors nach Unternehmen, Beschäftigten, Bruttowertschöpfung und neuen Wertschöpfungszusammenhängen in der Musikwirtschaft auf. Weiter werden Effekte des Musiktourismus unter Hervorhebung der Elbphilharmonie, der Musicals und der Reeperbahn als Platzhalter für Clubs, Festivals und Populärmusik benannt. Es folgt ein sehr kurzer Abschnitt über Musik als Standortfaktor für Lebensqualität in der Stadt. Abschließend werden Aspekte der Musikförderung durch Unternehmen, Stiftungen, Institutionen und die Stadt sowie die musikalische Ausbildung in Hamburg thematisiert und die Stärken

²⁸⁹ Handelskammer Hamburg (Hg.): *Kultur in Hamburg unternehmen!* Hamburg 2004.

²⁹⁰ Vgl.: Handelskammer Hamburg 2014, S.8.

²⁹¹ Vgl.: Ebd., S.9.

und Schwächen der Musikstadt Hamburg herausgestellt.²⁹² All diese genannten Punkte der Analyse des Standpunktepapiers sind als wirtschaftswissenschaftliches Zahlenwerk in oben beschriebenen Layout in Form von besagten Graphen, Diagrammen und Tabellen dargestellt. Ihr spezifischer Inhalt ist deshalb für die vorliegende Studie weit weniger von Relevanz als die Erkenntnis, dass diese in der Analyse benannten Teile in der dargestellten Form Kennzeichen einer Musikstadt sind und sie repräsentieren – in der Sicht der Handelskammer. Vor allem die Hervorhebung von Elbphilharmonie, Reeperbahn und Musicals ist hierbei interessant, denn durch die Fokussierung auf diese drei Bereiche, oder besser – um im Fachjargon zu bleiben – Branchen der Musikstadt, von denen nur letztere tatsächlich eine Branche ist und die anderen beiden stellvertretend für eine Vorstellung von Musik, Musikwirtschaft und Musikstadt stehen, wird eine Idee einer Musikstadt gezeichnet, die ausschließlich auf diesem „Dreiklang“²⁹³, wie er auch in der auf die Analyse folgenden Zielsetzung für die Musikstadt betitelt wird, basiert. Aus wirtschaftspolitischer Sicht ist dies ein durchaus nachvollziehbarer Schritt. Diese drei Begriffe haben ein verhältnismäßig hohes Vermarktungspotenzial des Musikstadtstandortes und darum geht es der Handelskammer schließlich. Nicht nur die Handelskammer trifft diese Formulierung, sondern auch in den Drucksachen der Bürgerschaft der Freien und Hansestadt Hamburg findet sich diese Fokussierung in leicht erweiterter Form. So heißt es beispielsweise in der Großen Anfrage zum Thema Musikwirtschaft in Hamburg vom 23.08.2013 (bzw. auch in der Antwort des Senats vom 20.09.2013) gleich zu Beginn: *„Hamburg ist Musikstadt. Musicals, Liveclubs 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.“*²⁹⁴

Die Musicals, deren ökonomisches Potential am offensichtlichsten ist, verstehen sich in diesem Zusammenhang im Übrigen sehr gern als einer dieser drei Bausteine der Musikstadt, da sie von den Akteuren der weiteren Bausteine oft ignoriert werden. Thomas Mehlbeer, Pressesprecher von Mehr!-Entertainment (Theater am Großmarkt) spricht von den Musicals als einem wichtigen Wirtschafts-, Tourismus- und

²⁹² Vgl.: Handelskammer Hamburg 2014, S.10-44.

²⁹³ Ebd., S.45.

²⁹⁴ Senat der Bürgerschaft der Freien und Hansestadt Hamburg: Drucksache 20/9056 „Musikwirtschaft in Hamburg“. Hamburg 2013.

Standortfaktor für Hamburg und von einer immens großen Rolle der Musicals im Rahmen der Musikstadt.²⁹⁵ Bedenkt man, dass allein in die fünf großen Musicaltheatern der Stadt jeden Abend 1.500 bis 2.000 Menschen gehen, so dürfte die Relevanz der Musicals für die Musikstadt, zumindest aus der ökonomischen Perspektive der Handelskammer eindeutig sein. Mit einem entsprechenden Selbstbewusstsein wird der eigene Baustein der Musikstadt als einzigartig definiert: „Es ist aber auch, wenn ich jetzt sage ‚Musikstadt‘, auch nur ein Teilbaustein, aber es ist schon, allein von den Größen her, also fünf solche großen Theater, wie die Stage sie hat, ja, die gibt es ja sonst gar nicht in Hamburg.“²⁹⁶

Beschäftigt man sich mit der Zielsetzung der Handelskammer in Bezug auf das Vorhaben Musikstadt Hamburg, wird schnell deutlich, warum sie sich auf die drei zuvor genannten Bereiche mit ihren jeweiligen Aushängeschildern und angesprochenen Vermarktungspotenzialen stützt: Es geht ihr um die Implementierung einer kreativwirtschaftlichen Identität der Stadt,²⁹⁷ sowie um „die Akzeptanz des Musikangebots in der Bevölkerung und die Identifikation mit Hamburg als Musikstadt.“²⁹⁸ Dem Begriff Identität ist in diesem Kontext eine gesonderte Aufmerksamkeit zu schenken. Denn sowohl aus der kulturwissenschaftlichen als auch aus der betriebswissenschaftlichen Literatur²⁹⁹ kennen wir den Unterschied zwischen Image, Identität und Imaginärem und so stellt sich die Frage, ob hier nicht eher an einem Image gearbeitet wird. Denn, so Rolf Lindner: „Ein Image [...] ist, im Unterschied zum Imaginären, geplant und gestaltet; es wird, ökonomisch gesehen, als entwicklungsrelevantes Steuerungsinstrument verstanden.“³⁰⁰ Identität hingegen ist eher ein „Gefühl der Übereinstimmung des Individuums mit sich selbst und seiner Umgebung“,³⁰¹ um es beispielsweise mit den Worten des Volkskundlers Herrmann Bausinger zu sagen.³⁰² Dieser stellt im Übrigen auch einige begrifflichen Unklarheiten in den verschiedenen

²⁹⁵ Vgl.: Thomas Mehlbeer, Mehr!-Entertainment, S.17.

²⁹⁶ Ebd., S.17.

²⁹⁷ Vgl.: Handelskammer Hamburg 2014, S.45.

²⁹⁸ Ebd., S.46.

²⁹⁹ siehe dazu bspw.: Sattler, Henrik / Völckner, Franziska: Markenpolitik. Stuttgart 2013, insb. S.48-79.

³⁰⁰ Lindner 2008, S.86.

³⁰¹ Bausinger, Hermann: Zur kulturalen Dimension von Identität. In: Zeitschrift für Volkskunde Bd. 73, 1977, S.210-215, S.211.

³⁰² Der Begriff der Identität wird im Fach der Kulturanthropologie/Volkskunde seit langen ausgiebig diskutiert. Siehe dazu die angegebenen Quellen. Hier sollen nur einige Aspekte in Bezug auf ortsbezogene Identitäten erläutert werden.

wissenschaftlichen Disziplinen fest, wie sie sich auch in dem Standpunktepapier zeigen.³⁰³ Wichtig ist aber vor allem Bausingers Gedanke, dass Identität zwar eine soziale Dimension habe, da man immer Beeinflussungen gesellschaftlicher Gegebenheiten ausgesetzt sei und Identität eben durch Interaktionen mit anderen zustande komme, sich aber immer auf ein Individuum beziehe und nicht, wie vielfach angesprochen, auf Kollektive übertragbar sei.³⁰⁴ Eine Stärkung der kreativwirtschaftlichen Identität einer Stadt, wie die Handelskammer es forcieren möchte, ist somit aus kulturwissenschaftlicher Perspektive nicht umsetzbar. Identität ist ein kultureller Prozess, eine Konstruktion, die selbst erst in Relation zu einem Anderen, zu anderen Identitäten in Selbst- und Fremdbild, im So-Sein und So-Sein-wollen sichtbar wird.³⁰⁵ Deshalb sei es nötig, den abstrakten Raum, beeinflusst durch Lebenslauf, Gemeinschaft, Normen und Werte, mit dem konkreten Raum im geographischen Sinne, welcher bestimmte Fixpunkte und Haltepunkte besitzt, zu verknüpfen.³⁰⁶ Denn nur so kann eine Dialektik zwischen einer materialisierten Musikstadt und ihrer Bewohnerinnen und Bewohner entstehen. Daraus ergibt sich eine Eingrenzung des Begriffs Identität zu dem der lokalen Identität. Die Volkskundlerin Ina-Maria Greverus beschreibt diese Dialektik des Identitätsprozesses als Raum-Mensch-Beziehung und erkennt, wie oben schon erwähnt, dass es zum Bilden von Identität immer eines Gegenübers zur Identitätsbestätigung bedarf, welches selbst Identität besitzen muss.³⁰⁷ Wichtig ist aber vor allem ihr Gedanke, dass sich Identität nicht zwangsläufig in zwischenmenschlichen Interaktionen herausarbeite, sondern auch zwischen einem Ort und den ihn bewohnenden Menschen lokale Identität entstehe. Der Ort gebe dem Menschen Orientierungswerte, wodurch letzterer Identität gewinne. Andersherum gewinne der Ort Identität aus den Orientierungswerten, die ihm die Menschen einschreiben.³⁰⁸

Gerade diese letzteren Gedanken sind für den Forschungsgegenstand von hoher Relevanz. Sie zeigen, dass die Handelskammer mit ihren Zielen und ihrem

³⁰³ Vgl. Bausinger 1977.

³⁰⁴ Vgl. Ebd., S.211.

³⁰⁵ Vgl. Kaschuba, Wolfgang: Einführung in die Europäische Ethnologie. 1. Auflage. München 1999, S.132

³⁰⁶ Vgl. Bausinger, Hermann: Heimat und Identität. In: Moosmann, Elisabeth (Hg.): Heimat. Sehnsucht nach Identität. Berlin 1980, S. 13-29, hier S.27.

³⁰⁷ Vgl. Greverus, Ina-Maria: Lokale Identität durch Dorferneuerung? In: Köstlin, Konrad / Bausinger, Hermann (Hg.): Heimat und Identität: Probleme regionaler Kultur; 22. Deutscher Volkskundekongress in Kiel vom 16. bis 21. Juni 1979. Neumünster 1980, S.157-168, hier S.157.

³⁰⁸ Vgl. Ebd., S.158.

Maßnahmenkatalog, auf den ich noch zu sprechen komme, zwar ein Image einer Musikstadt aufbauen kann, Musik als Bestandteil der Identität Hamburgs aber nur das Resultat des Austausches von Orientierungswerten zwischen dem Ort und den Menschen sein kann. Die Elemente des Dreiklangs – Elbphilharmonie, Reeperbahn, Musicals – können dabei die von Bausinger angesprochenen Halte- und Fixpunkte im geographischen Raum darstellen und können die notwendigen Projektionsflächen für lokale Identitäten bieten. Das Ziel, eine Identifikation der Bewohner mit der Musikstadt Hamburg zu erreichen und dadurch die kreativwirtschaftliche Identität der Stadt zu stärken, kann die Handelskammer also nicht alleine erreichen. Ihr Instrument ist das Image, das sie planen und gestalten kann. Das Image muss dabei behutsam aufgebaut und gegebenenfalls sanft verändert werden, denn eine zu große Differenz zwischen gewolltem Image und bestehendem *imaginaire* der Stadt ist einer Identifikation mit dem Konstrukt Musikstadt nicht zuträglich.

In ihrem Positionspapier von 2014 schlägt die Handelskammer eine Reihe von Maßnahmen vor, eingeteilt in die Kategorien Musikwirtschaft, Musiktourismus und kulturell-gesellschaftliche Maßnahmen, mit denen die Marke Musikstadt Hamburg an Wert gewinnen soll.³⁰⁹ Zu diesen Maßnahmen gehören eine Reihe praktischer und nachhaltiger Beispiele, wie die Stärkung der Hamburger Festivallandschaft, die Schaffung ordnungsrechtlicher Rahmen für mehr Livemusik, die Förderung digitaler Geschäftsmodelle der Musikindustrie, die Schaffung einer Willkommensatmosphäre für junge Musiker und Subkulturen oder auch der Aufbau einer zentralen Internetseite der Musikstadt Hamburg. Andere Maßnahmen wirken dagegen eher herangetragen wie bspw. die Verankerung standortrelevanter Musikpreise in Hamburg, die Würdigung in Hamburg tätiger Musikerpersönlichkeiten oder die Initiierung einer Langen Nacht der Musik als niedrigschwelliges Massenangebot. Für eine positive Entwicklung der Marke Musikstadt Hamburg ist aus Sicht der Handelskammer die Kongruenz von Image und Identität und damit die Passgenauigkeit der Maßnahmen von großer Bedeutung. Darauf wird bereits im Fazit der Senatsdrucksache „Musikstadt Hamburg“ fünf Jahre zuvor hingewiesen, in der es heißt:

„Eine breit angelegte Diskussion unter Einbindung aller Akteure der verschiedenen Bereiche des Hamburger Musiklebens [wird] angestrebt, damit die Umsetzung der

³⁰⁹ Vgl.: Handelskammer Hamburg 2014, S.47-62.

Maßnahmen passgenau den steigenden Bedarf abdeckt. Denn für den Erfolg zukünftiger Maßnahmen spielt deren Akzeptanz bei den beteiligten Akteuren eine zentrale Rolle.“³¹⁰

Damit aus einem Musikstadt-Machen auch ein Musikstadt-Werden wird, bedarf es neben der Definition geeigneter Maßnahmen vor allem der möglichst hohen Kongruenz von Image und Imaginärem. Die Implementierung von Maßnahmen zum Musikstadt-Werden kann nur nachhaltig erfolgreich sein, wenn die Maßnahmen über einen sehr langen Zeitraum angelegt sind. Denn wie Alenka Barber-Kersovan in ihrer Funktion als Vizepräsidentin des Landesmusikrates der Stadt Hamburg es in dem von diesem herausgegebenen Dossier „Musikstadt Hamburg. Standpunkte zum Standpunkt.“, welches als Antwort auf das Papier der Handelskammer ausgelegt ist, formuliert, basieren erfolgreiche Musikstädte *„auf einer beachtlichen musikalischen Substanz beziehungsweise auf der fest in das musikalische Gedächtnis eingeschriebenen musikalischen Vergangenheit.“³¹¹* Diese musikalische Vergangenheit wirkt umso stärker, da sie zunehmend und fortlaufend in verschiedenen Kulturformaten wiederverwertet wird und so umso allgegenwärtiger erscheint.³¹² Ebenso wichtig für die Kongruenz von Image und Imaginärem und damit dem Erfolg der städtischen Marketingbemühungen ist die Authentizität der Maßnahmen. Denn, so Barber-Kersovan weiter, *„musikalische Innovationen entstehen nach dem ‚bottom-up‘-Prinzip. Sie sind Resultat selbstbestimmter, weitgehend informeller und von flexiblen, obwohl auf engen sozialen Beziehungen basierenden sozialen Netzwerken getragener Arbeit, die sich in kurzfristig angelegten Projekten realisiert und manchmal auch dem Zufall überlassen wird.“³¹³*

Die Einflüsse auf Trends durch die städtische Kulturpolitik sind nahezu bedeutungslos, da diese meist erst aktiv wird, wenn sich ein Trend bereits etabliert hat und auf *„breite ästhetische und ökonomische Resonanz gestoßen ist.“³¹⁴*

³¹⁰ Senat der Bürgerschaft der Freien und Hansestadt Hamburg: Drucksache 19/3697 „Musikstadt Hamburg“. Hamburg 2009, S.28.

³¹¹ Barber-Kersovan 2014(b), S.10.

³¹² Vgl.: Ebd., S.11.

³¹³ Ebd.

³¹⁴ Ebd.



Abbildung 9: Titelseite der Standpunkte zum Standpunkt des Landesmusikrates.

Die Gegenposition des Landesmusikrates zum Standpunktepapier der Handelskammer macht sehr gut deutlich, dass sich ein Label, eine Marke nicht so einfach etablieren lässt: Ohne eine grundsätzliche Kongruenz zwischen Image und Imaginärem der Musikstadt Hamburg ist so ein Label funktionslos. Weiter muss noch erwähnt werden, dass die Ware – und damit sind an dieser Stelle die Künstlerinnen und Künstler, die Musikschaaffenden gemeint – eine sehr spezielle ist, die sich nicht so ohne weiteres in Tabellenform oder ähnlichem handhaben lässt, wie es die Handelskammer in ihrem Standpunktepapier tut. Denn es darf bei all dem Glanz des Marketings und der schicken Dossiers nicht vergessen werden, dass die

Arbeitsbedingungen der Musikschaﬀenden weitaus weniger glamourös sind als das Image der Tätigkeit.³¹⁵ Das Ziel der wirtschaftspolitischen Bemühungen der Handelskammer und auch des Senats in Bezug auf die Entwicklung der Marke Musikstadt Hamburg ist eine ökonomische Wertschöpfung. Dieser wird vom Landesmusikrat gegenübergestellt, dass in großen Teilen *„prekäre, von Flexibilität, Mobilität und Wettbewerb gekennzeichnete und auf Selbstausbeutung basierende Arbeitsbedingungen der Musikschaﬀenden, deren individuelles kulturelles Kapital den Rohstoff für die städtischen Profilierungsambitionen darstellt,“*³¹⁶ die produktive Grundlage der Musikwirtschaft der Stadt bilden. Die argumentative Strategie des Landesmusikrates erzeugt ein Bild eines weitaus weniger glanzvollen Hintergrunds in der Markenentwicklung. Gleichzeitig ermöglicht die Positionierung der Stadt als Musikstadt den Akteuren der Musikpraxis ein höheres Gewicht bei der Vertretung ihrer Interessen, denn, wie Wiebke Pranz feststellt: *„In dem Moment, wo sich eine Stadt als ‚Musikstadt‘ auch hinstellt, ist es natürlich auch möglich, auch von Lobbyseite oder eben von den Musikschaﬀenden selber eben halt an die Stadt heranzutreten und auch bestimmte Anliegen besser zu verhandeln.“*³¹⁷

Proklamiert sich die Stadt als Musikstadt, so muss sie auch entsprechend handeln und sich um ihre Akteure der Musikpraxis kümmern. Diese Aufgabe obliegt zu großen Teilen der Behörde für Kultur und Medien, die in den letzten Jahren eine Reihe an Strukturfördermaßnahmen ergriffen hat, um ein gemeinsames Werden einer Musikstadt voranzubringen.

Die ausführliche Darstellung dieser ökonomischen Perspektive auf die Musikstadt steht in starkem Kontrast zu den im vorherigen Kapitel beschriebenen Merkmalen einer musikpraktischen Version der Musikstadt. Sie bildet damit einen der zentralen Eckpfeiler der geplanten Version und im Diskurs um die Deutungshoheit der Musikstadt.

³¹⁵ Vgl.: Barber-Kersovan 2014(b), S.11.

³¹⁶ Ebd.

³¹⁷ Wiebke Pranz, Aalhaus-Podium, S.27.

4.2.2 Strukturförderung und Planungstools für die Musikstadt

Die wirtschaftspolitische Agenda der Stadt Hamburg bezüglich der Stärkung der Marke Musikstadt Hamburg besteht, wie zuvor schon angedeutet, nicht nur aus Marketingmaßnahmen. Die mitunter wichtigsten Planungstools der Stadt sind die unterschiedlichen Förderinstrumente, mit denen die Entwicklung der musikalischen Praxis der Stadt gesteuert und gefördert werden sollen. Gerade im Vergleich zu anderen Städten wird Hamburg eine herausragende Stellung in diesen Bereichen zugeschrieben. Im Gespräch mit Fred Noel (Molotow), Timotheus Wiesmann (IHM) und Wiebke Pranz (Golem & Elbjazz³¹⁸) wird von den Gesprächspartnerinnen und -partnern diese Einzigartigkeit hervorgehoben und die Anstrengungen der Stadt an zwei Beispielen äußerst positiv bewertet:

„Man muss auch sagen, dass Hamburg relativ viel macht in Sachen Clubförderung. Also es gibt keine andere deutsche - wenn nicht europäische, wenn nicht Stadt in der Welt - die so viel macht in Richtung Clubförderung. [...] Auch in Richtung Labels: Die Labelförderung.“³¹⁹

Fred Noel pflichtet bei: *„Einmaliges Tool. Das [die Labelförderung, S.K.] hat keine andere Stadt.“³²⁰*

Es wird gleichzeitig deutlich, dass die Förderinstrumente meist ein Ergebnis oder besser noch: eine Reaktion der Stadt auf eine bestehende, schwierige Situation in einem Teilbereich im Funktionieren der Musikpraxis sind. Auf so eine Situation wurde von den musikpraktischen Akteuren meist jahrelang hingewiesen, bis eine gemeinsame Lösung gefunden und in ein wirkungsvolles Förderinstrument überführt wurde:

„Es gibt auf jeden Fall in Hamburg Sachen, auf die sämtliche Clubs in Deutschland neidisch sind, in Hamburg. [...] Das sind zum Beispiel Sachen, die erkämpft wurden, wie der Live Concert Account – was auch einmalig ist in Deutschland – wo du als Club deine ganzen GEMA-Rechnungen sammeln kannst mit den Kontobelegen und einen Antrag stellen kannst, und die kannst du dann am Ende des Jahres zurückerstattet bekommen. Das gibt es sonst nirgendwo, und das ist tatsächlich auch ein nicht unerheblicher Teil Kosten, die für eine Veranstaltung / also man wäre jetzt in der Lage, Veranstaltungen

³¹⁸ Zum Zeitpunkt des Interviews, Dezember 2015.

³¹⁹ Timotheus Wiesmann, Aalhaus-Podium, S.25.

³²⁰ Fred Noel, Aalhaus-Podium, S.25.

*anders zu kalkulieren sozusagen, weil man weiß, man bekommt das auch wieder. [...] Und es gibt auch Sachen wie zum Beispiel [...] den Hamburger Sanierungsfond.*³²¹

Die Tatsache aber, dass die Stadt reagiert und handelt macht Hamburg auch mit Blick auf die Entstehungsgeschichte der Förderinstrumente zu einem einzigartigen Musikstandort und wird als solcher auch von Akteuren der Musikpraxis wahrgenommen. Und zwar auch, wenn ein Förderinstrument mal nicht ganz so reibungslos funktioniert oder es doch sehr schwierig ist, Bedingungen und Anforderungen zu erfüllen und entsprechende Richtlinien einzuhalten. Die Planungstools werden grundsätzlich für gut befunden und müssten eher gegebenenfalls verbessert werden, als dass sie abgelehnt werden würden. Dazu Wiebke Pranz und Fred Noel im Gespräch:

*Pranz: „Ich meine, dass das mit dieser Labelförderung auch relativ schwierig irgendwie für viele Labels in Hamburg war, weil dann eben auch da so Bedingungen daran hängen wie, dass dann der Produktionsstandort auch in Hamburg sein muss, der Grafiker, der dann irgendwie das Design fürs Label macht, der soll am besten auch / also die sollen / das soll alles in Hamburg irgendwie sein.“*³²²

*Noel: „50 Prozent des Geldes musst du auch in Hamburg ausgeben.“*³²³

*Pranz: „In Hamburg, genau. Das ist halt schon irgendwie auch für viele dann relativ schwierig.“*³²⁴

Diese verschiedenen Förderprogramme sind dabei immer auf ein Ziel hin ausgelegt: Dass sich die musikalische Praxis langfristig wirtschaftlich selbst tragen kann. Die Planung soll nachhaltig sein und zielt darauf ab, das ‚Überleben‘ des Musikbusiness auf lange Sicht hin abzusichern. Die Strukturförderung hat in diesem Kontext einen besonderen Stellenwert. Eben wurde bereits erwähnt, dass die Fördermaßnahmen von denjenigen Akteuren der Musikpraxis, die davon profitieren, äußerst positiv bewertet werden. Daraus ergibt sich ebenso, dass es auch Akteure gibt, die nicht oder weniger von den Planungstools der Stadt profitieren. Wo aber erscheint es sinnvoll zu fördern? Nach welchen Kriterien wird entschieden, wohin die zu Verfügung stehenden Mittel fließen sollen? Dazu Johannes Rösing, Referent für Musikwirtschaft der Behörde für Kultur und Medien:

³²¹ Fred Noel, Aalhaus-Podium, S.27.

³²² Wiebke Pranz, Aalhaus-Podium, S.26f.

³²³ Fred Noel, Aalhaus-Podium, S.27.

³²⁴ Wiebke Pranz, Aalhaus-Podium, S.27.

„Ja, es sollte dem / also letztendlich muss es natürlich, wenn man es Musik- / wenn man es wirtschaftlich denkt, muss es auf eine gewisse Art ‚vermarktbar‘ sein sozusagen, wenn man es jetzt mal ganz ökonomisch bezeichnet. Es muss sich / ja, das sind dann Situationen, die sich im Grunde nicht von selbst regulieren, oder wo Dinge / wo Veränderungen durch Marktveränderungen eintreten, die wir versuchen wollen, damit abzuwenden. Wenn das jetzt zum Beispiel eine Labelförderung, die letztendlich auch entstanden ist aus einer Situation heraus, dass der Künstleraufbau, eine ganz wichtige Aufgabe, die auch ineinander greift mit Livemusikspielstätten, dass das einfach zurückgefahren wird, und dem wollen wir dann natürlich entgegenwirken. [...] Bei dem Live Concert Account, den wir entwickelt haben, der ja eine Strukturförderung für die Clubs ist, [...]. Wir wollen aber auch jetzt keine institutionelle Förderung. Das wollen auch die meisten Clubs in der Regel überhaupt nicht. Das ist eigentlich gar nicht das, was die wollen.“³²⁵

Darüber hinaus ist dies auch nicht im Sinne der Behörde, denn wie zuvor bereits beschrieben: Die Behörde hat sich zum Ziel gesetzt, mit ihren Aktivitäten und mit ihren Förderinstrumenten zu gestalten und Rahmenbedingungen zu schaffen und nicht einen dauerhaft offenen Geldhahn darstellen. Deshalb sind vor allem nicht-monetäre oder nicht direkt monetäre Förderungen interessant, wovon es aber nach Ansicht von Andreas Schmidt noch zu wenige gibt:

„Es muss ja nicht immer Geld sein. Also es wäre, es gibt verschiedene Möglichkeiten der Förderung. [...] Das Berghain [ein Beispiel aus Berlin, S.K.] ist eine Kultureinrichtung geworden, die zahlen jetzt nur noch sieben Prozent auf alles – also auch auf den Getränkeumsatz. Das alleine reicht ja schon. Also das ist, es gibt viele Beispiele: Zur Verfügung stellen von Raum für sehr wenig Geld.“³²⁶

Zu den bestehenden, nicht direkt monetären Förderprojekten gehört beispielsweise der größtenteils von der Behörde für Kultur und Medien finanzierte Verein RockCity e.V., Zentrum für Populärmusik. Mit im Schnitt ca. 35 Veranstaltungen im Jahr (bspw. dem Musikkongressformat *Operation Ton* oder auch dem Hamburger Musikerpreis *Krach+Getöse*), versucht der Verein Musikerinnen und Musikern Knowhow für das Musikbusiness zu vermitteln und die Akteure miteinander zu vernetzen.³²⁷

³²⁵ Johannes Rösing, RBF-Talk 2016, S.9f.

³²⁶ Andreas Schmitt, RBF-Talk 2016, S.10.

³²⁷ Vgl.: Andrea Rothaug, Geschäftsführerin RockCity e.V., S.9.

Tatsächlich ist aber die Palette von Förderlinien und Projekten so zahlreich, dass nicht alle tiefgehend beschrieben werden können (bspw. Sanierungsfond, Jazzreihen-Förderung, spezielle E-Musik-Förderung, usw.) Zu den wichtigsten gehören der Live-Concert-Account, der im Bereich der Clubförderung das Hauptförderinstrument darstellt,³²⁸ sowie der Musikstadtfonds, der sehr offen formuliert ist und sich an die freie Szene richtet, was schlicht heißt, dass alle Akteure, die jetzt außerhalb institutioneller Förderzusammenhänge arbeiten, in diesem Fonds Anträge stellen können. Dieses Format ist im Rahmen der Betriebsdrucksache der Elbphilharmonie aufgelegt worden, um deutlich zu machen, dass nicht nur das Bauwerk als Leuchtturm der Musikstadt Hamburg zu sehen ist, sondern tatsächlich auch weitere finanziellen Ressourcen zur Verfügung gestellt werden, um dem Ansatz, eine Musikstadt sein zu wollen, besser gerecht werden zu können.³²⁹

Während meiner Forschung zeichnete sich immer öfter ab, dass das Machen einer Musikstadt vor allem ein kooperativer Prozess zwischen den Akteuren der Planung und der musikalischen Praxis ist. Häufig fanden die Musikschaaffenden lobende Worte für die Vertreter städtischer Instanzen, was in dieser Form zunächst nicht erwartet wurde. Ein Beispiel aus einem Gespräch auf dem Reeperbahnfestival 2016, an dem u.a. Niels Hergen (Vorstand Clubkombinat), Johannes Rösing (Behörde für Kultur und Medien) und Andreas Schmidt (Molotow) beteiligt waren, veranschaulicht diese Beobachtung:

„Ich muss noch tatsächlich eine Lanze für Herrn Rösing brechen [...]. Die Kommunikation zwischen Kulturbehörde und Clubkombinat, Clubs in Hamburg hat sich tatsächlich sehr, sehr verbessert. Und das ist halt, gerade wenn man jetzt den Sanierungsfonds [...] sieht, das sind Dinge, die hätten wir vorher, glaube ich, gar nicht mitgeschnitten. Also das sind Sachen, wo man halt sagt: ‚Würde es diese Kommunikation so wie vor zehn Jahren geben, hätten wir noch nicht mal gewusst, dass wir einen Antrag stellen können‘. [...] Oder hier die Clubstiftung [...] ist auch in Kooperation entstanden.“³³⁰

An diesem abschließendem Zitat wird die Wertschätzung der musikalischen Praxis gegenüber der institutionalisierten Förderer deutlich, was die Gestalt des Musikstadt Machens als kooperativen Prozess unterstreicht. Gleichzeitig wird ein Respekt vor einer Neuausrichtung der Behörde deutlich und ebenso auch eine

³²⁸ Vgl.: Johannes Rösing, RBF-Talk 2016, S.12.

³²⁹ Vgl.: Ebd., S.14.

³³⁰ Niels Hergen, RBF-Talk 2016, S.15f.

Verwunderung oder eine wohlwollende Feststellung, dass sich die Kooperationen in dieser Weise gewandelt haben.

4.2.3 Architektur für Musik – Raum für die Musikstadt

Ein wichtiges Thema im Kontext der Planung einer Musikstadt ist die räumliche Verortung der Musik in der Stadt. Für die Wahrnehmbarkeit der Musik aber gerade auch des Konstrukts Musikstadt sind die baulichen und räumlichen Gegebenheiten von zentraler Bedeutung, denn hier wird die Musikstadt erst erlebbar und auch physisch spürbar. Gleichzeitig ist der Handlungsspielraum der unterschiedlichen Planungsinstanzen bei diesem Komplex extrem eingeschränkt, denn Raum ist knapp und teuer und was für den Hamburger Wohnungsmarkt im 21. Jahrhundert gilt, gilt ebenso für zentral gelegene, gut nutzbare Flächen und Räumlichkeiten für die musikalische Praxis der Stadt: Die Preise steigen in kaum bezahlbare Höhen und vielerorts wittern Investoren ihre Chance auf Profitmaximierung. Hier liegt auch das Problem der städtischen Kulturförderer und der Musikstadtplanung: Denn bei der zukünftigen Nutzung beispielsweise städtischer Flächen und Räumlichkeiten sind sich die städtischen Akteure keinesfalls einig: Die Behörde für Kultur und Medien würde gerne viele Flächen für musikalischen Aktivitäten nutzen und günstig zur Verfügung stellen. Die Finanzbehörde bspw. hat Gegenteiliges im Sinn und würde genau diese Flächen höchstbietend zum Marktpreis – oder zu darüber liegenden Preisen – vermieten oder verkaufen, um möglichst hohe Einnahmen für die städtischen Kassen zu erzielen. Dabei sind aber auch die Mittel der Musikförderer zur Einzelfallüberprüfung begrenzt, wie Johannes Rösing von der Behörde für Kultur und Medien es beschreibt: *„Also die Stadt [...] kann auch, glaube ich, nicht bei jedem Projekt oder bei jeder Veräußerung jetzt so eine Art Kultur-Radar laufen lassen.“*³³¹ Es ist nicht auszuschließen, dass auch die Behörde von diesen Mehreinnahmen durch die Veräußerungen auf dem freien Markt profitieren würde, aber am Ende bringt es natürlich nichts, wenn Geld zur Förderung von Musik zur Verfügung steht, diese aber nirgendwo mehr ausgeübt werden kann, weil die Stadt – überspitzt ausgedrückt – nur noch aus Bürokomplexen besteht. Umso wichtiger, dass die Planungsinstanzen

³³¹ Johannes Rösing, RBF-Talk 2016, S.18.

mit den musikpraktischen Akteuren zusammenarbeiten, um überhaupt Lösungen für Spielstätten zu finden. Auch hier ist der Abriss der Esso-Häuser ein gutes Beispiel, denn ohne die Hilfe des Bezirks Mitte und dem persönlichen Einsatz des damaligen Bezirksamtsleiters Andy Grote hätte das Molotow keinesfalls so schnell einen neuen, bezahlbaren Standort und auch nicht das zwischenzeitliche, sogenannte Exil an der Holstenstraße gefunden.³³² Solch eine Konstellation ist aber eher ein Einzelfall und kommt mehr oder zufällig zustande. Um dem entgegenzuwirken hat die LIVEKOMM (LiveMusikKommission, Verband der Musikspielstätten in Deutschland e.V.) im August 2016 ein Positionspapier mit dem *Titel Kultur(frei)räume stärken!* veröffentlicht, in welchem eine stärkere Integration von Räumen für die musikalische Praxis (u. a. Musikspielstätten, Open Air Flächen und Bandübungsräume) in Planungsprozessen zur Stadtentwicklung, sowie ressortübergreifende (u.a. Stadtentwicklung, Umwelt, Bildung, Wirtschaft und Kultur) Kommunikations- und Entscheidungswege in den Behörden gefordert werden.³³³ Die Behörde für Kultur und Medien in Hamburg ist dankbar für solche Initiativen, „ja, im Grunde ist ja dieses Papier letztlich auch ein Aufschlag gewesen, dieses Thema einfach noch aktiver auch anzugehen,“³³⁴ auch, um innerhalb der Politik stärkeren Rückhalt aus der Praxis zu haben.

Dass die Standortsuche für die Musikpraxis gemeinsam mit der Politik funktionieren kann, ist ein erwähnenswertes Merkmal einer Musikstadt und ein wichtiger Baustein dieser. Aber nicht nur über die Praktik der Standortsuche wird Musikstadt produziert, sondern auch in hohem Maße über die Standorte selbst. Je prominenter diese sind, umso mehr kann über die (Vergabe der) Standorte die Präsenz von Musik in der Stadt gesteuert werden. Ebenso wichtig wie der Standort selbst, ist die Architektur und Größe der Musikstandorte in der Stadt. Unübersehbar und deshalb auch das beste Beispiel ist hier die Elbphilharmonie, die in einem hier anschließenden Kapitel (Kapitel 4.2.4) u.a. diesbezüglich auch noch einmal gesondert behandelt wird, an dieser Stelle aber nicht unerwähnt bleiben soll. Beispiele für weitere prominente Standorte und ebenso prominente Architektur sind die Staatsoper und die Laeiszhalle für den Klassikbereich oder das Theater im Hafen und das Theater an

³³² Vgl.: Andreas Schmitt und eine Frage aus dem Publikum, RBF-Talk 2016, S.25.

³³³ Vgl.: LiveMusikKommission, Verband der Musikspielstätten in Deutschland e.V. (Hg.): Forderungen des Bundesverbands der Musikspielstätten: Kultur(frei)räume stärken! Hamburg/Berlin 2016, S.1.

³³⁴ Johannes Rösing, RBF-Talk 2016, S.18.

der Elbe von Stage-Entertainment für den Bereich der Musicals.³³⁵ Letztere bestehen vor allem durch ihre exponierte, weithin sichtbare und omnipräsente Lage an dem den St. Pauli-Landungsbrücken gegenüberliegenden Elbufer, aber auch ihre Architektur wird von Stage selbst als „*imposant*“ beschrieben.³³⁶ Über diese Steuerungselemente von Standortwahl und Architektur für Musik lässt sich – ohne überhaupt auch nur eine Note erklingen zu lassen – die Präsenz von Musik und in der Stadt enorm beeinflussen. Die Gegenwärtigkeit von Musik wird so im Stadtraum verankert und dieser mit dem, was innerhalb der Gebäude an Programm stattfindet, assoziiert und aufgeladen. Reproduktion und Erinnerung spielen dabei stets eine starke Rolle.

4.2.4 Musikstadt aufgrund, durch und mit der Elbphilharmonie

„Das größte Argument hat man [Hamburg; S.K.] sich selbst geliefert mit der Elbphilharmonie, die ich übrigens liebe. [...] Weil die Elbphilharmonie hat tatsächlich so viel dazu beigetragen, die Diskussion und den Diskurs über Musik wieder in diese Stadt hineinzubringen. Alle sprachen auf einmal über Musik – von der Fleischereifachverkäuferin bis zum Trompeter – und zwar über die Elbphilharmonie.“³³⁷

Wenn ein Gebäude für Musik über ein Jahrzehnt lang die kulturpolitischen Themen der Stadt mitbestimmt hat, obwohl es noch nicht einmal fertig war, dann erscheint es nur logisch, dass diesem Gebäude in dieser Arbeit auch besondere Aufmerksamkeit geschenkt wird. Mit Blick auf die geplante Version einer Musikstadt kommt man nicht umhin, die Elbphilharmonie als zentralen Baustein dieser Version zu begreifen, vielleicht sogar als Fundament dieser Planung. Schaut man sich die Chronologie der Ereignisse an, so fällt ins Auge, dass der Senatsbeschluss in der 19. Wahlperiode (2009) der Hamburgischen Bürgerschaft, der sich „zum Ziel gesetzt [hat], die ‚Musikstadt Hamburg‘ [...] als übergreifendes Schwerpunktthema stärker auszubauen“³³⁸ zu einem Zeitpunkt gefällt wird, an dem die Arbeiten an der

³³⁵ Zu den räumlichen Aspekten der Musicals im Hamburger Hafen siehe auch: Knopp 2017(a).

³³⁶ Stephan Jaekel, STAGE-Entertainment, S.6.

³³⁷ Andrea Rothaug, Geschäftsführerin RockCity e.V., S.18.

³³⁸ Senat der Bürgerschaft der Freien und Hansestadt Hamburg: Drucksache 19/3697 „Musikstadt Hamburg“. Hamburg 2009, S.2.

Elbphilharmonie nicht nur schon längst im Gange waren, sondern bereits auch schon massiv ins Stocken und in zeitlichen und finanziellen Verzug geraten sind. Vor diesem Hintergrund der sich anbahnenden enormen Kostensteigerung für ein Konzerthaus der Stadt, erscheint eine Deutung der Elbphilharmonie als Ursache für den Beschluss – Hamburg werde jetzt Musikstadt – durchaus berechtigt. Allerdings begründet sich dies eher aus der Herleitung, dass nicht erst das Konzerthaus die Stadt zur Musikstadt machen soll, sondern, dass das – sehr teure – Konzerthaus gebaut werde, *weil* Hamburg Musikstadt sei. Dennoch übernimmt die Elbphilharmonie auch die zuerst genannte Funktion eines Motors des Musikstadt Werdens. Am Beispiel der Elbphilharmonie zeigt sich vielleicht am deutlichsten, dass die Versionen der Musikstadt keine starren Gebilde sind, sondern Prozesse, in denen einzelne Akteure und Aktanten ihre Funktionen im *Making Of* auch verändern können. Ist die Elbphilharmonie 2009 also noch Grund für das Machen einer Musikstadt Hamburg, so ist sie spätestens seit ihrer Eröffnung im Januar 2017 vielleicht sogar schon seit dem Verkaufsstart der Eintrittskarten für die erste Konzertsaison im Juni 2016, auf die es einen beeindruckenden Ansturm gab, Aushängeschild dieser Musikstadt und vor allem auch einer musikalischen Praxis. Sie ist im Prozess des *Making Of* ein flexibles Tool, mit dem die Politik, die Behörde für Kultur und Medien, die HamburgMusik gGmbH, die Bewohner der Stadt und damit die Besucher der Elbphilharmonie und nicht zuletzt auch die musikpraktischen Szenen erst umzugehen lernen mussten. Für letztgenannte war die Bauzeit der Elbphilharmonie selbst eine Aufbruchphase, in der sehr viel Vernetzung untereinander stattgefunden hat, die entsprechend institutionalisiert wurde – auch wenn viele der Hamburger Musikerinnen und Musiker sicherlich nie in dem Konzerthaus auftreten werden. Sowohl die Gründung des Clubkombinats als auch die der Interessengemeinschaft Hamburger Musikwirtschaft (IHM) fallen in diese Zeit und schaffen damit strukturelle Voraussetzungen für die positive Entwicklung der musikalischen Szenen:

„Durch [...] dieses, Wir sind aber auch da. Nicht, dass, wenn die Elbphilharmonie kommt und das Geld ausgeht, wir hier irgendwie vom Tellerrand fallen’, konnte sich diese Struktur eigentlich viel besser bilden als ohne die Diskussion über das Kunstwerk / Machwerk Elbphilharmonie.“³³⁹

³³⁹ Andrea Rothaug, Geschäftsführerin RockCity e.V., S.18.

Gleichzeitig war sich aber auch die Politik darüber im Klaren, dass sie mit dem Bau der Elbphilharmonie und den damit verbundenen Kosten eine gewisse Verantwortung allen musikpraktischen Akteuren der Stadt gegenüber übernommen hatte: *„Man wusste: Wenn wir mehrere Milliarden für dieses Ding ausgeben, können wir nicht die Popmusiker, die die eigentliche Szene dieser Stadt ausmachen, verhungern lassen.“*³⁴⁰ Die Einführung des Labels Musikstadt Hamburg zur Legitimation der Kosten der Elbphilharmonie bringt, quasi als Nebeneffekt, mit sich, dass auf vielen Ebenen eine sehr hohe Sensibilität für das Thema Musik in der Stadt und Musik der Stadt entstand. Jede drohende Clubschließung oder auch die meist prekären Lagen der Popmusikschaffenden waren angesichts der in keinem Verhältnis mehr zueinanderstehenden Kosten (Elbphilharmonie zu Clubkultur) für eine Stadt, die nun Musikstadt sein wollte, untragbar.

Die Betreiber der Elbphilharmonie selbst hingegen haben mit einem anders gelagerten und dabei äußerst interessanten Phänomen zu kämpfen, was den Ruhm des Gebäudes angeht, den sie durchaus zu schätzen wissen und auch an dessen langfristige Rentabilität glauben:

*„Das Projekt [...] [hat sich] über die Umweg-Rentabilität sicherlich jetzt schon für die Stadt bezahlt gemacht [...] und über so eine Laufzeit, wie so ein Haus steht, [wird es] garantiert seinen Platz finden wird neben den anderen großen Baudenkmalern, die es so weltweit gibt.“*³⁴¹

Genau dort liegt, was die die Elbphilharmonie als Werkzeug für die Musikstadt betrifft, jedoch die Krux:

*„Was für uns die Riesenschwierigkeit ist: Wir wollen ja nicht als Baudenkmal wahrgenommen werden - auch, aber wir wollen auch durch die Musik wahrgenommen werden. Und das ist immer schwierig. Wer weiß denn, was heute Abend in der Oper in Sydney gespielt wird? Niemand. Aber jeder auf der Welt kennt das Haus. Davon wollen wir weg.“*³⁴²

Die Frage, die sich aus dieser Situation ergibt und die sicherlich erst langfristig zu beantworten ist, ist die, ob sich die Elbphilharmonie als Synonym von qualitativ hochwertiger Musik, die sowohl in ihrem Inneren als auch der gesamten Stadt zu hören ist, durchsetzen kann gegenüber der so offensichtlichen Fassade, die ein ca.

³⁴⁰ Andrea Rothaug, Geschäftsführerin RockCity e.V., S.18.

³⁴¹ Philipp Stein, HamburgMusik gGmbH, S.9.

³⁴² Ebd., S.9.

800 Millionen teures Ausrufezeichen hinter dem Satz *Hamburg ist Musikstadt* darstellt. Letztere Funktion erfüllt das Gebäude nicht nur aufgrund seiner Größe und seiner Architektur, sondern auch wegen seines prominenten Standorts. Geographisch gesehen fast exakt in der messbaren Mitte Hamburgs, ist sie von fast allen Himmelsrichtungen von weither sichtbar, kein Schiff, das nach Hamburg reinfährt, dass sie nicht im Blickfeld hätte, kaum eine Postkarte der Stadt, auf der sie nicht drauf abgebildet ist, auch weil sie die neue Skyline Hamburgs entscheidend mitprägt. Dies alles, kombiniert mit der Tatsache, dass das Gebäude das Wort Philharmonie mit im Namen trägt, macht es zu einem unglaublich präsenten und wirkmächtigen Werbeträger für die Musikstadt Hamburg – nur eben vor allem für die Marke und nicht unbedingt für die Musik in seinem Inneren.

Gleichzeitig ermöglicht die Bekanntheit des Gebäudes wiederum eine Vielfalt, Quantität und Qualität von Musik in der Stadt, die ohne diese Bekanntheit vielleicht nie hier zu hören gewesen wäre: Denn die Elbphilharmonie ist weltweit bekannt, mindestens unter den Musikschaffenden. Und diese wollen wie selbstverständlich in der Philharmonie spielen, weswegen Hamburg auf dem Tourneepfad bspw. eines New York Philharmonic Orchestra steht, auch wenn es mal nur drei oder fünf Stopps in Europa gibt. Diese Sichtweise auf das Programm der Stadt kombiniert schließlich Architektur mit Inhalt der Elbphilharmonie, ebenso wie Marketingeffekte durch das Gebäude mit Musikaktivität in seinem Inneren und dadurch in der Stadt. Denn die Elbphilharmonie ist Hamburgs neuester Zugang zur internationalen Musikwelt und bestätigt dadurch ihre Rolle als herausragend wichtiger Baustein in der Musikstadt Hamburg.³⁴³ Des Weiteren fungiert die Elbphilharmonie als Referenzsystem für die Qualität der Musik der Stadt: Laut Philipp Stein gebe es weltweit keine Musikmetropole, die nur Künstler hervorbringt, ohne, dass sie selber auch Künstler einlädt. Es sei enorm wichtig, dass es einen Ort in einer Stadt gebe, in der Musik stattfinden kann, damit auch die Musiker, die in der Stadt sind, sich vergleichen können und über diesen Ort auch ausstrahlen können.³⁴⁴ Für eine „tatsächliche Musikstadt“³⁴⁵ müsse diese Balance stimmen:

„Man kann keine Musikstadt sein, ohne dass man Musiker ausbildet, und man kann auch keine Musikstadt sein, ohne dass man Musiker einlädt, die herkommen, weil sonst

³⁴³ Vgl.: Philipp Stein, HamburgMusik gGmbH, S.16f.

³⁴⁴ Vgl.: Philipp Stein, HamburgMusik gGmbH, S.17.

³⁴⁵ Ebd., S.17.

hat man immer so ein in sich selbst referenzierendes System. Und mit so einem Konzerthaus wie der Elbphilharmonie, wo man dann eben heute das NDR Sinfonieorchester und morgen London Philharmonic hören kann, da kann man dann viel besser herausfinden, ob denn das, was in Hamburg ist, dem aktuellen Stand der Welt entspricht, oder ob es nur dem aktuellen Stand in Hamburg entspricht.“³⁴⁶

Nach diesem Verständnis wird die Elbphilharmonie zum Qualitätsmesser der Musik der Stadt und dadurch langfristig zum Garant einer hohen Qualität des Outputs der musikalischen Praxis der Stadt, gemessen an weltweiten Maßstäben.

4.2.5 Marketing mit Musikstadt – Musikstadt durch Marketing

Dass die Musikstadt in weiten Teilen ein Konstrukt ist, ist in den vergangenen Kapiteln bereits ausführlich diskutiert worden. Die Art und Weise der Gestaltung dieses Konstrukts ist meist der Punkt, an dem die Meinungen auseinandergehen und dazwischen musikalischer Praxis und geplanter Musikstadt grundsätzlich ein unterschiedlicher Fokus in der Zielsetzung der Musikstadt vorliegt – die Musik auf der einen Seite und die Stadt auf der anderen – greift die Planung gerne auf bewährte Mittel des Marketings zurück, um die Assoziationen mit dem Konstrukt Musikstadt im Eigeninteresse zu beeinflussen. Im Grundsatz werden diese Bestrebungen auch von der Musikpraxis begrüßt, wie Timotheus Wiesmann erklärt:

„Also ich meine, dass eine Handelskammer das [den Stadtmarketing-Begriff Musikstadt Hamburg, S.K.] irgendwie nutzt, ist ja prinzipiell erst mal gut für Musik in der Stadt. Wenn sie es nicht machen, dann sagen sie irgendwie, ‚Ja, Hamburg ist Hafencity‘. Toll, bringt uns gar nichts. So kommt ja vielleicht noch mal am Ende ein bisschen Geld rein.“³⁴⁷

Wieder ist von Geld die Rede, aber das ist auch das ganz klare Ziel von Marketing: Der Begriff kommt vom Englischen to market (= Handel treiben) und nicht von Marke, wie häufig angenommen. Es geht um den Einsatz von Mitteln, um auf lange Sicht höhere Einnahmen zu generieren. Dabei spielt die Marke aber eine durchaus wichtige Rolle. Das Ausgestalten dieser Marke ist ein sensibler Punkt, gerade, wenn

³⁴⁶ Philipp Stein, HamburgMusik gGmbH, S.17f.

³⁴⁷ Timotheus Wiesmann, Aalhaus-Podium, S.25.

die Stadt eine Marke sein soll. Alenka Barber-Kersovan vom Landesmusikrat beobachtet die entsprechenden Bestrebungen der städtischen Instanzen und schreibt ihnen eine steigende Relevanz zu, wie sie im Interview beschreibt:

„Es gibt diesen ganzen ökonomischen Bereich rund um, wo es sich um Geld geht. Und wenn wir jetzt bei der Stadt sind, (Auflachen) geht es ja mehr oder weniger um das Image Design, um das positive Selbstbild oder auch ein positives Fremdbild, das da gestaltet wird. Und das wird ja zunehmend wichtig, aber auch politisch gewollt und forciert.“³⁴⁸

An dieser Stelle geraten wir wieder in Kontakt mit den Begriffen Image und Identität, die bereits im Kapitel zur Musikstadt als (wirtschafts-)politische Agenda (Kapitel 4.2.1) diskutiert wurden. Aus Sicht des Marketingmanagements als Teilbereich des Marketings innerhalb der Betriebswirtschaft befindet sich die Marke genau zwischen Markenidentität und Markenimage und wird sowohl durch die Positionierungsbestrebungen der gestalterischen Instanzen, als auch durch das Feedback, sprich den Assoziationen der Zielgruppen beeinflusst.³⁴⁹ Wie oben bereits beschrieben, darf die Differenz zwischen Identität und Image nicht zu groß werden, um die Effekte der Markenbildung nicht zu gefährden, weshalb das Marketing von feiner Hand geführt werden sollte. Darüber hinaus wäre es wichtig, die Marketingaktivitäten einer Musikstadt auch zu koordinieren und aufeinander abzustimmen. Genau dies geschieht aber bislang kaum, was aber bei der großen Anzahl an Akteuren, die wir allein in dieser Arbeit kennengelernt haben, äußerst schwierig ist. Und so kommt es, dass teilweise noch nicht einmal der Begriff Musikstadt selbst außer Frage steht, sondern zum Beispiel mit dem der Musicalmetropole konkurriert. Denn den größten Marketingaufwand im Kontext von Musik und Stadt betreiben mit Abstand die Musicals in Hamburg bzw. die Unternehmen, die dahinterstehen, insbesondere Stage-Entertainment. Letzteres ist *„eng verpartnert natürlich mit der städtischen Vermarktungsgesellschaft Hamburg Marketing.“³⁵⁰* Diese Partnerschaft zielt vor allem darauf ab, Touristen nach Hamburg zu holen, die während ihres Aufenthaltes auch einen Musicalbesuch einplanen sollen. Stage versucht dabei, diesen Musicalbesuch als Pflichtbestandteil eines Hamburg-Urlaubs zu etablieren, die Musicals als ein sogenanntes *Must-See* zu vermarkten, sodass man nicht wirklich in

³⁴⁸ Alenka Barber-Kersovan, Landesmusikrat, S.6.

³⁴⁹ Vgl.: Sattler / Völckner 2013, S.56.

³⁵⁰ Stephan Jaekel, STAGE-Entertainment, S.9.

Hamburg war, wenn man keines des Musicals besucht hat, auch wenn die Inhalte rein gar nichts mit der Stadt zu tun haben. Das liegt vor allem daran, dass die meisten Produktionen Importe sind, was ein beispielhafter Blick auf die Themen im Jahr 2015 bestätigt: *Dirty Dancing* ist dem bekannten Hollywood-Film entlehnt, *Der König der Löwen* ist ein Disney-Film-Klassiker, *Das Phantom der Oper* ein Klassiker der Musicals von Andrew Lloyd Webber, *Das Wunder von Bern* ist zwar eine Eigenproduktion von Stage, spielt aber im Ruhrgebiet und in der Schweiz und ist so konzipiert, dass es auch exportiert werden könnte, wie es im Falle von *Rocky*, der ersten Stage-Eigenproduktion, die im Anschluss an die Laufzeit in Deutschland am Broadway in New York zu sehen war, auch der Fall war.

Für Hamburg Marketing sind solche Kooperationen wie mit Stage gängige Praxis und im Destinationsmanagement ist so etwas Alltag. Die Konsequenzen einer ggf. negativen Assoziation als Musicalmetropole sind zweitrangig, so lange die ökonomischen Zahlen stimmen. Denn Hamburg Marketing ist eine städtische GmbH und hat andere Ziele und Zielgruppen als die Behörde für Kultur und Medien der Hansestadt. Letztere hat eine gänzlich andere Vorstellung von Musikmarketing und auch ihre eigene Meinung bezüglich der Musicals.³⁵¹ Die Musicals werben aber nicht nur in Kooperation mit Hamburg Marketing. Es gibt ein eigenständiges Marketing mit Plakaten und Anzeigen etc. und es gibt weitere Kooperationen in der Stadt, nennenswert ist hier vor allem das Werben mit bzw. den HVV-Fähren auf der Elbe, die teilweise komplett im Design der jeweiligen Musicals lackiert sind und mit denen eine permanente Sichtbarkeit und Präsenz der Musicals im Hafengebiet zwischen Elbbrücken und Teufelsbrück erzeugt wird. Das Ergebnis ist die Marke Musicalmetropole, die mitunter bekannter ist als die der Musikstadt, insbesondere bei der Zielgruppe der nationalen Städtetouristen.

Es ist bei dem Thema Marketing und Musikstadt jedoch noch ein weiterer interessanter Umkehrschluss zu beobachten, der noch einmal den Fokus (Stadt) der geplanten Musikstadt in den Vordergrund rückt. Denn die Marke Musikstadt mag für Musik in Hamburg werben, was sie aber noch viel mehr tut, ist mit der Musik für Hamburg zu werben. Im Sinne des Markenmanagements werden damit eine Reihe

³⁵¹ Vgl. bspw.: Barbara Kisseler, damalige Kultursenatorin Hamburgs zitiert in: Healy, Patrick: Broadway on the Elbe. In: The New York Times. Ausgabe vom 09. Dezember 2012.

von Zielgruppen angesprochen, die weit über den Tourismus hinausgehen. Natürlich sind es die Wochenendbesucherinnen und -besucher und die Einwohnerinnen und Einwohner der Stadt. Es sind Unternehmen, Konzerne, Kapitalgeberinnen oder Infrastrukturplanung sowie andere Städte im Sinne von Mitbewerbern.³⁵² Im Kapitel zur Elbphilharmonie wurden diese Effekte bereits angedeutet. Philipp Stein präzisiert diese noch einmal konkret und verweist auch auf die Problematik für die Musik selbst, wenn mit ihr oder ihren Insignien für letztendlich ganz andere Ziele geworben wird:

„Hamburg macht selber mit Hamburg-Marketing und Hamburg-Tourismus natürlich nach außen auch Werbung mit der Elbphilharmonie, und die erhoffen sich davon - ich weiß nicht - dass Milliarden von Touristen aus der ganzen Welt kommen, um die Elbphilharmonie zu sehen. Das ist so ein zweiseitiges Schwert, weil ist man in der Elbphilharmonie gewesen, wenn man einmal außen auf der Plaza um das Gebäude herumgegangen ist und dann wieder heruntergegangen ist? Hat man dann irgendwie was mitgekriegt, was die Elbphilharmonie war? Müsste man nicht ins Konzert gehen? Was sind die Konzertinhalte, die in diesem Gebäude stattfinden, die ich nicht auch in Tokio und in New York hören kann?“³⁵³

An dieser Aussage wird deutlich, wie stark die Sogwirkung einer baulichen Maße, eines architektonischen Ankerpunkts in der Stadt ist. Hier werden die Effekte der Globalisierung sichtbar, die sich auch in Konzepte wie der Musikstadt Hamburg einschreiben. Die Verortung in einer spezifischen Stadt erfolgt dann beispielsweise über ein Bauwerk, wenn es nicht über Hamburg-spezifische Inhalte – in Form von Musik – geschehen kann. Der Effekt des „Architekturkonzertgängers“, der in der Elbphilharmonie zu beobachten ist, wird sich möglicherweise also noch eine Weile halten, was erneut den Konflikt und die unterschiedlich gelagerten Interessen von Hamburg-Marketing, Hamburg-Tourismus und der Behörde für Kultur und Medien unterstreicht.

³⁵² Vgl.: Sattler / Völckner 2013, S.180.

³⁵³ Philipp Stein, HamburgMusik gGmbH, S.15.

4.2.6 Musikstadt machen kostet Geld II

Ein zweites Mal wird einem Kapitel in dieser Arbeit der Titel „Musikstadt kostet Geld“ gegeben, diesmal unter dem Aspekt der geplanten Musikstadt. Es verdeutlicht die ökonomische Tiefe der gesamten Thematik. Auf der Planungsseite, und gemeint ist damit die Seite der städtischen Instanzen, hat die Frage des Geldes eine politische Tragweite, die weit jenseits jeglicher Gedanken an Musik reicht. Denn die Macher der geplanten Musikstadt in der Politik müssen sich innerhalb dieser mit um Finanzmittel konkurrierenden anderen Behörden auseinandersetzen. Ein mir häufig entgegengebrachtes Beispiel war zum Forschungszeitpunkt die Flüchtlingspolitik bzw. Situation der Geflüchteten in Hamburg 2015/2016. Es stand und steht außer Frage, dass für solche Anliegen und in solchen Situationen Geld in die Hand genommen werden muss. Da der städtische Haushalt jedoch endlich ist, müssen sich die Behörden über die Verteilung der Gelder untereinander einig werden. In diesem Zusammenhang wird noch einmal die Position vor allem der Behörde für Kultur und Medien im Gefüge der Musikstadtakteure deutlich: Sie agiert relativ nah an der musikalischen Praxis. Gleichzeitig wird ersichtlich, dass auch Akteure, die zunächst nicht im Blickfeld der Forschung lagen, weil sie keinerlei Berührungspunkte zur Thematik zu haben schienen, eine Rolle spielen, wie zum Beispiel die Finanzbehörde mit ihren Beschlüssen zur Mittelverteilung in der Stadt.

Insgesamt kann die Musikstadt als ökonomisches Gefüge betrachtet werden, dessen finanzielle Mittel – auch das wurde bereits im ersten Kapitel zu den Kosten einer Musikstadt thematisiert – immer zu knapp bemessen zu sein scheinen. Aufgrund dieser Ressourcenknappheit entsteht letztendlich erst die Frage, welche Musik gefördert und damit als elementarer Bestandteil einer Musikstadt Hamburg gesehen wird? Es ist der Moment, in dem Konkurrenz entsteht, die inhaltlich gar nicht vorhanden ist, beispielsweise zwischen der klassischen Musik in Hamburg und der Clubszene. Als empirisches Beispiel möchte ich an dieser Stelle gerne die von dem Journalisten Sebastian Meißner während der von mir organisierten Podiumsdiskussion auf dem Reeperbahnfestival 2016 in der Millerntorwache gestellte Frage anführen, „welchen Stellenwert [...] die Stadt Hamburg eigentlich subkulturellen Clubs [...] bei[misst]“³⁵⁴ und mit Hinblick auf eine zeitweise drohende Schließung des

³⁵⁴ Sebastian Meißner, RBF-Talk 2016, S.1.

Molotow Musikclubs an den Betreiber Andreas Schmitt gerichtet, ob sich Clubbetreiber manchmal von der Politik vernachlässigt fühlen.³⁵⁵

Die im Verhältnis zur Sachlage sehr defensiv formulierte Antwort von Andreas Schmitt beinhaltet den Drang, den Begriff Musikstadt vor allem für die eigenen Interessen zu nutzen, wenn schon Musikstadt, dann bitte auch mit uns:

„Einerseits ja, andererseits nein. Also man hat uns damals sehr geholfen hier im Bezirk, als wir evakuiert wurden und was Neues finden mussten. Ich würde mir einfach wünschen, dass solche Hilfe eigentlich immer Clubs zu Teil werden würde, die in Schwierigkeiten sind. Also, dass die Stadt, die sich ja jetzt selbst gerade wieder im Rahmen dieses Festivals als ‚Musikstadt‘ wieder positioniert hat, das sein möchte, dass sie dann eben auch sieht, dass man das fördern muss und erhalten muss und im Zweifelsfalle eben auch mit finanziellen Unterstützungen erhalten muss. Wie gesagt, wir hätten das Quartier, in dem wir jetzt sind, nicht ohne Hilfe des Bezirks sprich der Politik gefunden. Das ist eine Sache, über die ich mich sehr gefreut habe, und ich würde mich halt freuen, wenn das generell halt so die Marschrichtung wäre, dass man Livemusik-Clubs fördert.“³⁵⁶

Aufgrund der Konkurrenz um begrenzte Mittel zur finanziellen Unterstützung, ist eine möglichst hohe Transparenz der Mittelvergabe besonders wichtig. Das heißt auch, dass die Mittelnehmer in gewisser Weise vorweisen sollen können, dass die Mittel nachhaltig für das Sein und Werden einer Musikstadt verwendet werden. Andrea Rothaug erklärt, wie sich RockCity e.V. als Förderinstrument für die Musiker finanziert und verdeutlicht gleichzeitig die transparente Output-Orientierung der verwendeten Finanzmittel:

„Wer gibt dafür eigentlich Geld aus? Träger von RockCity sind viele Institutionen, aber die wichtigste ist die Kulturbehörde und die Kulturbehörde subventioniert an dieser Stelle nicht, weil Kunst braucht keine Subvention, sondern Kunst braucht Investition. Da bin ich eigen. Subvention klingt immer so wie etwas, was nicht richtig funktioniert, und deswegen braucht es irgendwie, die Kunst funktioniert super. Die Ideen sind da, und die Kunst ist frei und autark, aber da der Markt nicht richtig funktioniert, weil er seine Quellen nicht findet, sondern nur darauf aus ist, im Grunde auf die Ökonomisierung von künstlerischen Artefakten aus ist. Und das ist nicht die Aufgabe des Künstlers.“

³⁵⁵ Sebastian Meißner, RBF-Talk 2016, S.5.

³⁵⁶ Andreas Schmitt, RBF-Talk 2016, S.5.

Das heißt, dadurch, dass der Markt so kaputt ist und nicht funktioniert, muss der Staat, der dafür gesorgt hat, dass es so ist, wieder investieren, damit die Kunst sozusagen überleben kann. Hamburg hat früh begriffen, dass sie das tun müssen, und investiert von Anfang an in RockCity. Wir haben gestartet mit 120 000 Mark damals noch – hat die Kulturbehörde getragen – heute sind es 150 000 Euro [jährlich; S.K].“³⁵⁷

Neben der Behörde für Kultur und Medien gibt es noch weitere Förderer wie die Haspa Musikstiftung, die Hamburgische Kulturstiftung oder Fonds wie der Elbkulturfond oder der Fond Sozikultur. Diese Förderer zeigen sich vor allem für die einzelnen Projekte von RockCity verantwortlich, denn von der Grundfinanzierung durch die Behörde für Kultur und Medien sind nach Büromiete, Personalkosten und täglicher Bedarfsausstattung nicht mehr viele Gelder übrig.

Interessant ist im Zusammenhang der Finanzierung der Musik und der Musikförderung, in diesem Fall von RockCity, dass von Investitionen und nicht von Subventionen gesprochen wird. Aus wirtschaftswissenschaftlicher Sicht ist der größte Unterschied der beiden Begriffe der, dass sich Investitionen für den Investor, in diesem Fall also die Stadt Hamburg, direkt auszahlen, es sich also eher um einen betriebswirtschaftlichen Prozess handelt. Subventionen zahlen sich auch aus, sind also keineswegs eine altruistische Maßnahme, aber eher längerfristig und viel indirekter und globaler. Sie sind, wenn man so will, eher ein makroökonomischer, volkswirtschaftlicher Prozess. Andrea Rothaug rechnet vor, wie diese Investitionen funktionieren können:

„Bei 500 Beratungen im Jahr [...] sind ungefähr 100 im Bereich Steuern, Buchhaltung, Rechnungswesen – ‚Bin ich eine GbR oder bin ich keine? Wie mache ich das überhaupt?‘ [...] und über unseren Steuerberater, den wir seit vielen Jahren haben, habe ich ausrechnen lassen, wie viele nach meiner Beratung dann in der Lage sind, tatsächlich Steuern zu zahlen, sich anzumelden, sich zu legalisieren, zu professionalisieren und tatsächlich auch einen Einkommenssteuerbescheid [gemeint ist eine Einkommensteuererklärung; S.K.] oder ähnliches zu machen. Und alleine die Summe, die darüber rein kommt, ist dreimal so hoch wie die Förderung, die RockCity von der Kulturbehörde erhält.“³⁵⁸

³⁵⁷ Andrea Rothaug, Geschäftsführerin RockCity e.V., S.11.

³⁵⁸ Andrea Rothaug, Geschäftsführerin RockCity e.V., S.15

An diesem Beispiel werden sehr direkte Geldkreisläufe nachvollziehbar, die den Begriff Investitionen rechtfertigen. Es ist jedoch auch der Beleg, dass Musikstadt nicht nur Geld kosten muss, sondern – nach gewohntem hanseatischen ökonomischen Kalkül – Musikstadt als Ergebnis einer Planung und als ökonomisches Gefüge auch wieder Geld einbringt.

4.2.7 Zusammenfassung der geplanten Version

Analog zur musikpraktischen Version lässt sich auch für die geplante Version der Musikstadt ein klares Ziel formulieren: Sie verfolgt die Entwicklung der Stadt, und zwar mittels der Musik beziehungsweise des Labels der Musikstadt. Damit haben die beiden Versionen – musikpraktische Version und geplante Version der Musikstadt Hamburg – jeweils einen Teil des Begriffs Musikstadt in ihrer Mitte, denn im Fokus der geplanten Version steht klar die Stadt. Die Musik ist ein Rad im Getriebe der urbanen ökonomischen Wertschöpfungsprozesse. Ziel der Positionierung als Musikstadt ist dementsprechend nicht die Entwicklung der Musik selbst, sondern ein Fördern und Bewahren urbaner Assoziationen im internationalen Städtevergleich. In der Black Box Musikstadt findet sich eine wirtschaftspolitische Agenda, als deren Teil die Förderstrukturen, die Raumstrukturen oder auch das Marketing gesehen werden können. Die Akteure und Aktanten überlagern sich in ihren Assoziationen nicht in der Musik, es ist die Stadt, die sie zusammenhält. Innerhalb dieses soziomateriellen Gefüges hatte die Elbphilharmonie im Erhebungszeitraum eine besondere Rolle inne, da sie mehrfach ihre Funktion wechselte und sich die Frage stellte: Wer plant oder produziert hier was? Die Musikstadt die Elbphilharmonie? Oder die Elbphilharmonie die Musikstadt? Wie oben beschrieben sind im Kontext des Assoziationsgefüges alle Antworten möglich.

4.3 Narrative der Musikstadt – repräsentative Version der Musikstadt

Im Verlauf meiner Forschung habe ich meine Interview- und sonstigen Gesprächspartner immer gefragt, was ihnen denn als Erstes in den Sinn käme, wenn sie die Begriffe Hamburg und Musik zusammenbrächten. Häufig wurde dann zunächst erst einmal laut überlegt und dabei dann eine Reihe an Musikern (z.B. Jan Delay, Udo Lindenberg, Tocotronic)³⁵⁹ und Institutionen bzw. Orten (z.B. Staatsoper, Reeperbahn, Elbphilharmonie)³⁶⁰ genannt, mit einer darauffolgenden Relativierung des genannten. So antwortet Alenka Barber-Kersovan auf meine Frage, was ihr als Erstes zur Hamburger Populärmusikgeschichte einfallen mit *„die ersten Sachen sind natürlich die Beatles“*³⁶¹. Sie ist sich aber der völlig überzogenen Reproduktion dieses *imaginaires* bewusst, weshalb sie denselben Satz damit schließt, dass sie *„nicht unbedingt die Hamburger Schule schon wieder aus der Tüte ziehen“*³⁶² will. Genau diese stetige und permanente Reproduktion von Images einer Musikstadt, in dem sich immer wieder auf die gleichen Stile, Klischees, Genres, Bands und Songs bezogen wird, bildet aber am Ende selbst die Grundlage für eine Vorstellung einer Musikstadt, wie es sie so vielleicht gar nicht gibt oder auch nie gegeben hat – als großes, immer währendes Potpourri. Das gleiche Phänomen stellt sich auch für die klassischen Komponisten ein, die gängiger Weise mit Hamburg in Verbindung gebracht werden. Es fallen die Namen von Telemann und Brahms, des Weiteren noch Mahler oder Carl Philipp Emanuel Bach.³⁶³ Und das, obwohl den meisten bekannt ist, dass Hamburg diese Komponisten zu Lebzeiten nicht besonders geehrt hat, wie es das mittlerweile gegründete Museumsensemble – das Komponistenquartier an der Peterstraße – vermuten lässt.³⁶⁴

Aber nicht nur in Gesprächen werden genau diese Vorstellungen von der Musikstadt Hamburg stetig reproduziert. Auch in offiziellen Dokumenten, Schriften und Veröffentlichungen zu diesem Thema wird oft zunächst einmal aufgezählt, was denn die grundsätzlichen Bestandteile einer Musikstadt Hamburg seien. So heißt es

³⁵⁹ Vgl. bspw.: Ursula Fröhlingsdorf, STAGE-Entertainment, S.20, oder Thomas Mehlbeer, Mehr!-Entertainment, S.15.

³⁶⁰ Vgl. bspw.: Ursula Fröhlingsdorf, STAGE-Entertainment, S.20f.

³⁶¹ Alenka Barber-Kersovan, Landesmusikrat, S.9.

³⁶² Ebd.

³⁶³ Vgl. bspw.: Thomas Mehlbeer, Mehr!-Entertainment, S.14.

³⁶⁴ Vgl.: Ebd.

beispielsweise im Standpunktepapier der Handelskammer Hamburg bereits in der Einleitung:

„Hamburg war Wirkungsstätte, Geburtsort und Heimat weltberühmter Komponisten wie Brahms, Telemann, Mendelssohn Bartholdy, Carl Philipp Emanuel Bach oder Mahler.“³⁶⁵ Und weiter: „Hamburg hat die Beatles groß gemacht, ist Heimat deutscher Musikgrößen wie Udo Lindenberg, Nena, Fettes Brot oder Jan Delay und brachte mit Bands wie Tocotronic oder Die Sterne sogar ein eigenes Popgenre, die „Hamburger Schule“ hervor.“³⁶⁶

Ob das alles wirklich historisch so genau ist und ob wirklich Hamburg dieses Pop-Genre, wie es im letztgenannten Beispiel heißt, hervorgebracht hat oder es sich nicht doch um eine kulturelle Zuschreibung für ein Paar Bands aus Bad Salzuflen handelt, ist für das *imaginaire* einer Musikstadt letztendlich zweitrangig – wichtiger ist, dass es scheinbar deckungsgleiche Vorstellungen von dem, was in Hamburg musikalisch war und ist gibt.

4.3.1 Inhalte der Narrative – Inhalte der Musikstadt?

Die Vorstellungen von der Musik und vom Sound der Musikstadt Hamburg basieren auf gewissen Inhalten der vermeintlichen Musikstadt, aus denen sich die kulturellen Vorstellungen konstruieren. Diese Inhalte sind in der Regel Bestandteile der Musikgeschichte der Stadt, welche sich aus den Musikerinnen und Musikern, deren Musik, den Orten der Entstehung und Aufführung dieser Musik, den musikalischen Szenen der Stadt und auch aus deren Erzählungen – den Stories – zusammensetzt. Doch welche Musik im Einzelnen und welche Musikerinnen und Musiker im Konkreten waren und sind es eigentlich, die diese Vorstellungen geprägt haben und weiter prägen? Genauer formuliert: Welche Musik und welche Musikerinnen und Musiker sind in den Vorstellungen von der Musikstadt Hamburg präsent und bilden so deren Inhalte? Dazu gibt es eine ganze Reihe an Publikationen, die bereits im Forschungsstand dieser Arbeiten benannt wurden. Je nach Autor und Werk besteht die Musikgeschichte Hamburgs mal ausschließlich aus klassischer Musik, wie beispielsweise

³⁶⁵ Handelskammer Hamburg 2014, S.7

³⁶⁶ Ebd.

in Herrmann Rauhes *Musikstadt Hamburg. Eine klingende Chronik*.³⁶⁷, in *Klangvolle Zeiten. Musik in Hamburg* von Carmen Hillers und Steffen Wolf³⁶⁸ oder auch in *Hamburg. Historische Stationen des Musiklebens mit Informationen für den Besucher heute*. von Marie-Agnes Dittrich,³⁶⁹ mal ist sie eine Erzählung des popkulturellen Hamburgs in *Läden, Schuppen, Kaschemmen*, wie bei Christoph Twickel³⁷⁰ oder der lokal verankerten Pop- und Rockmusik, wie in Jürgen Raus *Rock 'n' Roots. Das who is who der Hamburger Musikszene*.³⁷¹ Und manchmal scheint die Musikgeschichte auch nur aus einer einzigen Epoche, aus einer einzigen Band und einem einzigen Genre zu bestehen, wie in *The Hamburg Sound* von Ulf Krüger und Ortwin Pelc, das sich ausschließlich auf die Beatles bezieht.³⁷² Wiederum andere bringen den ganzheitlichen Entwurf und schlagen einen Bogen von den „Anfängen“ – offensichtlich gibt es einen historisch belegbaren Startzeitpunkt – bis zur „perfekten Welle“ der Elbphilharmonie und integrieren Popmusik in die Geschichte der Klassik der Stadt, wie bereits der Blick in das Inhaltsverzeichnis von Joachim Mischkes *Hamburg Musik!* verrät.³⁷³ Natürlich ist es immer eine Frage, wie weit der Blickwinkel des Autors sein soll und wie groß die Spanne des zeitlichen Betrachtungsraums ist, aber durch die unterschiedlichen Publikationen werden die vorherrschenden Narrative mit beeinflusst und geprägt. Für die geplante Ausstellung im Museum für Hamburgische Geschichte, für die ich ursprünglich mal mit den Recherchen zum Thema Musikstadt begann, sollte ein neuer Blick entwickelt werden, der allen Zeiten und Genres gerecht werden sollte, ohne dabei mit Narrativen direkt zu brechen. Was mir anfangs nicht klar war, war die Tatsache, dass mit so einer Ausstellung selbst stark an einem Narrativ der Musikstadt mitgeschrieben worden wäre. Bei der geplanten Größe, Tragweite und Laufzeit der Ausstellung, waren große In- und Exklusionsprozesse der Narrative möglich. Gerade deshalb war das ein durchaus hochsensibles Feld, in dem es zu agieren galt. Wer und was wird ausgestellt, wer und was nicht? Welches Genre bekommt wie viel Raum? In welche Kontexte werden Thematiken und Epochen gestellt? Sehr entscheidend war auch die Frage, welche Rolle die zu der Zeit

³⁶⁷ Vgl.: Rauhe 2010.

³⁶⁸ Vgl.: Hillers / Wolf 2009.

³⁶⁹ Vgl.: Dittrich 1990.

³⁷⁰ Vgl.: Twickel 2003.

³⁷¹ Vgl.: Rau 2008.

³⁷² Vgl.: Krüger / Pelc 2006.

³⁷³ Mischke 2008.

noch im Bau befindliche Elbphilharmonie und die damals mit ihr assoziierte Musik spielen wird und in welchem Licht sie stehen wird? Unter diesen Prämissen entwickelte ich ein Konzept, mit dem versucht werden sollte, 300 Jahre Musikgeschichte mit einer Vielzahl an Genres, Eigen- und Besonderheiten zu berücksichtigen. Entstanden ist eine Idee, die die Vielfalt der Hamburgischen Musikgeschichte versteh-, erfahr- und handhabbar machen sollte, indem der Ausstellung ein inhaltliches Repertoire zugrunde gelegt wurde, welches sich in 15 verschiedene musikalische Szenen aufgliederte und so einen zumindest in Teilen abgesteckten Rahmen erzeugen sollte, ursprünglich um zu verhindern, dass sich der Ausstellungsbesucher in der Fülle und Diversität der musikalischen Genres, Epochen, Ausprägungen und Auswirkungen verliert. Damit nahm man aber natürlich eine Setzung vor. Dazu kam, dass mit der Ausstellung ein möglichst breites Publikum angesprochen und zudem ein Gegenpol zur bisher im Museum gezeigten Musikthematik geschaffen werden sollte, weshalb die Auswahl an Szenen einen Schwerpunkt auf populärmusikalisches Wirken im 20. und 21. Jahrhundert legte. Die Auswahl an Inhalten ist dabei nicht völlig frei gewählt, sondern basiert letztlich auf den persönlich erfahrenen und angelesenen Narrativen der Musikstadt Hamburg. Von diesen Narrativen gibt es wahrscheinlich so viele, wie Hamburg Einwohner hat, denn für jeden sind wieder andere musikalische Schwerpunkte entscheidend. So ist diese Auswahl – und das ist es mit Sicherheit im Gegensatz zu einer utopischen, ganzheitlichen Darstellung – ein Ergebnis der auf mich wirkenden Einflüsse vor und während der Konzeptionsphase. Einer dieser Einflüsse kam von einer ehemaligen Kommilitonin aus der Kulturanthropologie, die mittlerweile Journalistin beim NDR war und mich regelmäßig mit ‚Musikstadt-News‘ versorgte: Sie spielte mir die im Januar 2013 erschienene siebte Ausgabe des nicht besonders bekannten Magazins des Deutschen Schauspielhauses in Hamburg namens „Hawaii“ zu. Das Magazin trägt den für mein Projekt sehr passenden Untertitel „Inszenierte Wirklichkeiten“ und die entsprechende Ausgabe titelte mit: „Lauter machen! Das Theater mit der Musik: Ein Magazin über Sub-, Hoch- und Popkultur.“³⁷⁴ Die gesamte Ausgabe war interessant für mich, entscheidend war aber die Doppelseite in der Mitte des Magazins: Diese war gefüllt mit einer Grafik, die verdeutlichte, dass es zwar durchaus Chronologien gibt, gleichzeitig aber auch Szenen und Parallelen und vor allem, dass am Ende doch alles zusammenhängt

³⁷⁴ Vgl.: Deutsches Schauspielhaus in Hamburg (Hg.): Hawaii. Nr.7. Hamburg 2013.

und die Musikstadt eine Art Gewebe (vgl. Beginn Kapitel 4) zu sein schien.³⁷⁵ Die Idee, die Musikstadt Hamburg in Szenen zu erzählen, entstand nicht zuletzt aufgrund dieser Grafik.



Abbildung 10: Grafik aus dem Hawaii-Magazin des Deutschen Schauspielhauses (Nr. 7 / 2013)

³⁷⁵ Vgl.: Deutsches Schauspielhaus in Hamburg (Hg.): Hawaii. Nr.7. Hamburg 2013, S.12-13.

Im Folgenden möchte ich die aus den Arbeiten im Museum entstandene Version einer Musikstadt-Erzählung in ihren musikbezogenen Inhalten kurz vorstellen:

Diese Erzählung beginnt ungefähr im 17. Jahrhundert. Hamburg ist berühmt dafür, dass hier das erste bürgerliche Opernhaus in Deutschland überhaupt entstand – die 1678 eröffnete Oper am Gänsemarkt. Damit sind wir auch direkt bei einem der zentralen Narrative, die oft entstehen, wenn ein Superlativ im Spiel ist: Wenn etwas als Erstes geschieht, wenn etwas das Größte weit und breit ist, wenn etwas über den längsten Zeitraum andauert und so weiter. In diesem Fall nun das erste nicht höfische Opernhaus. Zur gleichen Zeit gilt Hamburg als eines der Zentren des Orgelbaus, vor allem in Norddeutschland und nicht zuletzt deshalb gilt auch die Kirchenmusik dieser Zeit als prägend für die Musikgeschichte der Stadt.

Es folgt eine Geschichte der bürgerlichen Konzertkultur im 18. Jahrhundert. Auch hier sind die erzählerischen Fixpunkte wieder diese, die etwas Besonderes darstellen: In diesem Fall die recht frühe Entwicklung eines öffentlichen Konzertwesens durch das Collegium Musicum und eines der ersten Bauwerke für Musik, dem Konzertsaal auf dem Kampe. Berühmte Namen sind ebenfalls förderlich für eine Musikstadterzählung, wie es bereits im Kapitel zu den Musikstadtzuschreibungen (Kapitel 2.1) beschrieben wurde. Hier ist es der Komponist Georg Philipp Telemann, der sowohl das Collegium Musicum als auch zuvor bereits die Oper leitete und auch ganz offiziell Director Musices der Stadt war. Sein Nachfolger war im übrigen Carl Phillip Emanuel Bach – der nächste große Name, mit dem sich gerne geschmückt wird.

Die Schritte durch die vergangenen Jahrhunderte sind sehr viel größer und dadurch größer als der Gang durch das 20. Jahrhundert im Musikstadt-Narrativ des Ausstellungskonzepts. Diese Epochen werden dadurch weniger detailreich erzählt und gegebenenfalls Einheiten gebildet, die im Vergleich dann schon fast zusammengedrängt wirken. So folgt auf das 17. und 18. Jahrhundert bereits im dritten Schritt eine Bündelung der Musikkultur des 19. und frühen 20. Jahrhunderts: Diese wird vor allem durch das Entstehen des öffentlichen Konzertwesens auf Betreiben der 1828 gegründeten Philharmonischen Gesellschaft geprägt und ging einher mit einer unübersehbaren architektonischen Verankerung der Musik in der Stadt durch bspw. den Neubau der Oper in der Dammtorstraße 1827 oder der 1908 eröffneten Laeiszhalle. Große Namen zählen weiterhin zum musikalischen Narrativ dieser Zeit, die bekanntesten sind Johannes Brahms und Gustav Mahler. Warum genau diese beiden

so bekannt sind? Nicht zuletzt, weil die Stadt Hamburg kräftig an der Erzählung der Verknüpfung zwischen Stadt und Komponist mitgeschrieben hat: So gibt es den Gustav-Mahler-Park nahe seiner Wirkungsstätte, der Hamburgischen Staatsoper, an der ebenfalls eine Tafel hängt und Mahler würdigt. Der Platz vor der Laeiszhalle heißt Johannes-Brahms-Platz und beherbergt darüber hinaus auch noch das Johannes-Brahms-Denkmal, die Intro-Musik zum allabendlichen Hamburg-Journal im Regional-TV-Programm ist aus einer Brahms-Sinfonie und Brahms ist zum Ehrenbürger der Stadt ernannt worden – allerdings erst nachdem er die Stadt frustriert in Richtung Wien verlassen hatte, da er in Hamburg nicht die Stellung erhielt, die er sich wünschte. Dies ist ein übrigens geradezu symptomatisches Verhalten der Stadt im Umgang mit seinen Künstlern, über Jahrhunderte hinweg: Gut behandelt wurden sie selten – geschmückt wurde sich mit ihnen immer. Es ist aber genau diese Erinnerungspflege, welche die Komponisten mit der Stadt verbindet. Ein sehr schönes Beispiel ist in dem Kontext der Umgang mit Felix Mendelssohn-Bartholdy: Der Musiker wurde 1809 in Hamburg in der Nähe der Hauptkirche St. Michaelis geboren – aufgrund der französischen Besetzung Hamburgs zog die Familie aber bereits 1811 nach Berlin. Felix Mendelssohn-Bartholdy hat also mit relativ großer Sicherheit nicht eine einzige Note in Hamburg zu Papier gebracht. Dennoch finden sich in der Stadt gleich mehrere Würdigungen Mendelssohns als Hamburger Komponist: In der Rathausdiele schmückt seit 1897 ein Reliefporträt von Mendelssohn-Bartholdy eine der Ehrensäulen³⁷⁶, weitere 100 Jahre später wurden zum 150. Todesjahr in der Nähe des im Zweiten Weltkrieg zerstörten Geburtshauses zwei Gedenkplatten mit weiteren Porträtreliefs von Felix Mendelssohn-Bartholdy sowie seiner Schwester Fanny Hensel in einer kleinen Grünanlage an der Ludwig-Erhard-Straße aufgestellt und auch in St. Michaelis selbst findet sich im Vorraum ebenfalls ein Relief Mendelssohn-Bartholdys. Durch diese Praktiken werden Musiker klar von der Stadt als ihre Musiker vereinnahmt und zum Teil eines ihr eigenen Musikstadt-Narratives.

Im Verlauf der Hamburgischen Musikgeschichte, vor allem ab Mitte des 20. Jahrhunderts, werden diese Narrative zunehmend durch populärmusikalische Elemente zunächst angereichert, später dominiert. Ein wichtiges und auch in der Literatur viel

³⁷⁶ Aufgrund der jüdischen Wurzeln Mendelssohns wurde das Porträt in der Zeit des Nationalsozialismus entfernt. Nach dem Zweiten Weltkrieg wurde es an gleicher Stelle wiederhergestellt.

besprochenes Genre scheint dabei die Swing-Musik insbesondere in den 1940er Jahren gewesen zu sein.³⁷⁷ Hier sind vor allem die Elemente des widerständigen Verständnisses dieser Szene zur Zeit des Nationalsozialismus entscheidend für die kulturelle Bedeutung des Genres in und für Hamburg: Swing hören und Swing spielen war verboten und wurde gerade deshalb zum Mittel des Widerstands. Die Jugend traf sich u.a. im Café Heinze zum gemeinsamen, mitunter geheimen Musikhören von Swing – der Begriff der Swing-Kids entstand. Nicht immer waren die Teilnehmenden dieser Treffen sich der Konsequenzen bewusst und auch nicht alle waren aus Regimeprotest Teil der Gruppe, manche wollten auch einfach nur die Musik hören. Aber eine Hamburger Jugend, die sich mit Musik gegen den Nationalsozialismus stellt, ist von hoher Bedeutung gerade in Hinblick auf die Wirkmächtigkeit musikalischer Szenen auch in den politischen Bereich hinein und wurde so zum Teil des Narratives der Musikstadt.

Wenn ich in der Chronologie bleibe, folgt als nächstes Element des Narratives eine Szene um den Höhepunkt des Jazz in Hamburg. Auch diese ist eng mit der Geschichte Hamburgs im 20. Jahrhundert verbunden und aus den angloamerikanischen Einflüssen in der Stadt in der Nachkriegszeit entstanden. Auch heute noch gibt es eine Jazz-Szene in der Stadt, bekanntestes Aushängeschild ist in dem Kontext aufgrund seiner Größe sicherlich das Elbjazz-Festival auf dem Werftgelände von Blohm+Voss, aber in der Erzählung wird der Jazz das Image des Gestrigen nicht los und so zählen Birdland und Cottonclub eher zu Jazz-Locations, die es *noch* gibt und allein dafür Anerkennung zugesprochen bekommen. Beide Genres, Jazz und Swing, sind aber keine, die sofort mit einer Musikstadt Hamburg in Verbindung gebracht werden, sondern erst in dem Moment Bestandteil dieser werden, wenn versucht wird, ein umfangreiches Bild der Musikstadt zu zeichnen und beginnt das Repertoire dieser zu sammeln. Genau das Gegenteil verkörpert die Zeit der Beatmusik in Hamburg in und um die 1960er Jahre herum. Beat in Hamburg ist eines der Aushängeschilder der Musikgeschichte der Stadt beziehungsweise wurde im Laufe der Zeit zu diesem Aushängeschild gemacht. Wie in Kapitel 2.1 zu den kulturellen Zuschreibungen der Musikstädte bereits beschrieben wurde, nehmen die Ikonen der Beatmusik, die Beatles, durch ihre Zeit in Hamburg einen enormen Einfluss auf das Narrativ von Hamburg

³⁷⁷ Vgl. bspw.: Ansin 2003; Ueberall 2004.

als Musikstadt. Und zum ersten Mal wird auch der Stadtname in Verbindung mit der Musik gebracht. Die Rede ist vom *Hamburg Sound*³⁷⁸, der eben *der* Sound der Beatles sei. Damit wird der vermeintliche Einfluss einer Stadt auf eine der größten Popmusikbands der Geschichte benannt. Durch permanente Wiederholungen von Zitaten, wie das bereits erwähnte „*in Liverpool bin ich aufgewachsen, in Hamburg bin ich erwachsen geworden*“³⁷⁹ von John Lennon wird diese Wahrnehmung verstetigt. Nicht zuletzt dadurch sind die Beatles fester und zentraler Bestandteil der Musikstadt-Erzählung Hamburgs. Dass die Band sich ähnlichen Problemen in der Stadt ausgesetzt sah wie Johannes Brahms und Hamburg diese Künstler vor allem würdigte, als sie gegebenenfalls bereits frustriert die Stadt wieder verlassen hatten, wird dagegen sehr viel seltener erwähnt. Aber dennoch, durch spezifische Geschichtspflege, wird das Bild der Beatlesstadt gezeichnet: In der Großen Freiheit finden sich noch heute vor allem Andenken an *die* Zeit der Reeperbahn: Eine Plakette am ehemaligen Standort des Star-Clubs erinnert an die legendäre Spielstätte, in den Clubs, die es noch heute gibt (bspw. Kaiserkeller oder Indra) hängen zahlreiche Poster oder sogar Gitarren aus den 1960er Jahren und verweisen unmissverständlich darauf: Hier spielten schon die Beatles!³⁸⁰ Und nicht zuletzt hat die Stadt die Kreuzung zwischen Großer Freiheit und Reeperbahn 2008 in Beatles-Platz umbenannt sowie neu gestaltet und Silhouetten-Skulpturen der Musiker aufstellen lassen.³⁸¹ Im Fahrwasser der Beatles-Erzählung finden sich aber auch noch weitere musikalische Protagonisten der Beat-Zeit in Hamburg. Dazu gehören sowohl weitere England-Importe wie Rory Storm & The Hurricanes oder die Frauen-Rock-Band The Liverbirds, deren Mitglieder sich zu Teilen auch dauerhaft in Hamburg niedergelassen haben, als auch die sogenannte deutsche Version der Beatles, die Rattles, mit Achim Reichel und später Frank Dostal. Romane wie Hubert Fichtes „Die Palette“³⁸² verfestigten im Laufe der Jahre genau diesen Kanon der Beat-Zeit in Hamburg.

³⁷⁸ Vgl.: Krüger / Pelc 2006.

³⁷⁹ Vgl. Mischke 2008, S.85.

³⁸⁰ Diese Aufladung des Raumes scheint eine internationale Strahlkraft zu haben: Beim Konzert der österreichischen Band Wanda in der Großen Freiheit, das während der Feldforschung besucht wurde, sagte der Sänger zur Begrüßung, dass er seiner Mutter erzählt hätte, er spiele heute Abend in der Großen Freiheit. Die Mutter hätte daraufhin erwidert, dass sie sehr stolz auf ihren Sohn sei, denn dort hätten schließlich schon die Beatles gespielt.

³⁸¹ Die Kosten für das Beatles-Platz-Projekt wurden jeweils zur Hälfte von der Stadt Hamburg sowie von privaten Sponsoren und Spenden übernommen.

³⁸² Fichte, Hubert: *Die Palette*. Reinbek bei Hamburg 1968.



Abbildung 11: Plakat der "BRAVO Beatles Blitztournee" im Kaiserkeller / Foto: S.K.

Die Verbindung des Stadtnamens mit einem Genre oder einer Szene ist für die Verankerung von Assoziationen zwischen Stadt und Musik besonders effektiv. Chronologisch nächstes Beispiel hierfür ist die sogenannte Hamburger Szene. Diese wird gerne als ein großer Klügel an Spaßvögeln und Musikverrückten dargestellt, zu

deren bekanntesten Vertretern sicher Udo Lindenberg, Otto Waalkes, Gottfried Böttger oder auch Gottlieb Wendehals gehören. Dieser Klüngel traf sich jeden Abend im Onkel Pö, der „Höhle von Eppendorf“³⁸³, wie eine NDR Dokumentation von 2016 die Kneipe mit Bühne beschrieb und schrieb betrunken und nebenbei Musikgeschichte. Dies suggeriert zumindest die Erzählung dieser Zeit. Auch in diesem Fall werden vor allem die erst deutlich später berühmt gewordenen Künstler gerne mit der Stadt in Verbindung gebracht und als Hamburger Musiker markiert.

Eine Szene, die sich dagegen gar nicht gerne markieren ließ, hatte ihre Hochzeit in den 1980er Jahren und ist musikalisch vor allem dem Punk zuzuordnen. Die Namen der Labels – Rip Off, Zickzack, Weird Systems – und auch der Bands – Slime, Razzia, Abwärts, Palais Schaumburg – ließen unzweifelhaft verlauten, dass man gegen etwas oder zumindest anders sei. Rebellion als Kern des Punks – womit diese Szene doch markiert ist. Einige Vertreter dieser Zeit prägten und prägen die Erzählung der Musikstadt Hamburg bis heute und werden gerne als Urgesteine titulierte, wie beispielweise die Goldenen Zitronen oder Rocko Schamoni.³⁸⁴ Gespielt wurde die Musik damals im Subito, im Kir oder im Luxor sowie damals wie heute in der Markthalle.

Gegen Ende der 1980er Jahre etabliert sich schließlich ein Genre in Hamburg, für das die Stadt heute mindestens im nationalen Rahmen bekannt ist: die Musicals mit großen En-suite-Theatern kommen in die Stadt. Aufgrund des immer schon extrem hohen Marketingaufwands dieses Genres ist es nur logisch, dass die Musicals in der Form, wie sie seit nun ca. 30 Jahren in Hamburg zu sehen sind, Teil der Musikstadt Hamburg-Erzählung sind. Zu präsent in der Stadt sind die Werbeplakate von König der Löwen oder Phantom der Oper, als Werbeträger mit dem Wunder von Bern oder Aladin bemalte Hafenfähren und nicht zuletzt auch die Theatergebäude selbst, was vor allem für die beiden Stage-Theater im Hafen gegenüber der St. Pauli Landungsbrücken gilt. Dies ist allerdings nicht nur Hamburg-spezifisch, auch andere Städte in Deutschland bieten ähnlich große Musicalbühnen.³⁸⁵ Die Brisanz des Themas war jedoch in Hamburg besonders deutlich zu spüren, entzündete sich an der Raumsuche eines Musicalstandortes auch der Konflikt um die Rote und die Neue Flora.

³⁸³<https://www.ndr.de/fernsehen/Die-Hoehle-von-Eppendorf-Das-legendaere-Onkel-Poe,sendung622030.html> (abgerufen am 18.06.2018)

³⁸⁴ Vgl.: Andrea Rothaug, Geschäftsführerin RockCity e.V., S.8f.

³⁸⁵ Bekannt ist bspw. Bochum für die kontinuierliche Aufführung des Musicals Starlight Express.

Interessant ist auch, dass bei Vertretern dieser Musical-Szene das Interesse Teil der Musikstadt-Erzählung der geplanten Ausstellung im Museum für Hamburgische Geschichte zu sein so hoch wie kaum einer anderen Szene war: Auf Nachfrage wurde ich sofort zu Interviews eingeladen, oder die Vertreter der Musical-Firmen kamen zu mir ins Museum. Ich bekam eine exklusive Theaterführung durch das gerade neu eröffnete Mehr!-Theater am Großmarkt und erhielt Freikarten für ein Event meiner Wahl, um die Musicalatmosphäre einmal persönlich erfahren zu können (ich entschied mich für Dirty Dancing im Theater am Großmarkt und für Das Wunder von Bern im damals neuen Theater an der Elbe). Dieses besonders hohe Interesse entsteht meiner Meinung nach aus einer Art Legitimationswunsch gegenüber allen weiteren musikalischen Szenen in Hamburg, um als Musikgenre ernstgenommen zu werden. Denn häufig werden die Musicals von Vertretern der anderen Szenen diffamiert und bspw. sowohl vom Hamburger Musiker und Komiker Heinz Strunk als auch von Paul Pötsch, Sänger der Hamburger Band Trümmer, abschätzig als „Quatsch-Kultur“³⁸⁶ bezeichnet. Dazu kommt, dass die Musicals nicht öffentlich gefördert werden, was sie ebenfalls latent aus dem Kreis der ernstzunehmend Musikschaffenden auszuschließen scheint und intern dadurch auch von der Musikstadt Hamburg. Nach außen wird dem entgegengearbeitet, durch intensives Marketing und dem Etablieren des Slogans der Musicalmetropole Hamburg – der wiederum alle andere Musikschaffenden ausschließt.

Der Stadtname im Genrenamen einer Musikrichtung hat eine besondere Wirkung für die Assoziation von musikalischen Inhalten mit der Stadt. Das beste Beispiel dafür und damit auch gleichzeitig das wichtigste Genre oder die wichtigste Szene in der Erzählung der Hamburger Musikgeschichte überhaupt ist die sogenannte Hamburger Schule. Egal mit wem ich über die geplante Ausstellung oder mein Dissertationsprojekt sprach – keine Unterhaltung ohne, dass dieses Genre benannt wurde. Ihren Namen verdankt die Hamburger Schule möglicherweise einer medialen Zuschreibung³⁸⁷, ihre Existenz als Szene zweifelte sie selbst von Beginn an. Die

³⁸⁶ arte-magazin metropolis: Metropolenreport Hamburg. Die Musik spielt im Norden. Gesendet am 10.12.2014. <http://www.arte.tv/magazine/metropolis/de/metropolenreport-hamburg-metropolis> (abgerufen am 22.04.2016).

³⁸⁷ Über die Herkunft des Begriffs ‚Hamburger Schule‘ gibt es keine eindeutige Übereinkunft. Eine Theorie führt ihn auf einen „taz“-Artikel von 1992 zurück, in dem die Musik mit Texten mit Tiefgang in Anlehnung an die philosophische Richtung der Frankfurter Schule als Hamburger Schule benannt wurde; vgl. bspw.: Mischke 2008, S. 298.

vermeintliche Hymne, „Ich bin neu in der Hamburger Schule“ von Tocotronic aus dem Jahr 1995, ist eher als Kritik der Genrebildung zu verstehen, denn als Unterstreichung von Gemeinsamkeiten, die es aber durchaus doch gab: Bands wie Blumfeld, Die Sterne, Kolossale Jugend oder Die Braut haut ins Auge sangen alle auf Deutsch, sie sangen alle Texte, deren Inhalte sich durch gedanklichen Tiefgang auszeichneten und sie spielten alle in den gleichen Kaschemmen: In Heinz Karmers Tanzcafé, in Casper's Ballroom, im Sparr oder dem Golden Pudel Club.

Kurze Zeit nach dem Höhepunkt der Hamburger Schule etabliert sich ein weiteres subkulturelles Genre in der Stadt und macht diese national zu einem der Aushängeschilder dieses Sounds: Die Rede ist von Hip-Hop, genauer gesagt von deutschsprachigem oder deutschem Hip-Hop. Ausgehend von den Kellern Eimsbüttels (Eimsbush Basement)³⁸⁸ basteln junge Musiker mit neuer Technik und kreativen Ideen an dieser neuen Musikrichtung. Bekannte Vertreter und fest im Narrativ der Musikstadt Hamburg verankert sind die (Absoluten) Beginner, Samy Deluxe, Fettes Brot, Fünf Sterne Deluxe, Eins Zwo oder auch Fischmob. Anlaufstellen für das junge Publikum waren das Phonodrom (heute ist dies der Standort der Endoklinik), der Mojo-Club (im ursprünglichen Zustand bzw. Standort) oder das Defcon 5 (Molotow-Vorgänger in den Esso-Häusern). Von den Orten gibt es in der damaligen Form keinen mehr, von den Musikerformationen nur noch einige und auch der Sound ist, wie er von den 1990er bis Anfang der 2000er Jahre zu hören war, heute kaum noch zu finden. Nicht ohne Grund, denn interessanterweise haben auffallend viele einstige HipHop-Akteure im Laufe der Zeit das Genre gewechselt. Angekommen sind sie in der elektronischen Musik, in einer DIY-Szene, die mit digitalen Mitteln und minimalem Aufwand großen Sound kreiert. Aufgelegt wird digital oder mit Platten, Hamburger Labels wie DIYdynamic oder Smallville machen dies möglich. Auf die Frage, warum es ausgerechnet in Hamburg möglich sei, so gute Musik zu machen, hat DJ Koze, eine internationale Szenegröße und ehemaliges Mitglied der HipHop-Formation Fischmob, eine interessante Antwort: „Es ist eine richtig langweilige Stadt, wo kaum etwas passiert, mit sehr netten, fleißigen Leuten. Und weil es so langweilig ist, kann man gar nichts Anderes machen, als selber etwas zu produzieren. Deswegen kommen auch gute, originäre Sachen aus Hamburg.“³⁸⁹ Diese laut Stefan Kozalla, so DJ

³⁸⁸ Vgl. bspw. Absolute Beginner: „Bambule“. Buback Tonträger / Universal Music 1998.

³⁸⁹ <http://www.planet-interview.de/interviews/dj-koze/35818/> (abgerufen am 29.06.2018)

Kozes bürgerlicher Name, guten und originären Sachen aus Hamburg sind vor allem – und das zeichnet diese Szene aus – in Gegenden und Orten zu hören, die nicht unbedingt als Musikaufführungsort gebaut und gedacht worden sind: In alten Industriehallen (Brandshof), Open Air auf brachliegenden Hafenflächen (Grünanlagen), in alten Bunkern (Übel & Gefährlich) oder in ehemaligen Bürogebäuden (Kraniche) und bringen so den Sound der Szene auch in Stadtteile, die bislang kaum mit Musikstadt-Assoziationen belegt sind, wie bspw. Hammerbrook oder Wilhelmsburg. Seit der Jahrtausendwende hat sich eine Szene in das Musikstadt-Narrativ Hamburgs eingeschrieben, die nicht unbedingt dafür bekannt ist, dass sie große Musikerinnen oder Bands hervorgebracht hat, sondern eher, dass sie diesen eine oder besser viele Bühnen bot und noch immer bietet. Indie, die Kurzform für Independent (Rock-)Music, ist ein Genre, welches ab den 2000er Jahren von Bands wie The Libertines, Mando Diao, The Hives und den ganzen *The*-Bands bestimmt wurde und in Hamburg auf fruchtbaren Boden fiel: Hier gab es (und bislang gibt es sie auch immer noch) jede Menge kleinerer Clubs, in denen die zur Zeit der Krise der Musikindustrie immer klammen Bands spielen konnten und auf ein offenes Publikum trafen. Nicht zuletzt haben auch die in dieser Zeit entstandenen großen Festivals, wie das Reeperbahnfestival und das MS Dockville, ihren Teil zum Erfolg von Hamburg als Bühne für kleine und große Künstler beigetragen. Die Künstler dankten es der Stadt und widmeten ihr Lieder wie „Wohllwill“ von Friska Viljor (2009) oder gar ganze Alben wie „Hamburg Demonstrations“ (2016) von Peter Doherty. Auch der Haushaltsausschuss des Bundestages hat ein Potenzial Hamburgs als popmusikalisches Zentrum ausgemacht und unterstützt das Reeperbahnfestival ab 2018 mit zusätzlichen 30 Millionen Euro,³⁹⁰ was der Erzählung Hamburgs als Musikstadt äußerst zuträglich ist.

Auch die sogenannte klassische Musik hat im 20. und 21. Jahrhundert nicht aufgehört, in Hamburg präsent zu sein. Namen wie György Ligeti, John Neumeier und Simone Young stehen exemplarisch für eine große Bandbreite an Künstlern dieser Zeit, die essentiell für eine Musikstadt-Erzählung sind. Chronologisch gesehen hat die Klassik innerhalb der Erzählung im Verlauf des 20. Jahrhundert viel popularmusikalische Konkurrenz bekommen. Die im Januar 2017 eröffnete Elbphilharmonie

³⁹⁰ Vgl.: <https://www.abendblatt.de/hamburg/article214707269/Fast-wie-Weihnachten-schoene-Bescherung-aus-Berlin.html> (abgerufen am 29.06.2018)

bringt hingegen das Potenzial mit sich – und die anhaltende hohe Nachfrage nach Tickets für Konzerte im neuen Klassiktempel an der Elbe deutet ebenfalls darauf hin – dass sich auch die klassische Musik wieder in den Vordergrund des Hamburger Musikstadt-Narratives spielt.

Dieser Rundumschlag, latent chronologisch angelegt, der Inhalte einer Musikstadt-Erzählung ist, ebenso wie die eingangs erwähnten Publikationen zu dem Thema, nur ausschnitthaft, nicht allumfassend und letztendlich auch wieder nur ein subjektiver Blick auf die Vielzahl an Quellen, der nicht zuletzt auch persönlichen Neigungen und Interessen unterliegt. So beinhaltet diese Erzählung beispielsweise in keiner Weise eine Szene oder ein Genre, das dem Metal-Rock zugeordnet werden könnte. In einem Gespräch über mein Dissertationsprojekt mit dem Fachkollegen Dr. Manuel Trummer, Co-Vorsitzender und Gründungsmitglied der Kommission Kulturen populärer Unterhaltung und Vergnügung innerhalb der Deutschen Gesellschaft für Volkskunde e.V., wurde aber deutlich, dass für Manuel Trummers Sicht von außen Musikstadt Hamburg vor allem *Hell over Hammaburg*³⁹¹ bedeutete, was aufgrund seiner sowohl musikpraktisch als auch wissenschaftlich in diesem Genre zu verortenden Interessen wenig überrascht.

4.3.2 Ein Hamburg-spezifisches Musikstadt-Narrativ?

Aus diesem Überblick über die Inhalte eines Musikstadt Hamburg-Narratives ergeben sich bei einem analytischen Blick auf die Inhalte zwei Fragen: Zum einen die Frage danach, wie diese Inhalte die Stadt nun zur Musikstadt machen oder ob es sich nicht einfach nur um Musik in der Stadt Hamburg handelt, und zum anderen, was das Hamburg-Spezifische an diesem Narrativ ist? Beide Fragen lassen sich, wenn, dann nur zusammen beantworten, denn in dem Moment, in dem ein lokal-spezifisches Narrativ entsteht, also nur an diesem Ort in dieser Form geprägt werden konnte, wird für den konkreten Fall aus Musik in der Stadt eine Musikstadt. Es gilt also zu untersuchen bzw. zu versuchen zu benennen, was das Hamburg-Spezifische

³⁹¹ Ein kleines, weniger bekanntes, dafür – laut Manuel Trummer – sehr gut kuratiertes, jährlich stattfindendes Metal-Festival in der Markthalle.

der Inhalte des Narratives ist, nach Parallelen und Gemeinsamkeiten über Zeiten und Genres hinaus zu suchen und dadurch eine hamburgische Dramaturgie der Musik in der Stadt – der Musikstadt – ableiten zu können. Dies gehörte auch zu den großen Herausforderungen der Konzeption der geplanten Ausstellung im Museum für Hamburgische Geschichte. Eine Schwierigkeit liegt dabei nicht nur im Benennen der lokalen Spezifika in der musikalischen Praxis und der Musikgeschichte der Stadt, sondern in dem Zusammenhang auch in der Frage, was überhaupt lokale, hamburgische Spezifika sind? Das Ausstellungskonzept bediente sich hierfür am gängigen Repertoire der Stadtgeschichte, das Hamburg als stets freie Hafen-, Bürger- und Kaufmannstadt mit internationalen Anbindungen repräsentiert. Daraus abgeleitet entstand schließlich eine Reihe an Begriffen bzw. Kategorien, die quer zu den im vorigen Kapitel benannten 15 Szenen und damit den Inhalten des Musikstadt-Narratives liegen. Sie bilden eine Hamburg-spezifische „Form“ der Erzählung und werden im Folgenden kurz vorgestellt:

Eine Konstante, vor allem für die sogenannte klassische Musik in der Stadt ist der Begriff des *bürgerlichen Hamburgs*. Er vereint die Kontinuität von Gänsemarktoper, als dem ersten nicht höfischen – und damit bürgerlichen – Opernhaus überhaupt, über die in bürgerlicher Eigenregie gegründete Philharmonische Gesellschaft bis hin zur Elbphilharmonie, die zumindest in der Planung zur Hälfte von privaten Bürgern der Stadt finanziert werden sollte.

Der Begriff des Bürgerlichen produziert zwangsläufig die zweite Kategorie, die des *nicht-bürgerlichen Hamburgs*. Sie ist die Konstante vor allem von großen Teilen der Populärmusik, die oft als Gegenkultur und Kritik an den bestehenden Verhältnissen fungierte, was vor allem für den Punk oder auch den Hip-Hop und nicht zuletzt auch für die Beat-Zeit gilt.

Weitere Kategorien, die die Stadtgeschichtsschreibung für Hamburg beansprucht, sind die der, für eine Handelsstadt scheinbar selbstverständlichen *Internationalität*, aber auch, und hier wird es tatsächlich mal etwas lokalspezifischer, die der *angelsächsischen Prägung* als Resultat jahrhundertelanger Handelsbeziehungen. Musikgeschichtlich finden sich diese Kategorien selbstverständlich in den Einflüssen der Beat-Szene, der Swing-Jugend, aber auch der Musicals wieder. Die Musikgeschichte der Stadt ist dementsprechend auch ein Ergebnis der Lage am *Wasser*, eine Folge des *Hafens* und der kontinuierlichen *Im- und Exports*. Nicht nur Waren kamen über

den Hafen in die Stadt, auch musikalische Trends, Ideen und Innovationen. Welche dieser Ideen in der Stadt groß wurden oder gar in die Welt exportiert wurden, darüber entschied und entscheidet bis heute stets ein *ökonomisches Kalkül*, das sich durch eine ausgeprägte *Solidität* auszeichnete und auszeichnet. Experimente waren in Hamburg weniger zu erwarten als anderswo. Dafür war die dargebotene Kunst fundiert und von einer gewissen Langlebigkeit gezeichnet.

Sicher lassen sich diese Begriffe als Analysebasis verwenden und sie können durchaus als Orientierungspunkte bei der Darstellung von Konstanten und Gemeinsamkeiten des Musikstadt-Narratives Hamburgs dienen und die vermeintlichen Klammern von [Telemann und Tocotronic], von [Ego und Elbphilharmonie], von [Brahms und Beatles], von [Steinway und Superpunk] oder von [Lindenberg und Ligeti] darstellen. Man muss dabei jedoch fragen, welches Ziel dabei verfolgt wird? Denn letztendlich geht es um die Legitimation des Musikstadtbegriffs für Hamburg. Das ist aber keineswegs Ziel dieser Arbeit. Deshalb bleibt es an dieser Stelle bei einem zaghaften Versuch, durch die, aus einem Dreiklang aus Bürgerstadt, Kaufmannsstadt und Hafenstadt entstehenden Kategorien, musikhistorische Gemeinsamkeiten auf analytischer Ebene Schlüsse zu ziehen, die der Musikstadt Hamburg Erzählung zugrunde liegen könnten.

Die in diesem Kapitel beschriebene dritte Version der Musikstadt Hamburg, bestehend aus den musikhistorischen Narrativen der Stadt ist für die Analyse des Musikstadt-Machen-Prozesses deshalb sehr wichtig, da sie die Erwartungen des Begriffspaars Musikstadt Hamburg bedient sowie sie gleichermaßen spiegelt. Die Inhalte der Erwartungen in einer Form der Musikgeschichte der Stadt stellen in großen Teilen auch die Basis des aktuellen Geschehens dar. Nicht zuletzt würden bei einer Arbeit über das *Making Of* einer Musikstadt Hamburg ohne Beatles, ohne Hamburger Schule, ohne Brahms und ohne Udo Lindenberg viele Fragen aufkommen, warum die Forschung gänzlich ohne die manchmal etwas klischeehaften Protagonisten auskäme: eben gerade aufgrund der doch in das städtische *imaginaire* eingeschriebenen, sehr konkreten kulturellen Vorstellungen der Bestandteile der Musikstadt Hamburg.

5 Schluss

5.1 Resümee

Wer möchte welche Ziele auf welche Art und Weise durch das Machen einer Musikstadt erreichen? In welcher Form, mit welchen Absichten und mit welchen Vorstellungen wird an der Zuschreibung von Hamburg als Musikstadt gearbeitet? In welcher Weise wird mit diesen Absichten und Vorstellungen eine Kultur des Stadtmachens mitgetragen, die sich an globalen Strömungen und neo-liberalen Tendenzen der Inwertsetzung von Kultur für die „Image“-Arbeit einer Stadt orientiert?

Diesen Fragen hat sich die vorliegende Studie gewidmet. Mit Hilfe des erhobenen Materials wurde sich dem Begriffspaar Musikstadt Hamburg genähert, es wurde kontextualisiert, dekonstruiert und decodiert. Dabei galt es herauszuarbeiten, was eine Musikstadt überhaupt kennzeichnet und wie sie gestaltet und konstruiert werden kann, weiter von welchen konkreten Akteuren und Aktanten das Gefüge der Musikstadt Hamburg bestimmt und geprägt wird, was für ein Verständnis von Musikstadt sich aus dem Material ergibt und wie Hamburg aktiv zu einer Musikstadt gemacht wird. An den Beobachtungen und Analysen der vorliegenden Studie wird ebenso deutlich, wie sich die Stadt Hamburg an einen Diskurs anschließt, der sich entlang der genannten internationalen und nationalen Beispiele von anderen Städten entspinnt, die sich der Musik als Wert bedienen, um ihre wirtschaftlichen, touristischen und gleichermaßen kulturellen Standpunkte zu etablieren. Ziel dieses Stadtmarketings ist es, Besuchs- sowie Wohnanreize zu schaffen, gleichermaßen auch attraktive Standorte für Wirtschaft und Investment zu werden.

Die Studie hat sich der Musikstadt auf verschiedenen Ebenen genähert und kommt entsprechend auf verschiedenen Ebenen zu Ergebnissen. Während ein Ergebnisstrang die Narrative über die Musik und ihre Musikstadt, ein anderer die ökonomisch orientierten Akteure in der Stadt und ihre Äußerungen beleuchtet, bewegen sich diese Ergebnisse jedoch in eher deskriptiven und auf die Stadt Hamburg bezogenen Fällen. Daher soll in diesen abschließenden Gedanken auch der Blick geöffnet werden in Richtung einer Kultur des Stadtmarketings, die sich mit persuasiven

Mitteln wie der Musik bemüht, der Stadt einen Mehrwert hinzuzufügen, in dem die Musik deutlich als Ware verstanden und entsprechend behandelt wird.

Als Ergebnis liegt zunächst zentral die Erkenntnis vor, dass es nicht *die* Musikstadt Hamburg gibt, geben kann und geben wird. Wenn man an dem Begriff festhalten möchte, kann es nur mehrere Musikstädte Hamburgs geben, die sich aus der jeweiligen Perspektive ergeben.

Wie in Kapitel 2, Musikstadt sein – Musikstadt machen, bereits erläutert, können verschiedene Formen des Werdens einer Stadt zur Musikstadt ausgemacht werden. Einerseits gibt es die kulturell gewachsenen Zuschreibungen als Musikstadt, die über einen langen Zeitraum bspw. durch das lokale Wirken von Musikikonen bspw. einer speziellen Stilrichtung entstanden sind. Ich sprach in dem entsprechenden Kapitel vom nachhaltigen *Stardust*, der sich positiv auf die Wahrnehmung einer Stadt als Musikstadt auswirkt. Gepaart mit stetigen und affirmativen Reproduktionen von teils lange vergangenem Wirken berühmter Musiker und im Zusammenspiel mit Orten des Wirkens, die gegebenenfalls noch existieren oder an die andernfalls im konkreten Stadtraum aktiv erinnert wird, entstehen diese kulturellen Zuschreibungen. Andererseits kann eine andere Form des Werdens einer Musikstadt über aktive Image-Arbeit erfolgen. Klassisches Stadtmarketing, dass sich durchaus bei den kulturellen Zuschreibungsprozessen bedient (vgl. das eingangs erwähnte Beispiel Bonn und Beethoven)³⁹² kann dabei eines von mehreren Instrumenten sein. Daneben gibt es aber vor allem konkret musikbezogene Aktivitäten, wie das Vernetzen der Städte mit gleichen Zielen untereinander (Music-Cities-Network) oder das Aufbauen eines Images mit Hilfe von Agenturen (Sound Diplomacy), die auf die Implementierung entsprechender musikalischer Infrastrukturen setzen. Die Frage, die sich am Ende dieser Arbeit stellt, bleibt, wo Hamburg, beziehungsweise die Bemühungen um eine Etablierung des Begriffes Musikstadt für die Stadt Hamburg, in diesem Spektrum einzuordnen ist? Die Antwort muss lauten: Ziemlich exakt in der Mitte dieses Spektrums. Denn das Label Musikstadt Hamburg ist kein Produkt, welches einem der genannten Extreme zuzuordnen ist. Als Teil des Music-Cities-Network und mit Blick auf die Absichten der Handelskammer und des Senats kann gesagt werden, dass am Image der Musikstadt Hamburg aktiv gearbeitet wurde.

³⁹² Siehe Kapitel 2.2.4

Gleichzeitig lässt sich Hamburg die kulturelle Zuschreibung als Musikstadt in einer vom Feld als originär und nicht konstruiert verstandenen Weise jedoch nicht absprechen. Zu stark sind die kollektiven Vorstellungen von Hamburg als beispielsweise der Stadt, in der die Beatles groß geworden seien, oder die Geschichte von Hamburg als Wiege von Genres wie der Hamburger Schule, die die Wahrnehmung der Stadt als Musikstadt weiter prägen.

Wie die Vorstellungen im Einzelnen ausdifferenziert sind, welche Absichten hinter dem Machen einer Musikstadt stehen und welche Ziele erreicht werden sollen, wurden in den Versionen der Musikstadt herausgearbeitet. Die Musikstadt Hamburg ist ein Gefüge, das aus dem Zusammenwirken einer Vielzahl unterschiedlicher Akteure entsteht, die sich in mehrere Akteursgruppen aufgliedern lassen – musikpraktische Akteure und nicht musikpraktische Akteure, die sich aus sehr unterschiedlichen Berufs- und Interessensgruppen zusammensetzen. Allein dadurch wird bereits deutlich, wie unmöglich ein Konsens einer Vorstellung von der Musikstadt Hamburg scheint. Aus diesem Grund sind die unterschiedlichen Versionen der Musikstadt entstanden, in denen die Ziele und Praktiken der einzelnen Akteure und Akteursgruppen zum Ausdruck kommen und die zu den zentralen analytischen Erkenntnissen der Forschung zählen.

Die Versionen unterscheiden sich stark in ihren Inhalten: Die geplante Version ist ein Produkt einer wirtschaftspolitischen Agenda, deren Instrumente vor allem institutionalisierte Förderstrukturen und Marketing sind. Dem gegenüber steht eine musikpraktische Version, die vor allem durch das Zusammenwirken der einzelnen Akteure als musikpraktischer Gemeinschaft gekennzeichnet ist, sowie durch die inhaltliche Gestaltung der Musikstadt über das Booking das Programm der Musikstadt in hohem Maße bestimmt.

Es gibt gleichermaßen auch Schnittmengen zwischen den beiden zentralen Versionen der Musikstadt: Die Thematiken um Raum, konkrete Orte und Architektur für Musik tangieren beide Akteursgruppen, wenn auch in unterschiedlicher Ausprägung. Wird in der geplanten Version bspw. mit Architektur für Musik vor allem das Ziel verfolgt, damit ein Signal als Musikstadt zu setzen, so ist es in der musikpraktischen Version eher ein Kampf um Raum und um Orte, mit dem Ziel, möglichst viel Musik in einer möglichst großen Vielfalt zur Aufführung zu bringen.

Ebenso wie die Schnittmenge der Raumthematik findet sich auch die Finanzthematik in beiden Versionen. Auch hier liegen wieder unterschiedliche Schwerpunkte. Ist in der musikpraktischen Version der Einsatz von Geld ein Mittel, um Musik auf die Bühnen zu bringen, so geht die Kausalkette in der geplanten Version noch einen Schritt weiter. Das eingesetzte Kapital zur Förderung von Musik wird als Investition betrachtet, deren Ertrag nicht die Musik selbst, sondern der Mehrwert, der durch sie in der Stadt generiert wird, ist. Entsprechend wird in diesem Abschnitt der Studie am ehesten nachvollziehbar, wie die Mechanismen einer Kapitalisierung der Musik einer Stadt funktionieren: es geht weniger um die tatsächliche Musik, ihre Förderungen oder dem Zusprechen gewisser Räume für die Musik in der Gemengelage der städtischen Konflikte um Raum. Vielmehr geht es um eine grundsätzliche Auffassung von Musik als ein für andere Zwecke nutzbares, formbares und einsetzbares Gut – eine Kommodifizierung also von Musik. In diesem Verständnis von Kultur wird darüber hinaus ebenso deutlich, mit welchem Kulturbegriff in den städtischen Strukturen gearbeitet wird: Kultur ist messbar an ihren sichtbaren, hörbaren oder erfahrbaren Erzeugnissen, umfasst Hochkultur und deren Adaptionen in den pop- und subkulturellen Bereich.

Zusammenfassend lässt sich resümieren, dass in der musikpraktischen Version des Begriffs Musikstadt der Fokus auf dem Wort *Musik* liegt. Die Akteure, die in dieser Version zu Wort gekommen sind, haben die Musik und die dazugehörigen Strukturen im Blick, es geht um Förderungen und Räume, um Szenenzugehörigkeiten und Selbsthilfe, Auftrittsmöglichkeiten und Vernetzung. Immer jedoch liegt die Betonung auf dem Wunsch die Möglichkeit zu haben, den eigenen Idealen und Vorstellungen vom Musikmachen und Musik aufführen nachgehen zu können.

Kontrastierend dazu liegt der Fokus der geplanten Version auf dem Wort *Stadt* im Begriff Musikstadt. Der Dreh- und Angelpunkt ist hier jedoch die ökonomische Weiterentwicklung der Stadt entlang der jeweiligen Branchen der verschiedenen Akteure und nicht ein *doing* von Stadt im kulturwissenschaftlichen Sinne. Das Aufeinandertreffen dieser beiden als stark kontrastierend empfundenen Versionen mündet häufig in Konflikten und dem Empfinden von Ungerechtigkeit, wie es am Beispiel der Bau- und Finanzierungsphase der Elbphilharmonie beispielsweise formuliert wurde.

Durchaus als Basis oder als Folie, auf der beide Versionen agieren, fungiert die dritte Version der repräsentativen Musikstadt, die sich in ihrer Anlage deutlich von den ersten beiden Versionen unterscheidet. Sie definiert sich aus den bestehenden Narrativen des Begriffspaars Musikstadt Hamburg und ist damit eine Art Resultat von kulturellen Zuschreibungsprozessen. In ihrer Lesart als Hamburgische Einzigartigkeit bildet sie ebenso die Legitimationsgrundlage von Hamburg als Musikstadt, wie auch die Basis von Identifikationsprozessen mit dieser.

Die Musikstadt Hamburg ist ein Ergebnis von Prozessen – sie ist ein Produkt. Jedoch haftet dem Produkt keine Eindeutigkeit an, da eine Vielzahl an Prozessen auf sie als Produkt eingewirkt haben. Je nachdem, welcher Akteursgruppe man sich nähert, erfährt man andere Vorstellungen davon, was die Musikstadt sein soll, wo sie ist, wozu sie dient und auch wie sie klingt. Genau das gehört wiederum zu den Ergebnissen der Forschung: Die Versionen einer Musikstadt mit ihren sehr unterschiedlichen und vielschichtigen Betrachtungsmöglichkeiten von Musik und Stadt. Dazu zählt die Musikstadt als Produkt von Musik in der Stadt, Musikstadt als Ergebnis kultureller Zuschreibungsprozesse oder auch Musikstadt als wirtschaftspolitische Agenda. In der Gegenüberstellung dieser verschiedenen, von mir definierten Versionen der Musikstadt – der musikpraktischen Version, der geplanten Version und der narrativen Version – wird deutlich, was für Arten von Akteuren die entsprechenden Gefüge dominieren. Die musikpraktische Version ist geprägt von überwiegend menschlichen Akteuren: Von Bookern, von Bewohnerinnen und Bewohnern, Zuhörerinnen und Zuhörern, den von mir sogenannten Macherinnen und Machern, von menschlichen Netzwerken und von Zusammenhalt. Dem stehen in der geplanten Version niedergeschriebene Beschlüsse und Forderungen gegenüber, die auf Institutionsbasis entstanden sind. Neben dieser auf Papier gedruckten Agenda sind es des Weiteren institutionalisierte Förderinstrumente und Programme, das Marketing der Stadt oder auch Gebäude (das Beispiel Elbphilharmonie), die als Akteure (Aktanten) auftreten und das Gefüge mitbestimmen.

Daraus ergeben sich vielfältige Vorstellungen von Zuschreibungen von Hamburg als Musikstadt. Diese bleibt durch ihre Heterogenität dabei durchaus im Status eines Konzepts. Denn in einer Großstadt wie Hamburg wirken sehr viele, weitaus stärkere kulturelle Zuschreibungen, wie ich in dieser Arbeit zu Beginn der Einleitung deutlich zu machen versucht habe.

Die Musikstadt Hamburg wirkt in diesem Kontext eher als ein Projekt (und Produkt) von Vielen in der Stadt. Sicher ist dieses Projekt jüngst erst gestärkt durch beispielsweise die Elbphilharmonie oder auch die Millionen-Unterstützung des Bundes für das Reeperbahnfestival mit seiner Strahlkraft. Das „Kerngeschäft“ der Stadt bzw. die „Kernkompetenz“ als alles überragende kulturelle Zuschreibung bleibt aber die der maritimen Handels- und Hafenstadt, auch wenn stetig neue Konzepte des Stadtmarketings eingeführt werden, wie beispielsweise Hamburg als *active city*.

Das Machen der Musikstadt Hamburg ist jedoch ein fortlaufender Prozess, sodass hier auch keine Endgültigkeiten formuliert werden können. Durch die starke Abhängigkeit des Gesamtgefüges Musikstadt von Zielen und Fokussen der städtischen Wirtschaft und Politik bleibt es ein überaus fragiles und differenziertes Gebilde.

5.2 Ausblick

Das Thema dieser Forschung bietet auf unterschiedlichen Ebenen interessante Anschlussmöglichkeiten für weiterführende Untersuchungen und kann dabei auch weit über die bisherigen disziplinären Grenzen hinaus gehen.

Auf der ersten Ebene kann das Begriffspaar „Musikstadt Hamburg“ weiter verfolgt werden, um auch in Zukunft dem auf der Spur zu bleiben, was der Begriff beinhaltet, welche Assoziationen er aufruft und welche Vorstellungen von einer Musikstadt er transportiert. Dabei bleibt es interessant zu beobachten, was in Hamburg konkret mit den in dieser Arbeit genannten Akteurs- und Handlungsfeldern geschieht und in welchen Beziehungs- und Spannungsfeldern sie sich zueinander befinden. Im September 2018 bspw. erreichte mich die Nachricht, dass der letzte auf St. Pauli noch als Raum für Proberäume lokaler Bands genutzte Hochbunker in der Otzenstraße für diese Nutzergruppe geschlossen wird. Als Grund wurden unter anderem Lärmbeschwerden der Anwohner angegeben. Dies stellt ein weiteres Indiz für einen sich im Wandel befindlichen Stadtteil dar, in dem die Auswirkungen von fortschreitenden Gentrifizierungsprozessen immer stärker zu spüren sind. Wie hier der Kampf um Raum für Musik weitergeht und welche Version von Musikstadt ihn in diesem Fall bestimmen könnte, bleibt zu untersuchen. Denn gerade der Stadtteil St. Pauli

scheint für die Wahrnehmung von Hamburg, vor allem als Musikstadt, von essentieller Bedeutung zu sein. Deshalb wird auch mit Spannung zu beobachten sein, wie sich die Entwicklung der Diskussion um das im Jahr 2018 aufkommende Thema St. Pauli und Reeperbahn als UNESCO Weltkulturerbe fortsetzen wird. Ein solcher Status würde im Kontext der in dieser Arbeit gestellten Fragestellungen eine enorme Rolle spielen. Die sich darum entzündete Diskussion zur Sorge eines Verlustes des St. Pauli, was geschützt werden soll, verdeutlicht die unterschiedlichen Positionen, die hier aufeinanderprallen und prinzipiell – für das Thema Musik – den hier in dieser Studie dargestellten Versionen nahekommen.

Auf einer weiteren Ebene ist es interessant, weiter zu verfolgen, wie sich das Thema „Musikstadt machen“ global entwickelt. Beispielsweise hat sich das in Kapitel 2.2.2 beschriebene Music-Cities-Network kurz vor Fertigstellung dieser Arbeit um zwei Städte erweitert. Neben dem französischen Nantes ist auch Berlin nun Teil des Netzwerkes. Diese beiden Neuaufnahmen stellen zwei Beispiele für das weiter zu erforschende Spannungsfeld des Werdens einer Musikstadt dar: Während Berlin durchaus als Stadt beschrieben werden kann, die aus originären Prozessen einer musikalischen Praxis ihre Zuschreibung als Musikstadt erfährt, so kann aktuell für Nantes eher formuliert werden, dass die Partizipation am Music-Cities-Network Teil einer Strategie, eines geplanten Werdens zur Musikstadt ist.

Auf einer dritten Ebene bietet die vorliegende Arbeit Anschlussmöglichkeiten auf dem etwas breiteren Feld der Prozesse des *Labelings* von Städten. Fragen danach, wie nachhaltig Stadtmarken sein können, wie sich Städte als Produkte verkaufen lassen oder inwiefern sich über Labeling-Prozesse sowohl kulturelle als auch wirtschaftliche Effekte implementieren lassen, können sowohl aus kulturwissenschaftlicher Sicht, aber auch aus wirtschaftswissenschaftlicher Perspektive untersucht werden. Durch eine interdisziplinäre Forschung könnten in diesem Kontext beidseitige Erkenntnisgewinne erreicht werden.

„Let there be Rock, verflix nochmal!“³⁹³

³⁹³ Tocotronic: Let there be Rock. Erschienen auf: Tocotronic: K.O.O.K. L'âge d'Or 1999.

Literatur und Quellen

Literatur und gedruckte Quellen:

Ansin, Horst (Hg.): Anglo-German Swing Club. Als der Swing zurück nach Hamburg kam. Dokumente 1945 bis 1952. Hamburg 2003.

Bader, Ingo / Scharenberg, Albert (Hg.): Der Sound der Stadt. Musikindustrie und Subkultur in Berlin. Münster 2005.

Baßler, Moritz (Hg.): Stadt, Land, Pop. Popmusik zwischen westfälischer Provinz und Hamburger Schule. Bielefeld 2008.

Bausinger, Hermann / Braun, Markus / Schwedt, Herbert: Neue Siedlungen – volkskundlich-soziologische Untersuchungen des Ludwig-Uhland-Instituts Tübingen. Stuttgart 1957

Bausinger, Hermann: Zur kulturalen Dimension von Identität. In: Zeitschrift für Volkskunde Bd. 73, 1977, S.210-215.

Bausinger, Hermann: Heimat und Identität. In: Moosmann, Elisabeth (Hg.): Heimat. Sehnsucht nach Identität. Berlin 1980, S.13-29,

Barber-Kersovan, Alenka / Volker, Kirchberg / Kuchar, Robin (Hg.): Music City. Musikalische Annäherungen an die „kreative Stadt“. Bielefeld 2014(a).

Barber-Kersovan, Alenka: Musikstadt zwischen Wirtschaft, Kreativität und Politik. Theoretische Überlegungen aus historischer Perspektive. In: Landesmusikrat in der Freien und Hansestadt Hamburg e.V. (Hg.): Musikstadt Hamburg. Standpunkte zum Standpunkt. Hamburg 2014(b), S.8-11.

Becher, Christoph (Hg.): 100 Jahre Laeiszhalle –Musikhalle Hamburg. Geschichte, Menschen, Sternstunden. Hamburg 2008.

- Berking, Helmuth / Löw, Martina (Hg.): Die Eigenlogik der Städte. Frankfurt 2008.
- Bernegg, Anna / Studio UC, Berlin: Kreative Milieus und offene Räume in Hamburg. Studie im Auftrag der Freien und Hansestadt Hamburg, Behörde für Stadtentwicklung und Umwelt, Amt für Landes- und Landschaftsplanung. Hamburg 2010.
- Bonz, Jochen: Subjekte des Tracks. Ethnografie einer postmodernen/anderen Subkultur. Berlin 2008.
- Bonz, Jochen / Rytz, Juliane / Springer, Johannes (Hg.): Lass uns von der Hamburger Schule reden. Eine Kulturgeschichte aus der Sicht beteiligter Frauen. Mainz 2011.
- Bourdieu, Pierre: Die feinen Unterschiede. Kritik der gesellschaftlichen Urteilskraft. Frankfurt a.M. 1987.
- Brednich, Rolf Wilhelm: Quellen und Methoden. In: Ders. (Hg.): Grundriss der Volkskunde. 2. Auflage. Berlin 1994, S. 73-95.
- Brenner, Neil / Madden, David J. / Wachsmuth, David: Assemblages, actor-networks and the challenges of critical urban theory. In: Brenner, Neil / Marcuse, Peter / Mayer, Margit (Hg.): Cities for People, not for Profit. Critical Urban Theory and the Right to the City. London/New York 2012, S.117-137.
- Bundesverband Musikindustrie e. V. (Hg.): Musikwirtschaft in Deutschland. Berlin 2015.
- Callon, Michel (Hg.): Mapping the dynamics of science and technology. Sociology of science in the real world. Houndmills 1986.
- Clubkombinat Hamburg e.V.: Meilensteine auf dem Weg zur Musikstadt. Hamburg 2017.

- Cohen, Sara: Popular Music and Urban Regeneration: The Music Industries of Merseyside. In: Cultural Studies, 5, 1991, S. 332-346.
- Connell, John / Gibson, Chris: Sound Tracks. Popular Music, Identity and Place. London 2003.
- Denk, Felix: Musikstädte. Teil 1 bis 10. In: Bundeszentrale für politische Bildung (Hg.): Fluter - Magazin der Bundeszentrale für politische Bildung. Bonn 2015.
- Deutsches Schauspielhaus in Hamburg (Hg.): Hawaii. Nr.7. Hamburg 2013.
- Diederichsen, Diedrich: Der lange Weg nach Mitte. Der Sound und die Stadt. Köln 1999.
- Diederichsen, Diedrich: Brachenmusik – Detroit, Bronx, Manchester. In: Oswald, Philipp (Hg.): Schrumpfende Städte. Bd. 1, internationale Untersuchung. Ostfildern 2004, S. 324-331.
- Dittrich, Marie-Agnes: Hamburg. Historische Stationen des Musiklebens mit Informationen für den Besucher heute. Laaber 1990.
- Downs, Roger M. / Stea, David: Kognitive Karten. Die Welt in unseren Köpfen. New York 1982.
- Esmeyer, Sonja: Hamburger Konzertstätten von der Mitte des 18. Bis zum Anfang des 20. Jahrhunderts vor dem Hintergrund der Entwicklung des öffentlichen Hamburger Konzertwesens. Unveröffentlichte Magisterarbeit Lüneburg 1996.
- Färber, Alexa: Weltausstellung als Wissensmodus. Berlin 2006

- Färber, Alexa: Potenziale freisetzen: Akteur-Netzwerk-Theorie und Assemblageforschung in der interdisziplinären kritischen Stadtforschung. In: Sub\urban. Zeitschrift für kritische Stadtforschung. Band 2 Heft 1. Berlin 2014, S. 95-103.
- Farias, Ignacio / Bender, Thomas (Hg.): Urban Assemblages. How Actor-Network Theory Changes Urban Studies. Abingdon/Oxon 2010.
- Fichte, Hubert: Die Palette. Reinbek bei Hamburg 1968.
- Flick, Uwe: Qualitative Sozialforschung. Reinbek bei Hamburg 1995.
- Florida, Richard: The Rise of the Creative Class. New York 2002.
- Florida, Richard: Cities and the Creative Class. New York 2005.
- Freie und Hansestadt Hamburg, Bezirksamt Hamburg-Mitte, Dezernat Wirtschaft, Bauen, Umwelt, Fachamt für Stadt- und Landschaftsplanung (Hg.): Live-Musik-Clubs auf St. Pauli. Stadtökonomische Wechselwirkungen und planungsrechtliche Situation. Hamburg 2010.
- Friedrich, Malte: Urbane Klänge. Popmusik und Imagination der Stadt. Bielefeld 2010.
- Geertz, Clifford: Dichte Beschreibung. Beiträge zum Verstehen kultureller Systeme. Frankfurt a.M. 1987.
- Gerhardt, Johannes: Die Laeishalle und ihre Stifter. In: Becher, Christoph (Hg.): 100 Jahre Laeishalle –Musikhalle Hamburg. Geschichte, Menschen, Sternstunden. Hamburg 2008, S. 16-19.
- Girtler, Roland: Methoden der qualitativen Sozialforschung. Wien 1984

Glaser, Barney / Strauss, Anselm: Grounded theory: Strategien qualitativer Forschung. Bern 1998.

Götz, Thomas: Stadt und Sound. Das Beispiel Bristol. Berlin 2006.

Greverus, Ina-Maria: Lokale Identität durch Dorferneuerung? In: Köstlin, Konrad / Bausinger, Hermann (Hg.): Heimat und Identität: Probleme regionaler Kultur; 22. Deutscher Volkskunde-Kongress in Kiel vom 16. bis 21. Juni 1979. Neumünster 1980, S.157-168

Greverus, Ina-Maria / Kiesow, Gottfried / Reuter, Reinhard: Das hessische Dorf. Frankfurt am Main 1982.

Hamburger Sparkasse (Hg.): Haspa-Musikstudie. Der Takt der Zukunft - Hamburg setzt auf Musik. Hamburg 2009.

Handelskammer Hamburg (Hg.): Kultur in Hamburg unternehmen! Hamburg 2004.

Handelskammer Hamburg (Hg.): Musikstadt Hamburg. Standpunkte. Hamburg 2014.

Hannerz, Ulf: Exploring the City. Inquiries Toward an Urban Anthropology. New York 1980

Healy, Patrick: Broadway on the Elbe. In: The New York Times. Ausgabe vom 09. Dezember 2012.

Hellfeuer, Dieter: Musik in Hamburg. Ein Wegweiser durch die Szene der Stadt. Hamburg 2000.

Hengartner, Thomas: Forschungsfeld Stadt. Zur Geschichte der volkskundlichen Erforschung städtischer Lebensformen. Berlin 1999.

Hengartner, Thomas: Die Stadt im Kopf. Wahrnehmung und Aneignung der städtischen Umwelt. In: Kokot, Waltraud / Hengartner, Thomas / Wildner, Katrin (Hg.): Kulturwissenschaftliche Stadtforschung. Eine Bestandsaufnahme. Berlin 2000, S. 87-105.

Hengartner, Thomas: Zur Zukunft der Stadt als volkskundliches Forschungsfeld. In: Volkskunde in Niedersachsen 19. Göttingen 2002, S. 4-17.

Hillers, Carmen / Wolf, Steffen: Klangvolle Zeiten. Musik in Hamburg. Hamburg 2009.

Hitzler, Ronald; Niederbacher, Arne: Leben in Szenen. Formen juveniler Vergemeinschaftung heute. Wiesbaden 2010.

Interessengemeinschaft Hamburger Musikwirtschaft e.V. (IHM): Vereinssatzung. Hamburg 2016.

Kaden, Christian (Hg.): Musik und Urbanität. Essen 2002.

Kaschuba, Wolfgang: Einführung in die Europäische Ethnologie. 1. Auflage. München 1999.

Kaschuba, Wolfgang: Einführung in die Europäische Ethnologie. 3. Auflage. München 2006.

Kleist, Florian: Live-Musik in Hamburg. Zur Relevanz der Live-Musik-Szene im Freizeitverhalten Hamburger Jugendlicher. Hamburg 2004.

Klessmann, Eckart: Georg Philipp Telemann und die Musik in Hamburg. In: Stephan, Inge / Winter, Hans-Gerd (Hg.): Hamburg um Zeitalter der Aufklärung. Hamburg 1989, S. 212-229.

Klotz, Sebastian (Hg.): Musik als Agens urbaner Lebenswelten. Musiksoziologische, musikethnologische und organologische Perspektiven. Leipzig 2012.

Knopp, Sönke: Musik baut Stadt – Musicals im Hamburger Hafen. Auswirkungen sinnlich erfahrbarer Praktiken auf die Wahrnehmung von Stadträumen. In Braun, Karl / Dieterich, Claus-Marco / Hengartner, Thomas / Tschofen, Bernhard (Hg.): Kulturen der Sinne. Zugänge zur Sensualität der sozialen Welt. Würzburg 2017(a), S.121-128.

Knopp, Sönke: Die Sounds der Stadt. In: Hamburg History Live! Heft 1/17. Hamburg 2017(b).

Krohn, Philipp / Löding, Ole: Sound of the Cities. Eine Popmusikalische Entdeckungsreise. Berlin 2015.

Krüger, Ulf / Pelc, Ortwin (Hg.): The Hamburg Sound. Beatles, Beat und Große Freiheit. Hamburg 2006.

Krüger, Ulf: Beatles in Hamburg. Ein kleines Lexikon. Hamburg 2007

Krüger, Ulf: Star-Club. Der bekannteste Beat-Club der Welt. Höfen 2010

Landesmusikrat in der Freien und Hansestadt Hamburg e.V. (Hg.): Musikstadt Hamburg. Standpunkte zum Standpunkt. Hamburg 2014.

Lange, Bastian / Matthiesen, Ulf: Raumpioniere. In: Oswald, Philipp (Hg.): Schrumpfende Städte. Bd. 2, Handlungskonzepte. Ostfildern 2005, 374-383.

Lange, Bastian / Bürkner, Hans-Joachim / Schüßler, Elke (Hg.): Akustisches Kapital. Wertschöpfung in der Musikwirtschaft. Bielefeld 2013.

Latour, Bruno: Die Hoffnung der Pandora. Untersuchungen zur Wirklichkeit der Wissenschaft. Frankfurt a.M. 2002.

Latour, Bruno: Reassembling the Social. An Introduction to Actor-Network-Theory. Oxford 2005.

Latour, Bruno: Über den Rückruf der ANT. In: Bellinger, Andrea / Kieger, David J. (Hg.): ANThology. Ein einführendes Handbuch zur Akteur-Netzwerk Theory. Bielefeld 2006.

Latour, Bruno: Eine neue Soziologie für eine neue Gesellschaft. Einführung in die Akteur-Netzwerk-Theorie. Frankfurt am Main 2007.

Law, John / Hassard, John (Hg.): Actor network theory and after. Oxford 1999.

Law, John: Notizen zur Akteur-Netzwerk-Theorie: Ordnung, Strategie und Heterogenität. In: Bellinger, Andrea / Kieger, David J. (Hg.): ANThology. Ein einführendes Handbuch zur Akteur-Netzwerk Theory. Bielefeld 2006.

Leigh, Spencer: The Beatles in Hamburg. Der Beginn einer Ära. Hamburg 2011.

Levin, Tobias: Vorwort. In Krohn, Philipp / Löding, Ole: Sound of the Cities. Eine Popmusikalische Entdeckungsreise. Berlin 2015, S.7-10.

Lindner, Rolf: Die Angst des Forschers vor dem Feld. Überlegungen zur teilnehmenden Beobachtung als Interaktionsprozess. In: Zeitschrift für Volkskunde, Bd. 77, 1981, S. 51-66.

Lindner, Rolf: Ohne Gewähr. Zur Kulturanalyse des Informanten. In: Jeggle, Utz (Hg.): Feldforschung. Tübingen 1984, S. 59-71.

Lindner, Rolf: Klänge der Stadt. In: Kaden, Christian (Hg.): Musik und Urbanität. Essen 2002, S. 171-176.

Lindner, Rolf: Walks on the Wild Side. Eine Geschichte der Stadtforschung. Frankfurt am Main 2004.

Lindner, Rolf: Textur, *imaginaire*, Habitus – Schlüsselbegriffe der kulturanalytischen Stadtforschung. In: Berking, Helmuth / Löw, Martina (Hg.): Die Eigenlogik der Städte. Frankfurt 2008, S. 83-94.

LiveMusikKommission, Verband der Musikspielstätten in Deutschland e.V. (Hg.):
Forderungen des Bundesverbands der Musikspielstätten: Kultur(frei)räume
stärken! Hamburg/Berlin 2016.

Lynch, Kevin: Das Bild der Stadt. Braunschweig 1975.

Matthiesen, Ulf (Interview): Raumpioniere. In: Oswalt, Philipp (Hg.): Schrumpfende
Städte. Bd. 1, internationale Untersuchung. Ostfildern 2004, S. 378-384.

Mayring, Philipp: Qualitative Inhaltsanalyse. Grundlagen und Techniken.
Weinheim 1983.

Meißner, Sebastian: Molotow – das Buch. Hamburg 2016

Mischke, Joachim: Hamburg Musik! Hamburg 2008.

Mischke, Joachim: Elbphilharmonie. Hamburg 2016.

Möhring, Paul: Von der Centralhalle zum Operettenhaus. 1864-1944. Manuskript.
Hamburg ca. 1955.

Möhring, Paul: Das andere St. Pauli. Hamburg 1965.

Müller-Wesemann, Barbara (Hg.): Hamburger Theaterführer. Was für ein Theater...
Hamburg 1997.

Nussbaumer, Martina: Musikstadt Wien: Die Konstruktion eines Images.
Freiburg 2007.

Oswalt, Philipp (Hg.): Schrumpfende Städte. Bd. 1, internationale Untersuchung.
Ostfildern 2004.

Oswalt, Philipp (Hg.): Schrumpfende Städte. Bd. 2, Handlungskonzepte.
Ostfildern 2005.

- Overmeyer, Klaus: Brache als Brutkasten? In: Oswald, Philipp (Hg.): Schrumpfende Städte. Bd. 2, Handlungskonzepte. Ostfildern 2005, S. 340-347.
- Penth, Boris / Franzen, Günter: Last Exit: Punk. Leben im toten Herz der Städte. Reinbek 1982.
- Poehls, Kerstin: Europa backstage. Expertenwissen, Habitus und kulturelle Codes im Machtfeld der EU. Bielefeld 2009.
- Ploch, Beatrice: Eignen sich Mental Maps zur Erforschung des Stadtraumes? Möglichkeiten der Methode. In: kea : Zeitschrift für Kulturwissenschaften, Nr. 8, Marburg 1995, S. 23-41.
- Quenzel, Gudrun (Hg.): Entwicklungsfaktor Kultur. Studien zum kulturellen und ökonomischen Potential der europäischen Stadt. Bielefeld 2009.
- Rau, Jürgen: Rock 'n' Roots. Das who is who der Hamburger Musikszene. Hamburg 2008.
- Rau, Jürgen: Hamburg, deine Perlen. Die einzigartige Musikszene der Hansestadt. Bremen 2011.
- Rauhe, Herrmann: Musikstadt Hamburg. Eine klingende Chronik. 2. Aufl. Hamburg 2010.
- Raum, Sebastian: Der Markenwert touristischer Destinationen und seine Implikationen für das Destinationsmanagement aus tourismusgeographischer Perspektive. Herleitung und Überprüfung eines empirischen Messinstruments am Beispiel des UNESCO Weltkulturerbe Bamberg. Bayreuth 2011
- Sattler, Henrik / Völckner, Franziska: Markenpolitik. Stuttgart 2013.
- Schlehe, Judith: Formen qualitativer ethnographischer Interviews. In: Beer, Bettina (Hg.): Methoden und Techniken der Feldforschung. Berlin 2003, S. 71-93.

- Schmidt-Lauber, Brigitta: Das qualitative Interview oder: Die Kunst des Reden-
Lassens. In: Göttisch, Silke / Lehmann, Albrecht (Hg.): Methoden der Volks-
kunde. Berlin 2001, S. 165-186.
- Schmidt-Lauber, Brigitta (Hg.): Mittelstadt: urbanes Leben jenseits der Metropole.
Frankfurt am Main 2010
- Schneider, Albrecht / Bolte, Jenny (Hg.): MusikerInnen – Übungsbunker –
Szene-Clubs. Zur Infrastruktur der Populärmusik in Hamburg. Münster 2001.
- Schneider, Albrecht / Dammann, Lars / Kleist, Florian: Live-Musik-Publikum in
Hamburg. Empirische Studien zu einer urbanen Musik-Szene im digitalen
Zeitalter. Münster 2008.
- Schwanhäußer, Anja: Stilrevolte Underground. Die Alternativkultur als Agent der
Postmoderne. Ethnographische Studien. Reihe: Berliner Blätter. Ethnogra-
phische Studien, hg. vom Institut für Europäische Ethnologie. Hamburg/Han-
nover 2002.
- Schwanhäußer, Anja: Kosmonauten des Underground. Ethnographie einer Berliner
Szene. Frankfurt am Main 2010.
- Schwanhäußer, Anja: Herumhängen. Stadtforschung aus der Subkultur. In:
Zeitschrift für Volkskunde. Bd. 111. Münster 2015, S.76-93.
- Senat der Bürgerschaft der Freien und Hansestadt Hamburg: Drucksache 19/3697
„Musikstadt Hamburg“. Hamburg 2009.
- Senat der Bürgerschaft der Freien und Hansestadt Hamburg: Drucksache 20/9056
„Musikwirtschaft in Hamburg“. Hamburg 2013.
- Strachan, Robert / Cohen, Sara: Raumproduzent Musik. In: Oswald, Philipp (Hg.):
Schrumpfende Städte. Bd. 1, internationale Untersuchung. Ostfildern 2004, S.
398-431.

Tödt, Daniel: Vom Planeten Mars. Rap in Marseille und das Imaginäre der Stadt.
Münster 2011.

Twickel, Christoph (Hg.): Läden, Schuppen, Kaschemmen. Eine Hamburger
Popkulturgeschichte. Hamburg 2003.

Ueberall, Jörg: Swing Kids. Berlin 2004.

Welz, Gisela: Inszenierung kultureller Vielfalt. Frankfurt am Main und New York
City. Berlin 1996.

Whiteley, Sheila / Bennett, Andy / Hawkins, Stan (Hg.): Music, space and place.
Popular music and cultural identity. Burlington 2004.

Wittel, Andreas / Warneken, Bernd: Die neue Angst vor dem Feld. Ethnographisches
research up am Beispiel der Unternehmensforschung. In: Zeitschrift für
Volkskunde Bd. 93, 1997, S.1-16.

Zentrum für Theaterforschung der Universität Hamburg (Hg.): Theaterstadt
Hamburg. Schauspiel, Oper, Tanz. Geschichte und Gegenwart. Reinbek bei
Hamburg 1989.

Onlinequellen:

<http://www.fluter.de/suche?fulltext=musikst%C3%A4dte&tags=&author=&created=All&buchautor=&filmtitel> (abgerufen am 01.03.2016)

<http://www.fluter.de/de/150/thema/13831/> (abgerufen am 09.03.2016)

<http://www.arte.tv/magazine/metropolis/de/metropolenreport-hamburg-metropolis> (abgerufen am 22.04.2016)

<http://www.stage-entertainment.de/musicals-shows/musicals-in-hamburg.html>
(abgerufen am 22.04.2016)

<https://marketing.hamburg.de/musical-metropole.html> (abgerufen am 22.04.2016).

<http://www.hamburg-tourism.de/sehenswertes/> (abgerufen am 20.10.2016).

<https://marketing.hamburg.de/musical-metropole.html>
(abgerufen am 27.10.2016)

<http://www.musikwirtschaft.org/ueberuns.html> (abgerufen am 03.01.2017)

<http://www.zeit.de/kultur/musik/2017-01/elbphilharmonie-eroeffnung-konzertsaal-akustik-konzert/komplettansicht> (abgerufen am 12.01.2017)

http://neu.clubkombinat.de/tl_files/clubkombinat/pdf/Massnahmenkatalog_MusikstadtHH.pdf (abgerufen am 13.01.2017)

<http://www.zeit.de/serie/elbvertiefung> (abgerufen am 01.09.2017)

<http://www.spiegel.de/panorama/reeperbahn-in-hamburg-esso-haeuser-wegen-einsturzgefahr-geraeumt-a-939171.html> (abgerufen am 04.09.2017)

<https://clubkombinat.de/> (abgerufen am 14.09.2017)

<http://www.fair-tix.de/about/> (abgerufen am 14.09.2017)

<https://www.sounddiplomacy.com/work/> (abgerufen am 08.05.2018)

<https://www.sounddiplomacy.com/case-study-gla> (abgerufen am 08.05.2018)

<http://www.musiccitiesnetwork.com/about-mcn> (abgerufen am 16.05.2018)

<http://www.ifpi.org/downloads/The-Mastering-of-a-Music-City.pdf>
(abgerufen am 24.05.2018)

<http://www.bonn.de/> (abgerufen am 05.06.2018)

<https://www.bthvn2020.de/> (abgerufen am 05.06.2018)

http://www.bonn.de/tourismus_kultur_sport_freizeit/beethoven_2020/index.html?lang=de (abgerufen am 05.06.2018)

<http://citiesofmusic.net/music-cities/> (abgerufen am 06.06.2018)

<https://www.ndr.de/fernsehen/Die-Hoehle-von-Eppendorf-Das-legendaere-Onkel-Poe,sendung622030.html> (abgerufen am 18.06.2018)

<http://www.planet-interview.de/interviews/dj-koze/35818/> (abgerufen am 29.06.2018)

<https://www.abendblatt.de/hamburg/article214707269/Fast-wie-Weihnachtenschoene-Bescherung-aus-Berlin.html> (abgerufen am 29.06.2018)

Tonträger:

Absolute Beginner: „Bambule“. Buback Tonträger / Universal Music 1998.

Beginner: „Blast Action Heroes“. Motor / Universal Music 2003.

Diverse: „Gestatten wir kommen aus Hamburg 2“. EMI Music Germany 2007.

Tocotronic: „K.O.O.K.“. L'âge d'Or 1999.

Interviews:

Thomas Mehlbeer, mehr!-Entertainment, am 12.05.2015 im Mehr!-Theater am Großmarkt, Hamburg.

Philipp Stein, Elbphilharmonie und Laeiszhalle Betriebsgesellschaft mbH, am 18.05.2015 im Brahmskontor, Hamburg.

Alenka Barber-Kersovan, Landesmusikrat Hamburg, am 05.06.2015 in der Millerntorwache, Hamburg.

Stephan Jaekel und Ursula Frühlingsdorf, STAGE Entertainment, am 11.06.2015 im Museum für Hamburgische Geschichte.

Andrea Rothaug, RockCity e.V., am 02.12.2015 in der HafenCity Universität Hamburg.

Fred Noel, Molotow Musikclub, am 16.12.2015 im Aalhaus, Hamburg. (Aalhaus-Podium)

Wiebke Pranz, Golem Musikclub und Elbjazz-Festival, am 16.12.2015 im Aalhaus, Hamburg. (Aalhaus-Podium)

Timotheus Wiesmann, Interessensgemeinschaft Hamburger Musikwirtschaft, am 16.12.2015 im Aalhaus, Hamburg. (Aalhaus-Podium)

Andreas Schmidt, Molotow Musikclub, am 24.09.2016 in der Millerntorwache, Hamburg. (Reeperbahnfestivals (RBF)-Talk)

Niels Hergen, Logo Musikclub und Clubkombinat Hamburg, am 24.09.2016 in der Millerntorwache, Hamburg. (RBF-Talk)

Johannes Rösing, Behörde für Kultur und Medien Hamburg, am 24.09.2016 in der Millerntorwache, Hamburg. (RBF-Talk)

Sebastian Meißner, Journalist am 24.09.2016 in der Millerntorwache, Hamburg.
(RBF-Talk)

Abbildungsverzeichnis

Abbildung 1: Gespräche in der Millerntorwache im Rahmen des Reeperbahnfestivals. / Foto: Anna Schmidt.....	27
Abbildung 2: Juterucksack "Keep Hamburg Weird" von RockCity e.V. / Foto: S.K.	40
Abbildung 3: Der Masterplan von The Mastering of a Music City grafisch umgesetzt. Handreichung SPOT-Festival, Aarhus, Dänemark, 2016.	43
Abbildung 4: Screenshot der Website www.bonn.de (Stand: 05.06.2018).....	46
Abbildung 5: Werbebanner der Elbphilharmonie am Blohm+Voss Dock im Juli 2016 / Foto: S.K.....	55
Abbildung 6: Ein Club in Einzelteilen und Kisten – zu Gast beim Umzug des Molotows. / Foto: S.K.	79
Abbildung 7: Titelseite des Standpunktepapiers der Handelskammer Hamburg.	119
Abbildung 8: Seite 21 aus dem Standpunktepapier der Handelskammer Hamburg.	120
Abbildung 9: Titelseite der Standpunkte zum Standpunkt des Landesmusikrates.	127
Abbildung 10: Grafik aus dem Hawaii-Magazin des Deutschen Schauspielhauses (Nr. 7 / 2013)	151
Abbildung 11: Plakat der "BRAVO Beatles Blitztournee" im Kaiserkeller / Foto: S.K.	156