



Feldforschung und Coaching
rund um kreative Branchen



Landeshauptstadt
München
Kulturreferat

Kompetenzteam
Kultur • Kreativwirtschaft
München

STUDIE ZU DEN MÜNCHNER MUSIKSPIELSTÄTTEN

STUDIE ZU DEN MÜNCHNER MUSIKSPIELSTÄTTEN

EINLEITUNG.....	2	5. ERKENNTNISSE AUS DEN INTERVIEWS ZU SCHLIESSUNGEN UND EXISTENZRISIKEN	38
1. ZENTRALE ERKENNTNISSE	5	5.1 Aussagen zu bürokratischen Auflagen.....	38
2. ZIELSETZUNG	8	5.2 Aussagen zu Inflation und spezifischen Kostensteigerungen.....	39
3. ERSTELLUNG DES MAPPINGS.....	9	5.3 Aussagen zu Fachkräftemangel.....	40
3.1 Erstellungsprozess des Mappings.....	9	5.4 Aussagen zu Besuchszahlen und Publikumsverhalten	41
3.2 Definition einer Musikspielstätte.....	11	5.5 Aussagen zu Anwohner:innenprotesten/-klagen	43
3.3 Musikspielstätten-Segmentierungskriterien	12	5.6 Aussagen zu Immobilienverdrängung	44
3.4 Auszug aus der Liste der Münchner Musikspielstätten	17	6. GRÜNDUNGSDYNAMIK, NACHFOLGE UND FAKTOREN FÜR NEUGRÜNDUNGEN	46
3.5 Vierzehn Schließungen nach 2019.....	18	6.1 Erkenntnisse aus der Online-Umfrage.....	46
3.6 Elf Neueröffnungen nach 2019.....	20	6.2 Erkenntnisse zu Neugründungen aus den semistrukturierten Interviews	51
3.7 Unterscheidung von Musikspielstätten als Unternehmen/Institution und als Standort	22	6.2.1 Persönliche Motivation.....	51
3.8 Methodik.....	24	6.2.2 Finanzielles Risiko.....	53
4. ERKENNTNISSE AUS DER UMFRAGE.....	26	6.2.3 Standort München.....	53
4.1 Aktuelle Kennzahlen und Vergleiche zu 2019.....	26	7. WIRTSCHAFTLICHE AUSWIRKUNGEN DER MUSIKSPIELSTÄTTEN	55
4.2 Gründe für Schließungen und aktuelle Existenzrisiken	30	7.1 Anzahl an Musikspielstätten unter Berücksichtigung des Drei-Sektoren-Modells.....	55
4.2.1 Risiko bürokratische Auflagen.....	31	7.2 Ökonomische Wirkungsebenen von Musikspielstätten in ihrem urbanen Umfeld.....	57
4.2.2 Risiko Inflation	31	8. HANDLUNGSEMPFEHLUNGEN.....	65
4.2.3 Risiko Fachkräftemangel	33	1. Schließungen verringern – Standorte erhalten	65
4.2.4 Risiko Publikumsrückgang.....	33	2. Neugründungen und Kollektive stärken	67
4.2.5 Risiko Anwohner:innenproteste/ -klagen.....	36	3. Weitere Empfehlungen.....	68
4.2.6 Risiko Mietpreiserhöhungen.....	36	IMPRESSUM.....	69
4.2.7 Risiko Immobilienverdrängung.....	37		
4.2.8 Risiko Mangelnde Erreichbarkeit durch ÖPNV	37		

EINLEITUNG

Musikspielstätten sorgen nicht nur für Unterhaltung und für wirtschaftliche Effekte, sondern tragen in unterschiedlichem Maß auch zu ästhetischer Bildung und Entwicklung von Sozialkompetenz bei. Ein Teil von ihnen schafft Freiräume für die Jugend, Ausprobierorte für die Subkultur und Kreativszenen sowie Schutzorte für Minderheiten, in denen Inklusion gelebt wird.

In einer Akzentuierung einer Perspektive, die die kulturellen Aspekte von Musikspielstätten hervorhebt, hat der Live Musik Kommission e.V. mit Blick auf das Phänomen des „Clubsterbens“ die Initiative „clubs-AREculture“ ins Leben gerufen, die mit ihren Forderungen zum Schutz und Erhalt der Club- und Festivalkultur bundesweit Aufsehen erregt – auch in München. Darauf hat der Stadtrat der Landeshauptstadt München reagiert und das Kulturreferat dazu aufgefordert, ein Monitoring der Münchner Musikspielstätten zu erstellen und Handlungsoptionen zu erarbeiten.¹

Der Fokus dieser Studie liegt auf einer wirtschaftlichen Analyse der Münchner Musikspielstätten, denn deren wirtschaftliche Nachhaltigkeit leistet einen dauerhaften Beitrag zu einer hohen Lebensqualität in München durch ein attraktives, inklusives und geregeltes Nachtleben. Neben einer Darstellung der wirtschaftlichen Auswirkungen erfordert das auch den Blick auf die unternehmerische Perspektive der Musikspielstätten.

¹ Antrag von der Fraktion Die Grünen - Rosa Liste vom 23.08.2023, abgerufen am 14.03.2024 von <https://www.gruene-fraktion-muenchen.de/monitoring-von-musik-spielorten-starten-und-handlungsoptionen-erarbeiten/>

Die Studie arbeitet als ein Ergebnis heraus, dass das zentrale Problem in München nicht darin besteht, dass eine Musikspielstätte schließt. Das Problem besteht vor allem darin, dass es sehr schwer ist, einen geeigneten Ort zu finden, wo sie wieder neu eröffnen kann, insbesondere in der Innenstadt und ihren Verflechtungsräumen.

In der Vergangenheit war es möglich, dass ein Club wie das weltbekannte *Ultraschall* zum Nukleus einer Münchner Clubszene wurde, dessen Wirkung nach seiner Schließung nachhallte.² Die ehemaligen Betreiber:innen und Protagonist:innen zogen weiter, um später andernorts in München Clubs wie das *Harry Klein* oder die *Rote Sonne* zu eröffnen oder das *Pimpernel* zu übernehmen. Personal, Communities und Künstler:innen wanderten mit. Die Schließung des *Harry Klein* im Jahr 2023 zeigt nun exemplarisch, wie schwierig es mittlerweile ist, auch als

² „Nach Einstellung des Flugbetriebs am alten Flughafen Riem 1992 errichteten Hallenmogul Wolfgang Nöth und Jürgen Birr dort als Zwischennutzung ein Kulturzentrum und verhalfen so auch den jungen Veranstalter:innen Dorothea Zenker, Peter Wacha und David Süß zu ihrem ersten Club, dem Ultraschall.“
Quelle: Münchner Stadtmuseum (2022). NACHTS - Clubkultur in München, herausgegeben von: Eymold, Ursula und Gürich, Christoph. Sorry Press, München, S. 216

renommierter Club einen geeigneten Nachfolgestandort in München zu finden. Das bedeutet, dass jede Schließung mit hoher Wahrscheinlichkeit zunächst mit einer Reduktion sozialer Freiräume für junge Menschen und Kreative verbunden ist. Dieses Problem tritt nach Ansicht der Verfasser in Metropolen immer dann auf, wenn ein kritischer Grad an Gentrifizierung und Wohnraumverdichtung erreicht ist, der mit hoher Wahrscheinlichkeit nicht mehr über rein privatwirtschaftliche Initiativen gelöst werden kann. Steigende bürokratische Anforderungen verschärfen die Situation.

Wenn in einer Stadt keine bezahlbaren Flächen für Musikspielstätten zur Verfügung stehen und die Kommune gleichzeitig kein klares Konzept für leistbare Flächen entwickelt, dann können sich neue Gründungen oder Initiativen nicht organisch entwickeln. Währenddessen finden junge Menschen

„Der Club Rote Sonne wurde am 5. August 2005 in den umgebauten Kellerräumen des geschlossenen Fortuna eröffnet (...). Zusammen mit dem 'Harry Klein' gilt er als inoffizieller Nachfolger des 'Ultraschall', da mit Peter Wacha und Dorothea Zenker zwei ehemalige Gründungsmitglieder und Inhaber des Ultraschall-Clubs an der Roten Sonne beteiligt sind. Weitere Inhaber sind und waren Martin Gretschmann (The Notwist, Console), Richard Rieger (Annette Party, Pastamusik), der Architekt Bernd Bergmann und Sven Künast (Pimpernel).“
Quelle: [https://de.wikipedia.org/wiki/Rote_Sonne_\(Club\)](https://de.wikipedia.org/wiki/Rote_Sonne_(Club)), abgerufen am 03.09.2024

immer öfter illegale Orte für Raves oder Events auf Kosten der Sicherheit des Publikums. Dadurch steigen auch die Kosten und die Belastung der öffentlichen Hand bspw. durch vermehrte Einsätze von Polizei, Feuerwehr, Ordnungsamt, Stadtreinigung, Gesundheits- und Sozialdiensten.

Im Rahmen dieser Studie wurden intensive semistrukturierte qualitative Interviews mit Betreiber:innen von Musikspielstätten geführt. Einer von ihnen formulierte seine Sicht auf die eigene Rolle im stadtgesellschaftlichen Gefüge wie folgt: „Wir organisieren die Nacht“. Anders formuliert: Sie verstehen sich als wesentliches Element in der Organisation eines sicheren Nachtlebens, das nicht (komplett) aus öffentlichen Mitteln finanziert werden muss. Inwieweit trifft diese Selbstbeschreibung auch faktisch zu? Wie lassen sich Rolle und Funktion der Musikspielstättenbetreiber:innen genauer erfassen? Welche Wirkungen entfalten Musikspielstätten im Ökosystem von Münchens Nachtleben, -ökonomie und -kultur? Neben dem Erstellen eines reinen Monitorings will diese Studie Grundlagen für einen lösungsorientierten Diskurs und die kommunale Strategieentwicklung bieten, die den Erhalt von Musikspielstätten im Rahmen einer ganzheitlichen Stadtentwicklung ermöglicht. Dazu gehört das Einfordern von Unterstützung durch den Freistaat Bayern sowie den Bund.

Das internationale Phänomen des „Clubsterbens“ hat auch die Erstellung dieser Studie motiviert. Es zeigt nicht nur, dass sich die Anforderungen an den wirtschaftlichen Betrieb von Clubs massiv erhöht haben, es verweist darüber hinaus auch auf die gestiegenen Anforderungen an eine dynamische Stadtplanung. Ganzheitliche Ansätze zum Management von 24-Stunden-Städten sind gefragt. Eine Reihe von Maßnahmen wurde in München bereits auf den Weg gebracht. Einige Beispiele seien an dieser Stelle genannt (wertungsfrei, ohne Anspruch auf Vollständigkeit): So gehört München zu den weltweit über 100 Städten, die so genannte Nachtbürgermeister:innen benannt haben, wobei man sich in der Landeshauptstadt bewusst für den Titel „Moderation der Nacht“ entschied, kurz: MoNa. Andere Maßnahmen betreffen beispielsweise das „Allparteiliche Konfliktmanagement im Öffentlichen Raum der Stadt München“ (AKIM), Sicherheits- und Awareness-Konzepte für Clubs und Veranstaltungen (z. B. Save Now App, Frauennachttaxi) oder Hilfestellungen zur Legalisierung illegaler bzw. nicht angemeldeter Partys oder Raves in der Soundkollektiv-Szene (Music Urban Celebrations / MUCs³). Es gibt organisierte Runden, in denen Akteur:innen der Szene und Stadtverwaltung im Austausch miteinander stehen und Kooperationen zustande kommen, z. B. der Runde Tisch Nachtleben. Zudem gibt es bereits umfangrei-

³ Landeshauptstadt München - MoNa (2022). Die Hintergründe der MUCs - Munich urban Celebrations - Handout. <https://stadt.muenchen.de/dam/jcr:323da679-b1f8-4901-a57a-493849b695ee/Die%20Hintergruende%20der%20MUCs.pdf>, abgerufen am 16.06.2024

che programmatische Fördermöglichkeiten des Kulturreferats wie beispielsweise die Pop-Programmförderung oder die Popmusik Veranstaltungszuschüsse.

Die hiermit vorgelegte Studie schafft einen weiteren Beitrag für das kommunale Management der Nacht. Sie wurde von CREATIVE TIDE in enger Zusammenarbeit mit dem Kulturreferat und dem Kompetenzteam Kultur- und Kreativwirtschaft der Stadt München erstellt und berücksichtigt sowohl Aspekte der öffentlichen Kulturförderung als auch die kultur- und kreativwirtschaftliche Perspektive.

Ohne den intensiven und vertrauensvollen Austausch mit den Musikspielstättenbetreiber:innen wären diese Studienergebnisse nicht möglich gewesen. In qualitativen semistrukturierten Interviews erläuterten sie Erfahrungswerte und zeichneten ein tiefgehendes, dezidiertes Bild der systemischen Probleme, die angegangen werden müssen, um das Überleben vieler Münchner Musikspielstätten zu ermöglichen - als Teil der kulturellen Vielfalt des hiesigen Nachtlebens. Die darauf aufbauende webbasierte Umfrage hat geholfen, mehrere Faktoren quantitativ und qualitativ abzubilden, um so das Verständnis für gegebene Probleme und mögliche Lösungsansätze zu verbessern.

Die Studie arbeitet auf der Basis dieser empirischen Erkenntnisse spezifische Handlungsempfehlungen für München heraus und gleicht diese mit Erkenntnissen anderer nationaler und internationaler Studien ab. Methodisch wurde großer Wert darauf gelegt, anhand statistischer Standards der Kultur- und Kreativwirtschaft vorzugehen, um die Erkenntnisse anschlussfähig für bestehende und zukünftige Forschungsvorhaben zu halten, die beispielsweise eine weiterführende und ganzheitliche Analyse direkter, indirekter und induzierter Auswirkungen der Musikspielstätten auf das wirtschaftliche, soziale und kulturelle Ökosystem Münchens untersuchen, dem, was einen wesentlichen Teil der Lebensqualität in der bayerischen Metropole ausmacht.

1

ZENTRALE ERKENNTNISSE

Quantitative Eckdaten

In der Recherche zur Anzahl der bestehenden Musikspielstätten in München 2024 wurden 153 Spielstätten gezählt und kategorisiert.

105 davon sind dem privatwirtschaftlichen Sektor zuzuordnen, 35 dem gemeinnützigen Sektor und 13 dem öffentlichen Sektor.

Die Unterteilung nach Musikspielstättentypen ergibt folgendes Bild:

- 58 Musikclubs
- 53 Musikbars / Musikcafés
- 25 Veranstaltungs-/ Konzerthallen
- 4 Jazzclubs
- 4 Kunsträume / Offspaces
- 31 Soziokulturelle Zentren

(Hier sind Mehrfachzählungen enthalten. Die Definitionen der einzelnen Spielstättentypen werden im Rahmen der Studie explizit beschrieben.)

Seit Anfang 2020 wurden 14 Schließungen identifiziert, denen 11 Neueröffnungen gegenüberstehen.

Kernaussagen

- 1 Ein gewisses Maß an Schließungen und Neueröffnungen von Musikspielstätten ist normal. Hier ist es wesentlich, zwischen zwei Kategorien zu unterscheiden:
 - a. Die Musikspielstätte als wirtschaftliches Unternehmen.
 - b. Die Musikspielstätte als räumlicher Standort (Perspektive eines Katasters).

Das ermöglicht vier Fallunterscheidungen mit drei möglichen Auswirkungen auf den durch Musikspielstätten genutzten Immobilienbestand.

- **Bestandserweiterung:**
3 bestandserweiternde Neueröffnungen erfolgten in einer neu gebauten Immobilie oder einem Standort, der vorher nicht als Musikspielstätte genutzt wurde (*Bergson Kunstkraftwerk, DNA Nightlife Aesthetics, Bar Montez*).
- **Bestandsminderung:**
4 Schließungen hatten bestandsmindernde Wirkung, wobei die zukünftige Nutzung als Musikspielstätte wegfiel (*8 Below, Beach 38°, Harry Klein, Nerodom*).

- **Bestandsneutrale Wirkung:**
8 Neueröffnungen waren bestandsneutral, weil an ein und demselben Standort lediglich die Musikspielstätte wechselte (*ABC-Alte Börse, Call Me Drella, G3 Club & Lounge, La Rumba Latin Club, LEGAL Club and Bar, Max Belle Spitz, X Lehel, ZIRKA*). 10 bestandsneutrale Schließungen wurden ermittelt, bei denen eine Musikspielstätte ihren Betrieb aufgab, aber der Standort zur Nutzung durch Musikspielstätten erhalten blieb (*Agnesbar, Cord Club, Drossel & Zehner, Folks Club, Holy Crowns Club, Kauz Club, Pigalle, Ruby, The Cave, Underground Club*).

2

Keine Musikspielstätte in München wurde seit Anfang 2020 (allein) wegen der Pandemie geschlossen. Die zugehörigen Förderprogramme haben gewirkt. Schließungen in allen recherchierten Fällen waren wesentlich durch andere Faktoren bestimmt, bspw. Immobilienverdrängung, formale Gründe (Konzessionsfragen) oder Nicht-Verlängerung von Gewerbemietverträgen aus unterschiedlichen Gründen.

- 3 Während der Pandemie war ein „unerwartet solidarischer“ Zusammenhalt bei den Münchner Musikspielstättenbetreiber:innen zu verzeichnen. Außerdem verfügt zumindest ein Teil von ihnen über ein Selbstverständnis als „Organisator:innen der Nacht“. Sie verstehen sich als Partner:innen der Stadt, die sicheres Feiern ermöglichen. Beides zusammen könnte eine besondere Stärke der Münchner Szene darstellen.
- 4 Die wirtschaftliche Gesamtlage hat sich bei einem Großteil der Musikspielstätten verschlechtert oder stagniert.
- 5 Eine starke Erhöhung der Kosten ist vor allem für die Bereiche Energie, Wartungskosten, bürokratische Auflagen, Reinigung, Personal, PR, Getränkeeinkauf und Künstler:innenhonorare festzustellen.
- 6 Veränderungen in Altersstruktur und Publikumsverhalten stellen für einen erheblichen Teil der Musikspielstätten neue Herausforderungen dar:
 - Eine Zunahme jüngeren Publikums, das weniger zahlungskräftig ist, trifft auf eine Abnahme der Besucher:innenzahlen bei älterem Publikum.
- 7 Große Sorge vieler Musikspielstätten: Feiern muss bezahlbar bleiben. Allgemein gestiegene Lebenshaltungskosten senken die finanziellen Möglichkeiten für Club- und Konzertbesuche insbesondere für ein junges Publikum. Gleichzeitig verteuern sich Ticket- und Getränkepreise. Erste Fair-Ticketing-Modelle zeigen mögliche Lösungsansätze auf.
- 8 Fachkräftemangel ist in allen Arbeitsbereichen zu verzeichnen, von der Bühnentechnik über das Management bis hin zum Service-Personal.
- 9 Bei der Motivation für die Gründung von Musikspielstätten sind die Faktoren des Schaffens von
 - Veränderungen im Publikumsverhalten verringern die Planbarkeit des Veranstaltungsprogramms (geringere Neigung zum Vorverkauf, Entscheidung zum Konzertbesuch fällt immer kurzfristiger).
 - Insbesondere die stark durch Corona betroffene junge Generation bis 21 Jahre hat andere Bedarfe als ihre vorangegangenen Generationen und verlangt u.a. neue Programmformate.
 - Die Ansprüche an „Awareness-Angebote“ sind gestiegen.
- 10 Nachwuchs an Fachpersonal und Spielstättenbetreiber:innen findet seinen Einstieg ins Berufsleben häufig über Soundkollektive, legale wie illegale Raves und Partys sowie Festivals. Legalisierte Partys und machbare Zwischennutzungskonzepte könnten eine Brücke zu neuen Gründungen bilden.
- 11 Live-Musikspielstätten stehen aufgrund ihrer höheren Programmkosten im Vergleich zu Diskotheken bzw. Spielstätten ohne kuratiertes Programm unter einem höheren Finanzdruck. Das gilt in noch stärkerem Maße für Nachwuchsspielstätten, da mit der Buchung unbekannter Künstler:innen höhere Risiken eingehen. Wird der/die Newcomer:in erfolgreich, können sie noch weniger als früher am wachsenden Erfolg partizipieren. Herausforderung: Testen und Etablieren von Mechanismen für faire Honorarregelungen (auch fair für die Musikspielstätten).

12 Direkte Effekte:
Grobe Schätzungen auf Basis der Online-Umfrage ergaben hochgerechnet auf die insgesamt 140 Musikspielstätten im privatwirtschaftlichen und gemeinnützigen Sektor Werte von über 60 Mio. € an Umsätzen und eine Größenordnung von 3.500 Erwerbstätigen für das Jahr 2023. An der Umfrage beteiligten sich relativ viele Unternehmen mit Jahresumsätzen bis 100.000 €, was zu einer Unterschätzung der tatsächlichen Beträge führen könnte. Rückmeldungen des Verbands der Münchener Kulturveranstaltenden (VDMK) sowie der Abgleich mit Erkenntnissen der „Studie zur Situation der Musikspielstätten in Deutschland“ der Initiative Musik von 2020/21 (Bundesclubstudie) legen nahe, dass die genannten Werte deutlich höher liegen können. An dieser Stelle sind geeignete Vergleichszahlen aus der amtlichen Statistik aufgrund der aktuellen Wirtschaftszweigklassifikation (WZ 2008) leider nicht abrufbar.

13 Indirekte Effekte:
Jeweils hochgerechnet auf 140 Musikspielstätten im privatwirtschaftlichen und gemeinnützigen Sektor ergaben sich die folgenden Ergebnisse:

- Anhaltspunkte für Investitionssummen der letzten Jahre in Lärmschutz, Energieeffizienz, sonstige Umweltauflagen, Awareness, Sicherheit und Bühnenequipment: Etwa 8,9 Mio. €.
- Grober Anhaltspunkt für die Ausgaben für Künstler:innengagen, künstlerisch-gestalterische Dienstleistungen und Service-Dienstleistungen 2023: 22,87 Mio. €.

Analog zu den direkten Effekten unter Punkt 12 können diese Werte ebenfalls deutlich höher liegen.

2 ZIELSETZUNG

Gerade in Zeiten großer Planungsunsicherheit für Musikspielstättenbetreiber:innen erscheint diese Studie sinnvoll, um damit sowohl zur bundesweiten Diskussion des Themas beizutragen, als auch für München spezifische Handlungsempfehlungen herauszuarbeiten.

Ziele der Studie

Folgende Ziele bzw. Fragestellungen sollen mit dieser Studie verfolgt bzw. beantwortet werden:

- 1 Die Erstellung einer aktuellen Liste von Musikspielstätten.
- 2 Abgleich dieser Liste mit vorhandenen Unterlagen aus der Zeit vor der Corona-Pandemie (Monitoring von Musik-Spielorten): Wie viele Orte mussten schließen? Was waren die Gründe dafür?
- 3 Darstellung aktueller Tendenzen: Gibt es ein „Clubsterben“ in München? Was gefährdet die Existenz der bestehenden Musikspielstätten?
- 4 Bestimmung von Faktoren, die ausschlaggebend für Neugründungen und Neueröffnungen von Musik-Spielorten in München sind.
- 5 Betrachtung der Wirkungsebenen von Musikspielstätten in ihrem urbanen Umfeld: Das schließt direkte, indirekte und induzierte wirtschaftliche Effekte (Ausstrahlungseffekte) ein sowie die Münchner Besonderheiten und Alleinstellungsmerkmale im Vergleich zu anderen Großstädten und Metropolen.
- 6 Erstellen von Handlungsempfehlungen, die dem Kulturreferat und dem Kompetenzteam Kultur- und Kreativwirtschaft zusätzlich als Grundlage dienen können, um eine Strategie für den langfristigen Erhalt von Musikspielstätten und das Ermöglichen von Neueröffnungen zu entwickeln und hierfür Unterstützung vom Freistaat Bayern und dem Bund einzufordern.

3 ERSTELLUNG DES MAPPINGS

Das Mapping der Münchner Musikspielstätten ermöglicht Einsicht in die Besonderheiten und Komplexität der lokalen Szene. Zusätzlich werden die Veränderungen der letzten Jahre abgebildet und alle Schließungen und Neueröffnungen dokumentiert.

3.1 Erstellungsprozess des Mappings

Zur Erstellung des aktuellen Spielstättenstands wurden zunächst Listen von Musikspielorten der Stadt München zusammengeführt und durch eine intensive Internetrecherche ergänzt. Zu den Zwischenständen der entstandenen Liste erfolgten Rücksprachen und Einzelfalldiskussionen mit dem Kulturreferat, dem Kompetenzteam Kultur- und Kreativwirtschaft der Stadt München sowie dem „Verband der Münchner Kulturveranstaltenden e.V. (VDMK)“.

Die Recherche ergab 153 Unternehmen, die gemäß des Drei-Sektoren-Modells des Kultur- und Kreativsektors in 105 privatwirtschaftliche (68,8%), 35 gemeinnützige (22,9%) und 13 öffentliche Musikspielstätten (8,5%) differenziert wurden. (siehe: Kapitel 7.1) Weiterhin erfolgte die Unterscheidung zwischen Musikspielstätten mit und ohne kuratiertem Programm. Abbildung 3.1.2 stellt das Mapping nach Musikspielstättentypen dar.

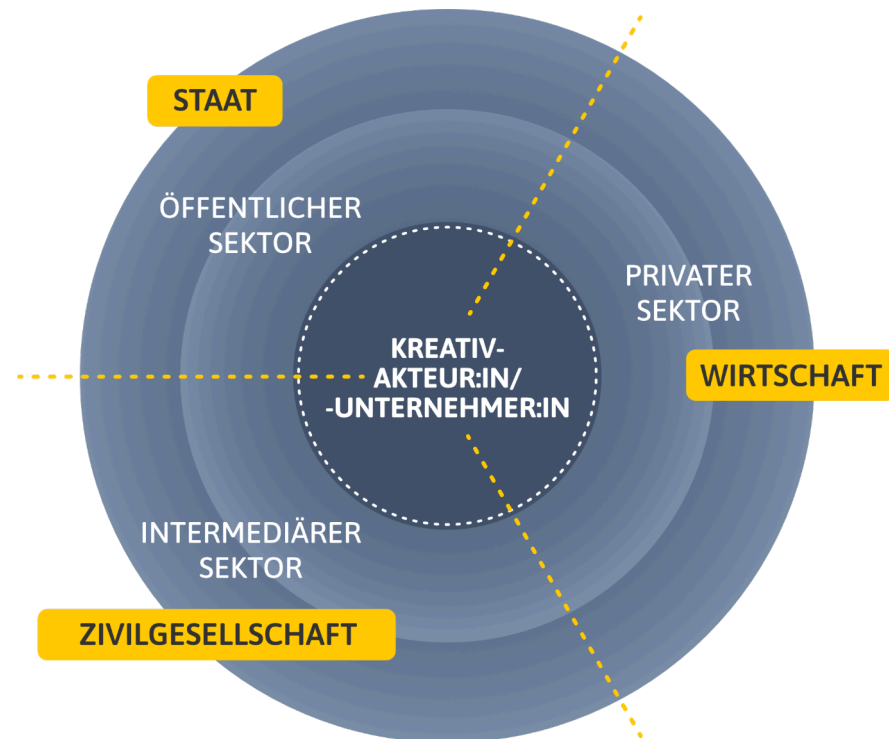


Abb. 3.1.1: Das Drei-Sektoren-Modell der Kultur- und Kreativwirtschaft (ordnungspolitische Sicht)

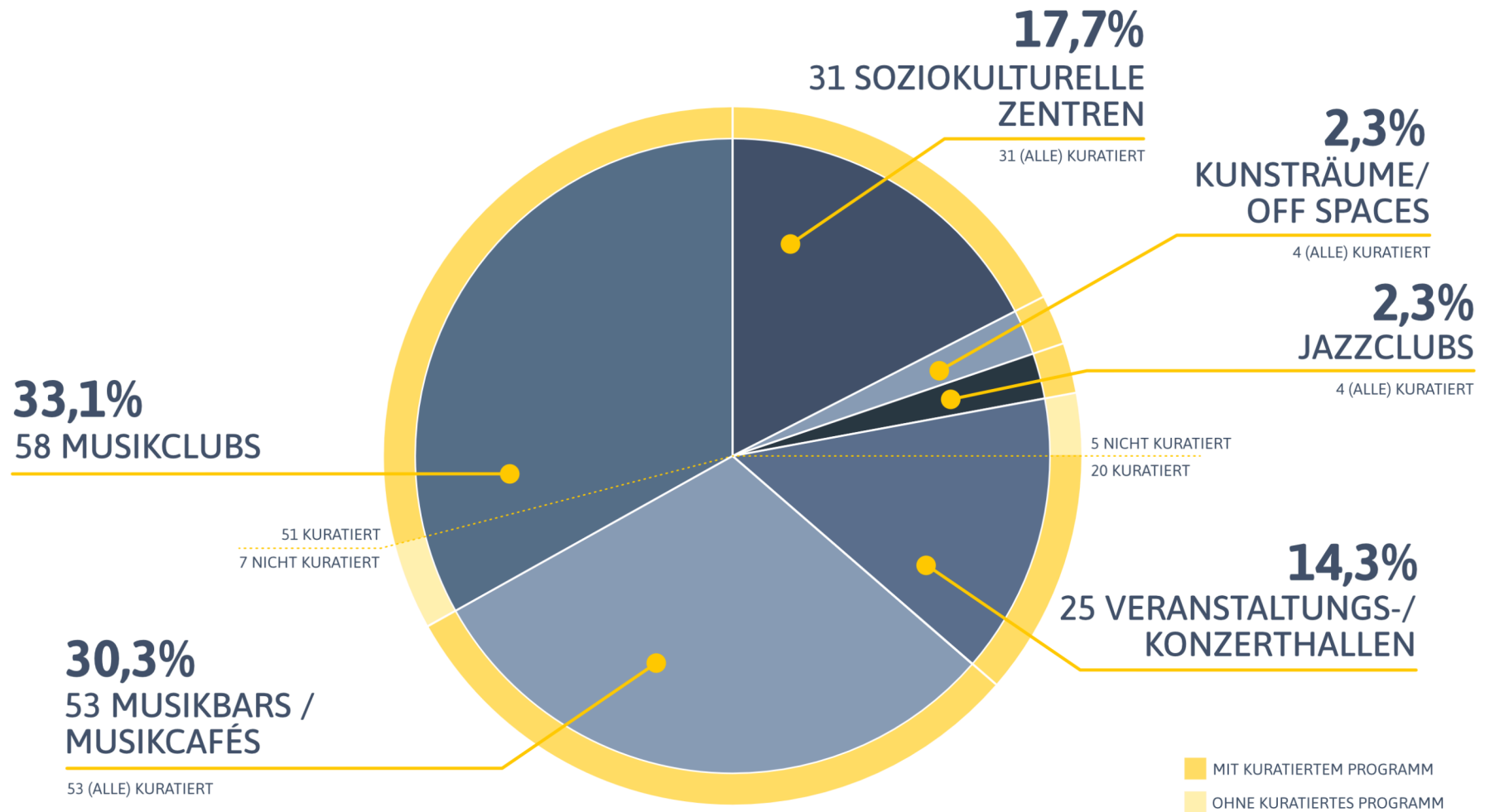


Abb. 3.1.2: Münchner Musikspielstätten nach Musikspielstättentypen 2024

Hinweis: Die Anzahl gemäß Musikspielstätten-Typen enthält Doppel-/ Mehrfachzählungen, da Spielstätten teils mehrere Funktionen erfüllen und in diesen Fällen auch mehrfach zugeordnet wurden.

3.2 Definition einer Musikspielstätte

Zur besseren Vergleichbarkeit mit anderen Studien orientiert sich die verwendete Systematik bis zu einem gewissen Grad an der Musikspielstätten-Definition der LiveKomm (LiveMusikKommission - Verband der Musikspielstätten Deutschland e.V.) sowie an der Begriffsbestimmung gemäß Clubstudie der Initiative Musik von 2020/21 (nachfolgend auch Bundesclubstudie genannt). Aufgrund der Allgemeinverständlichkeit des Ansatzes sowie einer gewünschten Anschlussfähigkeit der Ergebnisse an weiterführende kultur- und kreativwirtschaftliche Studien wurden Definitionen und Segmentierung jedoch variiert.

Die Bundesclubstudie sieht **„den Begriff „Musikspielstätte“ als Oberkategorie und meint damit alle Betriebe mit einer Kapazität von maximal 2.000 Personen, in denen regelmäßig musikalische Darbietungen aus den Bereichen Pop, Rock, Jazz, Hip-Hop und elektronische Musik stattfinden. Dementsprechend sind Musikclubs, Konzert- bzw. Veranstaltungshallen, Musikbars bzw. -cafés sowie soziokulturelle Zentren als Unterkategorien zu verstehen.“**⁴

„Die LiveMusikKommission (kurz LiveKomm) versteht unter Musikspielstätte einen Ort musikalischer Prägung, der mindestens 24 Veranstaltungen pro Jahr nach dem U-K Tarif (Live-Konzerte) abrechnet. Die Besucher:innenkapazität beträgt maximal 2.000 Personen. Treten in der Spielstätte überwiegend DJs auf, so muss die Mehrzahl der Veranstaltungen durch „künstlerische DJ’s“, das sind DJs, die Musik produzieren und/oder Labels betreiben, bestritten werden.“⁵

Kultur- und Kreativwirtschaft ist und bleibt als Begriff sehr erklärungsbedürftig. Für die Funktionsweise und Verflechtungen der Musikwirtschaft gilt das ebenso wie für die Veranstaltungswirtschaft und Nachtökonomie. Daher ist es den Autoren, in Abstimmung mit der Auftraggeberin, wichtig, den Begriff Musikspielstätte möglichst breit und allgemeinverständlich einzuführen, das heißt zunächst unabhängig von Publikumskapazitäten der Spielstätten oder von Musikgenres (auf der obersten Begriffsebene). Neben den in der Bundesclubstudie berücksichtigten Genres Pop, Rock, Hip-Hop, elektronische Musik und Jazz gehören so bspw. Schlager, traditionelle Musik (wie Blasmusik), Filmmusik, Musical, Operette, Oper, klassische und zeitgenössische Musik dazu.

Letztere finden sich dann weitestgehend im öffentlichen Kultursektor wieder, der über das Drei-Sektoren-Modell der Kulturproduktion integriert ist (siehe Kategorien im Auszug der Liste Münchner Musikspielstätten unter 3.4).

Übernahme der Musikspielstätten-Typen aus der Bundesclubstudie:

- Musikclub
- Musikbar/Musikcafé
- Veranstaltungs-/Konzerthalle
- Jazzclub
- Soziokulturelles Zentrum
- Kunstraum/Offspace

Auffallend ist, dass zahlreiche aktuelle Veröffentlichungen die genannten Begriffe zwar nutzen, aber sie nicht eindeutig definieren bzw. erklären. Zum Zweck schneller Verständlichkeit und Nachvollziehbarkeit werden die hier angewandten Segmentierungskriterien und Definitionen in Kapitel 3.3 spezifiziert.

⁴ Initiative Musik gGmbH und Die Beauftragte der Bundesregierung für Kultur und Medien (2021). Clubstudie: Studie zur Situation der Musikspielstätten in Deutschland 2020/21, S. 14. Abgerufen am 20.05.2024 von https://www.initiative-musik.de/wp-content/uploads/sites/4/2023/05/2021_Clubstudie_Initiative_Musik-1.pdf

⁵ LiveKomm (2024), abgerufen am 22.05.2024 von <https://www.livemusikkommission.de/livekomm/schwerpunkte/>

3.3 Musikspielstätten-Segmentierungskriterien

Definition Musikclub:

Darunter verstehen wir in dieser Studie einen ortsgebundenen Live-Musik-Club, dessen Konzept durch die regelmäßige Aufführung sicht- und/oder hörbarer musikalischer Inhalte gekennzeichnet ist. Die Darbietung erfolgt durch Musiker:innen bzw. Künstler:innen oder künstlerische DJs vor Publikum (mindestens 24 Live-Darbietungen im Jahr). Die dazu notwendige technische Infrastruktur ist dauerhaft installiert. Dem künstlerisch-musikalischen Programm wird gegenüber dem gastronomischen Angebot ein mindestens gleicher Stellenwert eingeräumt.⁶

Abgrenzung zur Diskothek: In einer Diskothek erfolgt die Darbietung musikalischer Inhalte in der Regel auf Basis einer Sammlung vorhandener digitaler oder analoger Tonträger, die unverändert, d. h. ohne damit einhergehende kreative Variationsprozesse, abgespielt werden. Ein kuratiertes Programm mit künstlerischen DJs oder Live-Musiker:innen wird dort gar nicht oder nur selten angeboten (weniger als 24 Darbietungen im Jahr).⁷

⁶ Vgl.: Freie und Hansestadt Hamburg, Dezernat Wirtschaft, Bauen, Umwelt Fachamt für Stadt- und Landschaftsplanung, Gutachten Live-Musik-Clubs auf St. Pauli (2010), S. 31. Abgerufen am 10.08.2024 von: <https://kliehm.de/wp-content/uploads/2016/02/gutachten-live-musik-clubs-auf-st-pauli.pdf>

⁷ Schmid, Jakob F.(2010). Clubkultur und Stadtentwicklung, in: Zeitschrift für Raumplanung, Nr. 153, S. 31. Abgerufen am 25.08.2024 von https://www.stadtnachacht.de/downloads/schmid_2010_clubkultur_stadtentwicklung.pdf

Definition Musikbar/Musikcafé:

Der Begriff Bar beschreibt zunächst einen Ort bzw. einen Gastronomiebetrieb, wo alkoholische und nichtalkoholische Getränke ausgeschenkt und konsumiert werden können. Bei einem Café kommen Backwaren, Snacks oder kleine Mahlzeiten dazu. Die Gründung, die Errichtung sowie die Führung und der Betrieb unterliegen bestimmten juristischen Vorgaben, bspw. Konzession, Gewerbeanmeldung, Jugend- und Arbeitsschutz etc.⁸ Musikbars oder Musikcafés charakterisiert neben der musikalischen Prägung durch Musik auf Tonträgern (Hintergrundmusik) eine Mindestanzahl von 24 musikalischen Live-Darbietungen durch Künstler:innen, Bands oder künstlerische DJs pro Jahr. Im Rahmen dieser Studie werden ausdrücklich auch traditionelle Gastronomiebetriebe mit einem traditionellen Konzertangebot (Volksmusik, Blasmusik) dazu gezählt.

Definition Veranstaltungs-/Konzerthalle:

Eine allgemeine Definition aus der Stadtplanung, die auch auf der Website der Stadt nach acht veröffentlicht ist, definiert Veranstaltungs-/Konzerthallen wie folgt:

⁸ Vgl. <https://www.juraforum.de/lexikon/bar>, abgerufen 16.08.2024

„Hierunter werden in der Regel Einrichtungen und Betriebe verstanden, die sich aufgrund ihrer Multifunktionalität in Hinblick auf die räumlichen Begebenheiten für Veranstaltungen unterschiedlichster Art eignen – wie z. B. Sportveranstaltungen, Konzerte und Messen. Sie weisen dabei keinen weiteren eigenen programmatischen Schwerpunkt als den der großen Kapazität auf und verfügen in der Regel nicht über eine PA-Anlage, wie sie für professionelle Musikdarbietungen erforderlich ist.“⁹

In dieser Studie ist die Mindestanzahl von 24 Musikveranstaltungen pro Jahr für Konzert- und Veranstaltungshallen irrelevant, um als Musikspielstätte klassifiziert zu werden. Weiterhin wird zwischen zwei Kategorien von Hallen unterschieden. Zum einen sind dies Musikspielstätten mit kuratiertem Programm und somit mit künstlerischem Schwerpunkt (Musikspielstätten mit Hallencharakter). Weiterhin gibt es Hallen, deren Programm überwiegend nicht von den Betreiber:innen kuratiert wird, die oftmals multifunktional genutzt werden. Die oben zitierte Definition weist bereits auf die große Kapazität und die Multifunktionalität hin, die vor allem große Hallen prägt, bzw. die weiter unten definierten großen Spielstätten (501 bis 2.000 Zuschauer:innen), Großhallen (2.001 bis 10.000 Zuschauer:innen), massen-

⁹ Schmid, Jakob F.(2010). Clubkultur und Stadtentwicklung, in: Zeitschrift für Raumplanung, Nr. 153, S. 274. Abgerufen am 25.08.2024 von https://www.stadtnachacht.de/downloads/schmid_2010_clubkultur_stadtentwicklung.pdf

kompatiblen Spielstätten (10.001 bis 20.000 Zuschauer:innen) und die Mega-Event-Locations (mehr als 20.000 Zuschauer:innen). Insbesondere bei den letzten drei wird deshalb in der Regel die technische Infrastruktur temporär für den Event zur Verfügung gestellt, oftmals durch Drittanbietende, die auch den Auf- und Abbau übernehmen.

Definition Soziokulturelles Zentrum:

„Soziokulturelle Zentren sind Häuser und Begegnungsstätten, die – Generationen übergreifende und interkulturelle – Kulturprogramme und Angebote im Bereich Musik, Theater, Kunst, Kunsthandwerk, Film etc. anbieten. Soziokulturelle Zentren dienen der Förderung kreativer Eigentätigkeit und kultureller Kompetenz, indem sie zwischen professioneller Kunstproduktion und dem künstlerischen Schaffen von Laien vermitteln.“¹⁰

Viele dieser Zentren betreiben nicht nur musikalische Jugendförderung sondern bieten Auftrittsorte für professionelle Newcomer:innen, aber auch für etablierte Musiker:innen und Bands. Häufig sind sie als gemeinnützige Vereine oder gGmbHs organisiert.

¹⁰ Bundesverband Soziokultureller Zentren, <https://soziokultur.de/bundesverband/ueberuns/>, abgerufen am 18.08.2024

Definition Jazzclub:

Ein Jazzclub ist ein Veranstaltungsort, an dem in erster Linie Live-Jazzmusik gespielt oder Jazzmusik gehört wird. Weiterhin existieren Jazzclubs, die sich auf das Studium und/oder die Förderung der Jazzmusik konzentrieren.¹¹ Im Rahmen dieser Studie sind Jazzclubs als besondere Ausprägung der oben eingeführten Musikclubs zu sehen, die auch aufgrund ihrer Historie besondere Charakteristika aufweisen.

Zahlreiche Jazzclubs sind in Deutschland als Vereine organisiert, die nicht selten von wirtschaftlich gut situierten Mitgliedern, Spender:innen oder Sponsor:innen unterstützt werden. Historisch gesehen, nahmen die Jazzclubs beginnend in der Nachkriegszeit eine wesentliche Rolle im Nachtleben als Treffpunkt von und mit amerikanischen Soldaten ein.¹²

Definition Kunstraum/Offspace:

„Off Spaces sind Orte, an denen junge Kunstschaffende sich ausprobieren können. Ein Sprungbrett für den künstlerischen Nachwuchs. „Einfach mal machen“, ohne darüber nachzudenken, ob das, was dabei entsteht auch verkäuflich ist. Das unterscheidet Off Spaces von Galerien, in denen

¹¹ Vgl. wikipedia https://en.wikipedia.org/wiki/Jazz_club abgerufen am 16.08.2024

¹² Münchner Stadtmuseum (2022). NACHTS - Clubkultur in München, herausgegeben von: Eymold, Ursula und Gürich, Christoph. Sorry Press, München, S. 54 ff.

der kommerzielle Aspekt deutlich stärker betont ist. Off Spaces verstehen sich – historisch gesehen – als Kunsträume, die sich vom etablierten Kunstbetrieb absetzen oder sich diesem sogar entgegenstellen. Der Begriff ‘Off Space’ leitet sich von ‘Off Broadway’ ab. Damit bezeichnet man in New York die kleinen, experimentellen, finanziell weniger gut ausgestatteten Theater in den ärmeren Seitenstrassen jenseits des Broadways.“¹³ Der Begriff wird ansonsten vor allem im deutschsprachigen Raum genutzt. In angelsächsischen Ländern spricht man diesbezüglich von ‘alternative spaces’ oder von ‘artist driven spaces’.

Festivals bleiben in dieser Studie unberücksichtigt:

Ein deutlicher Unterschied zu den Kriterien der Definition einer Musikspielstätte gemäß LiveKomm soll mit der Abgrenzung zu kleinen und mittelgroßen Festivals gemacht werden. Nach Definition der LiveKomm zählen sie als Spielstätte. Stattdessen wird in dieser Studie zunächst von Spielstätten als Gebäude/bauliche Infrastrukturen ausgegangen, die somit auch den Entwicklungen des Immobilienmarktes unterworfen sind. Das soll aber weder über die große Bedeutung von Festivals hinwegtäuschen, noch über

¹³ Henkes, Alice (2021). Off Spaces – gar nicht so «off» wie ihr Ruf, Schweizer Radio und Fernsehen (SRF), abgerufen von <https://www.srf.ch/kultur/kunst/selbstorganisierte-kunstraume-off-spaces-gar-nicht-so-off-wie-ihr-ruf>, am 16.08.2024

die Dringlichkeit einer Analyse der Zunahme von Festivalabsagen in der Saison 2024. In einer umfassenderen Analyse des aktuellen musikwirtschaftlichen Ökosystems, sind sie ebenso zu berücksichtigen, wie das zunehmende Phänomen von (illegalen) Partys und Raves, die sich als Bestandteil von gelebter Clubkultur verstehen.

Gemäß den Förderkriterien der Initiative Musik ist ein kuratiertes Programm ein wesentliches Merkmal von Musikfestivals.¹⁴ Bei einer Ausweitung der Analyse um Festivals könnten diese somit eindeutig den Spielstätten mit kuratiertem Programm zugeordnet werden.

Kriterium der Mindestanzahl von 24 Live-Musikveranstaltungen pro Jahr:

Die oben genannten Definitionen des Begriffs „Musikspielstätte“ von LiveKomm und Bundesclubstudie setzen mit der Mindestanzahl von 24 musikalischen Live-Veranstaltungen und/oder Events mit künstlerischen DJs einen Basisstandard. Dieser Abgrenzung schließt sich die Münchner Studie an, aber nicht auf

¹⁴ Definition Musikfestival gemäß Initiative Musik: „Bei einem Musikfestival müssen Livemusik-Darbietungen deutlich gegenüber anderen Programmpunkten überwiegen, außerdem sollte es eine besondere inhaltliche und/oder genrespezifische musikalische Schwerpunktsetzung geben. Die Livemusik-Darbietungen stehen thematisch im Vordergrund und werden nicht als Veranstaltung(en) mit einem „Headliner“ angekündigt...Gleichzeitig muss ein zusammenhängendes kuratiertes Gesamtprogramm mit mindestens fünf unterschiedlichen musikalischen Programmpunkten nachgewiesen werden. Mehrere unterschiedliche

der obersten Begriffsebene, sondern erst ab der Ebene der Spielstättentypen. Das Kriterium gilt für alle oben eingeführten Musikspielstätten-Typen außer den Konzert-/Veranstaltungshallen. Um optional auch Spielorte mit weniger Live-Veranstaltungen erfassen zu können, wird der Begriff „sporadische Musikspielorte“ eingeführt. Sie werden in dieser Studie nicht weitergehend analysiert.

Definition „künstlerische DJs“:

„Künstlerische DJs“ spielen nicht nur einen Tonträger ab. Unter Verwendung von Tonträgern und technischen Hilfsmitteln mischen sie verschiedene Musikstücke zu neuen Klangbildern und Kompositionen zusammen (siehe auch Urteil des Bundesfinanzhofs vom 18.08.2005, Az. V R 50/04). Das dabei entstehende Arbeitsergebnis muss die Qualität eines neuen künstlerischen Produkts haben. Folgende Kriterien sprechen für eine Tätigkeit, die unter die Definition „künstlerische DJs“ fällt:

- **DJ-Künstler:innen erhalten eine Gage;**
- **sie veröffentlichen ihre Werke auf Tonträgern;**

Konzerte können dabei an einem Tag oder über einen klar definierten Zeitraum von maximal drei Monaten stattfinden. Hier müssen Künstler:innen überwiegend mit eigenem Repertoire und/oder künstlerische DJs aufgetreten sein bzw. auftreten.“ – Quelle: <https://www.initiative-musik.de/livemusikfoerderung/haeufig-gestellte-fragen-festivalfoerderfonds/>, abgerufen am 26.08.2024

- **DJ-Künstler:innen treten auch außerhalb von Diskotheken auf, z. B. auf öffentlichen Veranstaltungen oder bei Radiosendern;**
- **sie haben ein eigenes Künstler:innenprofil im Internet (Facebook, Soundcloud, Resident Advisor o. ä.);**
- **ihre Veranstaltungen sind ein eigener Programmpunkt.“**¹⁵

Einführung des Kriteriums „kuratiertes Programm“:

Zusätzlich wird die Unterscheidung in „kuratiertes Programm“ und „nicht-kuratiertes Programm“ als nachgeordnete Kategorie eingeführt, d. h. das Programm sollte einer besonderen inhaltlichen und/oder genrespezifischen musikalischen Schwerpunktsetzung folgen¹⁶, was auch als Indikator für einen künstlerischen Qualitätsanspruch interpretiert werden kann.

Andererseits haben auch Musikspielstätten ohne kuratiertes Programm ihre Daseinsberechtigung als Anbieterinnen eines Freizeitangebots. Beispiele dafür sind Konzerthallen, die ausschließlich oder über-

¹⁵ Initiative Musik, <https://www.initiative-musik.de/livemusikfoerderung/haeufig-gestellte-fragen-festivalfoerderfonds/>, abgerufen am 27.08.2024

¹⁶ Das entspricht Kriterien der Programmkuratierung für Festivals der Initiative Musik, siehe: <https://www.initiative-musik.de/livemusikfoerderung/haeufig-gestellte-fragen-festivalfoerderfonds/>, abgerufen 27.08.2024

wiegend von Veranstalter:innen angemietet werden (auch wenn diese dann ihr Programm kuratieren sollten) oder Diskotheken, die über kein klar kuratiertes Programm verfügen. Sie veranstalten weder Live-Konzerte noch buchen sie künstlerische DJs ausgewählter Stilrichtungen. Trotzdem sind sie mit ihrem in der Regel auf Mainstream ausgelegten Programm wertzuschätzen, als Gastgebende für ein breites Publikum, das dies im Erfolgsfall als attraktives Freizeitangebot wertschätzt.

Erweiterte Größenklassifizierung:

Im weiteren Vorgehen wird die Größenklassifizierung erweitert und wie folgt kategorisiert:

- **Kleinstspielstätten:**
bis 100 Zuschauer:innen
- **kleine Spielstätten:**
101 bis 200 Zuschauer:innen
- **mittelgroße Spielstätten:**
201 bis 500 Zuschauer:innen
- **große Spielstätten:**
501 bis 2.000 Zuschauer:innen
- **Großhallen:** 2.001 bis 10.000 Zuschauer:innen
- **massenkompatible Spielstätten:**
10.001 – 20.000 Zuschauer:innen
- **Mega-Event-Locations:**
Mehr als 20.000 Zuschauer:innen

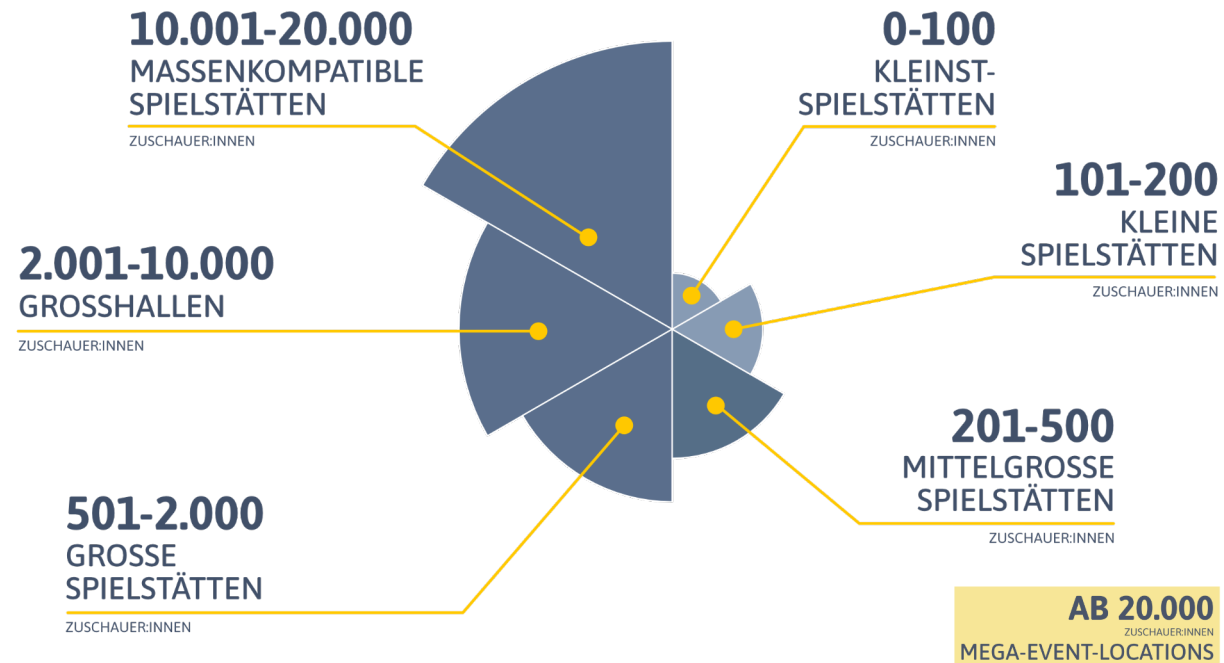


Abb. 3.3.1: Größenklassifizierung von Musikspielstätten

Für eine Mega-Event-Location ist weiterhin ausschlaggebend, dass die Spielstätte über die technischen, architektonischen und organisatorischen Kapazitäten verfügt, um Mega-Events zu veranstalten (indoor oder outdoor). Mega-Event bedeutet: „Eine außergewöhnliche, multisensuale Echtzeitveranstaltung, die einen globalen Markt adressiert sowie globales Medieninteresse anvisiert, um als Plattform

einer weltweiten Unternehmenskommunikation zu dienen“¹⁷ (z. B. Adele-Konzerte in München 2024 Messe-Riehm / Trade Fair Center Messe München).¹⁸

¹⁷ Gabler Wirtschaftslexikon, <https://wirtschaftslexikon.gabler.de/definition/mega-event-51794>, abgerufen am 19.08.2024

¹⁸ Anderes Münchner Beispiel: Olympiahalle (Gelände Olympiapark) mit einer Kapazität von bis zu 15.000 Personen. Zum Vergleich: Die größte Eventhalle Europas mit 20.000 Zuschauerplätzen ist die Lanxess Arena in Köln.

Einbeziehung von Musikspielstätten traditioneller Musik:

Weiterhin werden privatwirtschaftliche Spielstätten mit vorwiegend traditioneller Musik als separate Kategorie eingeführt und hinzugezählt. Gemeint sind hier insbesondere Räumlichkeiten der traditionellen Gastronomie, die häufig eine starke Identifikation zur bayerischen Braukultur widerspiegeln, wie bspw. der *Augustiner Keller*, das *Hofbräuhaus*, der *Löwenbräu Keller* oder das *Paulaner* am Nockherberg. Teilweise verfügen sie über Veranstaltungssäle mit erheblicher Publikumskapazität. Übereinstimmendes Kriterium zu den anderen Musikspielstätten ist auch hier, dass jährlich mindestens 24 Konzerte bzw. Veranstaltungen mit Live-Musik präsentiert werden. (Bei geringerer Anzahl sind sie als sporadischer Musikspielort zu klassifizieren.)

Dem Bereich der Blaskapellen wird für Bayern insgesamt und auch für München im Vergleich zu anderen Regionen eine starke Bedeutung zugeschrieben. Sie bilden nicht nur ein wesentliches Münchner Angebot für den nationalen und internationalen Tourismus.¹⁹

¹⁹ Im musikwirtschaftlichen Ökosystem bieten sie als Aufführungsort für professionelle und semi-professionelle Blaskapellen Einkommensmöglichkeiten für Musiker:innen. Diese sind auch Teil eines Umfelds, das Amateur-Blaskapellen beinhaltet, die durch ihre Mitglieder beispielsweise die Nachfrage nach Instrumenten verstärken und somit wesentlich für die Nachfrage im regionalen Musikinstrumentenbau sind, was wiederum die bayerische Musikwirtschaft insgesamt stärkt.

Einführung des Begriffs „Nachwuchs-Club“:

Betrachtet man die eingeführten Kriterien, so lässt sich die Gesamtzahl der Musikspielstätten auf ein Segment herunterbrechen, das der Zählweise der Bundesclubstudie weitgehend entspricht. Auffallend ist, dass sich sowohl die Bundesclubstudie als auch die LiveKomm bei ihrer Annäherung an den Musikspielstättenbegriff offensichtlich an der britischen Definition von „Grass-Roots Music Venues“²⁰ orientiert haben, insbesondere wenn man die kulturellen und sozialen Funktionen von Musikspielstätten einbezieht. Eine solche Segmentierung wird auch in dieser Münchner Studie als sinnvoll erachtet und lässt sich anhand der eingeführten Kriterien vornehmen. Der britische Begriff soll aber nicht eins zu eins übernommen werden, da Deutschland, u. a. aufgrund des Kulturfördersystems, über andere Rahmenbedingungen verfügt.

Ausschlaggebend ist die Anzahl regelmäßig gebuchter Auftritte von Nachwuchskünstler:innen (mindestens 24 pro Jahr), sei es nun von Musiker:innen/Bands oder von künstlerischen DJs. In Anlehnung an die britische Definition der Grassroots Music Venues ist auch die soziale und kulturelle Ebene relevant.

²⁰ Siehe: <https://committees.parliament.uk/publications/44704/documents/222242/default/>, S. 40, abgerufen am 16.08.2024

Der Begriff „Nachwuchsclub“ beinhaltet einige Graswurzel-Funktionen, bzw. Aspekte der britischen Definition von Grassroots Music Venues (GMVs):²¹

Kriterien für einen Nachwuchs-Club / Erfüllung einer Graswurzel-Funktion in dieser Studie ist:

- Die kulturelle Aktivität (die kuratierte Musik) steht als Hauptzweck im Vordergrund.
- Das Unternehmen wird von Musikexpert:innen geführt.
- Es besteht eine gewisse künstlerische Risikobereitschaft in Bezug auf die Programmgestaltung.
- Die künstlerische Freiheit der präsentierten Künstler:innen wird respektiert.
- Die Spielstätte erfüllt eine Schutzraumfunktion für sicheres Feiern, kulturelle Vielfalt, Diversität, soziale wie kulturelle Teilhabe und steht für Offenheit (bspw. für LGBTQ+ Communities).
- Die Graswurzel-Funktion kann unabhängig von der Trägerschaft (privatwirtschaftlich, gemeinnützig oder öffentlich) erfüllt werden.

²¹ Hinweis: Diese Definition wurde erstmals im Rettungsplan für Musikspielstätten des Bürgermeisters von London (von 2015) erstellt, vereinbart zwischen führenden Vertreter:innen der Musikindustrie und der britischen Regierung auf dem Venues Day 2015. Sie wird seither u. a. vom Arts Council England und von Live DMA verwendet und gilt als vergleichbar mit der EU-weiten Definition von ähnlichen Musikspielstätten-Begriffen.

3.4 Auszug aus der Liste der Münchner Musikspielstätten

Tabelle 3.4: Auszug aus der Liste der Münchner Musikspielstätten

Name / Musikspielstätte	Typ	Kategorie Drei-Sektoren- Modell (P, I, Ö)	Kuratiertes Programm	Genre			Neueröffnung seit Anfang 2020
				Pop, Rock, Jazz, Hip-Hop, elektronische Musik	Volksmusik / traditionell	Schlager	
1. Backstage (Halle, Club, Werk)	Club / Halle	Privatsektor	<input checked="" type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
2. BLITZ Club	Club	Privatsektor	<input checked="" type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
3. Born to Rock	Club	Privatsektor	<input checked="" type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
4. DNA Diverse Nightlife Aesthetics	Club	Privatsektor	<input checked="" type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>
5. Milla Club	Club	Privatsektor	<input checked="" type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
6. Import Export	Club / Soziokulturelles Zentrum	Intermediärer Sektor	<input checked="" type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
7. Pacha	Club	Privatsektor	<input checked="" type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
8. Evergreen	Club	Privatsektor	<input type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
9. Hemmungslos Club & Bar	Club	Privatsektor	<input type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
10. Augustiner Keller	Musikbar	Privatsektor	<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>

3.5 Vierzehn Schließungen nach 2019

Für den Zeitraum seit Beginn von 2020 wurden 14 Schließungen von Musikspielstätten ermittelt. (Das entspricht 13,3% des hier ermittelten aktuellen Bestands an Musikspielstätten im privatwirtschaftlichen Sektor.)

Neun davon wurden als Clubs klassifiziert (8 Below, beach 38°, Folks Club, Harry Klein, Holy Crown's Club Munich, Nerodom, Pigalle, Ruby, Upperground Club), drei davon als Mischform oder in Doppelfunktion als Bar und Club (Cord Club, Drossel & Zehner, Kauz) und lediglich zwei als Musikbars (Agnesbar und The Cave).

Bezieht man diese Schließungen auf die Summe aus Musikclubs und Musikbars/Musikcafés gemäß Abbildung 3.1.2, so beträgt der Anteil 12,6%.

Prominenter Fall ist das renommierte *Harry Klein*, das in der Sonnenstraße einem Hotelneubau weichen musste, so dass in diesem Fall Immobilienverdrängung als wesentlicher Grund für die Schließung angesehen werden kann. Ein ähnliches Schicksal erlitt das „8below“ in der Schützenstrasse. Nach 13 Jahren musste der Club schließen, da das Gebäude entkernt und abgerissen werden sollte.

Zitat aus der AZ München: „**Zur AZ sagt Sebastian Bauer, Betreiber des "8below", dass sie auf der Suche nach einem neuen Standort seien, aber "es hat sich noch nichts ergeben". Eine Zwischennutzung wäre keine Lösung: "Wenn, dann wollen wir etwas Festes haben für ein paar Jahre." Und: In der Innenstadt müsste es sein. "Wir haben uns wohl gefühlt direkt im Zentrum."**²²

Der Gothic Club „Nerodom“ war gezwungen, Ende März 2023 seinen Betrieb einzustellen. Nach Auskunft des Betreibers Frank Ottenbacher auf facebook²³ konnte keine Übereinkunft mit dem neuen Vermieter zu neuen Konditionen gefunden werden.

Einen Sonderfall bildet dabei die Location in der Sonnenstraße 18, wo nach Schließung des *Cord Clubs* der *Upperground Club* und das *Kauz* folgten und ebenfalls wieder schlossen bzw. sich an diesem Standort nicht als Musikclub hielten. Immobilienverdrängung war hier offensichtlich nicht der Grund der Schließung. Auch andere Clubs haben im genannten Zeitraum eröffnet, aber sich nicht lange gehalten, wie bspw. der *Holy Crowns Club Munich*. In der Location des geschlossenen *Ruby* hat inzwischen der *La Rumba Latin Club* eröffnet.

²² Jan Krattiger, AZ München vom 26. Mai 2023, <https://www.abendzeitung-muenchen.de/muenchen/beliebter-muenchner-club-muss-dichtmachen-schwierige-suche-nach-neuem-standort-art-902966>, abgerufen am 14.03.2024

²³ Facebook Eintrag vom 11. Dezember 2022, <https://www.facebook.com/nerodom.muenchen>

Tabelle 3.5: Vierzehn Schließungen nach 2019

Name / Musikspielstätte	Typ	Kategorie Drei-Sektoren- Modell (P, I, Ö)	Kuratiertes Programm	Genre			
				Pop, Rock, Jazz, Hip-Hop, elektronische Musik	Volksmusik / traditionell	Schlager	Klassische / Neue Musik
1. 8 Below	Club	Privatsektor	<input checked="" type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
2. Agnesbar	Club / Musikbar	Privatsektor	<input checked="" type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
3. beach38°	Club	Privatsektor	<input type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
4. Cord Club	Club / Musikbar	Privatsektor	<input checked="" type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
5. Drossel & Zehner	Club / Musikbar	Privatsektor	<input type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
6. Folks Club	Club	Privatsektor	<input checked="" type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
7. Harry Klein	Club	Privatsektor	<input checked="" type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
8. Holy Crown's Club Munich / Holy	Club	Privatsektor	<input checked="" type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
9. KAUZ Club	Club / Musikbar	Privatsektor	<input checked="" type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
10. Nerodom	Club	Privatsektor	<input checked="" type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
11. Pigalle	Club	Privatsektor	<input checked="" type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
12. Ruby	Club	Privatsektor	<input checked="" type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
13. The Cave	Musikbar	Privatsektor	<input type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
14. Upperground Club	Club	Privatsektor	<input checked="" type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>

3.6 Elf Neueröffnungen seit 2019

Den genannten 14 Schließungen stehen 11 Neueröffnungen nach 2019 gegenüber.

Sieben dieser Neueröffnungen wurden als Clubs klassifiziert: *ABC – Alte Börse Club*, *Bergson Kunstkraftwerk* (größerer Gebäudekomplex, bei dem auch nach und nach weitere Räume eröffnet werden, wozu auch eine Konzerthalle gehören wird), *Call Me Drella*, *DNA – Diverse Nightlife Aesthetics*, *G3 Club und Lounge*, *La Rumba Latin Club*, *LEGAL Club* und *Bar*.

Weitere drei Neueröffnungen sind die als Bars klassifizierte *Bar Montez* (exklusive Jazzbar im neuen Rosewood-Hotel), das *Max Belle Spitz* und das *X Lehel*. Beim *X Lehel* handelt es sich allerdings um einen Umzug, denn die frühere *X-Bar* musste an alter Location in Schwabing wegen Kernsanierung des alten Gebäudes durch einen neuen Besitzer weichen. In diesem Fall konnte ein neuer Standort im Stadtteil Lehel gefunden werden.

Der oben bereits erwähnte *La Rumba Latin Club* eröffnete an bekannter Location des ehemaligen *Ruby*. *DNA* und *G3 Club & Lounge* eröffneten beide im Werksviertel am Ostbahnhof.

Eine Mischung aus Kunstraum / Off Space, Veranstaltungshalle und soziokulturellem Zentrum bildet das *ZIRKA – Zentrum für interdisziplinäre Raum- und Kulturarbeit*. Betreiber:in ist die *Experimental Exchange GmbH*.

Die Soziokultur ist dabei auch Teil der Selbstbeschreibung sowie des Marketings und bildet somit einen Teil des erwerbswirtschaftlichen Geschäftsmodells. Es handelt sich um eine Zwischennutzung zunächst bis 2026. Gegenwärtig laufen aussichtsreiche Verhandlungen für eine Vertragsverlängerung.

Grundlegende Tendenz: Eine gewisse Dynamik an Schließungen und Neueröffnungen ist normal. Offensichtlich bleibt es aber eine große Herausforderung, vorhandene Räume zu halten und adäquate neue Standorte zu finden.

Bezogen auf die Auswirkungen der Pandemie wurde in den strukturierten Interviews mit Spielstättenbetreiber:innen und dem VDMK mehrfach darauf hingewiesen, dass kein Club wegen der Pandemie schließen musste. Die Corona-Hilfen wurden als existenziell wichtig bewertet und haben gewirkt.

Tabelle 3.6: 11 Neueröffnungen seit Beginn 2020

Name / Musikspielstätte	Typ	Kategorie Drei-Sektoren- Modell (P, I, Ö)	Kuratiertes Programm	Genre			
				Pop, Rock, Jazz, Hip-Hop, elektronische Musik	Volksmusik / traditionell	Schlager	Klassische / Neue Musik
1. ABC - Alte Börse Club	Club	Privatsektor	<input checked="" type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
2. Bar Montez	Jazzclub / Musikbar	Privatsektor	<input checked="" type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
3. Bergson Kunstkraftwerk	Club	Privatsektor	<input checked="" type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
4. Call Me Drella	Club	Privatsektor	<input checked="" type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
5. DNA Diverse Nightlife Aesthetics	Club	Privatsektor	<input checked="" type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
6. G3 Club & Lounge	Club	Privatsektor	<input checked="" type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
7. La Rumba Latin Club	Club	Privatsektor	<input checked="" type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
8. LEGAL Club und Bar	Club	Privatsektor	<input checked="" type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
9. Max Belle Spitz	Musikbar	Privatsektor	<input checked="" type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
10. "X" Lehel	Musikbar	Privatsektor	<input checked="" type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
11. ZIRKA	Offspace / Soziokulturelles Zentrum / Halle	Privatsektor / Intermediärer Sektor	<input checked="" type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>

3.7 Unterscheidung von Musikspielstätten als Unternehmen/Institution und als Standort

Ein gewisses Maß an Schließungen und Neueröffnungen von Musikspielstätten ist normal. Hier ist es wesentlich, zwischen zwei Kategorien zu unterscheiden:

- Die Musikspielstätte als wirtschaftliches Unternehmen oder Institution.
- Die Musikspielstätte als räumlicher Standort (Perspektive eines Katasters).

Das ermöglicht vier Fallunterscheidungen mit drei möglichen Auswirkungen auf den durch Musikspielstätten genutzten Immobilienbestand.

Bei Schließungen:

- Fall 1: Steht der Standort noch zur Nutzung durch Musikspielstätten zur Verfügung, wenn die dort angesiedelte Spielstätte den unternehmerischen Betrieb einstellt, so ist die Schließung bestandsneutral.
- Fall 2: Fällt dieser Standort für eine solche Nutzung als Musikspielstätte weg (bspw. durch Abriss oder eine andere Nutzung), dann wirkt die Schließung bestandsmindernd.

Bei Neueröffnung:

- Fall 3: Eröffnet die Spielstätte in einer neu gebauten Immobilie bzw. einem Standort, der vorher noch nicht als Musikspielstätte genutzt wur-



Abb. 3.7.1: Bestandsauswirkungen von Neueröffnungen und Schließungen

- de, so wirkt dies bestandsweiternd.
- Fall 4: Wechseln an ein und demselben Standort lediglich die Betreiber:innen und die Nutzung als Musikspielstätte wird fortgeführt, dann ist die Neueröffnung bestandsneutral.

11 Neueröffnungen bei 14 Schließungen wirken auf den ersten Blick nicht allzu dramatisch. Die semistrukturierten Interviews reflektieren andererseits individuelle Erfahrungswerte, die zeigen, dass es immer schwieriger wird, vorhandene Räume zu halten und adäquate neue Räume zu finden.

Die 11 Neueröffnungen fanden zum erheblichen Teil in Räumlichkeiten statt, die bereits früher Musikspielstätten waren, was bestandsneutral wirkt (Fall 1). Es gab jedoch mindestens drei Eröffnungen an neuen Standorte, die bestandserweiternd wirken (Fall 2), nämlich das **Bergson Kunstkraftwerk** (im ehemaligen Heizkraftwerk im Stadtteil Aubing), das **DNA Nightlife Aesthetics** (im Werksviertel) und die **Bar Montez** (im neuen Rosewood Hotel).

In den semistrukturierten Interviews wies beispielsweise der Betreiber des **DNA** darauf hin, wie erfolglos eine einjährige intensive Suche zunächst gewesen sei, bis zu dem „Glücksfall“, dass man die Option im Werksviertel angeboten bekommen habe. Das **Harry Klein** musste einem Hotelneubau weichen und hatte bei der Suche kein Glück. Das **8 Below** wurde ebenfalls durch ein geplantes Neubauprojekt verdrängt. Der Investor war in diesem Fall das mittlerweile insolvente Immobilienunternehmen SIGNA von René Benko. Das **X Lehel** hat als kleine Location zwar neu eröffnet, wurde aber vorher in Schwabing am alten Standort verdrängt (im Sommer 2019), um dann 2020 im **Lehel** neu zu eröffnen. Der **Legal Club** startet in einer Location, in der vorher der **Folks Club** beheimatet war. Vom Standort, den sie vorher mit einem anderen Club bespielt haben, wurden sie, soweit das per Internetrecherche zu ermitteln war, verdrängt.

Bei den 14 Schließungen konnte nicht in jedem Fall der exakte Schließungsgrund recherchiert werden. So bittet das **Beach 38°** seine Community auf der Website, bei der Suche nach einer neuen Location zu helfen, weil man keine Genehmigung zum weiterführenden Betrieb am alten Standort erhalten hat. Das **Nerodom** wurde verdrängt, nachdem das Gebäude, in dem sich der Club befand, verkauft wurde. Nach Aussage des Nerodom-Teams auf facebook konnte man trotz intensiver Verhandlungen leider keine Übereinkunft zu neuen Konditionen mit dem/der neuen Vermieter:in finden.

Neueröffnungen von Musikspielstätten sind offensichtlich kapitalintensiver geworden, egal ob es sich um eine Neugründung oder einen Umzug handelt. Gestiegene Kosten, verändertes Konsumverhalten und bürokratische Auflagen erschweren Neueröffnungen zusätzlich und machen den Betrieb für neue und vor allem für unerfahrene Gründer:innen sehr schwierig.

Die genannten Punkte sind auch ein Argument dafür, in München ein Clubkataster einzurichten. Das würde den Prozess und die Gesamtlage verdeutlichen.

3.8 Methodik

Die Ergebnisse dieser Studie speisen sich aus unterschiedlichen Methoden. Die Recherchen internationaler, nationaler und Münchner Studien und Veröffentlichungen sowie Vorgespräche mit relevanten Stakeholdern aus Politik (Stadtrat), Verwaltung (Kulturreferat und Kompetenzteam Kultur- und Kreativwirtschaft, Moderation der Nacht/MoNa) und Szene (Verband der Münchner Kulturveranstaltenden e.V./VDMK) mündeten in einen abgestimmten Interviewleitfaden für acht Interviews mit Betreiber:innen oder leitenden Angestellten von Münchner Musikspielstätten.

Vorliegendes statistisches Datenmaterial aus der Kultur- und Kreativwirtschaft wurde ebenso auf seine Verwertbarkeit geprüft, wie Veröffentlichungen des Bundesverbands der deutschen Musikwirtschaft (bdv), der LiveKomm sowie anderer Verbände und Institutionen. Hier ist beispielsweise die bundesweite Clubstudie der Initiative Musik zu nennen sowie deren Spielstättenporträt von 2010/11, Studien zur Kölner Club- und Veranstaltungsszene, zur Berliner Clubkultur, ökonomische Wirkungsanalysen des Musikökosystems in Deutschland sowie internationale Studien und Veröffentlichungen. Sehr positiv sehen die Autoren den aktuellen Ansatz des Deutschen Musikinformationszentrums (MIZ).²⁴

²⁴ vgl. Fischer, Benjamin und Krohn, Philipp (veröffentlicht am 10.09.2024): Panorama der Clublandschaft, abgerufen am 10.10.2024 von <https://miz.org/de/beitraege/panorama-der-clublandschaft>

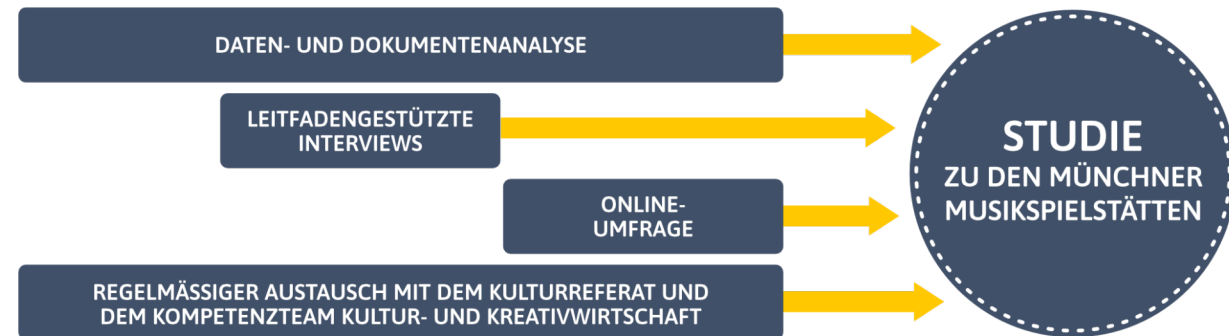


Abb. 3.8.1: Methodik der Münchner Musikspielstättenstudie

Die Kombination dieser Elemente ergab eine Auswertungsgrundlage, deren Zwischenergebnisse regelmäßig mit den Auftraggeber:innen diskutiert wurden. Diese Kombination quantitativer und qualitativer Daten erfordert zwar erhöhten Aufwand in der Aufbereitung des Materials im Sinne einer transparenten Datengrundlage und Vergleichbarkeit der Daten, gehört aber zur Forschungsstrategie und wird als Triangulation bezeichnet.

Die acht semistrukturierten Interviews wurden vom 14. Februar bis zum 5. März 2024 mit ebenso vielen Gesprächspartner:innen durchgeführt, sechs davon vor Ort in München, zwei davon online. Es handelte sich um Gespräche mit einer Länge von jeweils 77 bis 136 Minuten. Die daraus entstandenen Transkriptionen umfassen 196 Seiten in DIN-A4.

Die Auswahl der Gesprächspartner:innen erfolgte gemeinsam mit den Auftraggeber:innen. Im Sinne eines semistrukturierten Interviews diente dies der Situationsanalyse. Durch den Leitfaden wurden relevante Themenbereiche vorab formuliert und mit Fragen unteretzt. Die tatsächliche Auswahl der Fragen hing vom Gesprächsverlauf ab. Nicht alle Fragen mussten zwingend beantwortet werden. Eine höhere Priorität lag auf dem Gesprächsfluss, der auch inhaltlich durch die Befragten mitbestimmt wurde, um relevante Themen in der Tiefe, statt in der Masse zu bearbeiten. Die Interviewer distanzieren sich jedoch bewusst von Interviewtechniken wie dem narrativen Interview. Stattdessen lenkten diese das Gespräch durch die verschiedenen Themenbereiche, im Sinne eines problemzentrierten Interviews.

Dabei waren die Interviewer darum bemüht, eine aktive Rolle in der Gesprächsführung wahrzunehmen, möglichst ohne die Erzähllogik zu beeinflussen.

Die Erkenntnisse aus den Interviews wurden mit den Auftraggeber:innen diskutiert, ohne einzelne Aussagen den Interviewpartner:innen zuzuordnen. **Die Interviewmitschnitte und Transkriptionen wurden nicht an die Auftraggeber:innen weitergeleitet und nach Beendigung der Studie DSGVO-konform gelöscht bzw. vernichtet.**

Die überwiegende Anzahl der Gesprächspartner:innen in den Interviews kam aus der elektronischen Musikkultur. Den Autoren ist bewusst, dass dies zu einem gewissen Bias führen kann.

Daher wurde die nachfolgende Online-Umfrage genutzt, um eine Reihe von Aussagen auf breiterer Basis zu überprüfen. Hier wurden aber auch andere Themenbereiche angesprochen, als in den Interviews.

Die Analyse internationaler Veröffentlichungen zur Situation von Musikspielstätten muss insgesamt als wenig ergiebig bewertet werden. Das internationale Phänomen des „Clubsterbens“ wird in zahlreichen seriösen journalistischen Quellen behandelt. Allerdings mangelt es sehr an Analysen, die wissen-

schaftlich fundiert in die Tiefe gehen. Themen und Good Practices wurden im Rahmen der Münchner Interviews, der Umfrage und der Diskussionen mit den Auftraggeber:innen zwar aufgegriffen, Kernkenntnisse und Handlungsempfehlungen reflektieren aber vor allem die Erkenntnisse des empirischen Prozesses in München. Der Fokus lag dabei ganz klar auf den in Kapitel 2 genannten Zielen. Allerdings war es den Autoren und den Auftraggeber:innen ein Anliegen, einen Beitrag zur Erweiterung der Systematik der Musikspielstätten erfassung zu leisten, bzw. zu einer konstruktiven, zukunftsorientierten wissenschaftlichen Diskussion beizutragen.

4 ERKENNTNISSE AUS DER UMFRAGE

Die Teilnahmequote der Online-Umfrage ist sehr positiv zu bewerten. Von 48 Teilnehmenden wurde die Umfrage gestartet und 43 haben sie beendet. Bezieht man dies auf die 153 im Mapping identifizierten Musikspielstätten so entspricht das einer Quote von 28,1%.

Gleicht man die Anzahl der Umfrageteilnehmenden nach Musikspielstättentypen mit den Ergebnissen des Mappings ab, so ist festzustellen, dass in der Umfrage ein höherer Anteil an Konzert-/Veranstaltungshallen sowie an Soziokulturellen Zentren und Kunsträumen/Offspaces zu verzeichnen ist, als im Mapping. Geringer vertreten sind Musikclubs und Musikbars. Lediglich einer von vier Jazzclubs hat teilgenommen. Gleichzeitig ließen sich den unterschiedlichen Spielstättentypen keine eindeutigen Charakteristika oder Muster bspw. bezogen auf Umsatz oder Anzahl der Erwerbstätigen zuordnen. Um diese zu identifizieren, wäre eine deutlich höhere Teilnehmendenzahl notwendig.

4.1 Aktuelle Kennzahlen und Vergleich zu 2019

Ein schon in Kapitel 3 eingeführtes, wesentliches Kriterium zur Definition von Musikspielstätten ist die Anzahl der Musikveranstaltungen im Jahr. Dieses ist aber auch immer im Zusammenhang mit anderen Kriterien zu sehen. So mag es überraschen, dass bei der Online-Umfrage auch Spielstätten enthalten sind, in denen lediglich bis zu 25 Musikveranstaltungen im Jahr stattfinden. Die vertiefende Datenanalyse zeigt, dass darunter vier gemeinnützige soziokulturelle Zentren mit bis zu 11 Mitarbeiter:innen ver-

treten sind. Ebenso finden sich hier auch Einzelunternehmen sowie Betriebe mit 1,0 bis 1,5 Mio. € und über 2,0 Mio. € Umsatz bei bis zu 40 Beschäftigten. Prinzipiell können auch große Konzert- und Veranstaltungshallen als sporadische Musikveranstaltungsorte eine starke Wirkung erzielen. Aus genannten Gründen wurde die Größenordnung mit bis zu 25 Musikveranstaltungen im Jahr in der Umfrage nicht pauschal herausgelassen.

Abbildung 4.1.1 zeigt deutlich, dass bei den Teilnehmenden an der Online-Umfrage die Musikspielstätten mit einer geringeren Anzahl an Musikveranstaltungen im Jahr 2023 überwiegen. Zunächst lassen sich 20,9% als sporadische Musikspielstätten mit bis zu 25 Musikveranstaltungen klassifizieren. Über die Hälfte der Teilnehmenden (53,5%) gab an, dass in ihrer Spielstätte 26 bis 100 Musikveranstaltungen im Jahr 2023 stattgefunden haben, was etwa zwei bis acht Musikveranstaltungen im Monat entspricht. Somit liegt nur gut ein Viertel der Teilnehmenden darüber (25,7%). Während lediglich 4,7% angeben, durchschnittlich etwa 3 bis 4 Veranstaltungen wöchentlich durchzuführen (151 bis 200 pro Jahr), gaben 11,6% an, durchschnittlich ca. 4 bis 6 Veranstaltungen pro Woche zu präsentieren (201 bis 300 pro Jahr). Jeweils 4,7% gaben jeweils an, dass 301 bis 400 und über 400 Musikveranstaltungen im Jahr 2023 in ihren Räumlichkeiten stattfanden. Hier wird es sich vermutlich um Orte mit mehr als einem Veranstaltungsraum handeln. Zusammengerechnet fanden bei 21% der Teilnehmenden mindestens 4 Musikveranstaltungen pro Woche statt.

Wie viele Musikveranstaltungen fanden 2023 in Ihrer Spielstätte statt?

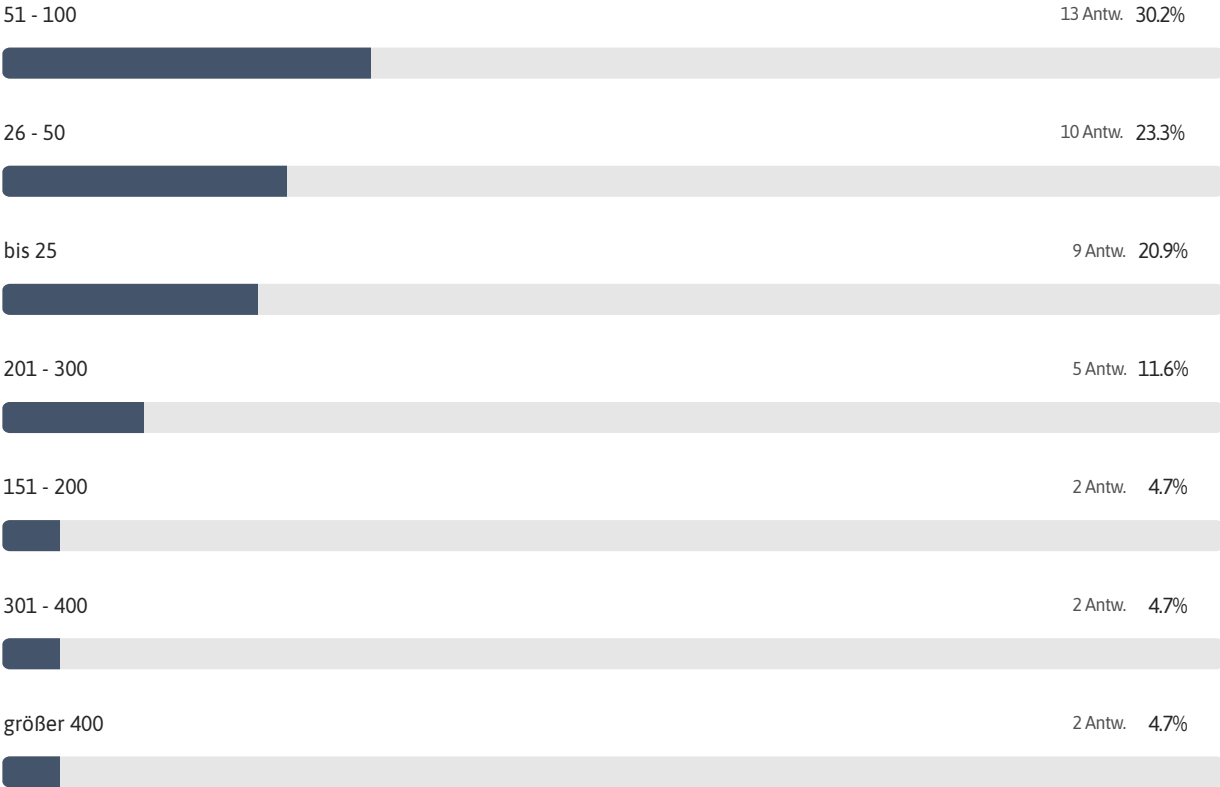


Abb. 4.1.1: Anzahl der Musikveranstaltungen im Jahr pro Spielstätte

Wie stellt sich die wirtschaftliche Gesamtsituation der Münchner Musikspielstätten dar?

Der größte Anteil der Befragten charakterisiert die eigene wirtschaftliche Lage durch die Bewertung „teils/teils“ als mittelmäßig. 38,1% der Teilnehmenden beschreiben sie als „eher gut“ bis „sehr gut“, wobei eine einzige Spielstätte (2,4%) ihre Situation als „sehr gut“ bewertet. 21,5% bewerten die Lage als „eher schlecht“ (16,7%) oder sogar als „sehr schlecht“ (2,4%).

Wie bewerten Sie die aktuelle wirtschaftliche Lage ihrer Spielstätte?

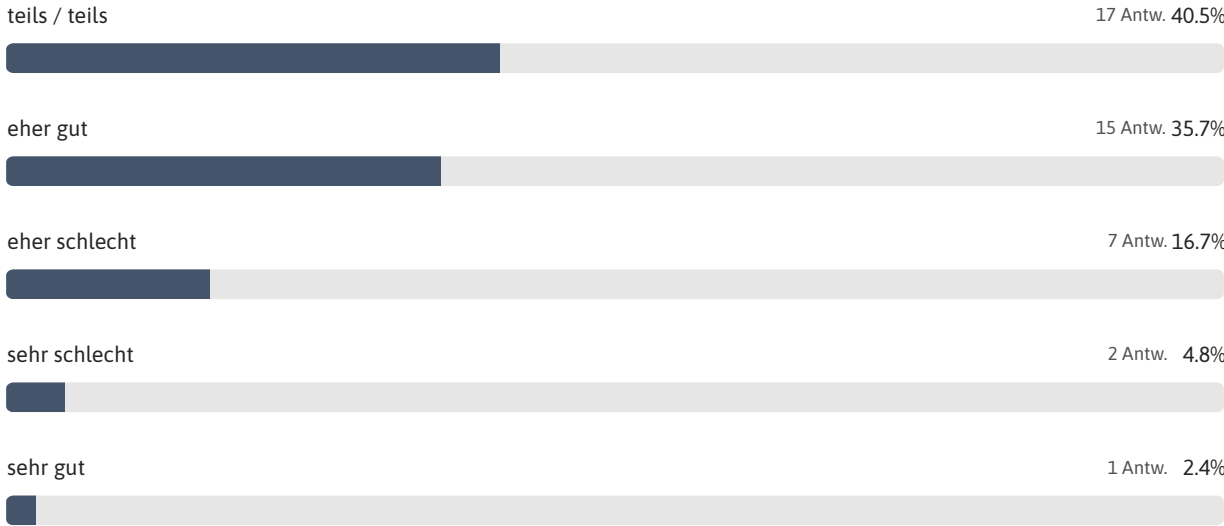


Abb. 4.1.2: Bewertung der aktuellen wirtschaftlichen Lage

Welche Unterschiede existieren bei dieser Einschätzung im Vergleich zu der Zeit vor Corona? Welche tendenziellen Veränderungen sind bei Kennzahlen wie dem Jahresumsatz, dem Jahresgewinn oder den Kosten im Vergleich zu 2019 ablesbar?

Insgesamt hat sich die wirtschaftliche Situation im Vergleich zu 2019 bei den meisten Teilnehmenden verschlechtert oder stagniert. Die Kosten haben bei 82,9% zugenommen. Gut die Hälfte der Teilnehmenden gibt an, dass ihr Jahresgewinn abgenommen hat (51,5%), während er bei einem Drittel gleich geblieben ist. Zumindest 15,2% konnten im Vergleich zu 2019 ihren Jahresgewinn erhöhen. Ein strukturelles Muster ist an dieser Stelle bei detaillierter Analyse der Hintergrunddaten aber nicht erkennbar, d. h. man kann bspw. nicht eindeutig feststellen, dass die Jahresumsätze bei Umfrageteilnehmer:innen bestimmter Rechtsformen, Musikspielstättentypen oder Umsatzgrößen eher zunehmen, abnehmen oder gleich bleiben.

Wie haben sich die folgenden Kennzahlen im Vergleich zu 2019 verändert?

	zugenommen	gleich geblieben	abgenommen
Jahresumsatz	45.7%	17.1%	37.1%
Jahresgewinn	15.2%	33.3%	51.5%
Kosten	82.9%	11.4%	5.7%

Abb. 4.1.3: Tendaussagen zu Veränderungen von Jahresumsatz, Jahresgewinn und Kosten im Vergleich zu 2019

4.2 Gründe für Schließungen und aktuelle Existenzrisiken

Acht Risiken wurden im Rahmen der Online-Umfrage angesprochen. 41 Teilnehmende beurteilten sie anhand einer Skala von 0 (niedrig) bis 4 (hohes Risiko).

Worin sehen die Musikspielstättenbetreiber:innen bei dieser aktuellen Entwicklung die größten Gefahren für ihr Unternehmen? Was sind die größten Existenzrisiken? Und was kann zu Schließungen führen oder hat dazu geführt?

Fasst man die mittleren bis hohen Risikobewertungen zusammen (Bewertung 2 und 4), ergibt sich folgendes Ranking:

- 1. Bürokratische Auflagen: 73,1% (30 Bewertungen)
- 2. Inflation: 65,9% (27 Bewertungen)
- 3. Fachkräftemangel: 65,8% (27 Bewertungen)
- 4. Publikumsrückgang: 61,6% (25 Bewertungen)
- 5. Anwohner:innenproteste/-klagen: 57,5% (24 Bewertungen)
- 6. Mietpreiserhöhungen: 48,7% (20 Bewertungen)
- 7. Immobilienverdrängung: 45% (18 Bewertungen)
- 8. Mangelnde Erreichbarkeit durch ÖPNV: 31,6% (14 Bewertungen)

Diese Risiken werden in den nachfolgenden Abschnitten der Reihe nach erläutert.

Wie beurteilen Sie die genannten Risiken für die Zukunft Ihrer Musikspielstätte in München?

	0	1	2	3	4
Mietpreiserhöhungen	28.2%	23.1%	12.8%	12.8%	23.1%
Verdrängung durch Immobilienprojekte mit anderer Nutzu...	42.5%	12.5%	10%	12.5%	22.5%
Anwohnerproteste / -klagen	27.5%	15%	27.5%	20%	10%
Publikumsrückgang	15.4%	23.1%	43.6%	7.7%	10.3%
mangelnde Erreichbarkeit (z. B. mit ÖPNV)	57.9%	10.5%	21.1%	10.5%	0%
bürokratische Auflagen	12.2%	14.6%	34.1%	19.5%	19.5%
Inflation	2.6%	31.6%	21.1%	31.6%	13.2%
Fachkräftemangel	13.2%	21.1%	31.6%	26.3%	7.9%

Abb. 4.2.1: Beurteilung von Zukunftsrisiken durch Musikspielstättenbetreiber:innen

4.2.1 Risiko bürokratische Auflagen

73,1% der Befragten (30 Personen) bewerteten bürokratische Auflagen als mittelgroßes bis hohes Risiko für die Zukunft ihres Unternehmens. Mit dem Skalenwert 4 bewerteten 8 von 41 Clubbetreibenden (19,5%) die bürokratischen Auflagen als besonders hohes Risiko.

Im folgenden Kapitel 4.2.2 wird das Inflationsrisiko behandelt. Abbildung 4.2.2.1 zeigt, dass 46,2% der Befragten bürokratische Auflagen als starke bis extreme Kostentreiber einordnen. 43,6% klassifizierten sie als moderate Kostentreiber.

In den Freitextfeldern der Umfrage gab es einige Kommentare zum Thema Bürokratie:
„Bürokratieabbau vor allem bei Förderungen ist dringend erforderlich!“, **„Bürokratie abbauen - Spielstätten ausbauen“**, **„Warum macht man es Gaststätten die ein Herz haben für Bands und Tanz so schwer, mit einer Nutzungsänderung von ‘ab und zu Musik’ spielen zu ‘dauerhaft Musik spielen’. Wir brauchen mehr wie 24 Veranstaltungen im Jahr. Es muss doch eine Möglichkeit geben, diesen Vorgang zu vereinfachen.“**

4.2.2 Risiko Inflation

Abbildung 4.2.2.1 gibt einen Überblick darüber, inwiefern die Teilnehmenden der Online-Umfrage von den sechs dort genannten Kostenarten, die auch in den Interviews als relevant benannt worden waren, betroffen sind.

Zum Zeitpunkt der Umfrage ergibt sich diesbezüglich das folgende Ranking, wenn man die Bewertungen „extrem“ und „stark“ zusammenfasst:

- 1. Energie (69,2%)
- 2. Wartungskosten (51,3%)
- 3. Bürokratische Auflagen (46,2%)
- 4. Reinigungskosten (40,5%)
- 5. Miete (25,0%)
- 6. Umweltauflagen (11,1%)

Inwieweit sind Sie von folgenden Kostentreibern betroffen?

	extrem	stark	moderat	minimal
Miete	5.6%	19.4%	25%	50%
Energie	12.8%	56.4%	28.2%	2.6%
Wartungskosten	18.9%	32.4%	40.5%	8.1%
Umweltauflagen	8.3%	2.8%	55.6%	33.3%
Reinigungskosten	5.4%	35.1%	45.9%	13.5%
Bürokratische Auflagen	15.4%	30.8%	43.6%	10.3%

Abb. 4.2.2.1: Beurteilung von sechs Kostentreibern für den Geschäftsbetrieb

Addiert man die Werte für gestiegene und stark gestiegene Kosten so ergibt sich folgendes Ranking:

- 1. Personalkosten (91,9%)
- 2. Getränkeeinkauf (86,9%)
- 3. PR-Kosten (86,1%)
- 4. Künstler:innen-Honorare (81,6%)
- 5. Druckmaterialien (73,0%)
- 6. Online-Werbung (70,3%)

Die Abbildungen Abb. 4.2.2.1 und 4.2.2.2 geben einen ersten Eindruck darüber, inwieweit die an der Umfrage teilnehmenden Unternehmen von den 12 genannten Kostentreibern und Kostensteigerungen seit 2019 betroffen sind.

Inwieweit haben sich die folgenden Kosten seit 2019 verändert?

	stark gestiegen	gestiegen	gleich geblieben	gesunken	stark gesunken
Personal	32.4%	59.5%	5.4%	2.7%	0%
Künstler:innen-Honorare	18.4%	63.2%	15.8%	2.6%	0%
Getränkeeinkauf	21.1%	65.8%	13.2%	0%	0%
Druckmaterialien	8.1%	64.9%	24.3%	2.7%	0%
Online-Werbung	13.5%	56.8%	29.7%	0%	0%
PR-Kosten	11.1%	75%	11.1%	2.8%	0%

Abb. 4.2.2.2: Kostenveränderungen seit 2019

4.2.3 Risiko Fachkräftemangel

Das Risiko des Fachkräftemangels ist sehr allgegenwärtig, ähnlich wie in anderen Bereichen der Gastronomie und Hotellerie. Im Rahmen der Erkenntnisse aus den Interviews wird näher darauf eingegangen, ebenso wie in Kapitel 7.3 bei den direkten Effekten.

4.2.4 Risiko Publikumsrückgang und Veränderungen in der Publikumsstruktur

Hinter dem Risiko des Publikumsrückgangs verbergen sich mehrere Faktoren, die in ihrem Zusammenspiel existenzgefährdend wirken können, beispielsweise veränderte Kaufkraft, Publikumsdemographie und -verhalten, die in diesem Kapitel zusammenhängend dargestellt werden.

In der Online-Umfrage bewerteten zunächst 61,6% der Teilnehmenden den Publikumsrückgang als mittleres bis großes Risiko (Summe der Bewertungen 2-4 auf der Risikoskala). Bezüglich der durchschnittlichen Publikumsauslastung vor und nach der Pandemie ergaben sich auf den ersten Blick keine dramatischen Veränderungen.

Das Problem stellt sich jedoch anders dar: Bei fünf zur Wahl stehenden Altersklassen des Publikums

Wie hat sich die Publikumsstruktur verändert?

	-2	-1	0	+1	+2
18-20	2.8%	8.3%	50%	33.3%	5.6%
21-29	2.7%	10.8%	45.9%	35.1%	5.4%
30-49	5.1%	15.4%	48.7%	23.1%	7.7%
50-64	7.7%	28.2%	46.2%	12.8%	5.1%
65+	23.1%	23.1%	43.6%	10.3%	0%

Abb. 4.2.4.1: Veränderungen in der Publikumsstruktur zwischen 2019 bis 2023

diagnostizierten zwischen 43,6% (bei einem Alter von 65+) und 50% (bei 18 bis 20-jährigen) keine Veränderung der Publikumsstruktur. Bei den Übrigen zeigt sich, dass deutlich mehr Spielstätten eine Zunahme beim jüngeren Publikum verzeichnen, als eine Abnahme. In absoluten Zahlen ausgedrückt: 15 der 39 Antworten gaben an, dass das Publikum zwischen 18 und 20 Jahren stark oder moderat zugenommen hat (38,9%). 18 Antworten benennen eine starke oder moderate Zunahme bei den Besucher:innen zwi-

schen 21 und 29 Jahren (40,6%). Beim älteren Publikum ist das umgekehrt, d.h. die Abnahmen sind signifikant häufiger als die Zunahmen: 14 Musikspielstätten gaben an, dass das Publikum im Alter von 50 bis 64 Jahren stark oder moderat abnimmt (35,9%). In der Altersgruppe über 65 Jahren diagnostizierten 18 Teilnehmende eine starke oder moderate Abnahme (46,2%). Die Ergebnisse untermauern, dass eine erhebliche Zahl an Musikspielstätten von dieser Verschiebung in der Altersstruktur des Publikums betroffen ist.

Wie sieht es hier mit den Auswirkungen auf die Einnahmen aus, bzw. inwieweit haben sich die durchschnittlichen Einnahmen pro Besucher:in verändert?

38 Personen gaben in der Online-Umfrage Auskunft darüber. 16 von ihnen (42,1%) gaben an, dass die Einnahmen pro Kopf gleich geblieben seien. Jeweils 11 gaben an (28,9%), die Einnahmen pro Kopf seien gestiegen oder gesunken. Es ist nicht davon auszugehen, dass der überwiegende Teil der Befragten diese Angaben inflationsbereinigt gemacht hat. Bedenkt man die Inflation der vergangenen Jahre, so bedeuten nominell gleich bleibende Einnahmen pro Besucher:in sinkende Realgewinne pro Kopf.

**Inwieweit stimmen Sie den folgenden Aussagen zu?
Die durchschnittlichen Einnahmen pro Besucher:in sind**

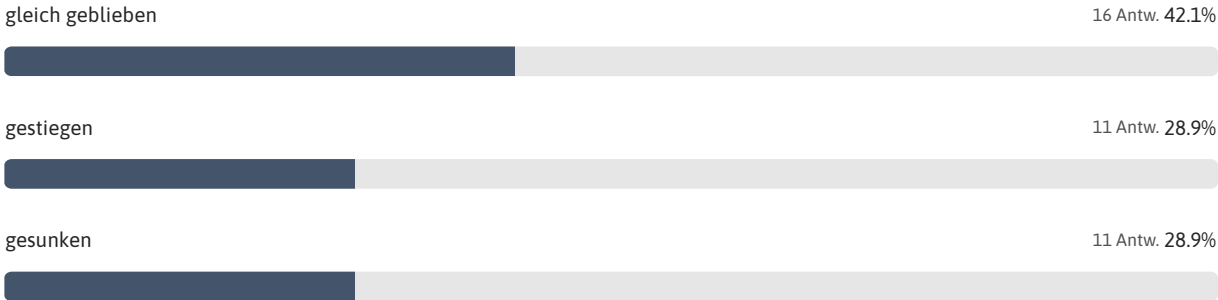


Abb. 4.2.4.2: Veränderung der Einnahmen pro Besucher:in

Die zunehmende Kurzfristigkeit von Konzertbesuchen wird mit 81,1% deutlich bestätigt. Auch knapp die Hälfte der Teilnehmenden (48,6%) bestätigt sinkende Vorverkaufszahlen. Weiterhin bestätigt Abbildung 4.2.4.3 mit 37,8% ein Verlangen des Publikums nach anderen Konzertformaten sowie gestiegene Ansprüche an „Awareness“-Angebote (29,7%).

In den Freitextfeldern wurden zur Frage „**Welche Veränderungen haben Sie im Verhalten des Publikums festgestellt?**“ 25 Antworten formuliert. Bemerkenswerte Aussagen waren „**Allgemein geringeres Ausgehverhalten**“, „**unzuverlässigere Buchungen**“, „**zögerlich im Kaufen der Karten im Vorverkauf**“, „**spontanere Ticketkäufe / schlechtere Planbarkeit**“, „**gesteigertes Anspruchsdenken**“. „**Die meisten gehen direkt nach Konzert nach Hause. Es gibt meist nur ausverkaufte oder abgesagte Konzerte. ... Konzerte die man früher als Aufbau mit einer Auslastung von 50-70% hatte, finden kaum noch statt**“. „**Ticket Vorverkauf bei jungen Leuten deutlich zugenommen. Konsumverhalten bei jungen Leuten extremer. Man geht nur noch zu sehr ausgewählten Events**“. „**Newcomerbands haben es schwerer, Experimentelle Musik ist schwer zu vermitteln, Clubbetrieb läuft gut, LGBTQ+ ist stärker geworden**“. „**Es brechen gerade bei den Jugendlichen und jungen Erwachsenen entsprechende jeweils spezifische Jugendkultur-**

Welche der folgenden Veränderungen im Publikumsverhalten haben Sie wahrgenommen?

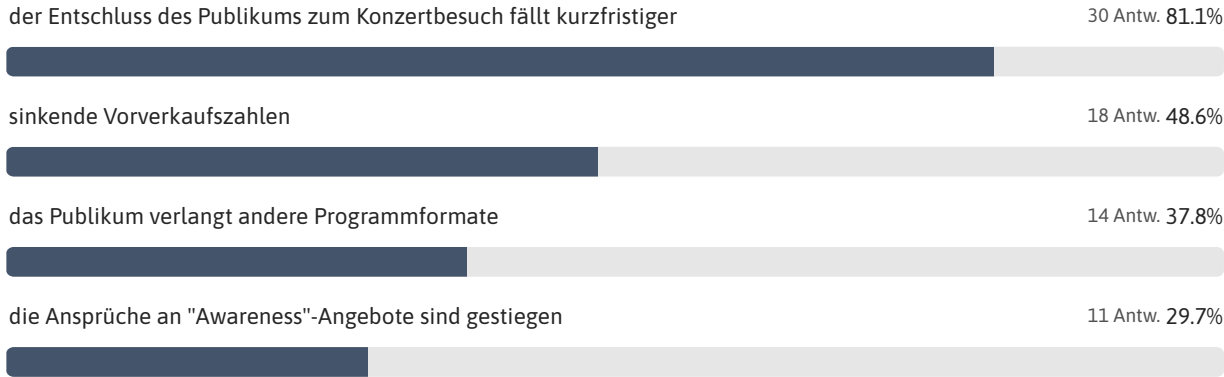


Abb. 4.2.4.3: Veränderungen im Publikumsverhalten

szenen weg“. „**Weniger Stammpublikum**“, „**sie geben das Geld gezielt aus**“, „**Forderung nach kostenfreien Angeboten**“, „**bemängeln alle Preise**“, „**Verhalten inzwischen weitestgehend wie vor Corona**“. „**Es gibt ständig Veränderungen beim Publikum. Wer das nicht erkennt, sollte keine Spielstätte betreiben. Nach der Pandemie konnte man zeitgleich beobachten, dass es zum einen eine Verrohung gab, zum anderen eine Sensibilisierung**“.

Die Aussagen zeigen ein Stimmungsbild, das an einzelnen Punkten variiert, was auch auf die Unter-

schiedlichkeit der einzelnen Spielstätten zurückzuführen ist. Insgesamt legen die Auswertungen nahe, dass die in den Interviews geäußerten Veränderungen des Publikumsverhalten die Planungsrisiken für einen erheblichen Teil der Musikspielstätten erhöhen, bei gleichzeitig gestiegenen Anforderungen an Programmgestaltung und Sicherheit. Insbesondere Veränderungen in den jungen Publikumssegmenten werden aber auch positiv gesehen, wie das letzte obige Zitat mit dem Stichwort „Sensibilisierung“ andeutet. Die Auswertung der strukturierten Interviews in Kapitel 5.1 macht das deutlicher.

4.2.5 Risiko Anwohner:innenproteste/ -klagen

Anwohner:innenproteste und -klagen werden in Abb. 4.2.1 von 57,5% der Teilnehmenden als mittleres bis hohes Zukunftsrisiko eingeschätzt. 20% bewerten sie als hohes Risiko (Skalenwert 3) und 10% als sehr hohes Risiko (Skalenwert 4). Das betrifft somit einen ganz erheblichen Anteil der befragten Musikspielstätten. Dabei resultiert das Problem häufig nicht aus mangelnder Schalldämmung des Gebäudes, sondern aus Lärm, den das Publikum auf dem Weg zur Spielstätte, auf dem Heimweg oder während der Wartezeiten vor dem Eingang verursacht. Ein anderer Aspekt sind Besucher:innen, die zwischenzeitlich zum Rauchen nach draußen gehen. Eine Zermürbung der Betreiber:innen durch Beschwerden und langwierige juristische Verfahren kommt hinzu. Diese Zusammenhänge werden in den Erkenntnissen aus den Interviews in Kapitel 5.5 näher erläutert.

4.2.6 Risiko Mietpreiserhöhungen

Lediglich 7% der Teilnehmenden an der Online-Umfrage sind Eigentümer:innen des Gebäudes, in dem sich ihre Spielstätte befindet. 53,5% sind Mieter:innen.

Wie sind die Eigentumsverhältnisse des Gebäudes, in dem sich Ihre Spielstätte befindet?

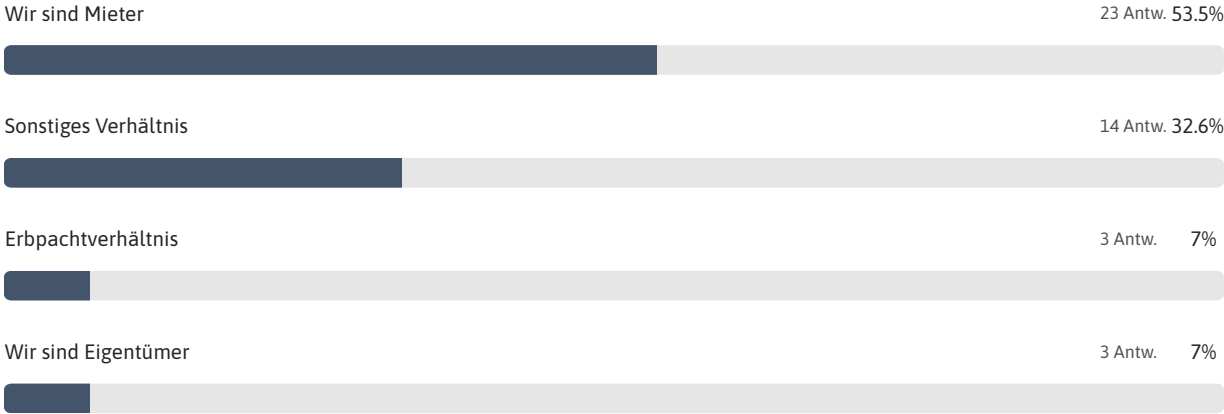


Abb. 4.2.6.1: Eigentumsverhältnisse der Spielstättenimmobilie

Abb. 4.2.1 zur Beurteilung von Zukunftsrisiken zeigt, dass 35,9% der Umfrageteilnehmenden das Mietrisiko als sehr hoch (Skalenwert 4 mit 23,1%) oder hoch (Skalenwert 3 mit 12,8%) einordnen. 12,8% haben den Mittelwert 2 gewählt, der als moderat beschrieben werden könnte. 51,3% markierte die Bewertungen 1 (23,1%) und 0 (28,2%), die man als gering bis minimal ansehen kann. Einen ähnlichen Gesamteindruck vermittelt Abb. 4.2.2.1 in Kapitel 4.2.2. Sie zeigt die Beurteilung von

relevanten Kostentreibern. 24,9% der Beteiligten an der Online-Umfrage bewerten die Mieten als extreme (5,6%) oder starke (19,4%) Kostentreiber. 25% beurteilen dies als moderat und 50% als minimal. Daraus lässt sich der Rückschluss ziehen, dass das Risiko für die Hälfte der Befragten gering und für etwa ein Viertel von ihnen hoch bis sehr hoch ist. Zu bedenken ist, dass sich 32,6% der Teilnehmenden der Umfrage als soziokulturelles Zentrum oder Jugendzentrum eingeordnet haben. Diese können

sich in kommunaler Trägerschaft befinden, werden öffentlich gefördert oder sind möglicherweise auch in einem Gebäude ansässig, das sich im Besitz der öffentlichen Hand oder eines anderen gemeinnützigen Trägers befindet. Die Detailanalyse der Umfrage zeigt, dass sich unter den Teilnehmenden, die das Risiko von Mietpreiserhöhungen als sehr hoch bewertet haben, neben 4 GmbHs und zwei Spielstätten sonstiger Rechtsform auch drei gemeinnützige Vereine befinden.

In der Regel sind die Mietverhältnisse über gewerbliche Miet- bzw. Pachtverträge geregelt. Wenn der Vertrag ausläuft, können oder müssen neue Konditionen ausgehandelt werden. Es passiert nicht selten, dass man sich nicht auf neue Konditionen einigen kann, die für die Mietpartei leistbar sind. Steht eine lukrativere Vermietung oder ein profitableres Nutzungsmodell für das Gebäude im Raum, können die Mietforderungen deutlich steigen und den/die Musikspielstättenbetreiber:in zur Aufgabe zwingen. Das Thema Mietpreiserhöhungen wirkt oftmals Hand in Hand mit Immobilienverdrängung.

4.2.7 Risiko Immobilienverdrängung

In Abbildung 4.2.1 bewerteten 45% der Teilnehmenden der Umfrage das Risiko einer Verdrängung durch Immobilienprojekte mit anderer Nutzung als mittleres bis hohes Risiko. 12,5% bewerteten es als hohes Risiko (Skalenwert 3) und 22,5% als sehr hohes Risiko (Skalenwert 4). Dies zieht sich durch alle Musikspielstättentypen und Rechtsformen wobei Musikclubs bei der höheren Risikobewertung stärker vertreten sind.

Die neun Bewertungen als sehr hohes Risiko wurden von fünf Musikclubs, drei Kunsträumen/Offspaces, drei Veranstaltungs-/Konzerthallen, zwei soziokulturellen Zentren sowie einer Musikbar/Musikcafé abgegeben (Mehrfachnennungen sind an diesem Punkt möglich). Bezogen auf die Rechtsform handelte es sich um drei eingetragene Vereine, drei GmbHs, zwei sonstige Rechtsformen und eine GbR. Mehr Einblicke in die Zusammenhänge ergaben sich aus den semistrukturierten Interviews (siehe Kap. 5.1.6).

4.2.8 Risiko mangelnde Erreichbarkeit (z. B. mit ÖPNV)

Das Risiko einer mangelnden Erreichbarkeit, bspw. durch den öffentlichen Personennahverkehr (ÖPNV), wird in Abb. 4.2.1, im Vergleich zu den bislang genannten Risiken, als geringer wahrgenommen. 57,9% sehen diesbezüglich gar kein Risiko (Skalenbewertung 0) und niemand (0%) bewertete das Risiko als sehr hoch (Skalenwert 4). 10,5% bewerteten das Risiko als gering (Skalenwert 2), 21,1% als moderat (Skalenwert 2) und 10,5% als hoch (Skalenwert 3). Ein wesentlicher strategischer Faktor ist dies sicherlich bei Musikspielstätten außerhalb des Stadtzentrums wie beispielsweise dem Bergson. Bei langfristigen Stadtplanungsprozessen zur Entwicklung neuer Stadtteile, bei denen mögliche Musikspielstättenstandorte frühzeitig zu berücksichtigen wären, sollte dies sicherlich eine zentrale Rolle spielen.

5 ERKENNTNISSE AUS DEN INTERVIEWS ZU SCHLIESSUNGEN UND EXISTENZRISIKEN

Die Auswertung der semistrukturierten Interviews war eine der Quellen zur Erstellung der Online-Umfrage. Letztere stellt somit auch eine breitere Überprüfung der wichtigsten Interviewaussagen dar. Zum besseren Verständnis werden einige wesentliche Aspekte aus den Interviews in diesem Kapitel in Verbindung mit Zitaten erläutert.

Wie haben die Münchner Musikspielstätten die Pandemie bewältigt?

Nach Aussagen von mehreren Musikspielstättenbetreiber:innen und VDMK ist die hiesige Clubszene, trotz aller finanziellen und mentalen Schwierigkeiten, die damit einhergingen, insgesamt noch „relativ gut“ durch die Pandemie gekommen. Ein Zitat fasst das gut zusammen.

Demnach erfolgte die Bewältigung der Corona-Pandemie innerhalb der Münchner Clubszene **„überraschenderweise sehr solidarisch. Unternehmerisch war es, dass man sich am Anfang extrem ausgetauscht hat. Jeder hat seine Infos bereitgestellt. Wie funktioniert wo welcher Antrag? Wo kann ich was stellen? Wie funktioniert die Soforthilfe, Überbrückungshilfe? Welche Programme gibt es? Das war sehr wichtig. Und ohne Hilfen wäre es nicht gegangen. Sei es Corona-Hilfe, sei es Soforthilfe, November-, Dezember-Hilfe, Überbrückungshilfe - ohne die geht es nicht. Es hätte kein Club überlebt. Und dann gibt es natürlich noch diese emotionale Schiene. Und ich glaube,**

die hatten wir alle, auch ich mit meinen Veranstaltungen, dass wir uns eigentlich nur durch Treffen und Ähnliches auch wieder motiviert haben, dabei zu bleiben. Du hattest so einen emotionalen Burnout - irgendwie.“

5.1 Aussagen zu bürokratischen Auflagen

Die zunehmende bürokratische Belastung wurde in sämtlichen Interviews kritisiert, zum Teil recht massiv - mal mehr und mal weniger konkret. Teilweise fühlen sich die Befragten von der Kommune im Stich gelassen und als Steuern zahlende Unternehmer:innen nicht ernst genug genommen.

„Sicherheit und Brandschutz sind wichtig. Aber all die Vorschriften. Und wenn dieses Auf- und Zumachen nicht so kostenintensiv wäre. Dann wäre ja auch viel mehr „gesunde Fluktuation“ da. Welche Generation macht denn da was Neues auf?“

Erhebliche Teile der Kritik betrafen Landes- und Bundeszuständigkeiten, aber es gab auch deutliche Anregungen für den städtischen Verwaltungsbereich. Insbesondere der Aufwand für Umkonzessionierungen wurde kritisiert, bspw. von einer Gastronomie auf einen Musikclub. Ein weiterer Punkt betraf den Aufwand von Veranstaltungsanmeldungen.

„Wir wünschen uns eine Differenzierung nach Veranstaltungstypen und eine präzise Beschreibung der Meldepflichten. Was genau muss angemeldet werden? Es kann doch nicht sein, dass man da für ein Kneipen-Quiz oder eine Lesung den gleichen Aufwand hat wie für ein Konzert. Und könnte man da nicht auch zwischen Konzerten und kleineren, konzertähnlichen Veranstaltungen unterscheiden?“

Ein weiteres Anliegen betraf die Frage, wie sich gewährleisten lässt, dass auch jüngere Verwaltungskräfte die Spielstätten, für die sie verantwortlich sind, tatsächlich vor Ort kennenlernen. Die genannten Fragen sind geeignet für bestehende Austauschformate mit der Stadtverwaltung wie dem „Runden Tisch Nachtleben“.

5.2 Aussagen zu Inflation und spezifischen Kostensteigerungen

Während der Interviews wurde immer wieder auf die erheblich gestiegenen Kosten hingewiesen, die man nicht komplett an die Gäste weitergeben könne. Allen Gesprächspartner:innen war wichtig, dass das Feiern im Club bzw. der Musikspielstätte nicht zum Luxusgut werden dürfe. Es solle gerade für junge Menschen, wie Studierende oder Auszubildende, bezahlbar bleiben. Das beinhalte die Getränkepreise. Einzelne Clubs unterteilen mittlerweile in normale Publikumsbereiche und VIP-Bereiche, in denen ein besser situiertes Publikum (auch im Sinne von Solidarität mit den Jüngeren) höhere Preise zahlt.

Zusammenspiel von allgemeiner Inflation, hohen Mieten und verändertem Publikumsverhalten

Der Anstieg der Lebenshaltungskosten bei ohnehin schon hohen Wohnungsmieten in München führt zu einer Veränderung des Besucher:innenverhaltens mit Auswirkungen auf die Auslastung und Einnahmen von Musikspielstätten.

„Ich glaube, dass sich durch Corona einfach wirtschaftlich sehr viel verändert hat. Also gerade die

Inflationen, natürlich die Baukosten, die extrem angestiegen sind. Ich glaube, dass es nach Corona noch schwieriger geworden ist, eine Eröffnung baulich umzusetzen und dass gleichzeitig die Gäste nicht mehr so regelmäßig feiern gehen. (...) Heute hat man das Gefühl, man sucht sich ganz spezielle Daten im Monat raus. Und dann geht man hin und für die gibt man das Geld dann auch aus. Wir sind für zehn Euro feiern gegangen. Heute gehst Du eigentlich nicht mehr unter 20, eher 25 Euro in einen Club – nur für den Eintritt. Ich glaube, das ist so der Hauptpunkt. Da haben sich sowohl die Gäste, das Verhalten und die Gästezahlen geändert, als auch die wirtschaftlichen Hürden, um das lukrativ zu gestalten.“

Angesprochen auf die drängendsten Probleme wurde insbesondere auf die Energiekosten verwiesen: **„Unser Business ist halt energieintensiv. Energie ist gleich Kosten. Die Kosten müssen wir halt weitergeben. Energiekosten heißt nicht nur unsere Energiekosten, weil es betrifft ja jede Industrie. Die treffen auch die Glashersteller von unserem Champagner und von unserem Wodka. Dann wird das Produkt wieder teurer - auch das Bier. Und, und, und ... Wir leben ja in einer Zeit der Krisen, und das merkt man wirklich. Die Frage ist halt: Irgendwann werden sich die Leute das Feiern nicht**

mehr leisten können. Und das wird ein Problem der Zukunft werden.“

Um den Eintritt sozialverträglich günstig halten zu können, bietet die Rote Sonne seit Anfang 2024 ein solidarisches Ticketing-Konzept an, das bereits vorher erfolgreich im mittlerweile geschlossenen Harry Klein getestet worden war. An fast jedem Abend werden Tickets in drei Preisklassen rausgegeben. Es wird ein Kontingent an 'sozialen Tickets' für 12 Euro festgelegt, das 'Mid-Price-Ticket', kostet 16 Euro und dann das 'Fair-Price-Ticket' 18 Euro.

„Diese 18 Euro sind nicht irgendwelche daher gehalten Zahlen. Wir brauchen das. Aber wir haben trotzdem gesehen, wir müssen die Schwelle niedriger setzen, damit junge Leute oder Studenten, die einfach nicht über so viel Geld im Geldbeutel verfügen, trotzdem noch die Möglichkeit haben, zu uns zu kommen. Und das System hat uns das ermöglicht (...) Niemand muss das nachweisen, niemand muss seinen Kontostand zeigen, niemand muss sagen, er ist arbeitslos oder weiß ich nicht was. Wir vertrauen darauf, dass die Leute das für sich selbst entscheiden. Und es funktioniert einigermaßen.“

Künstler:innengagen und das „neue Agenturverhalten“

Die Gagenentwicklung der letzten 20 Jahre stellt gerade bei den künstlerischen DJs ein Problem für die Clubs dar, insbesondere wegen einer Veränderung im Verhalten der Künstler:innen- bzw. Booking-Agenturen.

„Das typische Ding ist: Der Künstler hatte 'den und den' Release, aber wie viele Leute hören denn das in München? (...) Der heißt ja nicht Paul Kalkbrenner oder Taylor Swift oder wie auch immer, sondern wir sprechen ja auf einer Ebene, wo die Leute eigentlich völlig unbekannt sind. Und wir laden sie ein in die Stadt. Und wir sind eigentlich diejenigen, die die Talente von morgen schaffen.“

Hinzu kommt dann **„das neue Agenturverhalten: Das sind ja teilweise Riesenagenturen, die fressen ja sozusagen alle oder ziehen alle Künstler auf sich und machen ihnen tolle Angebote und sagen: »Du kriegst so viel Gigs im Jahr, du verdienst so und so viel«, und dann sind sie aber nicht mehr so frei als Künstler.“**

Tatsächlich zeigten Recherchen und eigene Erfahrungen der Autoren, dass ein Trend besteht, bei dem Agenturen die Gagen von Newcomer:innen im Vergleich zu früher schneller anheben, sobald sich Erfolg andeutet. Die Spielstätten, die mehr Risiko in der

Aufbauphase dieser Karriere auf sich genommen haben, kommen dann oft gar nicht mehr persönlich an die Künstler:innen heran. Gleichzeitig kann es passieren, dass eine hoffnungsvolle künstlerische Karriere abrupt abbricht oder Schaden nimmt, weil die Gagenforderungen zu schnell angehoben werden, damit die Agentur, in einem zugegebenermaßen harten Booking-Geschäft, möglichst früh die Gewinnmargen erhöhen kann. Das mag schnell als Einzelphänomen gewertet werden, das marktwirtschaftlich gesehen normal erscheint. Im Zusammenwirken mit anderen Faktoren birgt es aber ein deutliches Gefährdungspotenzial für all die Musikspielstätten, die Nachwuchskünstler:innen regelmäßig eine Chance geben.

„Also ich finde, diese Szene macht sich selbst kaputt, sage ich jetzt mal so, durch diese ganzen Agenturen, die sehr gierig unterwegs sind da draußen. Das ist für mich definitiv auch noch ein Punkt. (...) Also in der DJ-Booking-Szene ist es einfach so, weil die sonst auch nicht über die Runden kommen. (...) Also bei den kleineren Agenturen - die großen, würde ich jetzt mal sagen, die verdienen ganz gut. (...) Was man jetzt seit einem Jahr krank merkt, sind die Reisekosten. Also Reisekosten haben Ausmaße angenommen. 500 Euro Flug für einen Künstler aus Holland ist fast schon normal. Wir reagieren halt darauf, dass wir mit

Buy Outs arbeiten und fest sagen: »Wir haben das und das für Reise – fertig. Da geht nichts anderes.« Also das sind auch noch Kosten, die jetzt in den letzten Jahren schon spürbar höher geworden sind.“

5.3 Aussagen zu Fachkräftemangel

Das Thema Fachkräftemangel war in den Gesprächen sehr präsent, aber auch relativ schnell abgehandelt, denn es war klar, dass an fast allen Stellen Personal fehlt, sei es nun in der Bühnen- und Soundtechnik, bei den Türsteher:innen, beim Bar- und sonstigen Servicepersonal oder auch in der Organisation und Verwaltung. Ein Aspekt kam ebenfalls zur Sprache, der sich deutlich in den Umfrageergebnissen gezeigt hat. Ein Rückgang bei Teilzeitbeschäftigten und Mini-Jobs. Der Trend bestand schon vor Corona. In den Clubs arbeiten weniger Studierende als früher. Offensichtlich hat das auch mit verkürzten Studienzeiten wegen zunehmender Bachelor-Abschlüsse zu tun, die auch vom didaktischen Ablauf her stringenter getaktet sind, als früher. Studierende haben weniger Zeit, um neben dem Studium zu arbeiten, kommen aber schneller zum Abschluss.

5.4 Aussagen zu Besuchszahlen und Publikumsverhalten

Die Interviews mit den Spielstättenbetreiber:innen offenbarten ein vielschichtiges Zusammenwirken mehrerer Faktoren. Sämtliche Gesprächspartner:innen erwähnten Veränderungen in der Altersstruktur und damit verbunden in der Mentalität und Kaufkraft des Publikums. Der Anteil der Personen in höheren Altersgruppen (ab 40) habe mit der Pandemie abgenommen. Hier habe sich möglicherweise eine längerfristige Angst vor der Ansteckung mit Corona (Long COVID) ausgewirkt, bzw. die Gesundheitsbedenken erhöht. Der Anteil des jüngeren Publikums habe zugenommen.

Die Gesprächspartner:innen berichteten über den Pandemie bedingten Nachholbedarf der jüngeren Klientel, die aber in der Regel nicht so zahlungskräftig sei. Derartige Verschiebungen in der Publikumsdemographie können trotz guter Publikumsauslastung zu sinkenden Einnahmen führen.

Veränderungen im Publikumsverhalten zwischen den Generationen

In den Interviews wiederholten sich mehrere Aussagen zur Veränderung des Publikumsverhaltens.

Das junge Publikumssegment, das stark unter der Pandemie gelitten habe, habe darüber hinaus andere Bedürfnisse als die Gleichaltrigen vor der Pandemie, v. a. die unter 21-Jährigen. Das äußere sich in der Resonanz auf das Programm und ebenso im Verhalten in und um die Musikspielstätten.

Das Verhalten von großen Teilen des jungen Publikums war nach der Pandemie wohl zunächst geprägt durch exzessives Feiern – ein eindeutiger Nachholbedarf.

„Da gibt es jetzt so einen Cut. Also da ist so diese Nachgeneration nach Corona. Die, die nie in einem Club waren, die holen das jetzt nach. Man hat eigentlich so ein Gap zwischen den jetzt 20-Jährigen und 30-Jährigen. Die dazwischen sind irgendwie so eine verlorene Dekade an Konsumenten.“

Während Corona **„sind die jungen Leute ja in (inoffizielle) Räume gegangen und haben sich ausgelebt - unkontrolliert. Kontrolle meine ich jetzt nicht als negatives Wort, sondern einfach als wirklich 'ungelernt'. Und was wir hier erlebt haben, da wurde mir erst klar, dass man mit 18 oder Anfang 20 von seinen Freunden und Bekannten, die vielleicht schon ein bisschen älter sind, oder mit den Leuten, mit denen man ausgeht, etwas lernt: Wie verhalte ich mich im Club? Wie entsteht**

überhaupt dieses Gefühl? Wie entsteht dieser Vibe im Club? Wie entsteht das Miteinander? Wie entsteht das, dass ich durchlaufe, durch einen vollen Laden, und ich kriege keine Schulter ins Gesicht? Und so weiter. Das hat man so krass gemerkt am Anfang, dass die das alle nicht kannten. Jeder war für sich. Jeder war 'Lonely Ranger', so ungefähr, oder in seiner kleinen Gruppe. Aber es wurde nicht zu einer Masse (...). Das war ein Prozess von über einem Jahr, bis es wieder kam, bis ich wieder aus dem Team gehört und auch selbst gesehen habe: Wow! Krass! Jetzt ist hier gerade wieder das, was wir alle suchen - dieser Vibe! Der ist jetzt gerade wieder da.“

„Das ist, was sich wirklich extrem verändert hat: Das Konsumverhalten der jungen Leute. Das ist die Education im Club. Wie benimmt man sich? Und dass diese Generationen, die vor Corona gefeiert haben und jetzt nach Corona gefeiert haben, irgendwie wenig Gemeinsamkeiten haben. Ich glaube, da ist ein riesengroßer Klinsch mit zwei Generationen: Das ist einmal die Generation TikTok (...) und dann haben wir davor die Generation, für die Rave irgendwie etwas sehr Religiöses war, etwas Heiliges. Elektronische Musik ist so ein Lifestyle und sie sehen ganz viel Schaden dadurch, dass eine neue Generation, in ihrer TikTok Bubble, da auch einen Mainstream reinzieht. Ich

sage ganz ehrlich, meine Großeltern haben schon über uns geschimpft, dass wir von der komischen Generation sind. Das sind die nächsten, die über die nächsten schimpfen. Ich glaube, das muss man einfach irgendwie in den Kontext setzen und auch diese Generation hat ihre Vorteile und ihre Nachteile und macht es heute ganz gut, wie sie es macht. Aber es war natürlich ein riesengroßer Cut und auf einmal geht die Tür auf mit der Generation, die man irgendwie so noch nicht ganz verstanden hat."

Mehrere Clubbetreibende bemerken auch ein größeres Interesse an Zukunftsthemen und Gemeinschaftssinn. Hier scheint sich ein Mentalitätswechsel abzuzeichnen, dessen Ausprägung aber noch nicht klar greifbar ist. Zitat eines Clubbetreibers: **"Wir wissen noch nicht wo das hingeht, aber es ist spannend"**. In den Interviews wurde auch darüber gesprochen, dass der Geschmack an bestimmten Nischenprogrammen und weniger kommerziellen Musikstilen sowie dem zugehörigen Life Style bei 18-21-Jährigen meist noch nicht so stark ausgeprägt sei und sich häufig erst danach stärker herausbilde. Es wäre tragisch, wenn die Orte, an denen das dann geboten werden kann, verschwinden, bevor diese Altersgruppe es nachfragt.

Ein Gesprächspartner brachte es im Interview unter dem Stichwort „Generationengerechtigkeit“ auf den Punkt: **„Auch im Rahmen einer Generationen-Versöhnung sollte ein Staat solche Orte offen halten und die absichern.“**

Erhöhtes Bedürfnis an Sicherheit und Awareness-Konzepten:

Ein Münchner Good Practice: Das Harry Klein hatte gemeinsam mit dem Kompetenzteam Kultur- und Kreativwirtschaft München und einem Münchner Startup an der Entwicklung der Save-Now-App gearbeitet, die heute unter anderem im Pasha eingesetzt wird.

„Das ist eine gute Lösung, dass die Leute jetzt die Möglichkeit haben, mit einer App Hilfe zu holen. Das ist ein total tolles System. Die Leute können sich die App herunterladen und nutzen, wenn sie sich bedroht fühlen, oder in irgendeiner Notlage sind. App aufmachen und drücken. Und unser Türsteher weiß dann genau, wo die Leute sind: Toilettenkabine, Damentoilette, linke Kabine - so präzise ist das System. Und die Leute sind aufmerksam, das ist wirklich, wirklich Wahnsinn.“

Der Wunsch, den Besucher:innen ein höheres Maß an Sicherheit zu bieten, ist in allen geführten Gesprächen vorhanden. Ein Angebot für Schulungen des Personals wäre in vielen Fällen willkommen, aber die zusätzlich entstehenden Kosten stellen Probleme dar.

„Ich kann keine Leute jetzt noch (zusätzlich) bezahlen. (...) Wir haben ein Konzept im Team. (...) Aber um dem richtig gerecht zu werden, bräuchtest du zwei Leute in der Nacht, die nicht Türsteher sind, die hier durchlaufen und mit den Gästen sind und eingreifen und reagieren können. Und die müsstest du ja bezahlen.“

Mehrfach wird darauf hingewiesen, dass man sich das in der gegenwärtigen Situation nicht leisten könne, wobei es obendrein ja auch noch Personalmangel gebe.

5.5 Aussagen zu Anwohner:innen-protesten/-klagen

Die Verdrängung wegen Anwohner:innenbeschwerden wurde mehrfach und ausführlich thematisiert. Es wurde deutlich, wie sich das häufig über einen schrittweise zermürenden Prozess durch juristische Instanzen zieht. Interessenvertreter:innen der Musikspielstätten betonen, dass bis zu einer abschließenden behördlichen Klärung durch die zuständigen Gerichte oft vorübergehende Sonderauflagen erlassen werden - Übergangsregelungen, die aus Sicht der Gesprächspartner:innen zu häufig in zu hohem Maße zu Lasten des Spielstättenbetriebs gehen (z. B. durch Einschränkungen in der Außengastronomie und/oder der Öffnungszeiten). Im Ergebnis bedeutet das Umsatzeinbußen oder finanzielle Zusatzbelastungen bis zur endgültigen juristischen Klärung. Das kann existenzgefährdende Ausmaße annehmen. Mit dieser Zermübnungsstrategie können prozessierende Anwohner:innen auch dann erfolgreich sein, wenn es gar keine juristischen Erfolgsaussichten für ihre Klage gibt.

Immer wieder wird in den Interviews auf die Initiative clubsAREculture und ihre Forderungen zu Gesetzesänderungen auf Bundesebene verwiesen - die Anerkennung von Musikspielstätten als Kulturorte,

Übernahme des Londoner 'Agent-of-Change-Prinzips' und Veränderung der TA Lärm. Die Problematik wird durchgängig bestätigt und es werden deutliche Hoffnungen in diese Kampagne gesetzt.

Nach Äußerungen von Münchner Spielstättenbetreiber:innen und VDMK besteht auch in München der Eindruck, dass den Schallschutzinteressen und dem privaten Wohnraumschutz (Schallschutz) neu zugezogener Anwohner:innen aufgrund der aktuellen Gesetzeslage in der Regel Vorrang vor dem Bestandsschutz etablierter Musikspielstätten eingeräumt wird. Dies wird als unausgewogen empfunden. Wer neu in eine Nachbarschaft ziehe, könne schließlich entscheiden, ob er/sie sich einem vor Ort gegebenen erhöhten Lärmrisiko aussetzen will und solle auch dazu verpflichtet sein, sich selbst adäquat darüber zu informieren. Das erhöhte Existenzrisiko, das durch den als mangelhaft angesehenen Bestandsschutz für Musikspielstätten entsteht, wird sowohl bundesweit als auch international als wesentlicher Faktor für „Clubsterben“ angesehen.

Zur praktischen Umsetzung insbesondere des 'Agent-of-Change-Prinzips' bedarf es jedoch der Einführung eines Musikspielstättenkatasters, das Behörden, Immobilienkäufer:innen, Bauherr:innen, Investor:innen bzw. Wohnraumentwickelnde für stan-

dardisierte Abfragen nutzen müssen bspw. im Rahmen von Bauantragsverfahren. Dazu könnten die Erfahrungswerte von Städten abgefragt werden, die ein solches Kataster eingeführt haben, bspw. Köln, Leipzig, Hamburg oder Berlin.

Andere pragmatische Handlungsoptionen hat die Stadt München bereits ergriffen, bspw. die Moderation zwischen Anwohner:innen und Musikspielstätten durch AKIM - Allparteiliches Konfliktmanagement in öffentlichen Räumen.²⁵

²⁵ Gellert, Svenja (2017): AKIM - Allparteiliches Konfliktmanagement im öffentlichen Raum der Stadt München. In: sozialraum.de (9) Ausgabe 1/2017. URL: <https://www.sozialraum.de/akim-allparteiliches-konfliktmanagement-in-oeffentlichen-raum-der-stadt-muenchen.php>, abgerufen am 03.08.2024

5.6 Aussagen zu Immobilienverdrängung

Die Tatsache, dass man als Mietpartei mit Gewerbemietverträgen relativ schlecht vor Kündigung geschützt ist und die Kündigungsfristen darüberhinaus recht kurz sind, wurde in den Interviews mehrfach thematisiert. Häufig sind Gewerbemietverträge darüber hinaus befristet. Wenn seitens der Vermieter:innen auf Klagen von Anwohner:innen reagiert wird oder profitablere Nutzungsalternativen des Gebäudes gesehen werden, lässt sich einer Kündigung nicht viel entgegensetzen.

„Du kannst jederzeit gekündigt werden. Also gerade für den Club, den baust du auf, du investierst, du machst. Gerade bei uns. Wir hatten sehr hohe Investitionskosten (...) Genau, dieses Damoklesschwert, das war schon da: Irgendwann musst du da raus, irgendwann musst du da aufhören, was machst du dann? Findest du was Neues? Der Standortkampf ist schon das schwierigste.“

Immobilienruck entsteht wesentlich durch Geschäftsmodelle, die für Investitionen eine wesentlich höhere Rendite erwarten lassen, als sie durch gewerbliche Mieteinnahmen von Musikspielstätten er-

zielbar wäre. International agierende Immobilienunternehmen ohne einen konkreten Bezug zur Stadt haben Gemeinwohlinteressen oft nicht im Blick. Unternehmen, denen das wichtig ist und die bspw. Wohnungen nach dem Münchner Modell der sozialgerechten Wohnungsnutzung bauen, können in einen Interessenkonflikt geraten.

In einem der Interviews wurde es wie folgt beschrieben:

„Also wir haben eine Verdrängung. Wir stellen halt fest (...) es gibt zwei Bewegungen:

- **dass Hedgefonds oder Gesellschaften, die Innenstadt entwickeln mit Hotels und ähnlichem**
- **und dann diese Kultur und dieses junge Publikum nicht mehr erwünscht sind.**

Das wirkt verdrängend. Es entsteht aber nirgendwo anders etwas. (...) Dass das immer weiter nach außen wandert, in die anderen Stadtbezirke, das passiert in München nicht. München ist ja außen genauso entwickelt wie die Innenstadt. (...) Da müsste man einen Club in einer gutbürgerlichen Gegend etablieren.“

Marktübliche Gewerbemietverträge machen es Immobilienbesitzer:innen darüber hinaus leicht. Das Niveau des Kündigungsschutzes ist geringer als bei privaten Wohnmietverträgen. Außerdem sind Gewerbemietverträge häufig befristet. Nach Ablauf der

Vertragsdauer können Vermieter:innen einer Spielstätte kündigen, um lukrativere Angebote von (Bau-)Investor:innen anzunehmen. Das trifft darüber hinaus in starkem Maße Clubs, die ein Nischenpublikum und Minderheiten (z. B. LGBTQ+ Communities) ansprechen und nicht den Mainstream. Findet selbst ein etablierter Club keinen geeigneten und bezahlbaren Nachfolgeort mehr, bleibt nur die Schließung. Aktuelle Beispiele sind das *Harry Klein* und das *Nerodom*.

Dass die Geschichte der Münchner Musikspielstätten seit langem deutlichen Wanderungsbewegungen unterliegt, zeigte auch die Ausstellung „NACHTS: Clubkultur in München“.

Im Ausstellungskatalog findet man mehrere Stadtpläne, die die Lage von Münchner Musikclubs in unterschiedlichen Jahrzehnten anzeigen. (Während der Ausstellung war dieser Plan interaktiv.) Erwähnenswert ist ein Kommentar, der einen kurzen Eindruck von Wanderungsbewegungen der Clubs seit den 1980er-Jahren gibt: **„Klare Verschiebungen sind erst wieder in den 1980er-Jahren zu erkennen. Die Stadtpolitik dieser Zeit setzte nachwirkend bis in die 1990er-Jahre klar auf Vermeidung eines aktiven Nachtlebens in der Innenstadt. Daraus resultierte zum Beispiel die Hallenkultur in Stadtbereichen weit außerhalb der Innenstadt oder gar**

weitab in der Peripherie der Vororte. Seit der Jahrtausendwende ist Urbanität ohne ein heterogenes Nachtleben nicht mehr vorstellbar und so konnten sich vermehrt wieder Clubs in der Innenstadt ansiedeln, hier insbesondere in der Sonnenstraße sowie dem Glockenbachviertel. Die weitere Entwicklung ist völlig offen.”²⁶

Nach Aussagen aus den Interviews mit Münchner Musikspielstättenbetreiber:innen und dem VDMK nehmen bezahlbare Räumlichkeiten in zentraler Münchner Lage rapide ab. München sei auch schlichtweg „zu sauber“ und „zu ordentlich“. Es gebe zu wenige alte, renovierungsbedürftige Gebäude, wo sich noch relativ günstig ein alternativer Clubbetrieb ausprobieren ließe. Es gibt wohl auch keine verfügbaren Plakatierflächen, die nicht teuer angemietet werden müssen, um günstig für Nischenprogramme werben zu können.

„München ist zu teuer, München ist zu sauber. Und wir haben so ein Generationen-Gehaltsgefüge-Problem in München. Wir haben sehr, sehr viele Gutverdienende, die älter werden und sozusagen den Innenstadtwohnraum besetzen und damit eigentlich unter sich nichts mehr dulden.“

Der seit Jahrzehnten stattfindenden Wanderung von Musikspielstätten von einem Ort zum anderen fehlen demnach zusehends die Ausweichmöglichkeiten.

In den Interviews zu dieser Studie wurde u. a. betont, dass ein Herauswandern aus dem Stadtzentrum auch aufgrund des mangelnden ÖPNV-Ausbaus in München schwieriger sei. Positives Gegenbeispiel ist das Bergson Kunstkraftwerk im Stadtteil Aubing, das ein außergewöhnliches Konzept darstellt, in einer Größenordnung, die über mehrere Räumlichkeiten für Konzerte und Clubbing verfügen wird und diese nach und nach eröffnet. (In diesem Fall liegt eine Bahnanbindung mit der S3 und der Buslinie 143 vor).

Zum Abschluss von Kapitel 5 ist es den Autoren wichtig, einen methodischen Hinweis zu geben. Zur Erstellung der Studie wurden acht Interviews mit ebenso vielen Gesprächspartner:innen geführt. Dabei ist zu berücksichtigen, dass es sich in München um eine äußerst heterogene Szene von Musikspielstättenbetreiber:innen handelt. Bei weitem nicht alle von ihnen sind über den eigenen Geschäftsbetrieb hinaus so engagiert, wie die Gesprächspartner:innen in den Interviews. Außerdem handelte es sich

bei einem erheblichen Teil der Interviewpartner:innen um Betreiber:innen oder Mitarbeiter:innen von Musikclubs im Schwerpunkt elektronischer Musikkultur. Das kann einen Bias erzeugen. Dies ist bei der Auswertung der semistrukturierten Interviews zu berücksichtigen.

²⁶ Münchner Stadtmuseum (2022). NACHTS - Clubkultur in München, herausgegeben von: Eymold, Ursula und Gürich, Christoph. Sorry Press, München, S. 229

6 GRÜNDUNGSDYNAMIK, NACHFOLGE UND FAKTOREN FÜR NEUGRÜNDUNGEN

Dieses Kapitel behandelt zunächst Schlussfolgerungen aus der Online-Umfrage zur Gründungsdynamik und zur Motivation von Gründer:innen und Leitungspersonal. Hier wird ebenfalls berücksichtigt, seit wann die Spielstätten bestehen, wie lange die Umfrageteilnehmenden bereits in der aktuellen Position tätig sind und was sich auch aus der Rechtsform der jeweiligen Unternehmen und Institutionen ableiten lässt. Dies wird danach durch Erkenntnisse und Zitate aus den Interviews ergänzt, die Gründungsfaktoren von früher und heute reflektieren. Was bewegte die Teilnehmenden zur Eröffnung einer Spielstätte oder zum Einstieg in die Branche? Welche Motive und Ziele waren ausschlaggebend? Und was hat sich seit der Gründung verändert?

6.1 Erkenntnisse aus der Online-Umfrage

Die Gründungsfaktoren und auch die Motivation spiegelt sich unter anderem in der Wahl der Rechtsform wider. Abbildung 6.1.1 zeigt zunächst, dass 41,9% der Teilnehmenden an der Umfrage in eingetragenen und nicht eingetragenen Vereinen organisiert sind, wobei davon auszugehen ist, dass die Rechtsform in den meisten Fällen auch zur Erlangung der Gemeinnützigkeit dient.²⁷

Das deutet darauf hin, dass die Gründungsmotivation dieser Beteiligten nicht primär gewinnorientiert ist. Stellvertretende anderer gemeinnütziger Rechtsformen haben an der Umfrage nicht teilgenommen. Es ist davon auszugehen, dass die übrigen 48,9% primär erwerbswirtschaftlich orientiert sind, auch wenn weitere Aspekte eine wesentliche Rolle spielen können. 32,6% verfügen als GmbH oder UG über

²⁷ Eingetragene und nicht eingetragene Vereine können gemeinnützig sein. Die im Mapping ermittelten Musikspielstätten, die als Vereine organisiert sind, von denen nur ein Teil an der Umfrage teilgenommen hat, konnten weitestgehend als gemeinnützig klassifiziert werden.

Welche Rechtsform hat Ihre Musikstätte?

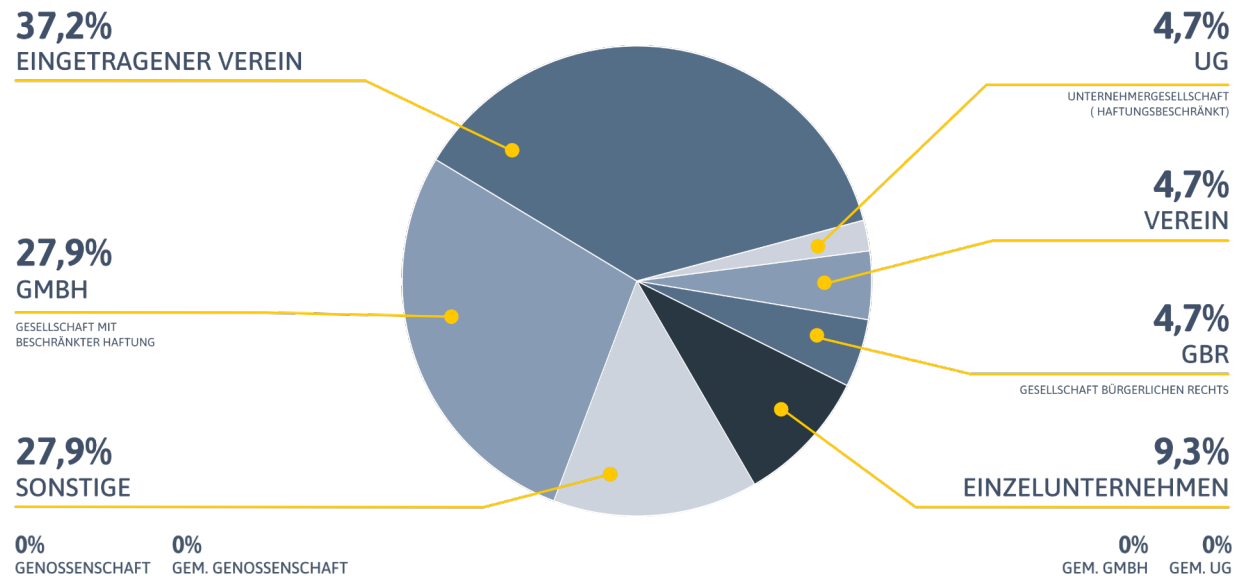


Abb. 6.1.1: Unternehmensrechtsformen einer Musikspielstätte

eine Haftungsbeschränkung, was für ein höheres Unternehmensrisiko beim Betrieb der Spielstätten spricht, das dadurch abgesichert wird. Die Betreiber:innen von 14% der vertretenen Musikspielstätten sind als Einzelunternehmen oder GbR persönlich haftend.

Abbildung 6.1.2 gibt Auskunft über das Alter der bei der Umfrage repräsentierten 43 Musikspielstätten. Es wird deutlich, dass 58,1% von ihnen bereits seit mindestens 29 Jahren existieren. 82,4% existieren seit mindestens 19 Jahren. 11,6% wurden innerhalb der letzten 9 Jahre gegründet. Vergleicht man das mit den Erkenntnissen des Mappings, so machen die 11 ermittelten Neugründungen seit Anfang 2020 etwa 7,2% des Gesamtbestandes von 153 Spielstätten aus. Bemerkenswert ist die hohe Anzahl alter Clubs. Die Teilnehmenden der Umfrage sind zu 86% Geschäftsführer:innen oder Angestellte im Management-Team. Das zeigt Abbildung 6.1.3.

Wann wurde die Spielstätte gegründet/eröffnet?

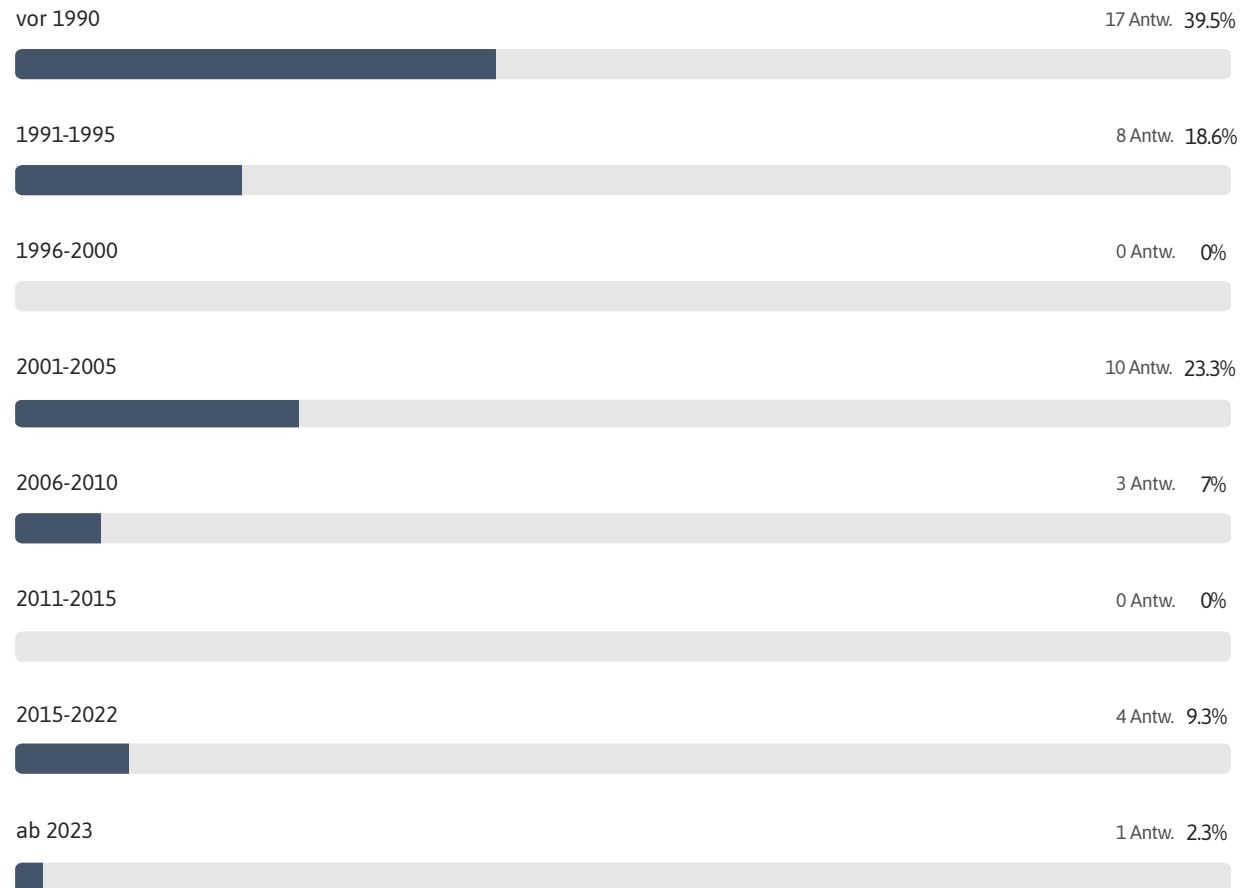


Abb. 6.1.2: Zeitpunkt der Gründung der Musikspielstätten

Welche Position haben Sie im Unternehmen?



Abb. 6.1.3: Position im Unternehmen

Bei 16,3% handelt es sich um die Gründer:innen der jeweiligen Musikspielstätte. Ab 2023 hat offensichtlich eine erhöhte Personaldynamik eingesetzt, denn 37,2% der Teilnehmenden haben seitdem die aktuelle Position übernommen. Bezogen auf die letzten 9 Jahre bekleiden 74,4% seit 2015 ihre aktuelle Position. 9,3% der Befragten sind seit mindestens 28 Jahren in der jetzigen Position tätig. Viele von ihnen dürften Kandidat:innen für den Ruhestand sein. Hier stellt sich die Frage der Stellen-, Unternehmer:innen- oder Unternehmensnachfolge.

Wann haben Sie diese Position übernommen?

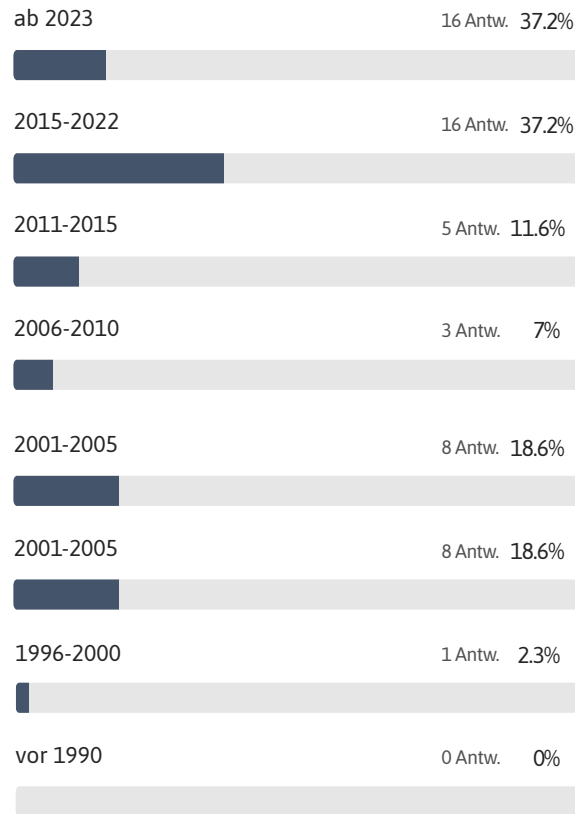


Abb. 6.1.4: Startdatum der Tätigkeit

Welchem Geschlecht fühlen Sie sich zugehörig?

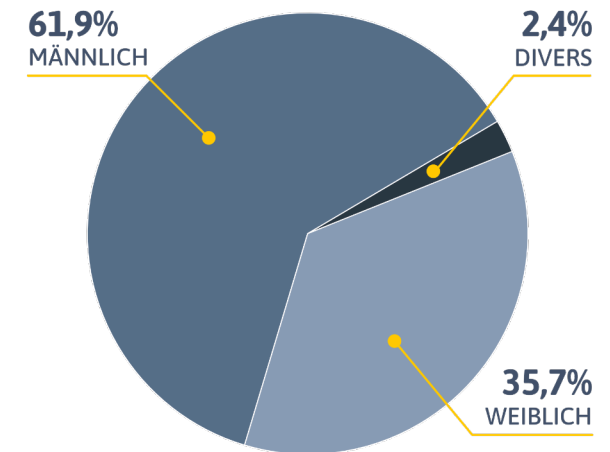


Abb. 6.1.5: Geschlechterzugehörigkeit

Die Geschlechterzugehörigkeit der Befragten spiegelt ein unausgewogenes Verhältnis im Managementpersonal und bei Gründer:innen der Branche wider. Fast zwei Drittel der Befragten waren männlich, gut ein Drittel weiblich und 2,4% divers (eine Person).

Welche Ziele wurden bei der Gründung der an der Umfrage beteiligten Musikspielstätten verfolgt?

Addiert man die prozentualen Bewertungen der Teilnehmenden, die das jeweilige Kriterium als sehr wichtig oder wichtig klassifiziert haben, ergibt sich folgendes Ranking:

- 1. Experimentierräume schaffen (97,1%)**
- 2. Freiräume schaffen (92,3%)**
- 3. kulturpolitischer Einsatz (92,3%)**
- 4. Nischen bespielen (86,1%)**
- 5. Gastgeber:in sein (85,3%)**
- 6. Programme kuratieren (82,9%)**
- 7. musikalische Selbstverwirklichung (55,7%)**
- 8. Geld verdienen (40,6%)**

Der erhebliche Anteil gemeinnütziger Organisationen sollte einen Teil der ausgeprägten intrinsischen Motivation erklären. Darüber hinaus sind Auswahloptionen wie „Experimentierräume schaffen“ oder „kulturpolitischer Einsatz“ Ziele, die gern angeklickt oder etwas höher bewertet werden, als das im Einzelfall vielleicht der Fall ist. Ein gewisser Bias wäre zumindest nicht ungewöhnlich. Trotzdem belegen auch die im nächsten Kapitel folgenden Erkenntnisse der semistrukturierten Interviews ein erhebliches Maß an intrinsischer Motivation, das im privatwirtschaftlichen Bereich nicht selten Teil des Geschäftsmodells ist.

Wie wichtig waren die genannten Ziele für die Gründung Ihrer Spielstätte?

	sehr wichtig	wichtig	weniger wichtig	unwichtig
Freiräume schaffen	64.1%	28.2%	5.1%	2.6%
Geld verdienen	9.4%	31.2%	37.5%	21.9%
Experimentierräume schaffen	51.4%	45.7%	2.9%	0%
Programme kuratieren	40%	42.9%	17.1%	0%
kulturpolitischer Einsatz	61.5%	30.8%	7.7%	0%
musikalische Selbstverwirklichung	14.3%	31.4%	34.3%	20%
Gastgeber:in sein	32.4%	52.9%	8.8%	5.9%
Nischen bespielen	44.4%	41.7%	13.9%	0%

Abb. 6.1.6: Ziele für Gründungen einer Spielstätte

Aufgrund der Tatsache, dass ein erheblicher Teil der in der Umfrage repräsentierten Musikspielstätten schon seit langer Zeit besteht und zahlreiche der Befragten auch schon lange in ihrer Position tätig sind, stellt sich folgende Frage: Was hat sich seit der Gründung verändert?

Inwieweit sind die Unternehmens- oder die Karriereziele, um die betreffende Stelle anzutreten, heute noch relevant? 38 Teilnehmende machten Angaben zu dieser Frage.

Erkennbar ist insgesamt eine hohe Kontinuität bei den Zielen. „Experimentierräume schaffen“, „Freiräume schaffen“ und „kulturpolitischer Ansatz“ stehen nach wie vor ganz weit oben. Aber es gibt nennenswerte Veränderungen. 42,9% gaben an, dass musikalische Selbstverwirklichung ihnen nicht mehr wichtig ist. Bei 34,5% ist das Geld verdienen zumindest weniger wichtig als früher. Das kann auch ein Hinweis darauf sein, dass man geschäftlich erfolgreich war oder sich ein gewisses Maß an finanzieller Sicherheit erarbeiten konnte. 24,2% gaben an, dass ihnen der Aspekt „Gastgeber:in sein“ nicht mehr wichtig ist.

Sind Ihnen die genannten Ziele immer noch wichtig?

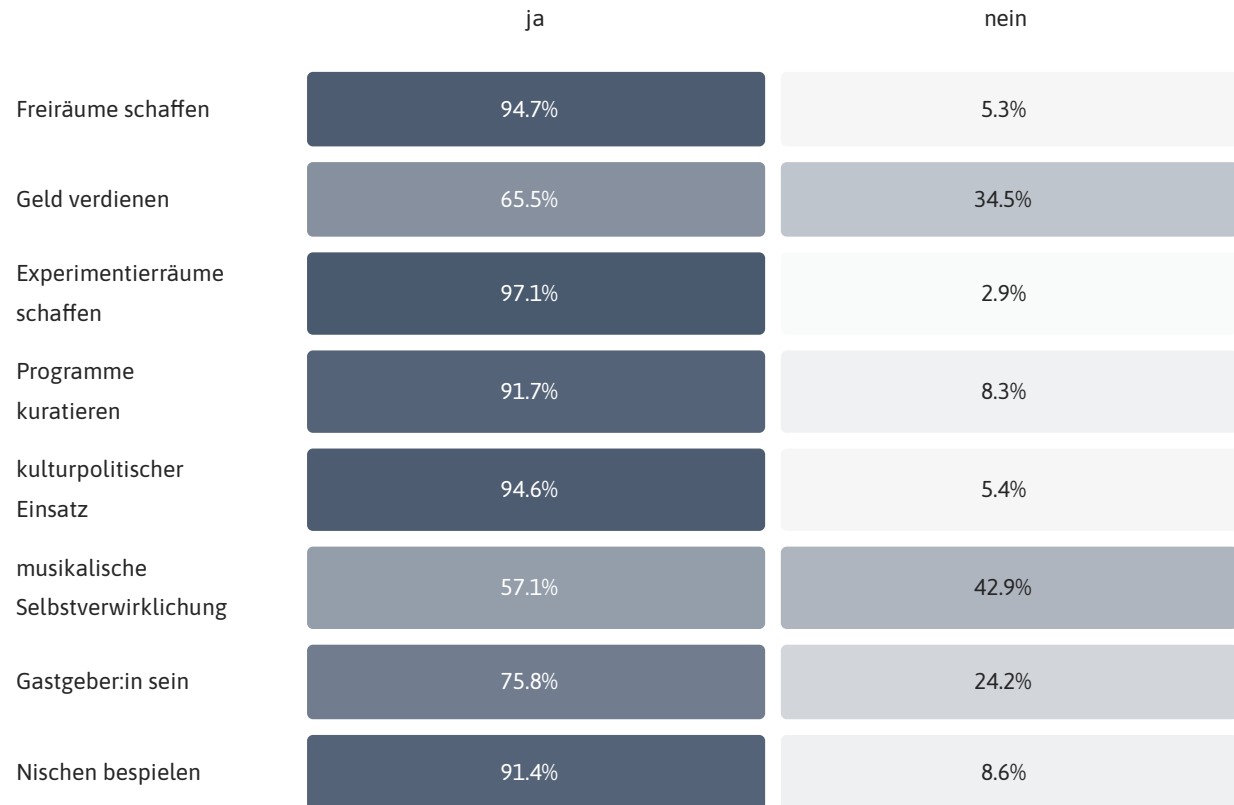


Abb. 6.1.7: Kontinuität der Gründungsziele

6.2 Erkenntnisse zu Neugründungen aus den semistrukturierten Interviews

Bei den ausschlaggebenden Faktoren zur Neugründung wurden mehrfach die folgenden Kriterien genannt: Verfügbarkeit geeigneter Standorte, bezahlbare Mieten, ausreichende Mindestlaufzeit der Mietverträge (so dass sich gestiegene Investitionskosten amortisieren können), Umfang bürokratischer Auflagen, die Existenz von Experimentierräumen zum praktischen Testen von Publikumsresonanz und des Geschäftskonzepts in den frühen Startphasen der unternehmerischen Tätigkeit.

Eine wichtige Rolle nahm in allen Gesprächen die persönliche Motivation ein. Was motivierte Spielstättenbetreiber:innen früher zur Gründung? Was motiviert sie heute? Wie werden Menschen zu Spielstättenbetreiber:innen?

6.2.1 Persönliche Motivation

„Was mich antreibt, ist tatsächlich im Kern die Musik, die mir irgendwie mein Leben gerettet hat, weil es so vieles ist, was hätte passieren können. Am Ende ist das Bezug, Ursprung, Grund und alles, wozu man es macht. Was sich daraus ergeben hat und wo wir jetzt hier sitzen, ist eigentlich ein Beiwerk einer gewissen Leidenschaft.“

Leidenschaft und Gelegenheit

Im Rahmen mehrerer Interviews wurde deutlich, dass berufliche Karrieren über die intrinsische Motivation gekoppelt mit einem einfachen Einstiegsjob gestartet sind. Zwei der Gesprächspartner aus unterschiedlichen Generationen haben zunächst als Türsteher angefangen und konnten sich dann weiterentwickeln. Sie sind schrittweise in die Position des Geschäftsführers oder Spielstättenbetreibers hineingewachsen. **„Dann hat irgendwann der Geschäftsführer aufgehört. Und ich war zufällig wieder da. Und irgendwer musste das ja machen.“**

„Und ich war offen dafür. Ich war neugierig. Und ich wurde auch deshalb gefragt, weil ich eben ein großes Interesse an Musik schon immer gehabt habe. Also ich habe eben seit Anfang an, auch bis zum Schluss, das Booking gemacht für den Club.“

Andere Gesprächspartner:innen hatten zunächst offensichtlich gar keine berufliche Perspektive im Auge. **„Man hat es erst mal wirklich zum Spaß gemacht. Das Geld, das man da verdient hat, war immer sehr überschaubar. Man musste immer quasi noch irgendwas daneben machen. Es hat sich dann immer weiter ergeben, dass das, was daneben gemacht wurde, auch irgendwie ein Teil**

dieser Szene ist. Also, egal was man gemacht hat, man selber aufgelegt hat, den Club betrieben hat, Veranstaltungen gemacht hat, Veranstaltungen für die Industrie gemacht hat und wie auch immer. Es blieb im Kern quasi immer eine Expertise, die gefragt war und ein Netzwerk, das immer größer wurde und das, glaube ich, auch jetzt unser Kapital hier ist.“

„Also ich habe mit 23 angefangen. Ich hatte sicher keinen Businessplan, aber das heisst nicht, dass ich nicht organisieren konnte und keinen Plan hatte. Das kann und muss man auch nicht vergleichen, weil Mitte der 80er war eine eher revolutionäre Zeit. (...) Jede andere Generation oder andere Dekade hat einen anderen Ansatzpunkt. Junge Leute brauchen in dieser Zeit ja auch Zugang.“

Und an dieser Stelle wird ein Wandel in der Gründer:innenmentalität der jüngeren Generation wahrgenommen. **„Also ich glaube, dass das früher eher so aus einer gewissen Musikszene heraus entstanden ist. Und dann viele Clubs eben aus diesen kapitalistischen Gründen gegründet worden sind, über 20 Jahre. Und die jetzigen Jungen, die kommen auch wieder eher so aus dieser Ideologieschiene raus. (...) Die Jetzigen, also da gibt es auch unterschiedliche, aber diese 25-Jährigen,**

Anfang 30-Jährigen: Die machen jetzt nicht einen Club auf, um später mal eine Rolex und einen Porsche zu haben."

Beim beruflichen Einstieg in die Branche spielen erste praktische Erfahrungen bei Festivals und insbesondere bei Soundkollektiven eine Schlüsselrolle.

„Das mache ich seit vier Jahren jetzt. Der Club ist zwar erst seit drei Monaten offen, aber ich bin seit vier Jahren selbstständig im Eventbereich, im Veranstaltungsbereich, als Booker, als Veranstalter, nebenher produziere ich, also veranstalte die Gruppenveranstaltungen bei uns."

„Ich habe dann erst nur Beats gemacht mit 17, 18 und irgendwann habe ich angefangen aufzulegen. Und dann war ich in einem Kollektiv. Das war die Zeit, da gab es in München so drei Kollektive und wir haben so Open Air Raves gemacht. Und so bin ich überhaupt als DJ und als Veranstalter in die Clubszene gekommen. Ich habe gleichzeitig eine Ausbildung zum Verkaufmann gemacht. (...) Also ich hätte lieber gleich eine Ausbildung beim „Backstage“ oder bei „Muffat“ gemacht."

Vor der Corona-Krise existierten in München rund 20 Soundkollektive.²⁸ Sie organisierten vor allem unre-

²⁸ Münchner Stadtmuseum (2022). NACHTS - Clubkultur in München, herausgegeben von: Eymold, Ursula und Gürich, Christoph. Sorry Press, München, S. 328

gelmäßig Events in verwaisten Gebäuden oder in freier Natur in Münchens Umland. Nach Aussage von Münchens ehemaligen Moderator der Nacht, Kay Mayer, wurden daraus während der Pandemie etwa 120 bis 130 Soundkollektive. Es fehlen Räume, wo sich junge Kollektive ausprobieren können, insbesondere wenn es sich um Veranstaltende mit wenig oder gar keiner Erfahrung handelt. Da verfügbare Clubräume Mangelware sind, stellt sich die Frage nach verfügbaren Freiflächen. Eine erste Analyse im Rahmen von MUCs - Munich Urban Celebrations überprüfte 2023 insgesamt 120 Münchner Plätze mit dem Ergebnis, das nur ein einziger davon als geeignet bewertet wurde. Zwei weitere wurden ausschließlich für Day Partys als tauglich erachtet.

Entsprechend wird der gute Wille bspw. von beteiligten Musikinitiativen und Bürgerinitiativen der Münchner Krachparade 2024 gelobt, aber trotzdem Kritik geübt. Mit drei Orten für nicht-kommerzielle Partys habe die Stadt zwar Akzente gesetzt, ein spürbarer Unterschied sei aber nicht festzustellen. Außerdem befänden sich die Örtlichkeiten teils zu weit entfernt vom Stadtzentrum.

Nach Aussage von Roshan Hewage (Mitglied der Techno-Kollektive Ravescape und Forge of Resonance) herrscht ein großer Konkurrenzdruck in der eigentlich doch nicht-kommerziellen Szene, bedingt

durch hohe Mieten für Veranstaltungsflächen. Beispielbare Orte seien rar und würden immer teurer. Man müsse Werbung schalten und teure DJs buchen. „Wir müssen viel Geld in die Hand nehmen, um Subkultur überhaupt anbieten zu können (...) Das ist alles teuer und spiegelt sich in den Ticketpreisen wider. Dabei würden wir am liebsten gar keinen Eintritt nehmen.“²⁹ Als Lösungsvorschläge nennt der 24-Jährige Hewage die Zwischennutzung von Leerständen oder die Verringerung behördlicher Hindernisse zur Nutzung von Freiflächen.

Experimentierräume und Plattformen anbieten

Angesprochen auf die Gründungsmotivation wurde in den Expert:inneninterviews auch immer wieder auf die soziale Rolle von Musikspielstätten verwiesen, beispielsweise als **„sehr wichtiger Ort für junge Menschen, die irgendwie einen Prozess und einen Reifeprozess durchgehen, um hoffentlich am Ende ein besserer Mensch zu werden.“**

Beschrieben wurde auch der **„Ort als Soziobiotop, wo sich junge Menschen ausprobieren dürfen und sich austesten und der identitätsstiftend ist und vor allem auch solche Orte, wie wir machen. Ich würde sagen, so ein Techno-Club, der den jungen**

²⁹ Coper, Sophia. Süddeutsche Zeitung 26.05.2024, abgerufen am 16.09.2024 von <https://www.sueddeutsche.de/muenchen/muenchen-krachparade-demo-laerm-mieten-subkultur-2024-1.7369153>

Leuten die Freiheit und den Schutz bietet, um sich auszuleben - ob es deine sexuelle Orientierung ist oder deine Herkunft (...) Man hat hier immer das Gefühl, man ist sehr willkommen.“

Dabei geht es einigen Spielstättenbetreiber:innen aber nicht nur darum, dem Publikum Freiräume zu bieten, sondern diese auch zu nutzen, um Nachwuchskünstler:innen eine Plattform zu geben. Sie müssen Schritt für Schritt aufgebaut werden. Bestimmte Veranstalter:innen übernehmen dabei ein höheres Risiko, als andere, ob nun mit auswärtigen oder lokal ansässigen Künstler:innen. Positivbeispiel ist das Harry Klein. Nach eigenen Angaben des ehemaligen Betreibers Peter Fleming gastierten dort **„3.000 Künstler insgesamt in den fast 20 Jahren (...) Davon ist ein sehr, sehr hoher Anteil lokaler Künstler“**.

6.2.2 Finanzielles Risiko

Veranstalter:innen mit langjähriger Erfahrung zogen Vergleiche der aktuellen Situation zu früheren Zeiten. Das betraf auch das finanzielle Risiko einer Spielstättengründung: **„Früher, glaube ich, war das finanziell gesehen auch einfacher. Du musstest nicht Be-**

triebswirtschaft studiert haben, um was aufzumachen. Die Kalkulation war einfacher. (...) Das scheuen Leute halt auch. Du bekommst einen Mietvertrag für 10, 15 Jahre und hast 800.000 Euro Schulden. Dann hätte doch früher auch keiner einen Club aufgemacht.“

„Wenn man eine Venue wirklich hochwertig bespielen will, ist es mit extremen Kosten verbunden. Das ist mit extremem Arbeitsaufwand verbunden.“

„München ist unfassbar teuer. (...) Hier einen Laden zu betreiben, das ist halt nicht so wie in Dresden. Ich will das jetzt mal einfach so in den Raum stellen, wenn das schon bei der Miete losgeht. Und dann merkst du auch hier einfach ganz schnell, dass immer weniger Platz ist in München. Das ist halt Kapitalismus überall. Mit einem Büro verdienst Du halt mehr als mit einem Club.“

Diese Äußerungen spiegeln die Erkenntnis wider, dass die Kapitalintensität für die Gründung einer Musikspielstätte in München mit den Jahren deutlich zugenommen hat. Die Markteintrittsbarrieren sind höher geworden.

6.2.3 Standort München

Angesprochen auf Standortvorteile bezogen sich mehrere Gesprächspartner:innen vor allem auf das vorhandene Marktvolumen:

„Also ein Standortvorteil ist eine Großstadt mit 1,5 Millionen Einwohnern. Und es ist eine Stadt, in der es auch sehr viel Geld gibt. Aber das andere sind eben die Mieten, die entsprechend hoch sind.“

„Also du hast sehr viele Konsumenten, wir hatten eine Zeit lang auch eine sehr schöne Szene. (...) Und deswegen zieht es diese Musikkulturinteressierten ja in die Großstädte.“

Clubbetreiber:innen der jüngeren Generation sind durchaus in der Lage, aus den Schwierigkeiten der Standortsuche und Höhe der Mieten auch Chancen abzuleiten: Die Konkurrenz in München ist demnach nicht so hoch, wie in anderen internationalen Metropolen: **„Wenn wir über Standortvorteile sprechen, dann ist der Markt einfach nicht so übersättigt, wie er vielleicht in Berlin ist, wie aktuell in Paris, wo er sich extrem entwickelt, und alle paar Monate ein neuer Club aufmacht und alle paar Monate macht ein neuer Club zu. Das ist ein Standortvorteil. Es hat aber auch seinen Grund, warum wir**

hier nicht so überbelegt sind und zwar, dass es ganz schwierig ist, hier eine Location aufzumachen, dass es schwierig ist, Flächen zu finden, dass Mieten in München deutlich höher sind als in vielen anderen Städten in Deutschland und dass alles irgendwie ein Problem mit sich bringt. Aber ich glaube, das bringt auch Chancen, weil wenn man sich da durchkämpft und wenn man jetzt den Club betreibt und es endlich geschafft hat, das aufzumachen, wird man auch belohnt dafür, dass man diesen etwas härteren Weg gegangen ist und nicht wie in anderen Städten, wo dann die Konkurrenz so groß ist, dass es sich vielleicht gar nicht mehr lohnt."

Als Standortnachteile werden die hohen Lebenshaltungskosten genannt, insbesondere das Mietniveau. Die Suche nach geeigneten Räumen ist und bleibt ein schwieriges und mitunter langfristiges Unterfangen: **„Das ist ein ganz großer Luxus, würde ich auch sagen, den wir da irgendwie haben, weil wir viele Jahre lang immer nur gesucht haben - nach einer Fläche, wo man wirtschaftlich sinnvoll veranstalten kann und die wir teilweise in München auch über ein Jahr hinweg nicht mehr gefunden haben."**

7 WIRTSCHAFTLICHE AUSWIRKUNGEN DER MUSIKSPIELSTÄTTEN

7.1 Anzahl an Musikspielstätten unter Berücksichtigung des Drei-Sektoren-Modells

Die Zählung der Musikspielstätten für alle drei Sektoren ergab eine Anzahl von insgesamt 153 Musikspielstätten (Stand August 2024).

Davon lassen sich 68,6% dem privatwirtschaftlichen Sektor zurechnen, 22,9% dem intermediären Sektor (gemeinnützig geprägt) sowie 8,5% dem öffentlichen Sektor. Mischformen und Überschneidungen sind hier nicht selten, so dass die Zuordnung danach erfolgt ist, welcher der drei Sektoren in einer Einzelfallabwägung überwiegt.

In Tab. 7.1.1 werden die privatwirtschaftlichen Musikspielstätten mit und ohne kuratiertes Programm ausgewiesen. Bei Letzteren handelt es sich bspw. um Konzerthallen, die ausschließlich oder überwiegend vermietet werden, oder um Diskotheken, die über kein klar kuratiertes Programm verfügen, da sie weder künstlerische DJs noch Live-Auftritte präsentieren und damit auch Nachwuchskünstler:innen keine Bühne bieten. Trotzdem sind sie mit ihrem in der Regel auf Mainstream ausgelegten Programm anzuerkennen, als Gastgeber:innen für ein breites Publikum, das dies als attraktives Freizeitangebot wertschätzt. Weiterhin werden privatwirtschaftliche Spielstätten mit vorwiegend traditioneller Musik hinzugezählt.

Tab. 7.1.1: Anzahl und Anteile der Münchner Musikspielstätten gemäß dem Drei-Sektoren-Modell der Kultur- und Kreativwirtschaft

Übersicht gemäß Drei-Sektoren-Modell		Summe (Anzahl)	% drei Sektoren
1. Privatwirtschaftlich/gewerblich (Summe 1.1-1.3)		105	68,6 %
1.1	Privatwirtschaftlich/gewerblich MIT kuratierem Programm	85	55,6 %
1.2	Privatwirtschaftlich/gewerblich OHNE kuratiertes Programm	12	7,8 %
1.3	Traditionelle Musik – privatwirtschaftlich / gewerblich	8	5,2 %
2. Gemeinnützig / Intermediärer Sektor		35	22,9 %
3. Öffentlicher / Intermediärer Sektor		13	8,5 %
Summe aller 3 Sektoren		153	100,00%

Hinweis: Keine Doppelzählungen durch Mehrfachzuordnungen

Tabelle 7.1.2 illustriert nochmals die abgestufte Segmentierung nach den drei Sektoren, den jeweils dominierenden Musikgenres angewendet auf die Spielstätten-Typen. Anhand der Spielstättenanzahl zeigt

sich die hohe Relevanz der Musikclubs und Musikbars/ Musikcafés gefolgt von den Konzert- und Veranstaltungshallen sowie soziokulturellen Zentren.

Tab. 7.1.2: Anzahl und Anteile der Münchner Musikspielstätten nach drei Sektoren und Musikspielstätten-Typen (inkl. Doppelzählungen)

	Sektor 1: Privat / erwerbswirtschaftlich		Sektor 2: Intermediär/ gemeinnützig	Sektor 3: öffentlich	Summen nach Spielstätten- typen	Anteil an Gesamt- zahl
	Genre: Pop, Rock, Jazz, Hip-Hop, elektronische Musik	Genre: Traditionelle Musik	Genre: Pop, Rock, Jazz, Hip-Hop, elektronische Musik	Genre: Klassik, Zeitgen. Musik, Oper, Operette*		
Musikspielstättentypen (Mehrfachzählungen integriert)	Programm kuratiert	Programm nicht kuratiert	Programm kuratiert	Programm kuratiert	Programm kuratiert	
Musikclubs (C)	46	7	0	5	0	58 33,1 %
Musikbars/Musikcafés (B)	44	0	8	1	0	53 30,3 %
Veranstaltungs-/Konzerthallen	4	5	0	3	13	25 14,3 %
Jazzclubs	3	0	0	1	0	4 2,3 %
Kunsträume/Off Spaces	2	0	0	2	0	4 2,3 %
Soziokulturelle Zentren	2	0	0	29	0	31 17,7 %
Summen nach Sektoren und Genres (inkl. Mehrfachzählungen)	101	12	8	41	13	175 100,0 %

* in der Minderzahl sind bei öffentlichen Spielstätten auch Vermietungen für Live-Aufführungen anderer Musik-Genres möglich oder entsprechende Sonderaufführungen / -projekte z. B. Outreach-Projekte
Hinweise:

- Die Tabelle enthält Doppel-/ Mehrfachzählungen da Spielstätten teils mehrere Funktionen erfüllen und damit auch mehreren Musikspielstätten-Typen zugeordnet werden können.
- Die Einteilung der drei Sektoren auf der obersten Tabellenebene richtet sich nach dem Drei-Sektoren-Modell von Soendermann/Weckerle, siehe: Zürcher Hochschule der Künste (2003). Erster Kulturwirtschaftsbericht Schweiz, S. 3

7.2 Ökonomische Wirkungsebenen von Musikspielstätten in ihrem urbanen Umfeld

Analog zu weiteren Forschungsansätzen der Musikwirtschaft wird in dieser Studie zwischen direkten, indirekten und induzierten Effekten differenziert.

Direkte Effekte

Die direkten Effekte erfassen die wirtschaftliche Bedeutung der in Kapitel 3 beschriebenen Musikspielstätten. Sie beinhalten die jeweiligen Summen aus Umsätzen, Bruttowertschöpfung und der Erwerbstätigkeit. Damit bilden sie den Ausgangspunkt für die Berechnung von indirekten und induzierten Effekten.

Indirekte Effekte

Die indirekten Effekte beinhalten die jeweiligen Summen aus Umsätzen, Bruttowertschöpfung und der Kernerwerbstätigkeit, die durch die Nachfrage bei Akteur:innen im sozioökonomischen Umfeld der Musikspielstätte entstehen, bzw. innerhalb ihres wirtschaftlichen Ökosystems. Das meint Vorleistungsbezüge aus anderen Branchen, bspw. die Buchung von externen Securitydiensten für Veranstaltungen, Einkauf von Veranstaltungstechnik oder externe Wartungsaufträge dafür. Diese benötigen wiederum Vor-

leistungen (Güter und Dienstleistungen), die sie einkaufen und die sich prinzipiell auf die wirtschaftliche Aktivität der Musikspielstätte zurückführen lassen. Bezeichnet wird das als indirekter Umsatz, indirekte Bruttowertschöpfung und indirekte Kernerwerbstätigkeit, deren Berechnung anhand von Input-Output-Analysen erfolgt.

Induzierte Effekte

Die direkten und indirekten Effekte erzeugen Einkommen, die wiederum in Form von Konsumausgaben in die Wirtschaft zurückfließen. Diese Konsumausgaben führen dann zu den induzierten Effekten, die wiederum Auswirkungen auf Umsatz, Bruttowertschöpfung und Kernerwerbstätigkeit nach sich ziehen. Hier wirkt die Arbeit der Musikspielstätten als Inputfaktor bspw. für Konzertaufzeichnungen im Rundfunk oder als Voraussetzung für Musiktourismus mit positiven Folgewirkungen für Hotelgewerbe, weitere gastronomische Angebote, etc.³⁰

³⁰ Initiative Musik, Musikzentrum Hannover, Sound Diplomacy (2021): Der Wert von Musik - Ökonomische Wirkungsanalyse des Musikökosystems, S. 10. Abgerufen am 23.05.2024 von <https://miz.org/de/dokumente/der-wert-von-musik>

Hinweis zur Aussagekraft der Online-Umfrage für ökonomische Effekte

Leider führt die derzeitige Wirtschaftszweigklassifikationen (WZ 2008) zu einer Aufspaltung der Spielstättenbetriebe in mehrere Subkategorien, so dass wesentliche Kennzahlen nicht über bestehende statistische Daten hergeleitet werden können. Das betrifft beispielsweise die Ermittlung der Umsätze über die Umsatzsteuerstatistik, aber auch Abfragen von Erwerbstätigenzahlen. Ab 2025 soll die Klassifikation auf europäischer Ebene aktualisiert werden.³¹

Anhand der vorliegenden Daten aus der Umfrage für diese Studie können somit lediglich sehr grobe Anhaltspunkte zu den direkten Effekten ermittelt werden.

³¹ Es wäre hilfreich, wenn die bereits in der Bundesclubstudie formulierte Handlungsempfehlung zur Erweiterung der Wirtschaftszweigklasse 90.04 mit einer eigenen Kategorie für Musikspielstätten Gehör findet und umgesetzt wird.

Direkte Effekte Münchner Musikspielstätten Umsätze und Erwerbstätigkeit

Anhaltspunkte für die Jahresumsätze 2023

Abbildung 7.2.1 zeigt die Jahresumsätze der Umfrageteilnehmer:innen von 2023. Mit 42,5% ist der Anteil kleinerer, eher umsatzschwacher Betriebe in der Umfrage recht groß. Andererseits erreichten 37,5% der Teilnehmenden 2023 einen Umsatz über 500.000 € . Was kann das über die Umsatzstärke der Münchner Musikspielstätten insgesamt aussagen? Dies lässt sich bei den vorliegenden Daten nur als sehr grober Anhaltspunkt schätzen.

Setzt man ab der zweiten Umsatzkategorie (ab 101.000 €) bis zur höchsten vertretenen Kategorie (größer als 2,0 Mio. €) recht konservativ den jeweiligen Minimalwert an und bei der untersten Klasse bis 100.000 € einen Mittelwert von lediglich 50.000 €, dann ergibt das für die 40 in der Umfrage erfassten Spielstätten für 2023 einen Jahresumsatz von 18,15 Mio. €.

Würde man dies 1 zu 1 auf die Gesamtzahl der im Mapping ermittelten 140 Spielstätten im privatwirtschaftlichen und gemeinnützigen Bereich hochrechnen, so läge der Wert bei etwa 63,53 Mio. €. ³² Diese sehr grobe Rechnung soll lediglich einen

³² An der Umfrage nahmen ausschließlich Unternehmen/Institutionen aus dem privatwirtschaftlichen oder gemeinnützigen Sektor teil. Die Wirkungen des öffentlichen Sektors wären separat zu betrachten. Darum wurde an dieser Stelle mit der Anzahl von 140 Unternehmen gerechnet.

Wie hoch war Ihr Jahresumsatz 2023?

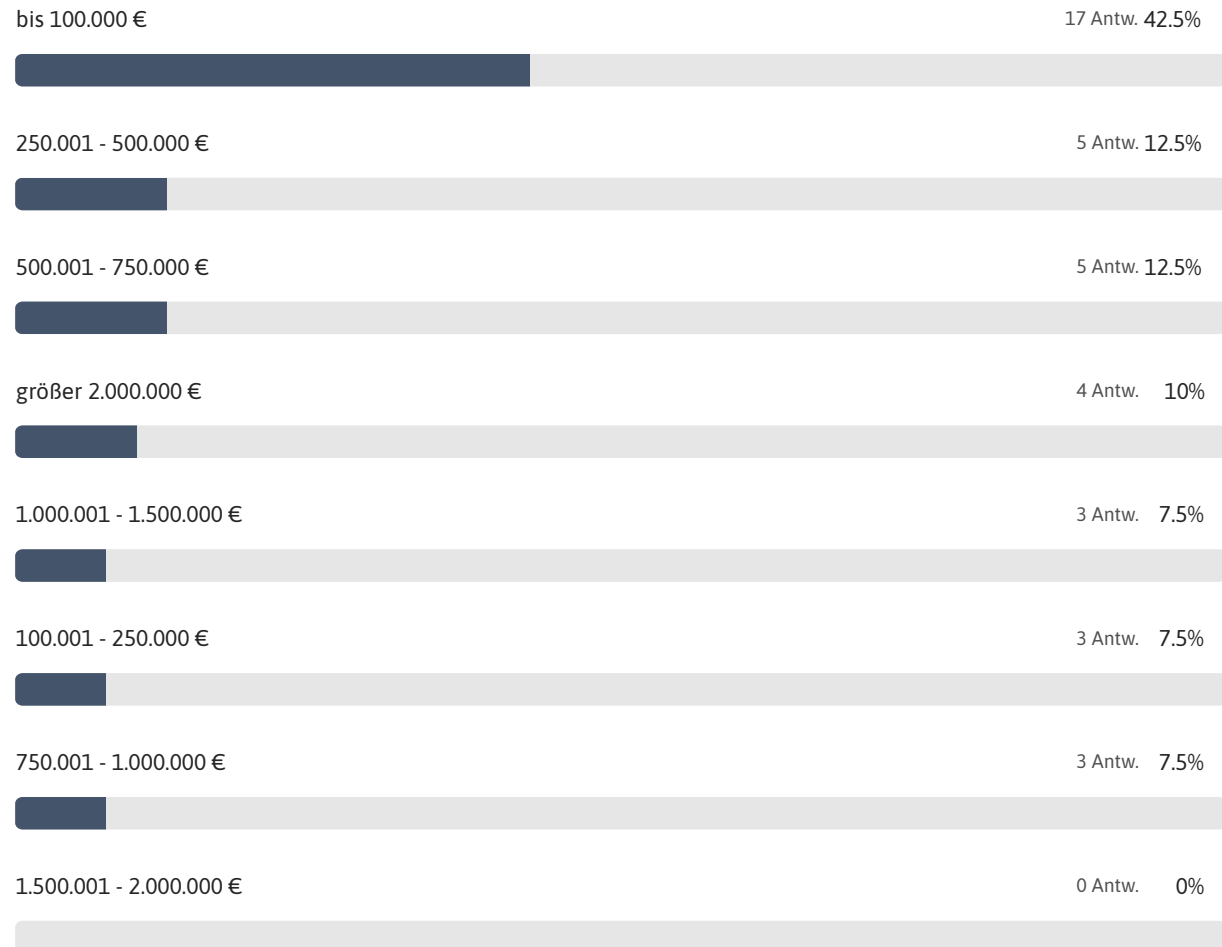


Abb. 7.2.1: Jahresumsätze 2023

Anhaltspunkt geben. Wegen des deutlichen Anteils an eher umsatzschwachen Musikspielstätten in der Umfrage könnte dieser Betrag das reale Umsatzvolumen deutlich unterschätzen. Der Verband der Münchner Kulturveranstaltenden e.V. (VDMK) schätzt die Summe deutlich höher ein.³³ Ein Abgleich mit den Ergebnissen der Bundesclubstudie spricht ebenfalls für höhere Umsätze.

Anhaltspunkte zum Umfang der Erwerbstätigkeit

In der Umfrage machten 38 Personen Angaben zu ihren sozialversicherungspflichtig Angestellten. Zu erkennen ist hier deutlich, dass über drei Viertel davon (78,9%) entweder keine Ausbildungsplätze und Praktika anbieten oder betreffende Stellen nicht besetzen können. Die übrigen Betriebe gaben überwiegend an, 1-2 Auszubildende zu beschäftigen. Ähnlich ist es bei den Praktikumsstellen. Das kann auch ein Hinweis darauf sein, dass eine klassische Ausbildung für viele Arbeitnehmer:innen nicht der Weg in diese Berufstätigkeit ist.

Überraschend ist die relativ hohe Zahl an Vollzeitstellen im Vergleich zu den Teilzeitstellen und Minijobs. Das widerspricht den Erkenntnissen der Bun-

³³ Musikspielstättentypen, -größen und -rechtsformen waren in der Umfrage so über die Größenklassen verteilt, dass keine weiterführenden strukturellen Erkenntnisse oder Muster in Bezug auf die Jahresumsätze daraus abgeleitet werden konnten. Dazu wäre eine deutlich größere Stichprobe erforderlich

Wie viele sozialversicherungspflichtig Angestellte arbeiten in Ihrem Unternehmen?

	keine	1-2	3-5	6-9	10-19	>20
Vollzeit	13,2%	23,7%	31,6%	15,8%	2,6%	13,2%
Teilzeit	26,3%	15,8%	28,9%	15,8%	7,9%	5,3 %
Azubi	78,9%	15,8%	0%	2,6%	2,6%	0%
im Praktikum	78,9%	13,2%	5,3%	0%	0%	2,6%
FSJler:in	84,2%	10,5%	5,3%	0%	0%	0%
Minijobs	42,1%	13,2%	13,2%	13,2%	2,6%	15,8%

Tab. 7.2.1: Anzahl der sozialversicherungspflichtig Angestellten 2023

desclubstudie deutlich, die einen höheren Anteil an Minijobber:innen und Teilzeiterwerbstätigen im Bundesdurchschnitt auswies. In den strukturierten Interviews kam zur Sprache, dass bereits vor Corona die Nachfrage nach Teilzeit- und Minijobs vor allem durch Studierende abgenommen hat.³⁴ Die Beurteilung dessen, ob München diesbezüglich eine Sonderrolle einnimmt, bedarf einer noch tiefergehenden Recherche.

³⁴vgl. Kap. 5.1.3: Aussagen zu Fachkräftemangel

In dieser Umfrage wurde auch in einem Freitextfeld abgefragt, wieviele Personen im jeweiligen Unternehmen tätig sind. Bei 38 Antworten ergab sich eine Summe von 954 Erwerbstätigen. Rechnet man dies auf 140 Unternehmen im privatwirtschaftlichen und gemeinnützigen Sektor hoch, so ergibt das einen Wert von 3.514 Erwerbstätigen. Auch dieser Wert bildet eine sehr grobe Orientierung.

Auswirkungen der Corona-Pandemie auf die Erwerbstätigkeit

34 Teilnehmende machten Angaben zu ihren sozialversicherungspflichtig Angestellten. Tabelle 7.2.2 zeigt zunächst ein hohes Maß an Stabilität bei den Auszubildenden. In den übrigen Kategorien überwiegt durchgängig der Anteil der Musikspielstätten, bei denen die Erwerbstätigkeit zugenommen hat, im Vergleich zu denjenigen, die eine Abnahme feststellten. Am stärksten ausgeprägt ist dieser Unterschied im Bereich der Teilzeiterwerbstätigkeit, gefolgt von den Minijobs, den Praktikumsstellen und FSJler:innen. Weniger ausgeprägt ist der Unterschied bei der Anzahl der Vollzeitbeschäftigten. Deren Zunahme ist bei 20,6% der Spielstätten zu verzeichnen, während sie bei 14,7% abnimmt. Diese Ergebnisse zeichnen insgesamt kein negatives Bild. Sie sagen jedoch nichts über unbesetzte Stellen aus. Es bleibt zu bedenken, dass 65,8% der Befragten den Fachkräftemangel als ein mittleres bis hohes Risiko ansehen.³⁵

Wie hat sich die Anzahl der sozialversichert Angestellten nach Corona verändert ?

	zugenommen	gleich geblieben	abgenommen
Vollzeit	20.6%	64.7%	14.7%
Teilzeit	34.5%	65.5%	0%
Azubi	0%	100%	0%
im Praktikum	18.2%	72.7%	9.1%
FSJler:in	11.1%	88.9%	0%
Minijobs	29.6%	59.3%	11.1%

Tab. 7.2.2: Veränderung der sozialversicherungspflichtig Angestellten nach Corona

³⁵ vgl. Kap. 4.2, Abb. 4.2.1: Beurteilung von Zukunftsrisiken durch Musikspielstättenbetreiber:innen

Indirekte Effekte:

Zur Erfassung indirekter Effekte fokussierte sich die Münchner Umfrage auf Investitionen der Spielstätten vergangener Jahre, Ausgaben für externe Dienstleistungen sowie Verflechtungen zum lokalen und regionalen Umfeld, die sich unter anderem durch Inhouse-Vermietungen an externe Veranstalter:innen und die Durchführung eigener Outhouse-Veranstaltungen aufzeigen lassen.

38 Personen beantworteten die Frage zu den Investitionen vergangener Jahre. Es dominieren die Angaben in einer Größenordnung bis 20.000,- €, insbesondere bei Awareness, Sicherheit, Bühnenequipment gefolgt von Energieeffizienz und Lärmschutz.

Um einen Orientierungspunkt zu geben, um welche Größenordnung von Investitionen es sich insgesamt handeln kann, werden die Prozentzahlen mit den Durchschnittswerten der jeweiligen Größenordnung multipliziert. Für die teuerste Kategorie wird die Summe von 50.001 € gesetzt, somit der an dieser Stelle konservativste Wert.

Die Bereiche werden insgesamt auf die im Mapping ermittelten 140 Spielstätten im privatwirtschaftlichen und intermediären Sektor hochgerechnet und summiert.

Wie hoch mussten Sie in den letzten Jahren in folgende Bereiche investieren?

	0 €	1 bis 20.000 €	20.001 bis 50.000 €	über 50.000 €
Lärmschutz	54.3%	34.3%	2.9%	8.6%
Energieeffizienz	32.4%	48.6%	10.8%	8.1%
sonstige Umweltauflagen	62.2%	27%	2.7%	8.1%
Awareness	28.6%	71.4%	0%	0%
Sicherheit	28.9%	52.6%	5.3%	13.2%
Bühnen-Equipment	2.6%	52.6%	26.3%	18.4%

Tab. 7.2.3: Investitionen vergangener Jahre

Auch hier dürfte es sich wegen des deutlichen Anteils an eher umsatzschwachen Musikspielstätten in der Umfrage um eine äußerst konservative Schätzung handeln.

Das ergäbe die folgenden Investitionssummen:
 Lärmschutz: 993.023 €.
 Energieeffizienz:.....1.530.233 €.
 sonstige Umweltauflagen: 927.907 €
 Awareness: 813.953 €
 Sicherheit:1.693.023 €
 Bühnen-Equipment:.....2.930.233 €
Gesamtsumme:8.888.372 €

Ein anderer Aspekt indirekter Effekte von Musikspielstätten bildet sich im Einkauf externer Dienstleistungen ab. Zwischen 34 und 37 Unternehmen machten in der Umfrage Aussagen zu ihren Ausgaben für Künstler:innengagen, künstlerisch-gestalterische oder sonstige Dienstleistungen. In Abbildung 7.2.2 werden sie nach Größenordnungen gebündelt.

Gut ein Drittel der Musikspielstätten gab 2023 bis zu 25.000,- € für Künstlergagen (37,8%) und den Einkauf sonstiger Dienstleistungen (35,3%) aus. Beim Einkauf künstlerisch-gestalterischer Dienstleistungen sind das mit 58,8% deutlich mehr. In der nächstfolgenden Größenordnung zwischen 25.001-50.000 € liegen die drei Gagen- und Dienstleistungsbereiche mit 26,5 bis 27,0% fast gleichauf. Die Größenordnungen sind wenig überraschend, wenn man bedenkt, dass ein relativ großer Teil der beteiligten Spielstätten einen relativ geringen Jahresumsatz generiert. Allerdings ist auch die Ausgabenkategorie von 150.001 bis 250.000 € mit immerhin jeweils 8,8% für den Einkauf künstlerisch-gestalterischer und sonstiger Servicedienstleistungen. Von den genannten 16,2% an Gagen für Künstler:innen liegen 8,1% über 250.000 €.

Um eine sehr grobe Vorstellung davon zu bekommen, um welche Größenordnung an Gesamtausga-

Wie hoch waren 2023 Ihre Ausgaben für...

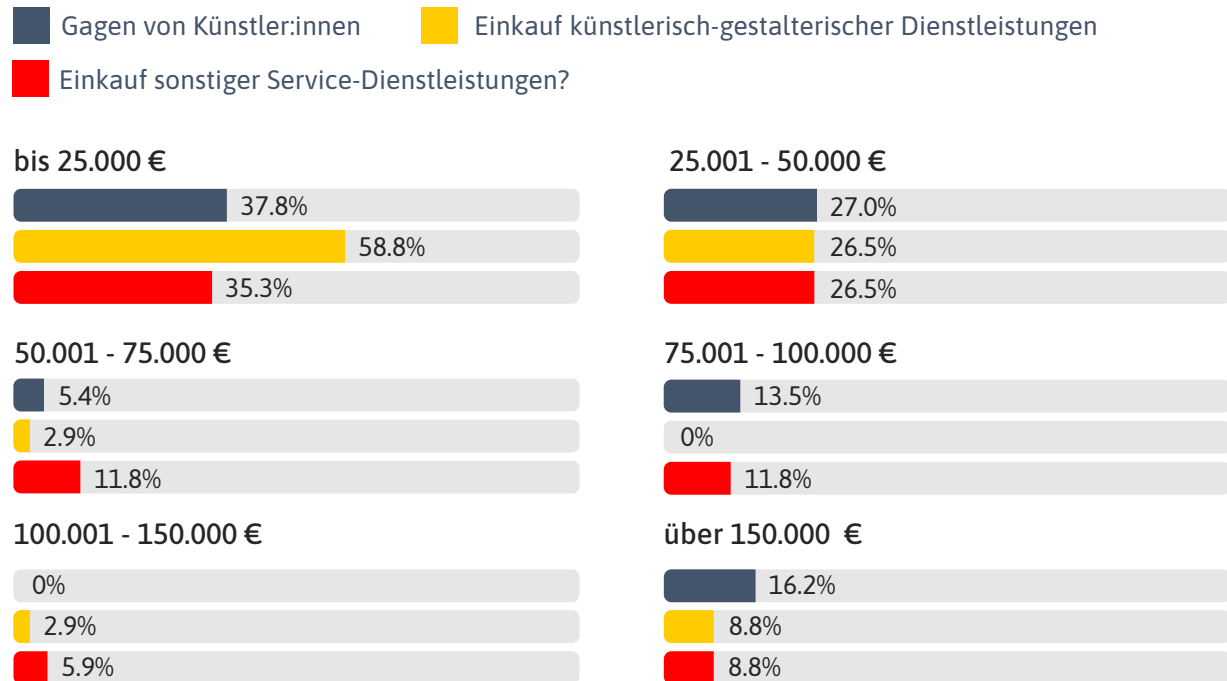


Abb. 7.2.2: Ausgaben für Künstler:innen, künstlerisch-gestalterische Dienstleistungen und Service-Dienstleistungen

ben es sich bezogen auf alle 140 Münchner Spielstätten handeln kann, wurde eine Summe von 22,87 Mio. € berechnet. Dazu wurden die aufgeführten Prozentzahlen mit Mittelwerten der jeweiligen

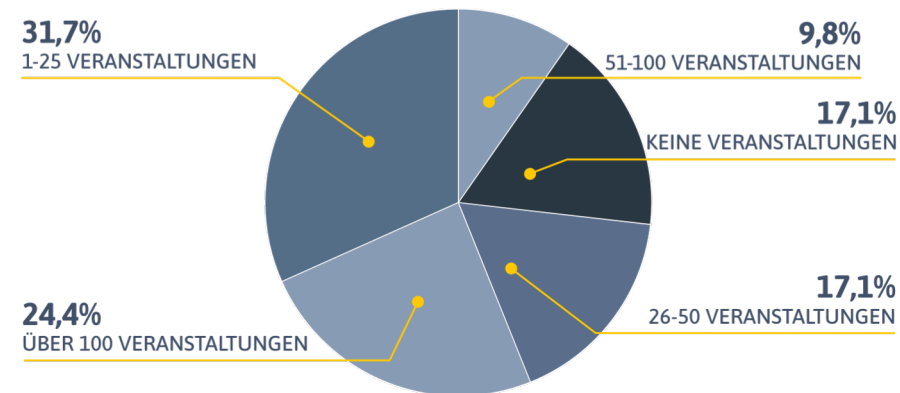
Größenordnung multipliziert und auf 140 Musikspielstätten hochgerechnet. Für die oberste Kategorie wurde lediglich der Minimalwert von 250.001 € angesetzt.

Abbildung 7.2.3 reflektiert nicht nur die Relevanz von Vermietungseinnahmen an Externe, sondern auch die Verflechtung der Münchner Musikspielstätten mit dem lokalen und regionalen Musikökosystem. 82,9% der befragten Spielstätten haben Veranstaltungen von Externen zu Gast. Bei knapp einem Viertel sind es über 100 Veranstaltungen pro Jahr.

65,9% der Befragten veranstalten auch andernorts. Bei 12,2% davon sind das im Durchschnitt mehr als 25 Veranstaltungen außer Haus pro Jahr. Typische Beispiele wären Festivals, Community-Events wie ein „Christopher Street Day“ oder die Präsentation von Indoor-Acts, die nicht zu den Zuschauer:innenkapazitäten oder technischen Spezifika des eigenen Hauses passen. Outhouse-Veranstaltungen können die Wahrnehmung der eigenen Spielstätte erhöhen, was zur Kund:innenbindung und zum Publikumsaufbau beiträgt.

Die unterschiedlichen Einnahmequellen dürften die wirtschaftliche Resilienz der Spielstätten steigern.

Wie viele Veranstaltungen pro Jahr von externen Veranstalter:innen finden durchschnittlich in Ihren Räumen statt?



Wie viele Veranstaltungen pro Jahr veranstalten Sie durchschnittlich außerhalb Ihrer Spielstätte?

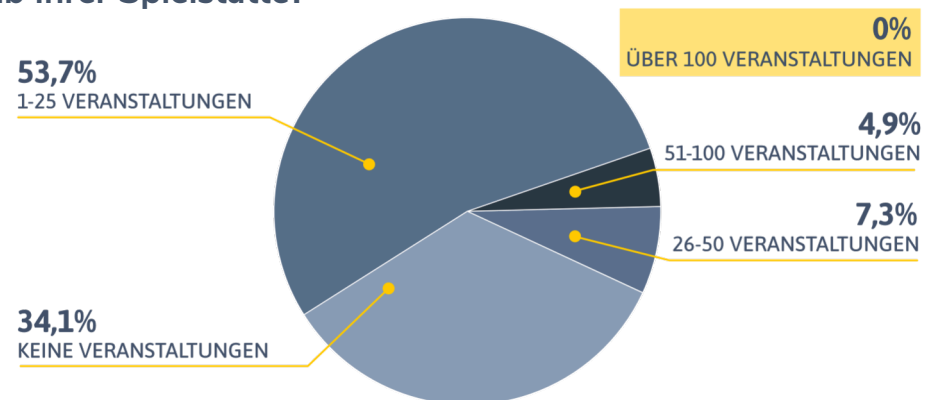


Abb. 7.2.3: Inhouse-Veranstaltungen Externer und eigene Veranstaltungen outhouse

Abbildung 7.2.4 wirft noch einmal einen genaueren Blick auf die Inhouse-Vermietungen.

Die Anlässe dafür können vielfältig sein. Bei den Mieter:innen kann es sich ebenso um Privatleute handeln, wie um Firmen, Event- oder Konzertagenturen, Festivals, Soundkollektive, gemeinnützige oder öffentliche Kulturanbietende, erfahrene Kreativschaffende oder Newcomer:innen.

Bemerkenswert ist, dass der kleinste Wert der Fotoshootings bereits bei fast 50% liegt, d. h. dass 47,1% der Befragten ihre Spielstätte für Fotoshootings vermieten. Die Zahl springt ab der nächsten Kategorie deutlich nach oben, wobei die Vermietung für Workshops durch 88,2% der teilnehmenden Betriebe den höchsten Wert ausmachen. Möglicherweise zeigt sich an dieser Stelle der nicht unerhebliche Anteil der soziokulturellen Zentren unter den Befragten oder auch eine sozial geprägte Motivation vieler privatwirtschaftlicher Spielstättenbetreiber:innen.

Darüber hinaus berichteten Spielstättenbetreiber:innen in den Interviews auch über Kooperationen mit Nachwuchsdesigner:innen, Fotograf:innen, Musiker:innen und anderen Künstler:innen, indem sie ihnen Räumlichkeiten für Proben, Aufnahme-Sessions oder Ausstellungen kostenfrei oder zu Sonderkonditionen zur Verfügung stellen. Teilweise ergeben

Vermieten Sie die Räumlichkeiten Ihrer Musikspielstätte auch für ... ?

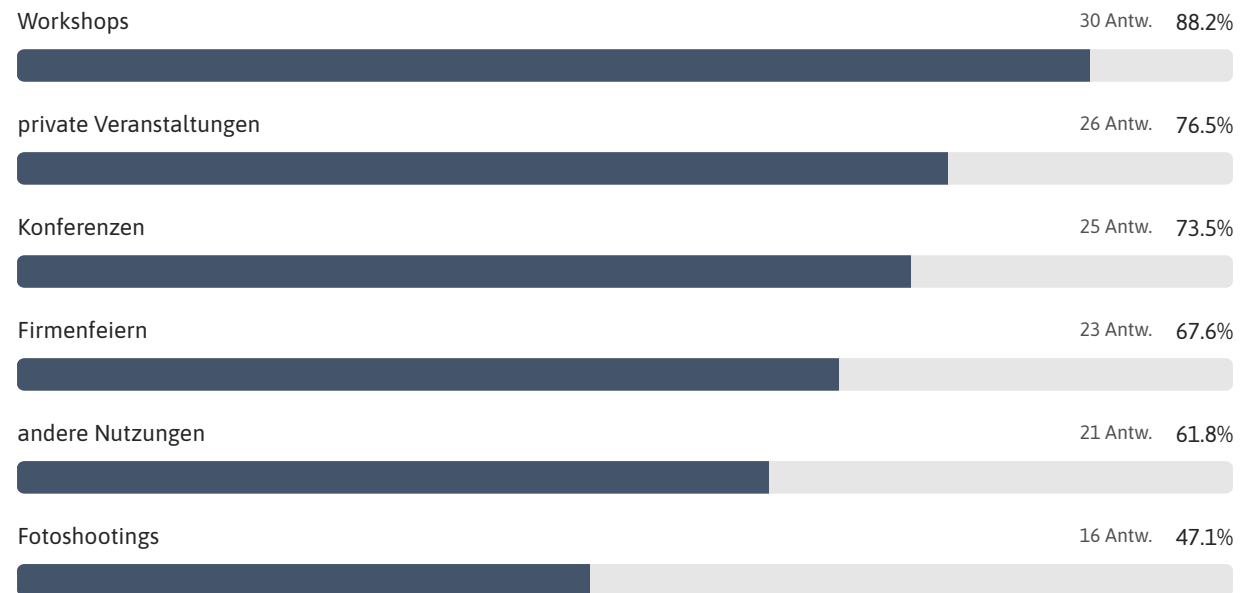


Abb. 7.2.4: Anlässe für Vermietungen

sich daraus auch konkrete Aufträge. Die erzielten Win-Win-Konstellationen helfen auf diese Weise Newcomer:innen aus diversen Kreativbranchen beim Markteintritt, erhöhen gleichzeitig deren Bindung an die Musikspielstätte und setzen positive Impulse für die Fan Community.

Es zeigen sich Austauschbeziehungen mit Wechselwirkungen, die vermutlich zur Attraktivität, Vitalität und Vielfalt der subkulturellen Angebote Münchens beitragen.

8

HANDLUNGSEMPFEHLUNGEN

Maßnahmen in den folgenden drei Handlungsfeldern werden empfohlen:

1. Schließungen verringern – Standorte erhalten

- **Einrichtung eines Musikspielstättenkatasters prüfen, das Behörden, Immobilienkäufer:innen, Bauherr:innen, Investor:innen bzw. Wohnraumentwickler:innen für standardisierte Abfragen nutzen können. Für bestimmte Planungs-, Antrags- und Genehmigungsverfahren muss die Nutzung verpflichtend sein.**

Dazu sollten zunächst die Erfahrungswerte anderer Kommunen mit bestehenden Clubkatastern abgefragt werden, z. B. in Köln, Leipzig, Hamburg oder Berlin. Das Kataster kann auch als Voraussetzung dienen

- zum Erfassen und Dokumentieren der Verteilung, Muster und Fluktuation der Münchner Musikspielstättenstandorte.
- für die Umsetzung einer möglicherweise auf Bundesebene beschlossenen neuen Baunutzungsverordnung (mit der Option zur Ausweisung von Sondergebieten für Musikclubs), Einführung eines Agent-of-Change-Prinzips sowie einer angepassten TA Lärm.

- als Ressource für Stadtplanungsprozesse, bspw. um bereits in frühen Phasen der Erstellung neuer Bebauungspläne die integrierte spezifische Berücksichtigung von Musikspielstätten zu gewährleisten (und nicht nur pauschal von Kulturräumen, auch im Rahmen von Sondergebieten oder als „Nachtökonomie-Cluster“). Das betrifft bspw. auch die Planung von ÖPNV-Haltestellen zur Minimierung von Fußwegen zu Musikspielorten, ggf. mit Schallschutzvorkehrungen an Haltestellen.

- **Münchner Nachwuchsmusikspielstätten (mit Graswurzelfunktion) transparent bestimmen.** Lokale Musiker:innen, DJs und Publikum müssen darin übereinstimmen, dass es sich um eine Nachwuchsmusikspielstätte handelt, um sie dann entsprechend im Münchner Musikspielstättenmonitoring auszuweisen. Das erleichtert den bedarfsgenaue Zuschnitt von Fördermaßnahmen mit hoher Akzeptanz, wenn es um künstlerische Nachwuchsförderung geht.

- **Bestehende Programmförderung ausbauen für Nachwuchsclubs und Festivals sowie für Kooperationen mit Soundkollektiven.**

Die Musikspielstätten, die regelmäßig Live-Konzerte oder künstlerische DJs buchen, haben sowohl einen deutlich höheren Organisationsaufwand als auch deutlich höhere Kosten durch Gagen als bspw. eine am Mainstream orientierte Diskothek. Das Planungsrisiko erhöht sich bei regelmäßiger Präsentation von Newcomer:innen. Die bereits zur Verfügung gestellten Popfördermittel, die Ende 2023 durch den Münchner Stadtrat erheblich angehoben wurden, ermöglichen durch die bereits bestehenden Ausschreibungen der Pop-Programmförderung und Pop-Veranstaltungszuschüsse eine relativ präzise Unterstützung der Spielstätten und ebenso der angesprochenen Zielgruppen, reichen jedoch zum aktuellen Zeitpunkt noch nicht aus, um den Bedarf förderwürdiger Bewerbungen zu decken.

- **Verbesserte Kommunikation, Beratung und Abwicklung von Antragstellungen zu Förderprogrammen.**

Dies betrifft insbesondere Antragstellungen zu Schallschutz und Nachhaltigkeit (Energieeffizienz), ggf. Flankierung durch kommunale Unterstützung und optimierte Genehmigungsverfahren zu Baumaßnahmen (zentrale Ansprechperson in der Münchner Stadtverwaltung).

- **Prüfung, bis zu welchem Grad bestehende Risikoszenarien in der Münchner Stadtplanung die zunehmende Dynamik internationaler Immobilien-Investments berücksichtigen, die die Bestandssicherung von Musikspielstätten gefährden können.**

München befindet sich im internationalen Vergleich in einer ähnlichen Situation wie bspw. die Städte Barcelona, Paris und London, in denen das Phänomen des „Clubsterbens“ schon weiter fortgeschritten ist. Der Niedergang der Clubkultur wird hier v. a. durch Verdrängungsprozesse verursacht, die wiederum durch ausländische bzw. internationale Immobilienspekulation getrieben werden, die nicht nur die Gewerbemieten, sondern auch die Preise von Wohnimmobilien und Wohnmieten vor allem in zentralen Stadtteilen nach oben treiben. Es gibt Parallelen zu München,

wo der Prozess aber bislang noch nicht so weit fortgeschritten zu sein scheint. Es stellen sich folgende Fragen: Welche kommunalen Instrumente zum Umgang mit diesen Risiken existieren? Wo können ggf. Veränderungen von Rahmenbedingungen angestoßen werden?

2. Neugründungen und Kollektive stärken

- **Konzepte für leistbare Flächen strategisch weiterentwickeln, als bezahlbare Plattform für Veranstalter:innennachwuchs bzw. Veranstaltungsfachkräfte der Zukunft (Soundkollektive, Promoter:innen, etc.).**

Bestehende städtische Initiativen wie bspw.

MUCs weiterentwickeln, die dazu dienen, Alternativen zu nicht genehmigten Partys und Raves anzubieten, was zugehörige Folgekosten reduzieren kann (z. B. Kosten für Stadtreinigung, Polizeieinsätze, medizinische Kosten, Anzeigen, Ordnungsverfahren). Soundkollektiven und zugehörigen Initiativen bietet das mehr Optionen, um sich schrittweise zu legalisieren.

Junge Menschen, die sich für dieses Berufsfeld und auch für eine Selbständigkeit interessieren, kommen nicht weiter. Der Mangel an geeigneten Experimentierräumen wird zur Sackgasse. Aus der Szene der Soundkollektive heraus fehlt es an ausreichenden Anknüpfungspunkten zur Legalisierung der Aktivitäten in Richtung eines professionellen Karriereaufbaus - sei es künstlerisch oder organisatorisch.

- **Schaffung von Aufmerksamkeit oder Anreizen für innovatives Facility Management, z. B. zur Mischnutzung konventioneller Gewerbeimmobilien unter Ausnutzung unterschiedlicher Betriebszeiten.**

Mitarbeitende eines Unternehmens, die zu allgemein üblichen Arbeitszeiten im Firmengebäude arbeiten, stört es wenig, wenn nach ihrem Feierabend ein Musikclub in einem anderen Teil des Gebäudes sein Nachtgeschäft beginnt - sei es nun im Keller eines Supermarktes oder eines Versicherungsunternehmens. Positive Münchner Beispiele sind die „Rote Sonne“ und das „Pasha“.

- **Wissenstransfer von erfahrenen Betreiber:innen zu Gründer:innen fördern.**

Es gibt erfahrene Musikspielstättenbetreiber:innen, die ihr Wissen gern an jüngere Generationen weitergeben. Ein Beispiel dafür ist die "Tresor Academy Berlin" (<https://academy.tresor.foundation/>). Für Neugründer:innen bedeutet das eine sehr praktische Hilfestellung mit der Reduktion beeinflussbarer Planungsrisiken. Für bestehende, etablierte Betriebe erleichtert das den Generationswechsel bei den Betreiber:innen.

3. Weitere Empfehlungen

- **Einzelmaßnahmen für mehr Handlungsspielraum und Bürokratieabbau im Tagesgeschäft.**
Genannt wurde mehrfach der Aufwand für Umkonzessionierungen (z. B. von Gastronomie auf Musikclub) und für Genehmigungsgenehmigungen. Derartige Fragestellungen eignen sich voraussichtlich als Themen im Rahmen von organisierten Austauschformaten wie dem „Runden Tisch Nachtleben“.
- **Social Ticketing Modelle kofinanzieren, promoten, flankieren.**
Anreize zur solidarischen Gestaltung der Eintrittspreise bieten, um das Feiern in Musikclubs auch jungen bzw. weniger gut situierten Publikumsgruppen zu ermöglichen. Das solidarische Ticketing-Konzept der Roten Sonne mit Social Ticket, Mid-Price-Ticket und Fair-Price-Ticket ist ein gutes Beispiel dafür.
- **Erwägung einer kompletten Aufhebung der Sperrzeit (von 05:00-06:00 Uhr).**
So strömt das verbliebene Publikum nicht in größeren Gruppen aus den Musikspielstätten heraus, sondern kann nach und nach „heraussickern“. Clubbetreiber:innen bestätigten positive Erfahrungen mit diesem Vorgehen, da es dann seltener zu Lautstärkeproblemen, Auseinandersetzungen

oder ähnlichem komme. Erfahrungswerte zur Aufhebung der Sperrstunde können anhand von Regensburg erhoben werden.³⁶

- **Kostengünstige/kostenfreie Plakatierungsflächen für Musikspielstätten schaffen.**
Diese Erkenntnis ergab sich sowohl aus den semistrukturierten Interviews als auch aus der webbasierten Umfrage, in der 76,4% der Befragten Plakatierungen nach wie vor als wichtigen oder sehr wichtigen Werbekanal bewerteten.
- **Angebote von Awarenessstrainings für Musikspielstättenpersonal fortsetzen.**
Bereits erfolgte Angebote wie beispielsweise Workshops des VDMK in Kooperation mit Condrops wurden intensiv nachgefragt. Eine Fortsetzung und Initiierung solcher Angebote sollte ins Auge gefasst werden.
- **Münchner Musikspielstättenmonitoring um Festivals erweitern und diese getrennt innerhalb der vorliegenden Monitoring-Systematik ausweisen.**
Die Systematik des Monitorings ist so angelegt, dass eine Berücksichtigung von Festivals als kuratierte Veranstaltungen bzw. Veranstaltungsorte erfasst werden können. Das erscheint

sinnvoll, da von deutlichen Interdependenzen zwischen Festivals und Musikspielstätten auszugehen ist.

- **Initiativen zur Aufhebung des bayerischen Tanzverbots an Stillen Feiertagen unterstützen.**
Dies erfordert eine politische Entscheidung auf Landesebene. Das wurde im Rahmen der semistrukturierten Interviews häufig genannt. Die Spielstättenbetreiber:innen versprechen sich dadurch einen deutlichen Umsatzeffekt bei, aus ihrer Sicht, relativ geringem Organisations- und Verwaltungsaufwand für die Maßnahme.

Schlussbemerkung:

Zum Abschluss möchten die Autoren auf folgendes hinweisen: Eine Umsetzung von den in der Bundesclubstudie der Initiative Musik 2021 formulierten Handlungsempfehlungen für die Bundesebene würde sich voraussichtlich positiv auf vorhandene Initiativen in München auswirken (z.B. AKIM und MUCs), zumindest aus Sicht der Musikspielstätten. Die veränderten Rahmenbedingungen könnten auch dazu beitragen, Verdrängungsmechanismen von Musikspielstätten ein Stück weit einzudämmen.

³⁶ Siehe: Regensburger Nachrichten, 03.04.2024, abgerufen am 24.09.2024 von <https://www.regensburger-nachrichten.de/politik-und-wirtschaft/94596-keine-sperrstunde-mehr-in-regensburg-zwischenbilanz-faellt-positiv-aus>

STUDIE ZU DEN MÜNCHNER MUSIKSPIELSTÄTTEN

IMPRESSUM

Die Studie zu den Münchner Musikspielstätten wurde erstellt im Auftrag der Landeshauptstadt München | Kulturreferat & Kompetenzteam Kultur- und Kreativwirtschaft

<https://stadt.muenchen.de/rathaus/verwaltung/kulturreferat.html>

<https://stadt.muenchen.de/infos/kompetenzteam.html>

Autoren:

Christof Schreckenberg, Elias Ntais
CREATIVE TIDE - Feldforschung und Coaching
rund um kreative Branchen

<https://creativetide.de>

Titelfoto: Christof Schreckenberg

Layout: Jorgos Katsimitsoulías

Sämtliche Grafiken und Tabellen wurden von den Autoren / CREATIVE TIDE erstellt.

Zur Erstellung und Auswertung der Umfrage wurde das Online-Tool Typeform benutzt.

München, Oktober 2024



Landeshauptstadt
München
Kulturreferat

Kompetenzteam
Kultur-● Kreativwirtschaft
München