

**Öffentliche Anhörung  
des Ausschusses für Kultur und Medien  
und der Enquete-Kommission „Kultur in Deutschland“**

**Zum Thema  
„Eine Quote für Musik in Deutschland?  
Medienanteil deutschsprachiger Musik/Medienanteil von in Deutschland  
produzierter Musik“**

**Prof. Udo Dahmen (Popakademie Baden-Württemberg)**

**Beantwortung des Fragenkataloges**

**Voraussetzungen:**

Die Popakademie Baden-Württemberg mit Sitz in Mannheim bündelt und verstärkt alle relevanten Aspekte des Themas Popkultur: Nach über 50 Jahren Popkultur-Geschichte besteht hier erstmals in Deutschland die Möglichkeit einer grundständigen Ausbildung in den Bereichen Musik und Musikwirtschaft. Durch Ihre einmalige Struktur als Public Private Partnership ist die Popakademie gleichzeitig ein Modell wie von unterschiedlichen Marktteilnehmern im Musikbereich sinnvolle Förderung von jungen Künstlern und zukünftigen Verwertern betrieben werden kann. Das Land Baden-Württemberg, die Stadt Mannheim, der SWR, Universal Music Group, die Landesanstalt für Kommunikation (LFK) und ein Mannheimer Unternehmenskonsortium unter Leitung von Radio Regenbogen sind Gesellschafter der Popakademie Baden-Württemberg.

Anmerkung:

Da die Fragestellungen zum Teil die gleichen oder ähnliche Aspekte mehrmals aufgreifen, beziehen sich die Antworten auf die für Kernfragen des Arbeitsfeldes der befragten Institution relevanten Zusammenhänge.

**Frage 1:**

In Deutschland gibt es zahlreiche Künstler, die sich in der deutschen Sprache ausdrücken und/oder hier produzieren. Aus der Erfahrung der Lehre an der Popakademie Baden-Württemberg, kann gesagt werden, dass das Interesse des professionellen Nachwuchses an deutschsprachiger Popmusik sehr groß ist. Viele unserer Studenten texten in deutscher Sprache. Darüber hinaus scheint es für eine junge Rezipientengruppe heutzutage nicht mehr eine Frage des Abwägens zwischen englisch und deutsch sondern vor allem ob der Gesamteindruck der Musik für die Zielgruppe „authentisch herüberkommt“, ob sie „cool“ ist.

Die Förderung des Nachwuchses, vor allem auch die Verbreitungsmöglichkeiten neuer Produktionen aus Deutschland und deutschsprachiger Musik von neuen Künstlern und jungen Verwertern steht somit im Mittelpunkt des Interesses der Popakademie. Diese jungen Nachwuchstalente werden jedoch gemessen am Anteil internationaler Produktionen in den Radio- und Fernsehprogrammen nicht entsprechend berücksichtigt.

Nach einer Emnid –Untersuchung und Erkenntnissen der Arbeitsgemeinschaft Media Analyse sind über 77% der Befragten unzufrieden mit einer zu kleinen Titelauswahl öffentlich-rechtlicher Hörfunksender, über 62% möchten mehr Musik mit deutschen Titeln hören. Diese Zahlen reflektieren auch die Tatsache, dass öffentlich-rechtliche Sender kaum noch neue Musik spielen; der Neuheitenanteil liegt bei nur knapp 15%, bei deutschsprachigen Neuheiten sogar nur bei 1,2%. Der Auslandsanteil gemessen an Sendeminuten liegt dagegen bei 70%. Da über 80% der Bevölkerung täglich mehr als 4 Stunden Radio hören, liegen differenziertere Programmangebote nahe. Größere Vielfalt in den angebotenen Radioprogrammen wäre wünschenswert: Nur was gehört wird kann auch gekauft werden.

Es wäre daher sinnvoll der Vielfalt von Popkultur auch im Sinne der deutschen Sprache und Produktion durch eine entsprechende freiwillige Selbstverpflichtung der Rundfunk- und Fernsehanstalten auf einen entsprechenden Anteil

- deutschsprachiger Produktionen
- Produktionen aus Deutschland
- Und einer entsprechend festzulegenden prozentualen Höhe an Neuheiten,

eine größere Öffentlichkeit zu schaffen.

Eine freiwillige Selbstverpflichtung würde die Möglichkeit beinhalten mehr „Programm-Fenster“ für deutschsprachige Musik und für Produktionen, die in Deutschland entstehen, zu generieren. Durch das Senden deutschsprachiger Produktionen und Produktionen aus Deutschland erhöht sich damit die Chance, dass einige Produktionen zu Hits werden und damit die Möglichkeit der Belebung des Tonträgerumsatzes, was der gesamten Musikbranche, Kreativen und Verwertern zu Gute kommt. Auch für sog. „Nischenprodukte“ würde, durch die Berücksichtigung der Neuheiten die Möglichkeit entstehen, sich entsprechend darzustellen.

Für eine freiwillige Selbstverpflichtung spricht außerdem, dass eine gesetzlich vorgeschriebene Quote auch immer einen Eingriff in die verfassungsmäßige Rundfunkfreiheit bedeutet.

Es muß gleichzeitig darauf hingewiesen werden, dass verschiedene öffentlich-rechtliche Rundfunkanstalten durchaus versuchen in bestimmten Programmen der Präsentation von deutschsprachiger Produktion, von Produktionen aus Deutschland und von Newcomern gerecht zu werden. Programme wie z.B. „Das Ding“ (SWR), Eins Live (WDR), Radio Fritz und andere sind Vorreiter mit diesen Programmen.

Wichtig sind hier auch die Off-Air Aktivitäten der Sender, die in Festivals (z.B. SWR New Pop Festival) , Bandwettbewerben, finanziellem Engagement z.B. bei der Popakademie Baden-Württemberg einen wichtigen Beitrag zur Förderung der Newcomer-Szene leisten.

Letztendlich ist das Engagement der Rundfunkanstalten u.a. bei der Popakademie Baden-Württemberg, in diesem Falle mit erheblichen Mitteln durchaus auch im positiven Bestreben der Rundfunksender zu sehen, den Nachwuchs im professionellen Bereich mit grundständigen Angeboten gezielt zu fördern.

**Frage 2:**

s.o.

**Frage 3:**

Durch eine Selbstverpflichtung würden auch die bereits sehr gut in den Medien vertretenen etablierten deutschsprachigen Künstler und in Deutschland produzierenden Interpreten, Künstler und Produzenten gefördert. Um auch den Newcomern einen entsprechenden Platz einzuräumen Diesem Umstand könnte durch die entsprechende Newcomerquote vorgebeugt werden.

Eine freiwillige Selbstverpflichtung sollte daher neue Künstler und Produktionen angemessen berücksichtigen. Der Anteil der „Newcomer“-Produktionen, die nicht älter als 3 Monate sind, sollte 50 % des Anteiles der deutschsprachigen oder in Deutschland produzierten Musik ausmachen.

**Frage 4:**

Keine Antwort

**Frage 5:**

Keine Antwort

**Frage 6:**

Durch die Formatierung der Radioprogramme ist die Vielfalt des Angebotes stark reduziert worden. Die Praxis von Marktforschungsinstrumenten verstärkt den Mechanismus des immer wieder Gleichen darüber hinaus.

Außerdem hinaus stehen für internationale im wesentlichen anglo-amerikanische Produktionen bei weltweiter Vermarktung wesentlich höhere Marketingetats zur Verfügung als für nationales Produkt, so dass diese in ihrer Verbreitungswirkung wesentlich massiver und internationalisiert auftreten.

Zu diskutieren wäre ein Verbesserung der Situation durch

- die Besinnung auf die Vielfalt des kulturellen/musikalischen Angebotes vor allem in den öffentlich-rechtlichen Rundfunkanstalten in Verbindung mit der Erfüllung des Kulturauftrages auch in massenkompatiblen Programmfenstern

- die Verstärkung entsprechender „innovativer“ Programmfenster und
- die (Wieder-) Einführung von Gestaltungsfreiräumen für Redakteure und Moderatoren für diese Programmfenster.
- eine Newcomerquote für deutschsprachige Musik und für Produktionen aus Deutschland.
- Modifikation des Sendeprivilegs

### Frage 7:

Eine freiwillige Selbstverpflichtung in Verbindung mit einer Newcomerrelation würde dem Publikum eine größere Vielfalt bieten und dadurch die Wahlmöglichkeiten zwischen einer höheren Zahl von Produktionen erlauben. Damit wird einer größeren Menge von Künstlern die Möglichkeit gegeben sich vorzustellen.

Angesprochen werden muss jedoch auch die Tatsache, dass z.B. eine sehr hohe Rotation für viele Acts eher schädlich ist, da sich hierdurch die Verkaufszahlen nicht mehr steigern lassen: Was oft im Radio gespielt wird, wird vom Konsumenten nicht mehr gekauft.

### Frage 8:

- Internationale Erfolge setzen nationale Erfolge voraus.  
Ein Act, eine Band, die in Deutschland bereits erfolgreich ist oder war, kann natürlich sehr viel leichter auch im Ausland angeboten werden.
- Es gibt Beispiele aus der deutschen Popmusikgeschichte der letzten 30 Jahre wie Kraftwerk, Rammstein, Nena, Falco, die mit der deutschen Sprache internationale Erfolge feiern konnten.
- Künstler wie Xavier Naidoo, Herbert Grönemeier, Nina Hagen, Annette Humpe, Spliff u.v.a. haben bewiesen wie sehr sich deutsche Sprache für Popmusik eignet.
- Im Hip-hop ist die deutsche Sprache sehr geeignet hervorragende Ergebnisse zu erzielen (Smudo, Absolute Beginner, Massive Töne, Blumentopf etc).
- Gerade in den letzten Jahren haben sich darüber hinaus eine große Zahl von bekannten Bands und Songwritern erfolgreich in deutscher Sprache geäußert (Blumfeld, Tocotronic, die Sterne, Wir sind Helden, Sportfreunde Stiller, Mia, Rosenstolz, 2Raumwohnung)
- Die Auswirkung durch eine (wie immer geartete) Quote ist auch indirekt zu sehen: durch die Erhöhung der Quantität deutschsprachiger Musik besteht eine erhöhte Chance auf höhere Qualität und von entsprechend höheren Verkäufen im Inland und damit auf Möglichkeiten der Umsatzsteigerung auch im Ausland. Im engen Zusammenwirken mit German Sounds kann im Ausland

Wirkung erzielt werden und auf diese Weise auch kleineren Labels der Zugang zu internationalen Märkten erleichtert werden.

- In Frankreich haben sich nach Einführung der Quote internationale Erfolge französischer Interpreten eingestellt (z.B. Manu Chao).
- Deutschsprachige Musik und Musik aus deutscher Produktion mit ihrer eigenen Ästhetik soll selbstverständlich im eigenen Land eine Entwicklungschance haben gegenüber dem „Ästhetik-Branding“ anglo-amerikanischer Provenienz.

**Frage 9:**

s. 8.

**Frage 10:**

Es würde zu erwarten sein, dass bei höherer Präsenz entsprechender deutschsprachiger Musik oder Musik aus deutscher Produktion auch das Interesse bei einer jüngeren Zielgruppe sich eher verstärken würde, deutsche Musik zu konsumieren. Aber auch im vernachlässigten Segment einer älteren Zielgruppe (40 – 60 –jährige) könnte sich mit künstlerisch hochwertiger Popmusik in deutscher Sprache und aus deutscher Produktion kommerziell erfolgreich agieren lassen, was derzeit in Ansätzen kleinere Labels bereits unter Beweis stellen.

**Frage 11:**

s. 0.

**Frage 12. a):**

Diese freiwillige Selbstverpflichtung sollte einen Anteil von 40 % für die deutschsprachige Produktion und die Produktionen aus Deutschland ausmachen. Darüber hinaus sollte ein Newcomeranteil, in Höhe der Hälfte der deutschsprachigen Produktionen und Produktionen aus Deutschland eingeführt werden. Denkbar wäre z.B. auch die gestaffelte Einführung einer freiwilligen Quote, so dass im Verlaufe von drei Jahren die Selbstverpflichtung erreicht würde (z.B. 1. Jahr 30 %, 2. Jahr 35 %, 3. Jahr 40 %, Newcomer-Selbstverpflichtung jeweils die Hälfte davon).

**Frage 12b):**

Keine Antwort

**Frage 13:**

s. Frage 11

**Frage 14:**

s.o.

**Frage 15:**

s. Frage 12a)

**Frage 16:**

Die freiwillige Selbstverpflichtung könnte z.B. von Media Control ermittelt und veröffentlicht werden.

**Frage 17:**

- Förderung der deutschsprachigen Popkultur im gesamten System der Aus- und Weiterbildung durch entsprechende Unterrichtsangebote (Texten, Rappen, Songwriting etc.)
- Der Musikunterricht in der allgemeinbildenden Schule und an der Musikschule und hier vor allem in Zusammenarbeit mit der Ganztagschule sollte die deutsche Sprache in der Popmusik und die Produktion aus Deutschland thematisieren.
- In der Ausbildung von Musiklehrern, Künstlern, Komponisten und Textern sollte der deutschen Sprache ein besonderes Gewicht gegeben werden.
- Bandwettbewerbe (School Jam, John-Lennon-Talent-Award bemühen sich verstärkt um die Entwicklung deutschsprachiger Acts.
- Die Livemusik, Konzertveranstalter, Clubs und deren Programme sollen so gefördert werden, dass Ihr Engagement für die deutsche Sprache und für deutsche Künstler sich in besonderen Förderstrukturen niederschlägt (s. Club Award der Popakademie).

Die Popakademie Baden-Württemberg, als Aus- und Weiterbildungseinrichtung für Populäre Musik hat ein besonderes Augenmerk auf die deutsche Sprache in der Ausbildung und in verschiedenen Projekten.

- In der Ausbildung ist das Texten in deutscher Sprache ein wesentlicher Bestandteil, der durch die texterisch-musikalische Arbeit von Dozenten wie Xavier Naidoo, Pe Werner, Edo Zanki und Gästen wie Wir sind Helden und Heinz-Rudolf Kunze dokumentiert wird.
- Bands, die aus dem Umfeld der Popakademie oder aus dem Bandpool der Popakademie hervorgegangen sind wie W4C oder Königwerq und der Student Danny Fresh im Projekt „Zeichen der Zeit“ (Singlecharts Nr. 8, Januar 2004) singen und rappen in Deutsch.
- Im Kongress „Zukunft Pop 2004“ der Popakademie Baden-Württemberg am 5.6.2004 hat das Panel „**Man singt deutsch**“ ganz im Zeichen der deutschen Sprache gestanden.  
 Namhafte Musikerinnen und Musiker diskutierten mit Sprach- und Musikwissenschaftlern u.a.  
 Prof. Dr. Jannis Androutsopoulos (Universität Hannover)  
 Alenka Barber-Kersovan (Universität Hamburg, ASPM)  
 Pe Werner  
 Heinz-Rudolf Kunze  
 Edo Zanki  
 Ulla Meinecke