



Studie zur Kölner Club- und Veranstalterszene

Inhalt

1. Einleitung

- 1.1 Begrifflichkeiten
- 1.2 Einordnung
- 1.3 Projektskizze
- 1.4 Methode und Ausschöpfung

2. Empirische Ergebnisse

- 2.1 Struktur der Club- und Veranstalterszene
- 2.2 Veranstaltungsorte und Besucherzahlen
- 2.3 Ökonomische Bedeutung
- 2.4 Beschäftigung
- 2.5 Besuchergruppen
- 2.6 Wirtschaftliche Entwicklung
- 2.7 Bewertungen zur Kölner Club- und Veranstalterszene
- 2.8 Problemfelder

3. Handlungsempfehlungen

- 3.1 Substanzerhalt und Standortsicherung
- 3.2 Tourismusmarketing
- 3.3 Genehmigungsbehörden
- 3.4 Lärmkonflikte
- 3.5 Anerkennung der kulturellen Relevanz der Kulturträger



Die Oberbürgermeisterin
Kulturamt



IMPRESSUM

KLUBKOMM
Verband Kölner Clubs und Veranstalter e.V.
kontakt@klubkomm.de
www.klubkomm.de
Heliosstr. 6a
D-50825 Köln
FON +49-(0)221 168 222 30
Fax +49-(0)221 998 911 99

Verfasser: **Heiko Rühl**
ruehl@wiso.uni-koeln.de
Institut für Soziologie und Sozialpsychologie
Universität zu Köln
Greinstraße 2
50939 Köln

Grafik: Georg Bungarten, Köln

1. Einleitung

Die vorliegende, anonyme Studie ist vom Verband der Kölner Clubs und Veranstalter, »Klubkomm e.V.«, initiiert worden, um erstmals das kulturelle und wirtschaftliche Potenzial der pop- und subkulturellen Club und Veranstalterszene in Köln zu untersuchen. Für die Durchführung der Studie wurde das Institut für Soziologie und Sozialpsychologie der Universität Köln beauftragt. Finanzielle Unterstützung erfuhr das Projekt durch das Kulturrat der Stadt Köln sowie durch die IHK Köln.

1.1 Begrifflichkeiten

Die Kultur- und Kreativwirtschaftsberichte der Bundesregierung (BMWi) unterscheiden zwischen elf Branchen, wovon eine die Musikwirtschaft ist. Diese differenziert sich in sieben Teilsektoren. Die größte Bruttowertschöpfung entfällt dabei auf den Bereich der Musikveranstaltungen (»live music«). Die in dieser Studie untersuchten Veranstalter mit und ohne eigene Spielstätte sind diesem Segment zuzuordnen. (Musikwirtschaft, 2015).

Zum Kernbereich gehören dabei alle Betriebe und Personen, die Jahresumsätze über 17.500 Euro erwirtschaften. Die Akteure mit einem Umsatz von weniger als 17.500 Euro werden zum sogenannten Minibereich der Kultur- und Kreativwirtschaft gezählt.

Die Veranstalter mit und ohne eigene Spielstätte, die im Fokus dieser Studie stehen, werden umgangssprachlich häufig als Live-Musikclub oder Clubs und schlicht als Veranstalter bezeichnet.

Kulturrelevante Spielstätten werden vom Bundesverband LiveKomm als »Live-Spielstätten« oder »Live-Musikclubs« bezeichnet. Die Definition dient der Abgrenzung gegenüber herkömmlichen Diskothekenbetrieben.

1.2 Einordnung

Die in dieser Studie untersuchten kulturelevanten Akteure aus dem Bereich der »live music«-Branche nehmen eine Schlüsselrolle für ein attraktives und urbanes Kultur- und Nachtleben einer Stadt ein. Deshalb ist die Branche in den letzten Jahren verstärkt in den Blickwinkel der Kultur- und Wirtschaftsförderung, der Stadtplanung sowie -entwicklung und des Standort- und Stadtmarketings gerückt (Initiative Musik, 2011; Schmid 2015).

Die verstärkte Wahrnehmung der Musikclubs und ihrer Veranstalter wird im wissenschaftlichen Diskurs in der jüngeren Zeit zudem unter dem Schlagwort der »Urbanen Nachtökonomie« verortet. Auch in diesem Kontext wird den Clubs und ihren Veranstaltern als Kulturträger eine relevante Rolle als Urbanitäts- und Standortfaktor zugeschrieben. Ein attraktives Angebot im Themenspektrum der »Urbanen Nachtökonomie« ist deshalb durchaus ein wichtiger Indikator für den Grad (groß)städtischer Urbanität (Schmid et al. 2015, S.10).

Sowohl Veranstalter mit also auch ohne eigene Spielstätte aus dem Minibereich haben in den letzten Jahren eine zunehmende Berücksichtigung erlangt, weil die Mini-Selbstständigen ihre Tätigkeit zwar selten aufgrund »[...] ökonomischer, sondern vielmehr aufgrund ideeller Ziele« (Söndermann, 2016, S.38) aufnehmen. Sie bilden das Potenzial, aus dem in Zukunft wirtschaftlich erfolgreiche Ideen und Dienstleistungen entstehen können« (ebd.). Sie sind daher »[...] weniger ein harter wirtschaftlicher Kern, als vielmehr ein Potenzial, das entwickelt werden kann. Und aus kulturpolitischer Sicht stellt der Minibereich ein experimentelles Feld dar, das sich in seiner kulturellen Vielfalt bislang oftmals der eindeutigen empirischen Erfassung entzogen hat« (Söndermann, 2016, S.32).

Die Veranstalter mit eigener Spielstätte leisten durch die Bereitstellung ihrer Örtlichkeiten für Auftrittsmöglichkeiten einen wichtigen kulturellen Beitrag und befördern dadurch die Lebensqualität einer Stadt (Initiative Musik, 2011). Insbesondere die kleinen Spielstätten sind als Talentschmiede unverzichtbar. Sowohl die lokale Talententwicklung als auch ihre Förderung werden hier massiv vorangetrieben. Sie sind die Bühne für Experimente, die sich weit über die Stadt hinaus einen Namen gemacht haben, und bieten jungen Künstlern oftmals die einzige Möglichkeit, sich künstlerisch überhaupt erst zu entwickeln (Presse- und Informationsamt der Bundesregierung, 2013).

1.3 Projektskizze

In der vorliegenden Studie wird erstmals auf gesamtstädtischer Ebene ermöglicht, Einblicke in die Strukturen und Arbeitsweisen der Kölner Veranstalter mit und ohne eigene Spielstätte zu erhalten.

Sie nennt im Detail alle wichtigen Akteure, skizziert ihren Organisationsgrad, den Umfang der Beschäftigung und ihre zahlreichen Verflechtungen mit anderen Branchen Kölns. Genannt werden der Umfang der angebotenen Veranstaltungen, die Besucherzahlen und die Kernzielgruppen der Angebote. Zudem werden Daten zur wirtschaftlichen Entwicklung geliefert und das Programmangebot in anderen deutschen Städten im Vergleich zu den Kölner Angeboten durch die Befragten bewertet.

Darüber hinaus wird untersucht, wie es auf lokaltopolitischer Ebene um die Wahrnehmung Club- und Veranstalterszene durch die politischen Verantwortlichen bestellt ist, sodass auf diesen Erkenntnissen basierende Handlungsempfehlungen für den zukünftigen stadtpolitischen Umgang der Branche formuliert werden können. Am Ende der Arbeit werden aktuelle Probleme skizziert, um Lösungsansätze insbesondere für den dauerhaften Erhalt der Strukturen und Örtlichkeiten von kulturelevanten Musikclubs und deren Veranstalter zu entwickeln.

1.4 Methode und Ausschöpfung

Für diese quantitative Online-Umfrage wurden die Betreiber von Spielstätten sowie Veranstalter in Köln anonym befragt. Der Kreis der Akteure setzt sich aus vielen Selbstständigen, Einzelunternehmern sowie kleinen, mittleren und nur wenigen großen Betrieben zusammen, weshalb sie von den existierenden amtlichen Statistiken nur unzureichend erfasst und analysiert werden können.

Zur Umfrage eingeladen waren deshalb Personen und Betriebe aus dem folgenden Spektrum:

Veranstalter mit eigener Spielstätte	Veranstalter ohne eigene Spielstätte
Bars und Musikgaststätten	Veranstalter
Musikclubs	Festivalveranstalter
Konzerthallen	Open-Air-Veranstalter
Kunst- & Off-Space-Räume	Konzertdirektion

Die Recherche erbrachte insgesamt 220 kulturell relevante Akteure aus dem Bereich der Live-Musik in Köln, von denen 212 zur Befragung eingeladen wurde. Das Spektrum der Befragten deckt dabei alle oben genannten Veranstalter mit und ohne eigene Spielstätte ab.

Von den zur Umfrage eingeladenen 212 Bruttokontakten haben 156 Befragte (73,6 Prozent) die Befragung begonnen, von denen 124 (58,5 Prozent) diese in Gänze beendeten. Diese Werte können unter methodischen Gesichtspunkten als sehr gut bezeichnet werden.

Die als überdurchschnittlich gut zu bezeichnende Teilnahmequote zeigt, dass alle Teilnehmer die Relevanz der Studie anerkannten und sie daher eine hohe Motivation zur Kooperation erkennen ließen. Zudem darf durch die Rücklaufkontrollmöglichkeit ausgeschlossen werden, dass es zu einer systematischen Verzerrung der in die Befragung mit einbezogenen Betriebe und Personen und ihren Tätigkeitspektren kommen konnte.

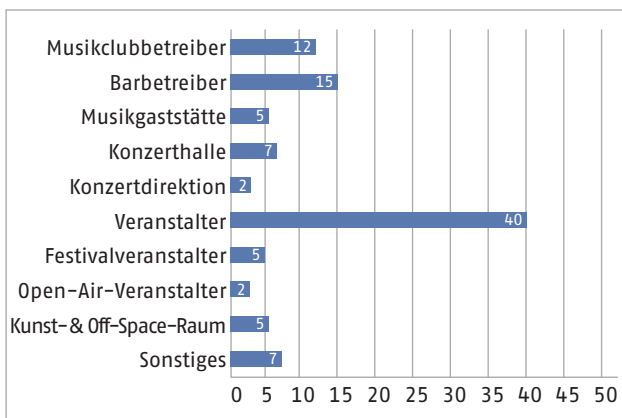
2. Empirische Ergebnisse

2.1 Struktur der Club- und Veranstalterszene

Die Akteure des kulturelevanten Kölner Live-Musikmarktes unterteilen sich in zwei Gruppen.

Zum einen sind dies die festen Spielstätten wie Musikclubs, Bars, Musikgaststätten, Konzert- und Eventhallen sowie die Kunst- und Off-Space Räume. Diese Gruppe stellt rund 50 Prozent der Befragten. Bei den Akteuren ohne eigene Spielstätte ist die größte Gruppe die der Veranstalter. Hier finden sich besonders viele, die zum Minibereich gezählt werden können. Zudem gehören die Festival-, Open-Air-Veranstalter und Konzertdirektionen hierzu.

Abbildung 1: Veranstalter mit und ohne eigene Spielstätte, Angaben in Prozent



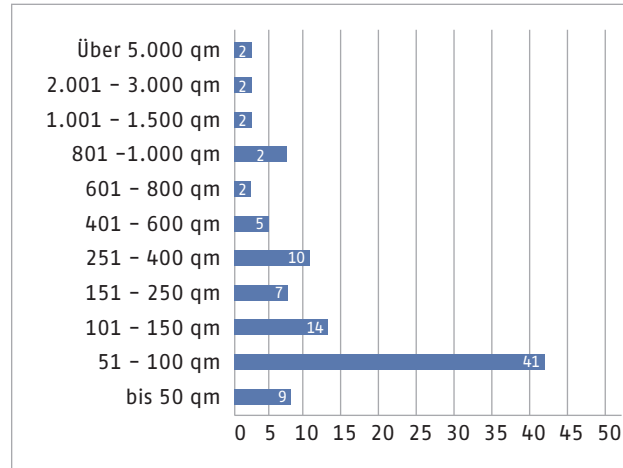
Die Studie zeigt auf, dass erst durch das Zusammenspiel der beiden genannten Gruppen ein inhaltlich diversifiziertes Live-Musik-Programm entsteht. Die wichtigsten Veranstaltungsformate, die angeboten werden, sind Konzerte mit Live-Musik sowie Partys mit künstlerischen DJs. Dieses Zusammenspiel deckt ein breites musikalisches Spektrum für alle pop- und subkulturellen Musikgenres ab.

2.2 Veranstaltungsorte und Besucherzahlen

Die Hälfte der Kölner Spielstätten verfügt über eine Veranstaltungsfläche von bis zu 100 Quadratmetern. Alle Bars, Musikgaststätten und 50 Prozent der befragten Musikclubs verfügen über maximal 150 Quadratmeter Fläche. Spielstätten mit mehr als 1.000 Quadratmetern werden ausschließlich als Konzert- und Eventhallen betrieben. Alles in allem sind

95 Prozent der in der Studie erfassten Austragungsorte für Live-Musik in Köln kleiner als 2.000 Quadratmeter.

Abbildung 2: Größe der Veranstaltungsorte, Angaben in Prozent



Die zur Verfügung stehenden Veranstaltungsflächen weisen je nach Betriebsart eine variierende Nutzungsintensität in Form der Öffnungstage auf. Die eher kleinen Bars und Musikgaststätten stehen Besuchern und Künstlern im Durchschnitt an sechs Tagen die Woche zur Verfügung. Größere Musikclubs sind durchschnittlich an vier Tagen pro Woche geöffnet. Die großen Konzerthallen, die sich an der Studie beteiligt haben, an immerhin fünf Öffnungstagen.

Die festen Spielstätten in Köln bieten ein Potenzial von mehr als 30.000 Besucherplätzen. Zudem fassen 97 Prozent der untersuchten Spielstätten eine maximale Besucherzahl von 2.000 Personen. Im Sinne der LiveKomm-Definition sind sie deshalb als kulturrelevante »Live-Musikclubs« anzuerkennen.

Abbildung 3: Besucherplätze nach Kapazitäten der festen Spielstätten

Besucherplätze nach Kapazitäten	Anteil in %	Besucherplätze
bis 50 Besucher	6,90	160
51 - 100 Besucher	22,41	975
101 - 150 Besucher	18,97	1.375
151 - 200 Besucher	15,52	1.575
201 - 250 Besucher	3,45	450
251 - 350 Besucher	5,17	900
351 - 500 Besucher	8,62	2.125
501 - 750 Besucher	1,72	625
751 - 1.000 Besucher	6,90	3.500
1.001 - 1.500 Besucher	5,17	3.750
1.501 - 2.000 Besucher	1,72	1.750
2.001 - 10.000 Besucher	1,72	4.000
Über 10.000 Besucher	1,72	10.000
Gesamtzahl Besucherplätze		31.185

Rund 85 Prozent der Betreiber von festen Spielstätten offerieren regelmäßig ein selbst kuratiertes Programm. Insbesondere die kleinen Bars, Musikgaststätten sowie die Kunst- und Off-Space-Räume bieten Live-Konzerte im Rahmen der (lokalen) Talentförderung und -entwicklung an, die für die Besucher oftmals unentgeltlich sind. Die festen Spielstätten realisieren jährlich über 4.000 kulturrelevante Live-Musik-Veranstaltungen und erreichen rund 1,6 Millionen Besucher.

Abbildung 4: Jährliche Besucherzahlen nach Kapazitäten der festen Spielstätten

Besucherkapazität	Anteil in %	Besucherzahlen
bis 50 Besucher	0,09	1.440
51 - 100 Besucher	2,57	41.400
101 - 150 Besucher	8,58	138.000
151 - 200 Besucher	5,22	84.000
201 - 250 Besucher	5,04	81.000
251 - 350 Besucher	3,81	61.200
351 - 500 Besucher	7,61	122.400
501 - 750 Besucher	0,93	15.000
751 - 1.000 Besucher	22,86	367.500
1.001 - 1.500 Besucher	28,36	456.000
Über 10.000 Besucher	14,93	240.000
Besucher pro Jahr		1.607.940

Die Veranstalter ohne eigene Spielstätte nutzen die festen Spielstätten als Örtlichkeit, um dort ihre Angebote anzubieten. Knapp 70 Prozent der Veranstalter realisieren bis zu 25 Veranstaltungen im Jahr. Hierbei handelt es sich primär um Akteure aus dem Minibereich der Kultur- und Kreativwirtschaft. Sie bereichern die Programmviefalt mit einem hohen künstlerischen Anspruch, ohne von diesem ökonomisch zu profitieren. Insgesamt bieten alle Veranstaltertypen weitere 3.700 Live-Musikveranstaltungen an und erreichen damit 2,2 Millionen Besucher jährlich.

Abbildung 5: Jährliche Besucherzahlen nach Kapazitäten der Veranstalter ohne eigene Spielstätte

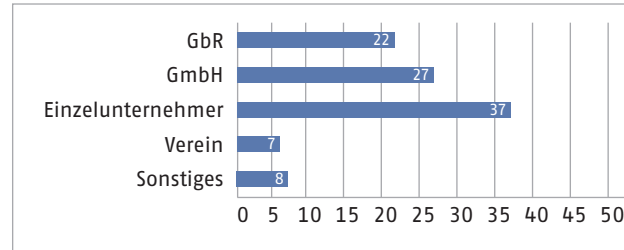
Besucherkapazität	Anteil in %	Besucherzahlen
bis 100 Besucher	1,62	36.750
101-250 Besucher	7,40	167.663
251-500 Besucher	14,15	320.353
501-750 Besucher	6,51	147.400
750-1.000 Besucher	8,56	193.788
1.001-1.500 Besucher	9,68	219.250
1.501-3.000 Besucher	11,34	256.825
3.001-5.000 Besucher	9,76	221.000
5.001-10.000 Besucher	10,70	242.250
Über 10.000 Besucher	20,29	459.500
Besucher pro Jahr		2.264.779

Durch die oben skizzierte Zusammenarbeit der festen Spielstätten mit den Veranstaltern ohne eigene Spielstätte werden in Summe über 8.000 kulturrelevante Live-Musikveranstaltungen angeboten, die knapp 4 Millionen Besucher aus Köln und überregional anziehen.

2.3 Ökonomische Bedeutung

Die Spielstätten und Veranstalter aus dem Kölner Live-Musik-Segment unterliegen einer steten Erneuerung. Nur rund 25 Prozent der Betriebe haben ihre Geschäftstätigkeit bereits vor der Jahrtausendwende aufgenommen und konnten sich bis heute auf dem kompetitiven Markt für Live-Musik-Veranstaltungen halten. Die höchste Gründungsaktivität für alle Betriebsarten liegt im Zeitraum zwischen 2001 und 2010.

Der Gründungsumfang von über 25 Prozent der Befragten die erst nach dem Jahr 2010 ihre Geschäftstätigkeit aufgenommen haben, verweist auf die Tatsache, dass der Kölner Live-Musik-Markt nach wie vor attraktiv ist. Wobei die kleinen Veranstalter sowie die Kunst- und Off-Space-Räume weniger aus ökonomischen als vielmehr ideellen Gesichtspunkten tätig sind. Dies spiegelt sich in den Jahresumsätzen wieder.

Abbildung 6: Gesellschaftsform, Angaben in Prozent

Die vorherrschende Gesellschaftsform der Musikclubs, Konzerthallen sowie der Konzertdirektionen ist die kapitalintensive GmbH. Diese Betriebsarten werden zudem vornehmlich im Haupterwerb betrieben. Insgesamt lässt sich feststellen, dass nur rund 55 Prozent der Studienteilnehmer ihren Haupterwerb allein mit ihrer kulturellen Tätigkeit bestreiten. Die Nebenerwerbswirtschaft findet sich besonders häufig bei den Veranstaltern mit bis zu 25 Veranstaltungen pro Jahr sowie einem Teil der Festival- und Open-Air-Veranstalter.

In Summe erwirtschaften die popkulturellen Veranstalter in Köln einen Jahresumsatz von über 55 Millionen Euro. Die große Anzahl der Akteure, die nur im Nebenerwerb tätig sind, stellen in dieser Studie mit einem Anteil von rund 25 Prozent den Nährboden des »live music«-Segments der Musikwirtschaft dar und erzielen Jahresumsätze von unter 17.500 Euro.

Abbildung 7: Jahresumsätze

Jahresumsätze in Euro	Anteil in %	Umsatz p.a. in Euro
unter 17.500	23,53	280.000
17.500-50.000	11,76	472.500
50.001-100.000	12,61	1.125.000
100.001-250.000	19,33	4.025.000
250.001-500.000	14,29	6.375.000
500.001-750.000	3,36	2.500.000
750.001-1.000.000	2,52	2.625.000
1.000.001-1.500.000	3,36	5.000.000
1.500.000-2.000.000	3,36	7.000.000
2.000.001-5.000.000	5,04	21.000.000
Über 5.000.000	0,84	5.000.000
Jahresumsatz gesamt	100	55.402.500

Eine finanzielle Unterstützung in Form von Sponsoring durch Industriepartner erhalten rund 40 Prozent der Befragten, wobei hiervon vornehmlich die festen Spielstätten profitieren. Öffentliche Fördermittel erhalten weniger als 20 Prozent der Befragten, dies sind hauptsächlich die flächenmäßig eher kleinen Musikclubs, die Kunst- und Off-Space-Räume und einige Veranstalter. Dieser begrenzte Förderumfang trägt dennoch dazu bei, dass spezielle Veranstaltungsangebote überhaupt erst zu realisieren sind.

2.4 Beschäftigung

Die Kölner Club- und Veranstalterszene beschäftigt aktuell über 350 Personen in sozialversicherungspflichtigen Beschäftigungsverhältnissen. Alle Betriebsarten beschäftigen zwischen einer und bis zu zehn Personen dauerhaft, wobei die festen Spielstätten für den Großteil der Beschäftigung verantwortlich sind. Die rund 750 Minijobber finden sich wiederum in allen Betriebsarten wieder, auch hier sind für den Großteil des Beschäftigungsumfanges die festen Spielstätten verantwortlich. Da insbesondere die kleinen Veranstalter eine dauerhafte Beschäftigung nicht ganzjährig finanzieren können, profitieren zudem rund 600 »feste« freie Mitarbeiter von den wirtschaftlichen Aktivitäten. Zudem sind 60 Auszubildende und Praktikanten in der Kölner Club- und Veranstalterszene beschäftigt.

Jeder vierte Veranstalter mit und ohne eigene Spielstätte plant zudem Neueinstellungen. Das Gesamtvolumen beläuft sich hierbei auf circa 460 Personen in allen Beschäftigungskategorien. Auch hier überwiegen die Minijobs mit rund 55 Prozent, gefolgt von den sozialversicherungspflichtig Beschäftigten mit rund 20 Prozent.

Die Kölner Club- und Veranstalterszene unterhält weitere beschäftigungswirksame Verflechtungen mit anderen Personen und Wirtschaftszweigen. Die Veranstalter in Köln arbeiteten im vergangenen Jahr mit über 10.000 nationalen und internationalen Künstlern aus dem Bereich der Pop- und Subkultur zusammen. Zudem sind für eine ordnungsgemäße Durchführung einer Veranstaltung zusätzliche externe Dienstleister notwendig. Im Durchschnitt sind dies zwar »nur« zehn Personen, aber angesichts von rund 8.000 Veranstaltungen im Jahr unterstreicht dies die beträchtliche wirtschaftliche Ausstrahlungskraft.

Zudem sind auch die Besucher aufgrund ihres Veranstaltungsbesuchs für eine Reihe von Folgegeschäften verantwortlich. Von diesen Ausgaben profitieren beispielsweise die speisegeprägte Gastronomie, der lokale Einzelhandel, die Verkehrsbetriebe sowie im Falle einer Übernachtung die hiesigen Beherbergungsbetriebe. Dies verdeutlicht, dass durch die Konsumausgaben, die nur mittelbar mit dem Besuch einer Live-Musik-Veranstaltung in Verbindung stehen, ein weiteres, beträchtliches Umsatzvolumen in Köln generiert wird.

Abbildung 8: Beschäftigung

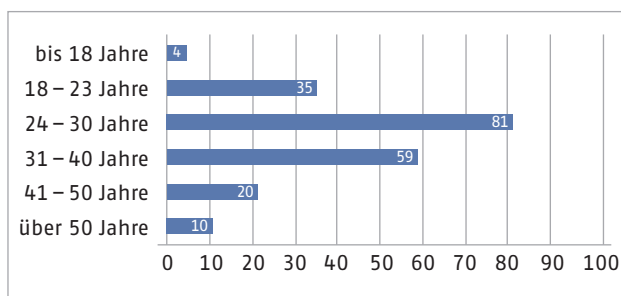
Beschäftigte	Sozialversicherungspflichtig Beschäftigte in Voll- & Teilzeit		Minijobber		Freie Mitarbeiter		Auszubildende / Praktikanten	
	Anteil in %	Häufigkeit	Anteil in %	Häufigkeit	Anteil in %	Häufigkeit	Anteil in %	Häufigkeit
keine Mitarbeiter	45,08	0	40,00	0	27,03	0	68,89	0
1 - 3 Mitarbeiter	34,43	84	10,83	26	35,14	78	26,67	48
4 - 6 Mitarbeiter	8,20	50	16,67	100	12,61	70	4,44	20
7 - 10 Mitarbeiter	7,38	72	15,00	144	12,61	112	0,00	0
11 - 15 Mitarbeiter	0,82	13	6,67	104	3,60	52	0,00	0
16 - 25 Mitarbeiter	2,46	63	5,00	126	5,41	126	0,00	0
26 - 40 Mitarbeiter	0,82	33	4,17	165	0,90	33	0,00	0
Über 40 Mitarbeiter	0,82	40	1,67	80	2,70	120	0,00	0
Gesamtzahl Erwerbstätige		355		745		591		68

2.5 Besuchergruppen

Die Kölner Kulturveranstalter bedienen den Schwerpunkt der Altersgruppe zwischen 24 und 40 Jahren. Das »musikalisch interessierte« Publikum stellt die wichtigste Zielgruppe für das szenespezifische Angebot der Live-Musikveranstaltungen dar. Touristen werden aktuell nur in einem geringen Umfang zu den Besuchergruppen der Veranstaltungen gezählt.

Dies spiegelt sich auch in Angaben zu den Wohnorten der Besucher wider. Circa 85 Prozent des Publikums der Kulturveranstaltungen wohnt im Kölner Stadtgebiet oder im Umland in einer Entfernung von bis zu 50 Kilometern. Besucher mit einem Anfahrtsweg von über 100 Kilometern und aus dem Ausland sind nur für vergleichsweise geringe 7 Prozent des Gesamtpublikums verantwortlich.

Abbildung 9: Altersgruppen (Mehrfachnennungen), Angaben in Prozent



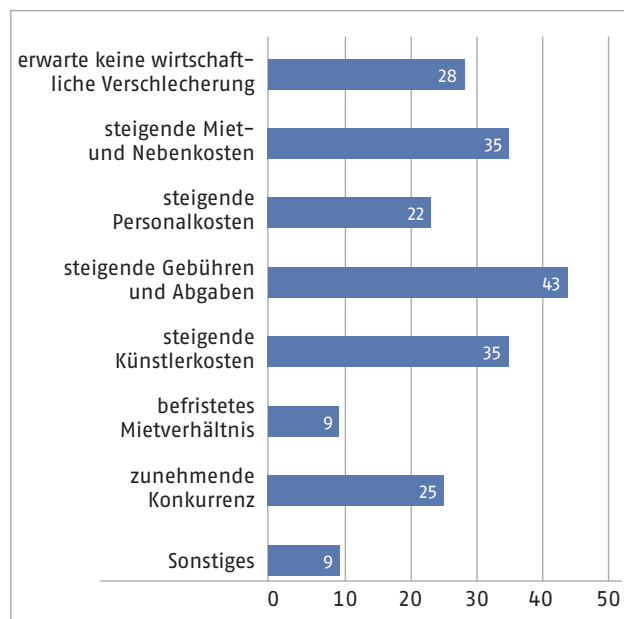
Die Entwicklung der Besucherzahlen im letzten Jahr wird von den Veranstaltern mit und ohne Spielstätte positiv bewertet. Knapp 50 Prozent berichten von »leicht« oder »stark« gestiegenem Publikumszuspruch, weitere 30 Prozent stellen keine Veränderung fest. Rund 20 Prozent der Befragten berichten von rückläufigen Besucherzahlen, diese stammen alle aus dem Bereich der Musikclubs und der Veranstalter. Die Erwartungen zur weiteren Entwicklung der Besucherzahlen im kommenden Jahr sind in den Augen der Befragten weiterhin stabil bis positiv.

2.6 Wirtschaftliche Entwicklung

Die aktuelle wirtschaftliche Situation und deren zukünftige Entwicklung werden von der deutlichen Mehrheit der Befragten als stabil und von rund 25 Prozent als »eher gut« bewertet. Diese Einschätzung spiegelt daher die Erwartung auch zukünftig steigender Besucherzahlen wider. Daraus lässt sich die Schlussfolgerung ziehen, dass Teile des Live-Musiksektors in Köln in naher Zukunft ein Umsatzplus erwarten. Dieser Befund ist für sich genommen verheißungsvoll – im Vergleich zur Umsatz- und Gewinnerwartung des Gesamtmarktes der Musikveranstaltungen (»live music«) ist dieser jedoch als unterdurchschnittlich zu bewerten (Musikwirtschaftsstudie 2015, S. 39).

Dennoch gibt es wie in jedem anderen Wirtschaftsbereich eine Reihe von Faktoren, die die Entwicklung nachhaltig negativ beeinträchtigen können. Jeder vierte Befragte erwartet in der nahen Zukunft explizit »keine wirtschaftliche Verschlechterung«, obwohl er unter Umständen auch von einem Teil der hier aufgeführten Themenaspekte nicht ganz unberührt bleibt.

Abbildung 5: Beeinträchtigungen der wirtschaftlichen Entwicklung (Mehrfachnennungen), Angaben in Prozent



Besonders relevant sind die steigenden Gebühren und Abgaben, welche die Veranstalter mit und ohne eigene Spielstätte zu tragen haben, wozu unter anderem die aktuell ansteigenden GEMA-Gebühren

gehören. Weiter sind die Miet- und weitere Nebenkosten in Form von Energiekosten ein Problem. Ebenso relevant sind die steigenden Künstlergagen.

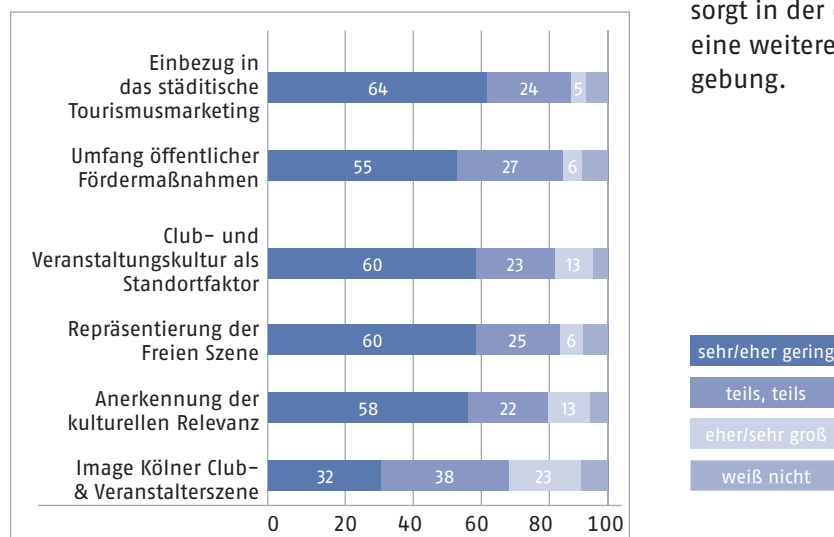
Alle drei genannten Kostenblöcke betreffen hierbei die Veranstalter mit und ohne eigene Spielstätte gleichermaßen, wobei es innerhalb der Kostenblöcke Miet- und Nebenkosten, Abgaben und Gebühren im Verhältnis stärker die festen Spielstätten und bei den Künstlergagen vermehrt die diversen Veranstaltertypen betrifft.

Unter den festen Spielstätten besteht für 10 Prozent ein existenzielles Problem durch befristete Mietverhältnisse. Durch die branchenimmanente Verflechtung mit den Veranstaltern ohne feste Spielstätte dürfen die Konsequenzen dieses Aspektes nicht unterschätzt werden.

2.7 Bewertungen zur Kölner Club- und Veranstalterszene

Das Image der kulturelevanten Club- und Veranstalterszene in Köln hat sich nach Ansicht der Befragten in der Öffentlichkeit und den Medien in den letzten Jahren stetig verbessert. Ein weiterer Zugeschwind wird in der näheren Zukunft jedoch nicht erwartet. Dennoch kann grundsätzlich von einer weiterhin positiven Grundeinschätzung der eigenen Branche gesprochen werden. Im Vergleich dazu wird die positive Imagewahrnehmung der Branche auf Seiten der Vertreter der Stadt Köln etwas geringer eingeschätzt.

Abbildung 11: Wahrnehmung relevanter Themenaspekte durch die Stadt Köln, Angaben in Prozent

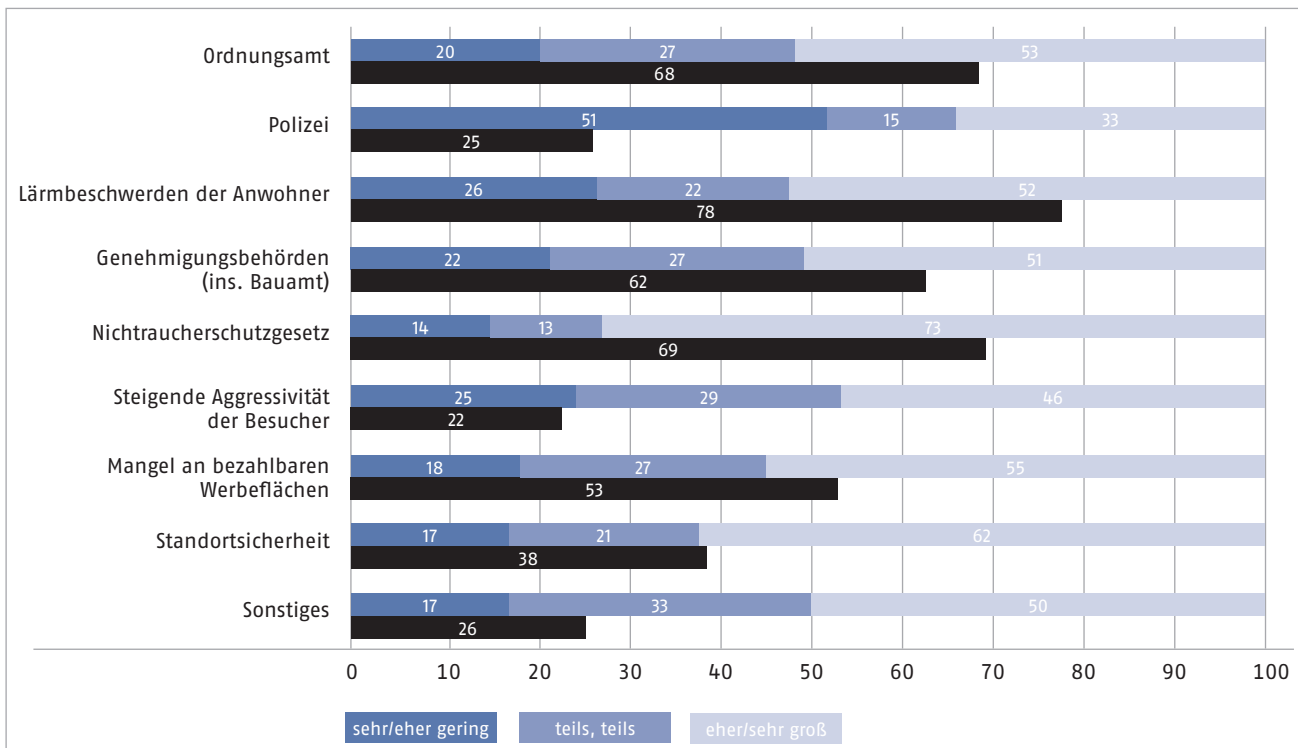


Die Angebotsentwicklung im (pop-)kulturellen Veranstaltungsbereich wird zudem rückblickend als positiv bewertet, obwohl der Blick in die Zukunft etwas eingetrübt ist. Das umfangreiche und musikalisch äußerst diversifizierte Kölner Angebot an Live-Musik-Veranstaltungen wird im Vergleich zu anderen deutschen Metropolen als »eher gut« oder »sehr gut« betrachtet. Allerdings bewerten die Befragten insbesondere im Vergleich zur Bundeshauptstadt, sowie in abgeschwächter Form zur Stadt Hamburg die eigene Angebotsvielfalt als eher unzureichend.

Besonders defizitär ist nach Einschätzung der Befragten die nachhaltige Einbindung in das städtische Tourismusmarketing. Zudem wird die Repräsentierung der freien Szene in der Gänze bemängelt. Die angemessene Anerkennung der kulturellen Relevanz und der Club- und Veranstaltungskultur als Standortfaktor sieht der Großteil der Befragten als nicht gegeben. Gleiches gilt für den Umfang der zur Verfügung stehenden öffentlichen Fördermaßnahmen, sei es strukturell oder projektbezogen.

2.8 Problemfelder

Bei den aktuellen Problemfeldern im laufenden Betrieb der Veranstalter mit und ohne eigene Spielstätte sind Lärmbeschwerden durch Anwohner am häufigsten genannt worden. Zusätzlich zu den nächtlichen Besucherbewegungen und den damit einhergehenden Geräuschemissionen wurde die Situation durch die Einführung des Nichtraucherschutzgesetzes verschärft. Die kontinuierlich hohe Zahl von Rauchern unmittelbar vor den Örtlichkeiten sorgt in der dicht bebauten Kölner Innenstadt für eine weitere Lärmbelastung der unmittelbaren Umgebung.

Abbildung 12: Problemfelder (Mehrfachnennungen) und deren Bewertung, Angaben in Prozent

Über dieses ordnungspolitisch induzierte Problem hinaus, sind die Akteure der Kölner Nachtökonomie unzufrieden mit den lokal verantwortlichen Behörden. Ihre Genehmigungs- und Auslegungspraxis wird als sehr unbefriedigend eingeschätzt. Zudem äußert ein Viertel aller festen Spielstätten und knapp die Hälfte aller Veranstaltertypen Bedenken zur Standortsicherheit. Diese scheinen unter der zusätzlichen Berücksichtigung befristeter Mietverhältnisse sowie der zu beobachtenden Gentrifizierungsprozesse in einzelnen Teilräumen der Stadt durchaus ihre Relevanz zu haben.

3. Handlungsempfehlungen

Um die Einzigartigkeit einer Musikstadt hervorzuheben, ist »[...] es deshalb empfehlenswert, die freie Entfaltung von authentischen Musikszenen zu stärken, statt die »Leuchtturmprojekte« zu betonen« (Lange et al., 2014, S.10).

Die Studie liefert umfangreiche Erkenntnisse über die Strukturen der Kölner Club- und Veranstalterszene als Teil der urbanen Nachtökonomie. Damit wird den verantwortlichen Akteuren in Politik und Verwaltung eine wertvolle Datenbasis zur Verfügung gestellt, die es ihnen erleichtern kann, in der Zukunft Entscheidungen zu fällen.

Zudem ermöglichen die Ergebnisse die Formulierung von Handlungsempfehlungen, um diese für die Stadt kulturwirtschaftlich relevanten Strukturen nachhaltig zu sichern und weiter auszubauen. Das so ermittelte Wissen soll zudem dazu dienen, die kulturelevanten Angebote weiter zu entwickeln. Darüber hinaus wird damit allen beteiligten Akteuren der Club- und Veranstalterszene sowie den Entscheidern in der lokalen (Kultur-)Politik und der örtlichen Verwaltung eine erste Grundlage für einen dauerhaften Wissenstransfer geliefert. Auf diese Weise kann die kulturpolitische Wertschätzung und

wirtschaftliche Förderung der Club- und Veranstalterszene weiter forciert werden.

3.1 Substanzerhalt und Standortsicherung

Die Studie zeigt, dass dem Substanzerhalt der Kölner Club- und Veranstalterszene deutlich mehr Aufmerksamkeit zuteilwerden sollte. Dies betrifft vor allem die Sicherung der Standorte der Spielstätten. Aktuell ist ein breit aufgestelltes Spektrum an Lokalitäten jedweder Größenordnung vorzufinden. Es gibt jedoch Indizien dafür, dass nicht wenige Spielstätten in ihrer dauerhaften Standortsicherheit bedroht sind.

Im Rahmen von stadtentwicklungspolitischen Entscheidungen sollte im Sinne einer zukünftigen gesamtstädtischen Strategie, die rechtzeitige Einbeziehung der Kulturträger sichergestellt sein. Dies trägt dazu bei, neue, alternative Standorte für dauerhafte und temporäre Nutzungen zu erkennen und auszuweisen. Eine Sicherung der Spielstätten an aktuellen Standorten erhält die Vielzahl der Programmformate und vermeidet einen Einschnitt in die Gesamtstruktur des kulturelevanten Angebotes.

Um das Potential der pop- und subkulturellen Programmvielfalt weiter zu erhalten und zukünftig verstärkt zu fördern, wird empfohlen, die projektbezogene Förderung für diese Formate auszuweiten und auf eine dauerhaft verlässliche finanzielle Basis zu stellen. Beide Maßnahmen fördern Spielstätten und im Besonderen die Veranstalter als Zukunftslabor und Biotop für neue Formate und Inhalte. Andernfalls droht im Vergleich zu den kulturelevanten Angeboten konkurrierender Metropolen ein nicht zu unterschätzender Bedeutungsverlust.

3.2 Tourismusmarketing

Die Einbeziehung des Angebots der Kölner Club- und Veranstalterszene in das städtische Tourismusmarketing ist stark verbesserungswürdig. Daher wird empfohlen, beispielsweise im Rahmen der aktuellen Kampagne »#urbancgn« diese Szene stärker zu berücksichtigen, um Besucher außerhalb des städtischen Einzugsgebietes auf die kulturellen Angebote aufmerksam zu machen.

3.3 Genehmigungsbehörden

Die Zusammenarbeit der Akteure des kulturelevanten Live-Musik-Segementes mit den städtischen Genehmigungsbehörden wird als nicht zufriedenstellend bewertet. Deshalb wird empfohlen, die Verfahrenspraxis effizienter zu gestalten und zu verkürzen. Dies kann durch die Schaffung einer zentralen Anlaufstelle innerhalb der Verwaltung erreicht werden, die Verfahren über Ressortgrenzen hinweg koordiniert. Als Beispiel ist das Kreisverwaltungsreferat der Stadt München zu nennen. (Landeshauptstadt München, Kreisverwaltungsreferat 2014).

3.4 Lärmkonflikte

Die innerstädtische Verdichtung sowie ein verstärkter Aufenthalt im öffentlichen Raum führen gerade in der Kölner Innenstadt zu einer zunehmenden Lärmbelastung. Diese Situation spitzt sich seit der Einführung des Nichtraucherschutzgesetzes weiter zu und führt zu von den Akteuren als problematisch bewerteten Einsätzen des Ordnungsamtes.

Es wird empfohlen ein, nachvollziehbares und objektiv begründetes Beschwerde- und Konfliktmanagement zu kultivieren. Mögliche Maßnahmen umfassen die Institutionalisierung eines Konfliktmanagements des zuständigen Veranstalters und dem Ordnungsamtseinsatzleiters, um im Beschwerdefall Lärmproblematiken rascher zu entschärfen.

Der Verband Klubkomm e.V. kann einen wichtigen Beitrag in der Vernetzung und Etablierung eines Selbstverpflichtungsbündnisses leisten, um Anreize in Investitionen für zusätzlichen Lärmschutz bei entsprechender Gewährleistung von Standortgarantien zu schaffen.

3.5 Anerkennung der kulturellen Relevanz der Kulturträger

Als verbesserungswürdig wird die Anerkennung der Relevanz der kulturellen Angebote der Kölner Club- und Veranstalterszene durch die (kultur-)politischen Vertreter der Stadt Köln erachtet. Ein dauerhafter Wissenstransfer über die Strukturen, Inhalte und Belange dieses Teils der freien Szene sollte daher von beiden Seiten gleichermaßen unterstützt und gefördert werden. Die in dieser Studie dargestellten kulturellen und ökonomischen Befunde leisten hierzu einen Beitrag.