



Foto: J2P/fotolia

Berlin Music Week schweißt Popkomm, a2n und Berlin Festival zusammen

# Ready for Take-off in Tempelhof

**Berlin – Noch Ende 2009 versetzten politische Querelen um die Berlin Music Week, die vom 6. bis 12. September stattfindet, Teile der Branche in Aufregung. Doch wenige Wochen vor dem Startschuss im ehemaligen Flughafen Tempelhof ziehen alle Beteiligten an einem Strick und wollen unter dem Dach der Berlin Music Week mit vereinten Kräften einen Neuanfang wagen. Dabei erfährt vor allem der Bereich Live Entertainment eine massive Aufwertung. Popkomm, a2n und Berlin Festival sind zum Erfolg verdammt. Doch die Vorzeichen dafür stehen nicht schlecht.**

Live Entertainment gibt Anfang September in Berlin den Ton an. Das Berlin Festival wird in die Berlin Music Week integriert; der a2n-Kongress hat mehrere Panels ins Programm genommen, die sich mit der Veranstaltungswirtschaft beschäftigen; auch die Popkomm hat ihr Live-Engagement massiv ausgeweitet. So treten insgesamt 60 Acts beim Showcasefestival rund um den ehemaligen Flughafen Tempelhof auf; hinzu kommen Liveveranstaltungen direkt in den Tempelhofhallen, wo auch die Popkomm ihre neue Heimat gefunden hat. „Es ist äußerst wichtig, ein Liveprogramm bei der Popkomm anbieten zu können“, betont Paul Cheetham als Festivalchef der Popkomm im Gespräch mit MusikWoche. „Die Gelegenheit zu haben, auf einem Industrie-Event neue Acts vorzustellen und zu erleben, ist unverzichtbar.“ Für die Popkomm bedeutet es zudem, dass man mehr Firmen auf die Messe holen könne, wenn man das Live Entertainment stärker anspreche. „Heute sind Bookingagenten und Veranstalter diejenigen, die Künstler aufbauen“, sagt Cheetham. „Sie investieren Zeit und Energie in neue Künstler und sind bereit, sich viel eher für einen Act zu engagieren. Auch bestehen sie nicht darauf, dass man zuerst Radioeinsätze oder langfristige Marketingkampagnen braucht.“ Diesen

Sachverhalt habe die Popkomm bei der Planung berücksichtigt und einen „klar fokussierten und effizienten Rahmen für die Showcases“ bereitgestellt. Auch sei das bisherige Feedback der Branche auf die Neugestaltung des Festivals extrem positiv, erzählt Cheetham: „Ich freue mich, den Popkomm-Besuchern etwas Frisches anbieten zu können. Auch geht es darum, die Marke Popkomm in den Augen der Branche und des Publikums kontinuierlich aufzufrischen.“ So sei eine monatliche Popkomm Club Night geplant, „bei der wir Künstler vorstellen, die wir dann nächstes Jahr zur Popkomm bringen wollen“.

## Berlin Festival mit Kunstkonzept

Eine Neuausrichtung der Aktivitäten rund um die Popkomm fällt auch bei den anderen Partnern der Berlin Music Week ins Auge. So will das Berlin Festival, das am 10. und 11. September auf dem Flughafengelände in Tempelhof stattfindet, mehr sein als nur ein Musikfestival. „Von Anfang an war uns klar: Zu einem urbanen Festival gehört auch ein urbanes Kunstkonzept, das den Flughafen Tempelhof auf eine spannende Art und Weise transformiert und bespielt und die Kreativität und Weltoffenheit Berlins zum Ausdruck bringt“, erklärt Conny Opper, als ►

*Wartet auf die Fachbesucher aus aller Welt: die ehemalige Abfertigungshalle des Flughafens Tempelhof*

**Nachgefragt bei Paul Cheetham: „Wir wollen die verschiedenen Motoren in Berlin zusammenbringen“**

Berlin – Paul Cheetham, der neue Festivalchef der Popkomm, hat sich viel vorgenommen. Mit MusikWoche-Redakteur Dietmar Schwenger sprach er über die Neuausrichtung des Liveprogramms der Popkomm, die sich jetzt stärker als internationales Showcasefestival begreift.

**MusikWoche:** Was sind die Hauptunterschiede beim Festivalkonzept im Vergleich mit früher?

**Paul Cheetham:** Wir haben beim Musikprogramm einen radikalen Ansatz gewählt, um die Wahrnehmung der alten Popkomm aufzubrechen. Damit wollen wir ein neues Konzept vorstellen, das zeigen soll, was die Popkomm in Zukunft leisten kann. Denn als Popkomm-Besucher in den vergangenen Jahren habe ich die Veranstaltung immer als ein wucherndes Wirrwarr zwischen Party, Auftritten, Messe, Konferenz und über die ganze Stadt verteilten Events empfunden. Das hat zwar immer Spaß gemacht, aber vom Business-Standpunkt her war es letztlich schwierig, irgend etwas zu schaffen. Deswegen wollte ich dem Liveprogramm ein definitives Epizentrum geben, um so seinen Nutzen und seine Bedeutung für die Fachbesucher zu erhöhen. Denn nun können sie effizient und sofort ihre geschäftlichen Absichten verfolgen. Der wichtigste Unterschied zu früher ist, dass wir die Anzahl der Popkomm-Künstler radikal auf 60 begrenzt haben. Das gibt

uns die Möglichkeit, strikte Auswahlkriterien einzuführen, wodurch die Qualität der Veranstaltungen erhöht wird. Auch haben wir dadurch Gelegenheit, jeden einzelnen Künstler gezielter zu fördern.

**MW:** Welche weiteren Unterschiede gibt es?

**Cheetham:** Der zweite wichtige Unterschied zu früheren Popkomm-Ausgaben liegt darin, dass alle Künstler, die jetzt bei uns auftreten, Showcase-Künstler sind, die gesehen und gehört werden wollen, um neue Partner zu finden. Sie wollen einen Zugang, um in diesem oder in angrenzenden Märkten das nächste Level zu erreichen. Einen dritten zentralen Unterschied sehe ich darin, dass wir die Festival-Location zwischen dem Flughafen Tempelhof und der spannenden Kreuzberg-Szene zwischen Mehringdamm und Bergmannstraße aufgespannt haben. Dieses Gelände ist neu, faszinierend und bietet endlosen Raum für Weiterentwicklung. Wir haben einige bislang noch nicht getestete Veranstaltungsstätten, und es wird sicherlich eine Herausforderung, diese zu füllen. Aber ich bin zuversichtlich, dass diese neuen Spielstätten in den nächsten paar Jahren der Popkomm eine starke neue Identität verleihen werden, die sie auch braucht. Zu den weiteren Unterschieden gehört die enge Verzahnung mit dem Berlin Festival als unserem Live-musik-Partner, der einige unserer Künstler auch bei seinem Festival spielen lässt. Auch profitieren wir davon, dass alles unter dem Dach der Berlin Music Week über die Bühne geht. Das zielt darauf ab, die verschiedenen Motoren in Berlin zusammen zu bringen. Und das ist eine sehr gute Ausrichtung.

**MW:** Was ist der Unterschied zwischen den „Day Stages“ und dem Showcase-Programm am Abend?

**Cheetham:** Die Events bei Tageslicht basieren auf der Idee, dass einige Aussteller in den Räumlichkeiten in Tempelhof Bühnen mieten, auf denen sie ihre Acts bei Empfängen vorstellen können – wobei manche dieser Veranstaltungen nur auf Einladung zugänglich sind. Ansonsten gibt es keine signifikanten Unterschiede zwi-

schon den beiden Veranstaltungstypen. Die Showcases werden im Flughafen am Nachmittag beginnen und bis in den Abend gehen, wobei sie sich an Fachbesucher und die Öffentlichkeit richten. Fachbesucher haben natürlich Zutritt zu jedem Showcase, aber wir lassen auch jeden Besucher des Berlin Festivals ohne zusätzlichen Eintritt ein. Ansonsten bieten wir ein Kombiticket für zwei Tage für nur zehn Euro eigens für unsere Showcases. Damit wollen wir den Leuten helfen, neue Künstler zu entdecken. Uns ging es um einen leichten Zugang zu diesen Events.

**MW:** Hatten Sie Vorbilder im Kopf, als sie das neue Popkomm-Festival konzipiert haben – zum Beispiel EuroSonic Noorderslag?

**Cheetham:** Ich habe die meisten dieser Showcase-Events in den letzten zehn Jahren regelmäßig besucht und natürlich dort Erfahrung gesammelt, die ich nun in das Popkomm-Festival einfließen lasse. Aber vor allem, so denke ich, verstehe ich, was ein Besucher eines Showcase-Festivals braucht, damit es sich für ihn lohnt. Vieles von

Mitbegründer des Berlin Festivals. Im Mittelpunkt stehe aber nach wie vor das Musikprogramm, das alle Fachbesucher der Popkomm frei besuchen können. Auch zur zweiten Ausgabe des Kongresses all2gether now (a2n), der nach einem zweitägigen vorbereitenden Barcamp in der Kulturbrauerei am 8. und 9. September in Tempelhof über die Bühne geht, haben Popkomm-Profis freien Zutritt. Die a2n-Veranstalter wollen die Berlin Music Week „um kontroverse Perspektiven“ erweitern und somit „die Diskussion um den durch Digitalisierung und Internet ausgelösten laufenden Transformationsprozess der Musikwirtschaft produktiv vorantreiben“. Diskutieren sollen so unterschiedliche Redner wie Prof. Dieter Gorny vom Bundesverband Musikindustrie und Will Page von der britischen Verwertungsgesellschaft PRS For Music auf der einen, Pirate-Bay- und flattr-Mitbegründer Peter Sunde sowie „Techdirt“-Blogger Mike Masnick auf der anderen Seite. Trotz all dieser Aktivitäten bleibt die Frage, wie die Berlin Music Week beim Fachpublikum ankomm-

men wird – auch weil mittlerweile internationale Events wie EuroSonic Noorderslag oder SXSW in Texas wichtige Branchentreffpunkte geworden sind. Paul Cheetham findet indes, die Berlin Music Week habe einen offensichtlichen Vorteil: „Die deutsche Hauptstadt ist ein echter Weltstar mit einer faszinierenden Geschichte, mit pulsierender Energie, einer kreativen Kultur und einer Liberalität.“ All das sei schwer zu schlagen. „Ein Event in einer der berühmtesten und attraktivsten Umgebungen, in einer der schönsten Städte der Welt, ist von enormem Wert.“

**Die Vorzeichen stehen nicht schlecht**

Aber auch Cheetham weiß, dass die Popkomm – und damit die Berlin Music Week – vorzeigbare Resultate braucht. „Die Popkomm soll Künstler finden, die sich danach zu großen Erfolgsgeschichten entwickeln. Für uns ist entscheidend, dass die Popkomm diese Erfolgsgeschichten auch wirklich hervorbringt.“ Doch die Vorzeichen hierfür stehen nicht schlecht. Die

Popkomm war bereits einen Monat vor Beginn ausgebucht; auf dem Gelände in Tempelhof präsentieren sich vom 8. bis 10. September Aussteller aus rund 20 Ländern. „Berlin und der neue Standort funktionieren als Magnet für Organisationen und Unternehmen aus aller Welt“, sagt Dr. Ralf G. Kleinhenz, Managing Director der Popkomm. „Wir freuen uns sehr über die große Bandbreite der Aussteller. Sie kommen aus den unterschiedlichsten Geschäftsfeldern und Ländern. Das unterstreicht die Bedeutung dieser Messe im In- und Ausland.“ Und auch Dieter Gorny, der Ende 2009 den Streit um Sinn und Zweck der Berlin Music Week mit einem offenen Brief ausgelöst hat, gibt sich versöhnlich. Er forderte jüngst eine „Berlinale für die Musikindustrie“. Die Berlin Music Week habe eine Chance, „kein Reinfall zu werden“, wenn alles so ablaufen könne wie geplant. Pragmatisch gibt Paul Cheetham zu Protokoll: „Dieses Jahr des Übergangs ist eine perfekte Gelegenheit, neue Ideen auszuprobieren und Pläne in die Tat umzusetzen.“ *Dietmar Schwenger*

dem, was ich plane, basiert auf dem Feedback, der Erfahrung und dem Wissen, das ich bei diesen Veranstaltungen gewonnen habe. So habe ich gelernt, dass ein erfolgreiches Festival von einer guten Organisation, einer zugänglichen Location und einem relevanten wie interessantem Programm abhängt – aber auch davon, dass die teilnehmenden Besucher zufriedenstellende Resultate erzielen. Und ich glaube, dass wir alle diese Kriterien erfüllen können.

**MW:** Warum kooperieren Sie mit The Great Escape in Brighton und anderen Showcasefestivals und können sich ein sogar noch größeres Netzwerk vorstellen?

**Cheetham:** Ich mag die Idee, wenn etablierte und interessante Festivals nach Berlin kommen und ihre Konzepte einem neuen Publikum vorstellen. Zugleich erhält die Popkomm im Gegenzug die Chance, auch international ihr eigenes Profil zu entwickeln. Bei The Great Escape war ich von Beginn an involviert, und ich war immer davon beeindruckt, wie die Veranstaltung sich gemacht hat, wie sie gewachsen ist und die Aufmerksamkeit einer ganzen Branche in so einer kurzen Zeit gewonnen hat. Zudem haben wir mit dem Almost Famous Club in Schweden und dem

Primavera Festival in Spanien andere Festivals, die zu uns kommen. All dies sind gegenseitige Verabredungen, die es der Popkomm erlauben, sich international aufzustellen. Das ist auch ein Grund, warum wir über das ganze Jahr hinweg mit deutschen Künstlern



Hat das Popkomm-Festival neu gestaltet: Paul Cheetham

und Firmen arbeiten wollen. Denn auf diese Weise können wir stets eine hervorragende Besetzung für Showcases organisieren und Kooperationen mit internationalen Events schließen.

**MW:** Warum nutzen Sie die Kultur-

brauerei nicht mehr für das Festival?

**Cheetham:** Die Kulturbrauerei bleibt ein Zentrum, in dem vieles passiert. Sie beherbergt Veranstaltungen der Berlin Music Week, der a2n und der Jazzkomm. Beim Popkomm-Festival aber wollten wir eine starke neue Identität erschaffen und dieses sehr eng mit der Popkomm verbinden. Zudem wollten wir unserer Kooperation mit dem Berlin Festival Ausdrück geben. Wenn die Leute dieses Jahr nach Berlin kommen, können wir ihnen zeigen, dass die Popkomm eine echte Persönlichkeit und ein funktionierendes, vernünftiges Konzept hat, das über das Potenzial verfügt, die Beziehungen zur Berlin Music Week und zum Berlin Festival weiter auszubauen.

**MW:** Wie haben Sie die

Bands für das Festival ausgesucht? **Cheetham:** Das Schlüsselwort in diesem Prozess war „Potenzial“. Solange es wirkliches Potenzial gibt, war keine Band zu klein für uns, auch wenn es natürlich hilft, wenn der Künstler

bereits ein gewisses professionelles Netzwerk um sich gesponnen hat. Meine Erfahrung beim Künstleraufbau bringt es mit sich, dass ich fähig sein sollte, Bands auszusuchen, die die Leute sehen wollen. Aber mir war wichtig, eng mit unseren Partnern wie dem Berlin Festival, dem Karrera Club, Nordic By Nature und Four Artists zusammenzuarbeiten. Ich habe sie bei ihren Events in den Selektionsprozess eingebunden, so dass sie nun Acts promoten können, an die sie auch selber glauben. Es gab zudem eine Menge konstruktive Diskussionen mit den Exportbüros über die Künstler, die wir nach Berlin holen sollten, und ich bin sehr glücklich über unsere Auswahl. Bei den größeren, etablierten Acts erschien es uns sinnvoller, dem Berlin Festival den Vortritt zu lassen und ihnen bei dem Bemühen, die stärkste Besetzung für ihre Veranstaltung aufzustellen, nicht in die Quere zu kommen. Auch profitieren wir davon, dass wir künftig das Berlin Festival mit Acts füttern können. In diesem Jahr haben wir eine hervorragende Situation, weil wir acht Popkomm-Acts auf dem Berlin Festival unterbringen konnten. Die Zusammenarbeit mit dem Berlin Festival war ein Highlight, und ich freue mich darauf, diese Beziehung auch in Zukunft zu pflegen.

# POPKOMM NOW WITH JAZZKOMM 3-10 SEPT 2010 BERLIN

Auf der Popkomm hat der Jazz erstmals eine eigene Area – die Jazzkomm.

Jazzkomm-Lounge mit Ausstellern aus der Jazz-Branche im Flughafen Tempelhof.

Über 40 Showcase-Konzerte im Rahmen der Berlin Music Week tagsüber im Flughafen und am Abend im franz Club der Kulturbrauerei. Außerdem: Jazzkomm-Konferenz und UNERHÖRT! @ Jazzkomm-Filmlounge.

Di, 7. September, GRAND OPENING der ersten Jazzkomm mit einer CANADIAN JAZZ NIGHT;

Mi, 8. September, NORWEGIAN LABEL NIGHT; Do, 9. September DUTCH NU-JAZZ MOVEMENT

Das komplette Programm und alle Infos unter [WWW.JAZZKOMM.DE](http://WWW.JAZZKOMM.DE)

Sponsor:

SCHIMMEL  
PIANOS

Medienpartner:

Jazzthing tonart  
Kulturradio 92,4 zitty BERLIN  
jazzdimensions

Programmpartner:

UNERHÖRT

Hotelpartner:

PRECISE HOTEL  
Agon's Berlin

