

„Wie siehts aus in Hamburg?“

**Erhaltungsstrategien der Hamburger Musikclubkultur unter
neoliberalem Stadtmarketing und normativer Kulturpolitik**

vorgelegt von: Jakob Wössner
Veringstraße 67
21107 Hamburg
Matrikelnummer 3016555

und Leonie Jordan
Wandfärberstraße 7
21335 Lüneburg
Matrikelnummer: 3029426

Leuphana Universität Lüneburg
Masterstudiengang: Kulturwissenschaften - Culture, Arts and Media
Minor: Arts Organization / Kulturorganisation

2. Fachsemester
Sommersemester 2017

Seminar: Culture, Creativity and The City – A Comparison of Theories and Case Studies

bei: Prof. Dr. Volker Kirchberg
Abgabetermin: 11.12.2017

Inhaltsverzeichnis

1. Einleitung	2
2. Kulturmetropole Hamburg: Außendarstellung und Förderprojekte zum Erhalt der Clubkultur	
2.1 Eine kleine Geschichte der Hamburger Clubförderung	3
2.2 Clubprämie und Live Concert Account	4
2.3 Der aktuelle Stand der städtischen Musikclubförderung	6
3. Die Hamburger Musikclubs: Geschichte, Status Quo und (Heraus-) Forderungen	
3.1 Die Entwicklung der „Kiezkultur“	8
3.2 Hamburg und seine Clubs – Versuch eines Status Quo in Zahlen und Fakten	11
3.3 Hamburg und seine Live-Clubkultur – einzigartig aber museal?	13
3.4 Das Clubkombinat – politisches Sprachrohr und Vermittler der Hamburger Musikszene	15
3.5 Der „7-Punkte-Plan“ - Forderungen für eine nachhaltige, städtische Förderung der Musikclubs	17
4. Reflexionen zu Methoden und Ansätzen der Förderung	
4.1 Kritik an aktuellen Förder- und Erhaltungsmaßnahmen	21
4.2 Eigene Ideen und Denkanstöße zu Förderung und Vernetzung	25
5. Fazit	28
6. Bibliographie	30
7. Anhang	
Interview Thore Debor	i
Abbildung I	xvi
Abbildung II	xvii
Abbildung III	xviii

1. Einleitung

„Hamburg ist hermetisch. Eine verkaufte Stadt, wo nichts Wildes mehr wachsen kann.“
(Tino Hanekamp, in: Freitag 14.01.2014)

„Mit der Eröffnung der Elbphilharmonie Hamburg am 11. und 12. Januar 2017 führte die Stadt ihren Weg als Hafen- und Musikstadt konsequent fort und beweist einmal mehr, dass in Hamburg Kontraste Zukunft formen. [...] Das neue Konzerthaus mit seiner einzigartigen Architektur steht für das kontrastreiche und maritime Flair der Stadt, die aus Tradition und Moderne mit Mut, Kreativität, Innovationsdenken und Weltoffenheit immer wieder ihre Zukunft erfolgreich neu formt. Es ist das Sinnbild für das Raue und Schöne der Stadt Hamburg, für Gegensätze, die überall in der Stadt aufeinandertreffen und ihren Charme ausmachen.“¹

Die Freie und Hansestadt Hamburg gilt als Metropole mit vielfältigem, lebendigem Kulturgesehen, das sich nicht nur auf Großprojekte, wie jüngst den Bau der *Elbphilharmonie*, erstreckt, sondern auch die „Kiezkultur“ in ihr Image-Panorama aufnimmt. Somit setzt sich in der Außenwirkung ein spezielles musikalisch-kulturelles Image zusammen, das sich gerade aus seinen Gegensätzen speist: *Staatsoper* und *Moloch*, *Leiszhalle* und *Rote Flora*, *Schlagermove* und *Reeperbahn Festival*, *Barclaycard Arena* und *Fischmarkt*, *Olivias Kiez Oase* und *Große Freiheit*. Besonders wird das weltoffene Image hervorgehoben, Hamburgs Sonderstellung als Musicalstadt, als Standort starker Musikinstitutionen (Orchester, Musikhochschulen, Jugend-Musikschule,...), diverser Musikunternehmen unterschiedlicher Größe und vielfältiger Spielstätten mit einem musik- und kulturinteressierten Publikum. Gleichzeitig findet seit Jahren ein stetiges „Clubsterben“ statt. Fast immer wirtschaftlich begründet, sehen sich die Betreiber dazu gezwungen, ihre Musikclubs zu schließen. Da sorgen sich nicht nur Kulturschaffende und Kreative um die Lage der Musikclubkultur. Auch die Hamburger Band *Tomte* stellte 2008 die Frage „Wie siehts [sic] aus in Hamburg?“ (Tomte 2008) und formulierte darin mitunter das Bedenken, wohin sich die Kiez- und Clubkultur entwickelt.

Die dieser Arbeit zugrunde liegende Frage ist daher, wie sich Hamburg einerseits in Hinblick auf sein kulturelles Angebot präsentiert und wie andererseits Live-Musikclubs von der Politik unterstützt werden.

Nach einem groben Überblick über die Geschichte der Hamburger Clubförderung werden aktuelle Fördermaßnahmen skizziert, die sich insbesondere in Zusammenarbeit mit dem *Clubkombinat Hamburg e.V.* verwirklicht(en) und als Errungenschaft

¹ <https://marketing.hamburg.de/aktuelle-projekte-elbphilharmonie.html>

unter anderem den *Live Concert Account* und die *Clubstiftung* hervorbrachten. Der darauffolgende Abschnitt legt den Fokus ganz gezielt auf die Hamburger Musikclubkultur, auf deren Status Quo und auf allgemeine Problematiken. Daran anknüpfend findet sich der „7-Punkte-Plan“, der Forderungen des *Clubkombinats* gegenüber der Stadt Hamburg beinhaltet, um eine nachhaltige Förderung von Musikspielstätten zu gewährleisten. Die primäre Quelle für diesen Abschnitt der Arbeit ist ein Interview, das die Autor*innen mit dem Geschäftsführer des *Clubkombinats* führten. Im letzten Kapitel soll Kritik hinsichtlich der städtischen Fördermaßnahmen formuliert werden, woraufhin mögliche alternative Szenarien skizziert werden, die dem Erhalt der Clubs dienen könnten.

Aufgrund der Komplexität des Themas werden einige Aspekte nur knapp behandelt werden können. Nichtsdestotrotz wird der Versuch gewagt, die städtischen Handlungsmuster und die Situation und Bedarfe der Clubs gegeneinander abzuwägen.

2. Kulturmetropole Hamburg: Top-Down-Prozesse, Außendarstellung und ihre Förderprojekte zum Erhalt der Clubkultur

2.1 Eine kleine Geschichte der Hamburger Clubförderung

Da in Kapitel 3.1 noch ein historischer Überblick über die Entwicklung der Musikclubkultur Hamburgs gegeben wird, soll an dieser Stelle lediglich vorweggenommen werden, dass ab den 1960er und 1970er Jahren eine grundsätzliche gesellschaftliche Akzeptanz von Jugendkultur stattfand. Es oblag den politisch Verantwortlichen, den Kulturzentren, Jugendtreffs und Musikclubs als kommunikatorische Schnittstellen dieser jungen, kreativen Strömungen finanzielle Unterstützung zu bieten. (vgl. Schneider 2001: 50f.) Im *Hamburger Kulturbericht* von 1982 wurde die *Fabrik* aufgrund ihrer Kombination von Musikprogramm und kommunikativen Angeboten für Kinder, Ausländer*innen und Minderheiten zunächst „zur folgenreichsten kulturpolitischen Innovation des Jahrzehnts“ (ebenda: 54) erklärt. Nachdem sich die Location 1981 aufgrund finanzieller Notlagen in einem offenen Brief um die finanzielle Unterstützung durch öffentliche Gelder bemühte, war sie die erste Musikspielstätte, die institutionell gefördert wurde. (vgl. ebenda: 234f.) Der Ansatz der *Fabrik* wurde in viele andere deutsche Städte exportiert und fand in Hamburg durch die Eröffnung daran anknüpfender Locations wie dem *Winterhuder Fährhaus*, dem *Rieckhof* und eben der

Markthalle Nachahmer. Aufgrund drohender Verschuldung sahen sich die *Markthalle* und die *Fabrik* dazu gezwungen, die Stadt auf ihre Bedeutung für die Kulturszene aufmerksam zu machen und diese zu höheren Fördersummen zu bringen. 1982 beschloss der Senat daraufhin eine laufende Subvention für beide Stätten, sowie den Kauf von Gelände und Gebäude der *Fabrik*, um sie dieser dann kostenfrei zur Verfügung zu stellen. Die *Markthalle* befand sich zu dem Zeitpunkt sowieso in einem Gebäude der Stadt, wofür die Betreiber im weiteren Verlauf nun keine Miete mehr zahlen mussten. Die Fördersumme erzielte 1993 mit 1.495 Mio. DM für die *Fabrik* und 753.000 DM für die *Markthalle* ihren Höhepunkt, wurde jedoch nach Konsolidierung der öffentlichen Haushalte auf 1.25 Mio. DM (*Fabrik*) beziehungsweise 652.000 DM (*Markthalle*) herunter reguliert. (vgl. ebenda: 51ff.)

Der Kulturbericht von 1982 führt neben oben erwähnten Spielstätten auch sogenannte „mittlere Programmzentren“ (z.B. das *Onkel Pö* und das *Logo*) und kleine Clubs, wie das *Knust*, *Fools Garden* und *Remter* als wichtige Kommunikationszentren an, von denen erhofft wurde, „dass Impulse sich von den kleinen Clubs in die größeren Zentren fortpflanzen und Nachwuchskünstler evtl. eine professionelle Karriere mit der Veröffentlichung von Tonträgern sowie Tourneen über Hamburg hinaus schaffen mögen“ (ebenda: 57). Besonders werden darin Nischenprogramme und kreative Kulturangebote willkommen geheißen, wie Albrecht Schneider (2001) festhält: „Es sollten [...] nicht nur nur [sic] die großen Kommunikationszentren subventioniert, sondern auch interessante Projekte in den Clubs gefördert und so deren Risikobereitschaft unterstützt werden.“ (ebenda: 57f.) Daraufhin wurde der Titel „Förderung der Programmarbeit in Kultur- und Kommunikationszentren“ durch die Kulturbehörde eingerichtet, welcher eine Fördersumme von 100.000 DM zusagte. Bis 1989 wurden diese Ausgaben jedoch wieder drastisch gekürzt (50.000 DM) und unter dem Punkt „Sonstige Musikpflege“ geführt. 1987 wurde die *Clubprämie* eingeführt, welche nach Entscheidung einer unabhängigen Jury für besondere Programmpunkte vergeben wurde, jedoch nicht nach einem festgelegten, nachvollziehbaren Schlüssel operierte (vgl. ebenda: 57f.)

2.2 Clubprämie und Live Concert Account

Der oben angeführte Titel „Förderung der Programmarbeit in Kultur- und Kommunikationszentren“ wurde bis 1989 deutlich gekürzt. (s. Abbildung I: xvi). 1987 erfolgte

darauhin die Umstellung auf die *Clubprämie*. Bis 2008 regelte sie eine Förderung durch öffentliche Gelder für Hamburger Musikclubs. Die Clubprämie setzte sich in den Jahren 2000 und 2001 jeweils zur Hälfte aus öffentlichen Geldern und Förderungen aus musikwirtschaftlichen Unternehmen zusammen. (vgl. Schneider 2001: 58, 278ff.)

Die Vergabe erfolgte jedes Jahr durch den Entscheid einer unabhängigen Jury, welche sich an dem (musik-)kulturellen Programm der Clubs orientierte. (vgl. ebenda: 58) Dieses Prozedere führte einige Nachteile mit sich: Es existierten keine nachvollziehbaren, systematischen Aufschlüsselungen, nach denen ein Clubprogramm als unterstützenswert eingeordnet wurde; die Anzahl der geförderten Clubs war nicht konsistent und somit ebenfalls nicht nachvollziehbar; es wurden nur wenige Clubs bezuschusst, von denen viele wiederholt unter den „Gewinnern“ waren (z.B. *Logo, Hafenklang, Werkstatt 3, Knust*); außerdem wirkte die Förderung für die meisten Betreiber wie ein „Tropfen auf dem heißen Stein“ (ebenda: 279), da keine Planungssicherheit gegeben war. Ein weiterer großer Nachteil bestand darin, dass eine relativ offene Bewertung von Qualitätsunterschieden zwischen klassischer, „hochkultureller“ Musik und Popmusik zu Tage trat. Je weiter sich ein Club abseits des Mainstreams positionierte und je mehr Livemusik er spielte – wo Musik also vermehrt als Ausdruck politischer oder ideologischer Gesinnung eingesetzt wird -, desto weniger Zuwendungen erhielt er. Von politischer Seite wurde dies aufgrund der inhaltlichen Unabhängigkeit der Subkultur begründet. Institutionelle Förderung hätte nach Auffassung der Politik unter anderem bestimmte Rechtsansprüche zur Folge, „die zu kaum absehbaren Weiterungen führen“ (ebenda: 279) könnten.

Im Jahr 2008 löste der *Live Concert Account* (LCA) die *Clubprämie* ab. Er wurde von der Kulturbehörde Hamburg, *Clubkombinat Hamburg e.V.*, *RockCity Hamburg e.V.* und der *GEMA* entwickelt und ist in dieser Form das deutschlandweit einzige Modell. Der LCA ermöglicht eine transparente und gleichberechtigte Geldervergabe, die sich aus einem festgelegten Schlüssel ergibt:

Nach Antragsstellung, Nachweis und Addition der geleisteten Rechnungsbeiträge an die GEMA (U-K-Tarif) ergibt sich anhand der Gesamtsumme aller GEMA-Zahlungen, ein geeigneter Verteilungsschlüssel. Mittels dieser Quote wird im Verhältnis zur verfügbaren Accountsomme direkt an die Antragssteller ausgezahlt. Je mehr Live-Musik die privaten Musikbühnen nachweisen können, desto höher fällt der Förderbetrag aus.²

² <https://clubkombinat.de/projekte/live-concert-account/>

Insgesamt stehen jährlich 150.000 € Gesamtvolumen zur Verfügung. Um zur Förderung zugelassen zu werden, müssen Musikclubs und Musikinitiativen bestimmte Auflagen erfüllen.³ Die Abwicklung des Antragsprozederes übernimmt die *Clubstiftung* (offiziell „Stiftung zur Stärkung privater Musikbühnen Hamburg“⁴) im Namen der Kulturbehörde Hamburg. Auf die *Clubstiftung* wird in Kapitel 3.4 näher eingegangen.

Der LCA scheint sowohl für die Stadt als auch für die Clubbetreiber*innen ein geeignetes Werkzeug zu sein, um Live-Konzerte finanziell zu honorieren. Im vergangenen Jahr wurden zusätzlich 50.000 € von der Stadt gegeben. Hinzu kam eine Direktspende der *Clubstiftung* von 15.000 €, die sich aus dem Erlös des *FairTix*-Ticketing ergab, sowie eine private Spende von 20.000 €, was zu einer Summe von 235.000 € führte. Dieses Jahr steuert die Stadt zusätzlich 100.000 € bei und führt 2017 somit zu einem Gesamtvolumen von 250.000 €, die an circa 52 Musikclubs (so viele waren es 2016) verteilt werden. Weitere Spenden aus dem *FairTix*-System fließen in den LCA+ - einer Fördermaßnahme für Kleinstclubs -, sowie in die *Club Academy* und in Werbemittelzuschüsse für das *FairTix*-Plakat.⁵

2.3 Der aktuelle Stand der städtischen Musikclubförderung

Das kulturelle Image der Stadt Hamburg ist – vor allem in der Außenwahrnehmung – vergleichsweise heterogen: Einerseits kann die Metropole eine vielfältige alternative Szene, zahlreiche Kulturveranstaltungen jeden Tag und legendenumwobene Orte wie die Reeperbahn vorweisen, andererseits investiert sie in international bekannte Großprojekte wie jüngst die *Elbphilharmonie* und beherbergt darüber hinaus freie Bühnen, Theater- und Opernhäuser. Wie oben bereits kurz beschrieben, reicht das Image, eine Kultur- und insbesondere eine Musikstadt zu sein, weit zurück. In den 1990er Jahren war die Stadt mit vielen wichtigen Musikunternehmen, darunter beispielsweise das Major Label *PolyGram* (später *Universal*) und das größte deutsche Independent-Label *Motor Music*, das deutsche Zentrum der Musikwirtschaft. Der Wert dieses Images erschloss sich den Hamburger Politiker*innen allerdings erst,

³ „Die Förderung gilt für Musik-Clubs und Musikinitiativen mit festem Spielort in Hamburg, die seit mindestens einem Jahr vom derzeitigen Betreiber geführt werden und jährlich mindestens 24 Livemusik-Konzerte veranstalten. Sie richtet sich nur an Einrichtungen, die keine institutionelle Förderung bekommen und deren Gesamtveranstaltungsfläche nicht größer als 500qm ist bzw. deren Kapazität nicht über 1.000 Personen fasst.“ (<https://clubkombinat.de/projekte/live-concert-account/>)

⁴ Siehe dazu: <http://stiftung-private-musikbuehnen-hamburg.de>

⁵ vgl. <http://www.hamburg.de/pressearchiv-fhh/8796104/live-concert-account/>, <http://www.fair-tix.de/news/>

nachdem tragende Institutionen (z.B. *Universal Music, Deutsche Grammophon*) in andere Städte abwanderten. Um die Jahrtausendwende löste damit Berlin Hamburg als Musikhauptstadt Deutschlands ab. (vgl. Kuchar 2014: 217) Aus derlei Entwicklungen scheint die Stadt ihre Schlüsse zu ziehen und wirbt heute mit kultureller Vielfalt. Das zeigt sich beispielsweise in den zwölf „Erfolgsbausteinen“ des Stadtmarketings: Darin finden sich neben Punkten wie „Internationale Handelsmetropole“ und „Wachstum und Nachhaltigkeit“ auch solche wie „Pulsierende Szene“ und „Die Reeperbahn“.⁶

Neben den in 2.1 und 2.2 genannten Fördermitteln wurde im Jahr 2010 die *Hamburg Kreativ Gesellschaft* initiiert, die der Förderung der städtischen Kreativszene und -wirtschaft dienen soll.⁷ Im *Kreativwirtschaftsbericht* von 2012, der von der *Kreativ Gesellschaft* herausgegeben wird, attestieren die dort gebündelten Expertenmeinungen der Stadt einerseits hervorragende infrastrukturelle und historische Vorteile für den Erhalt einer lebendigen Kulturszene, andererseits sei den politisch Verantwortlichen die finanzielle Förderung in eben dieser Bandbreite bislang nicht in ausreichendem Maße gelungen. (vgl. Hamburger Kreativ Gesellschaft 2012: 84ff.) Diese Problematik soll an anderer Stelle noch vertieft werden.

Im Jahr 2013 wurde im nächsten Schritt die *Kultur- und Tourismustaxe* eingeführt. Diese Steuer wird auf Beherbergungsunterkünfte wie Hotels, Motels, Gästehäuser und Pensionen erhoben und wird vom Beherbergungsbetrieb dem Übernachtungsgast in Rechnung gestellt. Diesen Steuereinnahmen „sollen zu 100 Prozent in touristische, kulturelle und sportliche Projekte investiert werden, die dem Image Hamburgs und damit letztlich auch der Tourismuswirtschaft zu Gute kommen.“⁸ Aus diesen Erlösen flossen lediglich im Jahr 2014 40.000 € an den *Nochtspeicher* und 2016 4.000 € an das *Birdland*. Das *Reeperbahn Festival* und die daran angebundene *Reeperbahn Festival Conference* erhielten zwischen 2014 und 2017 pro Jahr zwischen 445.000 € und 460.000 € aus den Steuereinnahmen, zuzüglich zu der jährlich entrichteten Grundfinanzierung von 200.000 € seit 2011. In der *Drucksache 21/8044* wird dieses Förderverhalten damit begründet, dass damit „eine Ausweitung der Aktivitäten des *Reeperbahn Festivals* und damit auch eine Stärkung des Musik- beziehungsweise Musikwirtschaftsstandorts“ (Bürgerschaft der Freien und Hansestadt

⁶ vgl. <https://marketing.hamburg.de/die-marke-hamburg.html>

⁷ vgl. <http://kreativgesellschaft.org/de/ueber-uns/ziele>

⁸ <http://www.hamburg-tourism.de/service/kultur-und-tourismustaxe/>

Hamburg 28.02.2017) ermöglicht wird. Aufgrund mehrerer Parameter erhält das *Reeperbahn Festival* keine Ausschüttungen aus dem *Live Concert Account*. (vgl. Bürgerschaft der Freien und Hansestadt Hamburg 28.02.2017)

Dieselbe Drucksache behandelt darüber hinaus die Problematik, dass sich die meisten Musikclubs in den Sommermonaten in noch dringlicheren finanziellen Engpässen befinden als im Rest des Jahres. Thore Debor vom *Clubkombinat* fordert diesbezüglich eine stärkere städtische Unterstützung dabei, Freiflächen ausfindig zu machen beziehungsweise bereitzustellen, die für Open-Air-Angebote genutzt werden können. (vgl. Interview Debor 2017: xv) Die *Drucksache 21/8044* stellt den aktuellen Stand so dar, dass sich die *Kulturbehörde* mit dem *Clubkombinat* und der *Hamburg Kreativ Gesellschaft* in Gesprächen hierzu befindet und auch Aspekte eines Flächenkatasters - ähnlich dem *Clubkataster* in Berlin - bedacht werden. Dazu lägen allerdings noch keine Ergebnisse vor. Flächen, die 2015 und 2016 für einzelne Veranstaltungen genutzt werden konnten, waren beispielsweise die Freilichtbühne und die *KulturKappelle* im Wilhelmsburger Inselpark sowie die Freilichtbühne im Harburger Stadtpark. (vgl. Bürgerschaft der Freien und Hansestadt Hamburg 28.02.2017)

Dass sich Hamburg nicht nur als Stadt der Hochkultur, sondern auch der Popkultur verstanden sehen und seinen Standort der Creative Industries stärken möchte, wurde durch die Eröffnung des *Musikhauses Karostar* im Jahr 2004 deutlich. Der Gebäudekomplex zwischen St. Pauli und Karolinenviertel soll unabhängigen Unternehmen und Start-Ups der Musik- und Kreativbranche günstige Büroflächen bieten. Außerdem sollen durch die disziplinäre Ballung kreativer Austausch und Kooperationen stattfinden können. (vgl. Kuchar 2014: 218)

Die hier dargestellten Beispiele sind bei Weitem nicht vollständig, sondern sollen einen Überblick über vergangene und aktuelle Fördermaßnahmen der Stadt geben. Im Folgenden soll nun die Entwicklung die für das Stadtimage so wichtige „Kiezkultur“ Hamburgs herausgearbeitet werden.

3. Die Hamburger Musikclubs: Geschichte, Status Quo und (Heraus-)Forderungen

3.1 Die Entwicklung der „Kiezkultur“

Seit dem Jahr 2006 wird die Hamburger Reeperbahn jährlich für vier Tage zum „Epizentrum“ der deutschen Musikindustrie. Musikfans als auch die Vertreter*innen von

Konzertindustrie, Musiklabels, Presse und anderen beteiligten Industrien treffen beim gleichnamigen *Reeperbahn Festival* aufeinander. Nicht nur die Dynamik der circa 40.000 Besucher*innen sorgt für eine geschäftige Stimmung, es ist auch der Ort und seine Struktur, durch die ein eigenständiger Charakter entsteht. Die Stadt Hamburg als Austragungsort für eines der größten Clubfestivals Europas, insbesondere der Bezirk Hamburg-St.Pauli und umliegende Stadtteile, eignet sich gerade durch die Historie der Hafenstadt. Das Fundament für die derzeit herrschende Club- und Musikkultur ist bereits zu Beginn des 20. Jahrhunderts zu finden und hat aktiv wie passiv zur Ausbildung einer zentralisierten Ausgehkultur beigetragen.

Die Bedeutung Hamburgs als Hafenstadt spielt hier eine besondere Rolle. Als wichtigste und größte Industrie entsteht durch die hohe Personenfrequenz, beispielsweise aufgrund der Arbeiter*innen auf und für die See, ein Bedarf nach schneller und vielfältiger Unterhaltung. Diese Nachfrage muss in kurzer Zeit bedienbar sein und alles bieten, was für „freizeitliche Bedürfnisse“ relevant ist. Auf der hafennahen Reeperbahn entwickeln sich über die Jahrhunderte verschiedene Arten von Angeboten, Trinkhallen und Kneipen, Musik und Tanz. Die Prostitution dient dabei als kurzfristige Lösung „menschlicher Bedürfnisse“:

Es hat sich hier ein geballter Ort entwickelt, den es so in Deutschland nicht noch einmal gab, wo es sich mit dem Rotlichtmilieu und dem Ausgehen zu einer Symbiose entwickelt hat, das ist etwas sehr Spezielles, historisch Gewachsenes, besonders durch die Hafensiedlung in einer gewachsenen Großstadt – auch im internationalen Sinn. (Interview Debor 2017: iif.)

Den Stellenwert St. Paulis als „Ausgehviertel“ nimmt über die 1960er und 1970er Jahre zu. Die Gründe für die Ansiedlung von Musikspielstätten und Live-Clubs im Allgemeinen folgen keinem spezifischen Narrativ. Die Entwicklung zum größten Unterhaltungsviertel Hamburgs fand jedoch ohne Zweifel statt, wobei gesellschaftliche und mediale Umbrüche durchaus eine Rolle gespielt haben, wie auch Autor und DJ Hans Nieswandt (2002) erkennt:

Bis zur Ankunft von Acid gab es kaum einen Grund, nachts auf der Reeperbahn unterwegs zu sein. In die Absturzläden, das TopTen etwa, oder den Black-Music-Club After Shave, verirrte man sich höchstens gelegentlich. Das Bermudadreick und die meisten anderen relevanten Läden befanden sich in Stadtteilen wie Eimsbüttel oder dem Schanzenviertel. St. Pauli war für modernes Nightclubbing noch wenig erschlossen, die Hafenstraße gerade mal besetzt. Das sollte sich Ende der 80er Jahre ändern. Immer mehr der kleinen Rotlichtbars machten dicht und fielen nach und nach der kombinierten Krise aus Pornovideos, Peepshows und Aids zum Opfer. Junge Underground-Gastronomen und Musikenthusiasten rückten in den kleinen trashigen Läden nach. (Nieswandt 2002: 33f.)

Die erfolgreiche Entwicklung der Live-Clubs fand schon früher statt. Prominente Werbefiguren dafür waren natürlich die *Beatles*, deren musikalische „Reifeprüfung“ in Clubs wie *Indra*, *Kaiserkeller*, *TopTen* und *Star Club* eine wichtige, auratische Momentaufnahme der Hamburger Clubkultur darstellt.

Über die 1980er und 1990er gründeten sich immer mehr Clubs um und auf der Reeperbahn. Größere Konzerthäuser wie das *Grünspan*, *Fabrik* und *Markthalle* bestehen bis heute. Eine Besonderheit von Hamburgs Clublandschaft stellt hier die Anzahl von kleineren Live-Clubs bis 100 m² dar. Sie stellen nach einer Erhebung von 2014 bis zu 59% von insgesamt 101 gezählten Musikclubs (vgl. Clubkombinat Hamburg e.V. 2016: 99). Dies ist ein Umstand, auf den an späterer Stelle Bezug genommen werden wird.

Die steigende Zahl von Spielstätten ging auch Hand in Hand mit der Entwicklung einer lebendigen und vielfältigen Musikszene. Musikalische Bewegungen wie die „Hamburger Schule“ gingen von der Stadt aus. Diese Musikszene wird oft mit dem Label *L'age d'or* und mit Bands wie den *Goldenen Zitronen*, *Blumfeld* und ab Mitte der 1990er Jahre *Tocotronic*, verbunden. Als weiteres Beispiel ist ebenso die lokale und Ende der 1990er erfolgreiche Rapmusikszene Hamburgs zu nennen. *Absolute Beginner*, *Fettes Brot*, *Samy Deluxe* oder *Das Bo* sind nur einige der relevanten Künstler*innen. Bis Ende der 2000er hinein wurden immer wieder musikalische Ausrufezeichen aus der Hansestadt wahrgenommen und galt im gesamtdeutschen und zuweilen internationalen „Pop-Diskurs“ als relevant bis federführend.

Insgesamt konnte sich über die letzten 50 Jahre eine Musik- und Konzertkultur entwickeln, die neben den vielen anderen Unterhaltungsformen eine wichtige Rolle für das Image der Stadt, den Tourismus und die Wirtschaft spielt. Deswegen kann hier auch „[...] von der 24-Stunden-Stadt mit besonderer Akzentuierung des Nachtlebens als Urbanitätsindikator und Attraktivitätskapital mit (internationaler) Ausstrahlungskraft“ (Tara Brabazon/Stephen Mallinder (2007): *Into the Night-Time Economy: Work, Leisure, Urbanity and the Creative Industries*, Nebula 4.3, in Clubkombinat Hamburg e.V. 2016: 8) gesprochen werden. Die „Night Time Economy“ (ebenda) ist ein wichtiger Faktor für die Stadt Hamburg und in einer Debatte um die Relevanz seiner Clubkultur nicht zu vernachlässigen.

Im Folgenden soll nun ein weitere Vergrößerung und Hinwendung zu aktuellen Entwicklungen vorgenommen werden, indem der Status Quo zur aktuellen Lage der Hamburger Musikclubkultur skizziert wird.

3.2 Hamburg und seine Clubs – Versuch eines Status Quo in Zahlen und Fakten

Über ein qualitatives Interview mit Thore Debor (Geschäftsführer des *Clubkombinat Hamburg e.V.*) und dem Hinzuziehen von gesammelten Daten desselbigen, als auch einer Branchenerhebung der Stadt aus dem Jahr 2014 ist es möglich, ein aussagekräftiges Bild des „Ist-Zustandes“ darzustellen.

Einer Abbildung aus der *Clubfibel für Frischlinge – Leitfaden für Clubbetreiber, Veranstalter und Behörden des Clubkombinats* (2016) ist zu entnehmen, dass zu dem Zeitpunkt 101 Musikspielstätten im *Clubkombinat* vertreten waren. Prozentual teilen sie sich in folgende Größenordnungen auf: circa 59% der Clubs messen bis 100 m², circa 29% zwischen 100-200 m² und circa 14% haben eine Fläche von über 200 m². Thore Debor aktualisiert die Zahlen zum Zeitpunkt des Interviews im November 2017: Er geht von 150-200 aktiven Musikspielstätten aus, von denen 110 im *Clubkombinat* vertreten sind. Der Terminus „Musikclub“ hat die definitorische Voraussetzung, dass hauptsächlich Live-Musik angeboten wird, jedoch mit dem Zusatz, dass auch DJ-Praktiken als Kunstform anerkannt sind und damit auch in diese Einschätzung einfließen. (vgl. Interview Debor 2017: iii) In der Erfassung werden damit alle Musikstile, Genres oder musikalischen Kunstformen dargestellt, eine stilistische Abgrenzung liegt nicht vor. Für einen geografischen Überblick lohnt sich die Betrachtung der „Clubplan-App“ des *Clubkombinats*, wobei hier nur die Mitglieder desselbigen abgebildet sind. (vgl. Abb. II: xvii) Einige geographische Aspekte können an dieser Stelle festgehalten werden: Der Hamburger Osten verzeichnet weitaus weniger Live-Musikclubs als der Westen. Die Stadtteile Altona-Altstadt, Sternschanze und die Reeperbahn mit Zugang zum Hafen bieten überproportional vielen Clubs ein Zuhause, wobei die Reeperbahn als klar zentraler Punkt der Kumulation ausgemacht werden kann. In den äußeren Bezirken wie zum Beispiel Wilhelmsburg ist das Angebot deutlich geringer. Mit circa 11.000 Bühnenprogrammen pro Jahr fanden 2016 durchschnittlich 55 Angebote pro Tag statt. Diese Zahl ist ein geschätzter Wert, der sich

nur auf die vom *Clubkombinat* erfassten Termine bezieht. Insgesamt lag 2016 die Menge in ganz Hamburg somit bei ungefähr 20.000 Bühnenprogrammen. Diese Auswertung macht Hamburg zur „Liveclub-Hauptstadt Deutschlands“(Interview Debor 2017: iii).

Um weitere Erkenntnisse zu gewinnen, gilt es auch die Zahlen der einzelnen Konzerte zu betrachten, exemplarisch liefert die Branchenerhebung des Jahres 2014 erneut die entsprechenden Informationen. Bei 7643 Konzerten mit 9197 Musikgruppen und Einzelkünstler*innen wurden 654.253 Besucher*innen gezählt, was durchschnittlich 86 pro Abend ergibt. Durch die Veranstaltungen wurden circa 5.4 Mio. € an Künstler*innengagen generiert (vgl. Clubkombinat Hamburg e.V. 2016: 100). An diesem Punkt wird in der Statistik eine wichtige Zäsur betrieben: „4840 Konzerte (63,3%) mit 5525 Bands fanden im Segment musikalische Nachwuchsarbeit (Definition: bis 150 Personen und maximales Eintrittsgeld von 10 €) statt.“ (ebenda) Mit durchschnittlich 55 Besucher*innen verzeichnet die durchschnittliche Veranstaltung ein Defizit an der Tür, welches mit Getränkeinnahmen und einer Querfinanzierungen aus anderen Veranstaltungen ausgeglichen werden muss. Etwas mehr als ein Drittel der Veranstaltungen erzeugen 91% der gesamten Künstler*innengagen. Es ist also klar zu erkennen, dass die Mehrheit der Konzerte in kleinen Clubs defizitär ist und oft nur die größeren Veranstaltungen deutliche Gewinne erzielen können oder zumindest wirtschaftlich sind. In einer ebenfalls abgebildeten Strichprobenerhebung wird noch deutlicher gezeigt, dass die Produktionskosten eines Konzerts in einem kleinen Club immer quersubventioniert werden müssen. (vgl. ebenda: 100f.) Dieser Faktor wird später auch in der Diskussion um die Probleme und Zukunft der Hamburger Clubkultur einfließen.

Festzuhalten ist, dass die entnommenen Zahlen im Jahr 2017 sicher anders lauten, prozentual aber davon ausgegangen werden kann, dass sie sich in einem ähnlichen Verhältnis befinden, zumal sich der Betrieb von Konzertveranstaltungen nicht generell in seiner Struktur geändert hat. Lediglich das Einbeziehen von „DJ-Performances“ könnte zu einer Verschiebung der Werte führen. Da dies aber eine Arbeit zur Live-Clubkultur ist, halten sich die Autor*innen an die Branchenerhebung von 2014.

Vergleicht man diese Zahlen mit denen Thore Debors, ist festzustellen, dass immer noch Clubs nachwachsen, es im letzten Jahrzehnt jedoch auch Einbußen gab. Viele

alteingesessene Clubs wie das *Kir*, *Molotow* oder *Hafenklang* mussten beispielsweise in andere Immobilien umziehen, was zumindest als positiver Ausgang gewertet werden kann. Andere, wie die *Hafenschaukel* schlossen ersatzlos. Aktuell sehen sich zum Beispiel die Clubs rund um die Sternbrücke, also *Waagenbau*, *Astra Stube*, *Fundbureau* und *Bar 227* von der Schließung bedroht.⁹ Es bestehen also trotz einer etablierten und vielseitigen Clubkultur Probleme, die nicht erst seit kurzer Zeit existieren, jedoch nicht wirksam von den kulturpolitischen und –wirtschaftlichen Förderungen bekämpft werden.

3.3 Hamburg und seine Live-Clubkultur – einzigartig aber museal?

Tanju Börü, Mitbetreiber der *Hasenschaukel*, welche im Dezember 2016 geschlossen wurde, beschreibt im Mai 2016 die aktuelle Situation folgendermaßen:

Das Hamburger Modell ist tatsächlich einzigartig und lobenswert. Hamburg bildet sich aber auch einiges auf seine Livemusik ein. Überall wird betont, dass die Stadt die Beatles groß gemacht hat. Legenden wie der „Star Club“ oder „Onkel Pö“ wurden schon vor Jahren geschlossen, aus ähnlichen Gründen wie andere Clubs heute. Am Ende müssen wir aufpassen, dass die Clubstruktur in Hamburg nicht museal wird. Es gibt öffentliche Förderungen für einige etablierte Häuser. Musikkultur geht aber auch über Livemusik hinaus. Die Diskussionen darüber sind manchmal frustrierend: In den vergangenen Jahren haben sich Musikclubs auf europäischer Ebene für ein neues Fördermodell zusammengetan. Dabei wurden zum Teil absurde Grenzen eingeführt: Eine Finanzierung aus diesem Topf gibt es erst bei einem Fassungsvermögen von mehr als 250 Leuten. Aus meiner Sicht sind die Clubs, die etwas wagen, die experimentieren und Anstöße für die lokale Musikszene geben, meistens kleiner, so bis 150 Leute Kapazität. Hier wird falsch geplant, das Geld geht an Clubs, die sich erst als Zweite an bestimmte Live-Acts wagen, wenn das Risiko geringer geworden ist. (Krohn 05.06.2016)

Börü hat in gewisser Weise das Schicksal seines Clubs vorausgesehen, wobei auch private Gründe zur Schließung führten. Fest steht jedoch, dass er einige klare Einsichten liefert. Zum einen die durchaus vorhandene Bereitschaft der Stadt Hamburg, ihre Clubkultur als „Aushängeschild“ zu nutzen und insofern auch zu fördern. Darüber hinaus aber finden Umwälzungen in der Zuschauer*innenstruktur, der Musikindustrie, der Musikszene und der Stadtgesellschaft statt. Ständige Veränderungen in der Stadt- und Ausgehkultur stellen das Förderungssystem vor neue Aufgaben und lassen es oftmals nicht mehr zeitgemäß erscheinen.

⁹ vgl. <http://www.zeit.de/kultur/musik/2014-01/hamburg-clubsterben-gentrifizierung>

Der Begriff *Gentrifizierung* geistert auch um die Clubkultur: „[...] Zuzug, Nachverdichtung von Räumen, Raumknappheit und damit Mietsteigerungen. Zusammen mit Lärmbeschwerden sind das die zwei Tophemen" (Interview Debor 2017: v). Gerade die kleinen Clubs können bei Mietsteigerungen noch weniger wirtschaftlich arbeiten und sind immer weniger im Stande, ihren Standort zu halten. Die Lärmthematik wird vor allem durch demografische Neustrukturierung der relevanten Viertel erzeugt. Zugezogene Bürger*innen klagen ihr Individualrecht gegen jahrelang bestehende Musikstätten ein und bekommen in den meisten Fällen Recht. Dazu bestehen weitere Bedrohungen wie Monopolentwicklungen in der Musikindustrie und strenge Gebietschutzklauseln in Künstler*innenverträgen. Aber auch in der gastronomischen Dimension sehen sich Clubs und Kneipen von der Konkurrenz durch Kioske und deren „Billig-Preise" bedroht. (vgl. ebenda: vf.) Natürlich bestehen noch weitere individuelle Probleme, denen sich die Betreiber*innen zusammen mit Stadt und Kulturbehörde annehmen müssen. Dazu würde beispielsweise eine konsequente Überprüfung der Ausschanklizenzen durch die Polizei zählen, die bislang nicht in der nötigen Ernsthaftigkeit betrieben wird, wie aus mündlichen Berichten durch Hamburger Clubbetreiber*innen hervorgeht. Eine reale und aktive Unterstützung durch die Politik ist der einzig mögliche Schritt in Zeiten privatwirtschaftlicher Expansion und Entscheidungen durch Profitmaximierung.

Die Stadt Hamburg bekennt sich in der Außendarstellung zu ihren Live-Clubs. Neben dem „Leuchtturm" *Elbphilharmonie* werden sie oft genannt, häufig auch in ihrem Verbund, dem *Clubkombinat e.V.* und der anhängenden *Clubstiftung*. Im Vergleich zu anderen deutschen Großstädten, sogar auf internationaler Ebene, wurden einige Pilotprojekte gestartet, die einzigartig und erfolgsversprechend sind. Darüber hinaus muss aber ein noch engerer Dialog mit den Beteiligten geführt werden. Besonders die Diskussion der „Kleinstclubs", die fast 60% der abgebildeten Musikstätten ausmachen, wird in den nächsten Jahren immer wichtiger werden, da sie als „Keimzelle" der Hamburger Musik- und Konzertkultur fungieren und somit das Fundament der Musikszene bilden. Aktuelle Ereignisse zeigen, dass es gerade für kleine Clubs, zunehmend aber auch für die größeren, immer schwieriger wird, sich wirtschaftlich zu halten ohne ein gewisses Profil zu verlieren oder den Live-Betrieb einzustellen. Der Erhalt dieser eigenwilligen und zugleich einzigartigen Clubkultur, der Dialog zwischen allen Beteiligten und das Finden von langfristigen Lösungen bündelt sich in der Organisation des *Clubkombinat Hamburg e.V.*

3.4 Das Clubkombinat – politisches Sprachrohr und Vermittler der Hamburger Musikszene

Im Jahr 2004 gegründet, repräsentiert der *Clubkombinat e.V* zusammen mit der *Clubstiftung Hamburg (Stiftung privater Musikbühnen Hamburg)* einen Zusammenschluss des Großteils der Hamburger Live-Musikstätten mit über 150 Mitgliedern. Das Bedürfnis nach einer handlungsfähigen Institution, die unabhängig und im Interesse der Hamburger Clubszene agiert, bestand schon lange. Mit der Gründung der beiden zusammenhängenden Organisationen ist eine Interessenvertretung entstanden, die es möglich macht, relevante und dringende Begehren der Mitglieder auf der stadt- und gesellschaftspolitischen Ebene zu artikulieren und als starker Verband mit relevanter Stimme aufzutreten.

Im Gespräch mit Geschäftsführer Thore Debor wird deutlich, dass vor allem der vernetzende Charakter des *Kombinats* zu fruchtbaren Ergebnissen führt, nach innen wie nach außen. Während sich der Zusammenschluss auch zu heiklen Themen, wie beispielsweise Drogenproblemen in Clubs, der Politik gegenüber als Einheit präsentieren kann ohne eine Einzelbestrafung befürchten zu müssen, bietet sich auf der anderen Seite auch die Möglichkeit des internen Austauschs. So ist beispielsweise möglich, Themen zu sammeln, sie zu diskutieren und unterschiedliche „Best-Practice“-Handlungsstrategien zu vermitteln, was für Clubbetreiber von großem Wert ist. (vgl. Interview Debor 2017: vii) Ebenfalls besteht für die Mitglieder die Möglichkeit, sich auch zu politischen Themen zu äußern, wie unlängst in der Diskussion um den G20-Gipfel und dessen unmittelbaren Auswirkungen auf Stadt und Bevölkerung geschehen. (vgl. ebenda: xi)

Ein weiteres wichtiges Werkzeug stellt der *Live Concert Account* dar, welcher in Kapitel 2.2 bereits vorgestellt wurde. Daneben existiert - ähnlich elementar für die Hamburger Musikclubs - die *Clubstiftung*. „Zweck der Stiftung ist die Förderung kultureller Zwecke und des Umweltschutzes sowie die Mittelbeschaffung für die Verwirklichung dieses steuerbegünstigten Zweckes durch andere steuerbegünstigte Körperschaften

und Körperschaften des öffentlichen Rechts."¹⁰ Seit 2010 unterstützt die *Clubstiftung* die gemeinsamen Interessen der Hamburger Musikclubs als auch der Stadt und deren Bewohner*innen. Die Stadt stellt dafür ein Stiftungskapital von aktuell 376.000 € bereit. Es können Investitionsdarlehen vergeben werden. Im Gegensatz zu vielen Stiftungen darf die *Clubstiftung* auf ihr Kapital zugreifen und dieses unter anderem in Form von „Minikrediten“ verteilen. Darüber hinaus ist es jedoch auch möglich die Clubs über steuerbegünstigte Spenden zu unterstützen. Da die Stiftung einem gemeinnützigen Zweck folgt, ist es ihr möglich, private Spenden anzunehmen und diese nach eigener Einschätzung und je nach Bedarf an die privaten Betreiber*innen weiterzuleiten. Thore Debor nennt hier den Wiederaufbau des *Golden Pudel Clubs* als Praxisbeispiel. Durch die Beteiligung der *Clubstiftung* war es möglich, Spenden ohne große Steuerverluste direkt in den Erhalt der Clubs zu übertragen. (vgl. Interview Debor 2017: viii)

Durch die Gründung einer ständigen Vertretung der Hamburger Clubkultur (inklusive einiger kleiner Festivals) findet damit eine intensive Auseinandersetzung mit den Problemen und Perspektiven der Liveclubs statt. Die Institution befasst sich praxisbezogen und lösungsorientiert und versucht dabei verschiedene Perspektiven auszuloten. Oftmals führt das aber bei Anfragen vom *Clubkombinat* an die Stadt lediglich zu individuellen, kurzfristigen Lösungen als zu strukturellen und langfristigen Plänen.

Im Fall des *Molotow* musste der Club im Zuge der Räumung der „Esso-Häuser“ in ein Alternativlocation abseits der Reeperbahn weichen. Das zweite „Exil“ führte den Club nach kurzer Zeit wieder in die Nähe seiner alten Lage, jedoch am anderen Ende der Reeperbahn, nämlich ans Nobistor. Hier wurde der Club auf drei Bühnen vergrößert und hat mitunter Probleme, genug Publikum für die Clubgröße anzulocken. Eine Rückkehr an die ursprüngliche Örtlichkeit wird von der Politik vage in Aussicht gestellt. Jedoch hat sich die Versammlungsstättenverordnung geändert und Brandschutz und Entfluchtung sind strengeren Regeln und damit mehr Investitionen unterworfen. Für eine 300er Kapazität müssen beispielsweise doppelt so viele Quadratmeter ausgewiesen werden. Selbst wenn also das *Molotow* seinen alten Mietvertrag zurückerhalten würde, könnten diese neuen Bedingungen eine erfolgreiche Rückkehr auf die Reeperbahn verhindern. Diese Entwicklungen müssen immer vor dem Hin-

¹⁰ <http://stiftung-private-musikbuehnen-hamburg.de/>

tergrund betrachtet werden, dass die Stadt sich zum Club bekennt und eigentlich auch Unterstützung bereit stellt, was keineswegs eine Selbstverständlichkeit darstellt. (vgl. ebenda: ix)

Im Fall der *Astra Stube* fehlt oftmals die nötige finanzielle und infrastrukturelle Unterstützung. Der „Mikro-Club“ unter der Sternbrücke wird seit Jahren wie seine Nachbarn von der *Deutschen Bahn* toleriert, die eine Umstrukturierung der Sternbrücke bereits beschlossen hat. Der Club kann sich nur halten, indem Technik und Infrastruktur mehr oder weniger in Stand gehalten werden. Das beteiligte Personal bekommt Aufwandsentschädigungen oder arbeitet ehrenamtlich. Sollte die *Astra Stube* von der Sternbrücke weichen müssen, existiert keine Exillösung.

In beiden Fällen wird ersichtlich, wie wenig die Clubkultur - trotz punktueller und institutionalisierter Förderung - der gegenwärtigen Stadtentwicklung in Verbindung mit privatwirtschaftlichen Interessen, entgegensetzen kann. Das *Clubkombinat* versucht ab Dezember 2017 daher mit einer größer angelegten Kampagne, dem „7-Punkte-Plan“ für die „Future Music City HH“ eine dauerhafte und nachhaltige Förderung zu erreichen. (vgl. Abb. III: xviii)

3.5 Der „7-Punkte-Plan“ - Forderungen für eine nachhaltige, städtische Förderung der Musikclubs

1. Dialogplattform „Kulturfreiräume“

Hier wird eine kommunikative Plattform oder auch allgemein eine Bereitschaft gefordert, regelmäßig mit allen wichtigen Entscheidungsträgern zusammenzukommen. Die Vertretungen von Stadtplanung, Kulturbehörde, Wirtschaftsbehörde und der Behörde für Umwelt und Energie, im besten Fall mit Schirmherrschaft des Bürgermeisters, sollen mit dem *Clubkombinat e.V* und der *Clubstiftung* gemeinsam an aktuellen Problemen und langfristigen Plänen arbeiten. Durch zentrale Treffen könnte auch der Arbeitsumfang produktiver genutzt werden und Ideen schneller und unbürokratischer umgesetzt werden. Da Themen wie Lärmschutz in mehreren Behörden liegen, können hier bürokratische und kommunikative Weg verkürzt werden. Die Anerkennung als wichtiges Kulturgut ist bereits passiert. Nun ist es aber die Aufgabe, Verbindungen herzustellen und von Synergien zu profitieren. Auch in der Stadtentwicklung -

gerade in Bebauungsplänen und Verwaltung von städtischen Flächen - muss die Rolle der Hamburger Clubs mitgedacht und politische Imperative wie das Rücknahmegebot durchgesetzt werden. (vgl. Interview Debor 2017: xiii)

2. Open-Air-Fläche zur Selbstverwaltung

Im Sommer jeden Jahres kommt es zu Engpässen bei den meisten Clubs. Das Publikum wendet sich Unternehmungen unter freiem Himmel zu, was zum Ausfall wichtiger Einnahmen für einen ganzjährigen Betrieb sorgt und zusätzlich unkalkulierbar ist. Nicht jeder Club hat, wie das derzeitige *Molotow*, einen großzügigen Außenbereich, welcher zum Beispiel in den Tagen des *Reeperbahn Festivals* gut gefüllt wird. Deshalb fordert das *Clubkombinat* die Bereitstellung von Open-Air-Flächen für eine kollektive Nutzung durch die Mitglieder. (vgl. ebenda: xv) In Halle (Saale) wurden angesichts vieler illegaler Open-Air-Veranstaltungen genau solche Flächen zur Verfügung gestellt, welche mitunter gut angenommen wurden, jedoch durch die öffentliche Betreuung ihre „subversive“ Wirkung auf das übliche Publikum verloren. Es kommt also sehr auf eine spezielle Nutzung an. Sicher würde auch der Lärmschutz bei diesen Veranstaltungen eine große Rolle spielen und einige Hürden mit sich bringen. Das „Sommerloch“ (ebenda) könnte durch diese Möglichkeiten aber auch verkleinert werden.

3. Fonds für Lärmschutz und grüne Energie

Das Problem mit Lärm und Lärmschutz sowie Klagen von Privatpersonen gegen oft nah angrenzende Musikspielstätten ist mit den steigenden Mietpreisen eines der größten Probleme in einer verdichteten Großstadt wie Hamburg oder Berlin. Die Hauptstadt hat Ende November 2017 in diesem Punkt eine richtungsweisende Entscheidung verabschiedet. Der *Clubcommission Berlin* wurden vom Berliner Abgeordnetenhaus eine Million Euro in Form eines Lärmschutz-Fonds zu Verfügung gestellt. Dieses Geld kann beispielsweise in Lärmschutzmaßnahmen der Clubs oder in

Schallschutzfenster der Anwohner investiert werden.¹¹ Dies könnte auch wegweisend für eine Lösung in Hamburg sein. Dieser Betrag würde jedoch allein nicht ausreichen, um Lärmschutzprobleme restlos zu lösen.

Ebenfalls angesprochen werden die steigenden Produktionskosten der Clubs. Hier sind die Stromkosten besonders relevant. Für eine nachhaltige Umrüstung auf grüne Energie und effiziente Ressourcennutzung muss Geld in die Hand genommen werden. Dabei werden selbst Details bedacht, zum Beispiel „[...] dass am Ende wirklich die Glühbirne ausgetauscht wird“ (Interview Debor 2017: xiii).

4. Leerstände nutzen

Selbst in einer gewachsenen Stadt wie Hamburg gibt es genug Leerstände. Es gibt andere Städte, die eine Zwischennutzungszentrale haben. Hier in Hamburg gibt es die *Kreativ Gesellschaft*, die tut auch schon einiges, aber wir glauben, dass noch wesentlich mehr geht, leer stehende Flächen vielleicht auch nur temporär mit Musiknutzung zu bespielen. Das kann man alles viel, viel besser systematisieren. (ebenda: xiv)

In der Hansestadt existieren wie in jeder Großstadt enorme Leerstände. Obwohl sich diese nicht immer für eine Musiknutzung eignen, sind passende Objekte aber durchaus vorhanden. Eine temporäre Nutzung von Flächen scheint aber nur unter hoher gesellschaftlicher Zustimmung zu funktionieren. Politische Projekte wie die Besetzung der *Roten Flora* konnten sich nur durch eine breite Akzeptanz und Solidarität der Bewohner*innen halten. Wenn ein solches Signal zur legalen Zwischennutzung von der Stadtpolitik ausgehen würde - in diesem Fall nicht auf gesellschaftspolitischer, sondern auf kulturpolitischer Ebene -, könnte das ebenfalls auf breite Zustimmung und rege Nutzung stoßen. Die Bereitstellung solcher Flächen könnte allerdings auch von der Privatwirtschaft ermöglicht werden, jedoch wird dort wirtschaftlicher Gewinn priorisiert. Kultureller Erhalt wird im Sinne einer solidarischen Gesellschaft eher als zweitrangig betrachtet, könnte aber auch als nützlicher Nebeneffekt und tatsächlich als Hauptargument für Investoren wirken. Trotzdem stellt diese Forderung eine temporäre Lösung in den Fokus. Da sich die Gegebenheiten aber eher in diese Richtung weiterentwickeln, birgt sie eine produktive Lösung „im Falschen“.

¹¹ vgl. <http://www.tagesspiegel.de/berlin/party-hauptstadt-berliner-clubs-erhalten-eine-million-euro-fuer-die-nachtruhe/20648024.html>

5. Bezahlbare Werbeflächen

Begibt man sich auf einen Rundgang durch die entsprechenden Szeneviertel, gibt es eigentlich kaum eine Hauswand, welche nicht von Plakaten übersät ist. Diese Plakatierung ist illegal und wird mit hohen Geldstrafen in Rechnung gestellt. Trotzdem existiert ein gewisses „Schattenhandwerk“, welches auch viele Clubs informell in Auftrag geben, um mit der legalen, aber für kleine Clubs zu teuren, Werbefläche mitzuhalten. Zudem sind fast alle öffentlichen Werbeflächen vom Monopol *Stroer* und *JC Decaux* vereinnahmt. Öffentliche Flächen sind kaum vorhanden, jedenfalls zu wenige um nachhaltig zu werben. Es findet sich in den Angeboten der legalen Werbemöglichkeiten zwar ein Kulturrabatt von bis zu 90% der Kosten, aber selbst diese Preise sind zu teuer für die meisten Veranstalter*innen und Clubs. (vgl. ebenda: xiiiif.) Würden mehr öffentliche Flächen zur Verfügung gestellt oder ein gleichberechtigtes System gefunden, vielleicht sogar mit digitalen Umsetzungen ähnlich der bekannten „Infoscreens“, könnte das viele, vor allem kleinere Clubs, in der Promotion und Außen- darstellung entlasten. Vollgekleisterte Häuserfassaden tragen letztendlich weniger für einen urbanes Flair als für Verärgerung bei Anwohner*innen bei.

6. Stellplatzabgabe abschaffen

Die Stellplatzabgabe stellt eine lokale Besonderheit im Hamburger Baurecht dar. Alle Clubbetreiber*innen müssen danach für eine angemessene Anzahl an Parkplätzen für ihre Gäste sorgen. Können sie diese Voraussetzung nicht erfüllen, müssen sie nach §49 der Hamburgischen Bauordnung Ausgleichsbeträge bezahlen. Diese können sich mitunter auf bis zu 10.000 € pro Parkplatz und 1.000 € pro Fahrradstellplatz belaufen. (vgl. Clubkombinat Hamburg e.V. 2016: 57) In der Realität vieler Clubs reisen die Gäste in die entsprechenden Ausgehviertel weniger mit dem Auto an, als vielmehr per öffentlichen Verkehrsmittel oder zu Fuß. Das Fahrrad als Transportmittel ist ebenfalls durchaus relevant und verdient Parkmöglichkeiten. Diese könnten von der Stadt zur Verfügung gestellt werden. Auch hier wäre ein gemeinsam ausgearbeitetes Konzept von Vorteil. Die Stellplatzgabe muss aber allgemein in jedem Fall durch ein neues System ersetzt werden, denn sie stellt auch für Neugründungen eine große Hürde dar.

7. Infrastrukturförderung ausbauen

Die finale Forderung versucht das Defizit zwischen verschiedenen Kulturförderungen darzustellen und davon die Erkenntnis abzuleiten, dass erhebliche Diskrepanzen in den Fördervolumen bestehen:

Durch unseren *Live Concert Account* bekommen diejenigen, die einen Antrag stellen - wenn wir das runter rechnen auf die Besucher, die in die Clubs gehen - ungefähr 20 Cent pro Besucher. Das ist die Fördersumme über dieses Modell. Es gibt „Leuchttürme“ in dieser Stadt. Fangen wir mal bei der Staatsoper an, da liegt die Förderung bei 100€ pro Sitzplatz pro Show. Dann gibt es solche Leuchtturmprojekte wie das Reeperbahn Festival. Wenn man das hochrechnet, sind wir da zwischen 3,50 Euro und 6,50 Euro staatliches Geld, die in einen Besucher investiert werden. Diese Kluft würden wir gerne mal angehen, um nicht weiterhin als Kultur zweiter Klasse betrachtet zu werden, sondern unseren angemessenen Anteil, den wir dazu beitragen, in ein Gleichgewicht zu bringen. (Interview Debor 2017: xiv)

Die staatliche und städtische Förderung von kulturellen Institutionen wie Konzerthäuser, Opernsäle oder Museen ist im Grundgesetz verankert. Betrachtet man aber die Unterschiede zwischen den Subventionen der „Hochkultur“ und der „Popkultur“ von Besucher*innen pro Kopf, ergibt sich ein klares Bild: Von einer Gleichberechtigung kann keine Rede sein. Wenn Hamburg in seiner Außenwirkung mit seiner Clubkultur wirbt, muss auch hier eine gewisse Anpassung stattfinden. Argumentiert wird oft mit der „Freiheit der Kultur“ und einer Unabhängigkeit von öffentlichen Geldern. Wenn die demokratische Grundhaltung in Deutschland ihre Legitimation behalten will, muss sie sich auch langfristig vielfältigen Ausprägungen von Kultur öffnen. Wenn im *Museum für Kunst und Gewerbe* die Ausstellung *Geniale Dilletanten* präsentiert wird, muss klar sein, dass Musikkultur nicht nur im musealen Umfeld seinen Platz hat, sondern auch im Hier und Jetzt, wo logischerweise der Stoff für die Erzählungen der Zukunft ihren Anfang haben muss. Ohne die Unterstützung zeitgenössischer Kunstformen, zu denen auch zweifelsohne die Pop- und Subkulturen der Musik gehören, endet ein Kreislauf. Es liegt also an der Stadt Hamburg, ihren Teil zur Erhaltung seiner Club- und Musikkultur zu leisten.

4. Reflexionen zu bestehenden Methoden und Ansätzen

4.1 Kritik an aktuellen Förder- und Erhaltungsmaßnahmen der Stadt Hamburg

Im Marketing einer Stadt werden für Gewöhnlich Ökonomie und Kultur als miteinander in Zusammenhang stehend, sogar als Elemente derselben Nachfrage-Dimension

verstanden. Der Bürger sehnt sich nach einer Identifikation mit seiner Stadt, wofür Kultur einen wesentlichen Faktor darstellt. Für diesen Vorgang wirken auffällige Merkmale im Stadtbild unterstützend, was beispielsweise repräsentative Kultureinrichtungen, Sportstadien, auffällige Kirchtürme, etc. sein können. Sie sind dabei behilflich, die unübersichtliche Stadtstruktur zu kategorisieren und in ihrer Komplexität zu verringern. Durch diese Mentalität der Repräsentativkultur können sich nicht nur langfristige Bewohner mit der Stadt, dem Viertel, der Nachbarschaft identifizieren, sondern auch diejenigen, die sich in ihr noch nicht besonders gut auskennen. Volker Kirchberg (1992) erläutert daraufhin die Gegenseite dieser Taktik: Eine solch ästhetisierende Stadtkultur lenke von Ungleichheiten ab, sowohl was die ungleiche Verteilung von öffentlichen Geldern angeht, als auch soziale Ungleichheit, da in der Übereinkunft über signifikante Kulturstätten einer Stadt in vielerlei Hinsicht Konsens gefunden wird. (vgl. Kirchberg 1992: 27)

Das weltoffene Image erlangte Hamburg circa ab dem Jahr 2000 durch seine Selbstinszenierung als wachsende Stadt mit steigender Tendenz zu einer neoliberalen Stadtpolitik. Kirchberg und Sacha Kagan (2013) kritisieren diesbezüglich:

The City of Hamburg propagates itself as a ‚growing city‘, i.e., as a growth machine in an economic and [...] unsustainable sense. [...] The neoliberal style of cutthroat competition becomes visible in this urban fabric by clearly divided prosperous and poor, well-educated and less-educated, privileged classes and deprived ethnicities, and well-employed and the non- or poorly-employed. Hamburg is, or is becoming such a city – and artists (mostly living and subsiding on the disadvantageous side of the equation) do not only complain about these, their own, living conditions but now openly protest and take action against the deployment of their creativity by the Hamburg Marketing agency, an important part of the Hamburg growth machine. (Kirchberg/Kagan 2013: 143)

Kirchberg und Kagan greifen damit die *growth machine*-Theorie Harvey Molotch's auf. Diese besagt, dass Stadtplanung zunehmend wachstumsorientiert ist und im Zuge dessen beispielsweise immer mehr Flächen an private Investoren verkauft werden, da sich dort hohe Gewinne erzielen lassen. (vgl. Molotch 1976) Das Umdenken hin zu einer *Creative City* war jedoch besonders durch den US-amerikanischen Soziologen Richard Florida beeinflusst, dessen berühmte Theorie der *Creative Class* das Stadtmarketing von (Groß-)Städten weltweit beeinflusste. Eine der darin enthaltenen Hauptthesen bringt die Lebensqualität einer Stadt exponentiell mit dem Zuzug kreativ arbeitender Menschen in Zusammenhang, was auch andere hochqualifizierte Bürger anziehen und langfristig die Attraktivität des Standorts erhöhen soll. (vgl. Florida 2003)

Die polarisierende Debatte um den langjährigen Bau und die immer höher angesetzten Kosten der *Elbphilharmonie*, welche zu Beginn des Jahres 2017 ihre Eröffnung feierte, ist wohl das jüngste Beispiel dieser Repräsentationspolitik. (vgl. Geiger 2014¹²) Kulturschaffende der Stadt bemängeln diesen Ansatz immer wieder. Die ungleich geringere Förderung und Anerkennung der *Grassroot*¹³-Kulturszenen führten in den letzten Jahren deutschlandweit zu Protestaktivitäten.¹⁴ In Hamburg erlangte die Gruppierung und das gleichnamige Manifest *Not In Our Name* (NION) 2009 im Zuge ihrer Kampagne gegen Verkauf, Abriss und Neubebauung des alten und zentral gelegenen Arbeiterviertels *Gängeviertel* Bekanntheit - nicht zuletzt aufgrund einiger namhafter Mitglieder. NION kritisierte vor allem die Image-Fokussierung und die neoliberale Stadtplanung Hamburgs zum Nachteil einer nachhaltigen Förderung vielfältiger Kulturprogramme:

Es geht darum, ein bestimmtes Bild von Stadt in die Welt zu setzen: Das Bild von der „pulsierenden Metropole“, die „ein anregendes Umfeld und beste Chancen für Kulturschaffende aller Couleur“ bietet. Eine stadteneigene Marketing-Agentur sorgt dafür, dass dieses Bild als „Marke Hamburg“ in die Medien eingespeist wird. Sie überschwemmt die Republik mit Broschüren, in denen aus Hamburg ein widerspruchsfreies, sozial befriedetes Fantasialand mit Elbphilharmonie und Table-Dance, Blankenese und Schanze, Agenturleben und Künstlerszene wird. Harley-Days auf dem Kiez, Gay-Paraden in St. Georg, Off-Kunst-Spektakel in der Hafencity, Reeperbahn-Festival, Fanmeilen und Cruising Days: Kaum eine Woche vergeht ohne ein touristisches Megaevent, das „markenstärkende Funktion“ übernehmen soll.¹⁵

Der Protest nutzte in einer wirksamen Weise die *Creative City*-Rhetorik des Hamburg Marketings und konnte aufgrund des steigenden Drucks auf die Politik schließlich Erfolge verbuchen, als Hamburg das Gelände vom Investor *Hanzevast* zurückkaufte und der Künstlerszene zur weiteren Verfügung stellte. (vgl. Helten 2015: 165f.)

Folgen der Vermarktung und Privatisierung der subkulturellen Viertel stellen darüber hinaus – wie schon in der Darstellung des Status Quo der Musikclubs thematisiert – Gentrifizierungseffekte dar. Einerseits führen sie vermehrt zu Lärmschutz-Debatten mit Anwohnern und zu wachsenden Mietpreisen für sie. Ebenso bereiten sie den Kul-

¹² Zu dem Zeitpunkt der Publikation Geigers Artikels waren der Bau und Kosten der Elbphilharmonie noch nicht annähernd zu ihrem Endpunkt gekommen. Die finalen Kosten lagen bei 789 Mio.€ (statt ursprünglich angesetzter 186 Mio.€); die Eröffnung wurde außerdem über sieben Jahre nach hinten verschoben: <https://www.ndr.de/kultur/elbphilharmonie/Elbphilharmonie-,elbphilharmonie2354.html>

¹³ *Grassroot* wird in diesem Kontext mit „Aktivitäten von der Basis, von den Bürgerinnen und Bürgern, mit Basisdemokratie oder auch sozialen Bewegungen assoziiert“.

(<http://www.bpb.de/apuz/32777/grassrootscampaigning-und-chancen-durch-neue-medien?p=all>)

¹⁴ s. zum Beispiel den *Initiativkreis Mediaspree Versenken!* in Berlin (<http://www.ms-versenken.org>)

¹⁵ <https://nionhh.wordpress.com/about/>

turschaffenden Probleme. Für viele sind die Mietpreise in den besonders betroffenen, aber kulturell lebendigen Vierteln zu teuer und auch Ateliers oder Proberäume sind Mangelware und nicht erschwinglich. Damit wird der Attraktivität und Dynamik der Stadt ihre Grundlage entzogen. (vgl. Kuchar 2015: 556f.)

Um diese Defizite auszugleichen, setzte die Stadt Hamburg daher Pläne um, die ihren Ruf als *Creative City* stützen sollen. Bezüglich der Ambitionen, die *Creative Industries* der Stadt zu stärken, wurde – wie bereits oben beschrieben - 2004 das *Musikhaus Karostar* eröffnet, um jungen Unternehmen der Musik- und Kreativbranche günstige Büroflächen zur Verfügung zu stellen und die Kooperation und den Austausch zwischen Kreativen zu ermöglichen. Ein aussagekräftiges Defizit des *Karostars* stellt Kuchar (2014) jedoch fest: Anstatt - in einem Stadtteil, der überdurchschnittlich viele Musiker*innen beheimatet - in den Kellerräumen zusätzliche Probe-räume einzurichten, wurde dort ein Parkhaus realisiert. In Anbetracht der Tatsache, dass nur wenige dort lebende Bürger*innen und Kulturschaffende eigene Autos besitzen, lässt diese Entscheidung auf ein inkonsequentes Konzept schließen. Das *Musikhaus Karostar* zeigt somit einerseits den guten Willen der Stadt, den Kulturschaffenden mit verbesserten Infrastrukturen entgegen zu kommen; andererseits können solche Top Down-Maßnahmen höchstens stellenweise Symptome bekämpfen, nicht jedoch strukturell an der Wurzel des Problems ansetzen. (vgl. Kuchar 2014: 218)

Abschließend stellt sich die grundsätzliche Frage, wie Musikclubs, beziehungsweise der Zusammenschluss im *Clubkombinat*, und Politik zueinander stehen sollen und welche Formen der *Governance* es geben könnte. Hamburg stellt derzeit den Prototyp einer hierarchischen Top Down-Politik dar. Kultur soll ein wirtschaftsförderndes *Tool* darstellen, weshalb sie grundsätzlich stark subventioniert wird und besonders in repräsentative Projekte investiert wird. Damit steht Hamburg im Gegensatz zu Städten, die ihre Kulturszene wenig oder gar nicht fördern (z.B. Baltimore, MD, USA) und in denen sich in einem langsamen Prozess eine vielfältige *Grassroots*-Kulturszene aufbaut, die keinen ökonomischen Zweck erfüllen soll. (vgl. Kirchberg 2014: 194) Janet Merkel (2012) stellt die Frage, ob und inwiefern die Stadt Kreativität und Kultur überhaupt fördern kann und resümiert, dass Kreativität „*Wissen, Austausch, Praxis und Räume*“ (Merkel 2012: 299, Betonung im Original) zum Wachsen braucht. An diesen vier Punkten kann die Stadt ansetzen, um grundlegende Bedingungen zu

schaffen. Die im Kontext dieser Arbeit im Fokus stehenden *Räume* (Cafés, Bars, Viertel, Clubs, etc.) wirken

als Interaktionsrahmen für zufällige Begegnung und den Austausch lokaler Wissensformen, sie stabilisieren und strukturieren soziale Beziehungen, sind Bühnen für kulturelle Wertgebungsprozesse und können zur Entstehung neuer kultureller Praktiken beitragen. (ebenda: 302)

4.2 Eigene Ideen und Denkanstöße zu Förderung und Vernetzung

Während das *Clubkombinat* mit seinen „7 Punkten“ einen unmittelbaren Aktionsplan aufgesetzt hat, in dem langfristige und sofortige Lösungen vorgeschlagen werden, haben sich über die Recherche und den Einblick in Hamburger Clubkultur einige Vorschläge oder Denkanstöße ergeben, die im Folgenden besprochen werden.

Wie oben bereits angesprochen, gilt seit dem 1. Januar 2013 die Kultur- und Tourismustaxe auf Beherbergungsleistungen. Die Besteuerung liegt je nach Gast und Länge des Besuchs zwischen 0,50-5 €. ¹⁶ Die ehemalige und mittlerweile verstorbene Kultursenatorin Barbara Kisseler wies 2012 Teile der entstehenden Einnahmen eindeutig der „Kulturarbeit“ zu:

Das großartige Kulturangebot der Stadt ist ein wesentlicher Grund für die Attraktivität Hamburgs. Zu einer richtigen Metropole wird eine Stadt aber erst durch die Breite einer freien und vitalen Kulturszene. Mindestens die Hälfte der neuen Kultur- und Tourismustaxe sollen unmittelbar der Kultur zu Gute kommen, damit mittelfristig auch Spielräume für neue und innovative kulturelle Akzente geschaffen werden können. ¹⁷

Die Clubkultur hat von diesen Ausschüttungen bisher noch nicht profitiert, obwohl gerade die kleinen Begegnungsstätten Raum für Vernetzung bieten. Innovative Akzente finden sich gerade in der subkulturellen und alternativen Musikszene, wohingegen große, etablierte Konzerthäuser eher die Reproduktion als die Produktion fördern. Bei der Kulturtaxe könnten daher gerechtfertigte Forderungen zur Beteiligung gestellt werden. Der Tourismus und das Stadtmarketing in Hamburg ist vielfach mit dem Charme der „Kiezkultur“ und der musikalischen Vergangenheit der Stadt verbunden, also auch mit aktuell gefragten Musikszenen und -orten. Eine Analyse der touristischen Ziele in Hamburg könnte ein klareres Bild zeichnen und sicher auch aufzeigen, inwiefern Besuchsentscheidungen mit der Hamburger Clubkultur zusammen hängen. Dafür müsste eine valide Erhebung finanziert werden.

¹⁶ vgl. <http://www.hamburg-tourism.de/service/kultur-und-tourismustaxe/>

¹⁷<http://www.hamburg.de/pressearchiv-fhh/3439956/2012-06-05-bwvi-tourismus/>

Um auf die real vorzufindenden Gegebenheiten einzugehen ließe sich auch in Richtung von gemeinsamen Nutzungen von Spielstätten nachdenken. Natürlich erfordert die Durchführung von Konzerten oder Tanzveranstaltungen gewisse Vor- und Nachbereitungen, jedoch hat auch die Nutzung eines typischen Clubs bestimmte Nutzungszeiten. Wenn verschiedene Veranstalter*innen kooperieren und beispielsweise an einem Tag zu drei verschiedenen Tages- und Nachtzeiten drei verschiedene Veranstaltungen stattfinden, könnte das zu einer allgemeinen Ersparnis von Kosten führen. Die Miete könnte in einer Art „Veranstaltungs-WG“ aufgeteilt werden. Diese Praxis findet sich bereits in Aufnahmestudios oder multifunktionalen Räumen für Projekte, Initiativen oder andere Gruppenarbeiten. Natürlich kommt es auf die Formate an, auch Geruch und Sauberkeit spielen eine wichtige Rolle. Die entsprechenden Räume müssten schnell wieder in einen neutralen Zustand gebracht werden. Letztendlich bedarf es einer genauen Planung, was zu einem hohen Kommunikationsaufwand führt, wobei das Ergebnis aber eine große Kostenersparnis mit sich führen könnte. Trotzdem löst dies nicht die strukturellen Probleme der Clubs, es ist eher eine Reaktion auf Kostensteigerung und ausbleibende Gewinne.

Zur Stadtplanung schlägt Thore Debor im Rahmen des Interviews vor, eine Art Kataster für Clubs zu erstellen. Dies wäre beispielsweise eine Übersicht über Clubs und deren Lage, sowie die Schließungen und Eröffnungen der vorangegangenen Jahre. Er bemängelt die fehlenden Informationen bei Ausschreibungen für Immobilien, auch das fehlende Bewusstsein der Stadtplanung für „kulturelle Freiräume“ und zusammenhängende Szeneorte. (vgl. Interview Debor 217: xii)

Des Weiteren könnte die *Clubstiftung* eine neue Rolle als Immobilieninhaber einnehmen, wie Thore Debor im informellen Gespräch nach dem Interview erwähnt. Die Vergabe von städtischen Krediten oder das Anlegen eines größeren Stiftungskapitals wäre dafür sicher nötig, viele Stiftungen besitzen jedoch Immobilien und investieren auf diese Art. Die Stiftung könnte passende Immobilien zur Nutzung durch Clubs freigeben und in Zusammenarbeit mit Stadt und Betreiber*innen Objekte finden und diese für die Clubs nutzbar machen sowie dauerhaft erhalten. Auch historische oder schützenswerte Architektur könnte im Einklang mit moderner Kulturnutzung harmonisieren.¹⁸

Gerade aktuell ist die Nutzung von Leerständen oder ungenutzten Räumen relevant. Solange politisch keine Hebel in Bewegung gesetzt werden, um die Spekulationen

¹⁸ s. *Kulturkirche Köln-Nippes, Oettinger Villa Darmstadt*

um Wohn- und Arbeitsräume zu begrenzen, wird es diese Räume noch weit länger geben. Für eine Clubnutzung eignen sich durchaus viele dieser Objekte, gute Aussicht und Blick auf die Alster müssen dafür nicht gegeben sein. Eine Verpflichtung für Immobilienbesitzer*innen, bei viel Besitz und wenig Nutzung gewisse Räume für die kulturelle Nutzung zu vermieten könnte eine der Lösungen sein. Natürlich ginge dies nur unter genauen Absprachen und Prüfung auf Nutzbarkeit. Keineswegs geht es hier um die Bevormundung der Besitzer*innen, aber eine gewisse Offenheit für die kulturelle Nutzung kann hier von der Politik eingefordert werden. Eine Lockerung der Versammlungsstättenverordnung wäre hier allerdings ebenfalls essentiell.

Die Bespielung von Open-Air-Flächen im Raum Hamburg soll nach dem *Clubkombinat* für das Kollektiv der Hamburger Clubs möglich sein. In der Hinsicht wäre es sinnvoll, wenn es einen direkten, zentralen Draht zu allen Ämtern gäbe, sodass auch spontane Veranstaltungen stattfinden können. Im deutschen Norden ist es wetterbedingt von Vorteil, wenn durch schnelle Kommunikationswege beispielsweise Kosten vermieden können.

Gastronomisch sehen sich Hamburger Clubs und Kneipen mit der Überpräsenz von Kiosken mit billigen Preisen konfrontiert. Eine harte Besteuerung der Kioske könnte durch die Abzweigung eines „Gastro-Euros“ direkt an die betroffenen Veranstaltungsbetriebe weitergeleitet werden. Wahrscheinlich würden diese Besteuerungen aber von den Kioskbetreiber*innen an die Konsument*innen durchgeschleust werden, was das Problem nicht langfristig löst. Wie oben bereits angesprochen, wäre ein erster Schritt, dass die Polizei nach Verstößen gegen Bestimmungen der Ausschanklizenz fahnden würde. Da die Gastronomie aber für Clubs extrem wichtig ist muss hier eine Lösung gefunden werden, die ein produktives Miteinander ermöglicht.

Um die Künstler*innenseite zu unterstützen und in der Zukunft auch „Hutkonzerte“ und Konzerte mit niedrigen Eintrittspreisen zu ermöglichen, wäre die Konzeption eines Förderprogramms für „Niedrig-Gagen“ denkbar. Musiker*innen erhalten zu ihren Einnahmen auf Spendenbasis eine kleine Förderung, die sie kurzfristig und unbürokratisch (Stichwort „digital“) beantragen können. So ist die Schwelle eines Konzertbesuchs niedriger, was zu mehr Gästen führen, mehr gastronomische Einnahmen generieren und somit eine „Win-Win-Situation“ für alle Beteiligten herbeiführen würde.

Allgemein ist es nötig eine noch engere Zusammenarbeit zwischen Stadt und den verschiedenen Interessenvertretungen, vor allem dem *Clubkombinat* und allen rele-

vanten Ämtern zu erwirken. Die Stadt Hamburg ist bei ihrer Zusammenarbeit zwar schon weiter als andere Städte, personell wirkt sich das bis jetzt aber nicht ausreichend aus. Auch das *Clubkombinat* stößt an die Grenzen seiner Kapazitäten, weshalb eine produktivere Vernetzung nötig ist. Vor allem auf digitaler Ebene über innovative Softwarelösungen und zentralen Datenaustausch ist es möglich, die Kommunikation unbürokratischer, schneller und transparenter zu gestalten. Gerade in diese Richtung sollte Geld, Zeit und Expertise investiert werden. Das könnte auch der gesamten Kulturarbeit zugutekommen. Die Vernetzung unter Kulturschaffenden selbst ist ebenfalls aktuell immer noch ausbaufähig, das „each one – teach one“-Prinzip ist zu einem stabilen Faktor geworden und für die Clubkultur in Hamburg sollte dies eine ihrer Prämissen werden.

5. Fazit

In der vorliegenden Arbeit sollte der Frage nachgegangen werden, inwiefern das schon viele Jahre andauernde „Clubsterben“ mit dem Image der Stadt Hamburg als *Kulturmetropole* einhergehen kann. Wie gezeigt werden konnte, wirbt die Hansestadt offiziell mit einer Bandbreite kultureller Facetten und Angebote, die sich beispielsweise aus der Rotlicht-Mystik, der langen Hafentradition und damit verbundenen kulturellen und gesellschaftlichen Praktiken speist. Die Fördergelder der Stadt werden allerdings zu einem Großteil in „Leuchtturm“-Projekte investiert, wozu die *Elbphilharmonie* und das *Reeperbahn Festival* zählen. Die rund 200 Musikclubs wurden in der Vergangenheit kaum bezuschusst, was durch die Politik häufig mit der kreativen und politischen Unabhängigkeit der Clubs begründet wurde. Als wichtige Institution ist mit dem *Clubkombinat* seit 2004 ein Sprachrohr und Verband der Live-Musikclubs ins Leben gerufen worden, wodurch einerseits gemeinsame Ziele formuliert und mit erhöhtem Druck an die politisch Verantwortlichen kommuniziert werden können. Neben der allgemeinen Kritik an der neoliberalen Stadtplanung Hamburgs werden in Anbetracht der Probleme, vor denen Musikspielstätten stehen, viele weitere, oftmals juristische Hindernisse offenbar.

Im Rahmen der Recherchen war es besonders aufgrund des qualitativen Interviews mit Thore Debor möglich, eine Momentaufnahme der Hamburger Clubkultur zu erfassen und oben genannte Thematiken zu beleuchten. Die Probleme und Herausforderungen, aber auch die Möglichkeiten der Förderung wurden dabei offensichtlich.

Eine Zusammenfassung der Lage ist komplex und in ihren Einzelfällen zu individuell, weshalb es aktuell keine Ideallösung für alle Clubs gibt. In Zukunft muss genau auf diese Individualität mit durchdachter Systematik und enger Kommunikation eingegangen werden. Wenn Hamburg sich weiterhin als Musikstadt verstanden wissen will, muss die Stadtpolitik auf die Bedrohungen für die Clubkultur reagieren. Sie muss an der Basis ansetzen, indem sie Kleinstclubs und die alternative Musikszene unterstützt, denn meistens passiert die Innovation, von der die Kultursenatorin Barbara Kisseler sprach, genau dort. Obwohl nicht jeder Musikclub eine politische Agenda vertritt, verleiht ihnen ihre stigmatisierte Rolle eine quasi-politische Konnotation. Daher ist zur Disposition zu stellen, ob alternative Kultur und Kreativität immer am Rand einer (Stadt-) Gesellschaft stattfinden muss und nur aufgrund ihrer Positionierung in der Enklave ihre Subversion entwickeln kann. Ihre Unzugehörigkeit zur deutschen „Leitkultur“ ist sicherlich ein entscheidender Schlüsselfaktor in dieser Diskussion: Würde die Musikclubkultur als integraler Bestandteil der deutschen oder der Hamburger „Leitkultur“ gleichwertig neben der „Hochkultur“ stehen, läge eine Lösung des Problems um angemessene Förderung durch die Stadt in greifbarer Nähe. Gleichzeitig würde sie möglicherweise damit ihre oppositionelle Rolle als auch ihre subkulturelle Anziehungskraft verlieren. Es muss also die Balance aus beidem entstehen können: Die Stadt muss den Wert ihrer subkulturellen Milieu anerkennen und auch politische und gesellschaftliche Diskrepanzen aushalten können, da dies zur einer Pluralität der Gesellschaft beiträgt. Die Clubs dürften sich auf der anderen Seite nicht auf finanziellen Förderungen ausruhen, sondern müssen verstärkt ihre Aufgabe wahrnehmen, der Diversität an Musikkulturen, Künstler*innen und Formaten die gebürtige Bühne zu bieten und weniger nach wirtschaftlichen Faktoren zu entscheiden.

Alenka Barber-Kersovan schätzt „ClubRäume als kreative FreiRäume“ (Clubkombinat Hamburg e.V. 2016: 12) ein. Genau diese Freiräume müssen ermöglicht werden. Sie sind Orte, an dem das gemeinsame musikalische Erlebnis zu einer höheren Bedeutung und einer Identität kommt. (vgl. ebenda: 5) Das „Wir-Gefühl“ steht für kollektive Momente, vor allem positiv-emotionale Momente, die sich in Erzählungen weitertragen. Der raue Charme, den sich die Stadt Hamburg in seinem Außenmarketing zuschreibt, wächst nicht in geplanten Kreativquartieren, die am Reißbrett entwickelt werden, sondern in den von Barber-Kersovan proklamierten „FreiRäumen“.

6. Bibliographie

- Bürgerschaft der Freien und Hansestadt Hamburg (28.02.2017): *Drucksache 21/8044 - Schriftliche Kleine Anfrage des Abgeordneten Dietrich Wersich (CDU) vom 20.02.17 und Antwort des Senats*, online verfügbar über: <https://www.buergerschaft-hh.de/ParlDok/dokument/56710/fördert-der-senat-die-hamburger-clubszene-ausreichend-.pdf> (Stand 10.12.2017)
- Clubkombinat Hamburg e.V. (Hg.) (2016): *Clubfibel für Frischlinge - Leitfaden für Clubbetreiber, Veranstalter und Behörden*, Hamburg.
- Florida, Richard (2003): „Cities and the Creative Class“, in: *City & Community*, 2/1, S. 3-19.
- Freitag, Jan (14.01.2014): „Sankt Pauli, Deine Schuppen“, ZEIT Online: <http://www.zeit.de/kultur/musik/2014-01/hamburg-clubsterben-gentrifizierung> (Stand 10.12.2017)
- Geiger, Friedrich (2014): „Gebaute Bürgerlichkeit - Zur Problemgeschichte der Elbphilharmonie“, in: Alenka Barber-Kersovan, Volker Kirchberg, Robin Kuchar (Hg.): *Music City. Musikalische Annäherungen an die kreative Stadt*, Bielefeld: Transcript, S. 307-319.
- Hamburg Kreativ Gesellschaft (2012): *Kreativwirtschaftsbericht 2012 für Hamburg*. Online verfügbar über: <http://kreativgesellschaft.org/assets/files/dokubox/4/Kreativwirtschaftsbericht-2012-fur-Hamburg.pdf> (Stand 10.12.2017)
- Heinze, Thomas (1997): „Kulturpolitik, Kulturtourismus und Kulturmanagement“, in: Werner Heinrichs (Hg.): *Macht Kultur Gewinn? Kulturbetrieb zwischen Nutzen und Profit*, Baden-Baden: Nomos Verlagsgesellschaft, S. 177–183.
- Helten, Michael (2015): „Heterotopia and cultural activism - the cast of Hamburg's Gängeviertel“, in: *Die Erde - Journal of the Geographical Society of Berlin*, 146/ 2-3, S. 165-174.
- Kirchberg, Volker (1992): *Kultur und Stadtgesellschaft: Empirische Fallstudien zum kulturellen Verhalten der Stadtbevölkerung und zur Beobachtung der Kultur für die Stadt*, Wiesbaden: Deutscher Universitätsverlag.
- Kirchberg, Volker/Kagan, Sacha (2013): „The roles of artists in the emergence of creative sustainable cities: Theoretical clues and empirical illustrations“, in: *City, Culture and Society*, 4/ 3, S. 137 – 152.
- Kirchberg, Volker (2014): „Governing Baltimore by Music - Insights from Governance and Governmentality Studies“, in: Alenka Barber-Kersovan, Volker Kirchberg, Robin Kuchar (Hg.): *Music City. Musikalische Annäherungen an die kreative Stadt*, Bielefeld: Transcript, S. 169-198.
- Krohn, Philipp (05.06.2016): „Das Fallbeil ist immer da“, Frankfurter Allgemeine Zeitung: <http://www.faz.net/aktuell/gesellschaft/hamburger-musikclubs-haben-es-schwer-14255988.html> (Stand 10.12.2017)
- Kuchar, Robin (2014): „Musikproduktion in Hamburg - Musikalische Akteure im Spannungsfeld von Künstlerexistenz und neoliberaler Stadtentwicklung“, in: Alenka Barber-

Kersovan, Volker Kirchberg, Robin Kuchar (Hg.): *Music City. Musikalische Annäherungen an die kreative Stadt*, Bielefeld: Transcript, S. 217-244.

Kuchar, Robin (2015): „Local scenes, conditions of music making and neoliberal city management - a case study of Hamburg, Germany“, in: Paula Guerra, Tânia Moreira (Hgs.): *Keep it Simple, Make it Fast! An approach to underground music scenes*, 1, Porto: University of Porto Press, S. 551 – 562. Online verfügbar: <http://ler.letras.up.pt/uploads/ficheiros/13184.pdf> (Stand 10.12.2017)

Merkel, Janet (2012): *Kreativität und Stadt - Zu Rolle, Wirkung und Formen horizontaler Kooperationsformen in der Beförderung von Kultur- und Kreativwirtschaft* (Dissertation), Berlin: Philosophische Fakultät III der Humboldt-Universität zu Berlin, online verfügbar: <https://edoc.hu-berlin.de/bitstream/handle/18452/17544/merkel.pdf?sequence=1&isAllowed=y> (Stand 10.12.2017)

Molotch, Harvey (1976): „The City as a Growth Machine: Toward a Political Economy of Place“, in: *American Journal of Sociology*, 82/2, Chicago: The University of Chicago Press, S. 309-332.

Nieswandt, Hans (2002): *plus minus acht - DJ Tage DJ Nächte*, Köln: Kiepenheuer & Witsch.

Schneider, Albrecht (Hg.) (2001): *MusikerInnen – Übungsbunker – Szene-Clubs: Zur Infrastruktur der Populärmusik in Hamburg* (Populäre Musik und Jazz in der Forschung, Band 8), Münster: Lit Verlag.

Tomte (2008): CD *Heureka*, Grand Hotel van Cleef, Hamburg.

7. Anhang

Anhang I:

Interview Thore Debor (Geschäftsführer Clubkombinat Hamburg e.V.)¹⁹

Die Stadt Hamburg nutzt die Clubkultur als Aushängeschild für ihr Image als Kulturstadt. Welche Aussagen sind im Marketing zentral und was ist der Stadt Hamburg darüber hinaus wichtig in der Außendarstellung?

Dass Hamburg sich als Musikstadt definiert, ist in einer Drucksache mal festgeschrieben worden vor vier oder fünf Jahren. Da kam zum ersten Mal der Begriff der „Musikstadt“ vor. Das war ein Bürgerschaftsbeschluss und hat mit Stadtmarketing nicht direkt was zu tun. Stadtmarketing macht in Hamburg die Hamburg Marketing. Die Stadt hat die Musikstadt-Drucksache verfasst, die dann konkretisiert wurde in der Elbphilharmonie-Drucksache. Darin wurde erkannt, welche Kosten für das Projekt entstehen würden. In der Drucksache waren das erste Mal die Betriebskosten aufgedröselte [sic] und auch die zukünftige Finanzierung. Außerdem konnte man spüren, dass Denkprozesse in Gang kamen, wie: „Wenn wir uns jetzt auf diesen Leuchtturm konzentrieren, dann ist das für eine Gesamtmusikstadt-Betrachtung nicht voll umfänglich. Wir müssen noch ein bisschen mehr tun.“ Dann wurden noch einzelne Maßnahmen in dieser Drucksache erwähnt, wie der Musikstadt-Fonds zum Beispiel, der aufgesetzt wurde für die freie Szene. 500.000 Euro im Jahr stehen dafür bereit, „neues Geld“, wie es dann hieß. Das sind erst mal die Maßnahmen seitens der Stadt.

Die Elbphilharmonie-Eröffnung war in aller Munde und hat diese Stadt auch elektrisiert. Auch weltweit ging da ein Signal aus. Von außen, zum Beispiel aus Berlin, wird da neidvoll drauf geschaut: „Woah, der Bürgermeister Olaf Scholz bekennt sich zur Musikstadt.“ Das funktioniert im Außenmarketing sehr gut aus meiner Sicht. Das ist das Bild einer Metropole, die in diesen Zeiten an so einem Ort so ein Gebäude hinsetzt. Das hat eine Außenwirkung und deshalb glauben dann auch viele von außen - die nicht so im Detail schauen, was innen passiert -, dass das alles super ist, was Hamburg da macht. Da lohnt eine detaillierte Betrachtung, was für die Musikstadt als Ganze denn so getan wird, weil man dann schon feststellt, dass Diskrepanzen zwischen Außenwahrnehmung und Innenaktivitäten bestehen.

Kommen wir zur Clubkultur aus eurer Sicht, also aus Sicht des Clubkombinats. Die Stadt Hamburg nutzt das ja schon durchaus neben der Elbphilharmonie und den bildenden Künsten als Aushängeschild.

¹⁹ Das Interview wurde am 14.11.2017 in der Geschäftsstelle des *Clubkombinat Hamburg e.V.* durchgeführt. Die Autor*innen haben in der Transkription den Wortlaut des Interviewten größtenteils unverändert gelassen (bis auf die Tilgung unvollendeter Sätze und von Füllwörtern), weshalb grammatikalisch unkorrekte und umgangssprachliche Elemente in der Verschriftlichung enthalten sind.

Auf jeden Fall. Wir werden gerne erwähnt in allerlei Debatten, sei es bei einem Stadtentwicklungskonzept, beim Stiftungstag oder bei „Kultur trifft Stadtentwicklung“. Auch in der Elbphilharmonie stellt sich der Kultursenator hin und berichtet, wie wahnsinnig vielfältig und toll die Clubszene in Hamburg ist, gerade jüngst wieder. Ihr solltet euch auch mal den letzten Kulturhaushalt der Stadt Hamburg ansehen, den kleinen Part, wo die Begründung ist, für welche Förderprogramme Geld ausgegeben wird. Da wird inhaltlich begründet und da findet man auch den Absatz zu den Clubs. Da freut man sich auch über das Lob, was man bekommt und die bedeutungsvolle Einschätzung. Wenn dann von Musikclubs und von Hamburg und der Vielfalt die Rede ist, kommt natürlich schnell das Reeperbahn Festival, worauf verwiesen wird: „Wir tun sehr viel für die Hamburger Musikclubs, wir haben ja das Reeperbahn Festival.“

Das ist dann quasi so die Entschuldigung.

Das ist keine Entschuldigung; das ist erst mal der Hinweis „Wir tun viel“ und damit ist der Hinweis selbst auch ein Leuchtturm. Das Reeperbahn Festival läuft drei oder vier Tage und es gibt noch 361 andere Tage im Jahr, wo ja auch Musik passiert in der Stadt. Und wenn man dann vergleicht, was da an Künstlern bewegt wird an dem Wochenende und was das ganze Jahr über an Künstlern bewegt wird von den Musikbühnen, die das tagein, tagaus machen, dann stellt man fest, dass es da auch Diskrepanzen gibt zwischen dem, was da für den Leuchtturm getan wird und dem, was in der alltäglichen Praxis getan wird. Aber – das muss man erwähnen und ergänzen – Hamburg ist im Vergleich zu anderen Städten ziemlich weit vorne mit der Erkenntnis „Musikclubs sind wichtig für unsere Stadt“ und dann auch im Doing. Es gibt durchaus vorweisende Pilotprojekte, wofür wir beneidet werden. Wir sind im Bundesverband organisiert, der sitzt im Nordflügel dieses Bürotraktes, wir haben einen europäischen Verband, ich treffe die europäischen Kollegen und wenn ich da erzähle, welche Tools wir in Hamburg haben, dann machen alle den Mund auf und staunen ab. Wir sagen dann aber „Guckt euch die Details an“.

Wir würden gern vorgeifen und von dir skizziert bekommen, welche die Faktoren waren, dass eine Musik- und Clubszene überhaupt in Hamburg entstehen konnte.

Woah, das ist eigentlich eine eigene Hausarbeit, die Historie aufzubereiten. Ich denke, eine wichtige Bedeutung hat der Hafen gehabt, wenn die Seeleute vom Schiff nach Monaten an Land gingen. Dann hat sich direkt in der Nähe dieses Amüsierviertel Reeperbahn entwickelt, wo es um Unterhaltung und Kultur im weiteren Sinne ging, um Musik und Entertainment. Es hat sich hier ein geballter Ort entwickelt, den es so in Deutschland nicht noch einmal gab, wo es sich mit dem Rotlichtmetier und dem Ausgehen zu einer Symbiose entwickelt hat, das ist etwas sehr spezielles, historisch Gewachsenes, besonders durch die Hafensiedlung in

einer gewachsenen Großstadt - auch im internationalen Sinn. Hier kamen ja Menschen aus allen Herrenländern rein. Manche sind hier gestrandet, weil sie es hier recht spannend fanden. Klar, es gibt den Ratinger Hof da in Düsseldorf, aber wenn man die Geschichte der Clubs anschaut - da könnt ihr auch bei Robin Kuchar in die Arbeit gucken, der wahrscheinlich mehr dazu hat.

Man kann jetzt bis zu Königen und Fürsten zurück gehen, die sich Musikbühnen geleistet haben im Privatengagement. Das ist in Hamburg speziell, denn wir haben hier keinen Fürst gehabt, sondern es ist alles von Bürgerhand selbst finanziert gewesen und ein Kulturleben hat sich hier von selbst aufgebaut. Es gab keinen Fürsten, der hier eine Staatsoper hingesetzt hat, sondern das haben die Bürger getan. Und genau so - und das ist das Spannende - ist es mit dem Engagement der Clubbetreiber, die alle ja nicht per Auftrag Clubbetreiber geworden sind, sondern das aus Leidenschaft für sich entschieden haben. Und dann gab es in Hamburg den Star Club mit den Beatles-Auftritten, die anfangs nur Coversongs spielten, bis sie entdeckten, dass es dort so abging, dass sie beschlossen, ihre eigenen Songs zu spielen. Über Onkel Pö, eine wichtige Institution; dass sich Clubs als Meltingpots für Menschen, Begegnungen, Treffen gesehen haben. Die Betreiber kriegen Ideen für Musik, für Geschäfte und dann ist das ziemlich explodiert. Aktuell sind wir - gemessen an der Anwohnerzahl Deutschlands, das würde ich zumindest proklamieren - die Liveclub-Hauptstadt Deutschlands. Bei uns sind 110 Musikclubs organisiert in unserem Verein. Wir gehen davon aus, dass ungefähr 150 - 200 Musikspielstätten in Hamburg existieren und dass hauptsächlich Livemusik praktiziert wird, mit Bands, DJing - auch das haben wir ja mittlerweile als Kunstform und als Musikinstrument anerkannt - und damit stehen wir noch vor Berlin da und bieten, vor allem was die Terminfülle angeht, eine wahnsinnige Vielfalt. Allein über unsere Programmzusammenführung einer Termin-App haben wir im letzten Jahr 11.000 Bühnenprogramme dokumentiert. Das sind - wenn man das umrechnet - 55 Bühnenprogramme jeden Tag, Montag, Dienstag, Mittwoch, jeden Tag, sonntags. Und das ist schon was. Das ist nur die Spitze des Eisberges und darunter ist wahrscheinlich noch mehr.

Es ist ja in Hamburg auch so, dass relativ viele kleine Clubs immer noch bestehen, was vielleicht für Bottom-Up-Bewegungen einer lebendigen Szene spricht. Gibt es das immer noch, ist das immer noch existent? Hast du Highlights, von denen du sagen würdest, dass das Clubs sind, die so funktionieren? Und können sich kleine Clubs halten?

Das ist Fakt, dass das noch immer so ist. Eine eigene Erhebung von vor zwei Jahren sagt, dass 59 Prozent kleine Clubs sind. Klein heißt bis 100 Quadratmeter, in der Regel bis 199 Kapazität, also unter der nächsten Stufe der Versammlungsstättenverordnung. Und das ist auch eine spezielle Eigenschaft von Hamburg: Keine andere Stadt kann so eine immense

Zahl von Kleinstclubs bislang nennen in der Fülle. Und wenn man sich fragt „Womit struggen die?“, wenn man sich die betriebswirtschaftlichen Kennzahlen eines solchen Betriebes anguckt, dann lernt man schnell, der ist nicht betriebswirtschaftlich gewinnbringend zu führen. Der ist nur mit Leidenschaft und mit Aufopferung und mit Investition, Subvention zu halten. Das kann zu personeller Selbstausbeutung der Betreiber führen. Es sind häufig Ein-Mann oder -Frau-Betriebe plus ehrenamtliche Helfer, die Lust haben, einen Ort zu erhalten, wo sie Musik aufführen können. Das tun sie durch Leidenschaft und durch aufopferungsvolles Engagement einerseits, gleichzeitig bekommen die Künstler, die dort auftreten, keine wirtschaftlichen Benefits, sondern haben die Möglichkeit, erstmals vor Publikum aufzutreten, können sich und ihre Stücke ausprobieren, können sich neu zusammenstellen, ihre Setlists versuchen und bekommen am Ende aber wenig bis gar keine Gage. Wir reden hier häufig über eintrittsfreie Veranstaltungen, darüber, dass ein Hut rumgeht, jeder spendet, was er will. Das geht dann direkt an den Künstler, ist in den meisten Fällen aber sehr mickrig. Das ist die Situation, die beide Seiten betrifft, sowohl Künstler wie auch Clubbetreiber sind in dem Segment am Kämpfen.

Wenn man die Künstler fragen würde, würde man hören, dass es in Hamburg viel zu wenig Musikclubs, die ihnen die Bühne bereiten, sprich, da draußen ist eine Vielzahl mehr an Künstlern, die gerne auftreten würde, aber aus vielfältigen Gründen meinen, nicht genug zu bekommen, nicht genug an Auftrittsorten und das Jammern über keine Gage und über die gemeinen Musikclubs, die sie ausbeuten, dabei sitzen beide auf dem gleichen Ast.

Das heißt, es gibt eine gewisse Bottom-Up-Kultur, die sich immer noch erhält und die mehrheitlich Kleinstclubs darstellt, aber es ist für Künstler schwierig, eine Gage zum Lebenserhalt zu verdienen.

In dem Segment ist das nicht möglich. Genau so, wie man einen Club in der Größe nicht führen kann und damit sein Auskommen für die Familie hat, ist es für den Künstler nicht. Im Unterschied zum Künstler ist es aber so, dass ein Künstler im Erfolgsfall größere Locations bespielen kann. Nach der 100er-Kapazität kommt dann vielleicht irgendwann die 300er- oder 400er-Kapazität. Das ist für uns eine mittlere Kapazität. Da könnte es im Optimalfall sein, dass da auch mal ein bisschen Geld verdient wird, wo auch mal eine Gage entsteht, die angemessen ist. Nach unseren Berechnungen fängt es an, ein tragfähiges Modell zu sein ab einer 800er-Kapazität. Wenn die ausverkauft ist, wird da in der Regel Geld gemacht, das häufig von Clubseite reinvestiert wird zum Aufbau neuer Künstler, weil man muss ja diese Künstler sich wieder selbst Kontakte haben, dass überhaupt einer seine Venue ausverkauft. Das heißt, der Club betreibt Nachwuchsförderung, indem er Themen aufbaut, das heißt, eine interne Quersubventionierung. Häufig subventioniert der Partybetrieb den Livebetrieb, um sich das entsprechende Image, et cetera aufzubauen, das heißt der Club und die Gastrono-

mie subventionieren sowieso das Bühnenprogramm. Es ist eine interne Querfinanzierung seitens des Clubs.

Der Künstler im Gegensatz dazu, wenn er die 800er-Kapazität breakt und dann in die Eventhallen geht - Mehr! Theater, 3.500, Alsterdorfer Sporthalle, Barclaycard Arena, Hurricane Festival-Headliner und dann irgendwann die Stadien -, der sozusagen kann durch die Decke gehen und das ist ja auch nur die Spitze des Eisbergs, aber da besteht überhaupt die Wachstumschance und das ist ja auch sein Antrieb, weswegen er unten anfängt. Wenn er von sich und seinem Werk überzeugt ist, fängt er erst mal an, vor kleinem Publikum zu spielen und wenn er erfolgreich ist, breakt er aber durch. Er kommt ja aber nicht wieder zurück und dankt den kleinen Clubs, in denen er damals den Auftritt hatte. Das passiert nur in den seltensten Fällen, wenn er nämlich wieder auf dem absteigenden Ast ist nach seiner Karriere. Dass er dann noch mal versucht, was mitzunehmen und dafür gibt es ja genug Beispiele. Das ist dann die Pensionskasse, du versuchst es noch mal, aber dann tritt er nicht mehr für 10 Euro auf, sondern für 40 oder 50 Euro und wenn er dann vor 100 Leuten spielt, passt es für ihn auch immer noch. In diesem Ungleichgewicht ist es dann doch. Einerseits sitzen sie auf einem Ast, aber die einen haben die Möglichkeit, davon wirklich etwas zurück zu legen; Clubbetreiber haben keinen Wachstum, denn die Räume können nicht wachsen.

Jetzt bist du schon bei den Problematiken gewesen, die besonders bei kleinen Clubs bestehen. Was sind weitere Herausforderungen und Problematiken, womit sie zu kämpfen haben?

Also, in einer Metropole wie Hamburg ist auf jeden Fall das Thema Wachstum ein Problem, sprich Zuzug, Nachverdichtung von Räumen, Raumknappheit und damit Mietsteigerungen. Zusammen mit Lärmbeschwerden sind das die zwei Topthemen. Ich mache das seit fünf Jahren und das ist krass, wie es innerhalb des letzten Jahres spürbar angezogen ist, was Lärm angeht. Wir reden jetzt nicht von Wohnvierteln, sondern von Ausgehvierteln. Wir reden von Lärmbeschwerden auf dem Schulterblatt, im Karo Viertel, auf der Reeperbahn, in der großen Freiheit. Da ziehen Leute hin und meinen, ihr Individualrecht, was ihnen zusteht, auf Klage und auf dörfliche Nachtruhe - nenne ich sie - ab 22 Uhr einzuklagen und jeder einzelne bekommt Recht vorm Richter. Dann können tausende von Musikinteressierten eine Petition unterschreiben, dass sie das aber wichtig finden, dass dieser Musikclub erhalten bleibt; der Einzelne, der sich ruhegestört fühlt, bekommt am Ende Recht und der Club muss schließen. Weltweit kann man das beobachten: London hat schlimme Einbruchszahlen vorzuweisen und kämpft da gerade aktiv gegen an und kann das Clubsterben ein Stück weit verringern von letztes Jahr 80 Clubschließungen auf dieses Jahr nur 60 Clubschließungen, also - hurra! Davon bräuchten wir nur zwei, drei Jahre in Hamburg, dann sähe es ganz schnell ganz anders aus.

Lärm und damit der Kampf um die Flächen, das hat natürlich schnell eine wirtschaftliche, ökonomische Seite, weil Mieten schnell steigen, mit einem begrenzten wirtschaftlichen Betriebskonzept von solchen Räumen einfach nicht tragbar sind. In Hamburg haben wir speziell das Kiosk-Flut-Thema in den Ausgehvierteln. 58 Kioske in der Reeperbahn und rundherum zerstören das Geschäftsmodell von Clubbetreibern, dass sie über die Bar Erlöse erzielen, die sie in das Programm stecken. Wir haben auch von der Musikindustrieseite, also von den Großen, Konzentrationstendenzen, Marktmachtstellungen, die sozusagen auf diese Vielfalt Auswirkungen haben. In Frankreich, hab ich jetzt gerade erfahren, ist durchaus die Diversität an vielfältigen Playern bedroht.

Die Großen fangen auch schon an, kleinere Locations aufzukaufen, um die Verwertungs- und Vermarktungskette von kleinen Bühnen in große selber durchzuziehen. Wir reden über Gebietsschutzklauseln von großen Konzernen bei Festivals und aber auch das, was das an Auswirkungen hat: Dass die Bands ein halbes Jahr vorher und ein halbes Jahr danach nicht in der Stadt spielen dürfen, wovon die meistens gar nichts wissen: „Ach was, das steht in unseren Verträgen drin? Ist ja interessant.“ Wir haben - gut, das ist jetzt nicht unbedingt eine Bedrohung, aber das ist eine Veränderung von Kulturraumentwicklung -, dass in der Politik dieses Leuchtturm-Denken auftritt: „Ich will wieder gewählt werden, also unterstütze ich mal das, was schnell sichtbar ist“ und das sind halt häufig Einzelfälle und da steckt schnell eine gewisse Ungerechtigkeit drin.

Du meinst also, dass es gibt Notfallpläne für einzelne, bekannte Clubs wie zum Beispiel das Molotow gibt, dass aber keine strukturelle Lösung existieren?

Ja, jeder Club in jeder Stadt befindet sich in einer Individuallage. Nicht immer geht die Bedrohungslage von außen aus, manchmal auch von innen, wenn der Betreiber abdriftet etc. Man muss jeden Einzelfall prüfen. Man kann die Probleme nicht über einen Kamm scheren, sondern muss den Einzelfall analysieren. Wenn wir einen einzelnen Club in Not der Politik melden, ist häufig eine Bereitschaft da, sich dem Einzelfall anzunehmen, zu gucken, wie kann man in diesem Einzelfall helfen und da konnten wir vielen bislang helfen. Wir haben eine Infrastrukturförderung in Hamburg, die ist aber noch vergleichsweise gering und man könnte das ganze Thema struktureller angehen, ja. Da sind wir noch von entfernt.

Du hast gerade angesprochen, dass ihr als Clubkombinat, als Zusammenschluss vieler Clubs unterstützend wirkt. Kannst du einmal eure Rolle beschreiben?

Wir unterstützen in vielerlei Hinsicht. Wir bilden einerseits dieses Netzwerk und haben damit ein Sprachrohrfunktion und können dann gewisse Themen verstärken, können Problemfelder ansprechen, die ein Einzelclub nicht ansprechen kann, zum Beispiel Drogen, in Berlin ja noch mal ein viel heftigeres Thema. Kein einzelner Club kann sagen „Wir haben ein Drogen-

problem", weil dann am nächsten Tag die Razzia vor der Tür steht oder die Leute da nicht mehr hin gehen. Aber als Verband als Ganzes kann man durchaus auch mal heikle Themen angehen und gucken, ob es da Lösungswege gibt. Eine der größten Stärken, die wir haben, ist, dass wir die Clubbetreiber erst mal zusammen in einen Raum bringen, laden die ein, dass sie sich kennenlernen und ein Best-Practice-Austausch stattfinden kann. Diese Drähte untereinander sind nichts, was Geld kostet, aber es bringt unheimlich viel und da ist durchaus eine Familie inzwischen zusammengewachsen, die wir häufiger im Jahr zusammenführen. Ich glaube, das ist von unschätzbarem Wert.

Wenn es dazu kommt, Fördermodelle aufzusetzen, haben wir durchaus - hatte ich ja schon erwähnt - in Hamburg Erfolge gehabt. Es gab in den 1980er und 1990er Jahren die sogenannte Clubprämie. Da hat eine Jury sich eingeschlossen und entschieden, welche Clubs mit Geld bezuschusst werden. Das hat Unmut und Konkurrenzdenken ziemlich gefördert und nicht dieses Gemeinschaftsgefühl voran gebracht. Da haben wir in Zusammenarbeit mit der Kulturbehörde den Live Concert Account aufgesetzt, wo wir gesagt haben „Das Geld bitte nicht über individuellen Juryentscheid verteilen, sondern das muss nach einem Schlüssel passieren.“ Und da haben wir den Live Concert Account angesetzt und das ist eine Infrastrukturförderung, bei der diejenigen, die Livemusik anbieten, jedes Jahr relativ planbar im Verhältnis ihrer Bühnenprogramme Gelder ausgeschüttet bekommen. Das ist am Ende ein transparenter Schlüssel, wo es dieses Jahr 54 Antragsteller, das ist fast die Hälfte der nach den Kriterien in Hamburg Berechtigten. Die stellen einen Antrag und bekommen eine Summe x auf ihr Konto. Das ist schon mal ein erster Schritt, dass wir etwas geschaffen haben, das die Struktur diejenigen fördert, die Livemusik realisieren und das nicht anhand von Juryentscheidungen. Das ist ein Model, was gerade deutschlandweit versucht wird zu kopieren. Bremen will das, Berlin will das, Hannover will das, Köln will das, Mannheim will das, mal gucken, hoffentlich kommt da bald der Durchbruch.

Eine weitere Form der Förderung, die elementar in Hamburg ist, ist die Gründung der Clubstiftung. Das ist eine von der Stadt Hamburg und vom Clubkombinat gegründete Stiftung, die als gemeinnützig anerkannt ist. Das Stiftungskapital, 376.000 Euro, kam von der Stadt. Damit wurde die Clubstiftung hier errichtet. Sie leistet eine ganze Menge auf mehreren Ebenen. Im Gegensatz zu anderen Stiftungen dürfen wir mit unserem Stiftungskapital arbeiten. Häufig dürfen Stiftungen ihr Stiftungskapital nicht anfassen, sondern müssen zusehen, dass sie es vermehren, heutzutage geht das durch Zinsen nicht mehr, also muss man eine neue Form finden. Wir können unser Stiftungskapital in Form von Darlehen, Investitionsdarlehen, vergeben und sind so etwas wie eine Minikredit-Clubbank für sinnvolle Investitionen - das sind häufig Technikkäufe. [...] Wenn der Clubbetreiber zur Bank geht, wird er erst mal ausgelacht, denn er ist ja ein Kulturbetrieb, kein Wirtschaftsbetrieb, der da seine Zahlen offen legt, also kriegt er keinen Kredit. Bei der Stiftung läuft das anders. Da ist der Bankaufseher der Vor-

stand, die alle das Know-How haben, alles Clubbetreiber sind, sich die Zahlen zeigen lassen, gucken, ob das ein Modell ist oder nicht, und dann kriegt er sein Darlehen in der Regel. So haben wir schon über 300.000 Euro in Darlehen rausgegeben und verbessern damit die Infrastruktur und auch Clubgründungen, weil man plötzlich seine Technik darüber finanzieren kann und nicht mehr eine Staatsinvestition haben muss.

Zudem ist es möglich, dass wir private Spenden bekommen können für einen Clubaufruf. Zum Beispiel der Golden Pudel Club hat ja dazu aufgerufen zu spenden und da der Golden Pudel Club nicht gemeinnützig ist, können größere Spenden nicht steuerbegünstigt abgewickelt werden. Da wir das aber in der Satzung drin haben, können wir das. Der Pudel hat also aufgerufen „Wenn ihr größere Spenden habt, spendet doch an die Clubstiftung“ und dann ist das zweckgebunden und die Clubstiftung stellt dann Spendenbescheinigungen aus und dann schieben wird das Geld steuerlich sauber, legal aus privaten Händen in die Kultur, ohne den Steuerverlust zu haben. Das war ein sehr wirksames Tool, um dem Pudel ein Stück weit zu helfen. Das wollen wir natürlich noch gern weiter verbreiten, dass das hier Schule macht, dass wir da ein weltweit einmaliges Tool haben.

Am Anfang haben uns alle ausgelacht: „Was ihr da macht - ihr seid doch Wirtschaft, ihr seid doch nicht gemeinnützig“. Das haben wir juristisch ausgefochten und hurra, sie ist da, und das kann man gar nicht hoch genug einschätzen, was das auf lange Sicht bedeutet. In den nächsten Schritten kann es sein, dass die Stiftung Grundstücke übertragen bekommt und damit eins der Kernprobleme gelöst wird. Clubs gehören sich häufig gar nicht selber. Über 90 Prozent sind gemietet, gepachtet, das heißt, sie können gar nicht über sich selbst entscheiden, sondern ein Eigentümer, Investor entscheidet über ihre Zukunft. Wenn wir es schaffen, das Spiel umzudrehen, dass wir mehr und mehr Grundstücke und Gebäude in so was wie eine Clubstiftung geben, die sich dann auf die nächsten hunderte von Jahren darauf festgelegt hat, dass das da weiter eine Musikspielstätte stattfindet, kriegen wir vielleicht auch dieses Damoklesschwert der Besitzverhältnisse gelöst, aber das sind alles Zukunftsvisionen. Dafür ist sie relativ neu, die Stiftung wurde 2012 errichtet. Nach 5 Jahren kann eine Stiftung gerade mal laufen.

Du erwähntest ja gerade schon, dass es noch Zukunftsmusik ist. Uns interessiert auch, was Clubs für Strategien fahren, um sich zu erhalten, also ihre Überlebensstrategien. Kannst du die skizzieren? Danach können wir uns noch mal der Stadt zuwenden, was sie denn eigentlich konkret, strukturell tut, um zu fördern - wenn das jetzt nicht nur über euch ist quasi. Clubs sind teilweise privatwirtschaftliche Unternehmen, teilweise sind es auch gemeinnützige Vereine, die Clubs betreiben. Was sind denn so die Strategien, wenn ein Club zum Beispiel ins Exil geht, um wieder zurück zu kehren?

Ja, das kann man so nicht beantworten. Da muss man jeden Club einzeln angucken. Da gibt es keine Globalstrategie, wo man sagt, das machen alle so. Nicht alle sind bedroht, wie das Molotow und müssen irgendwie eine Umzugsstrategie entwickeln. Da gab es Fälle. Der Hafenklang ist sicherlich ein Positivbeispiel, der es geschafft hat. Er musste aus der Location raus und hatte eine gute Exilphase. Er hat es wieder geschafft, in den alten Standort zurück zu kehren. Das Mojo ist auch so ein Fall, die waren aber ja sozusagen „off“ oder in der Zeit dann auch eher in London persönlich aktiv, also nicht mehr in Hamburg, und haben es dann nach x Jahren wieder gewagt, an den Ursprungsort zurückzukehren und existieren dort.

Das Molotow - das hat ja auch schon Exillösungen gehabt, jetzt ist es das Exil vom Exil - und wenn man jetzt darauf guckt, geht es genau darum, mit Hilfe politischer Einmischung, dem Investor, dort Bedingungen drauf zu drücken, wenn Politik das a) erst mal möchte, dass dort wieder ein Musikclub in dieses Viertel kommt. Wenn sie möchte, dass es das Molotow ist, dann muss man sich das Konzept des Molotow angucken, was ja auch gewachsen ist von einer Bühne auf zwei Bühnen und jetzt ja sogar drei Bühnen in der jetzigen Lösung. Aber wenn sie gerne zurück wollen, würden sie glaube ich weiterhin diese zwei Bühnen fahren. Man muss einfach feststellen, dass inzwischen die Rahmenbedingungen andere sind. Um eine 300er-Kapazität zu fahren, musst du halt inzwischen doppelt so viel Quadratmeter vorhalten, als das früher mal der Fall war, weil die Versammlungsstättenverordnung sich verändert hat und Brandschutz und Entfluchtung viel, viel bürokratischer geworden ist. Eine doppelte Fläche bedeutet dann - selbst bei gleich bleibendem Preis, also selbst wenn es keine Preissteigerung gibt - doppelte Miete und da kann Politik drauf einwirken auf den Investor. Das ist eine Daumenschraubenfrage, wie sehr zwängt man dem Investor Dinge auf und wie sehr muss man an anderer Stelle wieder dafür entgegen kommen. Das ist harte, harte Detailarbeit, wo immer die Einzelpersonen und die Einzelakteure bis zum Letzten daran bleiben müssen. Wenn sie das nicht tun, dann scheitert so ein Ansatz. Im Falle vom Mojo ist es jetzt erst mal geglückt, auch da wurde dem Investor erst mal aufgezwungen, dass im Keller wieder eine "Sankt-Pauli-affine Nutzung" stattfindet. Man kann das sehr stark auf Einzelpersonen in der Politik zurückführen, ob das gelingt oder nicht und in Sachen Mojo können wir noch nicht vermelden, dass da alles schon vollzogen ist. Aber zu Allgemeinstrategien fällt mir gerade nichts ein.

Wir haben uns gefragt, wie gerade eben diese Beziehung ist zwischen Clubs und Stadt z.B., die ja auch diesen Druck ausüben kann auf Investoren und so weiter, auf immobilienbesitzende Firmen, weil es ja durchaus politische Clubs gibt in Hamburg. Hat es Auswirkungen auf das Förderverhalten der Stadt, ob es um Clubs geht, die sich weniger politisch positionieren wie das Mojo oder welche, die sich politischer behaupten, wie vielleicht die Astra Stube?

Auf jeden Fall. Der Live Concert Account ist ein lebender Beweis. Die Musikclubs schließen sich im Clubkombinat zusammen, das tun sie seit 12 Jahren mit dem Ziel, ein Sprachrohr zu sein, das natürlich auch in Richtung Politik geht. Die Politik möchte ungern mit 150 Einzelpersonen reden, sondern möchte gern mit einer Person reden und das ist ja erstmalig auch mit Erfolg passiert, dass man dann gesagt hat, wir ändern das System der Förderung in Hamburg weg von der Clubprämie zu Live Concert Account, Einführung des Clubawards, Gründung der Clubstiftung. Hätten wir mehr Zeit, könnte ich noch mehr Themen aufführen. Also, das passiert auch im Dialog und wenn man sagt „die Stadt“ dann geht es immer um fachliche Zuordnung. In Hamburg ist es in der Kulturbehörde angesiedelt. Es gibt andere Städte in Deutschland, da ist es in der Wirtschaftsbehörde angesiedelt. Wir stehen erst mal im Dialog mit der Stadt, behördlicherseits mit der Fachebene im Referat Musik der Kulturbehörde und da sind wir eigentlich in einem stetigen Dialog. Teilweise geht es da um Einzelfallprobleme, zum Beispiel im Kapitel „Clubs in Not“, wo wir berichten, welcher Club aktuell welche Probleme hat. Das passiert immer wenn wir denken, das müssen wir adressieren an die Politik, da muss die Politik tätig werden, und das tut sie in der Regel auch. Da haben wir schon eine Dialogkultur entwickelt, die ist erst mal existent. Die ist denke ich auch vorbildlich, aber da ist noch Luft nach oben, weil es häufig nicht auf der Fachebene zu lösen ist, sondern ganz rauf muss. Ganz rauf ist in der Stadt ein Bürgermeister und der kann dann nur die Schlüssel drehen und der dreht die Schlüssel dann gern mal für eine Elbphilharmonie auf, aber es ist immer Luft nach oben. Und jetzt kommt das Jammern eines Verbandsvertreters, was auch einzuordnen gilt, aber wir sehen immer noch mehr möglich.

Um da noch mal nachzuhaken - es gab ja im Rahmen von diesen ganzen Initiativen wie „Recht auf Stadt“ nicht nur stadtpolitische, sondern auch gesellschaftspolitische Äußerungen von Clubs. Clubs, die teilweise - wie das Molotow - in den Esso-Häusern situiert waren. Frappant, Gängeviertel, Rote Flora, die sich ja als politische Kulturbetriebe verstehen. Macht es einen Unterschied, ob sich ein Club ganz extrem z.B. anti-staatlich äußert? Hat es einen Effekt auf die Arbeit des Clubkombinat, wenn beispielsweise über mögliche Reaktionen vom Kulturredirektor geredet wird?

Uns ist ganz wichtig in unserer Konstellation - im Gegensatz zu anderen Verbandsstrukturen oder Vereinigungen -, dass das Clubkombinat als Institution nicht direkt gefördert wird von der Kulturbehörde. Die Musiker über RockCity oder die Jazzer über das Jazzbüro kriegen jährlich einen Haushaltstitel, wovon sie das Büro und die Arbeitskraft bezahlt bekommen von der Stadt. Das ist hier beim Clubkombinat nicht so, das ist uns aber auch wichtig, um als politisches Sprachrohr auch kritische Stimme sein zu können. Clubbetreiber sind am Ende häufig auch kritische Beobachter des Zeitgeschehens und möchten das dann auch in ihrem Verband gerne kommuniziert wissen. Nach Mitgliedsversammlungen sind das Vorstandsbe-

schlüsse hier von diesem Tisch, die dann diese kritischen Positionen transportieren. Das haben wir z.B. in letzter Zeit wieder getan zum G20-Gipfel, wo die Rote Flora ja bis heute unter Generalverdacht steht und dass eine Solidaritätsveranstaltung vom Gängeviertel gleich bedeutet, „Oh Moment, da kürzen wir auch dem Gängeviertel mal das Geld, weil sie sich solidarisch mit der Roten Flora zeigen“. Da haben wir die Stimme erhoben und gesagt „Das kann nicht sein, dass man hier in Sippenhaft genommen wird, nur weil man sich mal solidarisch erklärt“. Dann waren wir im Abendblatt auf dem Titel - da bin ich auch recht stolz drauf - zusammen mit dem Statement des Bundeskanzleramtschefs, zur Schließung der Roten Flora und der ganzen linken Zentren in Leipzig, et cetera. So ist auch das Statement des Clubkombinats aufgeführt, wo wir dagegen halten, dass man das besser nicht tun sollte, weil man damit die Probleme und die Ursachen des G20-Mobs bestimmt nicht bekämpft. Da übernehmen wir durchaus auch die politische Sprachrohr-Funktion. Unsere Eigenständigkeit wollen wir uns erhalten und es ist uns wichtig, dass wir das nach wie vor tun können.

Wenn Mitglieder an uns ran kommen und ein Thema haben, das wir spielen wollen, passiert genau das, da passiert eine Meinungsbildung hier an diesem Tisch von gewählten Menschen und da wird auch die ein oder andere Position sicherlich erst mal abgeschwächt und analysiert. Das ist am Ende eine Demokratie und wir haben eine Clubdemokratie, eine sehr lebendige, und die wird hier Tag für Tag praktiziert.

In New York ist es ja beispielsweise der Fall, dass sich die Musikzentren innerhalb der Stadt immer wieder verlagern, es so eine Art Kulturwanderung gibt und gab. Die Szeneviertel der Stadt wechseln sich über die Jahre immer wieder. Das passiert auch durch die Laissez-Faire-Politik der Stadt. Wieso gibt es in Hamburg keine Clubs in Lurup oder in den periphereren Stadtvierteln, dass die Clubs entscheiden, „Wir gehen jetzt weiter nach außen“?

Also, erst mal würde ich der Aussage widersprechen, dass es keine Clubs in der Peripherie gibt. Es gibt sie. Nicht in der vielfältigen Ausprägung, von der du gerade geredet hat. Wir haben schon den Fakt in Hamburg, dass wir eine Konzentration haben im Bermudadreieck Reeperbahn-Sternbrücke-Schulterblatt, das ist Fakt. Dann würde ich die Theorie des Hafens stützen, dass der Auswirkungen hat auf das Ausgehverhalten und sich eine bestimmte Ausgehkultur entwickelt, sodass man einfach dieses Dreieck hat, wo man hingehet. Das ist über Generationen eingeübt. Das ist aber eine Hamburg-spezifische Konstellation.

In Berlin - wir müssen gar nicht bis New York gehen - haben wir eine ganz andere Ausgehkultur. Auch da ist Laissez-Faire-Politik ein gutes Stichwort, weil es in Berlin nach der Wendezeit eigentlich scheißegal war, was du gemacht hast. Bist in irgendein leer stehendes Gebäude gegangen und dann kam ja auch einfach gar keiner, man konnte einfach machen, weil es die Flächen gab. Inzwischen ist das in Berlin auch anders, auch dort gibt es mittler-

weile Wanderungen. Im Moment geht es schräg in den Südosten, sehr schön darstellbar über ein Clubkataster, wo man das dokumentiert. Das tut London zum Beispiel, das tut aber auch Berlin seit zwei Jahren. Sowas wünsche ich mir auch mal in Hamburg. Da könnten wir nämlich beobachten, wenn wir den Zeitregler schieben, wenn man nach Cluböffnung, Clubschließung oder auch Konstanz guckt, dann kann man das abbilden, wie die Entwicklungen so sind. Dann würde das Ergebnis sein: Bislang haben wir in Hamburg eine sehr starke Fokussierung, wir haben in Hamburg aber auch über die Maßen Clubs, die lange existieren – zum Beispiel hatten wir 40 Jahre Knust, Markthalle 40 Jahre, 50 Jahre Logo. Das sind ja für Clubs atypische Alter. In der Regel hat ein Club zehn bis zwölf Jahre und dann muss er sich komplett neu erfinden oder er schließt. Ich würde aber durchaus die These wagen, wir haben Bewegungen in Hamburg. Um Einzelfälle rauszugreifen - was nie das Gesamtbild abbildet - ist das Südpol in Hammerbrook, das Moloch im Oberhafen - schon in einer zentralen Lage, aber für den Hamburger ist es nicht im Dreieck. Plötzlich, trotzdem, rennen da die Leute hin. Das sind die neuen Orte, die eine Ausgehkultur so langsam durchbrechen und wir werden - wenn sich die Gentrifizierung, die Verdrängungsthematik, weiter so ergibt, der Lärm, alle Leute wollen hier leben, aber keine Musik mehr, dann würde das sowieso hier sterben und dann wird man gucken, was dann passiert. Ob es eine Verlagerung in die Industriegebiete, in die Randbezirke gibt und irgendwann dann auch mal nach Lurup und ob sich dann das Ausgehverhalten auch ändert. Das ist ja das Phänomen, dass der Mensch, wenn er von Musik unterhalten werden will und an einem Musik-Act interessiert ist, bereit ist, überall hin zu fahren. Dann fährt er nach Lärz oder nach Wacken oder nach Scheeßel oder er fährt auch nach Lurup, wenn es dort angeboten wird.

Historisch ist es bislang ein Glücksfall in Hamburg, dass es noch so ist, aber meine These wäre, dass, wenn sich das verändert, eher in die Peripherie gedrungen wird, dass sich die Ausgehkultur verändert. Alles unter erschwerten Rahmenbedingungen, weil die Transportwege länger sind, et cetera. Aber für alles gibt es Lösungen. Zürich hat auch dieses Problem gehabt und hat dann in Verbindung mit den öffentlichen Nahverkehrsbetrieben Konstruktionen erfunden, wo es jetzt Shuttlebusse in die Peripheriebezirke gibt. Die fahren nachts auch wieder zurück. So wurde das Thema dort gelöst.

Auch würde ich nicht das Ende der Fahnenstange der Clubkultur befürchten, sondern man muss für alles kreative Lösungen angehen und sie dann auch umsetzen.

Du hast einige Aspekte schon genannt, die sich mit nachhaltiger Förderung auseinander setzen. Was wären weitere konkrete Aspekte?

Da haben wir natürlich eine ganze Hitlist der Handlungsfelder. Wir werden im Dezember eine Kampagne dazu starten und sieben Punkte sagen, die wichtig sind, um Clubkultur zu fördern.

Erstens gibt es das Stichwort Kulturräumerschutz, der ein weites Feld ist. Diesen Flickenteppich von Einzelfalllösungen muss man mal institutionalisieren, da gerade braucht man eine Dialogplattform. Wir sind jetzt erst mal nur in Kontakt mit der Kulturbehörde; unsere Themen sind aber in allen Behörden verankert. Lärm liegt bei der Umweltbehörde, da werden Lärmemissionen thematisiert. Wir sind aber auch in der Stadtentwicklungsbehörde eigentlich mitdrin. Wie passiert Stadtentwicklung heute? Wird da Kultur mitgedacht? Siehe Paloma Viertel jetzt hier in Hamburg. Man kann glaub ich sagen, das ist nicht institutionalisiert. Es gibt ein Rücksichtnahmegebot - das würde jetzt zu weit führen - das wird aber nicht praktiziert. Wenn das aber nicht implementiert ist in Stadtentwicklungsprozessen, dann brauchen wir uns über neue Entwicklungen von Räumen gar nicht unterhalten, dann passiert das erst mal nach dem Zufallsprinzip. Ist vielleicht auch ganz sinnvoll, es gibt aber auch andere Städte, die das planvoller angehen.

Dann haben wir (Future Music City - unsere sieben Punkte) das Thema Lärmschutz, ganz konkret. Es muss da was passieren. Gerade das Thema Mediation ist in anderen Städten wie München und Amsterdam schon total weit. Da gibt es staatliche Mediationsstellen, wo diese Konfliktlagen - die einen verursachen Lärm, die anderen wollen ihre Ruhe -, wo es sozusagen jemand Neutrales gibt, der versucht, den Dialog aufzubauen: die Kommunikation, gegenseitiges Verständnis, Abwägungen, wer hat eine starke Lobby?, wer hat ein zu starkes Ruhebedürfnis?, erst mal abzuwägen und Lösungen zu schaffen. Und vielleicht liegt dann die Lösung auf beiden Seiten. Vielleicht müssen die einen Schallschutzrollen bekommen in ihren Schlafzimmern und vielleicht müssen die anderen eine Lärmschleuse an der Tür bekommen. Beides kostet Geld, aber da muss man gucken, wo man das her kriegt.

Nächstes Thema sind steigende Kosten. Zum Beispiel beim Strom. Da bin ich gern bei ökologischer Nachhaltigkeit, also Ressourceneffizienz. Wie kriegen wir es hin, dass die Musikbühnen, vielleicht auch die Theaterbühnen, alle Kultureinrichtungen, einfach erst mal an sich arbeiten und Energieeffizienzprogramme so durchführen, dass am Ende wirklich die Glühbirne ausgetauscht wird? Das ist sehr kleinteilig, da haben wir einen Ansatz für und das würden wir gerne machen.

Wir haben das Thema bezahlbare Plakatierflächen. Selbst mit 90 Prozent Kulturrabatt, den es für kleine Kultureinrichtungen gibt, zahlst du trotzdem immer noch ein Höllengeld dafür, um legal ein Plakat aufzukleben. Das kann sich in der Regel keiner so richtig leisten, weswegen man auf illegale Wege geht in der öffentlichen Wahrnehmung. Das muss auch nicht so sein.

Wir haben in Hamburg noch ein spezielles, lokales Thema wie die Stellplatzabgabe. Es ist historisch gewachsen im Wohnungsbau, dass, wenn man was baut, auch die Autostellplätze dafür vorhält. Im Wohnungsbau ist sie jetzt gekippt worden, damit man mehr Wohnungen

bauen kann. Im Gewerbebereich, also bei Versammlungsstätten, ist er aber nach wie vor existent. Das heißt, wenn ich einen neuen Club gründen will und keine Parkplatzfläche auf dem Grundstück habe, muss ich erst mal eine Ablösesumme dafür zahlen, dass so und so viele Stellplätze dafür da sind. Das geht bei einem kleinen Club schnell mal in sechsstelligen Beträge, die eventuell erst mal bestundet werden, aber nach fünf Jahren kann es immer noch kommen: „So, jetzt wollen wir die 100.000 Euro übrigens von dir haben für deine nichtvorhandenen Stellplätze.“ Das ist Innovationskillung. Da überlegt man sich - wenn man überhaupt davon weiß im Laufe des Genehmigungsprozesses - dann überlegt sich jeder, ob er das wirklich machen will, dieses Wagnis.

Was haben wir noch auf der Liste? Ein Punkt heißt inoffiziell „Kuchen statt Krümel“, das ist so ein Infrastrukturförderungsding. Im Moment ist es so: Durch unseren Live Concert Account bekommen diejenigen, die einen Antrag stellen - wenn wir das runter rechnen auf die Besucher, die in die Clubs gehen - ungefähr 20 Cent pro Besucher. Das ist die Förder-summe über dieses Modell. Es gibt „Leuchttürme“ in dieser Stadt. Fangen wir mal bei der Staatsoper an, da liegt die Förderung bei 100€ pro Sitzplatz pro Show. Dann gibt es solche Leuchtturmprojekte wie das Reeperbahn Festival. Wenn man das hochrechnet, sind wir da zwischen 3,50 Euro und 6,50 Euro staatliches Geld, die in einen Besucher investiert werden. Diese Kluft würden wir gerne mal angehen, um nicht weiterhin als Kultur zweiter Klasse betrachtet zu werden, sondern unseren angemessenen Anteil, den wir dazu beitragen, in ein Gleichgewicht zu bringen.

Und dann ... Leerstand nutzen ist ein Riesenthema. Selbst in einer gewachsenen Stadt wie Hamburg gibt es genug Leerstände. Es gibt andere Städte, die eine Zwischennutzungszentrale haben. Hier in Hamburg gibt es die Kreativ Gesellschaft, die tut auch schon einiges, aber wir glauben, dass noch wesentlich mehr geht, leer stehende Flächen vielleicht auch nur temporär mit Musiknutzung zu bespielen. Das kann man alles viel, viel besser systematisieren.

Außerdem haben wir ein großes Problem bei Ausschreibungsverfahren. Kein potenziell neuer Club kriegt überhaupt mit, wo es gerade was für Ausschreibungen gibt. Es ist von Bezirk zu Bezirk unterschiedlich, wie Ausschreibungen erfolgen. Man kriegt, wenn eine Wohnbebauung geplant wird an einem bestehenden Club, in der Regel nicht mit, dass man da Widerspruch einlegen kann. Das geht aber nur zu bestimmten Phasen. Und wenn wir über die Digitalisierung der Städte und Smart City reden, dann gehört es auch mit dazu, dass wir Warnsignale für so etwas haben, dass wir auch ein Clubkataster haben: „Achtung, diese Orte existieren, die sind schützenswert“. Und wenn eine Ausschreibung in der Nähe kommt, muss der Verwaltungsbeamte da drauf gucken und sagen „Oh Moment, hier müssen wir das Rücksichtnahmegebot einhalten“. Das heißt, der Investor muss gezwungen werden, für den

Lärmschutz und so weiter aufzukommen, als später, wenn das Problem da ist und der Anwohner den Club rausklagen kann. Da müssen wir völlig neue Wege des Monitorings, der Kartierung gehen, um die Probleme aufzuzeigen. Da sind wir eher noch im 19. als im 21. Jahrhundert.

Und wir haben ein Sommerloch. Vier Monate ist eigentlich gar nichts in Hamburg. Alle gehen nach draußen, was natürlich auch wunderschön ist, nur den Clubs geht im Sommer der Arsch auf Grundeis. Deswegen brauchen wir Open Air-Fläche oder auch Flächen, wo ein Ansatz ist, dass wir diese Fläche/Flächen als Kollektiv einfach open air bespielen. Die Einnahmen, die wir so erzielen, könnten wir an die Gemeinschaft der Clubs auszahlen und in unsere Fördertools geben, um im Sommer Erlöse zu haben, die wir den darunter leidenden Clubs austeilen. Dafür brauchen wir schöne Flächen, die gibt es auch in Hamburg, und die sollten uns auch mal zugesprochen werden.

Zum Schutz der Kulturräume: Das habe ich ja schon gesagt. Wir brauchen eine Runde-Tisch-Kultur und das nicht nur einmalig, sondern die brauchen wir konstant, wo Behördenvertreter, BUE (Behörde für Umwelt und Energie, Anm. des Autors), Stadtentwicklung, Kulturbehörde, Wirtschaftsbehörde regelmäßig zusammen kommen - am besten unter Schirmherrschaft des Bürgermeisters. Wir müssen höher ran, vielleicht müssen wir eine Stabsstelle in der Senatskanzlei haben, die uns einen direkten Draht ermöglicht und uns nicht in diese Behördeneinteilung zwingt. Klar, wir verstehen uns als Kulturbetriebe und Kultur ist erst mal per se richtig, aber unsere Themen sind so vielfältig und ich als Einzelner schaffe es nicht, mich mit der Vielfalt der Themen immer an alle Behörden zu richten. Wir müssen eine Dialogplattform „Kulturraumschutz“ kriegen, um regelmäßig in einen Austausch zu kommen, um an den strukturellen Fragen, die ich hier angerissen habe, zu arbeiten. Gerade bei dem Thema Digitalisierung und was sie für das Verwaltungshandeln alles bringen kann - da haben wir immer noch ein dickes Brett.

Vielen Dank für das Interview!

Abbildung I

Tab. 2: Förderung der Populärmusik in Hamburg (Haushaltsansätze der Jahre 1980-2001 für die einzelnen Maßnahmen in TDM)

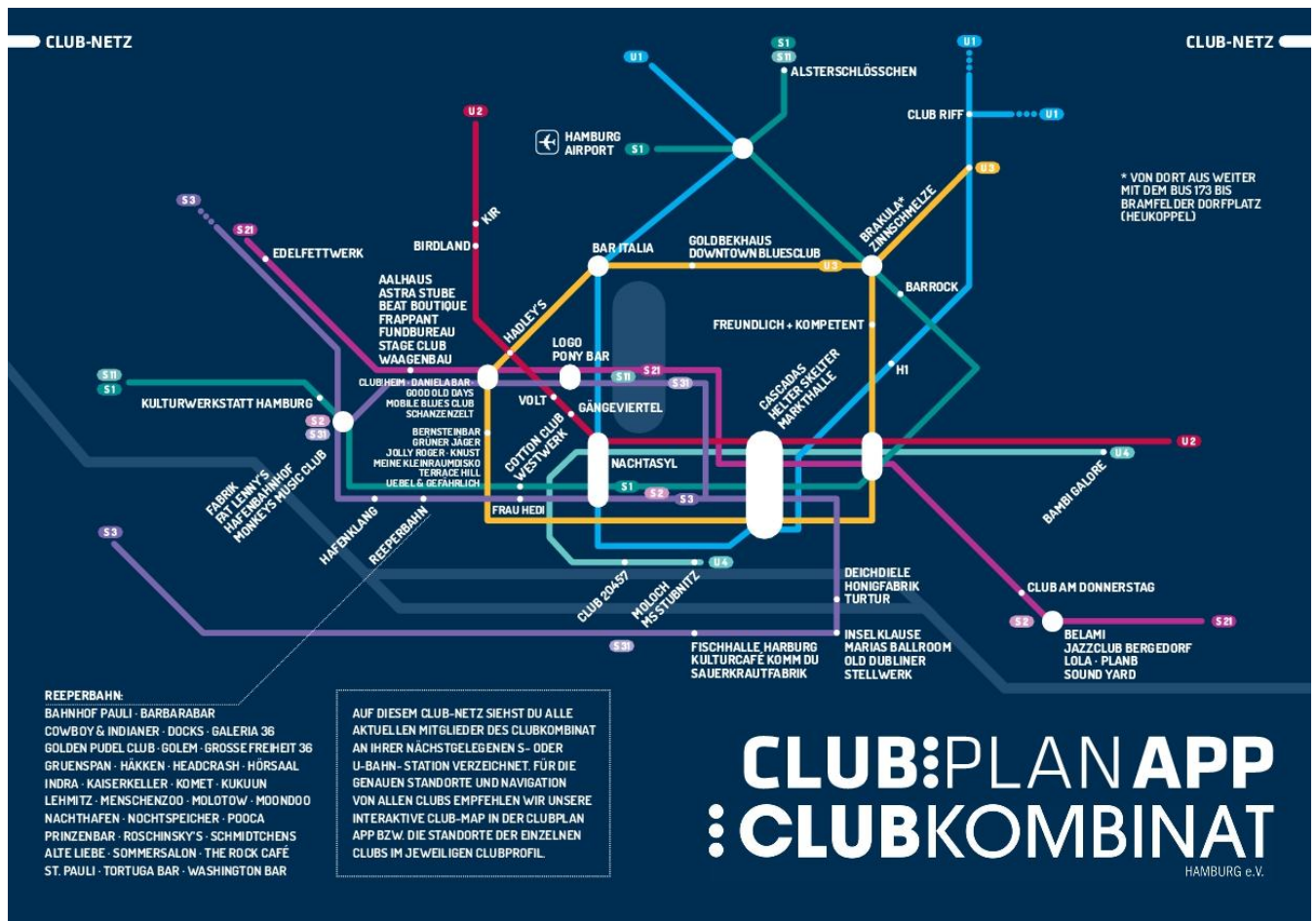
	80	81	82	83/4	85	86	87	88	89	90
Jazzfestival Fabrik	20	40	40	40	40	40	40	40	40	40
Populärmusik		30	130	130	130	130	130	130	125	125
Übungsräume		30	70	70	70	70	70	70	70	70
Clubprämien			100	100	100	80	80	80	50	75
Rock-Spektakel 88							350	50		
Rockbüro e.V.									70	70
RockCity e.V.										80
POP-GESAMT	20	100	340	340	340	320	670	370	355	460
Musikförderung gesamt	390	465	750	820/ 620	847	657	990	685	865	825

	91	92	93	94/5	96	97/8	99	2000	2001
Jazzfestival Fabrik	40	40	40	40	40	40	40	40	40
Populärmusik	225	225	225	225	225	225	225	222	222
Übungsräume	70	70	70	71	50	50	50	50	40
Clubprämien	75	75	75	75	70	70	70	70	70
Rock-Spektakel 88									
Rockbüro e.V.	70	70	70	70	70	70	70	70	70
RockCity e.V.	130	130	130	130	130	130	130	130	130
Landesjugend- Jazzorchester	25	25	25	25					
Mus. Toiletten e.V		36	29	29	30	29			
Jazzbüro e.V.					50	50	50	82	82
Jazz						32	32		
POP-GESAMT	635	671	664	665	665	696	667	664	654
Musikförderung gesamt	1.675	1.701	1.794	1.765/ 1.175	1.171	1.222	1.173	1.170	1.360*

* inkl. „Musikfest Hamburg“, 2001 erstmalig etatisiert mit 300 TDM

aus: Schneider, Albrecht (Hg.) (2001): *MusikerInnen – Übungsbunker – Szene-Clubs: Zur Infrastruktur der Populärmusik in Hamburg* (Populäre Musik und Jazz in der Forschung, Band 8), Münster: Lit Verlag, S.59

Abbildung II



aus: Clubkombinat Hamburg e.V. (Hg.) (2016): *Clubfibel für Frischlinge - Leitfaden für Clubbetreiber, Veranstalter und Behörden*, Hamburg, S. 16

Abbildung III

CLUBKOMBINAT
FORDERT:

#FUTUREMUSICCITYHH

- 1. DIALOGPLATTFORM "KULTURFREIRÄUME"**
- 2. OPEN AIR FLÄCHE ZUR SELBSTVERWALTUNG**
- 3. FONDS FÜR LÄRMSCHUTZ & GRÜNE ENERGIE**
- 4. LEERSTÄNDE NUTZEN**
- 5. BEZAHLBARE WERBEFLÄCHEN**
- 6. STELLPLATZABGABE ABSCHAFFEN**
- 7. INFRASTRUKTURFÖRDERUNG AUSBAUEN**

WWW.CLUBKOMBINAT.DE/FUTURE-MUSIC-CITY

Unveröffentlichtes Pressematerial von Clubkombinat Hamburg e.V. (Stand November 2017)