

Nachbericht zum Symposium „DIPLOM IN DER TASCHE! WAS NUN?“ 8. November 2018, an der mdw in Wien

Am Donnerstag den 8. November 2018 traf sich das „Who-is-Who“ internationaler ExpertInnen im Bereich *artist development* beim Symposium „Diplom in der Tasche! Was Nun? Von der Musikausbildung zur Karriere“ an der Universität für Musik und darstellende Kunst Wien auf Einladung des Österreichischen Musikrats, um sich zur Frage einer zeitgemäßen Musikmanagement-Ausbildung in Österreich auszutauschen. Das Symposium glänzte mit hervorragend besetzten Panels und Keynotes von Helena Gaunt (Guildhall School of Music & Drama London / Royal Welsh College) und Martin Lücke (Hochschule Macromedia Berlin).

Martin Lücke prägte in seiner Keynote die begriffliche Differenzierung zwischen Musikmanagement **IN der Ausbildung** versus Musikmanagement **ALS Ausbildung**. Beide Themen wurden im Verlauf des Symposiums eingehend diskutiert. Vizerektorin Barbara Gisler-Haase meldete ihre Bereitschaft an, an der mdw eine Fokusgruppe einzurichten, um beide Aspekte weiterzuentwickeln.

Musikmanagement IN der Ausbildung

Einigkeit herrschte darüber, dass es für MusikerInnen immer wichtiger wird, grundlegende Fähigkeiten der Selbstvermarktung und des „self-managements“ bereits im Studium zu erwerben. Ausbildungsinstitutionen haben die Aufgabe, MusikerInnen auf die komplexen Bedingungen am Musikmarkt vorzubereiten, ihnen dabei zu helfen, individuelle Überlebensstrategien zu entwickeln. Ausbildungsinstitutionen müssten sich daher die Frage nach den **skills** stellen, die KünstlerInnen nach dem Studium benötigen.

Einen besonderen Schulungsbedarf sah Künstlerberater Andreas Vierziger im Bereich **Kommunikation**: Studierende sollten in der Ausbildung lernen, mit Agenturen, Labels, ManagerInnen, Promotern, Verwertungsgesellschaften und anderen „Playern“ des Musikbusiness zu kommunizieren und die Mechanismen des Marktes zu verstehen.

Udo Dahmen (Popakademie Baden-Württemberg) ging einen Schritt weiter mit seiner Forderung, jede/r Künstler/in müsse ihre/seine **eigene Marke** und ihren/seinen **eigenen Markt** kreieren. Dahingehend gelte es die bisherige Ausrichtung der künstlerischen Ausbildung auf Wettbewerbe und Virtuosität zu überdenken. Wichtiger sei es, bereits frühzeitig im Studium am individuellen **künstlerischen Profil** zu arbeiten, um später die geeignete „Nische“ für das künstlerische Schaffen am Markt zu finden. Die Bedeutung einer frühzeitigen **strategischen Ausrichtung** der musikalischen Karriere wurde mehrfach betont.

Helena Gaunt brachte in ihrer Keynote die Frage nach individuellen Werten („**values**“) auf: KünstlerInnen müssten bereit sein, einen Schritt auf ihr Publikum zuzugehen und sich in **Sozialprojekten** zu engagieren. Denn: „Value“ könne unabhängig von finanziellem Profit

kreiert werden, Sozialprojekte böten auch die Möglichkeit, das künstlerische Profil zu schärfen. Zudem betonte Gaunt in diesem Zusammenhang die gesellschaftliche Position und Verantwortung von KünstlerInnen.

Die Herausforderung für Ausbildungsinstitutionen besteht darin, sich den Veränderungen am Musikmarkt kontinuierlich anzupassen, sich beständig „neu zu erfinden“. **Empfehlungen** der SymposiumteilnehmerInnen beinhalteten, vorhandene Ressourcen besser zu **vernetzen** (Career Center untereinander, Kooperationen mit Musikwirtschaft und Veranstaltern) und während des Studiums eine Verschränkung von MusikmanagerInnen und MusikerInnen durch gemeinsame Projekte herzustellen. **Lehrveranstaltungen** zum Thema Musikmanagement sollten **verpflichtend** angeboten und mit ECTS-Punkten „belohnt“ werden, um Studierende trotz ihres begrenzten Zeitbudgets anzusprechen.

Musikmanagement ALS Ausbildung

Einigkeit herrschte darüber, dass der **Bedarf** an qualifizierten MusikmanagerInnen definitiv gegeben ist. Trotz Bereitschaft zum Selbstmanagement benötigen MusikerInnen nach der Ausbildung **professionelle Partner** für ihre Karriereentwicklung. Beim Symposium wurden verschiedene Ausbildungsangebote im In- und Ausland vorgestellt.

MusikmanagerInnen haben eine Vielzahl an Aufgaben wahrzunehmen, die von Produktion von Audios, Videos und *live music* Programmen, Veranstaltungsmanagement und *artist development* bis hin zu Vermarktung, Öffentlichkeitsarbeit, (digitale) Verwertung und Musikvermittlung gehen. Von Know-how und Erfahrung abgesehen sind für MusikmanagerInnen vor allem **soft skills** wichtig, die nicht im Studium vermittelt werden können. Martin Lücke dazu pointiert: „*Der Musikmanager von heute ist eine Mischung aus Psychotherapeut, Sozialarbeiter und Buchhalter!*“

Hannes Tschürtz (Agentur ink music) stellte abschließend fest, dass in den letzten fünfzehn Jahren in Österreich eine Professionalisierung des Feldes zu beobachten war: Ausbildungsinitiativen wurden gesetzt (z.B. Postgraduales Masterstudium „Musikmanagement“ an der Donauuniversität Krems, Lehrgang „Musikwirtschaft“ an der FH Kufstein) und es gab einige erfolgreiche Karrieren am Musikmarkt, die auf erlernte Management-Fähigkeiten zurückgehen. Damit sei der Bedarf aber noch lange nicht gedeckt.

Weitere Informationen unter:

www.oemr.at/symposium-2018

Kontakt für Rückfragen:

Österreichischer Musikrat

Rennweg 8

1030 Wien

W: <http://www.oemr.at>

Dr. Harald Huber – Präsident

E: office@oemr.at

Mag. Günther Wildner – Generalsekretär

T: 0699 126 96 542

Eva-Maria Bauer, MA - Presse

T: 0676 558 45 75

E: presse@oemr.at