

# MusikHandel

DAS WIRTSCHAFTSMAGAZIN FÜR DEN MUSIKMARKT

WICHTIGE PLATTFORM FÜR DISKUSSIONEN UND BERATUNGEN ÜBER NEUE HERAUSFORDERUNGEN

## GDM-Branchentreff als Forum neuer Ideen und Diskussion für Musikfachhändler, Hersteller und Vertriebe

Der Branchentreff des Gesamtverbandes Deutscher Musikfachgeschäfte (GDM) in Berlin, der am Sonntag mit einer internen Sitzung der Musikfachhändler zum Gedanken- und Erfahrungsaustausch und einer Führung durch das Reichstagsgebäude mit Besichtigung der Kuppel begann, stellte einmal mehr unter Beweis, dass diese dreitägige Zusammenkunft von Musikfachhändlern, Lieferanten und Herstellern eine wichtige Plattform für die Diskussionen und Beratungen über kommende Herausforderungen auf dem Musikmarkt darstellt.

Die Themenpalette reichte von den Konsequenzen für die Branche durch

neue Artenschutzbestimmungen, über die Musikmesse in Frankfurt, bis zu Chancen, Musiklehrer mit Seminaren noch stärker an den Handel zu binden. Es wurde auch darüber diskutiert, mit welchen Möglichkeiten Händler dazu beitragen könnten, dass gemeinsame Einkaufsgenossenschaften das Überleben im harten Wettbewerb mit den multinationalen Konzernen erleichtern. Es ging ebenfalls um gemeinsame Initiativen, die die GDM-Mitglieder noch fitter im Wettbewerb machen können.

GDM-Präsident **Arthur Knopp** berichtete von einer Umfrage im Musikfachhandel, wonach nicht wenige Kollegen das Jahr 2016 als schlechter bis bedeutend schlechter eingeordnet ha-



Arthur Knopp begrüßte die GDM-Branchentreff-Teilnehmer in Berlin.

ben und dass steigende Umsätze im Onlinehandel und damit der Einfluss größerer Handelsunternehmen immer mehr das Tagesgeschäft beherrschen. Knopp: „Für uns im Musikfachhandel

ist klar festzustellen, dass die Kundenfrequenz zu niedrig ist und offensichtlich noch weiter abnimmt. Die Aussichten für 2017 sind daher sehr gedämpft

Fortsetzung Seite 3 >>>

## MIDEM: GIPFELTREFFEN DER GLOBALEN MUSIKWIRTSCHAFT FAND WIEDER AUF DEM DEUTSCHEN STAND IN CANNES STATT



V.I. Pierre Mossiat (IMPF Präsident), Teri Nelson Carpenter (AIMP Vice President), Prof. Dr. Rolf Budde (IMPF Vice President), Michael Eames (AIMP Präsident).

Dr. Heinz Stroh (Geschäftsführer DMV) begrüßte Frankreichs Kulturministerin Françoise Nyssen auf dem deutschen Gemeinschaftsstand, rechts Jérôme Delhaye (Reed Midem).

## CANNES: DEUTSCHER GEMEINSCHAFTSSTAND WIEDER TREFFPUNKT DER INTERNATIONALEN MUSIKBRANCHE

Beim Gipfeltreffen des globalen Musikmarktes auf der 51. Midem in Cannes war der deutsche Gemeinschaftsstand wieder der Treffpunkt der internationalen Repräsentanten der Musikbranche.

Darunter die neue französische Kulturministerin **Françoise Nyssen**, aber auch der Europaabgeordnete **Dr. Christian Ehler**. Dazu kamen Repräsentanten der deutschen Musikbranche. DMV-Präsident **Prof. Dr. Rolf Budde** konnte den Geschäftsführer des Bundesverbandes der Musikindustrie

(BVMI), **Dr. Florian Drücke**, ebenso begrüßen wie den Chef der Midem, **Jérôme Delhaye**. Die Besucher der Midem bekamen in diesem Jahr wieder einen guten Überblick über die neuesten Trends und die wirtschaftliche Entwicklung in den einzelnen Märkten.

Budde kritisierte die Online-Plattformen, die sich immer noch weigerten, einen Value Gap bei der Musiknutzung zu schließen. Die deutschen Musikverleger forderten in Cannes, dass Unternehmen ihre Milliarden-Umsätze mit Musik auf ihren Online-Plattformen endlich mit ei-

ner angemessenen Vergütung an die Rechteinhaber zahlen. „Hier wird immer noch gemauert. Ein Hindernis ist die Safe Harbour-Regelung mit Haftungsausschlüssen, die vor einigen Jahren eingeführt worden sind, um jungen Startups die geschäftliche Tätigkeit bei Umsetzung ihrer neuen Geschäftsideen zu erleichtern. Jetzt muss aber Schluss sein. Es ist eine Ungerechtigkeit, dass die Milliarden-Unternehmen wie YouTube sich immer noch darauf berufen könnten“, so Budde.

Die Musikverleger appellierten in

Cannes an die EU, in der vorliegenden Richtlinie zum Urheberrecht festzulegen, dass auch die Plattformen, bei denen Nutzer Inhalte, wie z. B. Musik hochladen, einer gesetzlichen Vergütungspflicht unterliegen. „Eine angemessene faire Vergütung der Kreativen durch diese Online-Plattformen erfolgt immer noch nicht und das ist die größte Ungerechtigkeit und darf nicht weiter geduldet werden“, erklärte Budde in Cannes. Er traf sich auf der Midem mit Musikverleger-Verbänden aus anderen Ländern. <



Meet & Greet auf dem Gemeinschaftsstand: v.l. Hille Hillekamp und Adrian Hillekamp (beide Grand H)



Viel Prominenz dabei: v.l. Jérôme Delhaye (Reed Midem), Dr. Christian Ehler (Mitglied EU-Parlament), Prof. Dr. Rolf Budde (DMV), Dr. Florian Drücke (BVMI).

## BUDDE MUSIC LUD ZUM EMPFANG IN CANNES



v.l. Benjamin und Prof. Dr. Rolf Budde luden ein.



Rudi Schedler (Schedler Musikverlage), Paulina Golba (Budde/Polen)



Viele Midem-Gäste folgten der Einladung der Budde Musikverlage in Cannes.

## MUSIKMESSE: HARTER WETTBEWERB MIT HAUSMESSEN

<<< Fortsetzung von Seite 1

und das, obwohl aller Orten das Musikmachen nach wie vor beliebt ist und das aktive Musizieren an Bedeutung zugenommen hat.“ Als positives Zeichen wertete Knopp den Start der Genossenschaft MEG Music Experts Group im März 2016 für Musikfachhändler, die mit Unterstützung des GDM und der Geschäftsstelle nach mehreren Monaten der Vorbereitung jetzt schon erste positive Reaktionen zeige. Knopp appellierte an die Mitglieder, die Internationale Musikmesse in Frankfurt zu stärken und Händlerkollegen zu überzeugen, dass ein Besuch wichtig sei. Es



Arthur Knopp

wäre ein Fiasko, so Knopp, wenn die einzige namhafte Musikmesse in Deutschland wegfalle. Denn die kleinen und mittleren Händler hätten kaum Chancen, zu den beiden großen Messen rund um den Erdball in Anaheim (Kalifornien) oder Shanghai (China) zu

reisen. Darum begrüßte er auch besonders **Elena De Lange** und **Binu Thomas** von der Messe Frankfurt, die noch einmal die Entwicklung der Messe deutlich machten und die Hoffnung aussprachen, dass wieder mehr Händler zur Frankfurter Messe kommen. Hier herrscht nach Einschätzung von Knopp ein harter Wettbewerb mit den Hausmessen einiger Hersteller und Lieferanten. „Die Händler, die zu den Hausmessen der Firmen gehen, werden verköstigt, haben eine interessante Rahmenveranstaltung und können beim Schnäppchenmarkt zuschlagen. Der Lieferant hat seine Händler im Griff. Sie

werden nicht verleitet, bei anderen Lieferanten einzukaufen. Zudem ist das persönliche Verhältnis bis zum Repräsentanten für die Geschäftsbeziehung unbezahlbar“, so Knopp.

Viele Lieferanten machen ihre Angebote zur Frankfurter Messe bereits vor der Messe und besuchen ihre Kunden direkt nach der Messe, um Aufträge zu platzieren. „Warum muss ein Händler dann noch zur Musikmesse in Frankfurt?“, fragte Knopp.

Am Dienstag besuchten die Musikfachhändler das Berliner Bechstein-Centrum, Musik Cantus-Riedel sowie Just Music. <

## MUSIKLEHRER MIT SEMINAREN INFORMIEREN

**GDM-Geschäftsführer Dr. Heinz Stroh** nannte im Beitrag **des FV Klavier auf dem Branchentreff wichtige Kontaktmöglichkeiten zu Musiklehrern, die vom Handel schon seit langem angestrebt werden. Es fehlen aber oftmals Anregungen. In einer Untersuchung, so Stroh, hätten die Lehrer großes Interesse an neuen technologischen Entwicklungen bei den Klavieren oder Flügeln gezeigt. Sie wollten auch über steuerliche Aspekte ihrer Arbeit informiert werden.**

Dazu kämen günstige Modalitäten zum Mieten eines Instrumentes, um den eigenen Musikunterricht auszubauen. Aus diesem Grunde sei geplant, ein Seminar für Musiklehrer anzubieten, damit der Handel bei Musiklehrern Kontakte als neuen Kunden erschließen könne und damit auch der Markt einen weiteren Motivationsschub zum Klavierspielen bekomme.

### Musiklehrer mehr Know How vermitteln

Die Gratwanderung des Händlers beim Digital Piano schilderte **Christa Stollenwerk**. Sie appellierte an die Kolleginnen und Kollegen, die Kräfte zu bündeln, um so den Klavierlehrern Know How zu vermitteln, den sie dringend benötigten, um auf die neue Technik elektronischer Innovationen reagieren zu können. Die Lehrer seien wissbegierig. Man müsse sie nur nachhaltig in Gesprächen darauf hinweisen, dass im Fachhandel die neuen Möglichkeiten ihres Musikunterrichts möglich seien. Das unterstrich auch **Frank Steinbrecher**, der in einer Eigeninitiative Lehrer immer wieder auf die Neuerungen bei Klavieren und Flügeln hinweist.



Dr. Heinz Stroh

Eine lange Diskussion gab es beim GDM-Branchentreff über die Resonanz der letzten Jahre bei der Internationalen Musikmesse in Frankfurt. Hier sei eine Offensive der Messe notwendig, um wieder wesentlich mehr Händler auf der Messe zu treffen. Die beiden Repräsentanten der Musikmesse **Elena De Lange** und **Binu Thomas** standen den Händlern Rede und Antwort. Christa Stollenwerk fasste den Eindruck der Händler zusammen: „Die Besucher wissen scheinbar oft nicht, dass sie auf der Musikmesse willkommen sind.“ Es gelte, mit dem neuen Programm der Musikmesse die Verbände mit einzubeziehen und mit einer Online-Kampagne die neue Generation aktiv Musizierender besser zu erreichen. <



v.l. Frank Steinbrecher und Michael Stöver (Yamaha) im Gedankenaustausch.

## BÖCHER: CITES-RICHTLINIE VERUNSICHERT DIE BRANCHE

Über die komplizierte Einführung des CITES-Abkommens in der EU für den Import, Export und Verkauf von speziellen Hölzern referierte die stellvertretende GDM-Geschäftsführerin, **Birgit Böcher**.

In Deutschland gebe es eine kaum noch zu überbietende umfangreiche Buchführungspflicht von Produkten, die von CITES betroffen seien, die Hölzer würden aber für den Instrumentenbau dringend benötigt. Händler, Hersteller und Vertriebe seien teilwei-



V.I. Alfred Knopp (GDM-Präsident), Andreas Gafke (Buffet Group)

se verzweifelt, weil deutschlandweit ein einheitliches Vorgehen bei der Buchführungspflicht kaum realisiert werde, sondern immer wieder von den lokalen Behörden anders ausgelegt werden. Kompliziert sei auch der Versandverkauf ins Nicht-EU-Ausland, wie beispielsweise in die Schweiz. Birgit Böcher zog das Fazit: „Es gibt einen deutlichen Wettbewerbsnachteil für die Marktteilnehmer in Deutschland. Hier werden wir aktiv, weil die CITES-Bestimmungen mittlerweile von vielen Unter-

nehmen als existenzbedrohend für die Musikinstrumentenindustrie eingeschätzt werden.“ Darum, so Böcher, werde der Verband ein Forderungspapier zusammen mit den Unternehmen erarbeiten, das dann den Behörden vorgelegt wird.

Böcher: „Es kann nicht sein, dass die Musikinstrumentenbranche das Opfer bei dieser neuen Richtlinie wird. Hier müssen wir auch die Politiker alarmieren.“ <

## „PRODUCTS OF THE YEAR“: DIGITAL PIANOS UND PA-SYSTEM MAUI

**Frank Steinbrecher**, Vorsitzender des Fachverbandes Musikelektronik im GDM, stellte die Sieger der Wahl zum „Product of the year“ vor. Händler aus ganz Deutschland machten Vorschläge für Instrumente und Waren, die ihnen Spaß machen. Ob innovativ, gut verkaufbar, gut im Handling, jedem Händler stand wie immer frei, seine zwei „Products of the year“ zu wählen.

Im Bereich Elektronische Tasteninstrumente fiel die Wahl auf Dexibell Vivo H7, ein Digital Piano mit attraktiven Design. Der Hersteller Dexibell (Proel Italien) ist der Entwickler, der in Italien für Roland bisher die Instrumente schuf und im Digital Piano und Stagepiano Bereich aktiv ist.

In der Kategorie Musikelektronik ge-

wann das kompakte PA-System LD Systems Maui 5 PA. Es handelt sich um ein günstiges „Säulen“-Beschallungssystem, das durch kompakte Masse und Funktionalität besticht.

Für die vom GDM und SOMM initiierte Aktion „Deutschland macht Musikspiel mit“ stellte Frank Steinbrecher einige Aktionen vor, die Musiklehrer vor Ort durchführen können. Steinbrecher: „Ob Chansons beim Friseur, Klavierkurs in der Metzgerei, hier geht’s um die Wurst, Tiermelodien im Wildpark am Klavier, Crashkurse Gitarre/Klavier in der Fußgängerzone, Trompetenkurs im Riesenrad, Percussion-Mob mit 30 Trommlern im ECC Einkaufscenter ... in ganz Pforzheim werden potenzielle Musikinteressierte mit Musik in Kontakt kommen.“

Den Start machte das alljährliche „Musiklehrerfrühstück“, bei dem aktive und motivierte Musiklehrer und Musikschulen vor Ort waren, berichtete Steinbrecher. <



Frank Steinbrecher mit den Pokalen für die „Products of the year“.

## EIN GUTER HÄNDLER SCHAFFT ZUSÄTZLICHEN MARKT

**Unter der Schlagzeile „Gute“ Händler/„Schlechte“ Händler stellte Peter Schlaile die Kriterien für eine Einordnung vor. Ein „guter“ Händler vergrößere durch Aktivitäten vor Ort beständig seinen Markt. Er bekomme aus dem Potenzial der 80 Prozent Nichtmusiker stetig neue Kunden. Ein „schlechter“ Händler mache an sich nur eines: den Preis. „Wenn man als Vertrieb von hochwertigen Musikinstrumenten überleben möchte, muss man sich auf die „guten“ Händler konzentrieren, um Marktanteile nachhaltig zu halten und auszubauen“, sagte Schlaile.**

Der Gesetzgeber habe hierzu die Möglichkeit von selektiven Vertriebssystemen geschaffen, so lange diese sich auf die klare Definition der Kriterien eines guten Ladenlokals und auch eines guten Webshops beschränkten. Dazu gehöre eine hochwertige Laden-

präsentation, aber keine reine Lagerhalle. Dazu komme ein geschultes Fachpersonal, eine Mindestreichweite, Werkstätten und Unterstützung für marktvergrößernde Maßnahmen.

Auch der Webshop dürfe nach eigenen Kriterien zertifiziert werden, um das Verramschen der Ware über Drittplattformen zu unterbinden, so Schlaile. Diese Kriterien müsste man auch vor Ort durchsetzen. Es sei unumgänglich, bei Nichterfüllung Verträge auch einmal auszusetzen oder zu kündigen.

„Um den ‚guten‘ Händlern ihre Arbeit zu ermöglichen, ist es ebenso wichtig in der Kommunikation von UVPs eine Kalkulation von mehr als 2,0 zu erreichen. Es gibt bereits mehrere Vertriebe, die dies erfolgreich umsetzen und es ist für unsere Branche überlebenswichtig, dass diesem Schritt weitere folgen“, erklärte Schlaile. <

HIER FINDEN SIE DEN NOTENFACHHÄNDLER IN IHRER NÄHE:

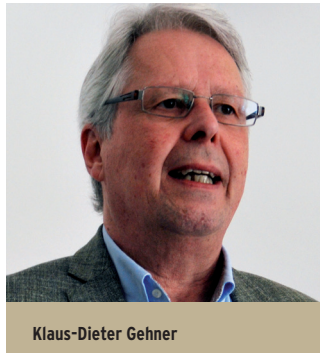
[WWW.NOTEN-VOR-ORT.DE](http://WWW.NOTEN-VOR-ORT.DE)

## GEHNER: DURCH EIN GEBEN UND NEHMEN KOMMT DIE MEG SCHNELL IN FAHRT

Die MEG Music Experts Group Genossenschaft nimmt nach dem ersten Jahr ihrer Arbeit Fahrt auf. Das berichtete **Klaus-Dieter Gehner** auf dem GDM-Branchentreff. Als Hauptziel der Warenbeschaffung nannte Gehner die Margensicherung. Dies setze die Sortimentsoptimierung durch Auswahl geeigneter Lieferanten voraus.

„Wir können und wollen nicht mit jedem Lieferanten kontinuierlich und erfolgreich zusammenarbeiten. Wir sind uns einig, dass nur ein Geben und Nehmen langfristig zu einer erfolgreichen Zusammenarbeit führt. Deshalb wird vor jeder Vereinbarung mit einem Lieferanten gegenseitig geprüft, welche Anforderungen erfüllt werden können. Die Leistung der Genossenschaft besteht darin, dass wir dem Lieferanten die Möglichkeit eröffnen, sein Angebot in abgestimmter repräsentativer Weise und im Rahmen der selektiven Verträge vor Ort in den Musikhäusern und in gemeinschaftlich betriebenen Online-Shops zu präsentieren.“

Zur Verkaufsförderung würden Mitarbeiterschulungen durchgeführt. Man entwickle und organisiere gemeinsam Marketingaktivitäten. Im gegenseitigen Informationsaustausch bringe man Marktkenntnis ein und berate in der Produktauswahl und in der Ent-



Klaus-Dieter Gehner

wicklung. „Wir sind der Repräsentant des Lieferanten vor Ort. Als Gegenleistung honoriert der Lieferant unsere Leistung mit einer besonderen Kondition und unterstützt die Arbeit der Genossenschaft. Eine Win-Win Situation für beide Seiten. Weitere Vereinbarungen mit Lieferanten stehen an. Das Dienstleistungsangebot wird ausgebaut“, so Gehner. Wichtig seien Rahmenabkommen mit Lieferanten über eine kontinuierliche Zusammenarbeit. „Wir wollen keine schnellen Deals“, sagte Gehner. Selbstverständlich könne die Genossenschaft auch mit der Beschaffung aller weiteren Produkte aushelfen.

Der Aufbau einer Eigenmarke mit renditestarken Artikeln sei ein weiterer Schwerpunkt der Arbeit. Dies müsse vorrangig in Zusammenarbeit mit den Lieferanten realisiert werden. Produkte der Eigenmarke sollten das vorhandene Angebot ergänzen und nicht

in Konkurrenz zu etablierten Marken treten. Hierzu werde der Markt ständig beobachtet. Als starke Gruppe mittelständischer Musikhäuser sei die MEG auch in der Lage, den Vertrieb etablierter Marken zu übernehmen. So werde die renommierte Marke Simon & Patrick des kanadischen Herstellers Godin exklusiv in Deutschland vertreten. „Die hochwertigen Gitarren des mittleren und gehobenen Preissegments werden in MEG Musikhäusern erfolgreich vertrieben“, so Gehner.

Der kontinuierliche Ausbau des Dienstleistungsangebots werde schrittweise vorangetrieben. Als eines der ersten und auch besonders wichtigen Projekte biete die MEG eine komplette Online-Shop-Anwendung. Herzstück dieser Lösung sei die Datenplattform nahezu aller lieferbaren Artikel der Branche. Aus diesem Angebot könne jedes Mitglied sein individuelles Sortiment selektieren und so in den auf seine Bedürfnisse zugeschnittenen Online-Shop integrieren. Damit sei den Mitgliedern mit geringem finanziellen Aufwand die Möglichkeit gegeben, einen tagesaktuell gepflegten Shop zu betreiben bzw. diesen als modernes Schaufenster seines Sortiments zu nutzen. Darüber hinaus biete die Vernetzung der Warenbestände aller angeschlossenen Unternehmen die Mög-

lichkeit des Warenaustauschs oder auch zur Sofort-Lieferung von Kundenbestellungen das so genannte Drop-Shipping. Gehner: „Eine genossenschaftlich betriebenen Musikerplattform sind darüber hinaus alle Shops angeschlossen, sodass eine nahezu bundesweite Abdeckung erzielt wird, über die auch gebrauchte Ware der Händler angeboten werden kann. Diese Komplettlösung wäre für den einzelnen mittelständischen Händler allein weder zeitlich noch finanziell zu realisieren.“

Gehner: „Wir wollen weiter wachsen und weitere Händler für eine Mitgliedschaft gewinnen. Deshalb bieten wir Interessierten, die noch etwas unsicher sind, ob sie festes Mitglied werden wollen, eine Gastmitgliedschaft für sechs Monate an. Somit besteht die Möglichkeit, völlig unverbindlich die Leistungen der MEG zu testen. Wir sind der Meinung, dass gerade in wirtschaftlich schwierigen Zeiten die Genossenschaft nachhaltig unterstützen kann und somit das langfristige Überleben des mittelständischen Einzelhandels sichern hilft.“

Zur Kontaktaufnahme erreichen Sie Klaus-Dieter Gehner per Email [klaus-dieter.gehner@meg.expert](mailto:klaus-dieter.gehner@meg.expert) oder [gehner@niemeyer-musik.de](mailto:gehner@niemeyer-musik.de) <



v.l. Frank Hünerasky (Mollenhauer), Binu Thomas (Messe Frankfurt), Peter Schlaile (Musikhaus Schlaile), Arno Bicker (Schott Music), Ivan Dorenburg (Bärenreiter-Verlag)

## FACHHÄNDLER: MARGENSICHERUNG IM NOTENFACHHANDEL

„Margensicherung im Notenfachhandel“ war das Thema der Sitzung des Fachverbandes Noten. Wie bereits im Brief des Fachverbandes an die Verlage angeregt, sollte über eine mögliche Verbesserung der Konditionen im Notenfachhandel debattiert werden. Erfreulich, dass so viele Verlage ihre Unterstützung und ihr Interesse am Bestehen des Notenfachhandels durch ihre Anwesenheit zum Ausdruck brachten.

Leider war die Resonanz seitens der Händler erschreckend gering. Unverständlich ob der Situation im Fachhandel, dass zu diesem wichtigen Thema so wenig Engagement der Händler verzeichnet werden kann. Hierzu wurde ausführlich debattiert und nach Lösungen gesucht.

Die Anwesenden diskutierten dennoch konstruktiv, wie nicht nur die Sicherung der Marge, sondern auch eine Verbesserung der Bedingungen im Notenhandel erreicht werden könnte. Die allgemeinen Änderungen des Einkaufsverhaltens und die daraus resultierenden Ansprüche in Bezug auf Schnelligkeit bei Bestellungen und Vielfalt des Lagerbestandes erschweren das Tagesgeschäft. Da häufig Topseller online erworben werden, wird beim stationären Handel eher nach Ausgaben gefragt, die bestellt werden müssen. Um möglichst schnell agieren zu können, ist es nicht nur nötig, dem Händler

eine portofreie Lieferung anzubieten oder die Portokosten so gering wie möglich zu halten, auch muss dringend an der Qualität der Lieferungen gearbeitet werden. Beschädigte oder falsch gelieferte Ausgaben sind nicht nur ein Ärgernis während der Durchführung der Bestellung, sondern ziehen auch unnötige Mehrarbeit nach sich. Hier konnte mit den anwesenden Verlagen der Konsens erzielt werden, dass beschädigte Exemplare im Wert unter 50,00 Euro nicht mehr retourniert werden müssen, sondern zur Gutschrift gemeldet werden können. Selbstverständlich müssen die Händler ihrer Sorgfaltpflicht bei der Warenannahme nachkommen.

Im Austausch über den kurz vor der Sitzung beendeten Kongress der Musikschulen wurde der Wunsch der Händler geäußert, dass die Verlage während solcher Ausstellungen auch offensiv auf den Handel hinweisen und die Endkunden auf ortsansässige Notenfachgeschäfte oder die Plattform „Noten vor Ort“ hinweisen mögen. Gerade im Hinblick auf die Schließungen vieler Fachgeschäfte ist es nötig, den Endkunden an die bestehenden Händler zu verweisen. Ebenfalls angesprochen wurde die erfreulich starke Präsenz des Handels bei „Deutschland macht Musik“. Debattiert wurden die Möglichkeiten, die Notenfachgeschäfte haben, an diesem Tag teilzunehmen. <

## BERLINER GDM-BRANCHENTREFF IN BILDERN



V.l. Hans-Jörg André (Musikhaus André), Elena De Lange (Messe Frankfurt), Martin Schulz (SchulzKabel) Sigrun Jantzen (Henle Verlag), Alfred Loib (MGS Loib)



V.l. Klaus-Dieter Gehner (Musikhaus Niemeyer), Michael Stöver (Yamaha), Frank Eichler (Musik Eichler)

V.l. Elvira Aisch (C.F. Peters), Constanze Rosenthal, Waltraud Rosenthal (beide Musikhaus Oelsner), Gregor Bosch (Cantus Riedel)

# GDM-BRANCHENTREFF IN BILDERN



V.l. Yvonne Trübger (Pianohaus Trübger), Nicole Heiler (Haus der Musik Trekel)

V.l. Jeroen Verbeek (Hal Leonard), Frank Steinbrecher (Musik-City Steinbrecher), Peter Sandner (Musik Sandner)

Lothar Röhr (Noten Röhr)



Besuchen das Bechstein-Centrum in Berlin: v.l. Peter Schlaile, Monika Knopp, Daniela Zimmer, Norbert Scharte, Andreas Gafke

V.l. Simon Bender, Hans-Joachim Reh (beide Musikhaus Schönau)



V.l. Michael Rosenthal (Musikhaus Oelsner), Rolf Reisinger (Unternehmensberater)

Zu einem großen Familienfest mit Berliner Spezialitäten wurde ...



... der GDM-Branchentreff in Berlin.

## GDM-BRANCHENTREFF IN BILDERN



Glückliche Gewinner: Das Ehepaar Schuh erhielt den neuen Preis „Notenhighlight des Jahres“, überreicht von **Daniela Zimmer** (links) für die wertvollen Ausgaben im Bereich Kinderpädagogik.

**Elena De Lange** und **Binu Thomas** von der Messe Frankfurt standen Rede und Antwort.

### MUSIKSCHULKONGRESS: „MENSCH.NETZ.MUSIK - MUSIKSCHULE MITTENDRIN!“

## Oettinger: Ein kreatives Fach wie Musik gibt es kein zweites

**Der Musikschulkongress des Verbandes deutscher Musikschulen (VdM) in Stuttgart stand unter dem Motto „Mensch.Netz.Musik - Musikschule mittendrin!“.**

Der VdM-Bundesvorsitzende **Ulrich Rademacher** erklärte: „Gerade in unserem so genannten ‚postfaktischen‘ Zeitalter der alternativen Fakten, in denen viele ihren Emotionen plötzlich mehr trauen als ihrem Verstand, müssen wir lernen, mit unseren Gefühlen bewusst umzugehen, Emotio und Ratio wieder zu verknüpfen. Das aber kann Musik: Immer wieder Verknüpfungen zwischen Gefühl, Verstand und Körper herstellen und benutzen.“ Das sei ein sehr aktuelles und gewichtiges Argument für viel und gute musikalische Bildung.

„Diejenigen, die daran - und das immer noch im Rahmen einer so genannten ‚freiwilligen Leistung‘ - arbeiten, tragen ein hohes Maß an gesellschaftlicher Verantwortung“, so Rademacher.

1.500 Teilnehmer nutzten das umfangreiche Angebot des Musikschulkongresses im Kultur- & Kongresszentrum Liederhalle mit über 60 Arbeitsgruppen, Themenforen und Plenumsveranstaltungen.

EU-Kommissar **Günther H. Oettinger** sagte: „In einer Wissensgesellschaft sind kreative Fächer lebens- und überlebenswichtig“. Ein kreatives Fach wie Musik gebe es kein zweites. Deutschland habe eine „unglaubliche musikalische Tradition, die in Europa sein Ansehen gestärkt hat und die es zu erhalten gilt - so wie Musikschulen in öffentlichem Auftrag, die Deutschland immer schon ausgezeichnet haben und hoffentlich immer auszeichnen.“ Eine Verflechtung, die immer wichtiger sei, stelle die Mitwirkung der Musikschulen in den Ganztagschulen dar.

**Susanne Eisenmann**, Kultusministerin des Landes Baden-Württemberg, unterstrich die Bedeutung „der Musik für die Gesellschaft, aber auch für den

Einzelnen“. Musikalische Bildung sensibilisiere „für die Wahrnehmung des eigenen Ich, Emotionen auszudrücken, für Spontaneität, Kreativität und für Kommunikation - dafür bieten unsere Musikschulen ein ganz zentrales Feld“.

Die öffentlichen Musikschulen würden als Schlüsselorte für musikalische Bildung in den Städten und Gemeinden genannt. Sie bieten Raum für individuelle Entfaltung und bringen Menschen zueinander. Eine wichtige Rolle spielen die Musikschulen auch bei der Integration von Flüchtlingen in Deutschland.

Bezug nehmend auf das Kongressmotto „Mensch, Netz, Musik - Musikschule mitten drin!“ sagte **Fabian Mayer**, Kulturbürgermeister der Landeshauptstadt Stuttgart: „Die musikalisch-kulturelle Bildung durch unsere Stuttgarter Musikschule ist in der Tat ein fester Bestandteil der vernetzten kommunalen Bildungslandschaft in Stuttgart. Sie gehört damit nach meiner festen Überzeugung wesentlich zur kommunalen Daseinsvorsorge und

ist aus unserer Stadt nicht hinwegzudenken.“

Beispiele für die hervorragende Arbeit der Musikschulen boten bei der Eröffnung das Kontrabassensemble der „Pädagogischen Arbeitsgemeinschaften Kontrabass“ (PAK) und das Landesjugendensemble Neue Musik Baden-Württemberg ebenso wie die Percussion Initiative Ostwürttemberg, die das Publikum mit ihren Aufführungen begeisterten.

Der VdM ist der Fach- und Trägerverband der öffentlichen gemeinnützigen Musikschulen, in denen an bundesweit 4.000 Standorten über 1,4 Millionen Kinder, Jugendliche und Erwachsene von 39.000 Fachlehrkräften im gesamten Spektrum des Musizierens unterrichtet werden. Er wird vom Bundesministerium für Familie, Senioren, Frauen und Jugend aus dem Programm „Kulturelle Jugendbildung“ des Kinder- und Jugendplans des Bundes gefördert. <



## RICHTIGSTELLUNG: DOBLINGERS JOHANN STRAUSS-GESAMTAUSGABE GIBT ES NOCH

Im Online-Musikhandel Nr. 2 (April 2017) erfolgte die Berichterstattung über die „Best Edition“-Auszeichnung für die Partitur der Strauss-Operette „Wiener Blut“ der Neuen Johann Strauss-Gesamtausgabe an die Verlagsgruppe Hermann.

In der Jury-Begründung hieß es, dass die Werke der Strauss-Dynastie seit 1999 als quellenkritische Neuausgaben erscheinen und damit „peu à

peu die roten Hefte von Doblinger/UE ersetzen“. Hiermit wird der - falsche - Eindruck erweckt, die Johann Strauss-Gesamtausgabe von Doblinger gäbe es nicht mehr.

Der Musikverlag Doblinger legt Wert auf die Fest- und Klarstellung, dass er die Produktion der Johann Strauss-Gesamtausgabe seit vielen Jahren erfolgreich durchführt. Sämtliche Orchesterwerke der Produktion sind nach wie

vor lieferbar und zahlreiche Neuausgaben der roten Heft-Reihe erscheinen laufend.

Hinter der renommierten roten Johann Strauss Gesamtausgabe von Doblinger steht nicht nur ein einzelner Herausgeber, sondern mit der Johann Strauss-Gesellschaft und dem Wiener Institut für Strauss-Forschung ein musikwissenschaftliches Editionsteam, das hervorragende wissenschaftliche

Arbeit leistet. Unter anderem werden diese hochqualitativen Ausgaben auch bei den Neujahrskonzerten der Wiener Philharmoniker verwendet.

Die Ausgaben sind als käufliche Partituren und käufliche Stimmensets erhältlich. Weitere Bände sind in Vorbereitung. Link zur Reihe:

[http://www.doblinger-musikverlag.at/dyn/kataloge/Strauss\\_Catalogue\\_CompleteEdition\\_June2017.pdf](http://www.doblinger-musikverlag.at/dyn/kataloge/Strauss_Catalogue_CompleteEdition_June2017.pdf) <

### VIELE GDM-HÄNDLER SIND BUNDESWEIT DABEI

## Nach dem großen Erfolg im letzten Jahr: „Deutschland macht Musik - spiel mit!“ am 17. Juni

„Musik hören kann jeder - Musik machen auch!“: Unter diesem Motto findet am 17. Juni 2017 der bundesweite Aktionstag „Deutschland macht Musik - spiel mit!“ statt. Nach dem großen Erfolg des Aktionstages 2016 ist es auch in diesem Jahr Ziel, das aktive Musizieren zu fördern, Lust und Interesse zu wecken und den Zugang zu Instrumenten so leicht zu gestalten, dass klar wird: Jeder kann Musik machen! Das machte Daniel Knöll, SOMM-Geschäftsführer beim GDM-Branchentreff deutlich.

Studien zeigten, dass aktives Musizieren die Persönlichkeitsentwicklung besonders bei Kindern und Jugendlichen fördert, körperlich wie geistig fit hält, Gemeinschaften schafft, Sprachbarrieren überwindet und weder teuer noch schwer ist und vor allem eines macht: jede Menge Spaß.

Doch nur in jedem sechsten deutschen Haushalt werde ein Musikinstrument gespielt - mehr auf dem Land als in der Großstadt: Nur 28,9% der Ein-

wohner spielten dort ein Instrument, während es auf dem Land immerhin noch 42,4% sind. Der Deutschen liebste Instrument bleibe dabei die Gitarre, gefolgt von der Blockflöte und dem Klavier, so Knöll.

Der Aktionstag richtet sich an Kinder, Jugendliche und junge Familien sowie an Erwachsene aller Altersgruppen. Er soll auch dazu dienen, möglichst breite Teile der Bevölkerung über die positiven Effekte, die Bedeutung, die Vorteile und vielfältigen Möglichkeiten des Musikmachens zu informieren.

Am Aktionstag laden viele GDM-Musikfachhändler und freie Musikschulen

im gesamten Bundesgebiet in ihr Ladengeschäft ein und informieren in zahlreichen Veranstaltungen rund um das Thema Musizieren. Einen ganzen Tag lang können sich Musikbegeisterte und Interessierte kompetent beraten lassen und Musikinstrumente entdecken, kennen lernen und ausprobieren. Das Veranstaltungsprogramm der Teilnehmer reicht dabei von Workshops über Schnupperkurse und Tombolas hin zu Bühnenshows, Livemusik und Straßenfesten.

Auf einer interaktiven Deutschlandkarte unter [www.deutschland-macht-musik.eu](http://www.deutschland-macht-musik.eu) können alle teilnehmenden

Musikfachhändler und Musikschulen sowie deren Veranstaltungsangebote eingesehen werden.

Der Aktionstag „Deutschland macht Musik - spiel mit!“ wurde vom Branchenverband SOMM - Society Of Music Merchants e. V. initiiert. Die Umsetzung erfolgt in Kooperation mit dem bdfm (Bundesverband der Freien Musikschulen e. V.) und dem GDM (Gesamtverband Deutscher Musikfachgeschäfte e. V.). Die drei Verbände unterstützen traditionell das aktive Musizieren und setzen sich schon lange für eine zeitgemäße musikalische Fort- und Weiterbildung ein. <

### Impressum MusikHandel

Das Magazin für das aktive Musizieren. 68. Jahrgang

Herausgeber:



Deutscher  
Musikverleger-  
Verband e.V.



Gesamtverband  
Deutscher  
Musikfachgeschäfte e.V.

Verlag: MUSIKHANDEL Verlagsgesellschaft mbH, Hardenbergstraße 9a, 10623 Berlin, Telefon: 030/327 6968-0, Fax: 030/327 6968-60

Leitung: Dr. Heinz Stroh, e-mail: [heinz.stroh@musikverbaende.de](mailto:heinz.stroh@musikverbaende.de), [birgit.boecher@musikverbaende.de](mailto:birgit.boecher@musikverbaende.de)

Redaktion und Anzeigen: Zeitpunkte Medien, Keltlingstr. 18, 23795 Bad Segeberg, Telefon: 04551/8895-30, Fax: 04551/8895-99, e-mail: [mahler@musikhandel-online.de](mailto:mahler@musikhandel-online.de), Internet: [www.musikhandel-online.de](http://www.musikhandel-online.de)

Redaktion: Birgit Böcher, Wolfgang Spahr, Dr. Heinz Stroh

Produktion und Anzeigen: Edith Mahler, e-mail: [emahler@zeitpunkte.net](mailto:emahler@zeitpunkte.net)

Vertrieb und Versand: MUSIKHANDEL Verlagsgesellschaft mbH, Hardenbergstraße 9a, 10623 Berlin

Gerichtsstand: Bonn. Bei Störungen aller Art kein Ersatz und keine Haftung. Der Nachdruck und das Fotokopieren, auch einzelner Seiten, ist untersagt. ISSN 0027-481X