



Sachstand

Musikexportbüros und Musikexportförderaktivitäten in den Ländern Frankreich, Schweden, Norwegen, der Schweiz, Österreich und Kanada

Musikexportbüros und Musikexportförderaktivitäten in den Ländern Frankreich, Schweden, Norwegen, der Schweiz, Österreich und Kanada

Aktenzeichen: WD 10 - 3000 - 097/18
Abschluss der Arbeit: 09. Januar 2019
Fachbereich: WD 10: Kultur, Medien und Sport

Die Wissenschaftlichen Dienste des Deutschen Bundestages unterstützen die Mitglieder des Deutschen Bundestages bei ihrer mandatsbezogenen Tätigkeit. Ihre Arbeiten geben nicht die Auffassung des Deutschen Bundestages, eines seiner Organe oder der Bundestagsverwaltung wieder. Vielmehr liegen sie in der fachlichen Verantwortung der Verfasserinnen und Verfasser sowie der Fachbereichsleitung. Arbeiten der Wissenschaftlichen Dienste geben nur den zum Zeitpunkt der Erstellung des Textes aktuellen Stand wieder und stellen eine individuelle Auftragsarbeit für einen Abgeordneten des Bundestages dar. Die Arbeiten können der Geheimschutzordnung des Bundestages unterliegende, geschützte oder andere nicht zur Veröffentlichung geeignete Informationen enthalten. Eine beabsichtigte Weitergabe oder Veröffentlichung ist vorab dem jeweiligen Fachbereich anzuzeigen und nur mit Angabe der Quelle zulässig. Der Fachbereich berät über die dabei zu berücksichtigenden Fragen.

Vorbemerkung	5
1. Frankreich	5
1.1. Gründung des Musikexportbüros	5
1.2. Finanzierung des Musikexportbüros	5
1.3. Strukturen des Musikexportbüros	6
1.4. Kernmärkte des Musikexportbüros	6
1.5. Außenstellen in anderen Ländern	6
1.6. Förderungen und Maßnahmen des Musikexportbüros	6
1.7. Antragszahlen in den jeweiligen Bereichen der Fördermaßnahmen	7
1.8. Verfahren für die Auswahl der KünstlerInnen	8
1.9. Zielgruppen und Musikgenres	8
1.10. Kriterien für nachhaltige Förderung	8
1.11. Evaluationen des Musikexportbüros	8
2. Schweden	9
2.1. Gründung des Musikexportbüros	9
2.2. Finanzierung des Musikexportbüros	9
2.3. Strukturen des Musikexportbüros	9
2.4. Kernmärkte des Musikexportbüros	9
2.5. Außenstellen in anderen Ländern	10
2.6. Förderungen und Maßnahmen des Exportbüros	10
2.7. Antragszahlen in den jeweiligen Bereichen der Fördermaßnahmen	10
2.8. Verfahren für die Auswahl der KünstlerInnen	10
2.9. Zielgruppen des Musik-Exportbüros	11
2.10. Kriterien für eine nachhaltige Förderung	11
2.11. Evaluationen des Musikexportbüros	11
3. Norwegen	11
3.1. Gründung des Musikexportbüros	11
3.2. Finanzierung des Musikexportbüros	12
3.3. Strukturen des Musikexportbüros	12
3.4. Kernmärkte des Musikexportbüros	12
3.5. Außenstellen in anderen Ländern	13
3.6. Förderungen und Maßnahmen des Exportbüros	13
3.7. Antragszahlen in den jeweiligen Bereichen der Fördermaßnahmen	14
3.8. Verfahren für die Auswahl der KünstlerInnen	14
3.9. Zielgruppen des Musikexportbüros	14
3.10. Kriterien für eine nachhaltige Förderung	15
3.11. Evaluationen des Musikexportbüros	15
4. Schweiz	15
4.1. Gründung des Musikexportbüros	15
4.2. Finanzierung des Musikexportbüros	16
4.3. Strukturen des Musikexportbüros	18
4.4. Kernmärkte des Musikexportbüros	19
4.5. Außenstellen in anderen Ländern	20

4.6.	Förderungen und Maßnahmen des Exportbüros	21
4.7.	Antragszahlen und Bewilligungsquoten	23
4.8.	Verfahren für die Auswahl der KünstlerInnen	23
4.9.	Zielgruppen des Musikexportbüros	24
4.10.	Kriterien für nachhaltige Förderung	24
4.11.	Evaluationen des Musikexportbüros	25
5.	Österreich	25
5.1.	Gründung des Musik-Exportbüros	25
5.2.	Finanzierung des Musik-Exportbüros	25
5.3.	Strukturen des Musik-Exportbüros	27
5.4.	Kernmärkte des Musik-Exportbüros	27
5.5.	Außenstellen in anderen Ländern	28
5.6.	Vom Export-Büro durchgeführte Maßnahmen	28
5.7.	Antragszahlen und Bewilligungsquoten in den jeweiligen Bereichen der Fördermaßnahmen	31
5.8.	Verfahren der Auswahl der zu fördernden Künstler	31
5.9.	Zielgruppen und Musikgenres	31
5.10.	Nachhaltige Förderung	31
5.11.	Evaluationen	31
6.	Musik-Exportförderung in Kanada	32
6.1.	Gründung des Musikexportbüros	32
6.2.	Finanzierung des Musikexportbüros	34
6.3.	Strukturen des Musikexportbüros	35
6.4.	Kernmärkte des Musikexportbüros	35
6.5.	Außenstellen in anderen Ländern	35
6.6.	Förderungen und Maßnahmen des Exportbüros	35
6.7.	Antragszahlen in den jeweiligen Bereichen der Fördermaßnahmen	36
6.8.	Verfahren für die Auswahl der zu fördernden KünstlerInnen	36
6.9.	Zielgruppen und Musikgenres	38
6.10.	Kriterien für nachhaltige Förderung	38
6.11.	Evaluationen des Exportbüros	38

Vorbemerkung

Die für die wissenschaftlichen Dienste des Deutschen Bundestages zuständigen Ansprechstellen in den für die Anfertigung der vorliegenden Darstellung zu untersuchenden Länder - Frankreich, Schweden, Norwegen, Schweiz, Österreich und Kanada - wurden kontaktiert, um nähere Informationen zu den speziellen Fragen zu erhalten. Alle angeschriebenen Länder haben auf die zur Erörterung anstehenden Fragen geantwortet. Die Antworten werden im Folgenden wiedergegeben. Die Rückmeldungen aus Frankreich (Französisch und Englisch), Schweden (Englisch), Norwegen (Englisch) und Kanada (Englisch) sind hier in eigener Übersetzung dargestellt.¹

1. Frankreich

Aus Frankreich hat der ‚Service des Affaires Européennes, Division Des Études Européennes et du Droit Comparé mit Schreiben vom 14. Dezember 2018 folgende Ausführungen übermittelt²:

1.1. Gründung des Musikexportbüros

Das französische Musikexportbüro arbeitet seit 1993 daran, die französische Musik sowohl die klassische, als auch die Popmusik international zu verbreiten. Das französische Musikexportbüro hat ein weltweites Netzwerk gegründet, um den Austausch französischer und ausländischer MusikerInnen zu fördern.³

1.2. Finanzierung des Musikexportbüros

Le Bureau Export, das französische Musikexportbüro, erhält die Hälfte seiner Unterstützung aus dem öffentlichen Sektor durch das Ministerium für Kultur und Kommunikation und das Ministerium für Europa und auswärtige Angelegenheiten und zur anderen Hälfte durch den privaten Sektor. Hier sind es die Organisationen ADAMI (Société civile pour l'Administration des droits des Artistes et musiciens Interprètes), das CNV (Centre National de la Chanson de Variété et Jazz), das FCM (Fonds pour la Création Musicale), Sacem (Société des Auteurs, Compositeurs et Éditeurs de Musique), das SCPP (Société Civile des Producteurs Phonographiques) und die SPPF (Société Civile des Producteurs de Phonogrammes en France).

Im Jahr 2018 hat das Bureau Export eine Zuwendung von 2.7 Millionen Euro erhalten⁴.

1 Der Sachstand ist eine Überarbeitung und Ergänzung des Sachstandes WD 10-3000-086/18 nach Eingang der angefragten Informationen aus den zu untersuchenden Ländern. Aus Norwegen gab es keine Rückmeldung, weshalb dieses Land hier nicht mehr aufgeführt wird.

2 République Française, Assemblée Nationale, Service des Affaires Européennes, Division des Études Européennes et du Droit Comparé, Paris, le 14 décembre 2018, eingegangen mit Mail vom 19. Dezember 2018.

3 Vgl.: <https://www.lebureauexport.fr/en/artists/ensemble-pygmalion-raphael-pichon/>.

4 Quelle: Auffassung des Ausschusses für kulturelle Angelegenheiten und Erziehung zum Haushalt 2018 für den Bereich „Medien, Literatur und Kulturindustrie“ und das Finanzportal „Advances to public broadcasters“.

1.3. Strukturen des Musikexportbüros

Das Bureau Export wird durch professionelle Organisationen der französischen Musikindustrie unterstützt, die sich für die internationale Entwicklung der Firmen aus diesem Sektor einsetzen. Dies sind: ADAMI, CNV, FCM, SACEM, SCPP und SPPF.

Zusätzlich wird das Bureau Export durch das Ministerium für Kultur und Kommunikation und das Ministerium für Europa und auswärtige Angelegenheiten unterstützt.

1.4. Kernmärkte des Musikexportbüros

Das Förderungsprogramm des Bureau Export richtet sich an französische Professionelle, die im Exportgeschäft tätig sind (Produzenten der phonographischen Wirtschaft, Produzenten von Shows, Verleger, Manager, selbstständige Künstler, Agenten von Künstlern, unabhängige Ensembles), die bei ihrer internationalen Karriere Hilfestellungen benötigen. Diese können allen Musikgattungen angehören, sei es „Moderne Musik“, klassische Musik oder Jazz.

Jedes Jahr profitieren mehrere hundert Projekte aller musikalischen Stilrichtungen von der Unterstützung durch das Musikexportbüro.

Das Bureau Export beobachtet den Markt und bestimmt die lokalen Player (Labels, Tour-Veranstalter, Festivals, PR Agenturen, Verleger, Medien usw.) und hat darüber hinaus eine Webseite, die täglich aktualisierte Informationen zur Verfügung stellt. So gewährleistet es die Vermarktung, die Beratung und die Verfügungsstellung eines professionellen Netzwerkes aber nicht zuletzt auch finanzielle Förderung für die Künstler.

Insbesondere auf dem US-amerikanischen Markt fördert das Bureau Export Partnerschaften mit bekannten Festivals, um Kommunikationskampagnen für ‚made in France Künstler‘ zu unterstützen.⁵

1.5. Außenstellen in anderen Ländern

Um seine Aktivitäten bestmöglich entfalten zu können, verfügt das Musikexportbüro über ein Team von 33 Angestellten in fünf Ländern. Die Organisation hat ihren Hauptsitz in Paris mit einem Netzwerk von vier Büros in Deutschland (Berlin⁶), dem Vereinigten Königreich (London), den Vereinigten Staaten von Amerika (New York) und Brasilien (Sao Paulo).

1.6. Förderungen und Maßnahmen des Musikexportbüros

Das Bureau Export stellt verschiedene Förderprogramme für professionelle Mitglieder des Exportbüros zur Verfügung. Das Ziel dieser konkreten Maßnahmen ist die Unterstützung für profes-

5 Beispielsweise das SCSW Festival, <https://www.sxsw.com/>; oder France Rocks Austin, <http://www.france-rocks.com/tag/austin/>.

6 Adresse und Ansprechpartner des Büros in Berlin: Kurfürstendamm 211, 10719 Berlin, Tel.:+493088590214, berlin@bureauexport.fr, der Manager in Berlin ist: olivier.lacourt@lebureauexport.fr.

sionelle Tourneen, Werbekampagnen, Werbefahrten und Promotion Veranstaltungen, die Schaffung von Inhalten und Maßnahmen für die digitale Vermarktung oder die Anpassung von Exportformaten.

Die vom Bureau Export unterstützten Projekte sind:

- die zweite Ausgabe von FEIMA⁷ (Feria y Encuentros Internacionales de Música Antigua), eine internationale Ausstellung, die auf frühe Musik spezialisiert ist und die im Dezember 2018 in Zaragoza stattfand,
- die 16. Ausgabe des Global Fest⁸, das am 6. Januar 2019 in New York stattfinden wird und dessen Partner das Bureau Export New York seit 11 Jahren ist,
- die jährliche Konferenz des Europäischen Jazz-Netzwerks⁹, dessen Mitglied das Bureau Export seit 2017 ist,
- das „Berlin Song Writer Camp“¹⁰,
- die 30. Ausgabe der International Live Music Conference (ILMC)¹¹, ein Treffpunkt für Professionelle aus der Live-Musikszene, die in London im März 2018 stattfand,
- das Folk Alliance International Festival¹², das wichtigste Festival für Folkmusik in den Vereinigten Staaten von Amerika, das in Kansas City (MO) im Februar 2018 stattfand.

1.7. Antragszahlen in den jeweiligen Bereichen der Fördermaßnahmen

Im Jahr 2014 stellte das Bureau Export 1.16 Millionen Euro (37% seines Gesamtbudgets) an finanzieller Unterstützung französischen Professionellen zur Verfügung. In dieser Summe war auch eine Hilfe in Höhe von 485.000 Euro für Werbemaßnahmen enthalten (über die Kommission für Werbung und die Kommission für Klassik und in Form von Hilfen für internationale Tourneen).

Ebenfalls 2014 erhielten 144 Künstler finanzielle Förderung; gleichzeitig wurden 3.477 Konzerte logistisch, durch Werbung oder finanziell durch die Branchen des Bureau Export in Berlin, London, New York, Sao Paulo und Tokyo unterstützt.

Im Jahr 2017 förderte das Bureau Export 430 professionelle Strukturen, die Mitglieder und Nutzer seiner Dienstleistungen sind; ungefähr 500 Projekte profitierten von seiner Unterstützung (Beratung, Netzwerkbildung, logistische Unterstützung, Werbung und/oder finanzielle Förderung etc.).

7 <http://feima.es/>.

8 <http://globalfest.org/>.

9 <http://www.europejazz.net/>.

10 <https://www.eurovision.de/news/Die-Songschreiber-des-Song-Writing-Camps-2019,camp270.html>.

11 <http://ilmc.com/>.

12 <https://www.folk.org/>.

Im Jahr 2018 hat das Export 1-Programm ein Budget von 600.000 Euro.

1.8. Verfahren für die Auswahl der KünstlerInnen

Der Projektleiter muss Mitglied des Bureau Export sein und seine Anfrage an die zuständige Kommission richten (Moderne Musik, Klassik, Jazz).

Die drei Kommissionen setzen sich mehr oder weniger in gleicher Weise zusammen. Sie bestehen aus Professionellen mit Wahlrechten, 6 Produzenten der phonographischen Wirtschaft, 6 aus dem Bereich Verleger/Schriftsteller/Komponisten, 4 Produzenten von Shows, 2 Managern sowie 2 beobachtende Mitglieder von öffentlichen Organisationen ohne Wahlrechte. Am Abschluss jeder Kommissionssitzung entscheidet das Direktorenngremium des Bureau Export über die zu gewährende Förderung.¹³

1.9. Zielgruppen und Musikgenres

Das Bureau Export wird unterstützt durch drei Kommissionen, deren Anliegen darin besteht, Hilfen für ‚Moderne Musik‘, ‚Klassische Musik‘ und Jazz anzubieten.

1.10. Kriterien für nachhaltige Förderung

Kriterien für eine nachhaltige Förderung sind ausdrücklich nicht bestimmt.

1.11. Evaluationen des Musikexportbüros

Jedes Jahr wird vom Bureau Export eine wirtschaftliche Einschätzung der französischen Musikindustrie im Ausland durchgeführt. Diese Einschätzung bzw. Bewertung misst allerdings nicht den Einfluss der Förderaktivitäten, die vom Bureau Export gewährt werden, auf die Ergebnisse dieses Sektors.¹⁴

13 Für eingehende Informationen vgl.: <https://www.lebureauexport.fr/qui-sommes-nous/aides-et-services/#soutien-financier>.

14 Vgl.: Wirtschaftliche Einschätzung für 2017: <https://www.lebureauexport.fr/wp-content/uploads/2018/06/le-bureau-export-bilan-economique-2017.pdf>.

2. Schweden

Bei der Rückmeldung aus dem schwedischen Parlament hat das schwedische Musikexportbüro – Export Music Sweden – einen Beitrag zur Beantwortung der Fragen geleistet. Die folgenden Ausführungen beruhen auf diesen Angaben.¹⁵

2.1. Gründung des Musikexportbüros

Export Music Sweden wurde 1993 gegründet und ist eine gemeinnützige Organisation, die von den Verbänden der Musikindustrie SAMI (Künstler und Musiker), IFPI/SOM (Plattenfirmen) und STIM (Komponisten und Verleger) gegründet wurde.

2.2. Finanzierung des Musikexportbüros

Zusätzlich zu den unter Punkt 3.1 genannten Organisationen wird Export Music Sweden finanziell unterstützt durch den schwedischen Kunstrat (Kulturradet), die schwedische Agentur für aufführende Künste (Musikverket) und die schwedische Agentur für Wirtschaft sowie das Ministerium für auswärtige Angelegenheiten (Regeringskansliet).

Zusammen unterstützen die genannten Organisationen Export Music Sweden finanziell mit insgesamt 2,6 Millionen SEK 2018 (ungefähr 250.000 Euro). Der Betrag ist ungefähr derselbe jedes Jahr.

2.3. Strukturen des Musikexportbüros

Siehe die Antworten zu Frage 1 und 2.

2.4. Kernmärkte des Musikexportbüros

Die Aktivitäten von Export Music Sweden richten sich hauptsächlich auf die nordischen Länder (Dänemark, Finnland, Norwegen und Island), das Vereinigte Königreich, Deutschland, Japan, die Vereinigten Staaten und Südkorea.

In einigen Fällen gibt es spezifische Strategien für verschiedene Märkte. Am Bemerkenswertesten ist die Strategie für die asiatischen Märkte, wo es eine Schiefelage bezüglich der Förderung von Verfassern von Songtexten im Gegensatz zu der Förderung von Künstlern in den anderen Märkten gibt.

Es gibt keine bestimmte Förderungsstrategie, aber Export Music Sweden hat das Ziel Männer und Frauen gleichermaßen zu unterstützen.

Spezifische Kernmärkte für die Förderung gibt es nicht; die Initiative unterstützt alle musikalischen Stile.

¹⁵ Sveriges Riksdag / The Swedish Parliament, Schreiben vom 19. Dezember 2018; das Schreiben ist in englischer Sprache verfasst und wird in eigener Übersetzung wiedergegeben.

2.5. Außenstellen in anderen Ländern

Export Music Sweden hat keine Außenstellen in anderen Ländern. Das Musikexportbüro hat 2,4 Vollzeit- Angestellte. Die wirtschaftliche und andere Verwaltungsadministration ist ausgelagert.

2.6. Förderungen und Maßnahmen des Exportbüros

Export Music Sweden operiert mit vier Arten konkreter Aktivitäten:

- **Erziehung für einen stärkeren Musik-Export.** Jedes Jahr im Frühling und Herbst veranstaltet Export Music Sweden Seminare in verschiedenen Regionen, für die schwedische Musikindustrie. Beispielsweise Management in internationaler Perspektive, Seminare für Musiker, in denen vermittelt wird, wie sie im globalen Kontext wahrgenommen werden oder wie man sich für eine Arbeitserlaubnis in den USA bewirbt. Export Music Sweden veranstaltet auch Events für bestimmte Märkte oder Länder.
- **Starke internationale Präsenz durch Netzwerke und Märkte.** Export Music Sweden nimmt häufig an verschiedenen Industriemessen und Festivals teil. Hauptanliegen dabei ist, schwedische Delegationen zu unterstützen, ihre eigenen Möglichkeiten und Netzwerke aufzubauen. Die Organisation nimmt auch an Diskussionsrunden und Gremien teil, veranstaltet Ausstellungen, setzt sich für schwedische Delegationen ein, arrangiert schwedische Vorzeigeobjekte und sammelt Informationen, um die eigene Organisation zu stärken. Die schwedische Musikindustrie entscheidet durch eine jährlich stattfindende Untersuchung, wo der Fokus von Export Music Sweden liegen soll. Im Moment liegt der Schwerpunkt auf den Nordischen Ländern, Deutschland, Großbritannien, USA, Japan und Süd Korea.
- **Sammeln und Aufbereiten von Informationen.** Export Music Sweden stellt gesammelte Informationen über relevante Märkte für Schweden zur Verfügung. Ein Beispiel sind Sammelmappen („Ihr Führer nach Schweden“), die bei größeren Veranstaltungen im Ausland zur Verfügung gestellt werden. Diese enthalten auch ein Register mit Kontaktinformationen über einen Großteil der schwedischen Musikindustrie. Außerdem sind die Informationen über die sozialen Medien verfügbar und es gibt einen monatlichen Newsletter.
- **Finanzielle Unterstützung und Zuschüsse.** Export Music Sweden informiert regelmäßig über die verschiedenen Formen von finanziellen Unterstützungen, die in Schweden für internationale Musikprojekte angeboten werden. Es informiert darüber hinaus auch professionelle Musiker über die verschiedenen öffentlichen Fördermöglichkeiten.

2.7. Antragszahlen in den jeweiligen Bereichen der Fördermaßnahmen

Hierzu gibt es keine verfügbaren Statistiken außer, dass Export Music Sweden im Jahr 2017 35 Teilnehmer mit 230 internationalen Kontakten in verschiedenen Städten verbunden hat, 200 schwedische Delegationen zu 3.000 Ansprechpartnern aus der internationalen Musikindustrie vermittelt hat und 950 Teilnehmer an Seminaren in Schweden hatte.

2.8. Verfahren für die Auswahl der KünstlerInnen

Die Auswahlverfahren unterscheiden sich, je nachdem ob es sich um Künstler oder Delegationen handelt. Bei Delegationen entscheidet Export Musik Sweden im Großteil, wer ausgewählt werden soll und hat auch Richtlinien für den Auswahlprozess. Wenn die Bewerber allerdings Künstler

sind, oder wenn bei einem Projekt Künstler involviert sind, dann wird ein Komitee eingerichtet. Das Komitee kann je nach Genre und Projekt unterschiedlich sein, aber in der Regel besteht es aus Personen aus der Musikindustrie. Man ist bemüht, einen gleichen Anteil von Frauen Männern in den Komitees zu haben.

2.9. Zielgruppen des Musik-Exportbüros

Musiker aller musikalischen Genres und aus allen Teilen der Musikindustrie sind bei Export Music Sweden willkommen.

2.10. Kriterien für eine nachhaltige Förderung

Bei Export Music Sweden gibt es keine expliziten Richtlinien für eine nachhaltige Förderung, doch sollte es beispielsweise einen Plan geben, Repräsentanten sowohl aus Tokio und Seoul zu treffen, wäre Export Music Sweden bemüht, nur ein Treffen in einer der beiden Städte zu arrangieren, um die Anzahl der Flüge zu reduzieren. Auch sind Skype-Konferenzen manchmal ein Ersatz für ein Meeting, anstatt beispielsweise nach Kopenhagen zu reisen.

2.11. Evaluationen des Musikexportbüros

Nach jeder Handelsmission oder jedem -projekt bittet Export Music Sweden die Teilnehmer, verschiedene Fragen zu beantworten. Die Fragen sind in der Regel dieselben für verschiedenen Projekte und deshalb vergleichbar. Es gibt aber auch spezifische Fragen über jeden Termin (beispielsweise für die Treffen von/für Vertreter von Firmen).

3. Norwegen

Die zuständigen Stellen im norwegischen Parlament hatten zur Beantwortung der Fragen Music Norway, das norwegische Musikexportbüro, kontaktiert. Die folgenden Ausführungen beruhen auf dessen Rückmeldung.

3.1. Gründung des Musikexportbüros

Music Norway wurde 2013 als Ergebnis einer Fusion des ‚Norwegian Music Information Centre MIC)‘ und des Musikexportbüros, ‚Music Export Norway‘, eingerichtet.

Die Statuten von Music Norway besagen, dass das Ziel von Music Norway sein soll, den Export und die internationale Vermarktung norwegischer Musik zu unterstützen. Diese Bemühungen sollten eng mit den Bedürfnissen der Musikindustrie verbunden sein und das Interesse sowie die Nutzung an bzw. von norwegischer Musik in allen Genres vergrößern. Die Stiftung soll Forschung, Einordnung und Analyse zur Verfügung stellen und für größere Kompetenz in der Musikwirtschaft in Norwegen und international sorgen.

In ihrem Jahresplan mit den vorgesehenen Aktivitäten legt die Stiftung hierzu vier Hauptziele fest:

- Die Entwicklung und Förderung relevanter Exportoffensiven, basierend auf den von der Musikindustrie definierten Zielen,
- die Einrichtung und Aufrechterhaltung eines starken internationalen Netzwerks,
- einen Beitrag zu mehr Wissen, Forschung, Abbildung und Analyse der norwegischen und internationalen Musikwirtschaft zu leisten,
- ein gutes und effizientes Management sicherzustellen.

3.2. Finanzierung des Musikexportbüros

Im Jahr 2017 erhielt Music Norway 23,6 Millionen norwegische Kronen als Förderung durch das Kultusministerium und 7,6 Millionen norwegische Kronen als Förderung für die globalen Programme durch das Ministerium für Auswärtige Angelegenheiten. Außerdem gibt es verschiedene kleinere Förderungen für Projekte, die durch das Ministerium für Auswärtige Angelegenheiten und andere Organisationen unterstützt werden.

3.3. Strukturen des Musikexportbüros

Music Norway ist eine Stiftung mit einem Stiftungsrat, der vom Kultusministerium ernannt wird. Music Norway erhält seine betriebliche Unterstützung durch das Kultusministerium. Es hat zwölf Angestellte, die in den Bereichen Beratung, Förderung, Exportaktivitäten, Kompetenzvermittlung und Public Relations tätig sind.

Music Norway ist per Vertrag ein Berater des norwegischen Ministeriums für auswärtige Angelegenheiten. Der Jahresplan der Aktivitäten der Stiftung wird an die diplomatischen Vertretungen und an das Ministerium für auswärtige Angelegenheiten in Oslo verteilt und von diesem bei seiner operationalen Planung eingesetzt. Music Norway und das diplomatische Corps unterhalten ein reges Netzwerk und die Botschaften und Residenzen der diplomatischen Vertretungen werden von Handelsvertretungen und während Messen aktiv frequentiert.

Music Norway verwaltet seine Fördergelder im Auftrag des Ministeriums für auswärtige Angelegenheiten und des Ministeriums für Kultur.

3.4. Kernmärkte des Musikexportbüros

Music Norway ist die Vermittlungs- und Vermarktungsorganisation für die norwegische Musikindustrie. Music Norway unterstützt alle Genres und arbeitet global. Es behauptet seine Präsenz in den großen kommerziellen und aufstrebenden Märkten. Eine Präsenz in anderen Märkten erfolgt auf einer ‚ad hoc‘-Basis.

Music Norway entwickelt Markteintrittsstrategien auf einer drei-Jahresbasis. Im Jahresplan der Aktivitäten für 2019 hebt die Organisation die USA, das UK und Deutschland als Kernmärkte hervor. Der Plan kündigt auch eine neue Strategie für die nordischen Märkte an sowie für vier aufstrebende Märkte: China, Mexiko, Indien und Brasilien.

Music Norway stellt auch Orientierungshilfen für die folgenden zentralen Märkte zur Verfügung: die Vereinigten Staaten von Amerika, das Vereinigte Königreich, Deutschland, Schweden, Dänemark, Finnland, Island, Frankreich, Polen, Mexiko, Japan, China, Indien und Russland. Music

Norway stellt aber auch Pläne für klassische und zeitgenössische Musik für das Vereinigte Königreich (UK), die Vereinigten Staaten (US), Deutschland, die Schweiz und Österreich zur Verfügung.

3.5. Außenstellen in anderen Ländern

Music Norway hat Außenstellen in London und Berlin. Die Büros haben jeweils eine Festanstellung und einen Praktikanten.

3.6. Förderungen und Maßnahmen des Exportbüros

Music Norway entsendet Delegierte der Musikwirtschaft in rund 35 zentrale internationale Schauplätze, die für Netzerkennung relevant sind und die über eine Anzahl von 540 Zusammenkünften als Ergebnis dieser Bemühungen berichtet haben.

Music Norway ermöglicht auch Programme bei norwegischen Musikfestivals für internationale Delegierte. Im Jahr 2017 war Music Norway der Partner von 15 internationalen Programmen für Delegierte mit 611 internationalen und 911 norwegischen Delegierten, was zu einer Anzahl von insgesamt 2908 Treffen führte, über die berichtet wurde.

Music Norway misst die Beteiligung der Industrie an drei Kernzielen:

Wachstum im Netzwerk, Wachstum im Marktwissen und Wachstum in der internationalen Nachfrage nach norwegischer Musik.

Förderung/Subventionen Programm:

Music Norway stellt eine Reihe von Zuschüssen für die Industrie und für Künstler zur Verfügung; die Zuschüsse teilen sich in drei Kategorien auf:

- Industriezuschüsse (Firmenstufe):
Instrumente für Marketing (Förderung von PR-Diensten etc.)
Zusammenkünfte (Reisekosten)
„Bakkekontakt“ (Förderung für einen Langzeitaufenthalt in einem einzigen Markt, 4-12 Wochen)
- Zuschüsse für Organisatoren (Veranstaltungen in Norwegen):
Besuche von Presse und Experten (Reisekosten)
Sessions für das Verfassen von Liedern (songwriting) (Reise und Programmgestaltung)
Programme für Delegierte (Reisekosten und Anteil an Festivals)
- Reisekosten (für Künstler und Komponisten)
Konzerte/Touren (Reiseförderung)
Meetings (Reiseförderung)
Mitschreiben an Liedtexten („co-writing“) (Reiseförderung)

Jede Förderung von Music Norway basiert auf dem Prinzip der Co-Investition in das Projekt, für das die Förderung beantragt wird. Jede Reisekostenförderung basiert auf der Nachfrage des Marktes. Der Bewerber muss einen Nachweis über den gebuchten Termin, eine Veranstaltung zum Mitschreiben von Liedtexten, oder ein gebuchtes Konzert mit einer Neuaufführung beibringen.

Music Norway beurteilt die Bewerber anhand einer Reihe von Kernwachstumszielen:

Wachstum des Netzwerks, Wachstum des Marktwissens, Wachstum in der Nachfrage nach norwegischer Musik, Wachstum der Einnahmen, Wachstum im Markenwert und Wachstum in konkreten Verträgen. Es gibt unterschiedliche Wertungen für die jeweiligen Ziele.

3.7. Antragszahlen in den jeweiligen Bereichen der Fördermaßnahmen

Die Zahlen für die drei wichtigsten Förderungskategorien in 2017:

Industrieförderung: 162 Bewerber, 106 angenommen. Gesamtsumme der gewährten Förderung: 1,1 Millionen NOK (3,8 Millionen beantragt),

Organisationsförderung: 51 Bewerber, 42 angenommen. Gesamtförderungssumme: 2,6 Millionen NOK (4,8 Millionen beantragt),

Reisekostenzuschüsse: 736 beantragt, 447 bewilligt. Gesamtförderungssumme: 8 Millionen NOK (26 Millionen beantragt).

3.8. Verfahren für die Auswahl der KünstlerInnen

Für jede der verschiedenen Industrieförderungen gibt es ein gewähltes Experten-Komitee. Jedes Komitee hat einen Beobachter, entweder aus dem Ministerium für auswärtige Angelegenheiten oder aus der Industrie. Das Gremium benennt aufgrund einer Expertise alle Mitglieder, die von der Industrie und den Mitarbeitern vorgeschlagen worden sind. Der geschäftsführende Direktor von Music Norway ist Vorsitzender der Arbeitssitzungen und die Belegschaft des Ministeriums für auswärtige Angelegenheiten agiert als Sekretariat des Komitees. Es gibt ein proportional gleiches Verhältnis von Männern und Frauen im Expertenkomitee.

Alle Maßnahmen sind digital aufbereitet und transparent auf der dem Ministerium für Auswärtige Angelegenheiten eigenen Plattform: <https://www.stikk.no/reisestotte/>.

3.9. Zielgruppen des Musikexportbüros

Zur Zielgruppe gehören professionelle Musiker aller Genres mit internationalen Ambitionen und Erfolgen. Sie müssen ein Unterstützungsteam aufgestellt haben (lokal und international, Label/Management, Verleger oder andere) und eine Reihe von Kriterien erfüllen, die zeigen, dass der Bewerber für den Export bereit und sowohl zeitlich als auch aufgrund seiner Mittel zu einer Ko-Investition in der Lage ist.

3.10. Kriterien für eine nachhaltige Förderung

Music Norway hat ein im Jahresaktionsplan niedergeschriebenes Ziel, das besagt, dass die Organisation ein aktiver Unterstützer nachhaltiger Entscheidungen im Entscheidungsprozess sei und seine Partner ermutigen soll, im Hinblick auf die Umwelt sondierte Entscheidungen zu treffen.

Music Norway ist außerdem Partner von „Balansekunst“, einer Organisation, die sich für Geschlechtergleichheit und die Verminderung von sexueller Belästigung im Kunstgeschäft einsetzt.

3.11. Evaluationen des Musikexportbüros

Music Norway bewertet seine Bemühungen jährlich durch interne und externe Prozesse. Es nutzt Dritte, um Berichte zu den Wirkungen von Zuschüssen und anderen Initiativen zu erstellen. Music Norway legt außerdem Berichte zum wirtschaftlichen Status der Industrie vor und veröffentlicht eigene Berichte, die das Wachstum in diesem Sektor messen etc.

Alle Projekte, Förderungen, Programme werden bewertet. Alle Teilnehmer geben nach einem Termin eine Beurteilung ab. Alle Bewerber berichten über ihre Ausgaben und erreichten Ziele.

4. Schweiz

In der Antwort aus dem schweizerischen Parlament¹⁶ wird darauf hingewiesen, dass in der Schweiz die Musikförderung doppelt subsidiär geregelt sei. Dies bedeutet, die Musikförderung ist primär Sache der Kantone und Gemeinden sowie von privaten Förderern. Aus diesem Grund wird es nicht als zweckdienlich angesehen, sämtliche Fördermaßnahmen der Schweiz aufzuzeigen. Die Darstellung beschränkt sich deshalb auf die Tätigkeit des Musikexportbüros Swiss Music Export sowie die Fördermaßnahmen der öffentlich-rechtlichen Kulturstiftung Pro Helvetia.

4.1. Gründung des Musikexportbüros

Swiss Music Export

Die Schweiz verfügt über kein staatliches Musikexportbüro zur internationalen Musikwirtschaftsförderung. Allerdings setzt sich der Verein Swiss Music Export (SME) für den Export aktueller Popmusik ein.

Swiss Music Export wurde im Jahr 2003 von der Kulturstiftung Pro Helvetia, Migros-Kulturprozent, der Fondation SUISA und der Fondation CMA (Fondation Romande Pour La Chanson Et Les Musiques Actuelles) gegründet. Das Musikexportbüro wurde insbesondere aus Mangel an geeigneten Förderinstrumenten im Bereich Popmusik initiiert.

Pro Helvetia

Auf nationaler Ebene setzt sich die Kulturstiftung Pro Helvetia für Musikförderung ein. Neben ihrem finanziellen Engagement für SME initiiert die Stiftung eigene Programme. Sie unterstützt die Kreation neuer Werke, deren Verbreitung im In- und Ausland sowie deren Vermittlung. Ihr Ziel ist es, die Vielfalt und die internationale Wahrnehmung der Schweizer Musikszenen zu erhöhen. Pro Helvetia ist eine Stiftung des öffentlichen Rechts und wird vollumfänglich vom Bund finanziert. Sie ist subsidiär, also ergänzend zur Kulturförderung von Kantonen und Gemeinden tätig. Pro Helvetia ist zuständig für Vorhaben von gesamtschweizerischer Bedeutung. Pro Helvetia wurde 1939, am Vorabend des Zweiten Weltkriegs, vom Bundesrat ins Leben gerufen. Sie ist zunächst eine Arbeitsgemeinschaft zur «geistigen Landesverteidigung» gegen NS-Deutschland und das faschistische Italien. 1949 wird sie in eine Stiftung öffentlichen Rechts umgewandelt. Ihr Auftrag ist nun, die Schweizer Kultur zu bewahren, im Ausland zu verbreiten und im Inland zu fördern. Aufgaben und Organisation werden 1965 erstmals gesetzlich verankert. Die internationalen Aktivitäten der Stiftung gewinnen immer mehr an Bedeutung. Mitte der 1980er Jahre fasst Pro Helvetia im Ausland Fuß. Sie gründet 1985 die erste Außenstelle, das Centre Culturel Suisse in Paris und eröffnet 1988 das Verbindungsbüro in Kairo. In der Folge baut die Stiftung rund um den Globus ein Netz an Verbindungsbüros und Partnerinstitutionen auf. Aufgaben und Organisation von Pro Helvetia passen sich seit ihrer Gründung immer wieder dem Wandel der gesellschaftlichen und kulturellen Bedürfnisse an. 2012 tritt das Kulturförderungsgesetz in Kraft, das die Stiftung grundlegend reformiert. Der Stiftungsrat wird von 25 auf neun Mitglieder verkleinert. Erstmals wird die strategische und operative Gewalt zwischen Stiftungsrat und Geschäftsstelle klar getrennt. Neu ist, dass die mehrjährige «Botschaft zur Finanzierung der Kulturförderung des Bundes» (Kulturbotschaft) die finanziellen Mittel der Stiftung festlegt.

4.2. Finanzierung des Musikexportbüros

Swiss Music Export

Ertrag	2017	2016	2015	2014	2013
	CHF	CHF	CHF	CHF	CHF
Fondation CMA	40'000	40'000	40'000	40'000	40'000
Fondation SUISA	90'000	90'000	140'000	90'000	90'000
Migros-Kulturprozent	40'000	40'000	40'000	40'000	40'000
Pro Helvetia	150'000	150'000	150'000	150'000	150'000
Schweiz Interpretienstiftung SIS	50'000	50'000	40'000	40'000	40'000
Stiftung Phono-produzierende	100'000	50'000	100'000	100'000	100'000

Weitere Partner	8'000	10'000	20'000	20'000	10'000
Total Ertrag	478'000	430'000	530'000	480'000	470'000

Weitere Partner 2017: RFV Basel, Stadt Zürich Kultur
 Weitere Partner 2016: RFV Basel, Stadt Zürich Kultur
 Weitere Partner 2015: RFV Basel, Aargauer Kuratorium,
 Stadt Zürich Kultur
 Weitere Partner 2014: RFV Basel, Aargauer Kuratorium,
 Stadt Zürich Kultur
 Weitere Partner 2013: RFV Basel, Aargauer Kuratorium

* 2015 erfolgte ein einmaliger zusätzlicher Beitrag der
 FONDATION SUISA in der Höhe von CHF 50'000.-. Der
 Betrag wurde als Rückstellung für ein Spezialprojekt
 (Schweiz als Gastland am „The Great Escape Festival
 2017“ in Brighton) verbucht.

Pro Helvetia

Im Rahmen der Kulturbotschaft verkündet das Parlament für Pro Helvetia alle vier Jahre einen
 Rahmenkredit. Für die Periode 2016-2020 (einmalig eine Fünfjahresperiode) erhält die Stiftung
 210,9 Millionen Franken. **Dieser Beitrag gilt für alle Sparten.**

2016:

38,8 Millionen Franken (tatsächliches Budget nach Kürzungen)
 39,9 Millionen Franken (in der Kulturbotschaft vorgesehene Budget)

2017:

40,1 Millionen Franken (tatsächliches Budget nach Kürzungen)
 40,9 Millionen Franken (in der Kulturbotschaft vorgesehene Budget)

Operatives Budget:

88,1% der 39,8 Mio. CHF, die Pro Helvetia im Jahr 2017 eingesetzt hat, flossen direkt in die Kul-
 tur.

- davon 37,0% für Aktivitäten im Inland
- davon 63,0% für Aktivitäten im Ausland (42,4% in Europa)

(Berechnung nach dem Standard der Zertifizierungsstelle für gemeinnützige Organisationen
 ZEWO).

2018:

40,3 Millionen Franken (tatsächliches Budget nach Kürzungen)
 42,3 Millionen Franken (in der Kulturbotschaft vorgesehene Budget)

2019: 43,2 Millionen Franken (in der Kulturbotschaft vorgesehene Budget)

2020: 44,6 Millionen Franken (in der Kulturbotschaft vorgesehenes Budget).

4.3. Strukturen des Musikexportbüros

Swiss Music Export

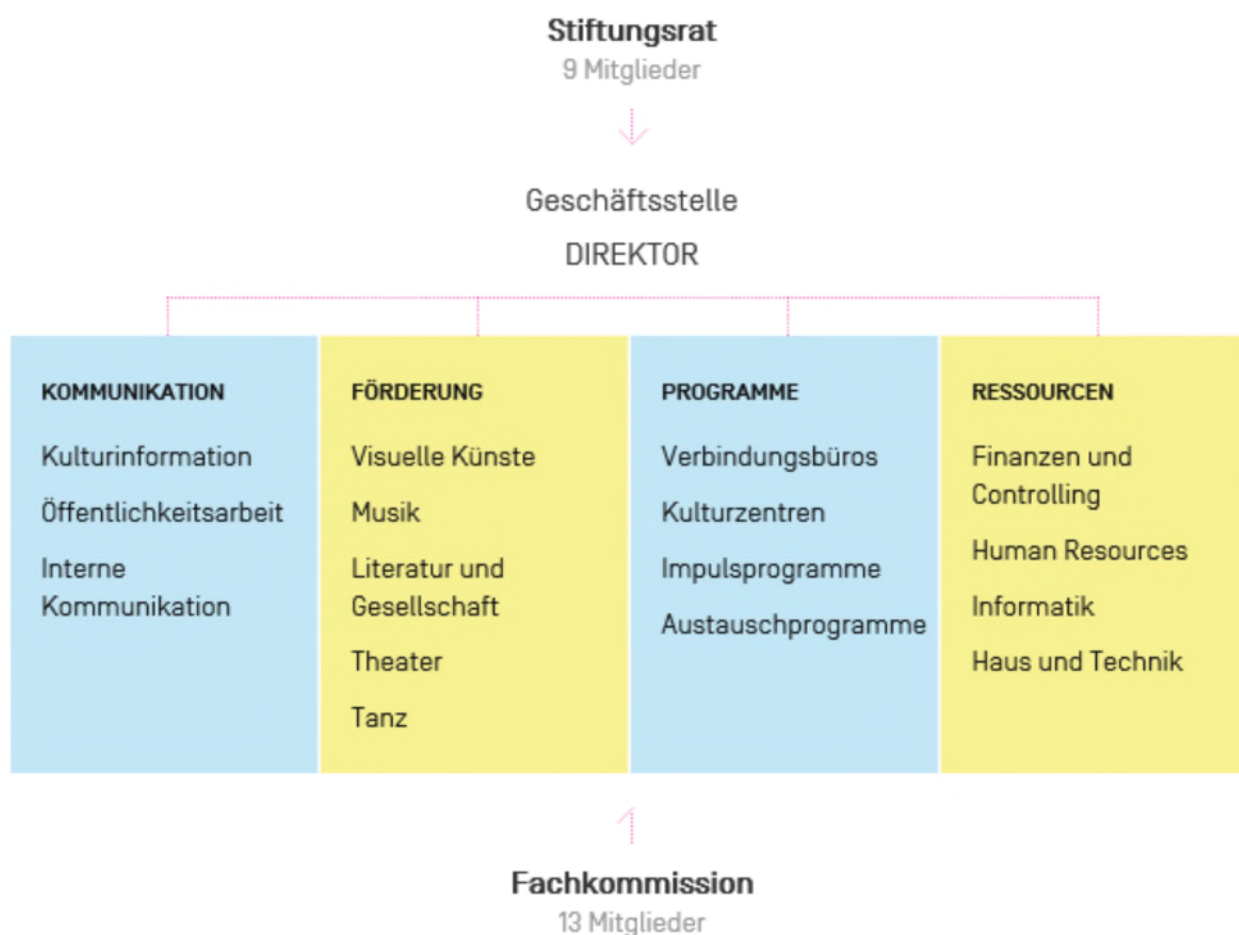
Der Verein Swiss Music Export ist heute eine gemeinsame Initiative von Pro Helvetia, Stiftung Phonoproduzierende, Fondation SUISA, Fondation CMA, Migros-Kulturprozent und der Schweizerischen Interpretenstiftung SIS.

Die Vereinsversammlung formuliert die strategischen Ziele für einen Zeitraum von vier bis fünf Jahren und passt die Strukturen der Organisation den Vorgaben der strategischen Ziele an. Die Geschäftsleitung erarbeitet daraus die Strategie und plant entsprechend die operative Umsetzung, definiert die adäquaten Aktivitäten, deren Ressourcenplanung und unterbreitet seine Planung der Vereinsversammlung zur Verabschiedung.

Pro Helvetia

Der Stiftungsrat ist verantwortlich für die Strategie. Er legt die Leitlinien und Schwerpunkte der Tätigkeit von Pro Helvetia fest. Der Bundesrat wählt die Mitglieder. Bei der Geschäftsstelle laufen die Fäden der Förderung zusammen. Sie bearbeitet die Anträge um finanzielle Unterstützung, entwickelt neue Förderinstrumente, berät Veranstalter und Künstler, betreut die Aussenstellen und setzt die eigenen Initiativen um. Die Büros der Geschäftsstelle befinden sich in Zürich. Weitere Standorte im Ausland sind Kairo, Johannesburg, New Delhi, Shanghai, Moskau sowie Paris. Dazu arbeitet Pro Helvetia eng mit den Kulturzentren in Rom/Milano sowie in New York und San Francisco zusammen. Die Fachkommission berät die Geschäftsstelle in fachlichen Fragen. Sie begutachtet Unterstützungsanfragen und stiftungseigene Vorhaben ab 50'000 Franken. Dazu prüft sie neue Förderinstrumente vor der Einführung. Ein Netz von unabhängigen Expertinnen und Experten und verschiedene Fachjurys begleiten die Geschäftsstelle bei der Beurteilung von Unterstützungsanfragen.

Weitere Informationen zur Organisation finden sich in der Geschäftsverordnung.



Die Kulturbotschaft¹⁷ legt die strategische Ausrichtung der Kulturpolitik des Bundes fest. Sie beinhaltet die Ziele, Maßnahmen und die Finanzierung sämtlicher Förderbereiche des Bundesamtes für Kultur, der Stiftung Pro Helvetia und des Schweizerischen Nationalmuseums.

4.4. Kernmärkte des Musikexportbüros

Swiss Music Export

Die Beschränkung auf die Verbreitung von Schweizer Popmusik sowie eine geografische Fokussierung auf wenige Zielorte ist den begrenzten Ressourcen geschuldet. Die Arbeit von Swiss Music Export fokussiert im Allgemeinen auf Europa, hauptgewichtig in den deutschsprachigen und frankofonen Musikmärkten. Ausnahmen in anderen Märkten sind möglich.

Pro Helvetia

Besondere Kernmärkte werden nicht genannt. Im Bereich Musik unterstützt Pro Helvetia Recherche- und Atelieraufenthalte von Schweizer Musikschaaffenden in China, Indien (und weiteren

17 Vgl.: <https://www.bak.admin.ch/bak/de/home/themen/kulturbotschaft.html>.

südasiatischen Ländern), Russland, Ägypten (und weiteren Ländern der arabischen Welt) sowie dem südlichen Afrika.

4.5. Außenstellen in anderen Ländern

Swiss Music Export

Personal ist nur in Zürich angestellt (zwei Teilzeitstellen 65% und 40%, plus eine Praktikantin). Die Fondation Romande pour la Chanson et les Musiques actuelles (FCMA) in Nyon hat ein Mandat für die entsprechende Arbeit für SME in Nyon und für einige Projekte in Frankreich, dafür sind 60 Stellenprozente vorgesehen. Offizielle Aussenstellen im Ausland hat SME nicht, ist aber durch das eigene Personal häufig im Ausland präsent, vor allem in Berlin.

Pro Helvetia

Pro Helvetia beschäftigte per Ende 2017 insgesamt 94 Mitarbeitende, welche sich 76,6 Vollzeitstellen teilten.

Rund um den Globus betreibt Pro Helvetia ein Netz von Außenstellen. Sie unterstützen den kulturellen Austausch der Schweiz mit dem Ausland. Die Verbindungsbüros wirken als Brückenbauer für Kulturschaffende aus der Schweiz in andere Weltregionen und tragen zum Dialog zwischen den verschiedenen Kulturen bei.

Paris: Pro Helvetia betreibt in Paris das Centre culturel suisse. Dieses verfügt über zwei große Ausstellungsräume, einen Theatersaal und eine Buchhandlung.

Das Centre culturel suisse macht in Paris und Frankreich eine weltoffene Schweizer Gegenwartskunst bekannt. Es fördert die Beziehungen zwischen der Schweizer und der französischen Kunstszene und organisiert jährlich ein vielfältiges Programm mit rund 70 Veranstaltungen. Vertreten sind alle Sparten von Literatur, Tanz, Theater, Musik, visueller Kunst und Film bis zur Architektur.

Roma/Milano: Das Institut hat zwei Kernaufgaben: Es fördert den Schweizer Nachwuchs in Kunst und Wissenschaft.

Venezia: Die Biennalen von Venedig zählen zu den wichtigsten internationalen Plattformen für Gegenwartskunst und Architektur. Die Schweiz nimmt seit 1920 an der Biennale von Venedig (seit 1991 an der Architekturbiennale) teil.

New York: Die Partnerschaft zwischen Pro Helvetia und dem Swiss Institute basiert auf einem Mandatsvertrag. Dieser bezweckt, den künstlerischen Austausch zwischen der Schweiz und New Yorks Kulturszenen und Publika zu vertiefen, Schweizer Künstlerinnen und Künstler in den USA zu fördern und ihre Bekanntheit zu steigern.

San Francisco: Pro Helvetia ist Partnerin von swissnex San Francisco. Gemeinsam realisieren die beiden Institutionen ein kulturelles Programm am Übergang von Kunst und Wissenschaft sowie Kunst und Technologie.

Cairo: Pro Helvetia engagiert sich seit 1988 für den kulturellen Austausch zwischen der Schweiz und dem arabischen Raum durch das Verbindungsbüro in Kairo. Das Programm ist interdisziplinär. Eine erhöhte Aufmerksamkeit gilt für die Bereiche: Theater, Musik und visuelle Künste. Pro

Helvetia fokussiert auf Kollaborationen zwischen Kulturschaffenden aus der Schweiz und der Region, Austauschformate zu zeitgenössischer Kunst und Kultur und Recherche-Aufenthalte.

Johannesburg: Engagement seit 1998. Das Programm ist interdisziplinär. Eine erhöhte Aufmerksamkeit gilt für die Bereiche: Visuelle und darstellende Künste, Musik, Design, neuen Technologien und Kulturvermittlung. Der Fokus liegt insbesondere auf Kollaborationen zwischen Kulturschaffenden aus der Schweiz und der Region, Tourneen, Ausstellungen von Schweizer Werken, Residenzen. Das Verbindungsbüro in Johannesburg interessiert generell Vorhaben an den Schnittstellen zwischen Kunst, Gesellschaft und Politik.

New Delhi: Kultureller Austausch seit 2007. Das Programm ist interdisziplinär. Eine erhöhte Aufmerksamkeit gilt für die Bereiche: Literatur, zeitgenössischer Tanz, visuelle Künste, Klangkunst und Jazzmusik. Der Fokus liegt auf Tourneen, Präsenz an Festivals, Ausstellungen von Schweizer Werken und Residenzen.

Shanghai: Pro Helvetia engagiert sich seit 2010 für den kulturellen Austausch zwischen der Schweiz und China durch Verbindungsbüro in Shanghai. Das Programm ist interdisziplinär. Eine erhöhte Aufmerksamkeit gilt für die Bereiche: Visuelle und darstellende Künste, Design und Musik. Pro Helvetia fokussiert auf den Austausch von Wissen und Erfahrung, Tourneen, Ausstellungen und Residenzen.

Moskau: Engagement seit 2017. Das Programm ist interdisziplinär. Eine erhöhte Aufmerksamkeit gilt für die Bereiche: Literatur, Design, Musik, Performance und Visuelle Künste. Pro Helvetia fokussiert auf Kollaborationen zwischen Kulturschaffenden aus der Schweiz und ganz Russland, Austauschformate zu zeitgenössischer Kunst und Kultur und Recherche-Aufenthalte.

4.6. Förderungen und Maßnahmen des Exportbüros

Swiss Music Export

Die Förderinstrumente von Swiss Music Export werden unter den Strategischen Zielen¹⁸ aufgeführt.

Eine zentrale Maßnahme von Swiss Music Export ist der «Business Support»¹⁹. Dieser richtet sich an Akteure der Schweizer Musikszene und bietet unkomplizierte, rasche und businessorientierte Hilfe. SME bezweckt damit, das Schweizer Business strukturell zu stärken und die Schweizer Musik auf ihrem Weg ins Ausland zu fördern. Im Zuge der Umstellung auf Business Support wurde 2016 die bisherige Aktivität von SME im Bereich «Tour Support» eingestellt, da dieser Bereich bereits durch andere Kulturstiftungen abgedeckt ist.

18 Vgl.: https://swiss-music-export.com/wp-content/uploads/2017/07/SME_Strategische-Ziele_D.pdf.

19 Unter «Business Support» wird die Unterstützung von spezifischen Aktivitäten zur Promotion einer Tour, eines neuen Albums usw. verstanden. Darunter können fallen: Einzelne Showcases, Promotions-Aktivitäten im Ausland, Teilnahme an SME-Plattformen, Reisespesen zu begründeten und wichtigen Geschäftstreffen im Inland (für ausländische Partner) und im Ausland, Reisespesen / Einladungen von potenziellen Partnern aus dem Ausland an Schweizer Auftritten der Artists und ähnliche Aktivitäten. Siehe auch: <https://swiss-music-export.com/infos/business-support>.

Weiter werden Bands / Artists und Showcase Festivals empfohlen bzw. vermittelt, was jeweils mit einer zusätzlichen finanziellen Unterstützung verbunden ist. Die Liste der Festivals umfasst Eurosonic Noorderslag, The Great Escape, c/o-Pop Köln, Reeperbahn Festival, Waves Vienna, MaMA Festival Paris sowie Rencontres Trans Musicales de Rennes (inkl. Bar en Trans). Weitere Festivals in der Schweiz wie die Voix de Fête (Genève), Electron Festival (Genève), m4music (Lausanne + Zürich), Bad Bonn Kilbi (Düdingen) sowie das Paléo Festival (Nyon) dienen als Plattformen für verschiedene Networking Events.

Pro Helvetia

Eine Übersicht über die Fördertätigkeit im Bereich Musik ist online einsehbar²⁰.

Im Bereich Aktivitäten im Ausland fördert Pro Helvetia die Verbreitung von Werken Schweizer Kunstschaffender, die von etablierten Institutionen, Veranstaltern oder Festivals im Ausland eine Einladung erhalten haben. Zu diesem Zweck leistet die Stiftung Beiträge an Theater- und Tanztourneen, Konzerttourneen, Lesereisen, Ausstellungen und die Veröffentlichung von Übersetzungen von Schweizer Werken. Mit einer breiten Palette von Promotionsmassnahmen trägt Pro Helvetia dazu bei, dass das Schweizer Kulturschaffen von Veranstaltern im In- und Ausland stärker wahrgenommen wird; zu diesen Maßnahmen zählen sowohl Online-Plattformen, wie die 2017 lancierten Portale performingarts-selection.ch²¹ und swissmusic.ch²², als auch Promotionsanlässe. Pro Helvetia organisiert Schweizer Auftritte oder Schwerpunkte im Rahmen zahlreicher Messen, Biennalen und anderer Veranstaltungen von internationaler Ausstrahlung. Im Bereich der Popmusik war die Schweiz Ehrengast des Showcase-Festivals «The Great Escape» in Brighton, wo Pro Helvetia gemeinsam mit Swiss Music Export den Schweizer Auftritt organisierte. Pro Helvetia fördert den Austausch mit anderen Kulturen durch Residenzen, Wissensaustausch und Kooperationen, die Schweizer Kulturschaffenden ermöglichen, ihre Netzwerke zu erweitern, verschiedene kulturelle Kontexte kennenzulernen und neue berufliche Erfahrungen zu machen. In enger Zusammenarbeit mit ihren Verbindungsbüros ermöglichte die Stiftung Kulturschaffenden aus verschiedenen Sparten und Regionen zahlreiche Atelieraufenthalte. Schließlich richtet Pro Helvetia den Blick auf neue Netzwerke, Regionen und Märkte, bei denen sie Potenzial für einen intensiveren Austausch und eine stärkere Präsenz von Schweizer Kunst und Kultur sieht, und setzt dabei insbesondere auf den Aufbau von Partnerschaften mit regionalen Veranstaltern. Im Herbst 2017 eröffnete Pro Helvetia ihr Programm «COINCIDENCIA – Kulturaustausch Schweiz-Südamerika», mit Auftaktveranstaltungen in São Paulo, Buenos Aires, Bogotá und Santiago de Chile. Um auch in Europa die Sichtbarkeit von Schweizer Kunst und Kultur zu erhöhen, konzipierte sie im Jahr 2017 flexible Promotionsstrukturen für London und Berlin und lancierte eine Ausschreibung zur Förderung von europäischen Kooperationen im Bereich der performativen Künste.

20 Vgl.: <https://prohelvetia.ch/de/wegleitung-musik/#heading-3>.

21 Vgl.: <https://performingartsselection.ch/>.

22 Vgl.: <https://swissmusic.ch/en/>.

4.7. Antragszahlen und Bewilligungsquoten

Swiss Music Export

Swiss Music Export führt keine Statistiken zu den Antragszahlen sowie dem Fördervolumen. Auf Nachfrage wird die Bewilligungsquote auf ca. 50% geschätzt.

Pro Helvetia

2017 hat Pro Helvetia 5020 Gesuche erhalten. Unterstützt wurden die Sparten visuelle Künste, Musik, Literatur und Gesellschaft, Theater, Tanz, sowie – subsumiert unter dem Sammelbegriff «Interdisziplinäres» – disziplinübergreifende Projekte sowie neue Medien und Technologien. Im Jahr 2017 wurden insgesamt 48.5% der Gesuche bewilligt. Im Bereich Musik gingen 1164 Gesuche ein. Davon wurden 559 Projekte²³ im Jahr 2017 gefördert.

4.8. Verfahren für die Auswahl der KünstlerInnen

Swiss Music Export

Für die Projektförderung hat Swiss Music Export Kriterien festgelegt, die es dem Exportbüro ermöglichen, einzelne Musiker oder Musikgruppen auszuwählen. Die Geschäftsleitung – bestehend aus zwei Personen – entscheidet über die Gesuche.

Dies bedeutet, dass das kommerzielle und musikalische Potenzial jeder erhaltenen Anfrage bewertet wird. Dies geschieht durch die Untersuchung der Zielmärkte (oder Länder) in Bezug auf ein bestimmtes Musikgenre und unter Berücksichtigung der kommerziellen Attraktivität des Künstlers in Bezug auf CD-Veröffentlichung, Vertrieb und Tourneen sowie des künstlerischen Potenzials des Musikers in Bezug auf Medienpräsenz und Festivalbuchungen.

Swiss Music Export ist bemüht, KünstlerInnen aller Sprachregionen der Schweiz gleichermaßen zu berücksichtigen. Ein besonderes Augenmerk wird auf die Förderung von Frauen gelegt, was gemäß Aussage der Geschäftsleitung u.a. Teil einer Leistungsvereinbarung ist.

Pro Helvetia

Pro Helvetia fördert das zeitgenössische Schweizer Musikschaffen mit Blick auf Vielfalt und nationale wie internationale Ausstrahlung. Sie unterstützt die Entstehung neuer musikalischer Werke, die Verbreitung des Schweizer Musikschaffens im Ausland, den Kulturaustausch im Inland sowie die Vermittlung von Musik ans Publikum. Als nationale Stiftung ergänzt Pro Helvetia die Fördertätigkeit von Kantonen und Städten und unterstützt nur Projekte von überregionaler bzw. internationaler Bedeutung.

Für eine Unterstützung setzt Pro Helvetia voraus, dass ein Vorhaben

- einen klaren Bezug zur Schweiz aufweist;
- von gesamtschweizerischem Interesse ist;
- öffentlich zugänglich ist;
- durch andere öffentliche oder private Geldgeber (inkl. Verlag/Veranstalter) angemessen mitfinanziert wird.

23 Vgl.: https://prohelvetia.ch/de/geofoerderte-projekte/?ph_keyword=&ph_year=2017&ph_field=28710&ph_amount=&ph_country=0.

Die Stiftung prüft, ob das Vorhaben durch hohe künstlerische und fachliche Qualität überzeugt; das Vorhaben nach professionellen Standards umgesetzt wird; die Kosten der erwarteten Resonanz angemessen sind; eine nachhaltige Wirkung absehbar ist.

Zuständige Instanzen:

Werkbeiträge: Über Gesuche entscheidet die Direktion auf Empfehlung einer Jury.

Projektbeiträge: Über Gesuche bis CHF 25'000 entscheidet die Fachabteilung; bei Gesuchen zwischen CHF 25'000 und 50'000 entscheidet der Bereich Förderung.

Bei Gesuchen über CHF 50'000 sowie bei mehrjährigen Leistungsvereinbarungen entscheidet die Direktion auf Antrag der Fachkommission und nach Anhörung der Geschäftsleitung; bei Gesuchen über CHF 300'000 bedarf der Entscheid der Genehmigung durch den Stiftungsrat.

Die Förderkriterien²⁴ sowie das Verfahren²⁵ werden auf der Webseite von Pro Helvetia aufgeführt.

4.9. Zielgruppen des Musikexportbüros

Swiss Music Export

Swiss Music Export arbeitet im Feld der aktuellen Popmusik. Pop wird von SME in einem erweiterten Sinne betrachtet und als „Musik deren Businessmethoden im selben Rahmen funktionieren wie im Pop- oder Rockbereich und welche mit den Tools von SME umgesetzt werden können“ definiert.

Swiss Music Export arbeitet mit Künstlerinnen und Künstlern mit einer realistischen Chance in deren Zielmarkt. Deren Musik weist ein klares Exportpotenzial auf und deren Umfeld einen erfolgversprechenden Exportplan. Dabei können durch SME Schwerpunkte gesetzt werden.

Pro Helvetia

Die Eignungskriterien für Finanzhilfen von Pro Helvetia finden sich in der Beitragsverordnung²⁶.

4.10. Kriterien für nachhaltige Förderung

Swiss Music Export

Swiss Music Export arbeitet nicht mit harten Kriterien, unterstützt jedoch primär Künstler, die mit einem professionellen Umfeld arbeiten oder den Willen zur Professionalisierung haben.

Pro Helvetia

In den Strategischen Zielen des Bundesrates für die Stiftung Pro Helvetia 2016-2020²⁷ wird festgehalten, dass von Pro Helvetia erwartet wird, dass sie *die zur Erfüllung der strategischen Ziele notwendigen Instrumente zur Verfügung stellt und die Leistungen in der geforderten Qualität*

24 Vgl.: <https://prohelvetia.ch/de/wegleitung-musik/#heading-3>.

25 Vgl.: <https://prohelvetia.ch/de/wegleitung-musik/#heading-16>.

26 Vgl.: https://prohelvetia.ch/app/uploads/2016/06/2012_Betragsverordnung_Pro_Helvetia_def_D.pdf.

27 Vgl.: <https://prohelvetia.ch/app/uploads/2016/06/Strategische-Ziele-des-Bundesrates.pdf>.

nachhaltig und zeitgerecht erbringt. Die Kriterien finden sich in der Beitragsverordnung²⁸ von Pro Helvetia.

4.11. Evaluationen des Musikexportbüros

Swiss Music Export

Swiss Music Export evaluiert punktuell einzelne Projekte, nicht aber ihre gesamte Arbeit.

Pro Helvetia

Pro Helvetia veröffentlicht einen Jahresbericht, in welchem ihre Tätigkeiten und Erfolge aufgeführt sind.

Im Jahr 2018 wurde die Kulturstiftung von der Eidgenössischen Finanzkontrolle²⁹ überprüft.

5. Österreich

Für die Republik Österreich hat die Parlamentsdirektion mit Schreiben vom 19. Dezember 2018 folgende Antworten zur Verfügung gestellt:

5.1. Gründung des Musik-Exportbüros

Austrian Music Export ist eine gemeinsame Initiative des österreichischen Musikinformationszentrums mica – music austria und des Österreichischen Musikfonds. Sie wurde 2011 zur Förderung professioneller österreichischer Musikproduktionen ins Leben gerufen.

In den folgenden Jahren wurden Internationalisierungsprojekte vor allem mit Unterstützung des Außenministeriums und der Sektion II – Kunst und Kultur im Bundeskanzleramt sowie der Musikverwertungsgesellschaften AKM und Austro Mechana umgesetzt.

Ab 2006 gab es mit dem Austrian Music Ambassador Network (AMAN) eine von Labels betriebene Exportinitiative, deren Aktivitäten Mitte 2011 in den Öst. Musikfonds eingegliedert wurden.

Mit der Neuaufstellung von Austrian Music Export konnten die Kräfte aller im Musikexport tätigen Organisationen gebündelt und die verschiedenen Interessen berücksichtigt werden.

5.2. Finanzierung des Musik-Exportbüros

Die Aktivitäten von Austrian Music Export werden einerseits durch Personaleinsatz und Infrastruktur der beiden Vereine mica – music austria und Österreichischer Musikfonds ermöglicht,

28 Vgl.: https://prohelvetia.ch/app/uploads/2016/06/2012_Betragsverordnung_Pro_Helvetia_def_D.pdf.

29 Vgl.: <https://www.efk.admin.ch/de/publikationen/bildung-soziales/kultur-und-sport/3335-subventionen-synthesebericht-pro-helvetia.html>.

andererseits von allen Fördergebern, die im Musikbereich in Österreich tätig sind, unterstützt. Für seine Export-Projekte hat Austrian Music Export ein jährliches Budget von etwa € 200.000,- zur Verfügung.

Die Finanzierung erfolgt durch Förderungen aus dem Bundeskanzleramt Österreich Sektion II – Kunst und Kultur, dem Bundesministerium für Europa, Integration und Äußeres und den Österreichischen Kulturforen und Botschaften, der Außenwirtschaft Austria (finanziert aus Mitteln der Exportinitiative „go international“, einer Förderinitiative des Bundesministeriums für Wissenschaft, Forschung und Wirtschaft und der Wirtschaftskammer Österreich), vom Fachverband der Film- und Musikwirtschaft (FAMA) und sämtlichen Musikverwertungsgesellschaften Österreichs: der Gesellschaft zur Förderung österreichischer Musik (GFÖM) der AKM³⁰, vom SKE Fonds³¹ der Austro Mechana, von der IFPI³²/LSG Produzenten³³ und der ÖSTIG/LSG Interpreten³⁴. Darüber hinaus werden Mittel der EU im Rahmen des Programms Creative Europe verwendet.

Das Aufgabenfeld gliedert sich grob in folgende Exporttätigkeiten:

- Information, Professionalisierung, Marktrecherche
- Unterstützung für Reisekosten/Toursupport
- Austauschprogramme/Networkingevents
- Maßnahmen Pop/Rock/Electronic Festivals
- Maßnahmen Jazz und Weltmusik Festivals
- Maßnahmen Neue Musik Festivals
- Lokale Kooperationen, Einladung Multiplikatoren
- Promotion, Pressearbeit, Website
- Reisekosten/Akkreditierungen.

30 AKM austro mechana, Verwertungsgesellschaften der Autoren, Komponisten und Musikverleger.

31 Soziale und kulturelle Einrichtungen der austro mechana, vgl.: <https://www.ske-fonds.at/> sowie: <https://www.musicaustria.at/praxiswissen/foerderungen-finanzierung/ske-fonds-soziale-und-kulturelle-einrichtungen-der-austro-mechana/>.

32 Verband der österreichischen Musikwirtschaft, vgl.: <https://www.ifpi.at/>.

33 LSG Wahrnehmung von Leistungsschutzrechten GmbH, vgl.: <http://www.lsg.at/>.

34 Österreichische Interpretengesellschaft ÖSTIG, <https://www.oestig.at/> und <https://www.lsg-interpreten.com/oestig/>.

5.3. Strukturen des Musik-Exportbüros

mica – music austria und der Österreichische Musikfonds sind unabhängige Vereine mit Geschäftsführung, Vorstand/Kuratorium bzw. Mitgliederversammlung. Durch die Unterstützung aller bundesweit in Österreich tätigen Organisationen und Fördergeber im Bereich zeitgenössischer Musik gibt es einen regen Austausch über die jeweiligen Aktivitäten und Schwerpunkte, die untereinander möglichst gut abgestimmt werden.

Eines der Hauptziele bei der Gründung von Austrian Music Export war es, bestehende Maßnahmen zu koordinieren, zu bündeln und dadurch zu verstärken. Mit den Förderstellen der einzelnen Bundesländer gibt es stetigen Austausch sowie Kooperationsprojekte.

- mica – music austria wurde 1994 als unabhängiger, gemeinnütziger Verein gegründet. Vereinsziele sind die Bereitstellung von Informationen über das Musikleben Österreichs sowie die Forschung auf dem Gebiet der Gegenwartsmusik, die Unterstützung der in Österreich lebenden zeitgenössischen Musikschaaffenden durch Beratung und Information sowie die Verbreitung heimischen Musikschaaffens durch Promotion im In- und Ausland. mica – music austria wird derzeit mit jährlich € 740.000,- gefördert durch: Bundeskanzleramt Österreich Sektion II – Kunst und Kultur, MA7 - Kulturabteilung der Stadt Wien, Gesellschaft zur Förderung österreichischer Musik (GFÖM) der AKM, SKE Fonds der austro mechana, Bundesministerium für Europa, Integration und Äußeres und die Kulturabteilungen der Bundesländer Burgenland, Kärnten, Niederösterreich, Oberösterreich, Salzburg & Steiermark.
- Der Österreichische Musikfonds fördert bundesweit Musikproduktionen auf Tonträgern oder sonstigen audiovisuellen Medien bzw. Musikproduktionen zur Auswertung in neuen Medien. Maßgebliche Kriterien für die Förderung der Produktion ist deren Eignung als Kulturgut mit österreichischer Prägung, die Professionalität in der Produktion und die Verwertungsmöglichkeit im In- und Ausland. Darüber hinaus werden vom Österreichischen Musikfonds Live-Tourneen gefördert, die der Bewerbung geförderter Produktionen dienen. Er wurde als public-private-partnership initiiert und wird derzeit mit jährlich € 920.000,- gefördert durch: Bundeskanzleramt Österreich, AKM / GFÖM Gesellschaft zur Förderung österr. Musik, austro mechana / SKE, Fachverband Film und Musik, IFPI, ORF, ÖSTIG.

5.4. Kernmärkte des Musik-Exportbüros

Ein Kernmarkt von Austrian Music Export ist sicherlich Deutschland, der wichtigste Absatzmarkt für österreichische Musik. Schwerpunkte sind u.a. eine regelmäßige österreichische Präsenz auf den größten Branchenplattformen Europas, wie dem Eurosonic Festival (NL), dem Great Escape Festival (UK) und dem Reeperbahn Festival (DE), aber auch zahlreichen kleineren Plattformen und genrespezifischen Musikmessen.

Darüber hinaus arbeitete Austrian Music Export in den letzten Jahren auch mit einem Fokus auf die Nachbarstaaten. Jedes Jahr wählt Austrian Music Export in Abstimmung mit dem Showcase-Festival Waves Vienna, dessen Schwerpunkt auf dem Austausch zwischen Ost und West liegt,

zwei Fokusländer aus, eines aus Westeuropa, das andere aus dem Gebiet des ehemaligen (politischen) Ostens. In den nächsten Jahren sind auch verstärkt Projekte in Fernmärkten angedacht, wichtige Impulse dafür erwartet Austrian Music Export aus den Ergebnissen der von der EU Kommission beauftragten Studie „Music Moves Europe – A European Music Export Strategy“ an der Austrian Music Export als Partner mitwirkt

5.5. Außenstellen in anderen Ländern

Es gibt keine Außenstellen in anderen Ländern. Es besteht allerdings eine intensive Zusammenarbeit mit den Österreichischen Kulturforen und Botschaften sowie Außenwirtschaftszentren weltweit.

5.6. Vom Export-Büro durchgeführte Maßnahmen

- Im Detail zu 2017: <https://www.musicexport.at/wp-content/uploads/Annual-Report-Austrian-Music-Export-2017-web.pdf> - der Link funktioniert leider nicht, der Jahresbericht ist aber über den Link „sämtliche Jahresberichte“ (siehe unten) verfügbar.
- Sämtliche Jahresberichte: <https://www.musicexport.at/service-information/downloads/>
- Einen Überblick über die Aktivitäten und Förderschienen der im Bereich Musikexport tätigen Institutionen gibt die Veröffentlichung „Musikexport in Österreich“ - https://www.musicexport.at/wp-content/uploads/AME-Folder_MUSIKEXPORT-IM-UEBERBLICK-2017.pdf

Maßnahmen-Überblick:

- Professionalisierung der Musikschaaffenden und deren wirtschaftlichen Umfelds (Labels, ManagerInnen, Verlage, Agenturen etc.)
- Kostenlose Karriere- und Rechtsberatungen
- Workshops: 2017 wurden 13 Workshops durchgeführt, bei denen Internationalisierung Thema war, darunter anlassbezogene Workshops, etwa mit den österreichischen ‚Acts + deren Partner‘ zur Vorbereitung auf das Eurosonic Festival
- online Services: auf <https://www.musicaustria.at/praxiswissen/>³⁵ werden Informationen zu den am häufigsten nachgefragten Themenbereichen aus dem Musikleben angeboten, darunter auch Förderangebote zur Internationalisierung, Informationen über internationale Zielmärkte und Musterverträge (27 auf Deutsch, 12 in englischer Sprache)
- Broschüren: gemeinsam mit einer Organisation, die auf Jugendarbeit spezialisiert ist, wurden Broschüren zu den Themen Urheberrecht, Veröffentlichen und Live Musik in einfach verständlicher Sprache herausgegeben

35 Vgl.: <https://www.musicaustria.at/praxiswissen/>.

-
- Konferenzen: (Co-)Organisation von Konferenzen in Wien (Waves Vienna Music Conference, Popfest Wien Sessions), bei denen Information und Wissen, sowie die Möglichkeit zur Vernetzung mit internationalen PartnerInnen in unterschiedlichen Formaten angeboten werden (Panels, Workshops, Präsentationen, Speed Meetings, Receptions etc.)
 - Networking Events auf internationalen Festivals: Organisation von Receptions und Networking Formaten (Round Tables, Speed Meetings, Networking Lunches etc.), zu denen gezielt passende internationale PartnerInnen eingeladen werden. Den heimischen Firmen wird nach Möglichkeit eine Fahrtkostenunterstützung zur Teilnahme an diesen Events angeboten.
- Informationen über heimisches Musikschaffen
 - Website www.musicexport.at³⁶ mit Informationen über österreichisches Musikschaffen, int. Konzertaktivitäten, öst. Festivals und Projekte mit int. Strahlkraft. Für int. MultiplikatorInnen werden Informationen über öst. Musikschaftende in Form mit allen relevanten b2b Infos (englischsprachige Kurzbio, Fotos, Kontakte zu Management, Booking, Label etc.) angeboten: <https://www.musicexport.at/artists/>
 - unter <https://www.musicexport.at/service-information/most-useful-contacts/> werden Kontaktinformationen zu österreichischen Agenturen, Promotern, Artist Mobility, Verwertungsgesellschaften, Vertrieben, Ausbildung, Festivals, Informationsseiten, Labels, Presse und Veranstaltungsorten angeboten - Newsletter: wird monatlich an ca. 6000 int. Kontakte verschickt
 - Musikdatenbank: deutsch- und englischsprachige Informationen zu KomponistInnen und ihren Werken, MusikerInnen, Bands und Ensembles sowie den Bereich women/music
 - Shop für mp3s und Noten: Englischsprachiger Shop mit mp3s österreichischer Musikschaftender und Partituren von ca. 200 KomponistInnen.
 - Direkte Unterstützung für Reise- und Transportkosten
 - Showcase-Förderung für Firmen
 - Reisekostenunterstützung für Musikschaftende (jährlich insg. ca. € 25.000.-)
 - Fokus Acts Programm

-
- New Austrian Sound of Music (NASOM), ein Förderprogramm für neue KünstlerInnen in Zusammenarbeit mit dem Bundesministerium für Europa, Integration und Äußeres und den Österreichischen Kulturforen und Botschaften
 - Austauschprogramme
 - Die unter dem Titel „Austrian Heartbeats“ umgesetzte Serie von Eigenveranstaltungen zur Präsentation heimischer Künstler im europäischen Ausland werden in konzeptioneller Abstimmung mit den jährlich wechselnden Gastländern des Waves Vienna Festivals durchgeführt und dienen gleichermaßen der Marktsondierung wie der fokussierten Präsenz Österreichs im Ausland (Live Acts, Präsentationen, Networking Events).
 - Ermöglichung der Zusammenarbeit heimischer Acts mit internationalen MusikerInnen, 3-5 Tage, auch in Recording Studios
 - (Showcase-)Festivals, Messen
 - Veranstaltung von Showcases auf den relevantesten Showcase-Festivals, wie Eurosonic Noorderslag, SXSW, The Great Escape, Reeperbahn Festival und zahlreichen kleineren Festivals: <https://www.musicexport.at/serviceinformation/showcasing/>
 - Präsenz und Unterstützung in der Kommunikation auf den Musikmessen Jazzahead und WOMEX
 - Einladung von MultiplikatorInnen
 - Zu Festivals mit einem großen Anteil österreichischer Musik werden int. MultiplikatorInnen (Promoter, Medien, ProduzentInnen etc.) eingeladen. Ihnen wird neben dem Festival oftmals ein Programm nach ihren Bedürfnissen (Treffen mit Firmen, Organisation von Interviews etc.) zusammengestellt. 2018 bei: Jazzfestival Saalfelden, Popfest Wien, Wien Modern, Musiktheatertage Wien, Waves Vienna
 - Eigenveranstaltungen inkl. internationaler Vernetzung
 - Organisation des zweitägigen Kick Jazz Festivals in Kooperation mit dem Jazzclub Porgy & Bess. Einladung von int. Festivals-BookerInnen, Organisation von Networking-Treffen
 - PR, Medienkooperationen und internationale Pressearbeit, auch in Zusammenarbeit mit internationalen Agenturen
 - Internationale Vernetzung
 - Mitgliedschaft in int. Organisationen: EMEE (European Music Exporter's Exchange), IAMIC (International Association of Music Information Centres), EJM (Europe Jazz Network)
 - Teilnahme an int. Projekten: ETEP (European Talent Exchange Program).

5.7. Antragszahlen und Bewilligungsquoten in den jeweiligen Bereichen der Fördermaßnahmen

NASOM-Programm:	155 Bewerbungen – 25 Förderungen
Intern. Showcase-Förderung:	14 Bewerbungen – 10 Förderungen (je € 1.000,-)
Focus Acts:	12 Bewerbungen – 6 Förderungen (je € 5.000,-)
Showcase Festivals:	20-90 Bewerbungen je Festival – 53 Auftritte bei 19 Festivals

Für seine Export-Maßnahmen hat Austrian Music Export ein jährliches Budget von etwa € 200.000,- zur Verfügung.

5.8. Verfahren der Auswahl der zu fördernden Künstler

Die Auswahl der Acts für Live Auftritte wird von den jeweiligen internationalen Festival-Bookern getroffen, Austrian Music Export unterstützt bei der Aufbereitung der Daten und mit zusätzlichen Informationen. Bei manchen Programmen, wie etwa NASOM oder für die Auswahl der österreichischen Gruppen bei den ‚Operadagen‘ Rotterdam gibt es Jurys. In der Regel sind das 3-5 Experten für ein bestimmtes Genre mit möglichst gleicher Geschlechterverteilung und einer Präsenz aus den Bundesländern außerhalb Wiens. Je nach Thema sind es VeranstalterInnen, JournalistInnen etc., durchwegs Personen ohne Eigeninteressen.

5.9. Zielgruppen und Musikgenres

Im Mittelpunkt stehen österreichische Musikschafter (KomponistInnen, InterpretInnen mit österr. Staatsbürgerschaft oder Lebensmittelpunkt in Österreich) und deren wirtschaftliches Umfeld (Labels, Verlage, Management, Agenturen etc.). Austrian Music Export arbeitet mit allen Genres der zeitgenössischen Musik (Elektronik, Jazz, Neue Musik, Pop, Rock, Weltmusik). Temporäre Schwerpunktsetzungen (wie z.B. Jazz/Weltmusik 2015-2016, Neue Musik 2017-2018) ermöglichen eine vertiefte Auseinandersetzung und die Entwicklung gezielter Unterstützungsmaßnahmen und Projekte in bestimmten Sparten.

5.10. Nachhaltige Förderung

Eine Nachhaltigkeit der Förderungen ist erwünscht, so wird etwa die Qualität des wirtschaftlichen Umfelds bei Ausschreibungen für int. Showcases abgefragt und an die Booker der Festivals kommuniziert. Die Maßnahmen von Austrian Music Export sind aufeinander aufbauend angelegt: Brancheneinsteiger und Newcomer-Künstler können von Professionalisierungsmaßnahmen, Beratungen und Netzwerk-Aktivitäten profitieren; etablierte Firmen und Künstler können Unterstützung bei Promotionleistungen, Tour-Förderungen oder internationalen Showcases und Delegationsreisen in Anspruch nehmen.

5.11. Evaluationen

Es werden regelmäßig Fokusgruppen (pro Genre alle 1-2 Jahre) mit Musikschaftern und VertreterInnen der Musikbranche einberufen, bei denen die Services und Angebote von Austrian Music Export besprochen werden und zusätzlicher Unterstützungsbedarf abgefragt wird. In einzelnen Projekten – etwa ETEP/Eurosonic – werden aus dem Projekt entstandene Konzertauftritte in

Form von Charts erfasst. Daten (Visitors, Zugriffe, Verweildauer etc.) von Website und Newsletter, Datenbank, und Notenshop werden quartalsmäßig ausgewertet und in einem Team-Meeting besprochen. Es gibt ein Jahreskonzept mit Jahreszielen und entsprechenden Kennzahlen sowie einen Jahresbericht. Eine Evaluierung von langfristigen Effekten mit Musikschaaffenden und Firmen, die über einige Jahre betreut und unterstützt wurden, wird 2019 umgesetzt werden.

6. Musik-Exportförderung in Kanada

Die Parlamentsbibliothek Kanadas hat folgende Antworten übermittelt.³⁷

6.1. Gründung des Musikexportbüros

Kanada hat kein Musikexportbüro. Allerdings werden eine Reihe von Förderprogrammen für den Export der Kreativindustrie durch die verschiedene Abteilungen der Regierung angeboten.

Im Jahr 2018 verkündete die kanadische Regierung die Einführung einer neuen „Creative Export Strategy“³⁸. Das „Creative Export Canada program“, das im Folgenden beschrieben wird, war als Teil einer Strategie kreiert worden, die darauf abzielt, „die Kreativwirtschaft für den Export und den Verkauf in fremden Märkten zu positionieren, gestützt auf Fonds, die in bereits existierenden Programmen bestehen; auch sollten die Möglichkeiten von kanadischen Botschaften und Konsulaten verbessert werden, die kanadische Kreativwirtschaft dabei zu unterstützen, erfolgreich in den Schlüsselexportmärkten zu operieren. Weiterhin sollte eine neuen Förderprogramm für die Export-Kreativwirtschaft (Creative Export Canada) geschaffen werden und die Beziehungen ausgebaut werden, die erforderlich sind, um Geschäfte via Handelsvertretungen, Messen. und Partnerschaften zu fördern.“³⁹

Zu den Programmen, die für den Musikexport relevant sind, gehören:

- ‚Creative Export Canada‘(CEC) in der Abteilung für das kanadische Erbe stellt Förderzuschüsse für kanadische Organisationen zur Verfügung, die ein Exportprojekt durchführen wollen. CEC unterstützt Projekte, die Exporteinnahmen generieren und zur Auffindbarkeit kanadischer Werke auf allen Plattformen und Formaten führen. Das Programm wurde 2018 initiiert.
- Der kanadische Musikfonds (Canada Music Fund)⁴⁰ der Abteilung für das kanadische Erbe unterstützt eine breite Palette von Künstlern und Unternehmern, die kanadische Musik

37 Schreiben der Library of Parliament – Canada vom 19. Dezember 2018; die Ausführungen unter Punkt 6 dieser Arbeit sind eine eigene Übersetzung des in englischer Sprache verfassten Antwortschreibens.

38 Vgl.: Creative Export Strategy Canada, im Internet abrufbar unter: <https://www.canada.ca/en/canadian-heritage/services/exporting-creative-industries/creative-export-strategy.html>.

39 Vgl.: <https://www.canada.ca/en/canadian-heritage/services/funding/creative-export-canada.html>.

40 <https://www.canada.ca/en/canadian-heritage/services/funding/music-fund.html>.

schaffen, veröffentlichen, produzieren und vermarkten, und ebenso die Organisationen, die sie repräsentieren. Das Programm hilft kanadischen Musikerunternehmen und Künstlern, sich selbst auf dem globalen und digitalen Marktplatz durch Aktivitäten wie internationale Tourneen und Auftritte, Geschäftsentwicklungen, Marketing, Messen und professionelle Trainingslager zu positionieren. Das Programm wurde im Jahr 2001 eingerichtet.

- Der Fonds für die Präsentation kanadischer Künste (Canada Arts Presentation Fund (CAPF)⁴¹ stellt finanzielle Unterstützung für Organisationen zur Verfügung, die professionell Kunstfestivals und Serien für aufführende Künste (performing arts series – arts presenters) veranstalten und unterstützt Organisationen, die Kunstpräsentatoren anbieten. Der CAPF kann bereits existierende Empfänger mit einer strategischen zusätzlichen Förderung unterstützen, um die Teilnahme von Delegationen an internationalen Kunstmes- sen zu gewährleisten und die Teilnahme von Interessenvertretern an Messen zu gewähr- leisten. Das CAPF-Programm wurde 2001 geschaffen, aber zusätzliche Unterstützung für Exportaktivitäten steht auch als Teil des neuen Regierungsprogramms der ‚creative export strategy‘, die 2018 bekanntgemacht wurde, zur Verfügung.
- Der kanadische Ausschuss für auswärtige Künste (Canada Council for the Arts‘ Arts Ab- road)⁴² unterstützt Künstler, Professionelle der Kunstszene, Gruppen und Organisationen, um deren internationale Publizität zu fördern, Forschung zum künstlerischen Schaffen zu unterstützen oder sich mit internationalen Kollegen auszutauschen und fördert neue und bereits existierende Märkte im globalen Kontext. Dieses Programm wurde 2015 geschaf- fen.
- CanExport von Global Affairs Canada⁴³ stellt direkte finanzielle Unterstützung für kleinere und mittlere Unternehmen in Kanada zur Verfügung, die nach neuen Exportmöglichkei- ten suchen, insbesondere in Wachstumsunternehmen, Märkten und Sektoren. Das Pro- gramm wird co-gefördert durch eine administrative Abmachung zwischen dem ‚Global Affairs Canada’s Trade Commissioner Service‘ und dem nationalen Untersuchungsaus- schuss des kanadischen Industrie-Forschungsunterstützungs-Programm (Canada’s Indust- rial Research Assistance Program). Dieses Programm wurde 2016 ins Leben gerufen.
- Die ‚Global Opportunities for Associations‘ von Global Affairs Canada⁴⁴ stellt Anteilförde- rungen zur Verfügung, um nationale Unternehmen darin zu unterstützen, neue oder er- weiterte internationale Aktivitäten für Geschäftsentwicklungen auf strategischen Märkten und Sektoren zum Wohl der gesamten Industrie (Mitgliederfirmen ebenso wie Nichtmit- glieder) zu entwickeln. Dieses Programm wurde 2008 eingerichtet.

41 <https://www.canada.ca/en/canadian-heritage/services/funding/arts-presentation-fund.html>.

42 <https://canadacouncil.ca/funding/grants/arts-abroad>.

43 <http://tradeteampei.com/global-affairs-canada-announces-new-canexport-program/>.

44 <https://www.canada.ca/en/global-affairs/news/2018/06/global-opportunities-for-associations-2018-to-2019-fun- ding-recipients.html>.

6.2. Finanzierung des Musikexportbüros

Die kanadische Regierung kündigte im Juni 2018 eine Investition in Höhe von \$ 125 Millionen (Kanadische Dollar) für einen Zeitraum von fünf Jahren an, um die erste kanadische ‚Creative Export Strategy‘⁴⁵ umzusetzen. \$ 7 Millionen jährlich werden für das neu geschaffene Creative Export Canada-Programm bereitgestellt.

In Kanada gibt es eine Abteilung der kanadischen Regierung, genannt ‚Global Affairs‘, die nicht nur die diplomatischen und konsultarischen Beziehungen Kanadas verwaltet, sondern auch den internationalen Handel des Landes fördert und die internationale Entwicklung und humanitäre Hilfe Kanadas leitet⁴⁶. Diese Abteilung hat annähernd \$ 3 Millionen an Förderungen jährlich an nationale, kanadische Vereinigungen vergeben, damit sie sich im internationalen Handel engagieren und Aktivitäten in diesem Bereich entwickeln können, nicht nur zugunsten ihrer Mitglieder, sondern der gesamten Kreativwirtschaft. CanExport wird \$ 50 Millionen über einen Zeitraum von fünf Jahren zur Verfügung stellen. Gestartet wurde dieses Programm Anfang 2016 mit Zuwendungen an kleinere und mittlere Unternehmen. Das Budget für Zuschüsse und Beihilfen in den Jahren 2016-2017 betrug \$ 8.629.000.⁴⁷

Die Prognose für Zuwendungen und Förderungen zur Unterstützung des globalen Marktes in den Jahren 2017-2018, die globale Möglichkeiten für Organisationen und CanExport bedeuten, betrug \$ 17.955.855. Das geplante Ausgabenvolumen für die Jahre 2018-2019 beträgt \$ 17.037.363. Diese Summe beinhaltet die gesamten Ausgaben und ist nicht auf einzelne Programme aufgeteilt.⁴⁸

In den Jahren 2015-2016 hatte der ‚Canada Arts Presentation Fund‘ ein Budget in Höhe von \$ 31.850.742 (ohne Humankapital)⁴⁹. Für die Jahre 2017-2018 betrug die gesamte Vorausschätzung für Zuwendungen und Förderungen \$ 30.214,917. Die eingeplanten Ausgaben für die Jahre 2018-2019 belaufen sich auf \$ 31.977.742.⁵⁰

45 Vgl.: <https://www.canada.ca/en/canadian-heritage/news/2018/06/minister-joly-launches-the-new-creative-export-strategy-for-creative-industries-including-a-new-export-funding-program.html>.

46 Vgl.: https://en.wikipedia.org/wiki/Global_Affairs_Canada.

47 Quelle: Schreiben der Parlamentsbibliothek Canada vom 19. Dezember 2018 mit einem Link zu ‚Audit of the CanExport Program‘ (der allerdings nicht funktioniert).

48 Quelle: Schreiben der Parlamentsbibliothek Canada vom 19. Dezember 2018 mit einem Link zu ‚2018-2019, Department Plan – Supplementary Information Tables – (der allerdings nicht funktioniert)‘.

49 Vgl.: <https://www.canada.ca/en/canadian-heritage/corporate/publications/audits/canada-arts-presentation-fund-2016.html>.

50 Vgl.: <https://www.canada.ca/en/canadian-heritage/corporate/publications/plans-reports/departmental-plan-2018-2019.html>.

6.3. Strukturen des Musikexportbüros

Wie bereits erwähnt, werden Kanadas Aktivitäten im Bereich des Musikexports durch verschiedene Abteilungen verwaltet. Zu diesen gehören auch Canadian Heritage und Global Affairs Canada. Eine Vielzahl von Programmen wird angeboten. Die neu eingerichtete ‚Creative Export Strategy‘ ist ein nationaler Plan, um das Potential der kanadischen Kreativwirtschaft zu steigern.

6.4. Kernmärkte des Musikexportbüros

Die oben beschriebenen Programme sind nicht für bestimmten Märkte konzipiert. Die globalen Möglichkeiten für Organisationen und CanExport-Programme zeigen, dass Aktivitäten in allen Ländern geeignet und wählbar sind, vorausgesetzt, dass Kanada keine Handels- oder Wirtschaftssanktionen verhängt hat, die sich auf die vorgeschlagenen Aktivitäten in dem jeweiligen Land beziehen könnten.

6.5. Außenstellen in anderen Ländern

Kanadas ‚Creative Export Strategy‘ arbeitet mit der Abteilung des kanadischen Handelskommissars zusammen und hat Ressourcen in wichtigen kanadischen Botschaften und Konsulaten wie New York, Paris, London, Los Angeles, Berlin, Shanghai, Mumbai, Mexiko City, Tokio und Sydney. Die Abteilung für das kanadische Erbe stellt eine Liste der Handelsbeauftragten zur Verfügung, die für die Künste und die Kulturindustrie verantwortlich sind und die in Handelsorganisationen, Botschaften und Konsulaten überall auf der Welt stationiert sind.⁵¹ Grundsätzlich gibt es in jeder dieser Einrichtungen je einen Handelskommissar, der für die Künste und die Kulturindustrie zuständig ist.

6.6. Förderungen und Maßnahmen des Exportbüros

Die kanadische Regierung unterstützt Handelsorganisationen im Ausland als Teil ihrer ‚Creative Export Strategy‘ und unterhält eine Liste von aktuellen und zukünftigen Handelsorganisationen und Events.⁵² Diese beinhalten Seminare zum Export der kanadischen Kreativindustrie⁵³, aber auch Handelsmessen und Termine in China⁵⁴, Mexiko und Schottland⁵⁵, die kürzlich stattgefunden haben. Die Abteilung für das kanadische Erbe, ‚Canadian Heritage‘ arbeitete mit der obersten

51 Vgl.: <https://www.canada.ca/en/canadian-heritage/services/exporting-creative-industries/enter-market-meet-buyers.html>.

52 Vgl.: <https://www.canada.ca/en/canadian-heritage/services/creative-industries-trade-missions.html>.

53 Vgl.: <https://www.canada.ca/en/canadian-heritage/services/creative-industries-trade-missions/export-seminars.html>.

54 Vgl.: https://www.canada.ca/en/canadian-heritage/news/2017/10/backgrounder_ministerjolyannouncesherintentiontoleadcanadasfirst.html, sowie: <https://www.canada.ca/en/canadian-heritage/news/2018/04/canadas-first-creative-industry-trade-mission-to-china-results-in-the-signing-of-deals-worth-125million0.html>.

55 Vgl.: <https://www.canada.ca/en/canadian-heritage/news/2018/08/showcasing-canadas-arts-and-television-industries-on-the-world-stage-in-edinburgh.html>.

Kommission Kanadas („High Commission Canada – HCC“) im Vereinigten Königreich zusammen, um die kanadische Präsenz in Edinburgh zu unterstützen und im Kontext des Edinburgher Randzonen- und Fernsehfestivals herauszustellen. Im Juni 2018 veranstaltete das Mexikanische Filminstitut (IMCINE) seine dritte Ausgabe des Markt-, Industrie-, Film- und Audiovisuelles 2018 (MICA) beider Cineteca Nacional von Mexiko City zusammen mit Kanada als Gastland. Offizielle von „Canadian Heritage“ und seinen zum Ressort gehörenden Organisationen führten die Delegationen bei diesem Event. Im Februar 2019 wird eine Handelsorganisation der Kreativwirtschaft nach Mexiko, Kolumbien und Argentinien reisen. Der Musiksektor ist einer der Zielsektoren dieser Handelsmission.⁵⁶

6.7. Antragszahlen in den jeweiligen Bereichen der Fördermaßnahmen

Die Anzahl der Bewerbungen, Zustimmungsraten sowie der Gesamtfördersumme sind je nach Programm unterschiedlich. In den Jahren 2017 – 2018 vergab Global Opportunities for Associations (GOA) insgesamt \$ 502,908 an fünf Empfänger aus dem Sektor der Kreativwirtschaft. Vier dieser fünf Begünstigten waren Musikunternehmen.⁵⁷

In den Jahren 2016 – 2017 vergab CanExport \$ 8,754,000 an 597 ausgewählte Projekte⁵⁸.

2017-2018 stellte das „Canada Council for the Arts“ \$ 12.8 Millionen (M) in Form von Subventionen/Zuschüssen für 1.157 Künstler, Gruppen und Organisationen der Kunstszene über das Programm Arts Abroad zur Verfügung.⁵⁹

Zahlen zu den Bewilligungen der jeweiligen Fördermaßnahmen sind nicht für alle Programme öffentlich verfügbar. Entsprechend einer im Jahr 2016 stattgefundenen Anhörung des „Canada Arts Presentation Fund“ (CAPF) vom 7. Dezember 2015, ist CAPF davon ausgegangen, dass es insgesamt 995 Bewerbungen für Förderungen in den Rechnungsjahren 2013-2014 sowie 2015-2016 gegeben habe. Von den Bewerbungen seien 854 angenommen worden (85,8 %) und 141 Projekte (14,2 %) konnten nicht berücksichtigt werden.⁶⁰

6.8. Verfahren für die Auswahl der zu fördernden KünstlerInnen

Die Auswahlverfahren sind je nach Programm unterschiedlich. Im Allgemeinen werden Bewerber nach vorgegebenen Kriterien beurteilt, die auf der jeweiligen Webseite für das Programm aufgeführt sind. Hierzu einige Beispiele:

56 Vgl.: <https://www.canada.ca/en/canadian-heritage/campaigns/latin-america-trade-mission-2019.html>.

57 Vgl.: https://www.canada.ca/en/global-affairs/news/2017/06/global_opportunitiesforassociations.html.

58 Vgl.: Audit of the CanExport Program, https://international.gc.ca/gac-amc/publications/audits-verification/2018/audit_canexport.aspx?lang=eng.

59 Vgl.: file:///na07-jkh-fs01/u_daten\$/wd10-11/Dokumente/2017-18-Annual-Report.pdf.

60 Vgl.: <https://www.canada.ca/en/canadian-heritage/corporate/publications/audits/canada-arts-presentation-fund-2016.html>.

„Global Opportunities for Associations“ (GOA): Es wird eine allgemeine Bewertung der Bewerbung sowie der vorgeschlagenen Aktivitäten durchgeführt, indem die anzuwendenden Beurteilungskriterien herangezogen werden.⁶¹ Diese Bewertung wird dem GOA-Beschlussgremium zur Entscheidung vorgelegt. Das GOA-Beschlussgremium setzt sich aus Repräsentanten von Global Affairs Canada und von anderen Regierungsbehörden zusammen.⁶²

CanExport: Bewerbungen werden aufgrund von Eignungskriterien⁶³ sowie darüber hinaus weiteren Einstufungskriterien⁶⁴ beurteilt. Aufgrund dieses Verfahrens kann das ‚National Research Council’s Industrial Research Assistance Program‘ ein Online-Bewerbungssystem zur Verfügung stellen und eine Anfangseignung bzw. Förderungswürdigkeit feststellen. Der ‚Trade Commissioner Service‘ beurteilt den wirtschaftlichen Fall und trifft eine Entscheidung zu der Bewerbung, entscheidet über den Grad der Förderung, informiert Bewerber über die Entscheidung und beantwortet alle Fragen, die das CanExport Programm betreffen. NRC-IRAP⁶⁵ bereitet dann seinen Beitrag vor oder garantiert die Zustimmung für angenommene Bewerbungen, führt das Verfahren und die Auszahlung von Anspruchsforderungen (für Beiträge) durch, sammelt Informationen für die Präsentation und leitet die Überprüfung der Empfänger.⁶⁶

Creative Export Canada: Das Programm fördert Projekte mit klaren Zielen und messbaren Ergebnissen. Die Entscheidungen über eine Förderung basieren auf der Anzahl und der Qualität der eingehenden Bewerbungen für den jeweiligen Einsendeschluss des Creative Export Canada. Die Bewerbungen werden nach Qualifikation und Eignung geprüft und dann entsprechend den Evaluationskriterien ausgewählt. Es werden die allgemeine Qualifikation der Bewerber, die Pläne oder Verpflichtungen für die Berücksichtigung von Geschlechts- oder Vielfaltsgleichheit in Hinblick auf die Belegschaft, Personalbesetzung und die Rolle der Entscheidungsträger beurteilt. Bonuspunkte werden im Auswahlverfahren vergeben. Bewerbungen werden durch ein internes Auswahlkomitee ausgewertet, das Vergleiche anstellt und Prioritäten im Verhältnis zu anderen Bewerbern für die Förderung setzt.⁶⁷

61 Zu den Beurteilungskriterien, vgl.: <https://www.tradecommissioner.gc.ca/funding-financement/goa-oma/evaluation-criteria-criteres-devaluation.aspx?lang=eng>.

62 Vgl.: Frequently Asked Questions – Global Opportunities for Associations (GOA) 2019-20 International Trade Diversification Funding Round, https://www.tradecommissioner.gc.ca/funding-financement/goa-oma/FAQ_GOA-OMA.aspx?lang=eng.

63 Eligibility criteria: <https://international.gc.ca/trade-commerce/funding-financement/canexport/applicant-guide-requerant.aspx?lang=eng#a1>.

64 Vgl.: Assessment process, <https://international.gc.ca/trade-commerce/funding-financement/canexport/applicant-guide-requerant.aspx?lang=eng#a9>.

65 Das Industrial Research Assistance Program (IRAP) der National Research Council Canada (NRC) vgl.: https://www.nrc-cnrc.gc.ca/eng/irap/about/international_activities.html.

66 Vgl.: Frequently Asked Questions-CanExport, <https://international.gc.ca/trade-commerce/funding-financement/canexport/faq.aspx?lang=eng>.

67 Vgl.: Application Guidelines – Creative Export Canada, im Internet abrufbar unter: <https://www.canada.ca/en/canadian-heritage/services/funding/creative-export-canada/application-guidelines.html#a11>.

6.9. Zielgruppen und Musikgenres

Die Zielgruppen variieren von Programm zu Programm. Das Programm des Canada Music Fonds hat vier Komponenten, die auf verschiedene Gruppen abzielen. Beispielsweise richtet sich die Komponente von ‚New Musical Works‘ an Künstler ebenso wie an Organisationen, Vereinigungen oder Kooperationen, während die Komponente von Collective Initiative sich lediglich an gemeinnützige Organisationen, Vereinigungen oder Kooperationen richtet. Das Programm von Creative Export Canada ist sowohl an gemeinnützige als auch an gewinnorientierte Organisationen gerichtet aber auch an inländische Regierungen und Organisationen. Die Förderung von ‚Creative Export Envelope‘ unter dem kanadischen ‚Arts Presentation‘ Fonds richtet sich an gemeinnützige Organisationen, regionale, territoriale und städtische Institutionen und an einheimische Institutionen oder Organisationen. Im Allgemeinen gibt es keine Spezifizierung nach Musikgenres.

6.10. Kriterien für nachhaltige Förderung

Kriterien für eine nachhaltige Förderung sind nicht angegeben.

6.11. Evaluationen des Exportbüros

Die Programme können von der Abteilung oder Organisation, die sie verwaltet, ausgewertet werden. Dieser Prozess ist je nach durchführender Organisation unterschiedlich es gibt auch keine vorgegebenen Fristen oder Intervalle. Ministerien veröffentlichen Evaluationspläne der jeweiligen Ressorts, die die von ihnen geplanten Projekte für das jeweils kommende Jahr beschreiben. So wurde beispielsweise der ‚Canada Music Fund‘ in den Jahren 2004, 2007 und 2014 bewertet. Gegenwärtig wird er mit einem Planungsende von Juni 2019 evaluiert. Der ‚Canada Arts Presentation Fund‘ wurde in den Jahren 2004, 2008 und 2014 bewertet. Er wird auch zurzeit beurteilt, wobei ein zu erwartendes Enddatum April 2019 ist.⁶⁸

68 Vgl.: Evaluations – Canadian Heritage, im Internet abrufbar unter: <https://www.canada.ca/en/canadian-heritage/corporate/publications/evaluations.html>.