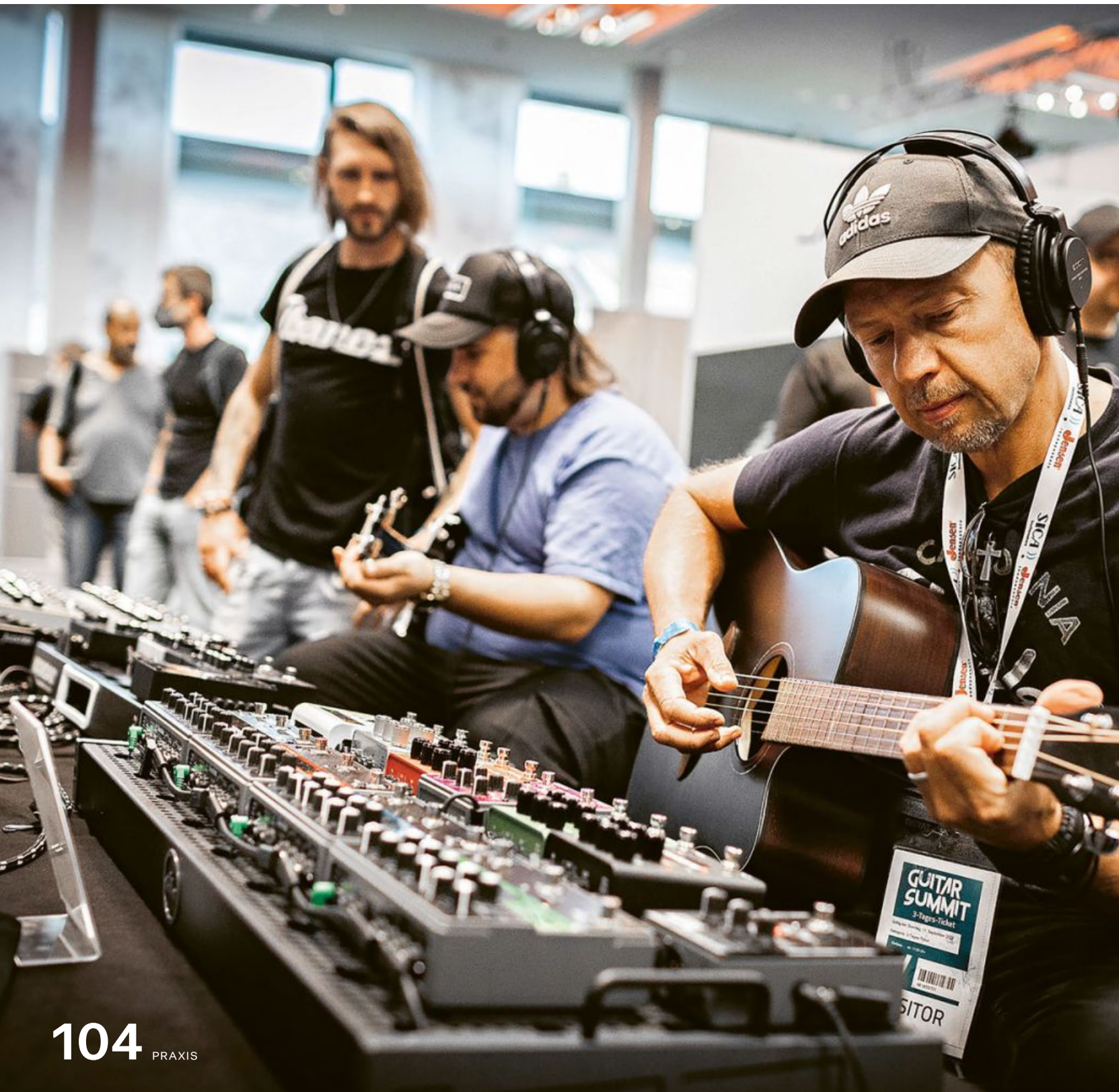


Community RESTARTED



Wie funktioniert Community-Building? Am besten, wir schauen uns das mal genau an. Die Gemeinde, die wir unter die Lupe nehmen, versammelt sich um ein Produkt, das schon oft totgesagt wurde. Aber die Fanbase ist lebendig wie nie. Das konnte man auf dem **Guitar Summit** im Mannheimer Rosengarten erleben, einer Veranstaltung, die sich mit engem Fokus einer spitzen Zielgruppe der Musikbranche widmet: Gitarrist:innen und Bassist:innen. 2022 fand der Guitar Summit, nach zwei Jahren Pause, zum vierten Mal statt – mit so vielen Besucher:innen wie nie zuvor.

Text Frank Diesveld, Lars Horstmann



Hands-on Experience: Die Gitarren-Community trifft sich auf dem Guitar Summit.

Vorweg ein paar Informationen zum Zustand der Branche: Die Gitarre (insbesondere die E-Gitarre) wurde schon oft totgesagt. Zuletzt 2017 in einem Artikel in der „Washington Post“, in dem der Journalist Geoff Edgers das Ende der E-Gitarre prophezeite und den Mangel an echten Gitarrenhelden dafür verantwortlich machte. Dieser Artikel schlug weltweit hohe Wellen.

In einem Interview mit Andy Mooney, dem CEO von Fender – einem der legendärsten und weltweit größten Gitarrenhersteller –, des Musik-Fachmagazins „Gitarre & Bass“ stellt sich aber ein anderes Bild dar. Laut Mooney (der damals auch von Edgers interviewt worden war) ging es dem Journalisten der WP um die Headline und er ließ sich auch nicht durch belegbare Zahlen von der Kernaussage seiner Story abbringen.

Marktstudien des Branchengiganten Fender aber bestätigen, dass sich die Gitarrenindustrie schon vor der Pandemie im Aufschwung befand. Sie sorgte sogar für einen nie dagewesenen Boom, weil sich die Leute in der zwangsweise neu gewonnenen Freizeit auf einmal (wieder) mehr mit dem Spielen und Erlernen von Instrumenten auseinandersetzten.

Die in den USA und UK durchgeführten Studien besagen außerdem, dass sich das demografische Alter der Käufergruppe nach unten bewegt und die Entwicklung geografisch, ethnisch und genretechnisch sehr viel diverser ausfällt als je zuvor. So sind über 50 Prozent dieser Gitarren-

anfänger:innen mittlerweile Frauen und in den USA besteht die Hälfte all dieser Menschen aus People of Color.

Auch in Deutschland wurde das Interesse an der Gitarre größer. Laut SOMM, dem Branchenverband der Musikalienhändler, stieg die Nachfrage nach elektrischen Gitarren von Januar bis November 2020 im Vergleich zum Vorjahreszeitraum um knapp 30 Prozent, bei den akustischen Gitarren um 20 Prozent.

Die Gitarrenmusik selbst hat zwar heutzutage nicht mehr denselben kommerziellen Stellenwert wie in der Vergangenheit, auf dem Live-Sektor ist sie jedoch nach wie vor eine sichere Bank. Und auch die Zeit der großen Gitarrenhelden ist mitnichten vorbei. In den letzten Jahren erscheinen immer mehr Menschen unterschiedlichen Geschlechts und unterschiedlicher Herkunft auf der Bildfläche, um den Begriff „Gitarrenheld“ neu zu definieren. Mit diesen neuen Idolen entdeckt jede Generation das Instrument wieder neu.

Die Frage nach dem Warum ...

Werbung in der Musikindustrie funktioniert nach den üblichen Mustern – Print, Online, Social Media, Influencer-Marketing ..., aber ein so hochemotionales Produkt wie die Gitarre, das ja auch für die Bühne und den Band-Proberaum gemacht ist, lässt sich eben nicht nur mit Ads oder Reviews darstellen. Deswegen gab es schon immer spezielle Messen um die >>



Florian Stolpe,
Chefredakteur
des Musiker-
Fachmagazins
„Gitarre & Bass“.

Thematik. Ein großes Event mit internationaler Strahlkraft, das sich komplett auf Endkonsument:innen und deren Interessen und Bedürfnisse konzentriert und neben einer messeartigen Ausstellung seinen Hauptfokus auf Education und Entertainment setzt, gab es bisher nicht. Dazu kam, dass die bis dahin etablierten Messen, schon vor Corona, nicht mehr die Bedürfnisse der Branche bedienen konnten.

Das zitierte, 1986 gegründete Fachmagazin „Gitarre & Bass“ ist das größte deutschsprachige Organ seiner Art und gilt als Sprachrohr der Gitarren-Community. Die Redaktion veranstaltet seit 2017 im Congress Center Rosengarten in Mannheim alljährlich den Guitar Summit, bei dem die Gitarren-Community – vom Anfänger bis zum Profi – zusammenkommt, um sich auszutauschen, gemeinsam zu musizieren, voneinander zu lernen oder einfach, um Live-Musik zu genießen.

... und dem Wie

Wie es dazu kam, dass ein Magazin zum Ausrichter von Europas mittlerweile größtem Gitarren-Community-Event geworden ist? Dazu Chefredakteur Florian Stolpe:

„Um ehrlich zu sein, war der Guitar Summit nichts, was uns einfach so eingefallen ist. Wir waren damals in erster Linie ein Fachmagazin, das in Print und online die Community mit Infos zu allem, was mit Gitarren, Bässen, Equipment generell und Musik zu tun hat, versorgt hat. Wir sind aber immer schon im engen Austausch mit der gesamten Branche, egal ob wir von Industrie-Riesen oder kleinen Boutique-Gitarren-Manufakturen reden. Und aus der nationalen wie internationalen Branche haben wir immer wieder den Anstoß erhalten, ob wir nicht mal so etwas wie eine Messe veranstalten wollen. ‚Ihr kennt doch alle!‘, hieß es da. Bevor wir uns auf das Abenteuer eingelassen haben, haben wir das natürlich reiflich überlegt. Schließlich waren wir in erster Linie ein Verlagshaus und Veranstaltungen gehörten damals noch nicht so selbstverständlich zum Repertoire.“

Für eine klassische Redaktion ist das natürlich auch in der Umsetzung eine Herausforderung.

„Als wir beschlossen hatten, der Sache eine Chance zu geben, haben wir Stephan Killermann als Event-Manager angeheuert. Der war damals schon lange als Artist-Relation-Manager im Music-Industry-Business tätig. Wir haben uns am Abend vor dem ersten großen Meeting zu zweit in einer Burger-Bude getroffen und auf einer Serviette das Konzept der Veranstaltung zusammengekritzelt. Und im Prinzip ist es das heute noch. Und nein – die Serviette haben wir leider nicht mehr... Das klingt jetzt sehr spontan und hemdsärmelig, und tatsächlich ist diese Herangehensweise auch ein wichtiger Grundsatz unserer Arbeit, weil wir eben nicht mit dem vielleicht etwas eingengten Blick eines Messe-Profis an die Sache herangehen. Wahrscheinlich ist auch das ein Teil des Erfolgs. Am Ende ist es aber in erster Linie eine bemerkenswerte Team-Leistung aller Beteiligten.“

Dabei setzte man auf ein integriertes Veranstaltungskonzept aus Musikfestival, Seminaren und Ausstellung. Neben einem umfangreichen Workshop-Programm und Live-Konzerten mit internationalen Top-Musikern:innen wird der Guitar Summit von einer Ausstellung begleitet, auf der verschiedene Hersteller und Vertriebe von Saiteninstrumenten ihre Produkte präsentieren. Dabei setzt der Veranstalter auf ein in der Branche neuartiges „Silent Show“-Konzept, bei dem das Antesten und Vorführen der ausgestellten Musikinstrumente in fast allen Bereichen der Ausstellung nur über Kopfhörer erlaubt ist. Hierdurch wird die Lautstärke während der Veranstaltung auf einem angenehmen Niveau gehalten, damit Besucher:innen und Aussteller entspannter miteinander kommunizieren können.

Wer kommt da eigentlich?

Seit seinem Debüt im Jahr 2017 hat sich der Guitar Summit zu Europas größter Gitarren-Show entwickelt, gilt neben der NAMM Show und Music China als eine der weltweit führenden Veranstaltungen ihrer Art und ist jährlich ein Magnet für die internationale Gitarren- und Bass-Com-

Der Guitar Summit ist eine Team-Leistung.





Am Familien-Sonntag heizt die Dino-Rock-Band Heavysaurus dem Nachwuchs ein.



munity. Dabei geben sich Jahr für Jahr die Stars aus der Gitarrenszenen wie Paul Gilbert, Billy Sheehan, Ex-Scorpions-Gitarrist Uli Jon Roth, Phil X von Bon Jovi, Prince-Bassistin Ida Nielsen oder die Jazz-Bassistin Kinga Glyk die Klinke in die Hand, um dort Workshops abzuhalten und bei Live-Konzerten mitzuwirken. Das Happening lockt auch Youtuber und Influencer der Szene mit schwindelerregend hohen Follower-Zahlen wie Kfir Ochaion, Paul Davids oder Carlos Asensio.

Auch im Jahr 2022 konnte der Guitar Summit trotz dreijähriger Corona-Pause eindrucksvoll zeigen, welchen Stellenwert er in der Musikinstrumenten-Branche und der Community hat. Nach einer starken Vorverkaufsphase kamen mit 9400 Besucher:innen fast 10 Prozent mehr Gäste als vor der Pandemie. Dabei wuchs besonders die Zahl der weiblichen und jüngeren Musiker:innen.



Stars der internationalen Musikszene unterrichten und performen in Workshops, Konzerten und Masterclasses: Jen Majura und Thomas Blug (o.), Paul Gilbert und Kinga Glyk (l.), Kfir Ochaion, Jeff Loomis und Alexandr Misko (unten, v. l. n. r.).

Was ist das Besondere?

Neben der Ausstellung, in der über 500 Marken ihre Produkte präsentieren, finden mehr als 100 Workshops von Top-Artists und Dozent:innen aus aller Welt auf sieben Bühnen statt. Darüber hinaus gibt es für alle, die ihre Idole hautnah erleben wollen, Tickets für exklusive Masterclasses in Kleingruppen. Weiterhin gibt es Angebote wie spezielles Yoga für Musiker:innen, eine DIY-Area, in der man seinen eigenen Gitarrenverstärker bauen kann, oder einen abgetrennten Bereich, in dem – über eine besondere Schaltmatrix und unter Verwendung mehrerer Kilometer Kabel – Verstärker verschiedener Hersteller angetestet und verglichen werden können.

Und auch an das ganz junge Publikum wird gedacht: So lockt das Familien-Special am Sonntag zahlreiche Eltern mit ihrem Nachwuchs in den Mannheimer Rosengarten, um beim Instrumentenkarsussell unter kompetenter und altersgerechter Anleitung Musikinstrumente kennenzulernen oder bei dem Konzert der Kinder-Heavy-Metal-Band Heavysaurus abzurocken.

