



MITTELSTAND  
**GLOBAL**  
MARKTERSCHLIESSUNGS-  
PROGRAMM FÜR KMU

# Musikindustrie in Südafrika

Handout zur Zielmarktanalyse  
Geschäftsanhahnung, 5.-9.2.2024

Durchführer

**FM** Hamburg Music  
Business e.V.

## IMPRESSUM

**Herausgeber**  
Hamburg Music Business e.V.  
Neuer Pferdemarkt 1  
20359 Hamburg  
Germany

Tel: +49 (40) 468 985 850  
info(at)musikwirtschaft.org  
www.musikwirtschaft.org

**Text und Redaktion**  
Hamburg Music Business e.V.

**Stand**  
11.01.2024

**Gestaltung und Produktion**  
Hamburg Music Business e.V.

**Bildnachweis**  
Hamburg Music Business e.V.

Mit der Durchführung dieses Projekts im Rahmen  
des Bundesförderprogramms Mittelstand Global/  
Markterschließungsprogramm beauftragt:

**FM Hamburg Music  
Business e.V.**

Das Markterschließungsprogramm für  
kleine und mittlere Unternehmen ist ein  
Förderprogramm des:



**Bundesministerium  
für Wirtschaft  
und Klimaschutz**



**MITTELSTAND  
GLOBAL**  
MARKTERSCHLIESSUNGS-  
PROGRAMM FÜR KMU

Das Handout wurde im Rahmen des Markterschließungsprogramms für das Projekt Geschäftsanbahnungsreise für deutsche Unternehmen aus der Musik- und Veranstaltungswirtschaft nach Johannesburg und Kapstadt erstellt.

Das Werk, einschließlich aller seiner Teile, ist urheberrechtlich geschützt.

Das Handout steht der Germany Trade & Invest GmbH sowie geeigneten Dritten zur unentgeltlichen Verwertung zur Verfügung. Sämtliche Inhalte wurden mit größtmöglicher Sorgfalt und nach bestem Wissen erstellt. Der Herausgeber übernimmt keine Gewähr für die Aktualität, Richtigkeit, Vollständigkeit oder Qualität der bereitgestellten Informationen. Für Schäden materieller oder immaterieller Art, die durch die Nutzung oder Nichtnutzung der dargebotenen Informationen unmittelbar oder mittelbar verursacht werden, haftet der Herausgeber nicht, sofern ihm nicht nachweislich vorsätzliches oder grob fahrlässiges Verschulden zur Last gelegt werden kann.

# Inhaltsverzeichnis

Abstract .....	4
Wirtschaftsdaten in Südafrika .....	5
Musikindustrie in Südafrika .....	6
Rechtliche Rahmenbedingen .....	7
<i>Urheberrechtsgesetzgebung</i> .....	7
<i>Musikförderung</i> .....	8
<i>Visapolitik und Handelsbestimmungen</i> .....	8
Verwertungsgesellschaften und Bundesverbände .....	9
<i>Verwertungsgesellschaften für Urheberrechte</i> .....	9
<i>Berufsverbände</i> .....	9
Markt für Tonträgermusik .....	10
<i>Digitale Musik / Streaming-Dienste</i> .....	11
<i>Hauptvertriebe und Musiklabels</i> .....	12
<i>Die wichtigsten unabhängigen Labels</i> .....	13
<i>Physischer Vertrieb</i> .....	14
Live .....	14
<i>Hauptveranstaltungsorte</i> .....	14
<i>Festivals</i> .....	15
<i>Fachveranstaltungen, Showcase-Festivals, Fachmessen</i> .....	16
<i>Ticketing-Unternehmen</i> .....	17
Musikverlage .....	17
Medien .....	18
<i>Radio</i> .....	18
<i>Musik-Fachzeitschriften</i> .....	19
<i>Soziale Medien</i> .....	19
Der südafrikanische Markt von der Perspektive des deutschen Musikexports .....	20
Bestehende Kooperationen und Förderungen mit europäischen Musikfachleuten/Ländern .....	21
Ausblick: Export nach Südafrika .....	22
Quellenverzeichnis .....	24
Kontaktadressen in Deutschland .....	25
Kontaktadressen in Südafrika .....	26

## Abstract

Südafrika ist der am besten entwickelte Musikmarkt Afrikas, der von einer sehr guten Infrastruktur und einer lebendigen Festivalszene profitiert. Laut IFPI Global Music Report 2023 erzielte Subsahara-Afrika einen Anstieg von 34,7% für Tonträgerereinnahmen im Jahr 2022. Damit ist Subsahara-Afrika die einzige Region weltweit, die ein Wachstum von mehr als 30% verzeichnete.

Europa ist einer der ersten Exportmärkte für Südafrika und Südafrika ist für Europa der erste afrikanische Markt südlich der Sahara. Europäische Künstler und Künstlerinnen profitieren von einer einzigartigen Präsenz sowohl von internationalen als auch unabhängigen und lokalen Festivals in Südafrika. Tourneen in Südafrika sind jedoch aufgrund des Mangels an Veranstaltungsorten (selbst in den größten Städten), der großen Entfernungen zwischen zwei Orten und der geografischen Lage Südafrikas nach wie vor schwierig.

Internationale Musikplattformen wurden in Südafrika eingeführt: Deezer, Apple Music und der aktuelle Marktführer Spotify konkurrieren auf dem Markt. Nach dem vorab schon rückläufigen physischen Markt ist dieser nochmal deutlich durch COVID-19 zurückgegangen. Der absolute Gewinner ist der digitale Musikmarkt, aufgrund eines erhöhten Internetzugangs und des stetigen Interesses an lokalen Genres. Große Hindernisse für den Musikexport sind: Piraterie, hohe Datenkosten und die geringe Bereitschaft, für Streaming-Dienste zu zahlen.

Radio und soziale Medien spielen die größte Rolle bei der Entdeckung von neuen Künstlerinnen und Künstlern. Anfang 2023 wurden in Südafrika 43,48 Millionen Internetnutzer, 25,8 Millionen Nutzer sozialer Medien und 112,7 Millionen Mobilfunkanschlüsse gezählt.<sup>1</sup> Bei einer Bevölkerungszahl von fast 60 Millionen deuten diese Zahlen darauf hin, dass fast alle Südafrikaner Zugang zu einem Mobiltelefon haben und fast jeder ein Internetnutzer ist. Diese Zahlen sind wichtig, um den Musikkonsum zu verstehen, der vermehrt über Online-Plattformen praktiziert wird.

Südafrika hat ein starkes lokales Repertoire, was etwa die südafrikanischen Genres Amapiano, Kwaito und Gqom beweisen. Die Verkäufe der Tonträgerindustrie und die Top-Charts werden jedoch noch von internationalen Künstlerinnen und Künstlern dominiert. Abgesehen davon, ist der südafrikanische Markt vor allem für internationale Artists mit Diasporahintergrund, Jazzmusiker und Jazzmusikerinnen (insbesondere, wenn sie auch an Workshops und Unterrichtsprojekten interessiert sind), Produzenten und Produzentinnen elektronischer Musik und DJs geeignet. Was die Unternehmen betrifft, so ist der Markt besonders reizvoll für Unternehmen, die mit südafrikanischem Repertoire arbeiten, sowie für Unternehmen mit panafrikanischer Ausrichtung, die sich auf dem Kontinent niederlassen und von den gut entwickelten Infrastrukturen Südafrikas profitieren wollen.

Basierend auf eigener Recherche, den EMEE-Bericht „Music Move Europe – A European Music Export Strategy“, objektiver Wirtschaftsdaten von u.a. GTAI, Verbänden und Wirtschaftsprüfungen sowie Interviews mit Branchenkennern hat Hamburg Music das vorliegende Handout zur südafrikanischen Musikbranche im Rahmen der Geschäftsanhängerreise des BMWK-Markterschließungsprogrammes für KMU erstellt. Sie liefert interessierten deutschen Musikunternehmen, begleitend zum ZMA-Webinar, einen übergreifenden Markt- und Branchenüberblick.

---

<sup>1</sup> <https://www.statista.com/statistics/685134/south-africa-digital-population/>

# Wirtschaftsdaten in Südafrika

WIRTSCHAFTSDATEN KOMPAKT

## Südafrika

Dezember 2023

**GTAI** GERMANY  
TRADE & INVEST

	Südafrika	Deutschland	EU-27
Fläche (in km <sup>2</sup> )	1.219.090	357.590	4.236.351
Einwohner (2023, Mio.)*	60,1	84,4	448,4
Bevölkerungswachstum (2022, %)	0,8	1,3	0,4
Sustainable Development Goals (2023, Rang von 166 Ländern)	110	4	
Corruption Perceptions Index (2022, Rang von 180 Ländern)	72	9	

### Klimaindikatoren

	2010	2020	Deutschland 2020
Treibhausgasemissionen (tCO <sub>2</sub> eq. pro Kopf; (Anteil weltweit in %))	10,5 (1,19)	8,6 (1,07)	8,2 (1,43)
Emissionsintensität (tCO <sub>2</sub> eq. pro Mio. US\$ BIP)	1.282,3	1.515,5	177,1
Erneuerbare Energien (Anteil am Primärenergieangebot %)	6,1	6,2	16,4
Emissionsstärkste Sektoren (2020, nur national, Anteil in %)	Elektrizität/Wärme 54,4; Verarbeitendes Gewerbe/Bauwirtschaft 9,7; Transport 9,2		

### Wirtschaftslage

	2021	2022	2023*	2024*	Deutschland 2022
BIP (Mrd. US\$)	419	406	399	415	4.082
Reales BIP-Wachstum (%)	4,9	2,0	0,1	1,8	1,8
BIP je Einwohner (US\$)	6.965	6.694	6.485	6.648	48.712
Inflationsrate (%)	4,6	6,9	5,8	4,8	8,7
Haushaltssaldo (% des BIP)	-1,3	0,06	-0,80	-0,6	-2,6
Arbeitslosenquote (%)	34,3	33,5	34,7	34,7	3,1
Staatsverschuldung (% des BIP, brutto)	69,0	71,0	72,3	74,0	66,3
Leistungsbilanzsaldo (% des BIP)	3,7	-0,5	-2,3	-2,6	4,2

Quellen: Internationaler Währungsfonds (IWF), Eurostat

Außenhandel mit Waren	Mrd. US\$	2020	%	2021	%	2022	%
Einfuhr	68,9	-21,7	93,4	35,6	111,9	19,8	
Ausfuhr	85,2	-4,7	121,3	42,4	121,6	0,2	
Saldo	16,3		27,9		9,7		

#### Hauptabnehmerländer

(2022, % der Gesamtausfuhr)

China 9,6; USA 8,8; Deutschland 7,3; Japan 7,0; Vereinigtes Königreich 5,2; Niederlande 4,9; Mosambik 4,8; Andere 52,4

#### Hauptlieferländer

(2022, % der Gesamteinfuhr)

China 20,1; Indien 7,4; Deutschland 7,3; USA 7,3; Saudi-Arabien 4,0; VAE 3,7; Thailand 2,7; Andere 47,5

#### Mitgliedschaft in Zollunion

Southern African Customs Union (SACU), seit 15.07.2004

### Wirtschaftsbeziehungen mit Deutschland

Warenhandel mit Deutschland	Mrd. Euro	2021	%	2022*	%	1.Hj. 2023*	%
Deutsche Einfuhr	12,3	44,7	14,3	16,3	6,5	-7,0	
Deutsche Ausfuhr	8,0	23,1	9,8	22,5	5,0	4,6	
Saldo	-4,3		-4,5		-1,5		

Rangstelle bei dt. Einfuhren (2022) 26 von 239 Handelspartnern

Rangstelle bei dt. Ausfuhren (2022) 32 von 239 Handelspartnern

#### Direktinvestitionen

(Mio. Euro, Bestand)

Deutschland in Südafrika: 2018: 6.795; 2019: 7.445 2020: 7.829; 2021: 7.531  
Südafrika in Deutschland: 2018: 930; 2019: 1.644; 2020: 1.346; 2021: 1.304

#### Investitionsschutzabkommen

Abkommen vom 11.09.1995; am 23.10.2014 nach Kündigung durch Südafrika außer Kraft getreten; aufgrund der vereinbarten Nachwirkungsfrist bleibt der Rechtsschutz des Vertrages für bereits getätigte Investitionen nach seinem Außerkrafttreten noch für weitere 20 Jahre erhalten.

#### Freihandelsabkommen mit EU

Kein Abkommen mit der EU

#### Doppelbesteuerungsabkommen

Abkommen vom 25.01.1973; in Kraft seit 28.02.1975

\*) vorläufige Angabe, Schätzung bzw. Prognose

## Musikindustrie in Südafrika

Südafrika ist das am weitesten entwickelte und industrialisierte Land in Afrika. Mit einem BIP von \$405,11 Mrd. (umgerechnet 369,41 Mrd. Euro, Stand 2022)<sup>2</sup> und einen Umsatz der Medien- und Unterhaltungsindustrie in Höhe von umgerechnet 8,6 Mrd. Euro (Stand 2022) bietet Südafrika gute Möglichkeiten für europäische Künstlerinnen und Künstler. Laut PWC-Prognose wird der Gesamtumsatz der Medien- und Unterhaltungsindustrie von R176,7 Mrd. (umgerechnet 8,6 Mrd. Euro) im Jahr 2022 auf R231,2 Mrd. im Jahr 2027 (umgerechnet 11,38 Mrd. Euro) steigen, bei einer jährlichen Wachstumsrate von 5,5%.

South Africa, entertainment and media spend by segment, 2018-2027 (R millions)

	2018	2019	2020	2021	2022	2023	2024	2025	2026	2027	22-27 CAGR %
Business-to-business	8,893	9,175	6,382	7,340	8,610	9,153	9,553	9,841	10,048	10,201	3.4%
Cinema	1,758	1,759	305	635	1,142	1,460	1,605	1,732	1,841	1,925	11.0%
Internet access	52,317	61,188	68,002	78,349	86,180	93,850	101,155	107,931	113,941	119,745	6.8%
Internet advertising	11,119	13,074	14,603	20,286	22,897	25,325	27,388	29,299	31,093	32,777	7.4%
Music, radio and podcasts	6,843	6,879	4,829	5,436	6,629	7,406	7,803	8,156	8,506	8,875	6.0%
Newspapers, consumer magazines and books	11,964	11,717	9,619	9,151	8,742	8,522	8,326	8,156	8,001	7,859	-2.1%
OOH	2,735	2,942	2,500	2,626	2,834	2,926	2,984	3,013	3,024	3,034	1.4%
OTT	1,341	1,802	2,379	3,280	4,345	5,181	5,852	6,466	7,075	7,647	12.0%
Traditional TV	31,068	30,367	29,448	32,000	32,268	32,675	33,628	34,456	35,173	35,933	2.2%
Video games and esports	4,017	4,454	4,843	5,943	6,440	7,295	7,955	8,539	9,056	9,517	8.1%
<b>Total</b>	<b>130,568</b>	<b>141,442</b>	<b>140,703</b>	<b>162,328</b>	<b>176,669</b>	<b>189,833</b>	<b>201,724</b>	<b>212,507</b>	<b>222,083</b>	<b>231,196</b>	<b>5.5%</b>
<b>Annual growth</b>		<b>8.3%</b>	<b>-0.5%</b>	<b>15.4%</b>	<b>8.8%</b>	<b>7.5%</b>	<b>6.3%</b>	<b>5.3%</b>	<b>4.5%</b>	<b>4.1%</b>	

Total excludes double counting

Source: PwC, Omdia

Bild 1: PwC Africa Entertainment and Media Outlook 2023 - 2027<sup>3</sup>

Betrachtet man den weltweiten Musikmarkt, so verzeichnete dieser im Jahr 2022 ein Wachstum von 9%. Dies markiert das achte Jahr in Folge mit Wachstum für die Musikindustrie. Vier Regionen verzeichneten zweitstellige Zuwächse und übertrafen damit die Gesamtwachstumsrate von 9,0%. Dazu gehören: der Nahe Osten & Nordafrika, Lateinamerika, Asien und Subsahara-Afrika. Dabei überholte Subsahara-Afrika den Nahen Osten & Nordafrika als am schnellsten wachsende Region.

Laut IFPI Global Music Report 2023 erzielte Subsahara-Afrika einen Anstieg von 34,7% für Tonträgererinnahmen im Jahr 2022. Treibende Kraft war Südafrika, größter Markt der Region, mit einem Umsatzschub von 31,4 Prozent nach vergleichsweise moderaten Zuwächsen im Vorjahr (2021: +2,4%). Damit ist sie die einzige Region weltweit, die ein Wachstum von mehr als 30% verzeichnete. Im Vergleich dazu, erzielte z.B. Europa im Jahr 2022 einen Anstieg von 7,5% und Deutschland einen Anstieg von 2,2%.

<sup>2</sup> <https://de.statista.com/statistik/daten/studie/254713/umfrage/bruttoinlandsprodukt-bip-in-suedafrika/>

<sup>3</sup> <https://www.pwc.co.za/outlook>

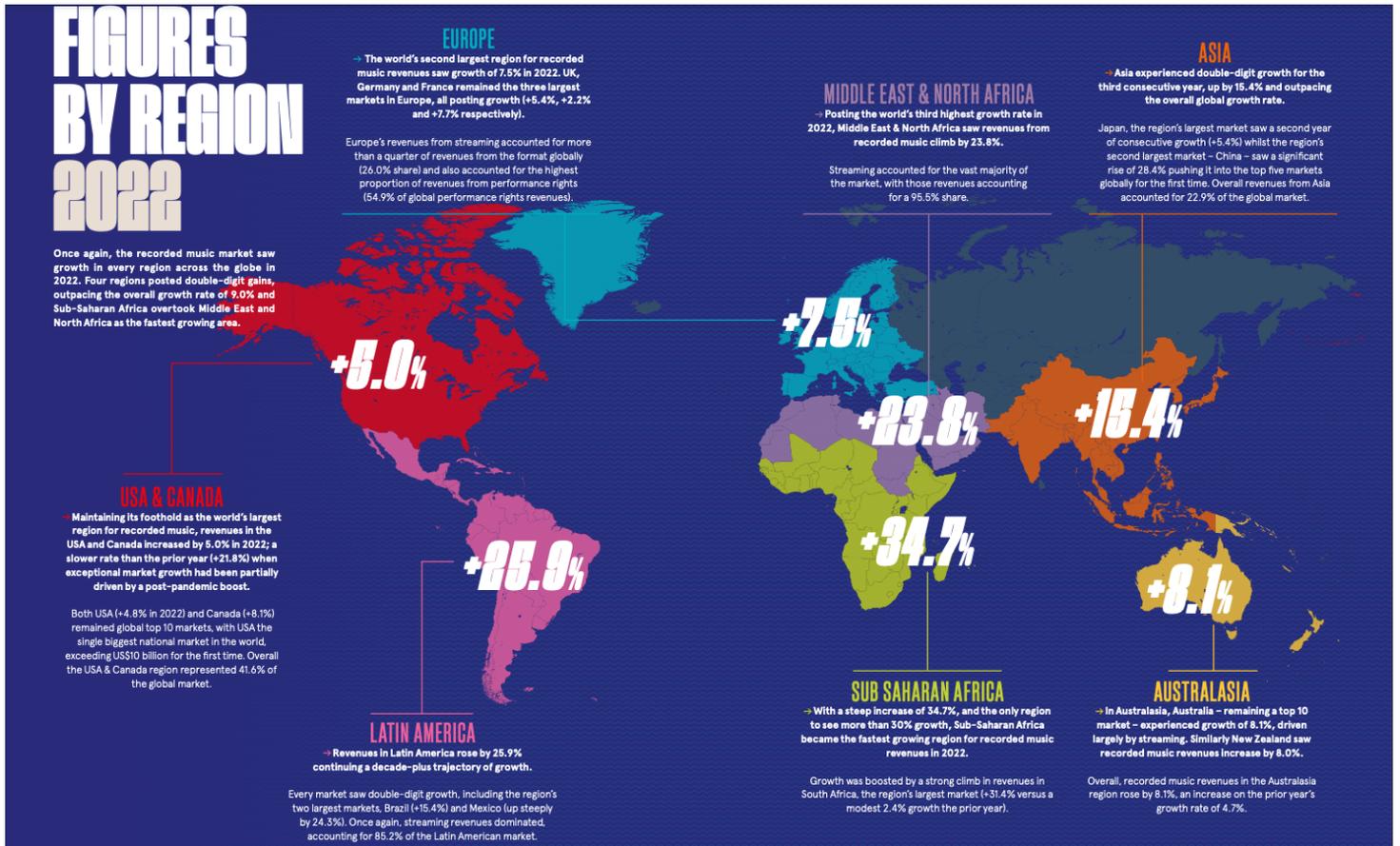


Bild 2: IFPI Global Music Report 2023 – State of the Industry<sup>4</sup>

Wie kann eine Region einen so starken Zuwachs erleben? Gemäß IFPI-Bericht tragen zwei entscheidende Faktoren zum globalen Wachstum und insbesondere dem Wachstum in Subsahara-Afrika bei: Streaming-Dienste und die Bedeutung lokaler Musik. Streaming-Dienste, einschließlich Abonnement-Audio-Streams, spielen eine entscheidende Rolle im Wachstum der Musikindustrie. Insgesamt machen Streaming-Dienste zwei Drittel des weltweiten Umsatzes aus.

Gleichzeitig wird betont, dass Investitionen und Innovationen von Plattenfirmen dazu beitragen, Musik global stärker miteinander zu verbinden und die Entwicklung von lokalen Musikmärkten zu fördern.

In Afrika hebt Temi Adeniji, Geschäftsführerin von Warner Music Africa, den Aufstieg eines Genres hervor, dessen Einfluss in den letzten Jahren zugenommen hat: Amapiano, ein Genre aus Südafrika.

## Rechtliche Rahmenbedingungen

### Urheberrechtsgesetzgebung

Südafrikas Urheberrecht, geregelt im Copyright Act von 1978 und dessen Änderungen, wird von der Companies and Intellectual Property Commission verwaltet. Das Land ist Teilnehmer der Berner Übereinkunft und des TRIPS-Abkommens, hat aber das WIPO-Urheberrechtsabkommen noch nicht ratifiziert. Seit der Gründung der Republik Südafrika 1961 basiert das Urheberrechtsgesetz sowohl auf britischem Recht als auch auf der Berner Übereinkunft. Änderungen gab es 1992 zur Einbeziehung von Computerprogrammen und 1997 zur Anpassung an das TRIPS-Abkommen. Für die meisten Werke beträgt die Urheberrechtsfrist 50 Jahre nach dem Tod des Autors.

<sup>4</sup>[https://www.musikindustrie.de/fileadmin/bvmi/upload/06\\_Publikationen/GMR/Global\\_Music\\_Report\\_2023\\_State\\_of\\_the\\_Industry.pdf](https://www.musikindustrie.de/fileadmin/bvmi/upload/06_Publikationen/GMR/Global_Music_Report_2023_State_of_the_Industry.pdf)

## Musikförderung

Die südafrikanische Regierung erkennt die Bedeutung der kreativen und kulturellen Industrien für sozialen Zusammenhalt und wirtschaftliche Entwicklung an. Drei Ministerien sind an der Förderung dieser Industrien beteiligt: das Ministerium für Kunst & Kultur (DAC), das Ministerium für Internationale Beziehungen und Zusammenarbeit (DIRCO) und das Ministerium für Handel & Industrie (DTI). DAC und DIRCO bieten Finanzierung für Kultur und kreative Industrien an.

Das DAC ruft jährlich zur Einreichung von Vorschlägen für die wichtigsten Arbeitsbereiche der Mzansi Golden Economy (MGE) auf, die Teil einer Regierungsverpflichtung zur Schaffung von 5 Millionen Arbeitsplätzen in den nächsten 10 Jahren ist, einschließlich der Stärkung des Sektors Kunst, Kultur und Kulturerbe (ACH) als wirtschaftlicher Wachstumsbereich. Förderanträge werden für kulturelle Veranstaltungen, Tourneen und Kunstprogramme im öffentlichen Raum entgegengenommen.

Trotz dieser Förderprogramme kritisieren Branchenexperten oft die Regierungspolitik für unzureichende Strukturierung der Musikindustrie und mangelnde Transparenz bei der Mittelvergabe. Kritisiert wird etwa, dass Großveranstaltungen und Festivals gegenüber anderen Hauptbeteiligten im Musik-Ökosystem, wie Veranstaltungsorte und der Plattenindustrie, bevorzugt werden.

Die SAMRO-Stiftung, eine unabhängige Einrichtung der Southern African Music Rights Organisation, zeichnet sich durch ihre bedeutende Rolle bei der Entwicklung einer strukturierten Musikindustrie in Südafrika aus. Sie unterstützt die nationalen Künste, fördert Spitzenleistungen durch Bildung, erleichtert die wirtschaftliche Beteiligung an der Kreativwirtschaft, nimmt Einfluss auf die Kultur- und Kunstpolitik und fördert das lebendige Kulturerbe. Die Stiftung bietet umfangreiche Stipendien für Musikstudierende an, unterstützt Kunstorganisationen und unterhält ein umfangreiches Archiv für Musik aus dem südlichen Afrika.

Darüber hinaus gibt es kleinere Programme wie die National Youth Music Foundation, den Apollo Music Trust, Bridges For Music, CTEMF Connect und die South African Disabled Musicians Association, um nur einige zu nennen.

Auch private Sponsoren wie Red Bull, Telekommunikationsunternehmen und Banken sind aktiv an der Unterstützung von Live-Veranstaltungen beteiligt. Es besteht jedoch Einigkeit darüber, dass der Staat zwar beträchtliche Mittel für den Musiksektor bereitstellt, diese aber oft nicht die Mehrheit der Künstler und Veranstaltenden erreichen, wobei Korruption ein ernstes Problem darstellt. Das Problem scheint daher nicht die Höhe der verfügbaren Mittel zu sein, sondern ihre Verteilung. Ausländische Partner, vor allem europäische, treiben häufig Initiativen in der Musikindustrie voran.

## Visapolitik und Handelsbestimmungen

Obwohl die Bevölkerung der meisten europäischen Länder derzeit von der Visumpflicht befreit ist, wenn sie das Land nur vorübergehend zu touristischen oder geschäftlichen Zwecken für einen Aufenthalt von bis zu 90 Tagen bereist (eine Liste der Länder, die derzeit von der Visumpflicht befreit sind, finden Sie hier: <http://www.dha.gov.za/index.php/immigration-services/exempt-countries>), müssen Musikschaffende aus europäischen Ländern, die in Südafrika auftreten wollen, ein Visum bei der südafrikanischen Botschaft oder in ihrem Heimatland beantragen. Informationen zur Beantragung von Visainem Visum finden Sie hier: <http://www.dha.gov.za/index.php/applying-for-sa-visa>.

Seit 2016 ist das „Wirtschaftspartnerschaftsabkommen zwischen der EU und der Southern African Development Community (SADC)“<sup>5</sup> vorübergehend in Kraft und hat eine entwicklungsfördernde Ausrichtung.

Die wichtigsten Punkte des Abkommens sind die folgenden:

1. Das Abkommen ist ein "asymmetrisches" Abkommen. Die EU garantiert Botswana, Lesotho, Mosambik, Namibia und Swasiland zoll- und quotenfreien Zugang zum EU-Markt. Außerdem gewährt es Südafrika einen erweiterten Marktzugang, der über die Bestimmungen des vorherigen Abkommens hinausgeht.
2. Das Abkommen verpflichtet die SADC-Länder nicht, den ihnen von der EU gewährten Marktzugang zu erhalten. Die SADC kann Zölle auf bestimmte Produkte beibehalten, um sie vor dem internationalen Wettbewerb zu schützen.
3. Die Länder des Wirtschaftspartnerschaftsabkommens (WPA) können die Einfuhrzölle erhöhen, wenn die Einfuhren aus der EU so stark oder so schnell ansteigen, dass sie die inländische Produktion zu stören drohen.

<sup>5</sup> weiterführende Literatur hierzu: [https://www.europarl.europa.eu/thinktank/de/document/EPRS\\_STU\(2023\)747457](https://www.europarl.europa.eu/thinktank/de/document/EPRS_STU(2023)747457)

# Verwertungsgesellschaften und Bundesverbände

## Verwertungsgesellschaften für Urheberrechte

[SAMRO](#) (South African Music Rights Organization) ist eine Organisation für Komponisten, Songwriter und Verleger in Südafrika. Die Hauptaufgabe von SAMRO besteht darin, Aufführungsrechte im Namen ihrer Mitglieder zu verwalten. Dies geschieht durch die Lizenzierung von Musiknutzenden (wie Fernseh- und Radiosendern, Live-Musikveranstaltungsorten, Einzelhändlern, Restaurants, Veranstaltenden und Einkaufszentren). Die dabei gesammelten Lizenzgebühren werden als Tantiemen an die Mitglieder verteilt.<sup>6</sup> SAMRO ist die südafrikanische Schwestergesellschaft der GEMA.

[SAMPRA](#) (South African Music Performance Rights Association) ist eine Verwertungsgesellschaft für Musikschafter, Künstlerinnen und Künstler sowie Plattenfirmen mit ca. 4.000 Mitgliedern. Sie verwalten Urheberrechte aus der öffentlichen Wiedergabe, der Verbreitung sowie der Ausstrahlung von Tonaufnahmen. Partnerschaften in der EU sind: Italien, Niederlande, Portugal, Spanien, Schweden und Polen. Außerdem gibt es auch Partnerschaften mit dem Vereinigten Königreich und Russland. Bestehende afrikanische Partnerschaften gibt es in Nigeria (COSON).

[CAPASSO](#) (Composers, Authors and Publishers Association) ist der Verband für Komponisten, Autoren und Verleger. CAPASSO kümmert sich um Vervielfältigungsrechte, triebt Tantiemen ein und verteilt diese an Mitglieder Musikverleger und Komponisten.

## Berufsverbände

[RISA](#) (Recording Industry of South Africa)

RISA ist ein Wirtschaftsverband, der die kollektiven Interessen der Produzierenden von Musikaufnahmen in Südafrika vertritt. Er wurde in den 1970er Jahren gegründet und umfasst Hersteller, Einzelhändler, Großhändler und Distributoren. RISA trägt das IFPI (International Federation of the Phonographic Industry)-Label.

[AIRCO](#) (Association of Independent Record Companies)

Ein gemeinnütziger, nationaler Verband der Musikindustrie; vertritt aktiv die Interessen und die Entwicklung unabhängiger Plattenlabels in Südafrika und der Welt. Die Mitglieder sind unabhängige Plattenfirmen. Dazu gehören kleine Einzelunternehmen bis hin zu den größten unabhängigen Unternehmen des Landes. Die Vision von AIRCO ist es, dass unabhängige Plattenlabels den größten Marktanteil besetzen und ihre Musik auf nationalen und internationalen Plattformen eine größere Sichtbarkeit erhalten, wobei der Schwerpunkt auf der Einflussnahme auf die südafrikanische Kulturpolitik, einen angemessenen Marktzugang und kulturelle Vielfalt gelegt wird.

[MASA](#) (Musicians Association of South Africa)

Ein Kollektiv von Musikfachleuten in Südafrika, das sich für die Anhebung der Branchenstandards einsetzt und Berufsmusikerinnen und Berufsmusiker in den Vordergrund der Kulturlandschaft stellt, da es an Unterstützungsstrukturen sowie rechtlichen Ressourcen mangelt. Dies führt dazu, dass Künstlerinnen und Künstler von Opportunisten ausgenutzt werden, die die kreativen und produktiven Bemühungen ernsthafter Fachleute untergraben. Die Probleme betreffen alle Bereiche der Industrie und schaffen ein Klima des Misstrauens, das sich negativ auf alle Verkäufe, Dienstleistungen und die allgemeine Attraktivität auswirkt.

[IMEXSA](#) (Independent Music Exporter South Africa)

Eine gemeinnützige Organisation, die es sich zur Aufgabe gemacht hat, die in Südafrika produzierte Musik in der ganzen Welt zu fördern, Unterstützung zu leisten und ein Bewusstsein für den Export zu schaffen. Außerdem will IMEXSA die Entwicklung und die Schaffung von Möglichkeiten für aufstrebende Musikunternehmen in Südafrika mitgestalten, um international erfolgreich zu sein und den professionellen Austausch zwischen Südafrika und anderen Ländern zu fördern und gleichzeitig einen wichtigen Beitrag zum Wachstum der südafrikanischen Wirtschaft zu leisten.

[MPASA](#) (Music Publishers Association of South Africa)

Verband der Musikverleger Südafrikas, der zum Schutz und zur Förderung der Interessen der Musikverleger in Südafrika und Subsahara-Afrika existiert.

<sup>6</sup> <http://samro.org.za/about>

# Markt für Tonträgermusik

Der südafrikanische Markt war im vergangenen Jahr der Überraschungsstar in der globalen Musikindustrie. So unwahrscheinlich es in den letzten Jahren angesichts der allgemeinen Stagnation in der lokalen Branche auch schien, wurde das Wachstum in Südafrika im Global Music Report 2023, der im März 2023 von der International Federation of the Phonographic Industry (IFPI) veröffentlicht wurde, als Highlight hervorgehoben. Aus dem Bericht geht hervor, dass der Weltmarkt 2022 um 9 % auf 26 Milliarden Dollar angestiegen ist. Die am schnellsten wachsende Region: Subsahara-Afrika. Nach Angaben der IFPI wurde dieses Wachstum vor allem durch das Wachstum in Südafrika, dem größten Markt der Region, angetrieben. Während die Musikverkäufe in Südafrika im Jahr 2021 mit 2,4 % nur geringfügig zunahmen, stiegen sie 2022 um enorme 31,4 %.

IFPI-Regionaldirektorin für die Subsahara-Region, Angela Ndambuki beschreibt dieses Phänomen wie folgt: "Es ist nach wie vor eine sehr spannende Zeit für die Musik in Subsahara-Afrika. In einem unglaublich nuancierten Markt mit vielen verschiedenen Kulturen und Musikszenen können wir sehen, wie die proaktive Präsenz und die Investitionen der Plattenfirmen hier die Entwicklung gesunder Musikmärkte vorantreiben, Chancen für lokale Künstler schaffen und die lokalen Kulturen fördern. Es ist besonders wichtig, dass wir weiterhin mit den Regierungen zusammenarbeiten".

Ein weiterer interessanter Aspekt, der diesen enormen Anstieg für Tonträgerereinnahmen unterstreicht, hat einen etwas breiteren Ansatz. Adam Granite, CEO der Universal Music Group für Afrika, den Nahen Osten und Asien, sagt in dem Bericht, dass "Musik für Kulturen auf der ganzen Welt immer unglaublich wichtig war - buchstäblich seit den Anfängen der Zivilisation. Was wir jetzt erleben, auch dank der Verbreitung von Smartphones, ist die explosionsartige Zunahme der Zugänglichkeit. Milliarden von Menschen auf der ganzen Welt haben jetzt jederzeit tragbare Musik bei sich. Und dieser Zugang hat zu einer massiven Ausweitung von Musikdiensten geführt, von denen einige kostenlos und andere kostenpflichtig sind. Dies wiederum hat dazu geführt, dass wir in mehr Märkte, Genres und letztlich Künstler investieren als je zuvor." Antos Stella, Leiter von Music Arena, zu dem sowohl das führende Tonträgerunternehmen Gallo Record Company als auch der panafrikanische Musikvertriebsdienst Content Connect Africa (CCA) gehören, erklärt, dass es zwei Hauptfaktoren für den Anstieg in Südafrika gibt: „Erstens ist das Wachstum das Ergebnis eines massiven Wettlaufs um Marktanteile und in der Folge einer großen Investition in das Marketing der wichtigsten digitalen Streaming-Plattformen. Zweitens hat das Amapiano-Genre für Hits gesorgt, und Künstler wie DJ Maphorisa und Kabza haben in Südafrika ein größeres Streaming-Publikum angezogen."<sup>7</sup>

Die jüngsten weltweiten Erfolge afrikanischer Musik sind dagegen weniger auf Künstlerinnen und Künstler aus Südafrika als auf jene aus Nigeria zurückzuführen (u.a. Burna Boy, Asake, Davido, Omah Lay). Das vorherrschende Genre kommerziell erfolgreicher afrikanischer Musik ist dabei Afrobeat. Allerdings spiegelt sich das nicht vollumfänglich in den Streamingnutzungen in Südafrika wider: Unter den 10 meistgestreamten Tracks in Südafrika in 2023 befanden sich neun von zehn südafrikanische Artists.<sup>8</sup>

<sup>7</sup> <https://gadget.co.za/samusicbooms/>

<sup>8</sup> <https://www.musicinafrica.net/magazine/spotify-wrapped-kabza-de-small-most-streamed-south-african-artist>

## Digitale Musik / Streaming-Dienste

In der Vergangenheit war die Musikindustrie in Südafrika stark von physischen Vertriebskanälen wie CDs und Kassetten abhängig. In den letzten Jahren hat sich jedoch die Art und Weise, wie Musik auf dem Kontinent konsumiert wird, dank des Aufkommens von Streaming-Plattformen deutlich verändert. Ziel ist es, von kostenlosen mp3-Downloads wegzukommen und Piraterie zu bekämpfen.

Betrachtet man das Wachstum von Streaming-Plattformen in ganz Afrika, so wurde dieses durch mehrere Faktoren begünstigt. Einen wichtigen Faktor stellt die schnelle Verbreitung des mobilen Internetzugangs auf dem gesamten Kontinent dar. Da mehr Menschen als je zuvor Smartphones und andere mobile Geräte für den Internetzugang nutzen, sind Streaming-Dienste zu einer bequemen und erschwinglichen Möglichkeit geworden, von überall auf Musik zuzugreifen. Ein weiterer Faktor ist die Vielfalt der Musikstile und -genres auf dem Kontinent. Von Afrobeats und Highlife in Westafrika über Bongo Flava und Genge in Ostafrika bis hin zu Kwaito und Amapiano in Südafrika. Dank der Streaming-Dienste ist es für die Hörenden einfacher denn je, diese vielfältigen Musiktraditionen zu entdecken und zu erforschen.

Zu den beliebtesten Streaming-Diensten in Afrika gehören Spotify, YouTube Music, Amazon Music, Apple Music, Deezer, Tidal und Boomplay, eine einheimische Plattform, die auf dem Kontinent schnell an Popularität gewonnen hat. Diese Plattformen bieten eine Reihe von Funktionen, die auf afrikanische Hörende zugeschnitten sind, darunter kuratierte Wiedergabelisten, lokale Inhalte und datenfreie Streaming-Optionen.

Eine der beliebtesten Streaming-Plattformen in Afrika ist [Boomplay](#), die 2015 in Nigeria gestartet wurde und inzwischen in über 10 Ländern des Kontinents vertreten ist. Die Plattform hat über 60 Millionen Nutzende und bietet über 4 Millionen Songs zum Streaming an. Boomplay ist in Afrika erfolgreich, weil es sich auf lokale Inhalte konzentriert und Partnerschaften mit lokalen Plattenfirmen und Artists eingeht.

Zwei weitere wichtige lokale Streaming-Plattformen sind [Mdundo](#) und [uduX](#). Mdundo wurde 2013 in Kenia gegründet und hat sich mit über 7 Millionen monatlich aktiven Nutzenden zu einer der größten Musik-Streaming-Plattformen in Afrika entwickelt. Die Plattform verfügt über einen großen Katalog afrikanischer Musik, wobei der Schwerpunkt auf lokalen Inhalten aus Kenia, Tansania und Nigeria liegt. Mdundo hat Erfolg, indem es seinen Fokus, ebenso wie Boomplay, auf lokale Inhalte legt und Partnerschaften mit heimischen Artists sowie Plattenfirmen eingeht. UduX, das 2018 in Nigeria gestartet wurde, gewinnt in der Region ebenfalls schnell an Popularität. Die Plattform verfügt über einen Katalog von über 2 Millionen Songs, darunter lokale und internationale Inhalte. UduX geht außerdem Partnerschaften mit lokalen Musikschaffenden und Plattenlabels ein, um seinen Nutzerinnen und Nutzern exklusive Inhalte zu bieten. Apple Music, das 2015 weltweit eingeführt wurde, hat auch in Afrika an Popularität gewonnen und ist in Ländern wie Südafrika, Nigeria und Kenia stark vertreten.

Im Jahr 2018 startete Spotify seinen Dienst in Südafrika und hat seitdem auf andere Länder wie Ägypten, Marokko und Algerien expandiert. Spotify hat seit seiner Einführung in Südafrika eine beachtliche Präsenz aufgebaut. Südafrikanische Nutzerinnen und Nutzer haben seitdem mehr als 1,2 Milliarden Stunden Musik gestreamt. Der Dienst kam lokalen Künstlerinnen und Künstlern zugute. Die südafrikanischen Produzenten Kabza de Small und DJ Maphorisa gehören seit 2018 zu den fünf am häufigsten gestreamten Künstlern des Landes.

Trotzdem haben südafrikanische Musikschaffende, wie auch in dem Rest der Welt, Mühe, mit dem Musik-Streaming nennenswerte Geldsummen zu erwirtschaften, da nur sehr wenige Mittel an die Interpretinnen und Interpreten weitergegeben werden. Probleme mit wiederkehrenden Stromausfällen haben darüber hinaus den Zugang zum Streaming behindert, insbesondere für Artists deren Fangemeinde hauptsächlich in kleineren Städten lebt, die geringeren Zugang zu zuverlässigen Verbindungen haben.

Die Zukunft der Streaming-Plattformen in Afrika wird voraussichtlich von verschiedenen Faktoren abhängen:

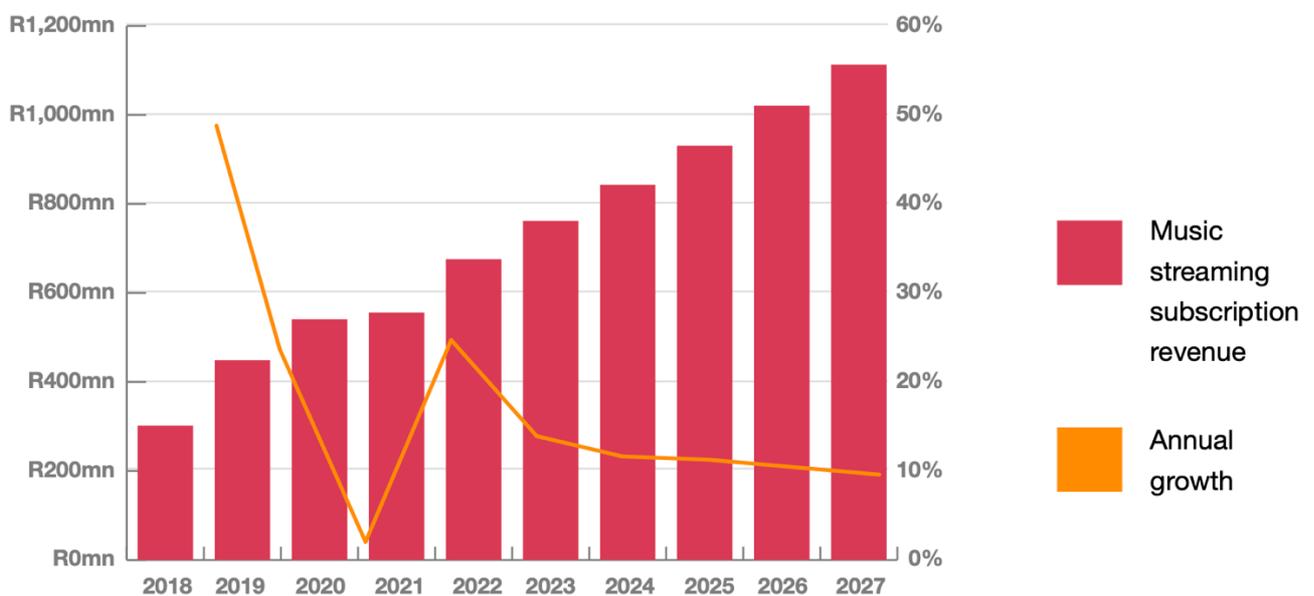
1. Wachstum des Internetzugangs; einem Bericht der [GSMA](#) zufolge wird die mobile Internetdurchdringung in Afrika südlich der Sahara bis 2025 voraussichtlich 50 % erreichen.<sup>9</sup>
2. Zunehmender Wettbewerb
3. Wiederkehrende Stromausfälle (sog. „load shedding“) seit 2007

<sup>9</sup> <https://africanfolder.com/streaming-platforms-in-africa/>

4. Gemäß einer Aussage von Temi Adeniji, Geschäftsführerin von Warner Music Africa: "Über den ganzen Kontinent hinweg sehen wir, dass Nutzer von traditionellen Medien zu digitalen Plattformen wechseln. Dieser Wechsel kommt den Künstlern und der Musik zugute, da sie im Mittelpunkt der wichtigsten digitalen Plattformen stehen, von Audio-Streaming bis zu Kurzform-Videos. Eine Herausforderung für die Musikindustrie insgesamt ist es, Nutzer von werbebasierten Diensten zu bezahlten Abonnements zu konvertieren. In Südafrika haben wir beispielsweise nur etwa vier Millionen bezahlte Abonnenten in einem Land mit fast 50 Millionen Menschen. Deshalb müssen wir sicherstellen, dass mehr werbebasierte Dienste als Trichter für Abonnements dienen."<sup>10</sup>

Dennoch wird erwartet, dass die Einnahmen aus Musik-Streaming-Abonnements in den nächsten fünf Jahren um 10,5 % pro Jahr steigen und im Jahr 2027 1,1 Milliarden Rand (umgerechnet 53,7 Mio. Euro) erreichen werden.

South Africa, music streaming subscription revenue (R millions) vs annual growth (%), 2018-2027



Source: PwC, Omdia

Bild 3: PwC Africa Entertainment and Media Outlook 2023 - 2027<sup>11</sup>

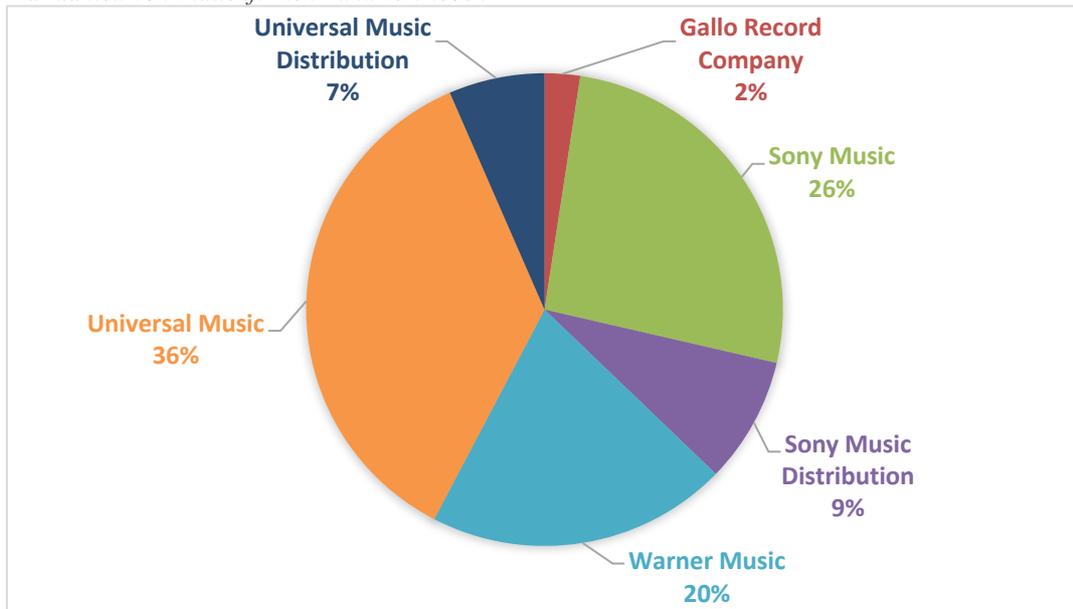
## Hauptvertriebe und Musiklabels

Universal Music und Sony Music sind die umsatzstärksten Labels in Südafrika, gefolgt von Warner Music. Gallo Music, das größte und älteste unabhängige Label in Südafrika, ist immer noch das umsatzstärkste unabhängige Label mit einem starken Marktanteil des lokalen Repertoires. Es ist eines der größten Indie-Labels, das den schnellen und drastischen Rückgang der physischen Verkäufe überlebt hat.

<sup>10</sup> [https://www.musikindustrie.de/fileadmin/bvmi/upload/06\\_Publikationen/GMR/Global Music Report 2023 State of the Industry.pdf](https://www.musikindustrie.de/fileadmin/bvmi/upload/06_Publikationen/GMR/Global_Music_Report_2023_State_of_the_Industry.pdf)

<sup>11</sup> <https://www.pwc.co.za/outlook>

Markanteil von Plattenfirmen - und vertrieben

Bild 3: RiSA Custom Reports, Dec. 2022<sup>12</sup>

Auch wenn aus dem Jahresbericht 2022 von RiSA, dem Wirtschaftsverband für Plattenfirmen, hervorgeht, dass hauptsächlich Universal, Sony und Warner und das älteste unabhängige Label Gallo Records, den Markt prägen, so drängen sich aufgrund von Kostensenkung in der Aufnahmetechnik und dem Wunsch, lokale Inhalte zu produzieren, viele neue unabhängige Labels auf den Markt. AIRCO, eine gemeinnützige Organisation, ist der wichtigste Vertreter unabhängiger Plattenfirmen in Südafrika und gewährleistet einen angemessenen Marktzugang.

### Die wichtigsten unabhängigen Labels

Gallo Africa Limited - <http://gallo.co.za/>  
 David Gresham Music - <https://www.greshamrecords.co.za/>  
 African Cream Music - <http://www.africancreamstore.com/>  
 Bula Music - <https://www.musicinafrica.net/directory/bula-music>  
 Muthaland Entertainment - <https://muthalandentertainment.co.za/>  
 Next Music - <https://www.facebook.com/pg/nextmusicza/about/>  
 Spirit Music - <http://www.spiritmusic.co.za/>

Es gibt eine ganze Reihe neuer unabhängiger Labels für elektronische Underground-Musik, wie Super Black Tapes, Süd Electronic, Lilac Jeans, Non, Kalawa Jazmee, Siyakaka, Eric Frisch Productions, Super Beat, Post post, Matsuli, Afro Synth. Viele der unabhängigen Labels werden von den Künstlerinnen und Künstlern selbst betrieben, wobei es einem Teil von ihnen an Geschäftskennntnissen, internationalen Beziehungen und Ressourcen mangelt. Es gibt keine Finanzierungsmöglichkeiten für Aufnahmen oder das Marketing und den Vertrieb von Aufnahmen.

### Digitaler Vertrieb

Es gibt verschiedene lokale digitale Vertriebsunternehmen, von denen einige als Boutique-Aggregatoren arbeiten und auch andere Dienstleistungen für Künstlerinnen und Künstler anbieten, während andere für alle zugänglich sind.

Africori - <http://africori.com/>  
 Content Connect Africa - <https://www.contentca.co.za/>  
 Electromode - <http://www.electromode.co.za/>  
 Nazwo - <http://www.nazwo.co.za/>  
 TurnUpMusic - <https://turnupmusic.com/>  
 Idol - (<https://idol.io/>) Das französische Vertriebsunternehmen das auch ein internationaler Vertrieb ist, eröffnete eine Niederlassung in Südafrika, um den lokalen Markt zu bedienen.

<sup>12</sup> <https://shorturl.at/gjsLQ>

Internationale Vertriebe wie Believe Digital, CD Baby und The Orchard werden von mehreren südafrikanischen Labels und Artists genutzt. Das südafrikanische Label Next Music ist der afrikanische Partner von The Orchard für den digitalen Vertrieb.

## Physischer Vertrieb

Die größte Musikkette in Südafrika ist Musica, die zur südafrikanischen Clicks Group gehört. Sie betreibt 105 Geschäfte in Südafrika, fünf in Namibia und drei in Botswana (<https://clicks.co.za/musica-stores>). Ihr Katalog enthält Musik-CDs, DVDs, ein paar Vinyl-Schallplatten und einige Accessoires und kann auch online bestellt werden. Es gibt viele kleinere spezialisierte Plattenläden, vor allem für Liebhabende von Vinyl (z. B. Afrosynth Records, Micogram Music Traders, Mr. Vinyl, Record Mad oder Vinyl Joint in Johannesburg, Kandi Records, Mabu Vinyl, Roastin' Records, Vinyl Café oder Voom in Kapstadt).

# Live

## Hauptveranstaltungsorte

Südafrika verfügt über eine sehr gute Infrastruktur für große Live-Musikveranstaltungen. Es gibt Mehrzweck-Veranstaltungsorte, wie riesige Stadien und große Hallen, die oft mit Kasinos verbunden sind (z.B. Time Square Sun Arena Pretoria, Grand Arena Cape Town oder Montecasino Johannesburg). Für Top Acts werden manchmal auch Open-Air-Plätze (z.B. Green Point Park oder Kirstenbosch National Botanical Garden, beide in Kapstadt) genutzt.

Hier ist eine Liste der wichtigsten Veranstaltungsorte für Top-Artists:

FNB Stadium Johannesburg (Fassungsvermögen: 94.000)  
 Kapstadt-Stadion (Fassungsvermögen: 55.000)  
 Ticketpro Dome (Fassungsvermögen: 20.000)  
 Time Square Sun Arena Pretoria (Fassungsvermögen: 8.500)  
 Grand Arena Kapstadt (Fassungsvermögen: 6.866)

Eines der am häufigsten genannten Probleme der südafrikanischen Musikszene ist jedoch der Mangel an kleineren oder mittelgroßen Live-Veranstaltungsorten. Es gibt nur wenige Veranstaltungsorte, an denen regelmäßig jede Woche Live-Konzerte stattfinden. Es gibt nur eine sehr geringe Anzahl von Veranstaltungsorten mit 100/200 Plätzen oder Veranstaltungsorte für die breite Öffentlichkeit. Die meisten von ihnen sind aus Gründen der Nachhaltigkeit auch Bars und Restaurants:

- The Artivist (Johannesburg - Braamfontein)
- The Chairman (Durban) Jazz
- Velvet Jazz Lounge (Johannesburg - East London) Jazz
- The Crypt (Cape Town) Jazz
- The Rainbow Restaurant (Cape Town)
- Soweto Theatre (Johannesburg)
- Afro Bru (Johannesburg - Maboneng)
- Just Badela (Johannesburg - Soweto)
- African Beer Emporium (Pretoria)
- The Good Luck Bar (Johannesburg)

Eine Liste der Grassroots-Veranstaltungsorte ist auf der Website von Concert SA zu finden:

<http://www.concertssa.co.za/venues-map/>. Trotz der geringen Anzahl an mittelgroßen Veranstaltungsorten gibt es in Johannesburg ein lebhaftes Nachtleben, wo viele Partys mit DJs in privaten Lokalen und in den Townships der Großstädte organisiert werden. Die Live-Musikszene ist in Kapstadt lebendiger.

Trotz der geringen Anzahl an mittelgroßen Veranstaltungsorten gibt es in Johannesburg ein lebhaftes Nachtleben, wo viele Partys mit DJs in privaten Lokalen und in den Townships der Großstädte organisiert werden. Die Live-Musikszene in Kapstadt ist lebendiger, weil es sich um einen Tourismusort handelt.

## Festivals

In Südafrika finden jedes Jahr mehr als 160 Festivals statt. Es gibt viele kleine und lokale Festivals für alle Musikrichtungen, einschließlich Festivals für lokal wichtige Genres wie Gospelmusik oder Afrikaans-Musik. Hier eine Liste diverser Festivals:

- Rocking The Daisies (Cape Town) <https://rockingthedaisies.com/> [Pop, Rock, Hip Hop, RnB, Elektronische Musik]
- OppiKoppi Festival (Northam) <https://www.oppikoppi.co.za/> [Rock, Jazz, World, Elektronische Musik]
- Up The Creek (Swellendam) <https://www.upthecreek.co.za/> [Rock]
- Afrikaburn (Tankwa Karoo National Park) <https://www.afrikaburn.com/> [Rock, Pop, Elektronische Musik, Kunst, Performance]
- Bassline Fest Johannesburg <https://new.bassline.co.za/> [alle Arten afrikanischer Musikstile]
- Splashy Fen Festival (Underberg) <http://splashyfen.co.za/> [Pop, Rock]
- Cape Town Jazz Festival <https://www.capetownjazzfest.com/> [Jazz]
- Soweto International Jazz Festival <https://www.sowetoijf.com/> [Jazz]
- Cape Town Electronic Music Festival <https://www.ctemf.com/> [Elektronische Musik]
- Johannesburg International Mozart Festival <https://join-mozart-festival.org/home/> [Klassische Musik]
- Joy of Jazz in Johannesburg <http://www.joyofjazz.co.za/> [Jazz]
- Jazz Festival at the Grahamstown (jetzt Makhanda) National festival of the Arts <https://www.nationalartsfestival.co.za/> [Jazz]
- Jazz on the Lake <https://www.facebook.com/events/515615278909912/> [Jazz]
- Ultra-Festival (Johannesburg + Kapstadt) <https://ultrasouthafrica.com/> [Elektronische Musik]
- Lighthouse Festival South Africa <https://www.lighthousefestival.tv/> [Elektronische Musik]
- Afropunk Festival Johannesburg <http://afropunkfest.com/johannesburg/> [Black music aller Genres]

Es gibt eine Initiative namens IGODA Festival Circuit. [IGODA](#) ist ein einzigartiges und innovatives Konzept, das die besten Musikfestivals im südlichen Afrika zusammenbringt, um eine der stärksten Tourneen des afrikanischen Kontinents zu schaffen. IGODA ist eine Partnerschaft, die aus der Firefest-Route hervorgegangen ist und Festivals in Mosambik, Swasiland, Südafrika und auf der Insel Reunion umfasst, darunter: Bassline Africa Day (Johannesburg, Südafrika), Azgo Festival (Maputo, Mosambik), MTN Bushfire (Malkerns, Swasiland), Sakifo Festival (Saint-Pierre, Insel Reunion) und Zakifo Festival (Durban, Südafrika) als Gründungsmitglieder.

## Wichtigste Veranstalter und Booker

Live Nation ist seit der Übernahme von [Big Concerts](#) in Südafrika vertreten. Es gibt auch einige kleinere Veranstalter:

- Bassline (<https://new.bassline.co.za/>)
- Matchbox Live <https://www.linkedin.com/company/matchbox-live/about/>)
- Akum Agency (<http://www.akumagency.com/>)
- Making Music Productions (<http://makingmusic.co.za/>)
- Impi Concerts (<http://www.impiconceptevents.com/>)
- Turning Tricks Entertainment (<http://www.turningtricksentertainment.co.za/>)

Darüber hinaus gibt es unabhängige Booking-Agenturen, die in der Region tätig sind. Live-Musik-Veranstaltende sind meist auf der Suche nach neuen Orten, meist Bars und Restaurants mit ausreichend Platz.

Künstler-Managements und Booking-Agenturen sind ein Schwachpunkt in der südafrikanischen Musikindustrie. Ein Problem in der südafrikanischen Musikindustrie ist, dass es zu wenig Künstlermanager und -agenten für die hohe Anzahl und Artists gibt. Zudem bräuchten die wenigen lokalen Musikwirtschaftsakteure eine bessere Ausbildung und internationale Kontakte, um das volle Potenzial ihrer Künstlerinnen und Künstler zu nutzen.

## Fachveranstaltungen, Showcase-Festivals, Fachmessen

In Südafrika gab es in den letzten Jahren eine ganze Reihe von Musikkonferenzen und professionellen Veranstaltungen (z. B. Breathe Sunshine in Kapstadt oder SAMC), aber die meisten von ihnen haben sich nicht etabliert, und nur KZN Music Imbizo, Moshito und Music Exchange sind noch aktiv.

- [KZN Music Imbizo](#)

Die Music Imbizo ist eine schnell wachsende, jährlich stattfindende internationale Musikwirtschaftskonferenz und -ausstellung. Die Konferenz bringt verschiedene Interessenvertreter der Musikindustrie unter einem Dach zusammen, um den Weg für die Musikindustrie auf dem afrikanischen Kontinent zu ebnen. Sie ist eine Plattform zum Ausstellen, Vernetzen und zum Austausch von Fachwissen und Kenntnissen.

- [Moshito Music Conference and Exhibitions](#)

Seit 2004 ist die Moshito Afrikas führende Veranstaltung für die Musikindustrie und hat sich als Plattform für Unternehmen und Organisationen der Musikindustrie, kleine Unternehmen, Künstler und Musiker positioniert. Ziel ist es, die Geschäftskennntnisse von Fachleuten der Musikindustrie in Afrika zu erweitern, die Geschäftsnetzwerke der Teilnehmenden zu stärken und die Delegierten und die Öffentlichkeit über die vielseitige und dynamische Natur der globalen Musikindustrie zu informieren.

- [Music Exchange](#)

Music Exchange, eine 2009 gegründete Non-Profit-Organisation, ist eines der führenden südafrikanischen Netzwerke für den digitalen Austausch in den Bereichen Musik, Film und Unterhaltung und plant jährlich eine dreitägige internationale Musikkonferenz mit Meisterklassen, Workshops und einem Showcase-Programm. Die Veranstaltung bietet vierteljährliche Programme für Musikschaffende, Medien, Plattenlabels, verwandte Dienstleistungen und Lieferanten, akademische Einrichtungen, die Regierung, den Unternehmenssektor und den Privatsektor. Das Programm bietet Kreativschaffenden praktische Werkzeuge und Einblicke in die Arbeitsweise der Musik-, Film- und Unterhaltungsbranche.

Darüber hinaus gibt es einige wichtige regionale und kontinentale Veranstaltungen:

- [IOMMA](#) (Ile de la Réunion)

Mit ihren bisherigen erfolgreichen Ausgaben hat die IOMMA ihre Position als erste Plattform der Musikindustrie im Indischen Ozean gefestigt. Dieser Markt fördert den Austausch und die Begegnung zwischen Künstlerinnen und Künstlern sowie Fachleuten und schlägt gleichzeitig eine Brücke zur Musikindustrie in Europa, Australien, Amerika und Asien. Das Ziel der IOMMA ist es, die Musikindustrie im Indischen Ozean bei ihrer Professionalisierung zu unterstützen und die Vernetzung durch eine Vielzahl von Geschäftstreffen mit internationalen Akteuren zu fördern.

- [ACCES](#) (2024 in Rwanda)

ACCES ist eine panafrikanische Veranstaltung für Akteure der Musikindustrie, bei der sie Ideen austauschen, neue Talente entdecken und Geschäftsverbindungen knüpfen können. ACCES findet jedes Jahr in einer anderen afrikanischen Stadt statt und zieht aktive Akteure der Musikindustrie aus der ganzen Welt an.

- [Visa for Music](#) (Rabat, Marokko)

Visa For Music (VFM) wurde 2013 ins Leben gerufen und ist der erste professionelle Musikmarkt bzw. das erste Musikfestival für Afrika und den Nahen Osten. Im Mittelpunkt des Projekts stehen rund 30 Showcases, aber auch Konferenzen, Speed-Meetings, Workshops und Schulungen.

- [Atlantic Music Expo](#) (Cabo Verde)

Die Atlantic Music Expo (AME) hat sich als wertvoller und einladender Treffpunkt für Muskschaffende in Cabo Verde, Afrika und auf allen Seiten des Atlantiks etabliert. Die AME bietet tagsüber und abends Showcases (einschließlich einer Bühne für urbane Musik und DJ-Sets), ein Konferenzprogramm, praktische Workshops, persönliche Treffen und einen abendlichen Straßenmarkt.

## Ticketing-Unternehmen

Ticketmaster ist in Südafrika nicht verfügbar. Der lokale Marktführer auf dem Primärmarkt ist die Ticketing-Abteilung von Shoprite (einem Supermarktriesen in Südafrika) namens Computicket. Das Angebot ist sehr breit gefächert und reicht von Theater-, Musik- und Sporttickets bis hin zu Bustickets und Geschenkgutscheinen. Das Unternehmen arbeitet auch mit Big Concerts zusammen.

Einige Newcomer schaffen es, auf dem Ticketing-Markt zu bestehen, dank enger Beziehungen zu kleineren Konzerten und Festivals: Quicket, NuTickets und Plankton zum Beispiel.

Auch wenn im Ticketing-Geschäft immer noch eine beträchtliche Anzahl von Barzahlungen zu verzeichnen ist, scheint sich der Markt im Wandel zu befinden. Laut James Tagg, dem Gründer von Quicket, hat sein Dienst einen Anteil von 70 % an mobilen Nutzerinnen und Nutzern. Auch wenn Südafrika im Vergleich in vielen Bereichen nach westlichen Maßstäben agiert, hat es – wie die meisten afrikanischen Länder, eine Tradition der Barzahlung bewahrt. Trotz der starken Verbreitung von Smartphones gibt es immer noch keine erfolgreiche Lösung für den mobilen Zahlungsverkehr, was bedeutet, dass die Menschen mit Kreditkarte, Banküberweisung und sogar per Nachnahme bezahlen. Die Gebühren können zwischen 6 % und 15 % liegen.

Sekundäres Ticketing: Viagogo gibt es zwar in Südafrika, aber abgesehen von einigen Ausnahmen ist die Nachfrage laut IQMag nicht stark genug, um den Sekundärmarkt für Eintrittskarten zu beleben.

Was die Steuern betrifft, so wird auf den Verkauf von Eintrittskarten eine Mehrwertsteuer von 15 % erhoben.

## Musikverlage

Ob in Südafrika, Afrika oder international, ein Verlag hat zwei verschiedene Rollen: die Verwaltung des Urheberrechts und das Urheberrecht ihrer Kundinnen und Kunden aufzuwerten. Dieser Mehrwert für das Urheberrecht erfolgt in der Regel in Form neuer Einnahmen aus der Platzierung in Medien wie Fernsehen und Film, Werbespots oder bei der Schaffung neuer Werke durch Co-Writing-Möglichkeiten. Die wichtigsten Plattenfirmen in Südafrika verfügen über unabhängige Verlagszweige, die bei der Muttergesellschaft untergebracht sind. Laut [Sheer Publishing](#) (ein unabhängiger, schnell agierender Musikverlag in Südafrika), gibt es drei verschiedene Arten von Vereinbarungen hinsichtlich der Musikveröffentlichungen, die in Südafrika verfügbar sind:

1. Die Einstiegsvereinbarung: eine Einzelliedvereinbarung, die sich speziell auf einen einzelnen Titel bezieht oder einer Reihe von Werken.
2. Die exklusive Autorenvereinbarung: diese Vereinbarung wird einem namhaften Autor oder einer namhaften Autorin angeboten und deckt alle Werke für einen bestimmten Zeitraum ab.
3. Die etablierte Autorenvereinbarung: diese Vereinbarung gilt für Autorinnen und Autoren, die einen Verwaltungsvertrag ausarbeiten.

Die entsprechenden Verwertungsgesellschaften in Südafrika sind CAPASSO (kümmert sich um Vervielfältigungsrechte, triebt Tantiemen ein und verteilt diese an Mitglieder) und SAMRO.

Angesichts des anhaltenden Rückgangs der physischen Verkäufe in Südafrika, zeichnet sich mehr und mehr ein Trend ab. Viele Künstlerinnen und Künstler, die noch keinen Plattenvertrag unterzeichnet haben, wenden sich an Verlage, um ihr unabhängig veröffentlichtes Material lizenzieren zu lassen. Dabei erhoffen sie sich, einen Synchronisationsvertrag zu sichern und die weltweiten Vervielfältigungsrechte zu halten.<sup>13</sup>

<sup>13</sup> <https://cmw.net/wp-content/uploads/Market-Access-Guide-South-Africa-2019.pdf>

# Medien

Fernsehen und Radio sind in Südafrika stark vertreten, während die sozialen Medien zunehmen und Musikblogs und Webzines eine Form der Präsentation für die Künstlerinnen und Künstler darstellen. Die nationalen Ergebnisse der südafrikanischen Volkszählung 2022 zeigen einen Aufwärtstrend unter anderem beim Besitz von Fernsehern und Mobiltelefonen. Die überwältigende Mehrheit (92,1 %) der Haushalte im Land besitzt ein funktionstüchtiges Mobiltelefon, ein bemerkenswerter Anstieg gegenüber den 3,3 % im Jahr 2001. Knapp vier Fünftel (79 %) der Haushalte besitzen ein Fernsehgerät, im Vergleich zu 52,6 % im Jahr 2001. Im Gegensatz dazu ist der Anteil der Haushalte, die ein Radio besitzen, von 73 % im Jahr 2001 auf 50,3 % im Jahr 2022 deutlich zurückgegangen.<sup>14</sup>

## Radio

Auch wenn der Anteil von Radiobesitzenden rückläufig ist, bleibt das Radio ein wichtiger Medienzweig. Die Radiolandschaft in Südafrika besteht aus drei Kategorien:

- SABC, öffentlich-rechtliche Radiosender;
- kommerzielle Radiosender;
- kommunale Radiosender (nicht gewinnorientierte Radios).

Alle Amtssprachen finden in der Radiolandschaft ihren Platz, ebenso wie andere Sprachen. Öffentlich-rechtliche Rundfunkanstalt ist die South African Broadcasting Corporation (SABC)<sup>15</sup>. Das Unternehmen verwaltet separat öffentlich-rechtliche und kommerzielle Radiosender mit insgesamt 18 Radiostationen. 5FM, Metro FM und Channel Africa sind einige der kommerziellen Sender von SABC, Lotus FM (Indisch), X-K FM (San – indigene Ethnien im südlichen Afrika) sind Radiostationen, die auf spezifische Gemeinschaften abzielen.

Während der Apartheid gab es in Südafrika nur zwei unabhängige Radiosender. Nach der Apartheid und mit der Liberalisierung des Rundfunks in den 90er Jahren begann eine wachsende Zahl von Radiosendern außerhalb der SABC zu arbeiten. Im Jahr 1996 wurden sechs SABC-Radiosender privatisiert, und 1997 erhielten acht private Radiosender ihre Lizenz, um in den drei größten Städten des Landes (Johannesburg, Durban und Kapstadt) zu senden.

Darunter:

- Heart 104.9FM and Gagasi 99.5FM (Kapstadt + Durban - Jazz)
- 99.2 YFM (Kwaito - urban)
- Kaya FM (Urban, Afro- und Populärmusik, ist auch bekannt dafür die erste unabhängige schwarze Radiostation in Südafrika zu sein)

Dieser Prozess weitete sich mit neuen Radiolizenzen in kleineren Städten aus, und in der Zwischenzeit erhielten Hunderte von gemeinnützigen Gemeinschaftsradios Lizenzen. Infolgedessen entstand in Südafrika eine bedeutende und reichhaltige Radiolandschaft, die eine sehr große Vielfalt bietet. Es gibt mehr als 160 Community-Radios, die gemeinsam jede Woche für Millionen von Menschen senden.

Die SABC besitzt die fünf meistgehörten Radiosender des Landes, wobei die führenden Radios die afrikanischen Sprachradios der SABC sind. Hier sind die Top-Radios (kommerzielle und öffentliche):

- Ukhozi FM (National - SABC - Talk [Englisch-Zulu] & Musik [Traditionell & Urban])
- Umhlobo Wenene FM (National - SABC - Unterhaltung [Englisch-Xhosa] & Musik)
- Metro FM (Landesweit - SABC - Musik [„black urban youth“])
- Lesedi FM (National - SABC - Gespräch [Englisch-Sesotho] & Musik)
- Thobela FM

<sup>14</sup> <https://www.sanews.gov.za/south-africa/921-sa-population-owns-cellphone>

<sup>15</sup> <https://www.sabc.co.za/sabc/radio/>

- Motsweding FM

79% der südafrikanischen Haushalte haben einen Fernseher<sup>16</sup>. SABC ist mit 3 TV-Kanälen der Marktführer. DSTV hat fast eine Monopolstellung auf dem südafrikanischen Pay-TV-Markt.

TV ist wichtig als Kategorie zu nennen, da es in Südafrika zahlreiche Musikfernsehsendungen gibt. Ein Beispiel dafür ist Live Amp, eine Fernsehsendung, in der die neuesten südafrikanischen Musikvideos, Live-Performances und Video-Mixing von einigen der größten DJs des Landes gezeigt werden. Laut Rundfunkrat von Südafrika gehört sie zu den 20 meistgesehenen TV-Shows. Zu den wichtigsten Sendern gehören: SABC1, SABC2, SABC3, eTV, DSTV.

Wenn es um reine Musikkanäle geht, ist der Markt in Südafrika sehr umkämpft. MTN ist der größte Musiksender in Südafrika und konkurriert mit Channel O, von DSTV vertrieben, einem in Südafrika ansässigen Musiksender, der sich vermehrt auf lokale Musik konzentriert, sowie mit SoundCity (von DSTV in 55 afrikanischen Ländern vertrieben), einem nigerianischen Sender, der sich stark auf nigerianischen Lifestyle, Musikvideos, Auftritte und Interviews konzentriert. Ein weiterer Musiksender ist Trace TV, ein französischer Sender, der von DSTV verbreitet wird und in Afrika stark vertreten ist.

## Musik-Fachzeitschriften

In der Zeitungsbranche gibt es vier Hauptakteure: Media 24, Independent Media, Avusa und die Caxton & CTP Group. Diesen Unternehmen gehören die meisten überregionalen und großen Zeitungen sowie die Fachzeitschriften. Für den Musikbereich sind folgende Fachzeitschriften relevant:

- SA Hip Hop Mag
- Mahala
- SA Music Magazine
- Hype
- Plattform

## Soziale Medien

TOP 5 Plattformen für soziale Medien 2018 (Google Consumer Barometer 2018):<sup>17</sup>

1. Whatsapp
2. Facebook
3. Youtube
4. FB Messenger
5. Instagram

TOP 5 Plattformen für soziale Medien 2023 (Ranglisten der Top Social-Apps in Südafrika):<sup>18</sup>

1. Facebook Lite
2. TikTok
3. TikTok Lite
4. Instagram
5. Facebook

Würde man die Liste der sozialen Medien 2023 weiterführen, so wären folgende Plätze belegt: 6. Instagram Lite, 7. Status Saver – Video Saver, 8. Threads (eine Instagram App), 9. Status Saver – WA Downloader, 10. NGL: anonymous q&a.

<sup>16</sup> <https://www.sanews.gov.za/south-africa/921-sa-population-owns-cellphone>

<sup>17</sup> ebenda

<sup>18</sup> <https://shorturl.at/bdmrO>

Die sozialen Medien sind eine wichtige Quelle für die Entdeckung neuer Musik in Südafrika. Dies zeigt auch folgendes Ranking der Top 5 Plattformen für Musik (Stand 1. Dezember 2023)<sup>19</sup>:

1. Spotify.com
2. [Mp3juice.blog](https://mp3juice.blog)
3. [Zamusic.org](https://zamusic.org)
4. [Radio-south-africa.co.za](https://radio-south-africa.co.za)
5. [Genius.com](https://genius.com)

Auch wenn YouTube in Südafrika im Vergleich zu anderen afrikanischen Ländern eine relativ geringe Verbreitung hat, ist es eine Plattform, auf der internationale Musik entdeckt werden kann.

Die starke Verankerung von Radio ist auch in den Plattformen für Musik erkennbar. Dort steht an 4. Stelle eine Sammelplattform aller Radiostationen in Südafrika, die dementsprechend auch online gestreamt werden können. Es ist zwar eine Tatsache, dass die Haushalte mit einem eigenen Radio rückläufig sind, die Radiosender aber sehr wohl gehört werden, nur eben online.

## Der südafrikanische Markt von der Perspektive des deutschen Musikexports

Ein großes Hindernis sowohl für deutsche bzw. allgemein europäische als auch lokale Künstlerinnen und Künstler stellen die große Entfernung und die Kosten für die Mobilität dar. Es gibt einige Initiativen zur Erleichterung dieser Mobilität. Auch wenn die südafrikanische Regierung strenge Maßnahmen und Finanzierungsprogramme für die Kultur ergriffen hat, wird eine breite Palette von Musikprogrammen von Kulturinstituten europäischer Länder oder von nichtstaatlichen Kulturorganisationen durchgeführt. Diese Organisationen versuchen, die Kapazitäten von Live-Musik-Veranstaltungen, Veranstaltungsorten und Festivals sowie die Mobilität der Künstlerinnen und Künstler zu stärken.

Diese Initiativen können in zwei Schemata eingeteilt werden:

### 1. Mobilität der Artists + Verbreitung des Repertoires

Diese Initiative umfasst kurzfristige Maßnahmen, die von Kulturinstitutionen durchgeführt werden. Diese Initiativen ermöglichen es europäischen Künstlerinnen und Künstlern, in Südafrika zu spielen (und manchmal auch südafrikanischen Artists, in Europa zu spielen), Aufenthalte bei lokalen Artists zu absolvieren und an Workshops teilzunehmen. Sie werden meist in Zusammenarbeit mit lokalen Fachleuten durchgeführt und können sowohl europäischen als auch südafrikanischen Künstlern zugutekommen. Auch wenn diese Initiativen europäischen Acts die Möglichkeit geben, ihre ersten Konzerte in Südafrika zu spielen, scheinen sie aus Sicht der Musikwirtschaft nicht wesentlich dazu beizutragen, eine Fangemeinde in Südafrika aufzubauen, die zu einer profitablen Tournee in Südafrika führen kann. Die Kulturinstitute haben jedoch gute Kenntnisse über südafrikanische Fachleute und sind sehr hilfreich, wenn es darum geht, die Zusammenarbeit und die künstlerische Präsenz in Südafrika zu stärken.

### 2. Nachhaltige Entwicklung und Stärkung der Musikindustrie in Südafrika

Das Goethe-Institut und die Siemens Stiftung finanzieren beispielsweise *Music in Africa*, ein sehr interessantes panafrikanisches Projekt, das darauf abzielt, ein Informations- und Austausch-Webportal für den afrikanischen Musiksektor aufzubauen. Neben dem Webportal führt die Music in Africa Foundation mehrere Offline-Projekte in ganz Afrika durch, um den Musiksektor auf dem Kontinent zu unterstützen. Diese Initiative stärkt die Musikindustrie auf dem gesamten afrikanischen Kontinent.

Das norwegische Außenministerium finanziert das Programm „Concerts SA“ der SAMRO-Stiftung, welches auf die Stärkung des Live-Musiksektors abzielt. Mithilfe von Forschungsarbeiten hat die Initiative die Schwachstellen des Live-Sektors ermittelt: Mobilität der Künstlerinnen und Künstler, Nachhaltigkeit der Veranstaltungsorte, Kapazitäten der Veranstaltenden. Außerdem werden entsprechende Programme entwickelt, um auf diese Probleme reagieren zu können. FAS hat in Zusammenarbeit mit dem Tshimologong-Inkubator das Digital Content Hub ins Leben gerufen, in dem afrikanische Musikunternehmen gegründet werden (Streaming-Plattformen usw.). Diese Initiativen tragen zum Aufbau von Kapazitäten bei und verbessern die Situation des Musiksektors in Südafrika. Langfristig erhöhen diese Initiativen die Kapazitäten der Zusammenarbeit zwischen Europa und Südafrika.

<sup>19</sup><https://shorturl.at/dfpw1>

## Bestehende Kooperationen und Förderungen mit europäischen Musikfachleuten/Ländern

Nachfolgend werden selbstorganisierte Initiativen von südafrikanischen Fachleuten, Initiativen südafrikanischer Organisationen, die von europäischen Ländern finanziert werden, sowie Initiativen zur Zusammenarbeit, die von Institutionen europäischer Länder organisiert werden, vorgestellt.

### [IGODA Network](#)

Das 2016 von unabhängigen Festivals gegründete Igoda Network hat sich zum Ziel gesetzt, einen der stärksten Tourneen-Kreisläufe auf dem afrikanischen Kontinent zu schaffen. Dies gelingt durch die Stärkung der einzelnen Festivals und dadurch, regionale und internationale Acts auf die Bühne zu bringen. Die Festivals der Netzwerkmitglieder finden in einem kurzen Zeitraum in verschiedenen Ländern des südlichen Afrikas statt, was es ihnen ermöglicht, bessere Konditionen für Künstlerhonorare auszuhandeln und sich einen Teil der Kosten zu teilen. Außerdem wurde ein striktes Zeitmodell für freie Tage zwischen einzelne Konzerte ausgearbeitet (5 – 8 Tage), damit Artists innerhalb eines kurzen Zeitraumes an verschiedenen Orten auftreten können.

Laut Igoda verfolgt die Initiative folgende Ziele:

- dauerhafte und stabile Live-Musik-Touren zu generieren
- die Musikvielfalt zu erhöhen
- die Kreativwirtschaft aufzubauen (Aufbau lokaler Acts, eines Publikums und Musikjobs)
- Fähigkeiten und Kapazitäten zu entwickeln durch die Professionalisierung von Musikfachleuten
- den sozialen Zusammenhalt zu fördern

Das Igoda-Netzwerk besteht aus fünf Festivals:

- Azgo (Maputo – Mozambique)
- Bassline Fest (Johannesburg – South Africa)
- MTN-Bushfire (Malkerns – Swaziland)
- Sakifo (Saint Pierre – Reunion Island)
- Zakifo (Durban – South Africa)

### [Music in Africa](#)

In Zusammenarbeit mit der Siemens Stiftung und Partnern aus dem gesamten afrikanischen Kontinent initiiert und unterstützt das Goethe-Institut „Music in Africa“, ein Informations- und Austausch-Webportal für den afrikanischen Musiksektor.

Neben dem Webportal führt die Music in Africa Foundation mehrere Offline-Projekte in ganz Afrika durch, um den Musiksektor auf dem Kontinent zu unterstützen: Künstlerausbildung, Mentoring-Projekte, Künstlermobilität und Austauschprojekte, Instrumentenbau- und Reparaturprojekte, Konferenzen und Seminare.

Ziel von Music in Africa: Wachstum im afrikanischen Musiksektor zu fördern, Musiknetzwerke und Kooperationen auf dem Kontinent zu stärken, sowie afrikanische Fachleute und Kreative, afrikanische Inhalte oder Inhalte mit Bezug zu Afrika und der afrikanischen Diaspora anzusprechen.

Hier eine Liste der aktuell aktiven Projekte:

1. [ACCESS](#) – eine Musikkonferenz- und Plattform für Musikfachleute aus ganz Afrika.
2. [Gender@Work](#) – ein Programm, um weibliche Fachkräfte im afrikanischen Musiksektor weiterzubilden
3. [Sound Connects Fund](#) – finanzielle Unterstützung für die Kreativ- und Kulturbranche
4. [Music in Africa Live](#) – finanzielle Corona-Hilfe für das afrikanische Musikökosystem

## Ausblick: Export nach Südafrika

Hier sind die wichtigsten Herausforderungen und Chancen für den deutschen Musikexport in Südafrika ausgearbeitet.

### *Chancen des Marktes:*

- am weitesten entwickelter Musikmarkt in Afrika
- sehr gute Infrastrukturen
- bestehende Kooperationen mit Europa
- starke Festivalszene
- breite und starke Landschaft von Radio- und Fernsehsendern
- Wachstums- und Rentabilitätspotenzials sind eine attraktive Perspektive für deutsche Unternehmen<sup>20</sup>
- Präsenz aller internationalen Musik-Streaming-Plattformen
- anhaltendes Wachstum der bezahlenden monatlich aktiven Nutzenden von Musik-Streaming-Diensten und digitalen Downloads
- sehr gut entwickelte Verwertungsgesellschaften und Branchenverbände, die alle wichtigen Musikrechte vertreten, sowie eine Marktpräsenz multinationaler und unabhängiger Musikunternehmen, sowohl lokal als auch international
- schnell wachsende Fangemeinde von "Afro-Enthusiasten" in vielen europäischen Zentren, die sich besonders für Amapiano und Afrobeats begeistern. Es besteht ein großer Bedarf, das wachsende Interesse an afrikanischer Musik zu bedienen<sup>21</sup>
- sehr günstige Wechselkurse und niedrige Kosten für Luxusunterkünfte, Restaurants und Einrichtungen

### Zusätzliche Vorzüge der beiden großen Städte Kapstadt und Johannesburg:

Kapstadt ist ein wichtiges Touristenzentrum, der Safaritourismus in und um Gauteng nimmt zu. Das kulturelle Zentrum von Johannesburg wird vermehrt von Künstlerinnen und Künstlern aufgesucht und für Songwriting-Camps und Kooperationen genutzt. Gebiete in Johannesburg wie Rosebank und Sandton sind sicher, gut erschlossen und für Kulturtourismus und Austauschprogramme zugänglich.

### *Hindernisse des Marktes:*

- Entfernung zwischen Europa und Südafrika
- sehr wenige Live-Musik-Locations
- schwierige Tournee-Routen
- starkes lokales Repertoire, auch wenn die Verkäufe der Tonträgerindustrie von internationalen Acts noch immer einen Großteil ausmachen – hier wiederum ist anglo-amerikanisches Repertoire führend
- Unterschiede im Verbraucherverhalten: Das südafrikanische Publikum konsumiert Genres wie Amapiano in nichtlinearen Formaten, wie etwa in Live-Umgebungen, Clubs und öffentlichen Verkehrsmitteln.
- Unterschiede in der Musikproduktion: Südafrikanische Musik wird hauptsächlich für DJs produziert und hat tendenziell die Funktion einer Hintergrundmusik. Dies stellt einen strukturellen Unterschied zu den europäischen Mainstream-Märkten dar.<sup>22</sup>

Aufgrund der oben beschriebenen Besonderheiten des Marktes ist der südafrikanische Markt neben international renommierten Acts auch für ganz bestimmte Gruppen von Künstlerinnen und Künstlern sowie Unternehmen interessant:

- Künstlerinnen und Künstler mit einem Diaspora-Hintergrund
- Jazzmusikerinnen und -musiker, insbesondere wenn sie auch an Workshops und Unterrichtsprojekten interessiert sind
- Künstlerinnen und Künstler der elektronischen Musik sowie DJs
- Musikerinnen und Musiker, die an einer Zusammenarbeit mit südafrikanischen Acts interessiert sind

<sup>20</sup> Interview mit Nyadenga Tshisikule, Geschäftsführerin, IMEXSA South Africa

<sup>21</sup> Siehe Artikel: <https://www.bizcommunity.com/Article/196/480/242269.html>

<sup>22</sup> Interview mit Ryan Hill, Manager, Universal Music Publishing, South Africa

- Unternehmen, die mit (süd)afrikanischem Repertoire arbeiten
- Unternehmen mit panafrikanischer Ausrichtung, die sich auf dem Kontinent niederlassen wollen und welche die entwickelte Infrastruktur zu schätzen wissen.

*Herausforderungen:*

- Partnerschaften mit lokalen Künstlern und Plattenfirmen, Lizenzvereinbarungen für den Musikvertrieb und Live-Auftritte bei Festivals und Konzerten finden, wie Live-Agenturen oder Konzertveranstalter, PR-Agenturen
- Reisekostenzuschüsse finden, um Konzerte oder eine Tournee rentabel zu machen
- Aufrechterhaltung der Präsenz in Südafrika
- große Nachfrage an lokaler Musik, die das kulturelle Erbe des Landes widerspiegelt
- Aufbau eines Artist Rosters mit Vertretern lokaler Genres (Amapiano, kwaito, gqom)

*Bewährte Praktiken:*

- Aufbau einer Fangemeinde durch soziale Medien und Radio
- Fokus auf Festivals und ausgewählten Konzerten in den großen Städten (Johannesburg, Kapstadt)
- Künstlerische Zusammenarbeiten mit lokalen Künstlerinnen und Künstlern

# Quellenverzeichnis

1. European Commission, Directorate-General for Education, Youth, Sport and Culture, Jacquemet, B., Le Gall, A., Saraiva, N. et al., *Music moves Europe – A European music export strategy – Final report*, Publications Office, 2019, <https://data.europa.eu/doi/10.2766/68347>
2. <https://www.capasso.co.za/>
3. <https://www.sampra.org.za/>
4. <https://www.samro.org.za/>
5. <https://mpasaonline.co.za/>
6. <https://www.pwc.co.za/outlook>
7. <https://sheerpublishing.com/>
8. <https://cmw.net/wp-content/uploads/Market-Access-Guide-South-Africa-2019.pdf>
9. <https://www.bizcommunity.com/Article/196/480/242269.html>
10. <https://www.similarweb.com/de/top-websites/south-africa/arts-and-entertainment/music/>
11. <https://www.youtube.com/@googleconsumerbarometer7190>
12. <https://www.sanews.gov.za/south-africa/921-sa-population-owns-cellphone>
13. <https://www.kapstadt.de/lifestyle/kunst-und-kultur/tv-und-radio/internet-radio>
14. <https://www.sabc.co.za/sabc/radio/>
15. <https://africanfolder.com/streaming-platforms-in-africa/>
16. <https://www.risa.org.za/website/statistics/>
17. <https://gadget.co.za/samusicbooms/>
18. [https://www.europarl.europa.eu/thinktank/de/document/EPRS\\_STU\(2023\)747457](https://www.europarl.europa.eu/thinktank/de/document/EPRS_STU(2023)747457)
19. [https://www.musikindustrie.de/fileadmin/bvmi/upload/06\\_Publikationen/GMR/Global\\_Music\\_Report\\_2023\\_State\\_of\\_the\\_Industry.pdf](https://www.musikindustrie.de/fileadmin/bvmi/upload/06_Publikationen/GMR/Global_Music_Report_2023_State_of_the_Industry.pdf)
20. <https://de.statista.com/statistik/daten/studie/254713/umfrage/bruttoinlandsprodukt-bip-in-suedafrika/>
21. [https://www.gtai.de/resource/blob/585288/7a73eced519858eaaf4020ca29de2f3/GTAI-Wirtschaftsdaten\\_Dezember2023\\_S%C3%BCdafrika.pdf](https://www.gtai.de/resource/blob/585288/7a73eced519858eaaf4020ca29de2f3/GTAI-Wirtschaftsdaten_Dezember2023_S%C3%BCdafrika.pdf)

## Weiterführende Links:

1. <https://www.musicinafrica.net/magazine/sa-music-industry-valued-r2bn-2020-sots-report>  
(<https://www.musicinafrica.net/sites/default/files/attachments/article/202209/sots-zamusicindustryreport2022.pdf>)
2. <https://www.musicinafrica.net/RSFAM>  
(<https://www.musicinafrica.net/sites/default/files/attachments/article/202205/rsfamreport2022us01.pdf>)

GTAI-Informationen zu Südafrika	Links
Wirtschaftsumfeld	<a href="#">Südafrika ist Brückenkopf der digitalen Seidenstraßen in Afrika</a> <a href="#">Partnerschaften fördern globale Energiewende</a> <a href="#">Erfolgreich in Südafrika – Wirtschaftsführer</a> <a href="#">Südafrika bleibt unter seinen Möglichkeiten</a> <a href="#">Südafrika – Klimaschutz bietet Chance zur Erneuerung</a> <a href="#">Neue Märkte – Neue Chancen: Südafrika</a> <a href="#">Südafrika schlittert knapp an Rezession vorbei</a> <a href="#">Wirtschaftsdaten kompakt: Südafrika</a>
Recht	<a href="#">Recht kompakt Südafrika</a> <a href="#">Südafrika hat steuerrechtlichen Leitfaden aktualisiert</a>
Zoll	<a href="#">„Zoll durch die Welt“ – Freihandelsabkommen im Überblick</a> <a href="#">Zoll und Einfuhr kompakt</a>
Das könnte Sie auch interessieren	<a href="#">Markets International</a> <a href="#">Projektliste Markterschließungsprogramm</a> <a href="#">GTAI – Imageflyer</a> <a href="#">Broschüre Mittelstand Global „Weltweit gut angekommen“</a> Informationen über Exportkredit – und Investitionsgarantien finden sie <a href="#">hier</a>

## Kontaktadressen in Deutschland

Institution	Kontakt
Africa Business Guide Digitale Partner- und Informationsplattform des Wirtschaftsnetzwerks Afrika	<a href="http://www.africa-business-guide.de">www.africa-business-guide.de</a>
Afrika-Verein der deutschen Wirtschaft e.V	T +49 40 41 91 330 E <a href="mailto:post@afrikaverein.de">post@afrikaverein.de</a> <a href="http://www.afrikaverein.de">www.afrikaverein.de</a>
Botschaft der Republik Südafrika in Deutschland	Tiergartenstraße 18 10785 Berlin T +49 30 22 07 30 E <a href="mailto:berlin.admin@dirco.gov.za">berlin.admin@dirco.gov.za</a> <a href="http://www.suedafrika.org">www.suedafrika.org</a>
Deutsche Gesellschaft für Internationale Zusammenarbeit (GIZ) GmbH	Dag-Hammarskjöld-Weg 1-5 65760 Eschborn T +49 6196 79 0 E <a href="mailto:info@giz.de">info@giz.de</a> <a href="http://www.giz.de">www.giz.de</a>
Agentur für Wirtschaft & Entwicklung (AWE)	T +49 30 72 62 56 80 E <a href="mailto:beratung@wirtschaft-entwicklung.de">beratung@wirtschaft-entwicklung.de</a> <a href="http://www.wirtschaft-entwicklung.de">www.wirtschaft-entwicklung.de</a> Förderdatenbank Entwicklungsländer <a href="http://www.foerderdatenbank-entwicklungslaender.de">www.foerderdatenbank-entwicklungslaender.de</a>
Germany Trade & Invest (GTAI)	Villemombler Straße 76 53123 Bonn T +49 228 24 99 30 E <a href="mailto:info@gtai.de">info@gtai.de</a> <a href="http://www.gtai.de">www.gtai.de</a>
Subsahara-Afrika Initiative der Deutschen Wirtschaft (SAFRI)	T +49 30 20 30 82 314 <a href="http://www.safri.de">www.safri.de</a>

## Kontaktadressen in Südafrika

Institution	Kontakt
Botschaft der Bundesrepublik Deutschland	201 Florence Ribeiro Avenue Groenkloof Ext 11 Pretoria 0181 Südafrika T +27 12 427 89 00 E <a href="mailto:info@pretoria.diplo.de">info@pretoria.diplo.de</a> <a href="http://www.southafrica.diplo.de">www.southafrica.diplo.de</a>
DEG/KfW-Büro	3 on Glenhove Corner Glenhove Rd and Tottenham Ave Melrose Estate 2196 Johannesburg Südafrika T +27 11 50 72 500 E <a href="mailto:anne.keppler@deginvest.de">anne.keppler@deginvest.de</a> E <a href="mailto:joseph.mbuyi@kfw.de">joseph.mbuyi@kfw.de</a> <a href="http://www.deginvest.de">www.deginvest.de</a> <a href="http://www.kfw-ipex-bank.de">www.kfw-ipex-bank.de</a>
Deutsche Industrie- und Handelskammer für das südliche Afrika (AHK)	47 Oxford Road Forest Town 2193 Johannesburg Südafrika T +27 11 48 62 775 E <a href="mailto:info@germanchamber.co.za">info@germanchamber.co.za</a> <a href="http://www.suedafrika.ahk.de">www.suedafrika.ahk.de</a>

