



*Wolfgang Rott kennt sich im Musikbusiness aus und beobachtet aktuelle Trends und Entwicklungen in der Szene.*

## Eine wilde Achterbahnfahrt

### Im Gespräch mit Wolfgang Rott

*24.03.2018, Von: Sabrina Kleinertz, Foto:*

Egal ob auf hoher See, im Nightliner oder vom Büro in der hannoverschen Innenstadt aus - Wolfgang Rott ist immer in Bewegung. Anfangs tourte er mehrere Jahre mit Joe Cocker, heute leitet er nicht nur die cmm GmbH, die sich um Marketing, Promotion und PR-Fragen kümmert, sondern begleitet Künstler und arbeitet bei Festivals wie der 70000 Tons of Metal-Kreuzfahrt oder auf dem Open Air-Festival Wacken. Was seine tägliche Arbeit ausmacht und welche Trends er in der Branche kritisch beobachtet, darüber sprachen wir mit ihm im Interview.

**Rockszene.de:** Wie bist du ins Musikbusiness gekommen?

**Wolfgang Rott:** Ich bin ins Musikbusiness gekommen, als ich noch ganz jung war. Damals war ich in der Schule in verschiedenen Aktionsgruppen und habe Veranstaltungen organisiert. Außerdem war ich damals auch mit Bands unterwegs und habe als Techniker und Roadie gearbeitet. Dann kam eines Tages Frank Bornemann von der Band Eloy und sagte: „Komm, pass auf. Wir suchen noch jemanden, der das Management hier macht.“ Zu der Zeit war ich noch Beamter und habe drei Monate über das Angebot nachgedacht.

**Hattest du also Angst davor, den Schritt zu wagen?**

Wenn du Beamter bist, dann ist deine Laufbahn für die nächsten 30 Jahre vorgezeichnet. Ich muss

allerdings auch sagen, dass ich als Beamter einen interessanten Job bei der Stadt Seelze hatte. Damals war die Stadt noch sehr jung und ich habe mich um die Bereiche Sport und Kultur gekümmert. Das hat mir sehr viel Spaß gemacht und als ich den Schritt in die Selbstständigkeit machen wollte, hat mich meine Familie erst mal für verrückt erklärt (lacht). Aber so begann die Achterbahnfahrt.

## **Wie entstand dann die cmm GmbH und was sind die täglichen Aufgaben?**

Ich habe unter anderem mit Eric Burdon, John Mayall und dann ab 1984 mit Joe Cocker zusammengearbeitet und war dann auch sein Europa Consultant. Dabei habe ich festgestellt, dass es ein großes Manko ist, dass es keine unabhängigen Promotionagenturen gab und so habe ich mir gesagt: „Gut, dann musst du das machen“ (lacht). Unsere tägliche Arbeit besteht aus ganz verschiedenen Teilen. Wir planen, gemeinsam mit den Plattenfirmen und den Bandmanagements die Veröffentlichungen beziehungsweise die Medien- und Marketing Aktivitäten ihrer neuen Alben oder kümmern uns um Katalogpromotion. Iron Maiden, Savatage/TSO und viele mehr gehören seit über 15 Jahren zu unseren Kunden. Dazu kommen viele große Labels wie beispielsweise Universal, Warner, Sony und früher EMI und kleine Labels.

Dazu machen seit fast zehn Jahren Eventpromotion und Konzeptentwicklungen. Ich habe lange die PR-Arbeit für Wacken gemacht und miterlebt, wie das Festival von 15.000 Besuchern auf 50.000 Besucher gewachsen ist. Für die 70000 Tons of Metal-Kreuzfahrt machen wir alles, was mit Marketing, Anzeigen, Presse, Online, Funk und Fernsehen zu tun hat. Diese Synergien, die bei der Arbeit entstehen sind wirklich interessant. Zudem haben wir mit SAOL noch eine separate Dienstleistung für Bands, denen wir Promotion und Vertrieb anbieten. Allerdings behalten die Bands dabei die Rechte an ihrer Musik und können selbst über das zur Verfügung stehende Budget entscheiden. Wir sind dabei also nur der Dienstleister, der sich um den physischen und digitalen Vertrieb und der dazugehörigen Promotion und Marketing kümmert.

## **Wie hat sich das Musikbusiness verändert? Was sind deiner Meinung nach positive und negative Trends?**

Die Branche hat sich innerhalb der letzten 20 Jahre extrem verändert. Es gibt immer weniger Labels und immer weniger Bezug zu den Bands. Früher hat man noch drei Alben durchgezogen; heute in Zeiten von DSDS reicht es gerade noch für eine Single. Der Bedarf hat sich ganz anders entwickelt. Wir haben auch viele Jahre mit SPV zusammengearbeitet und für sie alles an Promotion gemacht. Mein Vorteil war dabei, dass ich viele Künstler schon vorher aus dem Tourmanagement, anderen PR Aktionen und den Events kannte. Was sich sicherlich auch verändert hat ist der Aspekt „Budget“. Die Budgets werden immer kleiner und für cmm GmbH war der Downfall als SPV weg war. Das hat uns getroffen, aber wir waren danach auch die Ersten, die DVD-Promotions für Warner Bros. gemacht haben. Außerdem haben wir quasi die Release-Partys erfunden (lacht). So ging die Achterbahnfahrt also weiter und wir haben über die Jahre hinweg auch einige Leute ausgebildet, die heute unsere Konkurrenz sind. Für Bands haben sich die Zeiten verschlechtert. Früher gab es bei einem Verkauf von 250.000 Platten den Goldstatus; heute gibt es das schon bei 100.000 Platten.

## **„Rockmusik ist immer noch der Underdog“**

Auch die Digitalisierung hat die Industrie lange ignoriert. Illegale Downloads waren zum Sport geworden und mindern den Wert der Musik. Eine Band verdient heute nur noch, wenn sie spielt. In den 1970er-Jahren hat man ein Album gemacht, um damit auf Tour zu gehen; danach hat man getourt um Alben zu verkaufen und heute ist ein Album wieder der Anlass, um auf Tour zu gehen. Früher hat man sich nur durchgesetzt, wenn man spielen konnte. Heute kann man am Laptop Spuren hin- und herschieben und das zieht den Wert der Arbeit nach unten. Viele glauben, dass sie etwas von Musik verstehen, nur weil sie den CD-Player bedienen können. Dass es kaum noch Live Clubs gibt trägt sicherlich auch dazu bei. Früher ist man durch die harte Schule gegangen und Live Musik war Teil des Lebens. Aber wenn man heute einer Band sagt, dass es kein Hotel gibt und die Dusche auf dem Gang ist, dann gibt es fragende Blicke. Wenn der Vater seinem Sohne heute eine Gitarre für 5000 Euro kauft, dann kann man noch lange nicht spielen und der Auswahlprozess verändert sich. Das Problem ist, dass man live spielen muss, um ein Gespür für das Publikum zu bekommen. Man muss durchs Feuer gehen (lacht). In den USA oder Kanada ist das Live spielen normal und in Schweden oder Australien gibt es Förderprogramme für Bands, um beispielsweise Tourneen im Ausland zu finanzieren. Zwar müssen sich die Bands auch dort beweisen, aber es ist Geld da. Solche Chancen bekommen hier die wenigsten. Das sind aber nur Tropfen auf dem heißen Stein und die Kulturförderung in Deutschland ist vor allem auf Klassik getrimmt. Rockmusik ist immer noch der Underdog oder zu kommerziell.

## **Glaubst du, dass diese Trends rückläufig werden können?**

Nein! Es gibt zwar Förderprogramme, aber es kommt nur selten vor, dass es Leute nach oben schaffen. In Schweden sind ABBA und andere Bands aus solchen Programmen entstanden, ähnliches gilt in Australien, Kanada und so weiter - dort wird auch gefördert, weil man erkannt hat, dass es ein Wirtschaftsfaktor ist! Die Struktur und das Alter von Rockliebhabern sind sehr breit und es gibt eine große soziale Bindung in Genres wie Rock und Metal. Das sind sehr friedliche Communitys; auf der Kreuzfahrt hatten wir 75 Nationen zu Gast. Es gibt endlich auch Radiosender wie zum Beispiel Radio 21, Radio Bob oder Rockland, die ein Rockprogramm haben. Aber ich glaube immer noch nicht, dass sich der Trend umkehren lassen wird. Das Verwässern der Fankultur ist ein Problem, da es weniger Verbindung zwischen Künstler und Fan gibt und die Musik zu einem Wegwerfprodukt wird.

## **Sitzt du lieber am Schreibtisch oder bist du lieber unterwegs?**

Sowohl als auch (lacht). Wenn es passt, dann versuche ich mindestens ein oder zwei Mal im Jahr für ein paar Tage mit auf Tour zu gehen. Ein paar Nächte im Nightliner erden total (lacht). Ich muss tagtäglich den Laden leiten, mich um Anfragen kümmern, zu Steuerberatern und so weiter. Außerdem mache ich viele geschäftliche Kurztrips. Das alles zusammen schlaucht und manchmal bin ich schon froh, wenn ich auch mal am Schreibtisch sitzen kann. Ich möchte meine Zeit auf Tour nicht missen, aber ich tanze sowieso jeden Tag auf zehn bis 15 Hochzeiten.

## **Kannst du dein Privatleben noch von deinem Arbeitsalltag trennen?**

Wenn ich zu Hause bin, dann höre ich auch gerne mal Klassik und natürlich hast du in einem Beruf wie meinem auch Mischebenen. Die Leute, mit denen ich zusammenarbeite respektieren es, dass ich abends nicht immer ans Telefon gehe und lassen mich in Ruhe, solange es nicht irgendwo brennt das haben auch die Amerikaner in der Zusammenarbeit gelernt (lacht). Abends schaue ich aber doch noch mal auf mein Handy (lacht). Ich habe einfach mein Hobby zum Beruf gemacht und somit ist privat auch manchmal beruflich. Es gibt aber kein 24/7-Arbeiten für mich, denn das frisst dich auf und geht auf die Leistung und den Spaß am Beruf! Telefonkonferenzen sind durch die Zeitverschiebung manchmal schwierig, aber sie finden jetzt immer zu machbaren Zeiten statt (lacht).

## Was sind deine Ziele und Wünsche für die Zukunft?

Ich wünsche mir vor allem, dass ich noch lange gesund bleibe und diesen Job machen kann. Zwar plane ich auch schon, weniger zu machen, aber das klappt noch nicht so gut (lacht). Hier in der Firma gibt es immer Veränderungen sowohl bei den Kunden, aber auch manchmal beim Personal. Man muss seine Mitarbeiter fördern und akzeptieren, dass es Umwälzungsprozesse gibt. Ich persönlich halte eine Mischung aus erfahrenen Mitarbeitern und Leuten mit frischen Ideen für am besten. Ich hoffe, dass sich jemand herauskristallisiert, der die Firma weiterführt.

Links:

---

[www.cmm-marketing.com](http://www.cmm-marketing.com)

Ähnliche Artikel auf [Rockszene.de](http://Rockszene.de):

---

[Solo-Debüt im Juni](#)(12.02.2021)

[Über das Treffen von Entscheidungen](#)(02.02.2021)

[Ein Tribut an seinen Vater](#)(21.11.2020)

[Mit dem Fahrrad zum Veranstaltungsfriedhof](#)(17.11.2020)

[DC-Comics kündigt Soundtrack an](#)(19.09.2020)

© Copyright:

Die Texte und die Fotos in diesem Artikel sind urheberrechtlich geschützt. Weitere Infos + Nutzungsbedingungen im [Impressum](#)