

Zürich, 9. März 2026

Keynotes, Panels, Talks und mehr am 20. und 21. März im Zürcher Schiffbau

Von Altersdiskriminierung über KI-Gegenwart bis Streaming-Geheimnisse: Die m4music Conference macht den Realitycheck

Die m4music Conference ist der wichtigste Treffpunkt für Musikinteressierte und Branchenprofis in der Schweiz. Im Rahmen von m4music, dem Popmusikfestival des Migros-Kulturprozent, diskutieren Expert*innen aktuelle Entwicklungen, Herausforderungen und Trends der Musikbranche. Am 20. und 21. März 2026 stehen über 20 frei und kostenlos zugängliche Talks, Panels, Keynotes, Workshops, DJ-Sets und Karaoke im Schiffbau auf dem Programm. Im Fokus stehen Themen wie KI-Updates, Streaming-Insights und neue Erkenntnisse zum Ausgehverhalten, Perspektiven auf Songwriting sowie strukturelle Fragen wie Ageism und internationale Mobilität von Musikschaaffenden.

Wie Streaming-Algorithmen unser Hören prägen

Einer der zentralen Keynote-Talks hält Glenn McDonald, der zwölf Jahre lang als «Data Alchemist» bei Spotify und The Echo Nest tätig war. In dieser Rolle prägte der Amerikaner die Entwicklung von Musikalgorithmen und entwickelte unter anderem Formate wie «Wrapped» mit. Heute beschäftigt sich McDonald als Buchautor, Berater und Blogger mit der Frage, wie Menschen Musik entdecken und welche Rolle Technologie dabei spielt. Im Keynote-Talk mit Natalia Anderson gibt er Einblicke in die Logik von Streamingplattformen und erklärt unter anderem, warum heute Songs statt Alben im Fokus stehen. Sein Vortrag verbindet technologische Perspektiven mit kulturellen Fragen und richtet den Blick auf die Zukunft der Musikeckdeckung.

FR 20.03.2026, 14:00 Uhr, Moods, Conference auf Englisch.

Von LA bis Zürich: Songwriting ohne Grenzen

Andrea Stolpe und Gregor Schwellenbach verbindet vieles. Beide sind Profis für Songwriting und Arranging, arbeiten im akademischen Umfeld und blicken auf internationale Karrieren zurück. Dazu gehörten Zusammenarbeiten mit Faith Hill, Xatar oder Alligatoah sowie Tätigkeiten am Berklee College of Music. 2025 sind beide in die Schweiz gezogen, Stolpe aus Los Angeles, Schwellenbach aus Köln. Im Gespräch mit der Musikwissenschaftlerin Rachel Harder sprechen sie über ihr Ankommen in der Schweizer Musikszene und über ihre gemeinsame Leidenschaft für Songwriting. Dabei geben sie auch Einblicke in ihre Arbeit: Schwellenbach als neuer Leiter des Studiengangs Major Pop an der ZHdK, Stolpe mit ihrem EMC Institute und ihren Social-Media-Kanälen mit über 250'000 Follower*innen.

SA 21.03.2026, 16:30 Uhr, Moods, Conference auf Englisch.

Ageism und Mobilität: Brennpunkte unter dem Radar

Neben technologischen Entwicklungen greift die m4music Conference auch gesellschaftliche Themen auf. Das Panel «Von wegen Forever Young: Ageism in der Musikindustrie» beleuchtet Altersdiskriminierung im Musikbetrieb, ein Thema, das bis jetzt kaum Beachtung gefunden hat. Die starke Ausrichtung auf Jugendlichkeit prägt Förderstrukturen, Sichtbarkeit und Karrieren. Vertreter*innen aus Wissenschaft und Musikindustrie sprechen über persönliche Erfahrungen und diskutieren mögliche Lösungsansätze. Ganz im Sinne von Björk: Kreativität hat kein Ablaufdatum.

SA 21.03.2026, 13:15 Uhr, Matchbox, Conference auf Deutsch mit Simultanübersetzung auf Französisch.

Ein weiteres Panel widmet sich der internationalen Mobilität von Künstler*innen. Restriktive Visaregime erschweren Auftritte sowie Kooperationen und führen immer wieder dazu, dass Konzerte oder Projekte nicht stattfinden können. Das Panel «Beyond Borders: Mobility is a Human Right» versammelt Stimmen aus der Praxis, macht strukturelle Ausschlüsse sichtbar und diskutiert Wege, kulturellen Austausch trotz bürokratischer Hürden zu ermöglichen.

SA 21.03.2026, 17:00 Uhr, Matchbox, Conference auf Englisch.

Keynotes, Panels und Sessions – das erwartet die Besucher*innen noch:

- «Swiss Success Story: Stefanie Heinzmann»

Die Walliser Ausnahmesängerin Stefanie Heinzmann, die als erste Schweizerin überhaupt eine deutsche Castingshow gewann und seither seit fast zwei Jahrzehnten die Musikwelt prägt, spricht über ihre beeindruckende Karriere, ihre ungebrochene Relevanz sowie ihr Engagement für Diversität und soziale Verantwortung.

- «Karriere oder Prekariat: Was bringen Schweizer Musikhochschulen?»
- «m4money: Kommt, wir reden über Geld!»
- «Die Nacht auf dem Prüfstand: Exklusive Zahlen zum neuen Ausgehverhalten»
- «Click click! Post Concert Talks – Rundgang zum Thema *Musikfotografie*»

Weitere Informationen zum Programm der m4music Conference und die detaillierte Übersicht sind auf www.m4music.ch/conference verfügbar.

Über m4music

Jeden März eröffnet m4music die Festivalsaison und setzt das erste Highlight des Jahres: Am 20. und 21. März 2026 findet das Popmusikfestival des Migros-Kulturprozent rund um den Zürcher Schiffbau statt. Über 40 aufstrebende nationale und internationale Acts stehen auf fünf Bühnen. Die m4music Conference bietet eine Austauschplattform und setzt mit Formaten wie Expert-Talks und Panels Impulse. Die m4music Demotape Clinic zeichnet vielversprechende Artists aus und fördert sie nachhaltig – so wie 2016 Veronica Fusaro, die 2026 die Schweiz am ESC vertritt. Seit seiner Gründung 1998 steht das m4music Festival für das Entdecken neuer Künstler*innen und für den Austausch zwischen Szene und Publikum. Viele Acts, die hier auftraten, darunter Charli XCX, Trettmann, Sophie Hunger oder Black Sea Dahu, zählen heute zu den festen Grössen der internationalen Popkultur.

Kontakt

elliott AG

Sarah Baumgartner, +41 76 476 12 40, media@m4music.ch

Claudia Wintsch, +41 79 653 24 52, media@m4music.ch

Philipp Schnyder, Festivalleiter m4music, +41 79 631 15 05, philipp.schnyder@mgb.ch

Das Migros-Kulturprozent unterstützt kulturelle und soziale Initiativen und bietet einer breiten Bevölkerung ein vielfältiges Angebot. Neben traditionsreichen Programmen setzt es gezielt Akzente zu zukunftsweisenden gesellschaftlichen Fragestellungen. Zum Migros-Kulturprozent gehören auch die Klubschule Migros, das Gottlieb Duttweiler Institut, das Migros Museum für Gegenwartskunst, die vier Parks im Grünen und die Monte-Generoso-Bahn. Insgesamt investiert das Migros-Kulturprozent jährlich 120 Millionen Franken.