

POP MEETING

Niedersachsen

DOKUMENTATION
18. – 19.6.2013 IN OSNABRÜCK

DOKUMENTATION POPMEETING NIEDERSACHSEN 2013 18. – 19.6.2013 IN OSNABRÜCK – Landeskongress zur Populärmusikförderung –

Im November 2007 fand in der CD-Kaserne Celle das erste PopMeeting Niedersachsen statt. Zahlreiche Musiker, Veranstalter, Förderer, Förderinstitutionen, Politiker usw. trafen sich, um sich gegenseitig über den damaligen Stand der Rock- und Popmusikszene Niedersachsen zu informieren. Dies fand einen derartigen Zuspruch, dass der Wunsch aufkam, solche Treffen regelmäßig zu veranstalten. Im Oktober 2010 organisierte die LAG Rock im Veranstaltungszentrum Hallenbad in Wolfsburg das zweite PopMeeting Niedersachsen. Auch diese Veranstaltung war ein voller Erfolg. Im Juni 2013 fand im Kulturzentrum Lagerhalle in Osnabrück das dritte PopMeeting Niedersachsen statt. Nach wie vor besteht bei allen Beteiligten großes Interesse, solche Treffen regelmäßig zu organisieren. Deshalb hat die LAG Rock es sich zu einer ihrer wichtigen Aufgaben innerhalb ihrer neuen institutionellen Arbeit gemacht, die Idee des PopMeetings Niedersachsen stetig weiterzuentwickeln.

An dieser Stelle möchten wir uns beim Niedersächsischen Ministerium für Wissenschaft und Kultur (MWK) für die Förderung der bisher veranstalteten Popmeetings bedanken.

Ziel des PopMeeting Niedersachsens 2013 war es, das veränderte Rollenbild von Musikern bzw. Bands und Veranstaltern zu diskutieren. Mehr denn je ist der Künstler selbst verantwortlich für die eigene Vermarktung und Vernetzung, teilweise fungiert er auch als eigener Veranstalter. Originäre Veranstalter gehen in der Programmgestaltung weniger wirtschaftliche Risiken ein, um sich so im Wettbewerb um Freizeitaktivitäten behaupten zu können. Mit Vertretern beider Gruppen vor Ort sollten die Konsequenzen der sich wandelnden Rollen und Aufgaben für zukunftsweisende Kooperationen herausgearbeitet werden. In Podiumsdiskussionen wurden die jeweiligen Perspektiven der Veranstalter und Künstler erörtert, in Seminaren zielgruppenspezifische Aufgabenfelder bearbeitet und in Workshops zukunftsfähige Formate für Nachwuchsförderung und Professionalisierung entwickelt. Die Fachtreffen der local heroes-Veranstalter schlossen das PopMeeting Niedersachsen ab. Unter dem Themenschwerpunkt „Veranstalter & Bands – Verantwortung für Populärmusik“ diente das PopMeeting dem Ideenaustausch, der Netzwerkstärkung und der (Weiter-)Entwicklung des Know-Hows der Rock- und Popmusikszene.

INTERVIEW MIT RICK JORDAN (SCOOTER) UND ADAM PERRY (BLOODHOUND GANG) – MODERATION: SILKE SUPER

Die wichtigsten Statements sind im Folgenden protokolliert.

- Rick Jordan:** Mit 16 Jahren war mir klar, dass ich von Musik leben wollte. Abitur zu machen war ein Wunsch meiner Eltern. Mit 18 habe ich dann H.P. Baxxter kennengelernt, der ebenfalls wie ich einen professionellen Weg als Musiker einschlagen wollte. Der erste gemeinsame Hit kam aber erst acht Jahre später. H.P. hat damals im Vertrieb von Edel Records gearbeitet und im Rahmen seiner Tätigkeit „Hyper, Hyper“ zum Hit gemacht.
- Rick Jordan:** Ich habe traditionellen Klavierunterricht gehabt und bin aber relativ schnell in den Bereich Tontechnik vorgedrungen. Nachdem ich gemerkt habe, dass meine Demoaufnahmen besser geklungen haben als fertige Produktionen habe ich bei der SAE in Frankfurt einen Tontechnikausbildung gemacht.
- Adam Perry:** Meine erste professionelle Band „A“ hatte große Unterstützung von der englischen Presse und eine Plattenfirma, die uns ebenfalls sehr geholfen hat. Wir haben immerhin drei Platten gemacht, die sich von Mal zu Mal besser verkauften. Diese langwierige Unterstützung gibt es heutzutage nicht mehr.
- Rick Jordan:** Wir hatten keine speziellen Unterstützer oder Förderer. Viele Leute dachten, wir seien ein Kunstprojekt hinter dem ein bekannter Produzent steht. Dass wir selber Musiker sind, verwunderte viele Menschen. Wir haben immer unser Ding durchgezogen und uns nie verbiegen lassen, was für einen dauerhaften Erfolg sicherlich wichtig ist. Unser erster Hit „Hyper, hyper“ bestand aus einer Aufzählung von DJs. Als die A & R Abteilung unserer Plattenfirma vorschlug, den Nachfolgehit mit einer Aufzählung von Städtenamen zu gestalten, war uns klar, dass das nicht funktionieren würde. Wir hatten wegen einiger erfolgloser Produktionen aus vorherigen Jahren genug Erfahrung um zu wissen, dass es so nicht funktioniert.
- Adam Perry:** Mittlerweile stehen häufig in meinen täglichen Geschäften unternehmerische Entscheidungen im Vordergrund. Es ist fantastisch ein großer Musiker oder Maler zu sein aber man sollte sich auch um geschäftliche Dinge kümmern und sie verstehen, um somit auch nicht komplett von Plattenfirmen u.ä. abhängig zu sein.

- Rick Jordan: Das Business ist natürlich sehr wichtig aber mein Schwerpunkt liegt weiterhin in der Musik. Das ist meine Profession und ohne dies könnte ich geschäftlich keinen Erfolg haben.
- Adam Perry: Für einen Erfolg als Musiker braucht man klare Konzepte und große Willenskraft.
- Rick Jordan: Man sollte als Musiker nichts überstürzen. Man sollte nicht versuchen, einen schnellen Hit zu landen sondern zielstrebig an der Musik zu arbeiten, die einem Spaß macht. Früher oder später bekommt man seine Chance. Wenn man lange Jahre zum Erfolg benötigt, kann man dann viel relaxter mit der Situation umgehen und auch gestärkter seinen Weg gehen. Man braucht viel Vorlaufzeit. Diese ist natürlich hart.
- Adam Perry: Öffentliche Förderung von Pop- und Rockmusik gibt es meines Wissens in England nicht.
- Rick Jordan: Ich finde es gut, dass es eine Förderung von Popmusik gibt. In meiner Jugend gab es das nicht. Es ist in diesem Bereich aber viel geschehen.

PODIUM 1:

MIT STRATEGIE ZUM MUSIKALISCHEN UND WIRTSCHAFTLICHEN ERFOLG?

Gäste: Katrin Remmert (Musikerin/ Komponistin), Jens Eckhoff aka Jean Michel Tourette (Wir Sind Helden), Kai Schirmeyer (Hannover Impuls/ Kreativwirtschaftsförderung), Dirk Hahnraath (Unternehmensberater), Oliver deVille (Hitproduzent) – Moderation: Silke Super

Silke Super: Wieviel Wissen über Buchhaltung müssen Bands heutzutage haben?

Jens Eckhoff: Als junge Band muss man sich nicht jeden Tag um solche Dinge kümmern. Ist aber das künstlerische Konzept fertig und man macht seinen täglichen Job, wird Buchhaltung zu einer täglichen Angelegenheit.

Silke Super: Die Band Wir Sind Helden kann ja von ihrer Musik leben. Wie ist das aber z.B. bei Katrin Remmert, die einerseits Gitarristin bei Harald Schmidt ist – also dort keine eigene Musik macht – andererseits aber eigene musikalische Projekte hat?

Katrin Remmert: Es ist eine Frage der Organisation. Auch kleine Bands können finanziell überleben, wenn sie nicht nur an musikalischen Dingen arbeiten sondern zusehen, wie sie an Auftritte kommen. Bei mir ist es eine Mischung aus Auftritten eigener Bands, Harald Schmidt Show und Unterricht geben.

Silke Super: (Frage an Oliver deVille) Inwieweit musst Du als Produzent alle Dinge die mit Deinem Job zu tun haben alleine regeln?

Oliver deVille: Ich habe alles alleine bewerkstelligt. Aber gerade als Anfänger sollte man sich Hilfe von Dritten holen, denn am Anfang einer Produzentenkarriere weiß man viele Dinge noch nicht und kann daher sehr viele Fehler machen. Für bestimmte Dinge wie z.B. Steuererklärungen braucht man einen Steuerberater aber die wirklich wichtigen Dinge, wie das Reden mit Plattenfirmen und natürlich das Muskmachen sind mein Job.

Silke Super: Sollten Bands bzgl. ihrer Professionalisierung unterstützende Angebote und Hilfen bekommen?

- Jens Eckhoff: Es gibt im Förderbereich schon viele Angebote, aber nicht jedes passt individuell auf jede Band. In diesem Förderbereich sollte der Netzwerkgedanke im Vordergrund stehen. Wie vernetzt man sich und wo bekomme ich von wem welche Hilfe und Informationen. Ein gutes Beispiel für eine Förderung ist die Bandfactory Niedersachsen. Die Bands bekommen konkrete Hilfe, lernen sich aber auch kennen und es entsteht ein Netzwerk für Informationen.
- Silke Super: Sollte man als Band immer die Kontrolle über alle Entscheidungen haben?
- Dirk Hahnraht: Man sollte letztendlich alles selbst entscheiden, sich aber gut beraten lassen. Bands sind sehr unterschiedlich. Sie sind im Allgemeinen aber selbstbewusster geworden. Sie müssen aber um Erfolg zu haben sowohl musikalisch als auch organisatorisch gut sein. Viele die musikalisch gut sind, können nicht organisieren und umgekehrt. Bands sollten die anfallenden Themen verschiedenen Mitgliedern zuordnen. Wenn man als Band überzeugt, kann man auch mit Businesspartnern gut zusammenarbeiten.
- Silke Super: Woran erkennt eine Band einen guten Berater? Was muss er tun?
- Dirk Hahnraht: Er muss die Wahrheit sagen auch wenn sie unangenehm ist.
- Silke Super: Wie weit darf man sich als Band in ein finanzielles Risiko stürzen?
- Oliver deVille: Ich hatte mal einen Fall in dem sich jemand völlig „verrannt“ hat. Es war ein hoffnungsloser Fall. Er konnte aber nicht von seinem Projekt loslassen. Wenn es überhaupt nichts bringt und man sich finanziell übernommen hat sollte man sich überlegen, ob man nicht doch etwas anderes machen sollte und eventuell z.B. eine Zeit lang Taxi fahren. Man muss auch als Produzent so verantwortlich sein, ein Projekt mal nicht zu machen anstatt aus „Geldgeilheit“ ein halbes Jahr später zu beobachten, wie derjenige dann den „Kitt aus den Fenstern frisst“. Das geschieht leider immer wieder. Es gibt immer wieder Scharlatane, die Künstlern Wunder versprechen, auf die diese dann reinfallen.
- Silke Super: Warum gibt es diese Scharlatane immer noch und warum fallen immer viele Leute auf sie rein?
- Oliver deVille: Die Geilheit nach Erfolg ist immer noch exorbitant hoch. Plattformen wie Facebook geben diesen Selbstdarstellern eine große Bühne. Da ist dann auf einmal ein Produktionsassistent plötzlich der große Produzent.

- Silke Super:** Reicht es für eine Band nicht, mit einem Mikro im Übungsraum aufzunehmen anstatt Unsummen in eine aufwendige Produktion zu stecken? Reicht einer Plattenfirma nicht ein guter Song?
- Oliver deVille:** Heutzutage muss man ein komplettes Produkt incl. Video abliefern. Natürlich kann manchmal auch ein guter Song reichen. „A song makes a star“ sagt man. Aber die Realität sieht meist anders aus. Man braucht ein fertiges Produkt. Der klassische Weg für einen Vertrag über A & R-Manager läuft kaum noch. Vieles läuft natürlich über Beziehungen. Quasi beim Bierchen...
- Jens Eckhoff:** Die Abstraktionsfähigkeit von A & R's ist beim Hören von Demos stark gesunken. Es ist ja auch eine Kunst sich vorzustellen, wie ein als Demo aufgenommener Song als fertige Produktion klingen kann.
- Silke Super:** Aber das ist doch ihr Job und keiner kann es!
- Jens Eckhoff:** Ich glaube, die Arbeit des Labels setzt heutzutage erst später ein. Mit den heutigen Produktionsstandards können schon im Vorfeld preiswert hörbare Produkte abgeliefert werden. Man kann als Künstler länger und auch selbstbestimmter als vor zwanzig oder dreißig Jahren an seinen Produkten arbeiten. Für viele Bands ist dies von Vorteil.
- Silke Super:** Promotionarbeit ist ja sehr wichtig. Woran merkt eine Band, ob ein Promoter seinen Job beherrscht?
- Oliver deVille:** Ich würde erst mal schauen, was für eine Historie derjenige hat. Wen hat er schon promotet und wie erfolgreich war das. Man sollte auch ruhig mal anrufen und nachfragen, wie erfolgreich die Arbeit war. Im Laufe der Zeit lernt man natürlich viele Leute kennen.
- Katrin Remmert:** Meine Erfahrung ist: Je mehr die Leute reden desto weniger steckt dahinter.
- Oliver deVille:** Viele gute Promoter haben keine Zeit etwas für einen zu tun. Denn sie machen gute Arbeit. Wer Zeit hat, hat keine Arbeit bzw. macht schlechte Arbeit. Ein schlechter Promoter an den man sich als Band bindet, kann tödlich sein. Mich als Produzent trifft das nicht so. Ich kann sagen: O.K., das war nichts. Ich mache das nächste Projekt.
- Silke Super:** Muss der Musiker von heute mehr ein kreativer Multitasker als nur ein guter Instrumentalist sein?

- Dirk Hahnrath: Junge Musiker entwickeln sich immer mehr zu Multitaskern und machen dies auch immer besser. Sie erreichen immer schneller die "90%-ist-gut-Grenze". Und dann muss darüber gesprochen werden, ob die Idee wirklich cool ist.
- Oliver deVille: Warum soll ein guter Musiker nicht auch ein guter Videokünstler u.ä. sein? Mir macht es genauso viel Spaß eine Produktion mit einem Künstler der feste Vorstellungen hat, zu machen oder eine komplette Produktion von Anfang an am Reißbrett zu planen. Manche Künstler die ich betreue sind besser als ich, und mit manchen muss man mehr bis zum Endprodukt arbeiten.
- Silke Super: Kann man als bekannte Band in Deutschland von seinem Job leben?
- Jens Eckhoff: Das hängt von den einzelnen Lebensumständen ab. Es gibt Künstler, die auch mit wenig Geld ein glückliches Leben führen. Aber das sind alles Einzelschicksale. Die Frage ist schwer zu beantworten.
- Silke Super: Ist es richtig Bands zu raten viel live zu spielen, denn damit kann man noch Geld verdienen?
- Dirk Hahnrath: Auch das ist unterschiedlich. Es gibt relativ unbekannte Bands, die mit wenig Aufwand auf Tour sind und damit ganz gut verdienen. Es gibt aber auch bekannte Acts, die einen riesigen Aufwand haben und bei denen nichts überbleibt.
- Silke Super: Folgt daraus, dass alle Musiker in Zukunft neben ihrem eigentlichen Job noch Booking-agenturen, Studios usw. betreiben müssen, damit sie überleben können.
- Jens Eckhoff: Natürlich muss man als Berufsmusiker häufig verschiedene Jobs machen wie Unterrichten oder als Studiomusiker arbeiten. In diesem Fall wird Musik als Beruf betrieben. Die meisten Leute die ich kenne machen aber Musik, haben ein Bandprojekt und hoffen damit Erfolg zu haben. Wenn es dann aber nicht damit funktionieren sollte, studieren sie eben wieder. Es gibt zwei Seiten: Musik und Berufsmusiker.
- Dirk Hahnrath: Junge Musiker müssen für alle möglichen Dinge offen sein. So betreue ich gerade eine talentierte Band, die z.B. Musik für die Firma Siemens geschrieben haben. So gehen wir sozusagen ein gemeinsamen Weg und in dieser Zeit können sie viel lernen. Es gibt also viele Wege, um von Musik zu leben.

PODIUM 2: ALS BAND ZUM ERFOLG – VERANSTALTERSICHT

Gäste: Achim Köller (K.O.K.S.), Guido Remmert (Zukunftsmusik), Volker Hirsch (Taubertal Festival), Daniel Klusmann (Bierdiplom) – Moderation: Silke Super

Silke Super: Was muss eine Band haben, um für Euch interessant zu sein?

Volker Hirsch: Bei mir müssen sie in erster Linie Tickets verkaufen. Im Festivalgeschäft ist das mittlerweile schwierig, da die Erwartungshaltungen sehr hoch geworden sind. Wir sind für die Acts, die wir teilweise im Headlinebereich haben ein relativ kleines Festival. Wir werden gerne mit großen Festivals wie Hurricane oder Rock am Ring gemessen.

Silke Super: Da sind fünfmal so viele Leute.

Volker Hirsch: Genau. Dem können wir nur bedingt gerecht werden. Man versucht natürlich immer für das Publikum ein tolles Programm zusammen zu bringen. Man versucht die jeweils prominentesten Acts der Saison auf das Festival zu bringen. Je nachdem wie das funktioniert, ist klar, was für ein Budget für das Restprogramm übrig bleibt und wie prominent der Bereich im Mittelfeld und im unteren Bereich ist. Generell ist es bei uns so, dass wir darauf achten, was im Umfeld passiert. Was ist in Clubs angesagt. Was passiert auf anderen Festivals. Zudem ist das Booking bei unserem Festival sehr von Gefälligkeiten geprägt. Wenn man z.B. „Seed“ bekommt, nimmt man noch fünf unbekanntere Bands mit. Dies soll natürlich nicht zur Regel werden aber es kommt vor. Manchmal gibt man auch noch aus Marketinggründen einem Radiosender einen Slot, um somit im Rundfunk Werbung zu haben. Der Künstler, der sich bei uns blind bewirbt, hat geringere Chancen. Der muss schon wirklich gut sein und uns alle vom Hocker reißen.

Silke Super: Guido, wann und warum kommt eine Band für Dich in Frage?

Guido Remmert: Kann man nicht generell sagen. Für uns als lokale Veranstalter ist es immer häufiger so, dass Agenturen für ihre Hauptacts ausgewählte Supportbands mitschicken. Man hat also kaum eine Chance eine kleinere Band zu engagieren, damit diese vor einem größeren Publikum auftreten kann. Bei Einzelkonzerten mit kleineren Bands muss ich natürlich auch auf den Ticketverkauf achten. Daher machen solche Konzerte häufig keinen Sinn. Für kleinere Clubs hier in Osnabrück sind dafür die Kosten einfach zu hoch, da immer eine Anlage angemietet werden muss. Dies tut mir persönlich natürlich leid. Aber mir sind da die Hände gebunden. Ansonsten sind die Qualitätskriterien natürlich sehr schwierig. Jeder hat bestimmte Vorlieben.

- Silke Super: Daniel, Du machst viele Veranstaltungen für Studenten. Was hast Du für Kriterien? Engagierst Du überhaupt Bands?
- Daniel Klusmann: Wir engagieren überhaupt keine Bands. Das ist zu teuer. Außerdem ist die Musik zu speziell. Wir arbeiten mit lokalen DJs, die sich einen Namen gemacht haben. Diese können wesentlich besser auf die Leute eingehen als Bands.
- Silke Super: Achim, wann gefällt Dir eine Band und wie frei bist Du in der Auswahl?
- Achim Köller: Wenn ich mich als Verlag oder Label um eine Band kümmern soll, lege ich andere Maßstäbe zu Grunde, als wenn es um das Livegeschäft geht. Ich kann als Verlag oder als Management eine Band interessant finden, wenn ich die Vision habe, sie langfristig aufzubauen. Was Festivals angeht, sehe ich das so wie Volker: Eine Band muss viel Tickets verkaufen und über einen hohen Entertainmentfaktor verfügen. Sonst mache ich einen wirtschaftlichen Harakiri. Man kauft also nicht nach seinem persönlichen Geschmack ein sondern das, was die Leute bedient.
- Silke Super: Macht es – nachdem, was wir bisher gehört haben – für eine Band überhaupt Sinn, sich direkt bei einem Festival zu bewerben?
- Guido Remmert: Prinzipiell ja. Ich bekomme z.Zt. fünf bis zehn Bewerbungen von Bands pro Woche. Es ist in der letzten Zeit eher mehr geworden. Ich mache mir die Mühe und höre mir alles an. Manchmal schalte ich aber schon nach zwanzig Sekunden aus, weil es echt nicht geht. Bei Emailanfragen antworte ich zu achtzig Prozent, postalische Anfragen beantworte ich nicht. Bewerbungen machen aber grundsätzlich Sinn, denn hin und wieder kann ich eine gute Band unterbringen.
- Silke Super: Volker, Du bekommst doch sicherlich säckeweise Bewerbungen für das Taubertal Festival.
- Volker Hirsch: Es ist besser geworden. Ich weiß nicht, ob es an Youtube und an den Hinweisen auf unserer Homepage liegt, sich nicht zu bewerben. Ich muss mal weiter ausholen. Da wir Spielzeiten für einen weltweiten Nachwuchswettbewerb einplanen müssen, haben weitere Nachwuchsbands noch mehr Schwierigkeiten als bei vergleichbaren Festivals, bei uns aufzutreten. Unsere Auszubildende hört sich Bewerbungen an und packt sehr gute Demos an die Seite und so kann es alle Jubeljahre mal passieren, dass eine Band aufgrund dieser Tatsache bei uns spielt. Bewerber sollten sich aber auch mehr Gedanken machen. Es nützt nichts überall Bewerbungen hinschicken. Wenn ich z.B. von einer Blues- oder Top Forty Band eine Bewerbung bekomme, sehe ich, dass die Leute sich überhaupt keine Gedanken gemacht haben. Oder wenn ich Rundmails bekomme, schalte ich grundsätzlich ab. Letztlich läuft mehr über persönliche Empfehlungen. Wenn man z.B. beim Hurricane

spielen möchte, sollte man zuerst versuchen, in der dortigen Umgebung in kleineren Clubs Fuß zu fassen, um dort Aufmerksamkeit und einen bleibenden Eindruck zu hinterlassen. Also: Step by Step. Blind rausgeschicktes Material landet einfach im Waschkorb.

Silke Super: Wenn man als Band etwas geschickt hat, darf man dann nachfragen?

Volker Hirsch: Natürlich kann man nachfragen. Auch wenn wir keine Möglichkeit haben, eine gute Band spielen zu lassen, können wir ihnen aber Tipps geben, die sie anderweitig weiterbringen. Natürlich ist man manchmal aber auch genervt.

Achim Köller: Es macht für Bands bei mir wirklich keinen Sinn. Ohne Empfehlung von Kollegen aus der Branche buche ich keine Bands.

Silke Super: Bestimmt der eigene Geschmack doch das Programm eines Festivals?

Volker Hirsch: Natürlich fließen meine persönlichen Vorlieben mit ein. Achtzig bis neunzig Prozent würde ich mir auch privat anhören. Aber man muss sich dem Geschmack des Publikums beugen. Mir ist es besonders wichtig, dass der Funke von der Band auf das Publikum überspringt. Deshalb bringen bei mir auch keine hochproduzierten Studiodemos etwas. Ich schaue mir Bands lieber auf Youtube an, um mich von Ihrer Wirkung auf die Zuhörer bei anderen Festivals zu informieren.

Guido Remmert: Wenn ich meinen persönlichen Geschmack nicht einfließen lassen würde, könnte ich meinen Job nicht machen. Bei mir ist es aber anders als bei Festivals. Natürlich laufen bei uns auch Konzerte, die nicht meinem Geschmack entsprechen und Publikum ziehen. Diese sollten dann aber andere mir wichtige Konzerte subventionieren.

Silke Super: Achim, kann man sich im Managementbereich auch persönliche Vorlieben leisten?

Achim Köller: Das Wort „Vision“ ist das entscheidende. Wenn mich – warum auch immer – eine Band fasziniert, ziehe ich das Ding durch. Dabei ist es egal ob es erfolgreich ist oder nicht. Ich habe mal eine Band aus Kanada drei Jahre lang touren lassen. Vorher kannte sie keiner, hinterher auch nicht. Diesen Luxus gönne ich mir. Bei Festivals habe ich bestimmte Vorstellungen über die beteiligten Bands und deren Reihenfolge. Darüber spricht man dann auch mit dem jeweiligen Veranstalter.

Silke Super: Kümmert ihr euch genug um den Nachwuchs und lässt euer tägliches Geschäft hierfür genug Zeit?

- Volker Hirsch:** Bedingt. Du kannst keine total unbekannte Band auf der Hauptbühne eines Festivals spielen lassen. Da stehen dann zwanzig Leute rum. Beim Headliner sind es Fünfzehntausend. Die Band hat nichts davon. Sie kann das höchstens für die eigene Biografie nutzen. Wir machen aber trotzdem Nachwuchsförderung. Aber auf einem anderen Niveau. Bands wie „Sportfreunde Stiller“ oder „Beatsteaks“ haben bei uns im Bierzelt angefangen. Mittlerweile spielen sie als Headliner. Es ist schön, wenn man sich so den eigenen Nachwuchs ranzüchtet. Das ist auch wichtig für große Festivals in Deutschland. Große ausländische Acts sind kaum noch zu bezahlen.
- Achim Köller:** Man kann Nachwuchsbands helfen, wenn man sie nicht um zwölf Uhr auf einem Festival spielen lässt, sondern nach einer bekannten Band um 16 Uhr. Denn dann sind die Leute da.
- Guido Remmert:** Entdecken von Nachwuchsbands gehört zu unserem täglichen Programm. Wir heißen nicht umsonst „Zukunftsmusik“. Wir haben viele ehemals unbekannte Bands wie „Kraftklub“, „Bosse“ oder „Tim Bendzko“ spielen lassen. Viele dieser Bands und deren Managements sind loyal und kommen auch wieder. So hat seinerzeit z.B. „Bosse“ vor neun zahlenden Zuschauern gespielt.
- Silke Super:** Haben Sponsoren Mitspracherecht auf das Programm und somit Einfluss auf kreative Dinge?
- Volker Hirsch:** Nicht unbedingt auf Kreatives. Natürlich gehört heutzutage Sponsoring zur Finanzierung von Festivals dazu. Nun kommen wir aber auf das Thema Pietät. Wenn eines meiner Idole auf der Monitorbox steht und auf dieser steht ganz groß Maggitütensuppen o.ä., dann finde ich das ganz tragisch und das möchte ich nicht haben. Deswegen verzichte ich auch auf den einen oder anderen Sponsoringdeal. Ganz ohne Sponsoring geht es aber nicht. Aber wir versuchen es mit Maß und Stil.
- Silke Super:** Aber bist Du nicht der Meinung, dass Werbung und Sponsoring auf Festivals sehr stark zugenommen hat?
- Volker Hirsch:** Bei mir gibt es eine Prioritätenliste. Erst mal muss das Publikum sich wohl fühlen und ein tolles Festival haben. Und wenn mich ein Markenartikler dann mit Geld überhäufen will, um eine Lounge aufzubauen, aufgrunddessen fünfhundert Leute von der Bühne nichts mehr sehen, ist das ein absolutes No Go. Nummer zwei der Liste ist der Künstler. Auch den kann man nicht mit Sachen konfrontieren, die nicht gehen. So lange wie dieses Konzept funktioniert, muss und will ich es auch nicht ändern. Seit 1998 sind wir jedes Jahr ausverkauft. Wenn dies nicht mehr so sein sollte, muss man überlegen, wie es dann weitergeht.

- Silke Super:** Welche Fehler machen Bands? Was fällt Euch da auf?
- Achim Köller:** Ein grundsätzlicher Fehler aller Bands ist, dass sie zu große Produktionen am Start haben. Grundsätzlich würde es dem ganzen Business gut tun, wenn die Leute ein bisschen mehr darauf achten würden, um was es eigentlich geht. Wenn es um eine gute Band, gute Songs und um eine gute Performance geht, brauchen die keine Mörderperformance.
- Volker Hirsch:** Mich nervt das Vertragswerk. Speziell in unteren Positionen. Wenn ich von einem Headliner einen klar verständlichen Fünfseitenvertrag zugeschickt bekomme und von einem Opener eine fünfseitige Cateringliste, die von siebenundzwanzig Anwälten quergelesen wurde, dann kriege ich eine Krise. Ich bin in einem solchen Fall mittlerweile ziemlich kurz angebunden und überlege dann, ob die Band wirklich spielen muss.
- Daniel Klusmann:** Wir machen mit den DJs mündliche Verträge und bisher hat alles geklappt. Mich nerven die unheimlich hohen Kosten für Veranstaltungen, z.B. das Catering.
- Volker Hirsch:** Noch mal zurück zu den Verträgen. Je mehr da drin steht desto weniger nimmt man das ernst. Wir hatten mal eine Band, bei denen einer Probleme mit der Bauchspeicheldrüse hatte. Dementsprechend waren die Hinweise auf das schonende Kochen von Mahlzeiten. Nun war dieser Musiker schon lange nicht mehr dabei und die Band wunderte sich, warum sie überall nur lasch gewürztes Essen bekommen hat.

WORKSHOP 1: KONZERT- UND SPIELSTÄTTENFÖRDERUNG

MODERATOR: TOM RUHSTORFER (LANDESMUSIKAKADEMIE NIEDERSACHSEN)

Tag 1

Das Thema war die Umsetzung eines Antrages zur Spielstättenförderung bei der Initiative Musik. Die Initiative Musik ist eine bundesweite Initiative und stellt Fördermittel in diesem Bereich zur Verfügung. Die TeilnehmerInnen sollten Rahmenbedingungen für eine spätere Antragstellung formulieren.

Folgende Punkte wurden besprochen:

- ↳ Nachwuchsförderung, Lokalisierung (lokale Bands fördern)
- ↳ Pflege der „Programmische“
- ↳ Risikominimierung,
- ↳ Fördermittel für technische Infrastruktur (Beschallung, Beleuchtung, Bühne, Backstage)

Folgende Kriterien betrachten die Workshopteilnehmer als Voraussetzung für eine Förderung:

- ↳ Die Spielstätte veranstaltet (lokale bzw. regionale) Nachwuchsförderung, bietet ein an Qualität orientiertes Liveprogramm und ist eine „kleine“ Spielstätte (Clubgröße).

Tag 2

Der Bund-Länder Beauftragte der Initiative Musik machte deutlich, dass ein gut funktionierendes Netzwerk die Voraussetzung für einen Antrag auf Spielstättenförderung ist. Er gab den Rat, dass sich die Spielstättenbetreiber, die ein Förderinteresse haben, eine gemeinsame Plattform geben sollten.

Vorhandene Netzwerke:

- ↳ PopMeeting Niedersachsen
- ↳ LAG Rock in Niedersachsen
- ↳ Musikland Niedersachsen
- ↳ Livekomm (gibt es in Niedersachsen noch nicht)

Fazit: Für eine konkrete Antragstellung bei der Initiative Musik oder beim Land Niedersachsen (als Ko-Finanzierer) fehlt ein dezidiertes Netzwerk. Ein solches sollte gegründet oder ein bereits existierendes (s.o.) ausgebaut werden, damit auf mandatierter Basis eine kompetente Ideenfabrik entwickelt werden kann, die eine spätere Antragstellung formuliert und verfolgt.

WORKSHOP 2: KOMPETENZZENTRUM ROCK UND POP

WORKSHOPLEITER: HOLGER MAACK (MUSIKZENTRUM HANNOVER, DEUTSCHE ROCKMUSIK STIFTUNG)

Neben der Popakademie Mannheim und der Initiative Musik in Berlin soll eine dritte bundesweit tätige Förderinstitution geschaffen werden, um die Pop- und Rockmusik zu professionalisieren. Die Initiative Musik macht Wirtschaftsförderung und die Popakademie Mannheim bildet Musiker aus. Bei dem Kompetenzzentrum Rock und Pop geht es darum, den gesamten Popmusikbereich zu professionalisieren, wie z.B. Musiker in bestimmten Feldern auszubilden, aber eben auch leitende Mitarbeiter, die in einem Kulturbetrieb wie z.B. dem MusikZentrum Hannover arbeiten, fortzubilden.

Themen können sein:

- ↳ Wo und wie kann man Fördergelder akquirieren?
- ↳ Wie organisiere ich meine Band?
- ↳ Wie funktioniert Personalführung?
- ↳ Was muss man bei der Gemeinnützigkeit beachten wenn eine Institution auch wirtschaftlich aktiv ist?

Zielgruppen:

- ↳ Musiker
- ↳ Menschen, die im Pop- und Rockmusikbereich tätig sind
- ↳ Politiker und Verwaltungsmitarbeiter

Profis sind Menschen, die ausgebildet sind, bereits sehr viel Berufserfahrung besitzen, aber dennoch an neuen Themen oder Entwicklungen Interesse haben.

Semiprofis sind z.B. Veranstalter, die auf Honorarbasis arbeiten oder teilzeitbeschäftigt sind. Amateure wären beispielsweise Vorstände von Musikinitiativen.

Ein weiterer wichtiger Punkt ist die Fort- und Weiterbildung innerhalb bestimmter Berufsfelder und Ausbildungsgänge. So ein Kompetenzzentrum könnte beispielsweise Lehrgänge zu bestimmten Themen anbieten, die berufs- oder ausbildungsbegleitend absolviert werden.

Der Bedarf ist da. Ein Kompetenzzentrum Rock und Pop in Niedersachsen zu etablieren und zusätzliche Gelder aus verschiedenen Quellen nach Niedersachsen zu holen und somit den Standort Niedersachsen zu stärken, wäre äußerst wünschenswert.

Es muss ein Bereich definiert werden, der noch unbesetzt ist (z.B. „Bildung und Qualifizierung im gesamten Rock- und Popbereich“). Die Umsetzung könnte dann in einem Bundeskompetenzzentrum geschehen. So könnte der ganze Bereich professionalisiert werden.

WORKSHOP 3: IDEENFABRIK / PROJEKTENTWICKLUNG

MODERATOR: KAI THOMSEN (CD KASERNE CELLE)

Leuchtturmprojekte:

Es gibt viele Leuchtturmprojekte in Niedersachsen, die niedersachsenweit gewürdigt werden. Leuchtturmprojekte sind herausragende Musikevents wie z.B. in Hameln. Dort gibt es eine Weihnachtsgala für Nachwuchsbands, die immer sehr gut besucht ist oder die VW Sound Foundation, die jetzt leider nicht mehr existiert oder die Verbindung bekannter Hauptacts oder Nachwuchsbands als Vorband in einer Stadt als Leuchtturmprojekt.

Es gibt jedoch keine breitere Vernetzung.

Eine Hypothese war, dass die Veranstalter bei öffentlich finanzierten Leuchtturmprojekten die Angst haben könnten, dass durch Vernetzung ein Mitanbietermarkt aufgebaut wird (Konkurrenzsituation).

Coaching und Workshops:

Immer wieder gibt es neue Bands und Musiker. Aber auch im ehrenamtlichen Veranstalterbereich gibt es immer wieder neue Ansprechpartner, so dass hier kein langfristiges Wissen aufgebaut wird. So wundert es nicht, dass viele Aktive einen großen und wiederkehrenden Beratungsbedarf empfinden, der basisorientiert sein sollte (also in der Sprache der Zielgruppe). Der Wunsch nach Austausch und Beratung wurde sehr deutlich. Als Beratungsinstanz könnte die LAG Rock fungieren, da sie am ehesten über den Kontakt und die Glaubwürdigkeit in der Szene verfügt.

Wettbewerb:

Einige Anwesende bemerkten einen Rückgang der Bewerbungen bei Musikwettbewerben. Hier wäre zu analysieren, ob es sich hierbei um ein generelles Phänomen oder nur um Einzelbeobachtungen handelt.

Anmerkung der LAG Rock:

local heroes Niedersachsen zeigt eine eindeutig positive Entwicklung, sowohl was die Bewerbungen, die Anzahl der teilnehmenden Bands als auch die Anzahl der Veranstalter vor Ort betrifft.

2009: 17 Bands aus 17 Landkreisen

2010: 22 Bands aus 22 Landkreisen

2011: 21 Bands aus 21 Landkreisen

2012: 24 Bands aus 22 Landkreisen

2013: 28 Bands aus 27 Landkreisen

Ergebnisse der Themen, Antragstellung und Best Practice:

Die LAG Rock könnte regelmäßige Seminare zum Thema Musikförderung anbieten (Was gibt es da, was hat sich geändert etc.).

Ein PopMeeting alle zwei Jahre ist schön, aber regelmäßiges „Netzwerken“ ist auch gut. Es muss nicht so groß organisiert werden, sondern kleinere Netzwerkstrukturen würden auch ausreichen. Es gibt aber auch einige Netzwerkstrukturen die genutzt werden wie z.B. die Live Komm oder die LAG Rock.

Es wäre wünschenswert, wenn es eine gute Plattform gäbe, auf der alle Fördermöglichkeiten dargestellt werden. Ein ähnliches Instrument wird bereits vom Deutsch Musikrat online zur Verfügung gestellt.

Zusammenfassung:

1. Vernetzung sollte im Rahmen regelmäßiger kleinerer Treffen gefördert werden.
2. Es fehlt eine zentrale Beratungsinstitution. Der LAG Rock wird zugetraut, diese Aufgabe zu übernehmen.
3. Themen wie Rückgang bei Wettbewerben, Coachingverbesserung und zentrale Onlineplattform wurden niedriger priorisiert. Hier müsste geklärt werden, ob es sich um Einzel- oder Gesamtphänomene handelt.

RESUMEE/RESULTATE

Folgende Resultate ergaben sich aus den Podiumsdiskussionen, Workshops und Vorträgen:

Das PopMeeting Niedersachsen ist die einzige Plattform, die unterschiedliche Partner wie Bands, Veranstalter, Förderer, Musikpädagogen, Musikalienhändler etc. zusammenbringt. Als allgemeines Statement lässt sich festhalten, dass es ein „Hin zur Praxis“ und „Weg vom Konsum“ geben sollte. Das aktive Musikmachen steht immer im Vordergrund. Daher sollte schon in der Schule mit Instrumentalunterricht und Bandarbeit begonnen werden. Außerhalb der Schule gibt es allerdings durch Streichung von Stellen in der Jugend- und Kulturarbeit ein immer größer werdendes Bildungsproblem. Dadurch entsteht eine Lücke, die häufig durch die rechte Szene besetzt wird. Ein Projekt wie beispielsweise Pop II Go kann in diesem Zusammenhang Schadensbegrenzung betreiben. Die Kommunen müssen in die Verantwortung genommen werden, lokale Jugendkultur gezielt zu fördern. Z.Zt. ist dies nicht der Fall. So werden z.B. in Niedersachsen ehrenamtlich arbeitende Rockbüros und Musikinitiativen kaum noch gefördert. Deren Arbeit ist immens wichtig, da sie über einen großen Input der Basis verfügen. Die somit gewonnenen Informationen zu den Szenen der einzelnen Regionen können dann über das Netzwerk der LAG Rock für Musiker, Bands und Veranstalter kommuniziert werden.

Ein wichtiges Ergebnis des PopMeeting Niedersachsens ist, dass Musiker sich weitgehend neuorientieren müssen. Sie müssen mehr leisten und ihre Aufgaben werden vielschichtiger. Themen wie Marketing, Management, Recht u.ä. nehmen neben dem eigentlichen Job, dem Musizieren, immer mehr Zeit in Anspruch. Will man professionell arbeiten, sollte man unternehmerisch handeln. Außer Workshops über musikalische Themen wie z.B. Komposition sind entsprechende Veranstaltungen zu Vermarktung, Umgang mit Veranstaltern, moderne Medien und Booking hilfreich. Zusätzlich sollten auch Fachleute für Steuer- und Rechtsberatung hinzugezogen werden. Für Einsteiger oder kommerziell weniger erfolgreiche Musiker ist ein „zweites Standbein“ wichtig, sei es z.B. als Musiklehrer, in einer Show- oder Coverband, Booker, Produzent oder mit einem anderen „normalen“ Job. Nachhaltiger Erfolg kann nur durch konstante und konsequente künstlerische Arbeit erreicht werden.

Es ist wichtig, bei Entscheidungsträgern bekannt zu sein. Dies geschieht durch Vernetzung und Kontaktpflege wie z.B. auf dem PopMeeting Niedersachsen.

Mittlerweile sind fertige, professionelle Produktionen (Ton und Bild) Standard, um einen Song verkaufen zu können. Heutzutage ist die Produktionsweise eines Musiktitels genauso wichtig wie die Komposition. Es reicht nicht, den einen „guten Song“ zu schreiben. Mit der mittlerweile recht preisgünstigen Produktionstechnik kann eine Band eine gute Vorproduktion abliefern und so länger unabhängig von Labels oder Produzenten bleiben. Hierbei ist eine gezielte Förderung von talentierten Bands mit Veranstaltungen wie der Bandfactory Niedersachsen wichtig. Da Bands Liveauftritte brauchen, werden Bandaustauschprogramme benötigt. Z.Zt. gibt es z.B. einen regen Bandaustausch zwischen Hannover und Osnabrück.

Auch das Verhältnis zwischen Bands und Veranstaltern hat sich geändert: Früher wurden Veranstalter von Bands häufig als Gegner angesehen, aus denen möglichst viel Gage herausgeholt werden musste. Das Selbstverständnis hat sich dahin geändert, dass Partnerschaften eingegangen werden, um gemeinsam erfolgreich zu sein. Dies ist bei der großen Konkurrenz an Freizeitangeboten notwendig, um die Livemusikszene am Leben zu halten. Veranstalter und Musiker sind somit voneinander abhängig bzw. ergänzen sich. In diesem Rahmen empfiehlt es sich, elektronische Medien gezielt zu nutzen. So wurde deutlich, dass z.B. Massenmailaktionen wegen Auftrittssequenzen keinen Sinn machen. Eine Bluesband wird z.B. nie für ein Metal-Festival engagiert werden. Bands sollten sich ihrem Genre entsprechend um Konzerttermine bemühen.

Die Workshops des PopMeeting Niedersachsens dienen nicht nur der Weiterbildung der Teilnehmer sondern auch als Zusatzinformation der Dozenten. Das PopMeeting dient somit auch als Multiplikatorencoaching.

Positiv wurde die institutionelle Förderung der LAG Rock ab dem 1.1.2014 durch das Niedersächsische Ministerium für Wissenschaft und Kultur (MWK) aufgenommen. Dies bedeutet eine bessere Planungssicherheit und damit auch eine Stärkung der niedersächsischen Rock- und Popszene.