


Dokumentation der Fachtagung MUSIC IS MY FIRST LOVE vom 27. - 29.11.2006 in Berlin



Die Fachkonferenz wird gefördert vom Bundesministerium für Familie, Senioren, Frauen und Jugend im Rahmen des Bundesmodellprogramms CIVITAS – Initiative gegen Rechtswehtrismus in den neuen Bundesländern (|) Schirmherrschaft: Monika Griefahn (MdB) SPD (|) Kooperationspartner: Verband Deutscher Schulmusiker e.V., Landesvereinigung Kulturelle Jugendbildung (Berlin) e.V., Stiftung Demokratische Jugend, Popakademie Mannheim

 Bundesministerium für Familie, Senioren, Frauen und Jugend

CIVITAS
BUNDESMODELLPROGRAMM GEGEN RECHTSWEHTRISMUS IN NEUEN BUNDES-LÄNDERN

Stiftung
DEMOKRATISCHE JUGEND

POP AKADEMIE
MANNHEIM

Verband
Deutscher
Schulmusiker **VDS**

IKJ
Landesvereinigung
Kulturelle Jugendbildung
Berlin e.V.

Zur Stärkung einer vielfältigen und demokratischen Jugendmusikszene. Gegen die jugendkulturelle Vereinnahmung von rechts.

Inhaltsverzeichnis

VORWORT	3
GRÜßWORTE	6
Monika Griefahn, MdB Sprecherin für Kultur und Medien der SPD-Bundestagsfraktion/ Schirmherrin der Fachtagung „music is my first love“	6
Joachim Litty Leiter und Geschäftsführer der Landesmusikakademie Berlin.....	10
PODIUMSDISKUSSION „with a little help of my friends“	11
PODIUMSTALK MIT ENGAGIERTEN JUGENDLICHEN.....	19
FACHPANELS.....	21
POP & BILDUNG “rock’n’roll high school”	21
POP & KULTUR “things can only get better”	28
POP & JUGENDARBEIT “the kids will have their say”	40
POP & WIRTSCHAFT “when will I be famous.....	46
ZUKUNFTSWERKSTÄTTEN.....	59
PERSPEKTIVEN FÜR BILDUNGSORIENTIERTE POPMUSIKFÖRDERUNG “be cruel to your school”	59
PERSPEKTIVEN FÜR KULTURPOLITISCHE POPMUSIKFÖRDERUNG “wouldn’t it be good?”	60
PERSPEKTIVEN FÜR JUGENDPOLITISCHE POPMUSIKFÖRDERUNG “welcome to the jungle”	61
PERSPEKTIVEN FÜR WIRTSCHAFTSPOLITISCHE POPMUSIKFÖRDERUNG “money, money, money”	62
ABSCHLUSSDISKUSSION “the final countdown”	64



VORWORT

Das Jahr 2006 endete für das Jugendkulturnetz in den neuen Bundesländern mit der länderübergreifenden Fachkonferenz „Music is my first love“, die vom 27. bis zum 29. November im FEZ Berlin stattfand. Gemäß dem Untertitel „Zur wirkungsorientierten Förderung der Popular- und Jugendmusik als Querschnittsaufgabe von Jugendarbeit, Kultur, Bildung und Wirtschaft“ diskutierten etwa 150 Teilnehmer mit namhaften Experten aus Praxis, Politik, Forschung und Lehre über den Status Quo und die Zukunft von Förderangeboten für populäre Musik in Deutschland.

Die Schirmherrschaft für die Konferenz hatte die Sprecherin für Kultur und Medien der SPD Fraktion, Monika Griefahn MdB. In Vertretung wies Sie in Ihrer Eröffnungsrede auf den hohen Stellenwert von Popmusik als kreatives, identifikatorisches Instrument hin, das jeder spielen könne. Aus kultur- und medienpolitischer Sicht sei eine Förderung von Musik und insbesondere Jugendkultur eine besondere Aufgabe. Zudem bedarf es flexibler politischer Fördermaßnahmen und -instrumente, um auch in und für die Wirtschaft zukünftige Erfolge feiern zu können. Deutschland müsse mehr als Kreativstandort angesehen werden. Und gerade auch im Bildungsbereich kann Popmusik große Wirkung zeigen. *„Mit der Förderung von Musik helfen wir dabei, dass Jugendliche in ihr ein positives und kultiviertes Ventil finden und sich nicht durch gewalttätige Aggression oder extremistische Positionen zu verwirklichen suchen.“*

In seinem Impulsreferat wies auch Uwe Bobsin, Vorstand der LAG Rock & Pop in Mecklenburg-Vorpommern und Initiator des Jugendkulturnetz in den neuen Bundesländern auf die Relevanz von Musik für Jugendliche und für unsere Gesellschaft hin. Auch der Vorsitzende der Landesmusikakademie Berlin, Joachim Litty, unterstrich in seinen eröffnenden Worten die Bedeutung von populärer Musik und sieht in der Konferenz einen weiteren *„Mosaikstein für die Verankerung des Themas „Populäre Musik/Kultur“ im öffentlichen Bewusstsein“*.

Während der Tagung fanden vier Fachpanels zu den Themengebieten „Pop & Bildung“, „Pop & Kultur“, „Pop & Jugendarbeit“ sowie „Pop & Wirtschaft“ statt, in denen 20 Referenten über den Stellenwert von Populärmusikförderung diskutierten. Immer wieder tauchte in den Panels die Forderung einer nachhaltigen und umfassenden öffentlichen Förderung auf. Ebenso wurde deutlich, dass eine Vernetzung der Akteure, sowie eine Koordination ihrer Aktivitäten notwendig ist und dass Popmusikförderung immer als Querschnittsaufgabe gesehen werden muss.

In einer Bündelung und Austausch des Wissens und der Koordination der ohnehin stattfindenden Arbeit vor Ort ergibt sich die Chance qualitativ hochwertige Arbeit zu leisten und weiter zu entwickeln. Ein gemeinsames Sprachrohr bzw. eine Lobby ist notwendig, um auf offizieller politischer Ebene ein Bewusstsein für Popmusikförderung als Querschnittsaufgabe zu schaffen. Dazu bedarf es einer langfristig arbeitenden Interessenvertretung, die einerseits eine verlässliche Ansprechpartnerin für Träger und Vereine ist und andererseits in Richtung Politik und Wirtschaft professionelle Lobbyaufgaben übernehmen kann. Gerade letzteres ist eine Arbeit, die einzelne Vereine und Initiativen in den seltensten Fällen selbst leisten können.

In den Diskussionen der Panels „Pop & Bildung“ wurde deutlich, dass Pop als Set kultureller Praktiken essentielle Bildungselemente in sich trägt, die bereits vor pädagogischer Intervention existieren. Diese auch im schulischen Kontext zu nutzen bzw. zu fördern, bietet Bildungschancen, deren Potentiale besser



von außerschulischen Akteuren genutzt werden können als von Lehrern. Kernergebnisse des Fachpanels „Pop & Kultur“ sind die Forderung Popmusikförderung als Querschnittsaufgabe zu sehen. Gerade auf regionaler Ebene muss die politische Relevanz von Popkultur und die Chancen, die sich kulturell, jugendpolitisch aber auch wirtschaftlich ergeben zum Thema gemacht werden. Die Erfahrungen des Pop- und Rockbeauftragten der Stadt Mannheim machten deutlich wie erfolgreich Musikförderung sein kann, wenn sie von politischer Seite aus gewollt ist. Die Förderwürdigkeit müsse nach bestimmten Parametern bestimmt werden.

Im Panel „Pop & Jugendarbeit“ wurde die besondere Relevanz einer kontinuierlichen und nachhaltigen Förderung von zivilgesellschaftlichen Musikprojekten und -initiativen erarbeitet, die der jugendkulturellen Vereinnahmung von Rechtsaußen entgegenwirken. Für diese Projekte wird eine langfristige finanzielle Sicherheit angestrebt.

Im Panel „Pop & Wirtschaft“ wurden verschiedene Modelle der Wirtschaftlichkeit von Musikprojekten vorgestellt und über den Stellenwert der Musikwirtschaft im Rahmen der so genannten „Creative Industries“ diskutiert. Den Erfahrungen des Popbüros Region Stuttgart und der Popakademie Baden-Württemberg folgend, bedarf es großer Überzeugungskraft, um die öffentliche Förderung von Musikschaffenden als Wirtschafts-, Standort-, Kultur- und Image-Chance anerkannt zu wissen. Dass dies jedoch in Baden-Württemberg funktioniert, bedeute aber auch, dass es mit entsprechender Lobby auch in anderen Regionen durchführbar sei. Dabei geht es auch darum bei Verantwortlichen ein Bewusstsein für die Förderwürdigkeit von Popmusik bzw. Popkultur sowohl aus wirtschaftlicher, als auch aus kultureller und jugendpolitischer Sicht zu erreichen.

Am dritten und letzten Tag der Veranstaltung haben sich die Teilnehmenden zu den Themengebieten Pop und Bildung, Kultur, Jugendarbeit und Wirtschaft in Arbeitsgruppen bzw. Werkstätten zusammengefunden, um Erfahrungen auszutauschen, Probleme zu benennen, Risiken abzuschätzen und nicht zuletzt Perspektiven zu entwickeln. Die Ergebnisse dieser mehrstündigen und produktiven Arbeit, die in Kooperation mit dem Verband Deutscher Schulmusiker e.V., der Landesvereinigung Kulturelle Jugendbildung Berlin, der Stiftung Demokratische Jugend und der Pop-Akademie Baden-Württemberg durchgeführt worden sind, wurden auf der Abschlussdiskussion am Nachmittag desselben Tages präsentiert und diskutiert.

Auf der Abschlussdiskussion wurden unter der Leitung von Prof. Manfred Eichel ausgehend von den Inhalten aller Podiumsdiskussionen und Zukunftswerkstätten die aktuellen Problematiken der Musikförderung in der Bundesrepublik Deutschland diskutiert. In der lebhaften Diskussion von Dr. Margerete Schweizer der Kulturstiftung der Länder, dem Generalsekretär des Deutschen Musikrates Christian Höppner, Klaus Farin vom Archiv der Jugendkulturen e.V. und dem Leiter der Pop-Akademie Baden-Württemberg Prof. Udo Dahmen wurde deutlich, welche Rolle Musik gerade im Bereich der allgemeinen und kulturellen Jugendbildung spielen kann. Doch gleichzeitig wurde auch festgestellt, dass die Potentiale, die eine Arbeit von und mit Musik bietet, in sehr vielen Bereichen nicht völlig ausgeschöpft werden. Bessere Strukturen, Rahmenbedingungen für neue Ideen und Konzepte, sowie eine gesicherte langfristige Koordination bestehender ist demnach eine vorrangige Aufgabe aller Beteiligten.

Deutlich wurde in allen Panels, Diskussionen und Werkstätten, dass Musik immer ein essentielles Element von Jugendkultur ist und somit sowohl Medium als auch Instrument von Identität und kreatives und kulturelles Ausdrucksmittel bzw. Sprachrohr von Jugendlichen ist. Darüber hinaus ist sie aber auch ein von



der Wirtschaft aufgegriffenes und vermarktetes Konsumgut. Jugendliche (er)leben Musik also in einem weiten und nicht immer spannungsfreien Feld zwischen mehr oder weniger kreativer Selbstidentifikation, Kommerz und Kultur. Insbesondere für die bildungs- und jugendpolitischen ergeben sich hieraus die wichtige Forderung nach kreativen Freiräumen, in denen Jugendliche ihre eigene Musik erleben und gestalten können. Auch im Zusammenhang mit einem erweiterten musikalischen Angebot in Schulen sind diese Freiräume wünschenswert. Bei einer Neugestaltung von Musikunterricht ist es allerdings auch unerlässlich, dass sich Lehrende (Lehrer, aber auch außerschulische Experten) in Sachen aktuelle Jugendkultur bzw. Popmusik weiterbilden, um Jugendlichen auf gleicher Augenhöhe begegnen zu können. Dass das Engagement in diesem Bereich bisher bei zu wenig Lehrern vorzufinden sei, wurde auch auf der Abschlussdiskussion nach Angaben von Christian Höppner vom Deutschen Musikrat und Klaus Farin vom Archiv der Jugendkulturen deutlich. Gerade an allgemeinbildenden Schulen, die im Gegensatz zu Musikschulen, 100% der Kinder und Jugendlichen erreichen, sollte ein vernünftiger Musikunterricht durchgeführt werden. Entsprechende Fort- und Weiterbildungsangebote für Lehrer sind daher unerlässlich.

Für alle relevanten Bereiche gilt es mit interessierten Verbänden, Institutionen und Vereinen langfristige Zusammenarbeit zu planen und gemeinsam tragbare Finanzierungsmodelle zu entwickeln. Aus dieser Zusammenarbeit sollen wichtige gesellschaftliche, bildungspolitische, wirtschaftliche und kulturelle Impulse für die Regionen erfolgen.

Die Konferenz wurde am 27. November 2006 abends mit Auftritten der Berliner Trommelgruppe Bando, sowie der Dresdner Indiepop-Band polarkreis 18 eröffnet. Am Dienstag zeigten die Sängerin Susi Koch, die Breakdancer der KO Crew, der Dancehall-Sänger Gunjah Deluxe, sowie das Beatbox-Orchester Oralic Soundmachines viele Facetten aktueller populärer Musik aus Deutschland.

In dieser Dokumentation finden Sie neben Impulsreferaten und Grußworten die Thesen und Protokolle der einzelnen Fachpanels, Ergebnisse der Zukunftswerkstätten sowie ein Protokoll der abschließenden Diskussion.

Wir danken allen TeilnehmerInnen, ReferentInnen und Kooperationspartnern für die gute Zusammenarbeit und ihre Beiträge zu dieser spannenden Konferenz.

Jugendkulturnetz in den neuen Bundesländern

Jobst Eggert und Ulrike Kloss



GRÜßWORT



Monika Griefahn, MdB (vertreten von Felix Falk, wissenschaftlicher Mitarbeiter)
**Sprecherin für Kultur und Medien der SPD-Bundestagsfraktion / Schirmherrin von
MUSIC IS MY FIRST LOVE**

Liebe Musikfreundinnen und Musikfreunde,

Monika Griefahn wäre sehr gern hier gewesen und das nicht nur, weil sie Schirmherrin dieser Veranstaltung ist, sondern auch weil ihr das Thema dieser Fachkonferenz besonders wichtig ist. Leider musste Sie sehr kurzfristig auf eine Beerdigung fahren, weswegen sie mich als Ihren Referenten bat, ihr Grußwort stellvertretend an Sie zu richten.

Jugendkultur ist ohne den bestimmenden Anteil, den Musik an ihr hat, kaum zu denken. Ob das nun die Beatniks, die Mods, Punks, Hippies, HipHoper oder Skins sind – jede Subkultur fand und findet ein Genre innerhalb der Popmusik, durch das Identifikation besonders gut möglich wird.

In den letzten Jahren geisterte in den Medien so mancher in die Jahre gekommene Rock- und Popmusikliebhaber mit der Schreckensvision herum, dass Musik für neue Jugendkulturen immer weiter an Einfluss und Bedeutung verliere. Ich verstehe die Befürchtung dann, wenn man für diese Vision alte Maßstäbe anlegt.

Es werden immer weniger Tonträger verkauft, der wirtschaftliche Einfluss des Musikfernsehens ist gesunken, das traditionelle Radio ist seit Jahren auf einem absteigenden Ast und es gibt längst nicht mehr so transparente, klar definierte und weit verbreitete Subkulturen wie in der zweiten Hälfte des letzten Jahrhunderts.

Ich glaube aber, in unserer veränderten, globalisierten, vernetzten und komplexeren Welt müssen wir andere Maßstäbe anlegen. Mit der wachsenden Pluralität und Diversivität von Lebensstilen steigt auch die Vielfältigkeit und Individualität von Ausdrucksformen. Populärmusik dient inzwischen weniger als Plattform zur Identifikation, sondern sie wird zu einem Instrument, das jeder selbst spielen kann.

Durch immer preiswertere Technik, mit der jeder auch ohne ein Instrument spielen zu können Zuhause selbst komponieren und produzieren kann, durch uneingeschränkte Verfügbarkeit von Musik im Internet oder durch die höheren Geschwindigkeit, mit der Kommunikation stattfindet, ist nicht nur der Umgang mit Musik inzwischen viel unmittelbarer, sondern das ganze kulturelle Aktivitätsspektrum insgesamt breiter, vielfältiger, dynamischer und wesentlich flexibler geworden.

Das ist in meinen Augen bei Weitem kein Grund zu klagen, denn dieser neue Umgang mit Musik bietet die Möglichkeit für eine ganz neue lebendige Kreativität.



Es ergibt sich aber leider auch ein Nachteil. Für Außenstehende, die Zugang zu Jugendkultur suchen, wird es immer schwieriger sich zurechtzufinden. Darin sehe ich den Hauptgrund dafür, warum es der Politik aber auch der Wirtschaft oder den Medien oft so schwer fällt, Verständnis dafür aufzubringen und die große Bedeutung zu erkennen.

Ich will aus politischer Perspektive näher auf dieses Problem schauen. Zunächst ist unbestritten, dass Musik eines der höchsten Kulturgüter ist und deswegen auch politische Unterstützung braucht. Schon Napoleon hat das erkannt. Er sagte: „Musik hat von allen Künsten den tiefsten Einfluss auf das Gemüt, ein Gesetzgeber sollte sie deshalb am meisten unterstützen.“

Bei der Förderung muss es uns heute um die ganze Bandbreite von der Tradition bis hin zur Moderne und damit auch um die Popmusik gehen, zumal die nie wirklich logische Trennung zwischen so genannter Hochkultur und Breitenkultur aus heutiger Sicht überhaupt nicht zum Ziel führt.

Napoleon hatte es da wohl leichter als wir, denn im Vergleich zur traditionellen klassischen Musik, fällt es bei Populärmusik viel schwerer zu erkennen, welche Art von Förderung sinnvoll ist. Elvis Presley hat gesagt: „Ich verstehe nichts von Musik. In meinem Fach ist das nicht nötig.“

Der beachtliche Gitarrenspieler und Sänger übertreibt damit zwar aber im Grunde schneidet er eine zentrale Problematik an. Populärmusik macht sich eben nicht fest an der Aufführung im Konzertsaal, auch nicht an dem virtuosen Spiel von Instrumenten oder an einer feststehenden Musikpraxis, sondern sie findet immer wieder neue und überraschende Ausdrucksformen. Deswegen braucht sie aber auch ebenso flexible politische Fördermaßnahmen und Förderinstrumente.

Ich möchte Ihnen einige Fälle nennen, mit denen wir in der Bundespolitik Popmusik unterstützen.

Die konkrete und individuelle Förderung von einzelnen Projekten, die von Tonstudios in Jugendzentren über Workshops und die vielen Musikschulen bis hin zur Unterstützung von Festivals oder Beratung von Bands reicht, ist das Herzstück jeder Kulturpolitik. Allerdings ist das im Sinne der Länderhoheit etwas, wofür Länder und Kommunen zuständig sind. In der Bundespolitik geht es um die Rahmenbedingungen, die Künstlerinnen und Künstler in die Lage versetzen sollen, kreativ sein zu können.

Ich bin froh, dass in Deutschland langsam aber sicher klar wird, was für einen großen Wert Kreativität hat und wie wichtig dieser Wert für die Zukunft unserer Gesellschaft ist. Das hat nicht zuletzt eine wirtschaftliche Bedeutung. Unsere Qualitäten in Deutschland bestehen eben nicht darin, besonders preiswert zu arbeiten. Sie bestehen auch nicht darin, immer auf einem technologisch höheren Stand als andere Nationen zu sein.

Die Werte, die uns für die Zukunft wettbewerbsfähig machen werden, sind unserer Kreativität, der Ideenreichtum in unserem Land und die Phantasie jeder und jedes Einzelnen.

Doch um diese Kreativindustrie zu beflügeln, braucht es noch mehr Anstrengungen. Wir müssen den gesellschaftlichen Horizont erweitern und endlich davon wegkommen, dass nur das für wertvoll gehalten wird, was ganz direkt einen möglichst bezifferbaren Ertrag einbringt.

Ein besonders gutes Beispiel ist die Bildung. Nach wie vor haben Schulfächer wie Mathematik oder



Deutsch einen größeren Stellenwert als Musik oder Kunst. Das halte ich für falsch.

Musik und dabei ganz klar auch Populärmusik muss schon im Schul- und Vorschulalter Bestandteil einer Bildungspolitik sein, die das Kreative fördert. Deswegen ist das mit vier Milliarden Euro angeschobene Ganztagschulprogramm auch so wertvoll, denn hier kommt den kreativen Fächern eine viel höhere Bedeutung zu. In einer Ganztagschule können diejenigen Musikinstrumente erlernen, denen zuhause diese Möglichkeit nicht geboten wird.

Ich will Ihnen drei Resultate nennen, die aus einer möglichst frühen und intensiven Förderung von Musik im Zusammenhang der kulturellen Bildung hervorgehen.

Erstens wird so nachhaltig das Interesse für Musik geprägt. Wer einmal die Musik für sich entdeckt hat, den wird sie ein Leben lang begleiten. Durch kulturelle Bildung entsteht so Phantasie und Kreativität doch auch soziale Kompetenz, Konfliktfähigkeit, Intelligenz und Ausdauer werden gefördert – Fähigkeiten, die Kindern und Jugendlichen in allen Lebenslagen helfen.

Das zweite Resultat aus guter kultureller Bildung ist, dass wir Kindern und Jugendlichen eine Möglichkeit an die Hand geben, sich auszudrücken und sich selbst zu verwirklichen. Der ehemalige Bundesinnenminister Otto Schily hat einmal gesagt: „Wer Musikschulen schließt, gefährdet die innere Sicherheit“.

Mit der Förderung von Musik helfen wir dabei, dass Jugendliche in ihr ein positives und kultiviertes Ventil finden und sich nicht durch gewalttätige Aggression oder extremistische Positionen zu verwirklichen suchen. Diese Grundidee verfolgt auch das Jugendkulturnetz, das die Jugendmusikszene stärken und damit unter anderem dem Rechtsextremismus entgegentreten will.

Das dritte Resultat aus guter kultureller Bildung, ist ein besseres Verständnis für den Wert von Kreativität. Es ist immer schwieriger geworden, den Menschen klarzumachen, dass kreative Leistung wie zum Beispiel das Schreiben, Proben und Aufnehmen eines Musiktitels auch einen Preis haben muss.

Wir sind gerade inmitten in der Debatte um den so genannten Zweiten Korb des Urheberrechts. Hier wollen wir einen besseren Schutz des geistigen Eigentums und die angemessene Vergütung für Urheber erreichen. Doch das gelingt letztendlich nur, wenn der Wert dessen, was beispielsweise Musikerinnen und Musiker kreativ produzieren und wovon sie leben müssen, von allen anerkannt und finanziert wird.

Kulturelle Bildung ist also etwas, bei dem wir alle in Zukunft noch viel tun können. Wir, das ist die Politik aber das sind genauso die Schulen, in denen 60 Prozent der Musikstunden ausfallen oder es sind die Eltern, die sich um die musikalische Bildung ihrer Kinder kümmern müssen.

Neben dem Bereich der Bildung engagieren wir uns in der Bundespolitik auch für andere Arten der Förderung wie die Künstlersozialkasse, in der sich unter anderem Musiker sozial absichern können oder um das Stiftungsrecht, durch das private Stifter in die Lage versetzt werden, Musik zu fördern.

Gerade in der letzten Woche haben wir im Deutschen Bundestag eine „Initiative: Musik“ vereinbart, für die im nächsten Jahr eine Million Euro bereitgestellt werden. Diese Initiative soll auf drei Säulen ruhen, um deren konkrete Ausgestaltung es in den nächsten Monaten gehen wird.



Erstens: es geht um Nachwuchsförderung und da zum Beispiel um neue Sendeformate für „Newcomer“ im Rundfunk, es geht zweitens darum, Projekte zu fördern, die einen Beitrag zur Integration von Jugendlichen mit Migrationshintergrund leisten und es geht drittens um Exportförderung, bei der sich Bands beispielsweise auf der Popkomm oder beim German Jazz Meeting einem internationalen Publikum präsentieren sollen.

Wie ich am Anfang bereits angedeutet habe, werden trotz der bereits existierenden Förderinstrumente kontinuierlich weitere gebraucht, durch die auch Musikerinnen und Musiker noch besser unterstützt werden können. Dafür gibt es seit 3 ½ Jahren nicht zuletzt die vom Bundestag eingesetzte Enquete-Kommission „Kultur in Deutschland“. Bei den morgigen Fachpanels werden Sie einige Mitglieder dieser Kommission erleben können.

Was ist mein Fazit?

Es wird bereits viel getan aber noch lange nicht genug! Der Stellenwert von Popmusik muss in Zukunft nicht nur im Rahmen von Politik, sondern in der Wirtschaft, Gesellschaft, Bildung und nicht zuletzt in der Jugendarbeit weiter wachsen. Dafür müssen wir immer wieder neue Möglichkeiten und Instrumente finden. Ich freue mich, dass Sie als Veranstalter und als Teilnehmer dieser Konferenz dazu beitragen und wünsche Ihnen drei interessante und spannende Tage.

Vielen Dank!



GRÜßWORT**Joachim Litty****Leiter und Geschäftsführer der Landesmusikakademie Berlin**

Meine sehr verehrten Damen und Herren, liebe Tagungsgäste,

ich möchte Sie im Namen der Geschäftsführung des FEZ-Berlin recht herzlich hier im Konzertsaal II zur Fachtagung des JugendKulturNetz unter dem wunderbaren Titel „Music is my first love“ begrüßen.

Das FEZ-Berlin beherbergt unter seinem Dach Europas größtes Kinder-, Jugend- und Familienzentrum sowie die Landesmusikakademie Berlin.

1979 als Pionierpalast „Ernst Thälmann“ eingeweiht, ist es mit vereinten Kräften gelungen, dieses einmalige Haus in die veränderten Verhältnisse nach der Wende zu überführen und vor allem am Puls jugendlicher Interessenlagen zu orientieren. Gerade im Zuge der aktuellen bildungspolitischen Diskussion nimmt das FEZ-Berlin mit diversen Akzenten in der außerschulischen Jugendbildung einen für Berlin eminent wichtigen Stellenwert ein.

Seit Gründung der Landesmusikakademie Berlin im Jahre 1995 ist es erklärtes Ziel, gerade die musikalischen Erscheinungsformen, die sich in einem urbanen Umfeld entwickeln – also eben vor allem auch populäre Musik -, abzubilden und zu fördern – sei es durch gezielte Fort- und Weiterbildungsangebote für Akteure, Multiplikatoren, durch Netzwerkbildung oder durch Kooperation mit Projekten, die im Umfeld dieser Musikform arbeiten.

Unser Tonstudio, Musik-Computer-Arbeitsplätze, die Fachbereiche Populäre Musik, Rhythmus und Perkussion, unsere Konzerte für Schulklassen zu den Themen Hip Hop, Rock, Jazz, außereuropäische Musik, Filmmusik, der Bandwettbewerb Styles & Skills Berlin Band Award, das Samba Syndrom, Kooperationen mit dem LandesMusikRat Berlin bei der neuen Kategorie Populäre Musik im Wettbewerb Jugend musiziert sowie beim Berliner JugendJazzOrchester, die Unterbringung der zweiten Arbeitsphase des PopCamp der gemeinnützigen Projektgesellschaft des Deutschen Musikrates, der Schülerband-Wettbewerb Schooljam, die Vernetzung mit dem Bundeswettbewerb Lokal Heroes, Projektstage von Schulklassen, Arbeitsphasen von Bands in unseren Räumlichkeiten zeigen, dass wir an der Landesmusikakademie Berlin zu dem aufgerufenen Thema seit Jahren kompetent arbeiten.

Ich wünsche mir und uns allen, dass die heute beginnende Tagung ein weiterer Mosaikstein für die Verankerung des Themas „Populäre Musik/Kultur“ im öffentlichen Bewusstsein ist und die Veranstalter ihren Zielen, mit Populärer Musik eine größere Nachhaltigkeit in der jugend-kulturellen Arbeit zu erreichen sowie ein deutlich wahrnehmbares Signal gegen den permanent fortschreitenden Rechtsradikalismus unter Jugendlichen zu setzen, ein Stück näher kommen.

In diesem Sinne hoffe ich, dass Sie sich bei uns wohl fühlen und angefüllt mit Ideen am Mittwoch diesen Ort wieder verlassen.

Ich danke Ihnen für Ihre Aufmerksamkeit.



PODIUMSDISKUSSION “with a little help of my friends”

Pop ist nicht gleich Pop. Und Pop in Deutschland hat schon gar nicht den gleichen Stellenwert wie Pop in Österreich, der Schweiz oder Dänemark. Entsprechend unterschiedlich sind auch die Ansätze der öffentlichen Rock- und Popmusikförderung. In Deutschland eine wirkungsorientierte Förderung der Jugend- und Popmusik im Sinne einer Querschnittsaufgabe von Bildung, Jugendarbeit, Kultur und Wirtschaft zu etablieren, verlangt zunächst einen Perspektivwechsel: weg von punktuellen hin zu nachhaltigen und wirksamen Konzepten. Aus welchen Gründen und mit welchen Zielen findet in anderen europäischen Ländern eine umfassendere Förderung des „Kulturgut Pop“ statt? Und inwiefern wird dort schon im Sinne einer Querschnittsaufgabe gehandelt? In welchen Institutionen und auf welchen Wegen wird insbesondere Jugendlichen Rock- und Popmusik näher gebracht? Und welche Erfolge lassen sich vorweisen? In der Podiumsdiskussion wird über Erfahrungen, Probleme und Chancen in anderen europäischen Ländern berichtet und über mögliche Konsequenzen für die Popmusikförderung in der Bundesrepublik diskutiert.

REFERENTINNEN: **CONNOR JORGENSEN, Danish Rock Council ROSA (Aarhus, Dänemark)**
PETER RANTASA, Music Information Center Austria (Wien, Österreich)
JEAN ZUBER, Action Swiss Music (Zürich, Schweiz)

MODERATION: **THEO GEISSLER**

ROSA Dänemark

ROSA is a music oriented, political umbrella organisation for a number of music societies and organisation. ROSA's Annual Board Meeting is the highest authority. Each of the participating organisations have two representatives. The Board choosed ROSA's Directorate. The Directorate appoints a manager, who in turn recruits employees for the General Office. The general office undertakes ROSA's activities.

**ROSA's Objectives**

- ROSA supports Danish rock music and related genres, via fund from The Music Law
- ROSA aids public authorities in cultural and music political questions, in regard to rock and pop music
- ROSA supports the developement and awareness of Danish rock music, both at home and abroad

Weitere Infos: www.rosa.org



music information center austria, Österreich

Das mica dient als Servicezentrum den Interessen der in Österreich lebenden Musikschaaffenden. Es nimmt seine Aufgabe neutral und unabhängig wahr. Die Äquidistanz zu bestehenden Interessensvertretungen für KünstlerInnen und Kulturschaaffende sowie zu Musikwirtschaft und Kulturveranstaltern ist dabei grundlegendes Prinzip.

Von Wien aus agiert das mica auf regionaler, nationaler und internationaler Ebene im Dienst der österreichischen Musikschaaffenden. Organisiert als unabhängige Experten Organisation, vermittelt das mica Information, Praxiswissen und Impulse für alle Akteure des zeitgenössischen Musiklebens. Als zentrale Schnittstelle baut das mica gezielt Verbindungen zwischen Musikschaaffenden, Multiplikatoren und Musikinteressierten auf. In seinen Aufgaben ist das mica der Vielfalt eines innovativen, zeitgenössischen Musikschaaffens verpflichtet.

1994 wurde das mica im Auftrag der Republik Österreich als unabhängiger, gemeinnütziger Verein gegründet. Hauptfördergeber der Non-Profit-Organisation mica sind die Republik Österreich und die Stadt Wien. Im Rahmen von Public-Private-Partnerships kooperiert das mica verstärkt mit Unternehmen aus den Bereichen Kultur, Technologie und Wirtschaft. Die Leistungen des mica stehen derzeit allen Interessierten kostenlos zur Verfügung.

Aufgaben & Leistungen

- *Information zu heutigem Musikschaaffen aus Österreich* ("Information follows the purpose of promotion" - Kostenlose Servicestelle, Archiv für Musikschaaffende und Publikum, Bibliothek, Datenbank mit Informationen zu allen Teilbereichen des Musiklebens als "Inhaltsverzeichnis" des heutigen Musikschaaffens)
- *Kommunikation für das Musikleben* (Sammlung und Austausch von Interessen, Ideen und Erfahrungswerten als Informationspool und neutrale Kommunikationsplattform für Akteure im Musikleben)
- *Aufmerksamkeit für die Musik der Gegenwart* (Strategien für erfolgreiches Marketing, den Imageaufbau und zur Verbesserung der Aufführungs- und Auftragslage von Musikschaaffenden; Kooperationspartner bei der Durchführung von Projekten im In- und Ausland)
- *Service in Praxisfragen* (Hilfestellung und Know-how für Musikschaaffende bei berufspraktischen, ökonomischen, rechtlichen, gesellschaftlichen und technologischen Fragestellungen vor allem auch im Bereich der Nachwuchsförderung)
- *Themensetzung* (Anregungen, Themen und Informationen für Medien wie für wissenschaftliche Referenzprojekte - mit der Praxisnähe einer unabhängigen Expertenorganisation an den Schnittstellen von Technologie, Ökonomie, Recht und Musik)

Weitere Infos: www.mica.at



action swiss music, Schweiz

Action für die Musikszene!

Wer sich durch den Dschungel der Musikszene schlagen will, stößt auf unzählige Fragen und Probleme. Als nationale Interessenvertretung für aktuelle, populäre Schweizer Musik aller Sparten engagieren wir uns für deren Anerkennung und Förderung im Kulturbetrieb, in den Medien, in der Politik und wo es sonst noch brennt. Hierzu bieten wir Tipps, Infos sowie kostenlose Beratung.

Wo Einzelne keine Chance haben, bringen wir als anerkannte Vertretung die Anliegen der Schweizer Musikszene auf den Punkt. Unser Leistungsausweis kann sich sehen lassen. Um weiterhin als starke Lobby für eine starke Szene arbeiten zu können, sind wir jedoch auf dich angewiesen. Je mehr Mitglieder "action swiss music" hat, desto mehr können wir bewegen.

Als nationale Interessenvertretung für aktuelle, populäre Schweizer Musik aller Sparten erbringen wir eine Vielzahl von praktischen Dienstleistungen und handfeste kulturpolitische Aktionen.

1. Information

Wir sind Anlaufstelle für Informationen aller Art. Wir bieten jede menge Service sowie eine Reihe von nützlichen Dienstleistungen an: Weitergabe unseres Fachwissens auf dieser Website und in Form des Rockhandbuchs "Action Rock Guide" und der französischen Version "L'Officiel du Rock". Organisation der "Contact Lounge" am "m4music". Durchführung von Workshops, Präsentation von einheimischen CD-Neuheiten und Business-News via "SwissMusic News".

2. Beratung

Wir beraten und unterstützen MusikerInnen kostenlos in Rechts- und Businessfragen. Sei dies im persönlichen Gespräch, auf schriftliche/telefonische Anfrage oder in der "Contact Lounge" am "m4music".

3. Lobby

Damit die berechtigten Anliegen der Musik-Szene nicht übergangen werden, leistet die action swiss music wichtige Lobby-Arbeit bei verschiedensten kulturellen Institutionen. Das beginnt bei den Urheber- und Interpretenrechten, der Entwicklung von Unterstützungskonzepten und dem Kampf um angemessene CH-Anteile in den Musikprogrammen von Radio und TV

Weitere Infos: www.actionswissmusic.ch



PROTOKOLL DER DISKUSSION

Zur Einführung: Präsentation einer Video-Dokumentation über Musikercoaching im Rahmen des John Lennon Talent Awards.

Theo Geissler begrüßt das Podium und die Zuhörer. In der Diskussion soll es um Fördermodelle der vertretenden europäischen Nachbarn gehen (Dänemark, Österreich und Schweiz), um sie mit der bundesrepublikanischen Situation vergleichen zu können und Anregungen zu bekommen.

Die drei Referenten geben zunächst einen Überblick über die jeweiligen Fördermodelle in ihren Ländern.

Conny Jorgensen informiert über das dänische Musikgesetz, das die Gründung der Musik-Schirmorganisation ROSA ermöglichte. ROSA nehme im Fördermodell eine Mittlersituation ein. Sie verteilen Zuschüsse an weitere Organisationen, arbeiten musikpolitisch. Es gibt keine pädagogische oder soziale Dimension. Eine Zusammenarbeit mit der Musikwirtschaft besteht erfolgreich. Wichtig sei das jährlich stattfindende SPOT Festival, das in der Branche international anerkannt ist, und Sprungbrett für viele Bands ist. Die Bewerbung ist relativ schwierig: in diesem Jahr konnten nur 100 Bands von 750 Bewerbungen dort spielen.

Conny Jorgensen betont, dass eine stetige Arbeit entscheidend ist - die Akteure müssen ernst genommen werden. Es gehe darum, sich seriös und künstlerisch mit Musik zu beschäftigen.

Jean Zuber beschreibt die dreigeteilte Förderung der Schweiz von Städten, Kantonen und dem Bund. Dabei übernehmen die Städte 60% der Kulturförderung – davon wiederum sind 90% durch Subventionsverträge gebunden. Hinzu kommen private Stiftungen, wie der MIGROS Kulturprozent. Action swiss music hat zu wenig Geld, um direkte Förderung durchführen zu können, konzentriert sich deswegen auf Lobbyarbeit.

Peter Rantasa erklärt den Auftrag von mica, nämlich die Verbreitung von Musik aus Österreich zu verbessern. Dies wird erreicht durch drei Säulen der Arbeit:

1. die Förderung der Berichterstattung
2. Informationsvermittlung und Coaching der Musiker und
3. die Promotion – auch über das European Music office in Brüssel

Der Marktanteil österreichischer Musik in Österreich liege leider bei unter 10 Prozent. Die mediale Situation sei im Vergleich zu Deutschland auch schwierig.

Bei seiner Arbeit merkt Peter Rantasa immer wieder, dass der Begriff Popmusik unterschiedlich definiert wird. So sei für die Kunst- und die Kulturförderung z.B. Popmusik durch Kommerz definiert und interessiere daher nicht.

Peter Rantasa unterscheidet daher zwischen drei Bereichen der Musik, die in der Jugendarbeit eine Rolle spielen:

1. Laienmusik, der eher pädagogische Teil der musikalischen Erziehung und Instrumenterlernung
2. Popmusik, populär, wird viel konsumiert, kommerzieller Erfolg wird angestrebt
3. Kunstmusik, künstlerischer Wert steht im Vordergrund.



Die Schwierigkeit bestehe darin, dass Popmusik und Kunstmusik für Fördergremien nicht zu unterscheiden seien. Aufgabe der Politik sei es, entsprechende Rahmenbedingungen zu schaffen. Daher sei es so entscheidend, dass der Sektor und die Musiker ihre Forderungen richtig formulieren, damit sie auch gehört werden.

Jean Zuber zur Begriffsklärung: in der Schweiz spreche man von „musique actuelle“ und „chanson“, damit sei die zu fördernde Bandbreite an Musik gut benannt, vielleicht besser als mit dem Begriff „Popmusik“.

Theo Geissler formuliert ein Problem, dass Popmusik bei Gestaltern und opinion leadern erst seit wenigen Jahren anerkannt sei.

Was sind die speziellen Eigenheiten der Förderung in den verschiedenen Ländern auch im Vergleich zu Deutschland?

In Dänemark, so Conny Jorgensen, höre es sich erstmal nach einem zentralistischen System an. Durch die Umverteilung auf viele kleinere Organisationen, würde aber eine sogenannte „Armlängenförderung“ erreicht.

Jean Zuber meint, Spitzenförderung und Breitenförderung müssen zusammengreifen. Im Unterschied zur Filmförderung könne man bei einer kleinen Band mit 500 Euro Tourunterstützung schon viel erreichen. Die Popmusik müsse weiterhin kämpfen. Vorbild könne die Jazzmusik sein, die inzwischen erfolgreich im Kampf um Fördermittel sei. Die Popmusik dagegen würde immer noch nur die „Brotkrumen“ abbekommen.

Peter Rantasa beobachtet, dass die Musikwirtschaft in Deutschland gut funktioniere, auch die pädagogischen Konzepte seien vorbildlich. Neidisch sei er auch über die mediale Situation.

Jean Zuber weiß um die Vorteile eines kleinen Landes. Promotion kann in der Schweiz z.B. über die Redaktionen laufen, ohne Anzeigen schalten zu müssen. Die Schweiz habe aber ein sprachliches Problem: Schweizerdeutsch würden nur ca. 4 Millionen Menschen sprechen. Bei der Förderung sei jedoch der sprachliche Ausgleich und die Förderung in allen Regionen wichtig. Nirgends könne man mit so wenig Geld soviel erreichen wie im Bereich der Kultur.

Conny Jorgensen meint, der Kontakt mit den Medien in Dänemark sei schwierig. Nur etablierte Bands würden „gefeatured“.

Clubs werden per Gesetz unterstützt, um Vielfalt und Nachwuchs zu fördern. Alle Bands bekommen den gleichen festgelegten Tarif (ca. 200 Euro pro Person/Auftritt).

Trotzdem sei es für viele Bands schwierig, Gigs zu bekommen.

Bands in allen europäischen Ländern hätten ein Problem, außerhalb des eigenen Landes bekannt zu werden. Musik habe mit kulturellen Referenzen zu tun.

Theo Geissler fragt, welche Ausbildungsmöglichkeiten es in den einzelnen Ländern gebe.

Peter Rantasa referiert, die österreichischen Musikschulen würden in erster Linie Traditionspflege betreiben. In der Schweiz gibt es nach Jean Zuber Musikunterricht in jeder Schule. Die Jugendmusikschulen seien dagegen eher elitär. Conny Jorgensen stellt fest 95% der Rock- und Popmusiker seien Autodidakten.



Theo Geissler fragt nach der idealen Förderung.

Jean Zuber wünscht sich größere Budgets. Was damit gefördert wird, müsse individuell entschieden werden. Popmusik solle insgesamt anerkannter werden. Peter Rantasa meint, die Förderung fange bei der musikalischen Früherziehung an. Diese müsse ideologiefrei sein, den spielerischen Umgang und die Kreativität fördern. Es brauche Freiräume. Die Rahmenbedingungen müssen stimmen, Coachings seien sinnvoll. Conny Jorgensen fordert eine Verbesserung der Infrastruktur. Man brauche genug Proberäume - aber Musikförderung sei keine Fabrik, die Geld verdienen muss. Es müssen Leute gefördert werden, denen es wichtig ist sich künstlerisch auszudrücken. Die Musik und die Akteure solle man allein lassen!



REFERENTINNEN

CONNY JORGENSEN



geboren 1961, beendete 1992 ihr Master-Studium in Literaturgeschichte und *Interdisciplinary Aesthetic Studies* mit einer Arbeit über die Wechselwirkung von Musikrecht und Musikumfeld. Nach ihrer Ausbildung fing Conny an bei ROSA zu arbeiten und ist für Ausbildungen, Workshops, Showcases, Co-writing Sessions, Management Seminare und das Programm TRAX (eine Zusammenarbeit mit DR, dem dänischen öffentlich-rechtlichen Rundfunk) zuständig. Conny ist stellvertretende Geschäftsführerin von ROSA. Außerdem ist Conny seit 2005 Koordinatorin des SPOT Festivals' Musik und Seminar Programms. Seit dem Jahr 2000 ist Conny Vize-Vorsitzende des Clubs "Musikcafeen". Im Jahr 1990 hat Conny

als Projektkoordinatorin kultureller Aktivitäten in einem Camp für vietnamesische Flüchtlinge in Hong Kong gearbeitet.

PETER RANTASA



geboren 1964 in Wien, ist ausgebildet in Nachrichtentechnik, bio-medizinischer Technik und Elektronik sowie elektro-akustischer und experimenteller Musik. Nach der Verwirklichung zum Teil preisgekrönter Klangkunstarbeiten und der Initiierung und Gestaltung einer Reihe von internationalen Musikfestivals ist er seit 1999 geschäftsführender Direktor des mica - music information center austria. In dieser Funktion ist Peter Rantasa derzeit auch Projektleiter des von der EU geförderten Projektes „DMET – Digital Music Education and Training“. Die regelmäßige Durchführung von Lehrveranstaltungen für das Institut für Kulturmanagement und Kulturwissenschaft an der Universität für Musik und darstellende Kunst Wien sowie die Mitwirkung an Jurys und Beiträge zu Publikationen und internationalen Konferenzen ergänzen sein Profil.

Sein Engagement zur Verbesserung der Situation von Kunst und Kultur sowie der Künstlerinnen und Künstler verwirklicht Peter Rantasa seit 2005 auch als Executive Director der in New York/USA ansässigen internationalen NGO „WCFA – World Culture Forum Allinace“ und in ehrenamtlichen Tätigkeiten: Derzeit im Vorstand des „IMC – International Music Council“ der UNESCO, im Vorstand des „EMO – European Music Office“, als Vizepräsident von „IAML – International Association of Music Libraries“ Austria sowie im Kuratorium des Vereins „Kulturpolitische Gesellschaft Österreich“.

JEAN ZUBER



Jean Zuber (1968) ist Präsident der action swiss music, des schweizerischen Interessensverbandes für Rock- und Popmusik. Ursprünglich Betriebsingenieur, hat sich Jean Zuber völlig der Musik verschrieben (u.a. bei der Schweizer Rockband für Kinder "Schtärneföifi"). Außerdem betreibt er eine Musikagentur und ein kleines Label und veranstaltet regelmäßig Konzerte. Aus diesen verschiedenen Funktionen heraus versucht er die Situation in der Schweizer Musikszene aus mehreren Perspektiven zu verstehen. Jean Zuber ist auch Stiftungsrat der SUISA-Stiftung für Musik und im Vorstand von Swiss Music Export.



**MODERATION
THEO GEISSLER**

Verleger, Herausgeber und Chefredakteur der neuen musikzeitung (nmz). Theo Geißler wurde 1947 in Gmund am Tegernsee geboren. Nach einem Studium der Germanistik, Philosophie und Geschichte in Regensburg absolvierte er die Münchner Hochschule für Fernsehen und Film, war dann als Autor und Regisseur für Kinderprogramme des Bayerischen Fernsehens tätig. Bereits seit 1967 arbeitete Geißler als Redakteur der nmz (damals noch: „Musikalische Jugend“); hinzu kam Öffentlichkeitsarbeit für die Wettbewerbe „Jugend musiziert“ und die Jeunesses Musicales. 1977 übernahm er die redaktionelle Koordination der nmz, 1986 die Chefredaktion. Von 1987 bis 1993 leitete er den Gustav Bosse Verlag und wurde zusätzlich Herausgeber der nmz. 1993 gründete er die ConBrio Verlagsgesellschaft als eigenständige Verlagsgruppe. Seit 1999 ist Geißler auch Herausgeber der Zeitschriften „Oper & Tanz“, der „Jazz-Zeitung“, Verleger der „Beiträge zur Gregorianik“, seit 2002 außerdem Mitherausgeber von „Politik und Kultur“ (puk), der Zeitung des Deutschen Kulturrates. Er arbeitet als Autor und Moderator für den Bayerischen Rundfunk und den WDR. Seit 1998 moderiert er das Live-Musikmagazin „taktlos“ für Bayern2Radio, seit 2002 zudem „contrapunkt – westöstlicher Dialog“, zusammen mit Frank Kämpfer, Deutschlandfunk.

An Auszeichnungen erhielt Geißler den Oberhausener Preis der evangelischen Filmkritik, den Preis des Deutschen Kritikerverbandes, die „Carl-Orff-Medaille“ des Bayerischen Musikschul-Verbandes und – als Verleger – für die Kindermusical-Produktionen „Ritter Rost“ mehrfach den „Leopold“ des Verbandes deutscher Musikschulen. 2003 wurde ihm der Würth-Preis der Jeunesses musicales für sein kulturpublizistisches Engagement verliehen.



PODIUMSTALK MIT ENGAGIERTEN JUGENDLICHEN

KEIN BOCK AUF NAZIS!



60.000 kostenlose DVDs und 125.000 Schülerzeitungen gegen Rechts - Musiker und Schauspieler beziehen Stellung gegen Rassismus und rechte Ideologien.

Während die staatliche Unterstützung für Initiativen gegen Rechtsextremismus immer weiter gekürzt wird, startet die

Berliner Band ZSK auf eigene Faust ein Deutschlandweites DVD-Projekt gegen Rechts.

Im April 2006 erschien die kostenlose DVD „Kein Bock Auf Nazis“. Mit dabei sind Prominente der deutschen Musikszene wie: Die Ärzte, Die Toten Hosen, Donots, ZSK, Muff Potter, Julia Hummer, Culcha Candela und Madsen. Über Musikmagazine, auf Konzerten und über die Webseite werden die Gratis-DVDs an Jugendliche, Schulen und Jugendzentren in ganz Deutschland verteilt.

„Mit ‚Kein Bock Auf Nazis‘ wollen wir ein klares Zeichen gegen Rassismus und gegen Rechts setzen. Es hilft nicht, wenn man das Rechtsextremismus-Problem ignoriert oder verharmlost. Man muss den Rechten immer und überall offensiv entgegentreten“, sagt Joshi, Sänger der Band ZSK, die das Projekt initiiert hat.

„Gerade in Zeiten, wo sich die Neonazis betont modern und jugendlich zu geben versuchen, ist es umso wichtiger deutlich zu machen, dass es für die menschenverachtende Ideologie der Rechten keinen Platz geben darf“, ergänzt Flori, Schlagzeuger von ZSK.

Der 80minütige Film enthält Interviews mit den beteiligten Musikern und Schauspielern, eine Dokumentation über rechte Strukturen in Deutschland und Portraits von vier erfolgreichen Jugend-Initiativen gegen Rechtsextremismus.

"Diese DVD zeigt Jugendlichen, dass sie nicht alleine dastehen, wenn sie ihre Stimme gegen Rechts erheben. Verschiedene Initiativen und prominente Künstler machen Mut und zeigen, dass Engagement auch cool sein kann", so Falco Schuhmann vom apabiz.

Weitere Infos: www.keinbockaufnazis.de

ROCK IM GRÜNEN

Leitgedanken

Musik ist eine Sprache, die keine Grenzen kennt.
Wo Worte ihre Grenzen haben, da hat Musik keine.
Musik ist vielseitig, kommunikativ und international.

Rock im Grünen wurde 1997 ins Leben gerufen, um Musik als kreatives und friedliches Ausdrucksmittel der Jugend zu fördern.

Rock im Grünen lädt alle Menschen ein! Egal, wie er oder sie aussieht. Egal, wie er oder sie spricht. Egal, wo er oder sie herkommt.

Ziele

Förderung ehrenamtlichen Engagements und junger Talente



Verwirklichung jugendkultureller Angebote und Veranstaltungen im musikalischen Bereich. Newcomer auf die Bühne bringen um ihnen ein neues Publikum zu erschließen.

Veranstalter

Träger, Organisator und Veranstalter der verschiedenen Projekte und Angebote ist der „Rock im Grünen e.V.“. Die Vereinsmitglieder arbeiten ehrenamtlich an der Umsetzung der Ziele, die als Förderung der Jugendhilfe anerkannt wurden.

Unterstützt wird die Arbeit durch viele engagierte freiwillige Helfer.

Finanzierung

Rock im Grünen hat mit seinen Veranstaltungen einen klaren Non-Profit-Charakter.

Ziel ist es, die Angebote mit möglichst geringen Zugangskosten anzubieten, um sie so einem breiten Publikum zu öffnen. Die Verschiedenen Projekte werden durch Spenden und Sponsoring finanziert. Aufgrund der Anerkennung der Gemeinnützigkeit durch das Finanzamt kann der Verein jederzeit Spendenbescheinigungen ausstellen.

Anerkennungen

Rock im Grünen wurde 2003 beim Jugendaktionswettbewerb „alex“ in der Kategorie „Events“ ausgezeichnet und 2005 vom Bundesprojekt „5000xZukunft“ prämiert.

Weitere Infos: www.rockimgruenen.de



FACHPANELS

POP & BILDUNG "rock'n'roll high school"

Populäre Musik spielt hinsichtlich ihres sozialen Gebrauchs und ihrer Bildungsfähigkeit eine wichtige Rolle in der Jugendphase – ihr Einfluss auf die individuelle Persönlichkeitsentwicklung und die Auswirkung auf die Lebensorientierung ist für viele junge Menschen elementar. Wie kann dieses Bildungspotential stärker genutzt werden? Und welche konkreten (Handlungs)Möglichkeiten ergeben sich für eine demokratiefördernde Bildungsarbeit, insbesondere mit Blick auf die erfolgreichen Anwerbeaktionen via Musik von Rechtsaußen? Welche Perspektiven ergeben sich aus musiksoziologischen Forschungsergebnissen für eine innovative bildungsbezogene Arbeit? Inwiefern können Kooperationen zwischen Schule und außerschulischen Akteuren ein sinnvoller Lösungsansatz sein?

REFERENTINNEN: **DR. STEFANIE RHEIN**, Mitarbeiterin der Musiksoziologischen Forschungsstelle PH Ludwigsburg
SILKE BAER, Projektleiterin Culture on the Road e.V.
DR. WALTER LINDENBAUM, Dozent und Vorsitzender des Verbandes Deutscher Schulmusiker NRW; Musikpädagoge an der Uni Münster
WOLFGANG SCHMIEDT, Musiker, Dozent + Vorstand der LAG Rock & Pop MV e.V.

MODERATION: **THOMAS BUSCH**, Deutsche Kinder- und Jugendstiftung

THESEN DER REFERENTINNEN

Dr. Stefanie Rhein

These 1: *Be part of the scene, not just the scenery!* Dieser Slogan der Hardcore-Szene bringt auf den Punkt, was in vielen Jugendkulturen immer stärker zu gelten scheint: Das Engagement für die und in der Szene wird zum zentralen Distinktions- und Authentizitätskriterium in Rahmen von Jugendkulturen. Die hohe soziale und kulturelle Bedeutsamkeit des Szene-Engagements macht die Aneignung von szenespezifischen Kenntnissen, Kompetenzen und kulturellen Praktiken nicht nur zu einer wichtigen Eintrittskarte in die jeweilige Szene, sie macht Jugendkulturen gleichzeitig immer mehr zu von den Jugendlichen selbst gewählten und gestalteten Orten, an denen (Selbst-)Bildung und (Selbst-)Professionalisierung in besonders intensivem Maße verwirklicht werden.

These 2: Dies alles findet im jugendkulturellen Raum und damit in der Regel in – zum Teil sogar sehr bewusst gewählter – Abgrenzung von der „Welt der Erwachsenen“ und der Pädagogik statt. Die „traditionellen“ pädagogischen Institutionen scheinen von vielen Jugendlichen nur noch als eine ebenso wähl- wie (zumindest geistig) abwählbare und im Vergleich zu den Jugendkulturen möglicherweise relativ unattraktive Bildungs- und Sozialisationsoption unter vielen gesehen zu werden.

Wozu benötigen Jugendliche denn überhaupt noch Pädagogik, wenn sie ihre Bildung und Sozialisation doch offensichtlich sehr kompetent und kreativ selbst in die Hand nehmen?



These 3: Es wird die These vertreten, dass beide Seiten – Pädagogik und Szenebildung bzw. -sozialisation – voneinander profitieren und gewinnbringend zusammenwirken können. Grundsätzlich notwendig hierfür ist, dass die jeweiligen, aus pädagogischer Perspektive zum Teil sicher auch als kritisch eingestuften jugend- und popkulturellen Identitäten und Umgehensweisen der Jugendlichen von Seiten der Pädagogik nicht ausgegrenzt sondern akzeptiert werden.

Silke Baer

Musik- und Jugendkulturen bieten politische, interkulturelle und kreative Anknüpfungspunkte in der Arbeit mit Jugendlichen. Die jeweiligen Akteure von Swing, Rock'nRoll, Beat, Ska, Punk, HipHop, Gothic, Hardcore, Riot Grrrl, Techno wollten Spaß, kreativ sein und sich eigene Freiräume schaffen. Die sozial-politischen Bedingungen gaben und geben den Szenen jeweils ihre eigene zeitgemäße Prägung: Wild, hart, laut und vergnügungssüchtig, NoFuture oder politisch-aktiv, Battle oder spirituell, auf der Straße oder im Cyber-Space. Sie sind vor dem Hintergrund von schlechten Bildungs- und Arbeitsmarktchancen, hohem Leistungsdruck, Konsumorientierung, sozialer und rassistischer Ausgrenzung entstanden. Das Thema Jugendkulturen bietet konstruktive Anknüpfungspunkte, um mit Jugendlichen in Diskussionen zu kommen. Es lassen sich aktuelle Bezüge zur Lebenswelt der Jugendlichen herstellen und sozial-politische Inhalte vermitteln.

Walter Lindenbaum

Förderung Populärer Musik, auch in schulmusikalischen Feldern

Deutschland belegt nicht nur bei PISA einen der mittleren bis hinteren Ränge, gleiches gilt auch für die Förderung populärer Musik. Während Länder wie Frankreich, Großbritannien oder die Niederlande in diesem Bereich große Summen investieren, geschieht in Deutschland im europäischen Vergleich diesbezüglich recht wenig. Die Förderung populärer Musik muss jedoch auch verstanden werden als Wirtschaftsförderung. Die Beatles sind ja nicht deshalb vor gut vierzig Jahren „Member of the Order of the British Empire“ geworden, weil plötzlich nur noch Rock 'n' Roller im Parlament saßen, sondern weil sie ihrem Heimatland Einkünfte in nicht unerheblicher Höhe beschert haben.

Das soll heißen, dass zu wenig passiert, es soll nicht heißen, dass gar nichts geschieht.

Es gibt eine Fülle unterschiedlicher Fördermaßnahmen im nicht-kommerziellen Bereich auf ganz unterschiedlichen Ebenen in einer bunten Mischung aus privaten und öffentlichen Initiativen. (Beispiele aus NRW)

So gibt es ortsgebundene Initiativen (z.B. Steffi Stephans "New Names-Bühne" beim Eurocityfest in Münster), regionale (z.B. Wölfi Rohdes "Rock am Turm" in Meerbusch), landesweite (z.B. PopUp NRW des Kultursekretariats Wuppertal, "Rock It" oder die "NRW Newcomer Stage" des LandesMusikRats NRW) bis hin zu bundesweiten Projekten wie u.a. SchoolJam oder das "Treffen Junge Musik-Szene" der Berliner Festspiele.

Für problematisch halte ich in diesem Zusammenhang, dass z.B. die genannten Maßnahmen, so sie nicht - dann aber allenfalls zufällig - durch die gleichen z.B. in Juries teilnehmenden Personen miteinander verknüpft sind oder zumindest voneinander wissen, überhaupt nicht aufeinander abgestimmt, geschweige denn, miteinander vernetzt sind. Das bezieht sich sowohl auf die Art und Weise der Durchführung als auch auf die ausgelobten "Preise" und/oder Anschluss(förder)maßnahmen.

Bildungs- und Kulturausgaben gelten hierzulande leider häufig als Subventionierung, nicht als Investition in die Zukunft. Dabei geht es aber nicht nur um die Zukunft wie auch immer privilegierter Kinder.



An dieser Stelle kommt die allgemein bildende Schule ins Spiel, denn nur sie erreicht alle Kinder, noch dazu in einem sehr frühen, und damit dem o.g. Maßnahmen vorausgehenden Alter.

Problematisch in diesem Zusammenhang ist, dass angehende SchulmusikerInnen nur zu einem geringen Teil musikalische Erfahrungen mit Popmusik haben.

Hinzu kommt, dass Aufnahme- und Eignungsprüfungen an Musikhochschulen und Universitäten häufig die Existenz Populärer Musik ignorieren. In den einschlägigen Studienordnungen für Schulmusiker fristet Populäre Musik häufig auch nur ein Nischendasein, in Fachpraktischen Prüfungen kommt sie i.d.R. nicht vor, in Staatsarbeiten und mündlichen Examensprüfungen nur dann, wenn entsprechende Studienveranstaltungen stattgefunden haben. Dass so ausgebildete MusiklehrerInnen die popmusikalischen Bemühungen ihrer Schülerinnen und Schüler kaum fördern (können), liegt auf der Hand. Das Kränkeln des Musikunterrichtes und seine i.d.R. geringe Akzeptanz und Wertschätzung bei Schülern liegt auch in seiner häufig einseitig historisch orientierten Ausrichtung begründet.

Daher ist zu fordern, dass die Kenntnis und der praktische Umgang mit Populärer Musik in den Studienordnungen der Ausbildungsinstitute für Schulmusik als obligatorischer Bestandteil verankert wird, sowohl in philologischer Hinsicht als auch in instrumentalvokalpraktischer.

Wolfgang Schmiedt

Popmusik in deutschen Musikhochschulen - stumpfe Schwerter in Elfenbeintürmen - oder: die Musikhochschulen werden ihrem Auftrag zu Reflektion und Innovation auf diesem Gebiet nicht ausreichend gerecht.

Beispiel Musik 21: ein übergreifendes Projekt des Landesmusikrates MV für die Verbindung zwischen Schulen und Künstlern. Projektbezogene Querverbindungen verschiedener Künste und Kulturtechniken als Möglichkeit, breite kulturelle, künstlerische und soziale Effekte auszulösen (Beispiele: Hafensinfonie, Stadtmusikanten)

PROTOKOLL DES FACHPANELS

Vier Experten und etwa 30 Zuhörer haben sich am 28. November 2006 im Freizeit und Erholungszentrum (FEZ) Berlin zusammengefunden, um im Rahmen des dreistündigen Fachpanels Nr. 1 der Tagung „Music was my first love“ der Frage nach den Bedingungen und Möglichkeiten einer Verknüpfung von Pop und Bildung nachzugehen. Dieses Protokoll fasst die Ergebnisse des Panels zusammen.

1. Die Bedeutung von Pop als Bildungsfeld

Von den eingeladenen Experten wurde die These vorgetragen, dass Pop (hier verstanden als ein Set kultureller Praktiken) grundsätzlich und bereits vor jeglicher pädagogischen Intervention ein starkes Bildungsmoment beinhaltet:

1.1. Jugendkultur als selbstgestaltete Orte der Selbstbildung

Folgt man Dr. Rhein, so hat die Kulturindustrie jugendkulturelle Bewegungen marktwirtschaftlich verwertet. Dadurch aber drohte diesen Jugendkulturen die Authentizität abhanden zu kommen, was Jugendliche letztlich einer wichtigen Distinktions- und Abgrenzungsleistung beraubt hätte. Die Jugendlichen haben daher mit einer Verschiebung ihrer kulturellen Praktiken reagiert – von der einfachen



passiven Teilnahme an Szene (ich bediene mit meiner Frisur einen Stil) hin zur anspruchsvollen, aktiven Teilhabe, dem Szene-Engagement (Druck von Fanzines, Konzertmanagement, Internetradio...). Diese Verschiebung macht hohe Selbstbildungsanstrengungen erforderlich. Die Jugendlichen unternehmen diese sehr erfolgreich und eignen sich dabei, abseits jeglicher Hilfestellung aus der Erwachsenenwelt, teilweise anspruchsvolle Qualifikationen für die Berufswelt im Selbststudium an.

1.2. Was die Pädagogik heute beiträgt

Unter der Annahme, dass Erwachsene mittels pädagogischer Angebote die Selbstlernerfolge der Jugendlichen mit externem Wissen und Infrastruktur bereichern können, wurde der Frage nachgegangen, wie denn die traditionellen Beiträge der Pädagogik überhaupt aussehen:

Dr. Lindenbaum wies auf die konservativen Auswahlkriterien der staatlichen Musikhochschulen hin, die einen Typus Musikpädagogen herausbildeten, der von der Warte der Hochkultur verächtlich auf das populärmusikalische Geschehen blickt. Damit sei die heutige Schulmusik strukturell unfähig, die Lebenswelt der Jugend zu berühren, Jugendkultur anzuerkennen und bei Selbstlernprozessen Hilfestellung zu geben.

Demgegenüber habe sich im schulischen Bereich eine zunehmende Zahl von externen Angebotsträgern entwickelt, die im Feld der Jugendkulturen Kontakte zu den Jugendlichen knüpfen – fast immer im Rahmen von Schulprojekttagen. Silke Baer zeigte am Beispiel eines solchen mobilen Projektes, dass diese Pädagogen von den Schülern auf Grund ihrer Authentizität und eines freien Zeitplans gut angenommen werden. Das lässt sich wiederum ummünzen in einen privilegierten Zugang zur Meinungswelt der Jugendlichen, etwa bei Diskussion um gender-Themen oder Rassismus. Gerade die hohe Intoleranz zwischen unterschiedlichen Jugendkulturen biete in diesem Zusammenhang eine Steilvorlage zum Gespräch. Problem ist hingegen vermutlich die fehlende Nachhaltigkeit von Projekttagen.

2. Kontroverse: externe vs. interne Pädagogik an den Schulen

Das heutige Schulanangebot der Musikpädagogik spaltet sich somit in zwei Richtungen: die Musiklehrer einerseits und die externen Pädagogen und Künstler, die in die Schule hin und wieder hereingeholt werden. In der Diskussion entbrannte darauf hin eine Debatte um den goldenen Weg.

2.1. Die Reform der schulinternen Musikpädagogik

Einige Teilnehmer sprachen sich für eine Reform und Stärkung der Lehrerschaft aus. Hingewiesen wurde darauf, dass die Lehrpläne bereits heute gute Ansatzmöglichkeiten bieten („die Lehrpläne sind besser als die Lehrer“), die Lehrer aber offener werden müssten für Jugendkultur („ein Musiklehrer muss auch einen Hardcoresong anhören können, und zwar auch mal mit voller Lautstärke“). Hierzu müssen die Lehrer Fortbildung erfahren, um Jugendcodes kennenzulernen und akzeptieren zu können. Die materielle Ausstattung der Schulen müsste ebenfalls besonders angepasst werden.

Ist Offenheit erst einmal von Lehrerseite gegeben, würde dies das Lehrer-Schüler-Verhältnis grundlegend verändern: der Schüler wäre und bliebe Fachmann seiner Jugendkultur, wohingegen dem Lehrer eine Mentorenrolle zukommen würde. Von dieser Konstellation erwarteten einige der Teilnehmer eine kreativere Begegnungsform, bei der „Dinge nicht in eine Ordnung gebracht werden, sondern kreative Prozesse geschehen können“ (W. Schmiedt). Synergieeffekte ließen sich auch durch Interdisziplinarität erzielen,



wenn etwa im Deutschunterricht Songtexte als Schriftgattung anerkannt und gelehrt würden, um dann im Musikunterricht weiterverwendet zu werden. Selbstlernerfekte ließen sich somit durch die Schule fördern und einbinden.

Diese „Pop-Kreativität“ lasse sich aber kaum im 45min Takt und in Klassenstärke realisieren. Daher nannten mehrere Teilnehmer die Einführung einer richtig verstandenen Konzeption von Ganztagschule (viele Freiräume und freie Räume) als Bedingung der Möglichkeit einer solchen musikpädagogischen Reform. Womöglich könne Pop aber auch umgekehrt als Vorreiter für die Schulumgestaltung hin zur Ganztagschule fungieren.

Kritische Stimmen nannten hingegen diese Vorstellung in zweifacher Sicht illusorisch: Sex, Drugs und Rock'n'roll könnten in der Schule niemals einen authentischen Platz finden, da sie in der Lebenswelt der Jugendlichen geradezu den programmatischen Gegenpol zur Schul- und Leistungswelt darstellen. Allein die Tatsache, dass der Lehrer Noten ver gebe, mache ihn grundsätzlich für eine Moderatorenrolle unbrauchbar.

Besonders aber der ökonomische Realitätssinn verbiete, hohe Erwartungen in eine grundlegende Schulreform zu setzen. Schon heute werde 60% des in Baden-Württemberg erteilten Unterrichts in den Hauptschulen von fachfremden Lehrern erteilt. Die Ressourcenknappheit werde auch in Zukunft jede ambitionierte Strukturreform an den Schulen im Keim ersticken, die auf Ressourcenexpansion basiere. Daher solle man sich lieber bescheiden auf das schon heute Machbare beschränken: die Stärkung der externen Schulangebote.

2.2. Die externen Musikpädagogen in der Schule

Mehrere Teilnehmer wiesen darauf hin, dass authentische Impulse letztlich nur von außerschulischen Partnern gegeben werden könnten. Ein Schullehrer mag zwar offen sein, könne aber nicht glaubhaft eine Jugendkultur verkörpern. Daher könnten externe Anbieter von Musikpädagogik in kürzester Zeit einen privilegierten Zugang zu Jugendlichen aufbauen, der einem Lehrer verschlossen bleiben muss.

Kritiker der externen Pädagogik wiesen darauf hin, dass Projektstage meist keine besondere Nachhaltigkeit hätten. Zeitlich ähnelten die wenigen Projektstage pro Schuljahr dem Tropfen auf den heißen Stein. Außerdem beträfen sie stets nur einige wenige Jahrgangsstufen und erfassten daher noch nicht einmal die gesamte Schülerschaft. Damit führten die externen Pädagogen nicht zu einem kreativen Gemisch von sich ergänzenden internen und externen Angeboten, sondern lediglich zu einer Koexistenz beider Angebotsformen: Kreativität als Ausnahmezustand an einigen Tagen im Schuljahr.



REFERENTINNEN

DR. STEFANIE RHEIN



Dr. Stefanie Rhein arbeitet als wissenschaftliche Mitarbeiterin an der Forschungsförderungsstelle der PH Ludwigsburg sowie als Lehrbeauftragte für Kultursoziologie am dortigen Institut für Kulturmanagement und als Lehrbeauftragte für Musikpädagogische Forschung an der Staatlichen Hochschule für Musik und Darstellende Kunst in Stuttgart. Nach dem Abschluss ihres Lehramtsstudiums absolvierte sie den

Aufbaustudiengang „Kulturmanagement“ an der PH Ludwigsburg, in dem sie auch promovierte. Bereits seit 1997 ist Stefanie Rhein Mitglied an der dortigen Musiksoziologischen Forschungsstelle, an der sie auch ihr Forschungsprojekt „Jugendliche Musik-Fans“ durchführte. Außerdem ist sie an verschiedenen weiteren musiksoziologisch und -pädagogisch ausgerichteten Studien der Forschungsstelle beteiligt. Ihre Schwerpunkte in Forschung und Lehre sind: (Selbst-)Sozialisation, Umgehensweisen Jugendlicher und Erwachsener Musik und Medien, Lebensstil, Jugend- und Fankulturen (insbesondere Teenie-Fandom). Stefanie Rhein spielt Gitarre in der Band elektrolochmann und ist seit 1997 ehrenamtlich im Vorstand der Musikinitiative Neckar-Enz e. V. tätig, die sich der Förderung von Nachwuchsbands widmet.

SILKE BAER



Jg. 1968, pädagogische Leiterin von „Culture on the Road“, Sozial- und Kulturwissenschaftlerin, Journalistin, freie Mitarbeiterin der Akademie der Künste. Sie arbeitet seit 2002 mit einem Team von Jugendkulturfachleuten, politischen Bildnern und SzenevertreterInnen aus HipHop, Punk, Gothic, Techno, Hardcore, Metal, Skateboarding und entwickelt Projekte der interkulturellen Jugend- und Erwachsenenbildung zur Gewalt-, Rassismus- und Rechtsextremismusprävention, soziokulturellen Integration und Genderarbeit.

DR. WALTER LINDENBAUM



geb. 1955; Schulausbildung in Münster; Studium: Schulmusik mit den Hauptinstrumenten Klavier und Gesang (NF Orgel) an der Musikhochschule Detmold sowie Musikpädagogik, Deutsch und Erziehungswissenschaft an den Universitäten Bielefeld und Münster. Referendariat und 2. Staatsprüfung (Lehrämter S II / S I). 1985 bis 1995 Schuldienst am Mariengymnasium Warendorf. Seit 1994 am Institut tätig mit den Schwerpunkten: Entwicklung der Populären Musik, Schulisches Musiktheater, Musik und

(Jugend)Kultur, Arrangement und Songwriting, Bandarbeit. Promotion in Musikpädagogik bei Ekkehard Kreft mit einer Arbeit über Musicalarbeit in der Schule. Zusammenarbeit mit dem Theaterlabor der WWU (ehedem Bühne der Theaterpädagogik) u.a. mit den Produktionen Linie 1 und Der Geschenkte Gaul. Seit 1999 Vorsitzender des Landesverbandes Nordrhein-Westfalen e.V. des Verbands Deutscher



Schulmusiker (VDS NRW); Vizepräsident des Landesmusikrats NRW; Mitglied im Landeskulturrat; Mitglied im Vorstand der Landesmusikakademie Nienborg-Heek; Mitglied im Wissenschaftlichen Beirat des Deutschen Rock 'n' Popmuseums Gronau; Juryvorsitzender beim Newcomerwettbewerb „Rock it“; Beauftragter des Landesmusikrats für den Bandwettbewerb „SchoolJam“; Mitglied der Jury beim Landeswettbewerb „Jugend komponiert“; seit 1984 Sänger und Keyboarder der münsterschen Band Cadillac

WOLFGANG SCHMIEDT



Studium - Gitarre / Kulturmanagement - an der Hochschule für Musik „Hanns Eisler“. Mitbegründer des Trios „ChoralConcert“. Mitarbeit in Gruppen und Workshops um Mikis Theodorakis, Lauren Newton, Graham Collier, John Tchicai. Zahlreiche Tournée und Festivalauftritte in Europa und den U.S.A., zahlreiche Projekte in Kanada und Austauschprojekt mit der Provinz Quebec. Preisträger beim internationalen Jazz-Wettbewerb von Belgien mit der Gruppe „East Berlin Guest Orchestra“. Mitwirkung und Produktion von mehr als 30 CD's /// 1989 zweiter Preis beim Internationalen Jazz- Nachwuchswettbewerb Leverkusen. 1991 Gründung des CD-Labels und Verlags „KlangRäume“. 1993 bis 1995 Gastprofessur und Leitung der Abteilung Populärmusik an der Hochschule für Musik „Hanns Eisler“ Berlin. seit 1998 Lehrtätigkeit und Aufbau des Bereichs Pop/World Music an der Hochschule für Musik und Theater Rostock. Gründungs- und Vorstandsmitglied LAG Rock/Pop M-V e.V. und des Jugendkulturnetz MV und sechs Neue Bundesländer. 2000-2004 Mitglied des Kulturausschusses der Stadt Rostock. Mitglied in zahlreichen Gremien und Beiräten (Hypo-Vereinsbank, LMR etc.). 2003 Förderpreis Kultur des Ministerpräsidenten des Landes MV für das „Björk-Project“. 2004-2005 Vertretungsprofessur an der HMT Rostock im Fach Songwriting / Ensemble. Organisation und Komposition der „1. Rostocker Hafensinfonie“ zur Hanse Sail 2006.

MODERATION THOMAS BUSCH



ist Programmleiter bei der Deutschen Kinder- und Jugendstiftung, einer Gemeinschaftsaktion für Jugend und Zukunft, in Berlin und leitet dort das Themenatelier „Kulturelle Bildung an Ganztagschulen“ mit dem Schwerpunkt der Kooperation von Schulen mit Partnern der kulturellen Bildung. Er ist außerdem im Rahmen des Ganztagschulprogramms „Ideen für mehr! Ganztägig lernen“ verantwortlich für Serviceagenturen in 14 Bundesländern, die Schulen bei der inhaltlichen Entwicklung zur Ganztagschule beraten, vernetzen und fortbilden. Thomas Busch studierte Schulmusik und Geschichte an der Universität der Künste Berlin, sowie in Warwick (UK) und Baltimore (USA). Privat widmet er sich dem Chanson und dem A-Cappella-Pop.



POP & KULTUR "things can only get better"

Dass Rock- und Popmusik große Bereiche der Kultur und Gesellschaft beeinflusst, ist unumstritten. Im kulturpolitischen Diskurs und Diskussionen um entsprechende Fördergelder spielt der Bereich der Populärmusik jedoch eine untergeordnete Rolle. Wie kann eine effektivere Förderung von Pop- und Rockmusik-Bands, -Projekten, -Vereinen und -Wettbewerben aussehen? Welche kulturelle, politische und gesellschaftliche Rolle können bzw. sollen sie erfüllen? Auch im Hinblick auf die aktuelle Föderalismusdebatte scheint eine neue Diskussion um das „Kulturgut Pop“ sinnvoll.

- REFERENTINNEN:** **PROF. DR. SUSANNE BINAS-PREISENDÖRFER**, Sachverständige der Enquete-Kommission „Kultur in Deutschland“; Professorin an der Uni Oldenburg
TOBIAS J. KNOBLICH, Geschäftsführer des Landesverbandes Soziokultur Sachsen e.V. ; Mitglied der KuPoGe
LYDIA WESTRICH, MdB SPD, Mitglied der Enquete-Kommission „Kultur in Deutschland“
MARKUS SPRENGLER, Geschäftsführer popwert GmbH; ehemaliger Popbeauftragter der Stadt Mannheim
- MODERATION:** **UWE BOBSIN**, Vorstand der LAG Rock & Pop MV e.V.

THESEN DER REFERENTINNEN**Susanne Binas-Preisendörfer**

Soziales, Kulturelles und Ökonomisches zusammen denken

Die mannigfaltigen Formen populärer Musik sind eine aus unserem Alltag nicht mehr wegzudenkende Sozialisationsinstanz wie auch ein mächtiger Wirtschaftszweig.

Mit Populärer Musik identifizieren sich nicht mehr nur Jugendliche. Längst ist sie eine Generationen und Milieus übergreifende kulturelle Praktik geworden. In ihren Sounds resonieren Sehnsüchte und Leidenschaften, Wut und Spaß, technische Innovationen und unterschiedlichste Körpervorstellungen. In dem Maße wie traditionelle Formen der Sinnvermittlung abhanden kommen bzw. starken Veränderungen unterworfen sind (Familie, Kirche, Schule) nimmt die Bedeutung solcher Aktivitäten zu, die in der Lage sind sozialen Sinn zu vermitteln und Selbstverwirklichung zu ermöglichen. Populäre Musik als medienvermittelte kulturelle Praxis hat vor diesem Hintergrund im letzten Jahrhundert ähnlich dem Kino oder Sport einen unvergleichlichen Platz eingenommen.

Insbesondere für Jugendliche steht populäre Musik in komplexen Zusammenhängen von Aktivitäten und Institutionen: die erste Gitarre, der Probenraum, Stars in der Bravo, das Treffen von Freunden im Club oder beim Live-Konzert einer begehrten Band, stilistische Entscheidungen für Accessoires oder Frisuren, das Eintauchen in bestimmte Szenen, der Kauf von CD's oder die Pflege einer Musikdatenbank im Computer. All das macht die sozialisierende Infrastruktur von populärer Musik aus. Dabei interessiert es die Jugendlichen kaum, ob dahinter eine öffentliche Musikschule, der Trägerverein eines soziokulturellen Zentrums, ein privatwirtschaftlich organisierter Konzertveranstalter oder kommerziell arbeitendes Label stehen. Diese ganz spezielle Form von Polyvalenz sorgt letztendlich auch für den hohen Multiplikations- und Identifikationswert, der der populären Musik als kultureller Form eigen ist.



Für kulturpolitisch Interessierte bzw. Verantwortliche ergibt sich aus dieser Gemengelage die Notwendigkeit, öffentliche, freie und private Aktivitäten in einem aufeinander bezogenen Zusammenhang zu denken. Das allerdings stellt sich als höchst kompliziert dar. Kulturförderung richtet ihr Interesse auf die Förderung künstlerischer Kreativität und solchen Institutionen, die diese im herkömmlichen Sinne beherbergen. Wirtschaftsförderung orientiert sich an der Förderung erwerbswirtschaftlich organisierter Akteure. Jugendkulturarbeit soll Räume für kulturelle Bildung und Selbstverwirklichung öffnen. Die Inkompatibilität dieser Förderperspektiven wird immer wieder angemahnt und ist bis heute nicht zufriedenstellend gelöst. Am Beispiel populärer Musik als kultureller Praxis wird jedoch ersichtlich, wie notwendig es wäre, Realitätsbereiche von Kreativität, wirtschaftlichem Bewusstsein und Selbstverwirklichung in ein neues, sinnvoll aufeinander bezogenes Förderkonzept zu stellen. Wer mündige Akteure will, der muss die rings um populäre Musikformen evidenten Dimensionen des Sozialen, des Kulturellen und des Ökonomischen als Spannungsfeld akzeptieren und sich der schwierigen Aufgabe stellen, auch hierfür Verantwortung zu übernehmen.

Tobias J. Knoblich

1. Immer bestimmen kulturpolitische Leitmotive das Engagement des Staates in Hinblick auf Erhalt und Förderung kultureller und künstlerischer Gegenstände. Diese Leitmotive sind geprägt davon, welche Generationen sie hervorbringen und welche Werte diese in das Politikfeld Kultur einbringen. Gerade nach dem Zweiten Weltkrieg herrschte bekanntlich eine zögerliche und restaurative Kulturpolitik, die vom „kurativen“ Begriff der Kulturpflege her dachte und an das Erbe der Weimarer Republik anknüpfte, also die Wiederherstellung der Hochkultur und ihrer Institutionen im Blick hatte. Auf kommunaler Ebene spiegelten das die „Stuttgarter Richtlinien“ wider, die, vom Deutschen Städtetag 1952 verabschiedet, bis in die 1960er Jahre hinein Förderanliegen und -gegenstände beschreiben. Erst mit der Durchsetzung der sog. Neuen Kulturpolitik Anfang der 1970er Jahre wurde nicht nur die soziale Teilhabe an Kultur neu thematisiert und eine Kultur für alle und von allen postuliert, sondern auch der Alltag mit seinen vielfältigen Ausdrucksformen zum Gegenstand von Kulturpolitik erhoben. Es entstanden in der Folge neue Kultureinrichtungen, Förderprogramme und Aktionsformen. Die Leitmotive von Kulturpolitik haben sich also gewandelt: vom Hochkultur- über das Demokratie- zum Soziokulturmotiv, wie Gerhard Schulze einmal periodisierte. Damit verbunden ist auch eine Pluralisierung von Wertvorstellungen.
2. Trotz der Erweiterung des Kulturbegriffs und der Fördergegenstände dominiert gerade im Bereich der spartenbezogenen Förderung eine Orientierung auf den besonderen künstlerischen Wert, der der Rock- und Popmusik tendenziell abgesprochen wird. Was nicht in den Bereich der Soziokultur, Breitenkultur oder Amateurkunst fällt (und damit eher dem Diktum „Kunst als sozialer Prozess“ entspricht), wird daher vor allem an klassischen Techniken gemessen, von der punktuellen Förderung einzelner Veranstaltungen einmal abgesehen. Gerade im Bereich der Musik hat es allenfalls der Jazz geschafft, als Kunstform verstanden und auch gefördert zu werden. Gegenwärtig erleben wir die förderseitige Aufwertung der Folk- und Weltmusik, denken wir etwa an das Netzwerk „Creole“, dessen Erfolg sich aus dem Kontext der Globalisierung und Interkulturalität verstehen lässt. Hier sind im Rahmen regionaler Wettbewerbe Bands förderfähig, deren Musik sich mit verschiedenen regionalen und ethnischen Musikkulturen auseinandersetzt und hybride Formen einer neuen Musiksprache erzeugt. Der Staat übernimmt mit seiner Förderpolitik also Verantwortung für interkulturellen Dialog, Kommunikation und Nachwuchsförderung in einem Feld integrativer Kulturarbeit.



3. Rock- und Popmusik ist eine zentrale Sozialisationsinstanz schon für einige Generationen. Aus der Sicht des klassischen Musiksektors wird dies als trauriger Grund der Überalterung des Konzert- und Opernpublikums gewertet und kritisiert, so dass es eher kultureller Bildungsmaßnahmen bedarf, das nachwachsende Publikum zu qualifizieren. Diese Bewertung ist eher rezeptions- als produktionsorientiert, und dies im Fokus eines Verfalls ererbter Kulturmuster. Rock und Pop stehen ferner im Ruf, zu einer Verflachung der Musikkultur beigetragen und einen großen Markt hervorgebracht zu haben. Auf den ersten Blick reguliert sich dieses „wuchernde“ Feld also von selbst. Was Qualifikation, Vernetzung und Förderung in diesem Bereich bedeuten kann, ist den meisten Kulturpolitikern wohl eher unklar. Aus meiner Sicht sollten beide Felder (klassischer Sektor und Popmusik) nicht nur in ihren Wechselbeziehungen in einer „verflachenden Gesellschaft“ mit einer entwickelten Unterhaltungsindustrie bewertet werden, sondern auch als Werte an sich. Beide Sektoren sind nicht nur intern sehr differenziert, sondern bedürfen zur Herstellung von Qualität und zur Förderung von Bildung und gelingender Sozialisation gesellschaftlicher Wertschätzung und Förderung.
4. Wenn man vom „Kulturgut Pop“ spricht, so muss es wohl vor allem darum gehen, Gegengewichte zur Dominanz des Unterhaltungsmarktes zu setzen und die Qualität von Bands sowie deren Vielfalt in Ausdruck und Regionalität in den Blick zu nehmen. Musikkultur hat sich pluralisiert und internationalisiert. Die Förderpolitik kann sich bei der Förderung von Qualität und Nachwuchs daher nicht mehr nur auf die klassischen Ausdrucks- und Organisationsformen beschränken, gleichwohl diese natürlich so umfassend institutionalisiert sind, dass sie eine große Persistenz entwickelt haben. Es gilt, die kreativen Potentiale der Rock- und Popmusik zu indizieren und ihren Beitrag zur Weiterentwicklung dieses Feldes zu bewerten. Jugendkultur ist nur umfassend zu verstehen, wenn man ihren kreativen Ausdruck zur Kenntnis nimmt und nicht gegen vermeintlich echte Kunst abwertet.
5. Eine Förderung auf dem Gebiet der Rock- und Popmusik sollte zunächst tragfähige Mindeststrukturen zur Entwicklung dieses Feldes in den Blick nehmen. Ohne Strukturen in den Bundesländern wird auch kein bundesweiter Impuls gelingen können und auch keine systematische Förderpolitik entstehen. Dabei ist es wichtig, die Musikproduktion nicht allein zu sehen, sondern etwa auch das demokratiefördernde, partizipatorische Element des Engagements für zeitgemäßen musikalischen Ausdruck angemessen zu wichten. Die Förderung von Rock- und Popmusik sehe ich als Querschnittsaufgabe vor allem der Ressorts Kultur und Jugend, die bisher nur unzureichend ausgestaltet wurde. Zieht sich die Kulturpolitik noch zu stark auf die Förderung von Institutionen und künstlerischen Ereignissen zurück – wenn sie programmatisch auch die kulturelle Bildung immer mehr akzentuiert –, tendiert die Jugendpolitik nicht zuletzt wegen der Krise der öffentlichen Haushalte zu reaktiven Ansätzen zuungunsten präventiver und damit auch kultureller Jugendarbeit. Dennoch sollte es nicht so sein, Popmusik auf präventive Jugendarbeit zu reduzieren, sondern ihre Potentiale im künstlerischen Bereich auch als Eigenwert herauszustellen.

Lydia Westrich

Popmusik ist Ausdruck des Lebensgefühls einer jungen Generation, entstehend aus den Entwicklungsphasen der jungen Menschen aus ihrer Mitte heraus.

Gerade in Deutschland sind die Macher dieser Musik besonders zahlreich und vielfältig, so dass verschiedenste Trends nebeneinander stehen.

Da sie „ihre“ Musik teils als Auflehnung oder als Abgrenzung gegen die autoritäre Erwachsenenwelt



begreifen, ist staatliche Lenkung durch z.B. themenbestimmte Wettbewerbe kontraproduktiv, die offensive Förderung sogar eher hinderlich.

Das Kulturgut Pop ist aber ein wichtiges Medium in der Wertebestimmung und Werteerhaltung unserer Gesellschaft. Nicht nur deshalb steht Politik in der Pflicht, unaufdringlich die Popmusik als wichtigen Teil unserer Kultur zu unterstützen. Die Verankerung und Vertiefung von Werten wie Zivilcourage, Nachbarschaftsverständnis, Demokratie und bürgerschaftlichem Engagement durch die Popmusik darf nicht als selbstverständlich vorausgesetzt werden, sondern muss gefördert werden.

Markus Sprengler

- Popförderung und Popkulturarbeit muss aus den Kommunen heraus angeschoben werden
- ohne Netzwerkarbeit der kommunalen Kulturanbieter wird sich im öffentlichen Raum nichts bewegen
- Städte und ihre Vertreter müssen Popförderung begreifen und die Begriffe Populärmusik und Popkultur verstehen
- Popkulturförderung ist Wirtschaftsförderung
- „Independents“ der Popkulturarbeit dürfen „mainstream“ werden
- klassische Bandwettbewerbe sind tot
- sinnvolle finanzielle Förderung geht nur gemeinsam mit Kommune, Region, Land, Bund, EU
- Populärmusikförderung und Popkultur sind in der sog. Hochkultur angekommen

PROTOKOLL DES FACHPANELS

Selbstvorstellung der ReferentInnen und Kurzstatement zu ihrer Beziehung zur Popmusik:

a) Prof. Dr. Susanne Binas-Preisendörfer

- Beschäftigt sich auf verschiedenen Ebenen tagtäglich mit Popmusik, (Jugend-) Kultur und Politik
- Macht selbst seit langem Musik, Mitte der 80er bis 1990 in der Band „expander des fortschritts“ in Ostberlin
- Professorin am Institut für Musik der Universität Oldenburg, Lehrstuhl Musik und Medien, in dieser Kombination von Popmusik und Kultur einzigartig in Deutschland
- Sieht sich selbst als Vermittlerin von Kultur durch Mitarbeit in diversen Projekten und durch Einmischung in Jugend- und Kulturpolitik.
- Mitglied der Enquete-Kommission: 'Kultur in Deutschland' als sachverständige Beraterin in den Arbeitsfeldern:
 1. Kulturwirtschaft
 2. Wirtschaftliche Situation von Künstlern
- In der Kommission gibt es kein eigenes Arbeitsfeld Popmusik

- Statement zu der Frage: „Wie könnte eine effektivere Förderung des 'Kulturguts Pop' aussehen?“:
Was heißt effektive Förderung? Eine Förderung wie man es aus der Freien Szene kennt: etwa die Finanzierung eines Covers, wie man es von der Finanzierung eines Kataloges in der Bildenden Kunst kennt? Ein Stipendium für einen Arbeitsaufenthalt in der Villa Massimo oder die Eröffnung einer Abteilung „Popmusik“ im dt. historischen Museum?



- Was ist das 'Kulturgut Pop'? Weniger ein Produkt als eine kulturelle Praxis, bei der Bedeutung erzeugt wird, eine Sozialisationsinstanz, ein eigenes kulturelles Sprachrohr für Jugendliche, wodurch „Empowerment“, Selbstwahrnehmung und Selbstermächtigung erlebt werden kann.

Wie soll so ein Szenario effektiver durch die Kultur gefördert werden?

- Andere Maßstäbe zur Förderung von Popmusik -> Querschnittsdenken

- fordert ein Denken in Querschnittsaufgaben und sich von der Reduzierung auf Jugendhilfe oder auf Kultur usw. zu trennen

- Förderung der Rahmenbedingungen auf verschiedenen Ebenen:

1. Kommunalpolitik: Förderung von Soziokulturellen Zentren, Sicherung der jugendkulturellen Infrastruktur vor Ort

2. Medien: z.B. Öffentlich-Rechtliche Medien müssen mit Programmierung alle Segmente der Gesellschaft ansprechen, auch junge

3. Bildungssystem: Modernisierung des Musikunterrichts, Erweiterung des Medienbegriffs etc.

4. Zusammenarbeit von Kulturpolitik und Wirtschaft institutionalisieren

=> sieht Möglichkeiten UND Grenzen in der Kulturförderung von Popmusik

b) Lydia Westrich

- Finanzberaterin, seit 1990 im Bundestag

- Beziehung zur Popmusik in erster Linie als Konsumentin und Interessentin

- Auch Mitglied der Enquete-Kommission: 'Kultur in Deutschland', begreift Kultur als lebensnotwendig und will deshalb mitdenken, wie in Zeiten, in der im Kulturbereich Mittel gekürzt werden, diese erhalten bleiben kann

Tätig in den Arbeitsfeldern:

1. Kulturwirtschaft, 2. wirtschaftliche Situation von Künstlern und 3. Soziokultur

-> Popmusik hat keinen eigenen Bereich, wird am Rande behandelt

- These: Popmusik ist Ausdruck des Lebensgefühls der jungen Generationen und Auflehnung gegen die Erwachsenenwelt, deshalb schwer in staatliche Kulturförderung aufzunehmen, sie stellt sich die Frage, ob Jugendliche das selbst überhaupt anstreben

Popmusik ist aber in der Gesellschaft ein wichtiges Medium und sollte gefördert werden

- Hofft auf Ideen der Teilnehmer.

c) Markus Spengler

- Widmet sich der Querschnittsaufgabe der Förderung von Popmusik in unterschiedlichen Bereichen:

- Erfahrung als Musiker u.a. bei der Band „The Busters“ und als Produzent

- Tätig in kommunaler Kulturarbeit, Leiter eines Kulturzentrums in Mannheim, danach fünf Jahre Rock- und Popbeauftragter der Stadt Mannheim:

Zusammenführung von Wirtschafts-, Kultur- und Jugendförderung im Mannheimer Modell:

Basisförderung – „Empowerment“ der Akteure

Popakademie bei Nürnberg - Ausbildung in Popmusik und Business

„Musikpark“ – Existenzgründerzentrum – Weiterbildung und Existenzgründung

-> So entsteht eine Wertschöpfungskette



- Seit Juli 2006 Geschäftsführer eines Plattenlabels

- These: Förderung sollte in den Kommunen anfangen, politische Entscheidungsträger in den Städten müssen überzeugt werden, dass Popmusik förderungswürdig ist, sonst kann man auch auf Landes- oder Bundesebene nichts erreichen

Vereine brauchen Unterstützung der Kommunen um etwas zu erreichen

- Förderproblematik kann nur gelöst werden, wenn mehr auf die Kommunen verlagert wird

d) Dr. Tobias J. Knoblich

- Geringe Beziehung zur Popmusik, Geschäftsführer des Landesverbandes Soziokultur Sachsen e.V., davor im Sächsischen Staatsministerium für Wissenschaft und Kunst, d.h. aus dem Bereich der Rahmenbedingungen für die Kultur

- Problem: Popmusik ist Querschnittsaufgabe, fällt in keine spezifische Sparte der historisch gewachsenen Kulturförderung, weshalb diese Einteilung nicht ausreicht das differenzierte Feld der Popmusik abzubilden, ähnlich wie bei der Soziokultur, die wirkungsorientiert ist und deshalb mittlerweile eine eigene Sparte erhalten hat.

- Kunst wird nicht als sozialen Prozess begriffen, Kunst sollte nicht nur um des Gegenstandes Willen gefördert werden, sondern auch in seiner Wirkung als Prozess verstanden werden.

Förderer sind hilflos gegenüber Projektanträgen, die in keine Sparte eingeordnet werden können und so auf Unverständnis treffen

- Hoffnung auf eine „biologische Lösung“: Kulturpolitik wird geprägt durch Akteure der Generation, d.h. junge Menschen, die mit Popkultur aufwachsen, werden in Zukunft in der Position als Entscheider diese auch mitberücksichtigen

- Oder: Akteure aus den Querschnittsbereichen müssen zusammengebracht werden, Zuwendungsgeber an Qualifizierungsmaßnahmen teilnehmen, damit sie das breite Feld begreifen und Zugänge finden.

- Kommunen sind Hände gebunden, weil nur wenige flexible Mittel überhaupt vorhanden sind

- Förderung von Popmusik geschieht erst nach der Sicherstellung der großen Einrichtungen, Sammlungen, Orchestern etc.

- In dieser Situation ist es sehr schwer Verbündete zu finden, deshalb ist Ansatz des Jugendkulturnetzes sehr wichtig, mit bestehender Infrastruktur, wie Soziokulturellen Zentren etc. zu arbeiten, die die Rolle als Multiplikatoren übernehmen und in die Bundesländer transportieren.

- Auf reine Fördertöpfe „Popmusik“ zu hoffen bringt nichts, lieber Vernetzung fortführen.

-> Herr Knoblich wünscht sich eine stärkere Einbeziehung der jugend- und kulturpolitischen Verantwortungsträger und Öffnung der historisch gewachsenen Spartenförderung

Fragen an ReferentInnen und Publikum:

→ Basisarbeit bzw. Breitenförderung <-> Spitzenförderung

Die meisten Teilnehmer gehören dem Bereich der Breitenförderung an.

Stimmen aus dem Publikum:

Teilnehmer 1:

- Schwer Breitenförderung und Spitzenförderung zu trennen, weil die meisten erfolgreichen Bands klein angefangen haben und Breitenförderung eine Voraussetzung war in diese Spitzenposition zu gelangen

- Popmusik sollte nicht in einem wirtschaftlichen Zusammenhang nach Basis und Spitze eingeteilt werden, denn dann geht es aus politischer Sicht nur um Verwertbarkeit von Musik und nicht um die Arbeit an sich



Teilnehmer 2:

- Sieht diese Einteilung als strukturelles Problem, denn die Zahlen die einen erreichen sind die, die aus der Wirtschaft kommen und da ist es schwer Einblick zu erhalten

Teilnehmer 3:

- Popmusik sollte unabhängig von Sozialarbeit und Soziokultur diskutiert werden, die Sparte sollte nicht in Frage gestellt werden, Beispiel: Klassik ist in der Musikhochschule genauso wie in der Philharmonie angesiedelt, dennoch wird nicht darüber diskutiert wie ernstzunehmend klassische Musik ist
- Zusammenarbeit von Kultur und Wirtschaft sind grundlegend, Amateure und professionelle Bands sind beide wichtig, deshalb sollten Einnahmen von Spitzenmusikern als Investition in die Basis fließen und Teil der Wirtschaftsförderung sein.

Prof. Dr. Susanne Binas-Preisendörfer:

- Es sollte nicht in dem Schema gedacht werden: Breitenförderung macht der Staat, die Spitzenförderung die Wirtschaft, weg vom Rasterdenken in niedrige Kultur – Hochkultur, Kunst – Ökonomie etc., funktioniert nicht mehr

Moderator:

- Problem sich diesen Einteilungen in der Praxis zu entziehen, wenn sich dann keine Institution zuständig fühlt
- Wichtiger eine Lösung zu finden, wie diese Diskrepanz überwunden werden kann, wie kann man „Unbedarften“ die Inhalte und die Wichtigkeit nahe bringen.

Dr. Tobias J. Knoblich:

- Welche Erwartungshaltung muss man an die Popmusik haben, damit sie ernst genommen wird und im kulturpolitischen Diskurs eine Rolle spielt.

Förderungsmöglichkeiten für Popkultur:

Lydia Westrich:

- Meiste Förderung von Jugend Popmusik-Projekten aus der Soziokultur, es gibt einige EU Programme, aber auf EU-Ebene hauptsächlich Spitzenförderung
- Verständnis der Politik gegenüber Popkultur ist, dass sie sowieso existiert und von der Wirtschaft gegebenenfalls aufgegriffen wird und keiner Extraförderung bedarf

Prof. Dr. Susanne Binas-Preisendörfer:

- Deutscher Musikrat hat sich zwar modernisiert und bezieht am Rande Popmusik mit ein, aber aufgrund seiner historischen Entwicklung hat er andere Schwerpunkte
- Auch Aufteilung in U- und E-Musik ist historisch gewachsen durch Urheberrechtsgesetzgebungen Ende des 19. Jh. stellt heute Grundlage dafür dar, was förderungswichtig ist und was nicht.
Anstatt diese Strukturen total aufzulösen, sollten Querschnittsgremien eingeführt werden mit einem



‘robusten Mandat’, mit Entscheidungskompetenz und nicht mit ‘Laberkompetenz’
 - Netzwerkstrukturmodelle sollten übernommen werden in Strukturmodelle, die auf politisch organisatorischer Ebene handlungsfähig sind.

Markus Spengler:

- Probleme müssen ‘biologisch’ gelöst werden, Beispiel Mannheimer Modell war nur möglich, weil der (junge) Kulturbeauftragte interessiert daran war.
- Neben der Aus- und Weiterbildung im Popmusikbereich ist es auch wichtig das Konzept in den Stadtmarketingbereich zu übernehmen, ein Image zu kreieren, z. B. „Popstadt Mannheim“, denn man braucht Gelder und dazu öffentliche Unterstützung. Im Falle Mannheims wurden C2-Mittel der EU zur Standortentwicklung von strukturschwachen Gebieten vergeben.
- Popförderung mit der Querschnittsaufgabe Kultur, Jugend und Wirtschaft muss von der Kommune ausgehen und nicht nur allein von “außen”, d.h. von Vereinen, LAGs etc.
- NUR durch Unterstützung von Seiten der Politik der Kommunen kann eine Basis für eine Popförderung entstehen

Moderator:

- Förderung von Popmusik behandelt nicht etwas Gegenständliches, sondern einen Prozess, der viele Akteure mit einbezieht. Die Rolle der Akteure nehmen Teilnehmer des Panels ein: das Schaffen von Räumen und das Begleiten von jungen Leuten und ihrer Kreativität.
- Frage: Welchen kulturpolitischen Anspruch sollte man in der Arbeit mit jungen Menschen haben oder geht es nur um die Populärmusik an sich, die Bands?
- Wichtig ist die Vernetzung von Bestehendem, von bereits arbeitenden Akteuren
- Sieht Problem: Idee eines Popbeauftragten, dessen Rolle auch Verbände übernehmen könnten, der/ die den Akteuren an der Basis Hilfestellung geben und ihnen eine Stimme verleihen, Grundproblem bleibt aber, denn das Geld wird nicht mehr!
- Diskrepanz zwischen den Akteuren an der Basis und den Landesverbänden, die diese vertreten sollten, wissen gegenseitig wenig voneinander, sind Landesverbände überhaupt offen für Kritik und Rat?

Lydia Westrich:

- Popmusik kann auch zweckerfüllend sein, Beispiel interkulturelles Band-Projekt in Rheinlandpfalz „Rainbow“, gefördert durch Kommune/ Bund / Land, das funktioniert gut, nur leider fehlt die Infrastruktur, d.h. Auftrittsmöglichkeiten. Wichtig ist ein Vermittler „ein Beauftragter“, der Wege ebnet und dafür wirbt, Interessenten Türen öffnet
- Man braucht Mitstreiter, wichtige gesellschaftliche Personen/ Instanzen, die einen unterstützen und Druck ausüben können
- Popmusik ist unverzichtbar für die Entwicklung einer Generation, d.h. Fördermittel müssen bestehen
- Musikunterricht muss erneuert werden, Möglichkeit Instrumente zu erlernen z.B. in Musikhochschulen
- Popbeauftragter muss u. a. folgende Aufgaben übernehmen: Wichtigkeit von Popmusik vermitteln können, beratende Funktionen übernehmen und Auftrittsmöglichkeiten schaffen

Dr. Tobias J. Knoblich:



- Auch Bundesländer können durchaus die Rolle eines Beauftragten übernehmen, der Instrumente der Förderung entwickelt und somit zum Vorbild für die Kommunen werden kann
- Arbeitsgruppen müssen Entwicklung anschieben und Kommunen weitermachen
- Potenziellen Geldgebern muss aus der Basis heraus einerseits der künstlerische Wert von Popmusik und andererseits der jugendpolitische Wert verdeutlicht werden
- Kulturpolitische Leitbilder müssen entstehen, denn die großen historisch gewachsenen Infrastrukturen der Museen etc. werden zuerst berücksichtigt und dann bleibt wenig Spielraum für eine operative Förderung, funktioniert nur, wenn Interesse besteht, dazu müssen Zuwendungsgeber sich vernetzen, damit Leistungspotentiale erkannt werden.
- Popmusik wird vorgeworfen bei der Verflachung der Kultur geholfen zu haben, Popmusik darf nicht nur als Baustelle der Gesellschaft gesehen werden, sondern muss auf gleicher Augenhöhe gesehen und damit als förderwürdig erkannt werden.
- Man sollte nicht nur auf eine "biologische Lösung" warten (bis die von Popmusik geprägte Generation selbst in den Positionen der Entscheider sitzt), sondern mit Modellprojekten Aufmerksamkeit erregen, hierbei hilft besonders die Vernetzung
- Beispiel: Landesmusikräte, die andere Interessen haben, wurden bewusst nicht direkt mit dem Wunsch auf Bandwettbewerbe angesprochen, sondern über den Weg der soziokulturellen Förderung konnten sie entstehen
- Popmusik soll auch nicht einfach für andere Sparten ersetzt werden, sondern als Querschnittsaufgabe begriffen werden
- Erfahrung: hat bei Soziokultur anfangs gut geklappt, verschiedene Ressorts haben gemeinsam überlegt was Förderatbestände sind, denn die müssen nicht zwingend von künstlerischem Wert sein, sondern können auch Themen sein, die in andere Ressorts fallen
- > so konnte gemeinsam darüber entschieden werden, ob Projekte förderwürdig sind

Prof. Dr. Susanne Binas-Preisendörfer:

- Idee zur Verbesserung der Kulturförderperspektive: Blick in andere Länder, z.B. nach Großbritannien: Evaluation dessen, was man mit öffentlichen Geldern finanziert, z.B. Kriterium „Social Inclusion“ und „Empowerment“.
- Rechtfertigung, inwieweit Institutionen und Projekte Gruppen, z.B. ältere Menschen oder Menschen mit Migrationshintergrund usw. einbeziehen
- Anhand eines Evaluationskataloges werden Institutionen belohnt mit verstärkter Förderung und somit langsam institutionell umgesteuert. So können nachhaltigere Strukturen geschaffen werden, die wiederum gute Rahmenbedingungen bieten können für z.B. die Bands
- > d.h. nicht direkt Förderung der Bands, sondern Förderung der Rahmenbedingungen
- Querschnittsgremien müssen mit Macht ausgestattet werden, Instrumente klassischer Kulturförderung passen nicht auf Pop- und Rockmusik, weil es eine kulturelle Praxis und kein Produkt ist
- Rahmenbedingungen müssen gefördert werden, d.h. Soziokulturelle Zentren und Jugendprojekte, Projektförderung wird zwar gebraucht, aber ermöglichen durch großen Kraftaufwand und Kurzfristigkeit keine nachhaltige Entwicklung
- Skepsis gegenüber einer "biologischen Lösung" und "Poppolitikern", Popmusik sollte keine andere Sparte ersetzen und in Fördertraditionen gepresst werden, denn sie ist in erster Linie kulturelle Praxis und passt somit nicht in das deutsche Selbstverständnis von Kunst



Teilnehmer 4:

Popmusik muss aufhören sich als Jugendphänomen darzustellen und somit aus dem Bereich der Sozialarbeit raus

Teilnehmer 5 widerspricht:

Pop als Wirtschaftsfaktor zu sehen ist größter Fehler, das hat dazu geführt, dass man bei Popkulturprojekten nach Wirtschaftlichkeit beurteilt wird

Teilnehmer 6:

Popmusik sollte nicht nur mit Effizienz verbunden werden. Bands, die nicht gefördert werden, bestehen auch über Jahre

Teilnehmer 7:

Aber unter welchen Bedingungen! Bis sie existenziell bedroht sind und mit der Musik aufhören müssen

==> Rolle eines Jugendnetzwerkes sollte auch sein, durch eine Dokumentation der Tagung die Situation an die Politik zu tragen, z.B. deutlich zu machen, dass die meisten teilnehmenden Vertreter/ Akteure keinerlei Kenntnis von Landesmusikräten haben, dann muss sich die Politik fragen, warum wird an diesen Stellen dann Geld ausgegeben

Moderator:

- Jugendkulturnetz braucht weitere Partner, besonders im Norden und Südwesten Deutschlands und in den neuen Bundesländern, durch weite Vernetzung können Themen auf einer höheren Ebene kommuniziert werden



REFERENTINNEN

PROF. DR. SUSANNE BINAS-PREISENDÖRFER

Humboldt-Universität Berlin, Promotion zum Dr. phil., Thema 'Rockmusik - kulturelles Medium Jugendlicher' (1991); bis zur Geburt des Sohnes (1990) aktive Musikerin bei 'der expander des fortschritts' im Ostberliner Offground, Produktion verschiedener Tonträger, Hörspiel- und Theatermusiken; seit 1991 angestellte und freiberufliche Tätigkeiten in der Berliner Kulturszene (u.a. im Projektbüro Berlin der Kulturpolitischen Gesellschaft, medusa ProKultur, Mitbegründerin der singuhr - hoergalerie in parochial in Berlin-Mitte). 1995-1997 Postdoktorandin der DFG, Forschung zum Thema 'Lokale Musikpraktiken im globalen Kulturprozeß'. 1997-2001 wissenschaftliche Mitarbeiterin am Lehrstuhl für Theorie und Geschichte der populären Musik an der Humboldt-Universität zu Berlin - Arbeit an der Habilitationsschrift zum Thema 'Sampling the World - Klänge im Zeitalter ihrer medialen Verfügbarkeit - eine empirische und theoretische Untersuchung zu Auswirkungen struktureller Aspekte des Globalisierungsprozesses auf populäre Musikformen der Gegenwart'. Lehrtätigkeit an div. Universitäten (Berlin, Liverpool, Tübingen, Potsdam, Wien, Hamburg, Graz). Vorträge und Veröffentlichungen im In- und Ausland. 2001 - 2003 freiberuflich tätig als Dozentin und wissenschaftliche Autorin und wissenschaftliche Autorin. 01/2004 - 01/2005 Geschäftsführerin der Berliner Kulturveranstaltungs GmbH. seit 03/2005 ordentliche Professorin am Institut für Musik der Universität Oldenburg, Lehrstuhl für Musik und Medien. Gremienarbeit, Vereins- und Beraterinnentätigkeit. Vorstand der Initiative Neue Musik Berlin seit 2001 und der Kulturpolitischen Gesellschaft e.V. seit 05/2003. Sachverständige in der Enquete-Kommission 'Kultur in Deutschland' des Deutschen Bundestages seit 10/2003).

DR. TOBIAS J. KNOBLICH

Tobias J. Knoblich, geb. 1971, Kulturwissenschaftler; nach dem Studium an der Humboldt-Universität zu Berlin zunächst freiberuflich, u. a. als Publizist und freier Mitarbeiter im Sächsischen Staatsministerium für Wissenschaft und Kunst; seit Oktober 2001 Geschäftsführer des Landesverbandes Soziokultur Sachsen e. V.; 2001 bis 2005 Vorstand der Bundesvereinigung Soziokultureller Zentren e. V.; Honorar Dozent für Kulturmanagement an der Sächsischen Verwaltungs- und Wirtschaftsakademie; Vizepräsident der Kulturpolitischen Gesellschaft e. V.

LYDIA WESTRICH

Geboren am 21. Oktober 1949 in Hafenlohr/Unterfranken; katholisch; verheiratet. 1956 bis 1966 Besuch der Volksschule und des Gymnasiums mit Abschluss der mittleren Reife. 1966 bis 1973 Ausbildung und Tätigkeit beim Finanzamt Marktheidenfeld in der mittleren Laufbahn der Landesfinanzverwaltung Bayern. 1974 Versetzung an das Finanzamt Pirmasens/Rheinland-Pfalz und dort tätig bis 1990. Mitglied der ÖTV, der Arbeiterwohlfahrt, des Deutschen Kinderschutzbundes, des Bundes für Umwelt und Naturschutz, des Landfrauenvereins und anderer örtlicher Vereine sowie verschiedener Bürgerinitiativen. Mitglied der SPD seit 1974, seit 1979 SPD-Ortsvereinsvorsitzende in Herschberg, SPD-Parteiratsmitglied. Seit 1979 im Gemeinderat Herschberg, seit 1984 im Verbandsgemeinderat Wallhalben; 1989 bis 1994 Kreistagsmitglied im Kreistag Pirmasens. Mitglied des Bundestages seit 1990.



MARKUS SPRENGLER

Markus Sprengler, geboren in Kaiserslautern, verfügt über langjährige Erfahrungen als aktiver Musiker, Kulturmanager und Dozent. Sprengler absolvierte den Kontaktstudiengang Populärmusik, bei Prof. Udo Dahmen an der Hochschule für Musik und Theater (Hamburg). An verschiedenen Hochschulen und Fachschulen hat der 40jährige als freier Dozent u.a. für Vocal- und Bandcoaching und Musikpädagogik gearbeitet, seit 2003 unterrichtet er auch an der Popakademie Baden-Württemberg. Erfahrungen in Öffentlichkeitsarbeit und Marketing sammelte Markus Sprengler als Geschäftsführer der Lagerhaus Kulturgesellschaft und in der Leitung des städtischen Kulturzentrums Alte Feuerwache in Mannheim. 2001 berief

ihn die Stadt Mannheim zum Popbeauftragten im Kulturamt. Seit Sommer 2005 arbeitete er für popwert als Creative Director, im Nebenamt. Seit Mai 2006 ist Markus Sprengler hauptamtlicher Geschäftsführer/Managing Director von popwert- Büro für werteorientierte Künstlerförderung GmbH mit Sitz in Hamburg und Mannheim.

Von 1993 bis 2002 Jahre war Sprengler Leadsänger der international agierenden Ska-Band "The Busters" (sieben LP-Veröffentlichungen, etliche Ep's und Singles). 2004 startete er sein Soloprojekt "Supermercato". Er ist auch als Produzent und im Bereich Artist Development tätig. Seit 2005 gehört Sprengler der Jury des "Message Music Contest" (MMC) an, der u.a. von der Fernseharbeit der Ev. Kirche in Deutschland, dem Hilfswerk World Vision und dem TV-Sender RTL getragen wird und ist Jurymitglied des Lea Award, dem "Oscar" der deutschen Veranstalterwirtschaft.

MODERATION**UWE BOBSIN**

1958 in Schwerin geboren besuchte Uwe Bobsin die 10klassige Polytechnische Oberschule. Nach einer Berufsausbildung zum Facharbeiter für Nachrichtentechnik und dem Dienst als Bausoldat kam er 1979 zum Studium der Theologie nach Rostock. Nach dem Abschluss als Diplom Theologe, Vikariat und zweitem theologischem Examen arbeitete er von 1987 bis 2000 als Evangelischer Gemeindepastor in der mecklenburgischen Kleinstadt Bad Sülze. 1993 gründete er dort mit einer Initiativgruppe den freien Jugendhilfeträger JAM e.V. und 2005 den anerkannten Bildungsträger JAMBUS gGmbH, deren leitender Geschäftsführer er bis heute ist. Daneben besteht seit 2000 eine Beauftragung der Mecklenburgischen Landeskirche als Pastor für Evangelische Jugendarbeit im Kirchenkreis Rostock. Nach einem erfolgreich absolvierten Zertifikatskurs Sozialmanagement an der Diakonischen Akademie Deutschland in Berlin zwischen 1996 und 1998 studierte er postgradual 2001 bis 2004 Sozialmanagement an der Paritätischen Bundesakademie und der Alice-Salomon-Fachhochschule Berlin zum Master of Arts (M.A.). Seit 2004 ist Uwe Bobsin Vorstandsmitglied des Fördervereins der LAG Rock & Pop MV e.V., aus dem heraus Projekte wie das Jugendkulturnetz initiiert wurden. Seit 2005 ist Uwe Bobsin Geschäftsführer der portablo gmbh – Projektmanagement für Bildung, Kultur und Soziales und damit u.a. in der Organisationsberatung und Projektentwicklung tätig.



POP & JUGENDARBEIT “the kids will have their say”

Rock- und Popmusik und der Aufbau von Bands erfüllen im Rahmen der Jugendarbeit integrative Aufgaben, geben Jugendlichen Perspektiven und stärken ihr soziales und kreatives Engagement. Welche Parameter müssen erfüllt sein, damit entsprechende Projekte erfolgreich sind? Wie sieht es mit der Finanzierung von diesen Projekten aus? Und welche Erfahrungen kommen aus den Projekten selbst? Was kann Jugendsozialarbeit auch in Anbetracht stark dominierender Rechtstendenzen leisten und wie können hier verbesserte Rahmenbedingungen greifen?

REFERENTINNEN: **DR. THOMAS FEIST, Referent für Bandarbeit und Jugendkultur beim Landesjugendpfarramt Sachsen**
JÖRG-MARTIN WAGNER, Projektleiter Jamliner e.V. Hamburg
NIELS ANNEN, MdB SPD
UTE SECKENDORF, Projekt Leiterin des Bundesmodellprogramms CIVITAS

MODERATION: **ROLF FEIGE, Kompetenznetzwerk nord.ost.aktiv**

THESEN DER REFERENTINNEN**Jörg-Martin Wagner**

Drei Thesen im Sinn des JAMLINER

- 1.) Kultur ist kein Luxus, sondern ein Lebensmittel. Die menschliche Existenz ist immer auch eine kulturelle.
- 2.) Echte Kultur ist immer authentisch, ein Kunstwerk ist gut wenn es „wahr“ ist.
- 3.) Für Jugendliche in sozialen Brennpunkten ist gelebte Kreativität der einzige Ausweg.

Das sind drei komprimierte Thesen, über die zu reden sein wird. Sie lagen zum Teil der Initiative zugrunde, den JAMLINER ins Leben zu rufen, zum Teil sind sie Erfahrungen aus sechsjähriger Arbeit in sozialen Brennpunkten.

Dr. Thomas Feist

Dass Musikgruppen und Bands hervorragende Plattformen sind, um Demokratie spielend zu lernen, ist mittlerweile eine Binsenweisheit. Hier engagieren sich junge Menschen verbindlich, d.h. über den Augenblick hinaus, verhandeln künstlerische Konzepte, Inhalte und Profil und geben durch ihr Tun Beispiel für andere. Die ständig steigenden gesellschaftlichen Anforderungen an junge Menschen - wie Leistungsbereitschaft, zeitliche wie örtliche Flexibilität und der versierte Umgang mit Schlüsselkompetenzen - finden in der Jugendkulturarbeit ihr Lern- und Erprobungsfeld. Dazu ist es unumgänglich, dass eine Struktur vorhanden ist, in der solches Lernen möglich ist. Strukturen bedeuten vor allem Qualität und Kontinuität. Eins ist ohne das andere nicht machbar. Kurzfristige Projektarbeit kann strukturelle Arbeit nicht ersetzen. Wenn also heute Stellen in der Jugendkulturarbeit wegfallen, muss man sich im Klaren darüber sein, dass damit langfristig auch ein Lernfeld für Demokratie aufgegeben wird.



Und: ein wichtiges Terrain für Sozialisation und Wertevermittlung wird ideologischen "Rattenfängern" überlassen. Wohin das führt, kann man sich in den strukturschwachen "Ostgebieten" anschauen. Hohe Investitionen sind nötig, um hier wieder aufzubauen, was durch Sparzwänge zerstört wurde. Am schwierigsten wird dabei die Investition in das Vertrauen junger Menschen sein: Vertrauen in Verlässlichkeit, Politik und Demokratie.

Ute Seckendorf

- Die Situation in den Neuen Bundesländern ist geprägt durch eine im Vergleich zum Bundesdurchschnitt überdurchschnittlich hohen Arbeitslosigkeit und Perspektivlosigkeit, insbesondere auch unter Jugendlichen. Damit verbunden ist eine hohe Abwanderung von vor allem jungen Menschen mit höherem formalen Bildungsabschluss, Einsatzbereitschaft und Motivation aus ländlich geprägten Regionen zu beobachten. Gekoppelt mit einer geringen Rückkehrbereitschaft ausgebildeter Fachkräfte in die Neuen Ländern und einer sinkenden Geburtenrate, führt dies in vielen Städten und Regionen vor allem zu extremen Schrumpfungprozessen.
- Zivilgesellschaftlichen Akteure vor Ort sind wichtiger Dreh- und Angelpunkt beim Auf- und Ausbau demokratischer Strukturen im Gemeinwesen. Sie bilden Strukturen der (politischen) Meinungsführung heraus und erreichen schichtübergreifend breite gesellschaftliche Gruppen vor allem in ländlichen Regionen und sind daher eine geeignete Zielgruppe/Partner im Aufbau demokratischer Strukturen.
- Musik ist nach wie vor die Einstiegsdroge für rechtsextreme Einstellungen bei Jugendlichen. Die Begleitung und Förderung von jungen MusikerInnen ist ein wirksames Instrument zur Stärkung von zivilgesellschaftlichem Engagement bei jungen Menschen in den Neuen Bundesländern.

PROTOKOLL DES FACHPANELS

Parameter für erfolgreiche Jugendarbeit

Der Leiter des Projektes Jamliner, Jörg-Martin Wagner, konstatiert eine klare künstlerische Ausrichtung des Projekts. Voraussetzung für gute Arbeit ist in seinem Fall auch gutes Equipment. Nach der Philosophie des Jamliners kann jeder eine Band gründen. Für eine erfolgreiche Jugendarbeit sei es von Bedeutung, dass sich Sozialarbeiter und Jugendlichen auf einer Ebene treffen.

Thomas Feist ist Fachreferent für Bandarbeit im Referat Jugendmusik beim Landesjugendpfarramt Dresden. Seiner Ansicht nach brauchen Projekte Verlässlichkeit und Kontinuität, denn Popmusik und Jugendarbeit sind eigentlich ein gutes Team, da durch Popmusik soziale Positionierung von Jugendlichen möglich ist.

Wichtig ist es in Projekten nicht zu pädagogisieren, sondern einfach Möglichkeiten anbieten. Was Jugendliche brauchen sind verlässliche Ansprechpartner und ernst gemeinte Kritik.

Ute Seckendorf war jahrelang Geschäftsführerin des soziokulturellen Zentrums „Kraftwerk“ in Chemnitz und ist heute Projektleiterin CIVITAS bei der Stiftung Demokratische Jugend. Ihre Erfahrung zeigt ihr, dass jedes Projekt mit einer stimmigen Idee anfangen muss. Grundprinzip beim „Kraftwerk“ war es, Räume zu bieten, Konzepte gab es keine.



Finanzierung

Problematisch ist laut Thomas Feist, dass es im Osten keine Sponsoren gibt. Das bedeutet, dass Gelder aus dem Fonds der Jugendhilfe kommen müssen. Bands seien ein ideales Lernfeld für Demokratie. Musikprojekte haben nur dann eine Chance auf Förderung, wenn das pädagogische Ziel im Vordergrund steht. Wichtig sei vor allem auch, die Menschen in den Verwaltungen einzubeziehen - denn Politiker kommen und gehen, die Verwaltung bleibt.

Ute Seckendorf sieht es als Problem, dass der ganze Bereich der Jugendarbeit heutzutage entpolitisiert ist. Zudem haben Kinder und Jugendliche in Deutschland keine Lobby. Es ist wichtig zu wissen, dass sich Politiker nur für etwas einsetzen können, dass sie wirklich kennen. Die Rolle von Musik wird in der Politik bisher nicht wahrgenommen!

Ihr Vorschlag: bekannte Künstler müssten sich für ihre ehemaligen Jugendzentren einsetzen!

Bei Projektanträgen sei es wichtig die Zielgruppe zu partizipieren, denn nur so könne Nachhaltigkeit generiert werden.

Der SPD-Bundestagsabgeordnete und Rechtsextremismusexperte Niels Annen forderte auf, die KollegInnen aus der Politik anzusprechen und sensibilisieren. Für die Bundesebene sei aber auch zu bedenken, dass der Bund nur Anstöße geben kann – Lösungen müssen vor Ort gefunden werden.

Vorschlag: die Sensibilität der Medien nach presserelevanten Ereignissen sollten besser genutzt werden.

Erfahrungen aus Projekten

In den Augen von Thomas Feist ist Popmusik ideal für Jugendarbeit. Sie ist ein globales Phänomen und hat mit dem Einsaugen verschiedener Kulturen zu tun. Jugendliche können daher viel über sich und andere lernen. Jugendarbeit kann aber nur so gut sein wie die Gesellschaft in der sie gemacht wird.

Ute Seckendorf ist davon überzeugt, dass Jugendkultur einen langen Atem braucht. Ein Bundeskulturprogramm reiche nicht aus, um schnelle Ergebnisse präsentieren zu können.

Jamliner wurde als künstlerisches Projekt entwickelt. Jugendliche gehen täglich mit Musik um, ihnen muss nichts beigebracht werden, sie brauchen nur die Möglichkeiten und das nötige Equipment, so Jörg-Martin Wagner.

Die Idee des Jamliners ist, dass Jugendliche selbst Songs schreiben, spielen und die Stücke aufnehmen. Viele Teilnehmer am Jamliner-Programm haben einen Migrationshintergrund und damit Probleme. Im Jamliner lernen Jugendliche grundlegende soziale Kompetenzen, da es Voraussetzung ist, regelmäßig und pünktlich zu kommen. Ein Phänomen, das Jörg-Martin Wagner bei seiner Arbeit gemacht hat, ist, dass Eltern teilweise gegen die Jugendarbeit sind.

Öffentlichkeitsarbeit

Jörg-Martin Wagner weiß, dass Projekte Presse und Lobby brauchen. Der Jamliner hat in Hamburg auf einem hohen Niveau angefangen, z.B. wurden der Name und das Logo von Springer & Jacoby geschaffen. Promotion müsse gelernt werden. Es empfiehlt sich aus anderen Projekten, wie z.B. Rhythm is it, zu lernen!

Der Jamliner macht aktiv Pressearbeit und versucht regelmäßig Events zu veranstalten. Grundprinzip dabei ist eine positive Berichterstattung. Mitarbeiter sprechen deshalb ausschließlich von „sozialen Brennpunkten“ und z.B. nicht von „sozial benachteiligten Jugendlichen“. Beim Jamliner werde aber der künstlerische Wert immer in den Mittelpunkt gestellt. Vor Presseterminen wird geprobt und wichtige



Statements immer wiederholt. Generell ist es entscheidend, Transparenz zu schaffen, um Spenden zu akquirieren. Ein Ziel guter Öffentlichkeitsarbeit muss es sein, Politiker aus ihren Büros zu holen.

Ute Seckendorf ist davon überzeugt, dass man sich die öffentliche Wahrnehmung selbst organisieren muss. Ihre Beobachtung ist, dass sich viele Projekte schwer tun, sich gut zu verkaufen. Eine klare Botschaft gegen Rechts komme zwar bei der Presse gut an, ist aber meist realitätsfern.

Dass die Wirkung von Projekten am authentischsten von den Jugendlichen selbst dargestellt werden kann, entspricht den Erfahrungen von Thomas Feist.

Generell müssen die verschiedenen Interessenlagen zusammengebracht werden: die der Jugendliche, die der Presse und nicht zuletzt die der Politiker. Musik kann hier eine gute Brücke sein.

Erfolgreich gegen Rechts

Für Thomas Feist ist klar, dass Jugendliche Tabus brechen wollen. Das Hören rechtsextremer Musik dient oft als Tabubruch. Fakt sei aber, dass rechte Musik eine „Einstiegsdroge“ in die rechte Szene sei. Ein Problem ist, dass Popmusikförderung im Osten faktisch nur von der NPD betrieben werde. Als Gegenstrategie sei es wichtig, eine Struktur von Jugendsozialarbeit zu schaffen, die Vertrauen schafft. Es bestehe die Chance, Jugendliche über Musik zu stärken, um weniger anfällig für die Parolen der Rechten zu sein. So sei ein „Rock gegen Rechts“-Konzert keine reine Politikveranstaltung - sondern eine, die den Jugendlichen Spaß macht!

Ziel müsse es sein, Politiker mit den Jugendlichen zusammenbringen, um auch unkonventionelles Handeln zu erreichen.

Jörg-Martin Wagner ist davon überzeugt, dass man kein Projekt gegen Rechts machen kann, das sich so nennt. Auch er weiß, dass viele Jugendliche die Provokation suchen.

Gleichzeitig scheine die Attraktivität der Rechten ein Männerphänomen zu sein. Daraus ergibt sich, dass die Emanzipation der Jungen gefördert werden müsse.

Ute Seckendorf kennt die Strukturen der rechtsextremen Szene gut. Aufgrund der derzeitigen „Erbenwelle“ verfügen Rechte über weitreichende finanzielle Möglichkeiten. Außerdem gebe es viele anonyme Spenden - dieses Phänomen wurde bisher kleingeredet. Wichtig sei aber auch festzustellen, dass Rechtsextreme sehr häufig aus der Mitte der Gesellschaft kommen. Der Oppositions- bzw. Provokationsgedanke greife deshalb nicht überall, denn viele Eltern der rechten Jugendlichen heißen die Taten ihrer Kinder oft gut.

Eine erfolgreiche Arbeit gegen Rechtsextremismus müsse deshalb vor allen auch die Bürgergesellschaft und die Zivilgesellschaft vor Ort fördern!

Niels Annen beschäftigt sich in einer Kommission des Bundestags mit Strategien gegen Rechtsextremismus. Es sei aber schwierig, von der Politik Kontinuität zu gewährleisten, da leider zu oft in Legislaturperioden gedacht werde.

Es sei absurd, dass erfolgreiche Projekte als nicht mehr förderungsnötig bezeichnet werden. Regional müssen die unterstützt werden, die sich Rechts entgegensetzen. Er empfiehlt, zu Veranstaltungen auch die CDU-Kollegen einzuladen, da bei denen das Problembewusstsein zum Rechtsextremismus teils noch nicht vorhanden sei.

Visionen

Für Jörg-Martin Wagner ist der Abbau der Kulturförderung nicht zu akzeptieren. Gerade jetzt, wo es höhere



Steuereinnahmen gebe. Seiner Meinung nach ließen sich die Sekundärkosten um ein Vielfaches senken. Der Staat müsse in die Pflicht zurückgehen, Jugendarbeit zu unterstützen, denn private Förderung könne keine Alternative sein. Zudem müsse Kultur wieder nach vorne gebracht werden. Jugendarbeit brauche außerdem Anerkennung.

Seine Vision ist ein neuer Begriff für Pop-Musik entwickelt werden, um dann gemeinsam und mit einer gemeinsamen Sprache auftreten zu können.

Thomas Feist möchte den Begriff der Popmusik stärken und neu buchstabieren. Die Weichen dazu müssten bereits im Kindesalter gestellt werden.

Niels Annen hofft auf ein größeres Problembewusstsein in der Großen Koalition, denn alle Institutionen müssen zusammenarbeiten und könnten dann Musik als Waffe gegen die Rechten nutzen. Musiker sollten als Rolemodels mit einbezogen werden! Die Zustimmung zur Demokratie als Staatsform sei dramatisch gesunken, trotzdem ist Annen optimistisch, dass Demokratie durch Musik gestärkt wird!

Ute Seckendorf wünscht sich flexible Strukturen in der Jugendarbeit. Politik müsse auch auf Bedürfnisse der Jugendlichen eingehen. Weiterhin sei es wichtig, Networking zu stärken! Sie hält regelmäßige Treffen zum Erfahrungsaustausch für essentiell. In Zukunft sollten alle Beteiligten mit einer Sprache sprechen. Das Problembewusstsein sei zwar überall gestiegen - aber es hilft nichts, immer auf die anderen zu zeigen. Jeder ist die Gesellschaft und jeder muss etwas machen!



REFERENTINNEN

DR. THOMAS FEIST



Leipziger Urgestein, Jahrgang '65, Fachreferent für Bandarbeit im Referat Jugend-Musik und International beim Landesjugendpfarramt Dresden. Initiator und Betreuer des CrossOver-Projektes 1997-1999.

Ansprechpartner für den Bereich Sachsen. Hat Musikwissenschaft, Theologie und Soziologie an der Uni Leipzig studiert und über christliche Populärmusik promoviert. Musikalisch engagiert im Modern-Jazz-Projekt Fallin' Oaks, im Chandler Swing Trio und im Klangprojekt Leipzig. Zahlreiche Veröffentlichungen zu Populärmusik & Kultur in verschiedenen Medien, zuletzt Musik als Kulturfaktor.

JÖRG-MARTIN WAGNER



geboren 1966 in Tübingen am Neckar, musizierte zuerst als Geiger und Sänger in klassischen Orchestern und Chören, dann als Drummer in Bands mit Musikern aus England, Afrika und Jamaika, die als Migranten in seiner schwäbischen Heimat lebten. Ein Studium an der Musikhochschule Lübeck schloss er 1996 als Orchesterschlagzeuger ab. 1995 erhielt er sein erstes Engagement als Schauspiel-Komponist am Schauspiel Bonn und arbeitet seither freiberuflich an öffentlichen Theatern. Eine freie Theaterproduktion mit gewaltbereiten Jugendlichen in Bremen-Nord brachte ihn 1997 mit „Community Arts“ in Kontakt. 2000 begründete er in Hamburg das mehrfach preisgekrönte Projekt „JAMLINER“ – ein Musikmobil für

Hamburgs soziale Brennpunkte.

NIELS ANNEN



geboren am 6.4.1973 in Hamburg. 1979-1989 Albert-Schweitzer-Schule, Hamburg. 1989-1992 Peter-Petersen-Schule, Hamburg (Abitur). Vorsitzender der SchülerInnenkammer Hamburg (LandesschülerInnenvertretung). 1992-1993 Zivildienst beim Landesjugendring Hamburg. 1994 Student der Geschichte, Geographie und Lateinamerika-Studien an der Universität Hamburg. Mitglied der Internationalen Kommission der Jusos. 1996 Wahlbeobachter bei den Präsidentschaftswahlen in Nicaragua. 1997 Student an der Universität Complutense, Madrid. 1998 Praktikum bei der Friedrich-Ebert-Stiftung in Madrid. 2000 Vizepräsident der International Union of Socialist Youth (IUSY). Mitglied im

Bundesvorstand der Jungsozialisten. Seit 1989 Mitglied der Sozialdemokratischen Partei Deutschlands (SPD). 2001-2004 Bundesvorsitzender der JungsozialistInnen in der SPD (Jusos). seit 2003 Mitglied im SPD-Parteivorstand. Seit 2005 für Eimsbüttel im Deutschen Bundestag.

UTE SECKENDORF



Anfang der Neunziger Jahre Mitbegründerin und Geschäftsführerin des soziokulturellen Zentrums „Kraftwerk“ in Chemnitz. Referentin im sächsischen Staatsministerium für Wissenschaft und Kunst. Wissenschaftliche Mitarbeiterin bei der Kulturpolitischen Gesellschaft. Geschäftsführerin der Landesarbeitsgemeinschaft Soziokultur Sachsen, seit 2001 Projektleiterin CIVITAS bei der Stiftung Demokratische Jugend.

MUSIC IS MY FIRST LOVE

POP & WIRTSCHAFT “when will I be famous”

Mit einem Anteil von mehreren Milliarden Euro am deutschen Bruttosozialprodukt ist Rock- und Popmusik ein nicht zu vernachlässigender und vor allem stetig wachsender Wirtschaftsfaktor. In welchem Umfang tragen gemeinnützige und semiprofessionelle Akteure der Musik dazu bei und welche Strategien ergeben sich hieraus für die Aktivitäten auf lokaler Ebene? Gibt es Schnittstellen und gemeinsame Handlungsebenen mit der professionellen Musikwirtschaft und wenn ja, wie können diese optimiert werden? Ist eine breite und öffentlich unterstützte Förderung der Rock- und Popszene wie beispielsweise in Baden-Württemberg auch für andere Regionen denkbar? Wenn ja, wie kann dieses Konzept in den neuen Bundesländern umgesetzt werden?

REFERENTINNEN: PAUL WOOG, Leitung Popbüro Region Stuttgart
 UDO DAHMEN, Geschäftsführer Popakademie Baden-Württemberg
 DJ MESIA, Musiker und Produzent, Berlin Massive e.V.
 JÖRG AUGSBURG, (Pop Up Leipzig
MODERATION: ARNO KÖSTER, Jugendkulturnetz Sachsen

THESEN DER REFERENTEN**Paul Woog**

1. Musikförderung bedeutet Jugend-, Kultur- und Wirtschaftsförderung

Der Gegenstand bietet genau die Merkmale, die allen Definitionen und Ansätzen von Kreativwirtschaft gemein sind. Hier ist insbesondere auf die Marktnähe des Kulturbereiches „populäre Musik“ hinzuweisen.

Nirgendwo durchdringen sich Kultur und Kommerz so wie hier. Zum Zweiten ist auf die gesellschaftliche Relevanz (Jugendkulturarbeit, Zusammenhang Musik-Politik) hinzuweisen und nicht zuletzt durchdringen sich in den Fördermodellen seit Jahrzehnten öffentliche, gemeinnützige und private Aktivitäten wie selbstverständlich.

Im Rahmen der Debatte um Kreativwirtschaft (creative industries) ist die ganzheitliche Betrachtungsweise zu betonen. Das geht über clusterorientierte Wirtschaftsförderung hinaus. Alle kreativen Wirtschaftsbereiche werden hier einer Entwicklungsstrategie zugrunde gelegt. Zusätzlich wird die gemeinsame Betrachtung von öffentlichen, privaten und gemeinnützigen Aktivitäten zum zentralen Element. Für die Förderung von Musikwirtschaft (und auch hier legen wir eine breite Definition mit Tonträger, Live-Entertainment, Zulieferern, Drittverwertern, etc zugrunde) heißt dies eine Berücksichtigung



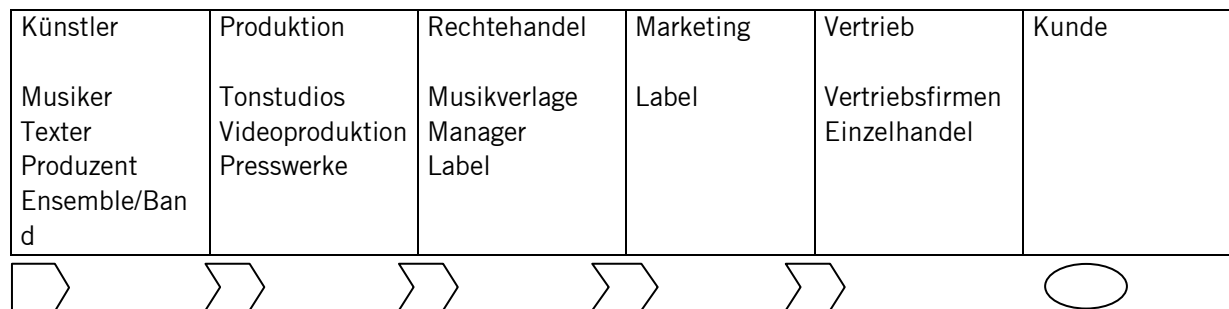
und Verzahnung der Bereiche Wirtschaft – Kultur und Gesellschaft (Jugend). In der Förderstruktur zudem optimalerweise querschnittsorientiert aufgestellt.

Einfach ausgedrückt heißt dies, dass man von der Idee bis zum Vertrieb alles abdecken können sollte.

„Jaqueline, 12 Jahre will eine berühmte Sängerin werden“ kann daher ebenso „wichtig“ werden wie die Ansiedelung einer Plattenfirma oder der Start eines neuen Konzertclubs.

Wirtschaft

Eine Förderung der Akteure erfolgt entlang der Wertschöpfungskette Musikwirtschaft. Vor, nach und nebegelagerte Bereiche sind dabei von gleicher Wichtigkeit. Hier am Beispiel Tonträger.



Im Einzelnen werden angeboten:

- Branchenspezifische Förderangebote für die Kreativwirtschaft (insbesondere Hilfestellung bei Marktanpassung)
- Standortentwicklung (Kommunikation – Infrastruktur – Mobilität)
- Investorenservices (Gewerbeimmobilien – Finanzierungsvermittlung – Personalgewinnung – Netzwerk/Know-how Transfer)
- Existenzgründerbegleitung (Strategieentwicklung – Businessplanerstellung – Vermittlung von rechts- und Finanzexperten – Kontakthanbahnung mit möglichen Partnern - Raumvermittlung)

Kultur

Populärmusik gehört zum täglichen Umgang vor allem junger Menschen und ist Teil der Gegenwartskultur. Popmusik wird nicht nur konsumiert, sondern durch die Präsentation in den Medien mit bestimmten Symbolen und Bildern verknüpft, körperlich im Tanz erfahren und zu einer regelrechten Existenz Erfahrung im musikalischen Erlebnis stilisiert. Öffentliche, freie und private Aktivitäten sind die Grundlagen für diesen lokalen Kulturbetrieb, in denen die kulturellen Aktivitäten der Bürger sichtbar werden und reale Probier- und Experimentierfelder liegen.

Im Einzelnen:

- Pop- und rockmusikspezifische Hilfestellungen für Musiker und Künstler (Strategieberatung, Auftrittsvermittlung, Vermittlung Businesspartner, Initiierung von Künstlernetzwerken, etc.)
- Pop- und Rockmusikförderung als Element der Stadtentwicklung (Schaffung von Live-Musik Erlebnisorten, Durchdringen anderer Kreativ- und Kulturbereiche mit dem Thema Rock/Pop, Verbesserung des „kulturellen Klimas“ insbesondere für jüngere Bürger, Etablierung vieler verschiedener Teilkulturen)



ermöglichen „Lebendiger Erfahrungsraum Stadt“)

- Verbesserung und Weiterentwicklung der Bildungsangebote (an Musikschulen, Allgemeinbildenden Schulen, Universitäten/FHs)
- Optimierung der medialen Verbreitung regionaler Rock- und Popmusik (Zusammenarbeit Medienanstalten, Hilfestellungen Rundfunkveranstalter, Presse, etc.)

Jugend

Die Entwicklung der eigenen sozialen und kulturellen Identitäten in einem zunehmend breiten Spektrum von möglichen Lebensentwürfen und Wertorientierungen ist zu einer zentralen - im Vergleich zu früher schwierigeren und komplizierteren - Aufgabe für Jugendliche geworden. In diesem Zusammenhang von Jugendkultur besitzt Popmusik einen besonderen Stellenwert. In ihr werden die sich verändernden kulturellen Ausdrucksformen Jugendlicher sehr stark wahrnehmbar. Sie können dort „verhandelt“ und auch qualifiziert werden: Beschäftigung mit Popmusik bedeutet Auseinandersetzung; Popmusik hat somit eine verbindende Funktion. Ihre integrative Wirkung ermöglicht es wichtige Schlüsselqualifikationen wie Sozialverhalten und Teamfähigkeit zu fördern, Randgruppen einzubeziehen und Schief lagen in sozialen Brennpunkten zu reduzieren.

Im Einzelnen:

- Räume bereit stellen (Probe- und Auftrittsmöglichkeiten, pädagogische und qualifizierende Beratung, direkte Begleitung und Unterstützung von Jugendlichen Kulturproduktionen)
- Mediennutzung/Musikkonsum (Angebote zur Verbesserung der Mediennutzung Jugendlicher, „aktives Konsumieren“)
- Kulturelle Auswahl (kulturelle Vielfalt Jugendlicher zugänglich machen, Konzerte, Festivals, etc.)

2. Fördermodelle sind übertragbar „copy-paste“

Für die Entwicklung der Musikwirtschaft in Deutschland, als Teil der Kreativwirtschaft, stehen an einzelnen Standorten schon erprobte Fördermodelle zur Verfügung. Baden-Württemberg realisiert beispielsweise seit 2002 einen solchen Ansatz mit regionalen Förderzentren wie dem Popbüro Region Stuttgart, landesweiten Programmen und der Popakademie Baden- Württemberg..

Aber auch einzelne Elemente, Projekte oder strukturorientierte Maßnahmen sind kopierbar. Zwar sind einzelne Förderbereiche unterschiedlich regional-kulturell ausgeprägt und natürlich auf verschiedene Settings anzupassen, aber im Ganzen sind die Förder- oder Servicebereiche identisch. Die Angebote lassen sich im Grunde in fünf Bereiche aufteilen, die i.d.R. auf regionaler Ebene angeboten werden sollten:

Beratung / Coaching

Aus- und Weiterbildung

Kommunikation

Veranstaltungen

Entwicklung von Infrastruktur und Rahmenbedingungen



Qualität und Intensität der Förderangebote werden an die Bedarfe angepasst (Breiten- und Spitzenförderung), z.B. Einsteiger, Amateure, Semi- Profis, Profis

Zielgruppen sind (von einigen Einrichtungen nur partiell abgedeckt): alle Bürger, zum Teil vermehrt Jugendliche, Musiker, Existenzgründer, Unternehmen, Kooperationspartner / Politik / Lobby

Von solchen, basisorientierten Förderangeboten sollte es flächendeckend mehr geben. Und es bedarf verlässlicher Strukturen auf Bundes-, Länder und regionaler Ebene, die bestehendes sinnvoll miteinander verzahnen und den Aufbau neuer Förderinstitutionen unterstützen. Hier ist auch der Austausch zwischen alten und neuen Bundesländern von hoher Bedeutung. Nicht zuletzt sollte im föderalistischen System eine Verknüpfung von inländischer Musikförderung und dem Musikexport erfolgen.

DJ Mesia

Gedanken zum Panel "Pop und Wirtschaft"

Es gab einmal eine goldene Zeit, da wurden junge Künstler von Major-Firmen aufgebaut und vorbereitet auf den Weg zum professionellen Musiker. Das war teuer, hatte sich aber gelohnt, wenn von 10 Künstlern einer durchgestartet ist. Es wurden A&R ausgesendet, um junge Talente aufzustoßern. Heute ist das vorbei und eine völlig andere Situation ist entstanden zwischen Major und unentdecktem Künstler.

Majors können es sich wirtschaftlich nicht mehr leisten zu experimentieren. Das hat zur Folge, dass durch das neue Medium „Internet“ die Künstler angefangen haben sich selbst zu organisieren. Ohne jeglichen wirtschaftlichen Background ist es einigen gelungen, ohne Wissen über GEMA, GVL, Labelarbeit oder Marketing wirtschaftliche Gewinne durch Verkauf von Tonträgern oder Musikfiles zu erwirtschaften, wo selbst das eine oder andere große Unternehmen zu grübeln begann und handeln musste.

Das Ergebnis: es wurde im kürzesten Zeitraum alles gesignt was irgendwie Rappen konnte. Genickbruch total. Selbst Firmenableger von DEF JAM machten nach kurzem Aufenthalt in Berlin wieder dicht. Und es waren nicht die einzigen.

Was tun? Wo liegt das Problem?

Ich sag's mal etwas überspitzt aber auf den Punkt gebracht: Neue Trends setzt nicht der professionelle Künstler, der bereits seine Fanbasis hat und auf gar kein Fall riskieren möchte, keine Verkäufe durch Experimente mehr zu erzielen und somit die Plattenfirma böse wird, weil nichts mehr erwirtschaftet wird. Wer dann?? Das sind die Kids und Jugendlichen selbst, die Trends setzen. Problem ist nur, dass es keinen A&R gibt, der das sieht, weil diese gar nicht mehr arbeiten als A&R.

Beispiel aus eigener Erfahrung: Ich habe mit dem Beatboxen in den 80ern begonnen und habe mich bei einem Major damit präsentiert. Die Antwort: „Kein Bedarf an Mundpupe!“ Kein Scherz, das war ein Herr Rene Rennefeld von BMG.

Heute haben wir 2006 und planen gerade die 2te Beatbox Weltmeisterschaft.

Die erste 2005 war sehr erfolgreich. Dass sich da aber immer noch keiner von den großen Firmen so richtig interessiert finde ich gar nicht schlimm, da ich ja dann selbst genug verdienen kann. Ein mit mehreren Beatboxern aus der ganzen Welt, von mir produzierten Tonträger mit dem Namen „Beatbox-Battle-



Express“, wurde innerhalb von 3 Wochen 6.500 mal gedownloadet. Ich musste es vom Server nehmen, da mir sonst der Account wegen zu vielen Traffic gesperrt worden wäre.

Das gleiche im Produzieren:

Ich bin gerade dabei ein Album herzustellen mit Lateinamerikanern der ganzen Erdkugel.

Namhafte Künstler sind dabei, die sofort ja gesagt haben. Das Album soll Ende März 2007 fertig sein.

Der Grund warum ich das erwähne ist folgender:

Meiner Meinung nach muss zwischen Major und Künstler eine Brücke geschaffen werden. Es gibt so viele Jungunternehmer wie wir (Berlin Massive Records), die direkt im Bezug mit jungen Talenten und Künstlern stehen, diese z.T. selbst über unzählige Workshops und Auftrittsmöglichkeiten aufgebaut haben.

Das bedeutet: wir erkennen noch eher, für wen Musik Ernst oder nur kurzzeitiges Hobby ist, wer Talent hat und Zeit bekommt zum fördern und vorbereiten zum Profimusiker. Firmen mit wirtschaftlichem Interesse haben keine Zeit um Künstler von Null an aufzubauen.

Meine Vision ist, in Kooperation mit großen Firmen zu arbeiten. Bis jetzt kam jedoch nur Ablehnung.

Wenn ich daran denke wie einfach es ist 1.000 CD's für 600 Euro herstellen zu lassen und sie anschließend im Handverkauf für 10 € zu verkaufen (was auf jeden Fall schnell und gut geht), möchte ich nicht wissen, wie viele Tonträger man über ein Major verkaufen muss um als Künstler auf 9.600 € von verkauften Tonträgern zu kommen.

Dennoch besitzen kleine Unternehmen nicht die finanzielle Kraft um ordentlich Werbung und Promotion zu machen.

Genau an diesem Punkt sollte man zusammenkommen. Das kleine Unternehmen sollte weder als A&R noch als Sublabel (Edition) gesehen werden. Sondern eher als eine Art Castingagentur (mit professionellem Tonstudio, Proberäumen etc.) wo in regelmäßigen Abständen Partnerfirmen informiert und upgedatet werden.

Wir (Berlin Massive Records) jedenfalls sind nach jahrelanger Erfahrung stark interessiert eine dieser Brücken zu sein.

Jörg Augsburg

- Popmusik ist perspektivisch ein Nischenprodukt und wird damit zunehmend Kultur- weniger Wirtschaftsgut.
- Popmusik-Akteure agieren nicht gemeinnützig, sondern mit jeweils zu hinterfragenden individuellen Motivationen.
- Schnittstellen zur „professionellen Musikwirtschaft“ existieren immer. Es ist nur die Frage, inwieweit man Interesse an ihnen hat und sich ihnen anpasst - oder ob sich die Schnittstellen anpassen.
- Popmusikförderung ist als Kulturförderung streitbar, als Sozialarbeit albern und ergibt nur als Standortmarketing und Wirtschaftsförderung Sinn für alle Beteiligten.
- Regionale Förderkonzepte können nur sehr bedingt übertragen werden. Popmusik ist kein Allheilmittel für darbende Regionen.

HINTERGRUND

Zum Thema „stetig wachsender Wirtschaftsfaktor“

Popmusik ist kein wachsender Wirtschaftssektor, zumindest nicht im eigentlichen Sinne und im Sinne bewusster Rezeption. Popmusik wird wieder zum „Nischenprodukt“ mit überschaubarer „Zielgruppe“ und geringsten Dividenden für alle Beteiligten. (Megaseller definieren wir hier nicht im Sinne von Popmusik



sondern als Bestandteil einer übergreifenderen Entertainment-Industrie.) Dadurch wird Popmusik allerdings zunehmend zu einem „Kulturgut“ im klassischen Sinne. Das hat sich nur noch nicht wirklich herumgesprochen und ist ein Prozess des nächsten Jahrzehnts.

Zum Thema „Akteure“

Was/Wer sind eigentlich die erwähnten „gemeinnützigen Akteure der Musik“? Das ist ein Euphemismus, der die exakte Bestimmung der jeweiligen Interessenlagen und Motivationen verdeckt.

Akteure in der Popmusik:

- Musiker: wollen künstlerisch wahrgenommen werden, Geld, Ruhm, Sex; nicht unbedingt in dieser Reihenfolge und nicht immer alles - sehr verkürzt formuliert, klar.
 - die Popmusik-Industrie, die pyramidisch funktioniert und deren Akteure von unten nach oben gesehen immer weniger mit Musik und immer mehr mit Wirtschaft zu tun haben. Die Basis bilden Musikinteressenten/Rezipienten (letztendlich Konsumenten), gefolgt von der übergroßen Masse aller Musiker und einer Unzahl von meist auf Selbstaussbeutung basierenden Geschäftsmodellen.
 - Verwertungs- und Verteilungsebene (inkl. Handel und Medien), die i.d.R. strikt nach Profitaussichten agiert (oder eben auf Basis von individuellem „Fantom“).
 - popmusikalische Institutionen (staatliche, Vereine, Interessenverbände usw.) die jeweils eigene Interessen verfolgen und deren Existenz auf eine florierende Musikszene angewiesen ist oder/und darauf hinarbeitet. (Hier spielt auch der Aspekt „Unterhaltssicherung“ nicht unwesentlich hinein.)
- Keiner dieser Akteure agiert im eigentlichen Sinne gemeinnützig (also in erster Linie zum Wohle der Gemeinschaft und uneigennützig).

Zum Thema „professionelle Musikwirtschaft“ und „Schnittstellen“

Aus den anderen Gedankengängen ergibt sich, dass es keine „unprofessionelle Musikwirtschaft“ gibt. Es gibt (im Sinne der Motivation der Akteure) profitable/weniger profitable, erfolgreiche/weniger erfolgreiche, kompetente/weniger kompetente Musikwirtschaft. Es gibt die Möglichkeit, sich von weniger in mehr erfolgreiche Strukturen zu begeben, um seine Interessen besser befriedigen zu können, wenn die Nachfrage da ist. Funktionierende Strukturen streben nach Erweiterung und benötigen permanent Zufuhr. Also werden auch Schnittstellen nach „unten“ angeboten. Mal mehr, mal weniger, je nachdem, wie es der Musikindustrie gerade geht. Die eigentliche Frage ist, in welchem Maße die Akteure diesen Schnittstellen überschreiten sollen/wollen.

Zum Thema „Förderung“:

Wie positioniert sich Popmusik im Streit um kleiner werdende Fördertöpfe?

Welche Interessen stehen hinter einer Förderung regionaler Musikszener?

Und wie begreifen sich Initiativen? Im Sinne von ...

- Kulturförderung im klassischen Sinn, nämlich Unterstützung von selbst nicht tragfähiger aber für die Öffentlichkeit wichtiger (eben Kultur-)Güter?
- Standortmarketing zur Unterfütterung von Attraktivitätsattributen wie „junge“ und „kreative“ Region?
- Wirtschaftsförderung im weiten Feld zwischen konkreter Firmenansiedlungspolitik, Mikro-Unternehmen und „Creative Industries“?
- Sozialarbeit mit dem Argument „gegen Rechts“ und „Teenager von der Straße holen“?

Popmusik ist in erster Linie ein (auch historisch so entstandener) Wirtschaftszweig, der allerdings mehr als andere auf allgemeinem Kulturpotenzial beruht. Popmusik funktioniert auch immanent nach marktwirtschaftlichen Regeln von Angebot und Anfrage. Popmusik kann nur innerhalb eines darauf spezialisierten Wirtschaftszweigs existieren, der Soft- und Hardware zur Produktion und Rezeption sowie



eine Logistik zu ihrer Verbreitung bereitstellt. Mit der Herstellung von Popmusik soll in aller Regel Geld verdient werden. Eine Förderung mit öffentlichen Mitteln als „Kulturförderung“ muss sich dessen bewusst sein bzw. ist per se angreifbar.

Popmusik gezielt als Mittel der „Sozialarbeit“ einzusetzen halten wir für albern und auch sinnlos. Vielmehr ist es so, dass in einem im größeren Sinne lebendigen kulturellen Klima Sozialarbeit weniger nötig ist. Standortmarketing und Wirtschaftsförderung scheinen hingegen sowohl dem Prinzip der Politik als auch der Musikwirtschaft sehr viel näher zu liegen.

Zum Thema „Übertragbarkeit regionaler Modelle“

Regional erfolgreiche Fördermodelle sind nicht (oder nur sehr bedingt) übertragbar, da Popmusik (trotz aller gegenteiligen Bestrebungen) immer noch in einem Maße irrational agiert, die eine Planbarkeit (außerhalb kontrollierter Laborbedingungen im massiven Medienverbund oder mit Konzernmitteln) mehr oder weniger ausschließt.

Popmusik ist auch kein Allheilmittel für darbenende Regionen, weder in Hinsicht auf Image und schon gar nicht in wirtschaftlich messbarer Größe.

Eine Förderung macht (natürlich auch abhängig vom Ziel der Förderung) nur Sinn, wenn eine tragfähige Substanz existiert und mit individuellen Lösungen. (Das schließt natürlich weder den Blick über den Tellerrand noch die Übernahme erprobter Verfahrensweisen aus.)

Überdies entsteht durch simple Modell-Übertragungen auch eine Konkurrenzsituation.

(... und es müsste speziell in den neuen Ländern überhaupt erstmal einem zuständigen Politiker, einer zuständigen Verwaltung das Prinzip Popmusik-Wirtschaft- und -Kultur nahegebracht werden. *g*)

PROTOKOLL DES FACHPANELS

Popindustrie ist ein großer wirtschaftlicher Faktor. Fraglich ist aber wo Schnittstellen zwischen der sogenannten semi-professionellen Szene und der Musikindustrie liegen.

Vorstellung & Standpunkte der Podiumsgäste

Einleitend erörtert Paul Woog die Zusammenarbeit zwischen Pop und Wirtschaft in Baden-Württemberg.

Als Leiter des Popbüros Baden-Württemberg ist er seit 2006 zuständig für die basisorientierte Popmusikförderung in Baden-Württemberg im Rahmen der Wirtschaftsförderung des Landes Baden-Württemberg. Seine Arbeit ermöglicht die prozessartige Begleitung von jungen KünstlerInnen. Woogs Hauptthese ist, dass Musikförderung gleichzeitig auch Jugend-, Kultur und Wirtschaftsförderung ist. Musikförderung ist seiner Definition nach ein Teil der Kreativwirtschaft. Popmusik und Kommerz stehen in engem Zusammenhang. Das Popbüro Stuttgart versteht sich als Koordinierungsstelle für Rock- und Popmusik, es wird u.a. unterstützt vom Stuttgarter Jugendhaus e.V., Wirtschaftsförderung der Stadt Stuttgart, der Popakademie in Mannheim.

Deutlich ist aber auch, dass Woog die zuständigen Mitarbeiter der Ministerien (Wirtschaft, Jugend und Kultur) immer wieder von der Förderungswürdigkeit der Popmusik überzeugen muss. Eine vielfältige Popszene kann genau wie ein Opernhaus oder ein neues Museum eine Imageaufwertung für eine Stadt und eine Region sein. So kann durch die Förderung der unterschiedlichen Zweige der Popmusik, eines sehr vielfältigen Kulturbereiches, auch eine Stärkung des wirtschaftlichen Standortes stattfinden.

Das Popbüro Baden-Württemberg versucht in seiner praktischen Arbeit Netzwerke zu schaffen, die zur Förderung der Popmusik beitragen. Dazu gehört auch die "Legalisierung" der selbständigen MusikerInnen. Viele leben zwar von der Musik, haben aber keinen sicheren Status. Mit weniger als vier Prozent des gesamten baden-württembergischen Landesetats wurde in BW für Popmusikförderung nicht mehr investiert also in anderen Bundesländern.

Auf die Nachfrage des Moderators zum Verhältnis von Förderung im urbanen und ländlichen Bereich, bemerkte Woog, dass sowohl im städtischen, als auch im ländlichen Bereich die Notwendigkeit der Förderung besteht. Dabei gibt es unterschiedliche Probleme im städtischen und ländlichen Bereich. Beispielsweise sei es einfacher auf dem Land Konzerte zu organisieren, die infrastrukturellen Möglichkeiten seien hingegen in der Stadt viel besser. Dennoch gibt es inzwischen z.B. bekannte Heavy-Metal-Labels, die auf dem Land entstanden sind.

MUSIC IS
MY FIRST
LOVE



Der künstlerische Direktor und Geschäftsführer der Popakademie Baden-Württemberg in Mannheim, Prof. Udo Dahmen, hält die Wahl des Standortes für die Popakademie für wichtig. Die Stadt Mannheim ist ein EU-strukturschwaches Gebiet, wodurch sich Förderungsmöglichkeiten aus den Töpfen der EU ergaben.

An der Popakademie werden in zwei Studiengängen sowohl KünstlerInnen als auch VerwerterInnen von Musik ausgebildet. Die Leute, die an der Popakademie studieren, wollen sich ihren Lebensunterhalt in irgendeiner Weise mit Musik finanzieren.

Ein wichtiges Ziel der Popakademie ist es auch, dass die Studierenden nach dem Abschluss finanziell ein Auskommen haben. Die AbsolventInnen des „kreativen Gemischtwarenladens“ seien in der Musikbusiness-Szene sehr beliebt. Etwa 60-70% der AbsolventInnen arbeiten nach ihrem Abschluss bei großen und kleinen Labels.

Dahmen wies auch darauf hin, dass durch die Gründung der Popakademie und die Entstehung des Musikparks Mannheim die Popmusikszene in der Region enorm belebt wurde. So finden beispielsweise wesentlich mehr Konzerte statt.

Als neuer Faktor der Musikverbreitung ist nach Dahmen das Internet ein sehr wichtiges Medium, gerade auch weil viele große Labels derzeit wenig Geld haben.

Aus Berlin kommt DJ Mesia, Beatboxartist, DJ & Sozialarbeiter. Neben seiner eigenen musikalischen Karriere führt Mesia Workshops in Berlin und ostdeutschen Kleinstädten durch, bei denen er direkt mit den Jugendlichen zusammen ("an der Wurzel") arbeitet.

Auf seinem Label Berlin Massive Records vertreibt DJ Mesia seine Musik selbst. Zum größten Teil über das Internet, wodurch weltweite Kontakte entstehen, die zu neuen Projekten wie beispielsweise der Beatbox-WM 2005 in Leipzig geführt haben. Da die großen Labels derzeit wenig Geld investieren hält er es für sinnvoll, Musik selbständig zu produzieren und zugänglich zu machen, um dann in einem zweiten Schritt bei den finanzstarken Majorlabels unterzukommen.

Parallel arbeitet Mesia an der Errichtung bzw. dem Ausbau von einem vierstöckigen "Hip-Hop-Haus", das Räume für Audio, Video, Business, sowie Übernachtungsmöglichkeiten bieten soll und somit ein kreativer Raum für Ideen und Kommunikation darstellt.

Jörg Augsburg ist Organisator der Leipziger Independent-Musikmesse POP UP. Er sah in der Krise der professionellen Musikindustrie einen Impuls für die Gründung dieser Messe. Die Förderung und Vernetzung von NachwuchskünstlerInnen, der "Independent"-Musik-Szene, steht dabei im Vordergrund. Die Messe ist eine Plattform für MusikerInnen und KonsumentInnen von Musik; nicht zuletzt, um zu erfahren, was es überhaupt für neue Musik gibt. Augsburg geht es auch darum, die aktuelle Popmusikentwicklung wahrnehmbar zu machen. Das Interesse an so einer Messe war groß. Die Messe ist seit Bestehen (2001) erheblich gewachsen und wird inzwischen von Major-Labels wahrgenommen.

Deutlich ist auch, dass das Hauptziel vieler kleiner Labels nicht unbedingt der finanzielle Aspekt ist, sondern dass im Vordergrund vielmehr der Gedanke Musik zu machen, zu hören und zu schreiben steht.



Musikförderung im Osten der Republik

Nach der Vorstellungsrunde wurden einige Aspekte auch im Hinblick auf die Übertragbarkeit einzelner Modelle auf andere Regionen (Ostdeutschland) vertieft.

Paul Woog erzählt von seinen Schwierigkeiten, Menschen davon zu überzeugen, dass die Förderung von Popmusik und Nachwuchskünstlern auch Wirtschaftsförderung ist. Seiner Meinung nach wird in diesem Bereich viel zu wenig Geld investiert und das lediglich im Jugendbereich, in den Ressorts Kultur und Wirtschaft überhaupt nicht. Allgemein sei das Motiv in der Jugendpolitik, die Kids von der Straße zu holen, um zu vermeiden, dass sie randalieren. In der Kulturpolitik, bzw. um mit Leuten zu kommunizieren, die in diesem Ressort arbeiten, müsse zunächst eine begriffliche Debatte geführt werden, nämlich darüber, dass Popmusik Kunst ist und somit förderungswürdig. Oft wird Popmusik als „Teilkultur“ bezeichnet, das erschwert eine Förderung. Die zuständigen WirtschaftsvertreterInnen aus der Politik seien dem wirtschaftlichen Aspekt der Popmusik sehr unaufgeschlossen.

Woog bringt hier den Begriff der Kreativwirtschaft ein. Musikförderung bedeutet für ihn Jugend-, Kultur- und Wirtschaftsförderung. Das sind genau die Merkmale, die allen Definitionen und Ansätzen von Kreativwirtschaft gemein seien. Er verweist auf die gesellschaftliche Relevanz der Musikförderung und auf die Förderungsmöglichkeiten der EU. Glaubt, dass dieses Modell in Ost- und Westdeutschland Anwendung finden könnte.

Jörg Augsburg hält die Förderung von Popmusik für schwierig, weil es kein Bewusstsein für Popkultur gäbe. Jugend- und Sozialarbeit zu fördern, um rechte Jugendliche von ihrer Gesinnung abzubringen, sei beispielsweise wesentlich einfacher. Außerdem gibt es kein Bewusstsein dafür, dass Leute die in dieser Branche arbeiten, sich damit ihre Existenz finanzieren. Daran hängt wiederum, dass die Branche als Wirtschaftsfaktor nicht ernst genommen würde, auch wenn nachgewiesen sei, dass Investoren sich für diese Kultur interessieren. Popkultur wird noch immer nicht als Kultur wahrgenommen. Außerdem sei es im Osten weiterhin noch wesentlich schwieriger Förderung für popkulturelle Events oder Nachwuchsförderung zu finden als im Westen.

Ein weiteres Problem sei, so Augsburg, dass Jugendliche oft nicht wüssten wo sie hin sollten, wenn sie Musik gemacht haben. Dort müsste Förderung und Unterstützung ansetzen.

Prof. Udo Dahmen ist davon überzeugt, dass es bundesweit viel zu wenig Plattformen gibt, auf denen Leute sich zusammenfinden und präsentieren können (z.B. Popkomm). Im internationalen Vergleich liegt die Popmusikförderung weit zurück. Vorreiterpositionen haben die skandinavischen Länder, Großbritannien und Niederlande. Als Förderinstrument verweist er noch auf Wettbewerbe und führt beispielhaft einen Wettbewerb der Popakademie an, für den sich jährlich 300 bis 400 Bands bewerben. Sechs von ihnen erhalten im sogenannten Bandpool eine finanzielle Förderung. Prof. Udo Dahmen weist in diesem Zusammenhang noch mal darauf hin, dass durch Musikförderung die regionale Struktur gestärkt wird und Arbeitsplätze in ganz unterschiedlichen Branchen entstehen können. Besonders für strukturschwache Regionen können Förderungsmöglichkeiten durch die EU interessant sein. Die zum Teil sehr komplizierten EU-Förderanträge auszufüllen sei allerdings arbeitsintensiv. Die Landesvereinigungen für kulturelle Jugendbildung, die es in allen Bundesländern gibt, kann zu Antragsfragen beraten!

Schwierig ist aus wirtschaftlicher Sicht die Erfolgskontrolle von Fördermaßnahmen. Paul Woog macht deutlich, dass weder vom statistischen Bundesamt noch vom Landesamt diese Wirtschaftsbereiche ausgewertet werden. Insofern gibt es kein Zahlenmaterial. Zahlen lassen sich nur überschlagen. Der einzige Qualitätsmesser ist die Nachfrage in diesem Fall im Popbüro Stuttgart. Woog ist davon überzeugt, dass



Förderungsstrukturen regional und lokal aufgebaut und bundesweit verknüpft werden müssen. Eine Idee ist der Aufbau von landesweiten Koordinationsstellen und Regionalstellen in allen Bundesländern (u.a. auch für EU-Anträge etc.).

Major Labels & der Nachwuchs

Zur Frage nach Schnittstellen zwischen den Major Labels und Popmusikförderung (für Jugendliche) erzählt Prof. Udo Dahmen, dass wenige große Labels die Popmusikförderung auch finanziell unterstützen. Er hat aber keinen Überblick, welche anderen großen Labels wen in welcher Höhe fördern.

Interessanter sei in diesem Zusammenhang, dass andere größere Firmen auch im Bereich Popmusikförderung sponsern (z.B. BASF in Baden-Württemberg, Coca-Cola, Jägermeister etc.). Für kleinere Labels bzw. Bands sieht Dahmen größere Chancen sich von größeren Firmen sponsern zu lassen als von Major Labels.

Die Rolle des Rundfunks

Am Ende des Panels wurde noch mit dem Publikum über das Thema Radio als Medium für die Etablierung von Popmusik gesprochen. Jörg Augsburg weist darauf hin, dass die RadiohörerInnenzahlen in den vergangenen Jahren enorm abgenommen haben. Dennoch hält er das Medium Radio für einen wichtigen Filter, um bekannter zu werden. Das Internet sei zu divers. In den vergangenen Jahren entwickelte sich andererseits eine alternative Radioszene, auch privatwirtschaftliche Sender wie Motor-FM etablierten sich. Der NDR plant eine neue Plattform für Popmusik (Sputnik).



REFERENTEN

PAUL WOOG



Paul Woog ist Dipl. Pädagoge (Universität Tübingen) und leitet seit der Gründung im Jahr 2004 das Popbüro Region Stuttgart, ein Angebot der Wirtschaftsförderung Region Stuttgart GmbH und des Stuttgarter Jugendhaus e.V. mit Unterstützung der Landeshauptstadt Stuttgart (Kulturamt, Wirtschaftsförderung, Medienteam). Vorläufer war das CUMULUS Kulturbüro, eines der ersten Jugendkulturnetzwerke in Deutschland. Paul Woog selbst war bis 2004 verantwortlicher Projektleiter Musikwirtschaft bei der Medien- und Filmgesellschaft Baden-Württemberg. Er fördert seit über 15 Jahren Nachwuchsbands und aus der Region Stuttgart, ist Dozent und Berater für junge Musikunternehmer, Kultur-, Jugend- und

Wirtschaftsverbände, kommunale Gremien und Medien. Aufbau und Initiierung einer Vielzahl erfolgreicher Musik- und Kulturprojekte. Seit 2006 mit dem Popbüro Baden-Württemberg zuständig für die basisorientierte Entwicklung der Popmusikförderung in Baden-Württemberg.

PROF. UDO DAHMEN

geb. 12.7.1951 in Aachen

Funktionen:

- künstlerischer Direktor und Geschäftsführer der Popakademie Baden-Württemberg in Mannheim.
- Vizepräsident des Deutschen Musikrates
- Ausschussvorsitzender Bundesfachausschuss Populäre Musik des Deutschen Musikrates
- Kuratoriumsmitglied der Deutschen Phonoakademie
- Beiratsmitglied German Sounds (Deutsches Musikexportbüro)
- Präsident des deutschen Schlagzeugerverbandes "Percussion Creativ"



Klass. Musikstudium mit Hauptfach Schlagzeug an der Musikhochschule Rheinland in Aachen und Köln und weitere Studien bei Dante Agostini in Paris.

Von 1980 – 2003 in Hamburg freiberuflicher Musiker

1983 – 1993 Dozent an der Hochschule f. Musik und Theater, Hamburg

1994 – 2003 Sprecher des Kontaktstudienganges Populärmusik an der Hochschule für Musik und Theater, Hamburg.

Seit 2003 in Mannheim künstl. Direktor der Popakademie

Udo Dahmen hat aufgenommen bzw. ist aufgetreten mit:

Kraan, Eberhard Schöner, Sting, Gianna Nannini, Nina Hagen, Jack Bruce, Gary Brooker, Sarah Brightman, Lake, Joachim Kühn, Inga Rumpf, Charly Mariano, Achim Reichel, Hellmut Hattler, Känguru, Herb Geller, Georg Danzer, Tao, Manfred Maurenbrecher, Michael Sagmeister, Anne Haigis, Nippy Noya, Luis Conte, Gamelanorchester d. Fürsten Agung Raka v. Saba und Pinda, Terry Bozzio, Steve Ferrone u.v.a.

Mehrere Top-Ten-Hits und goldene Schallplatten.

Lehre



- 1983 – 2003 Dozent im Kontaktstudiengang Populärmusik, Hochschule f. Musik und Theater Hamburg
- 1994 – 2003 Sprecher des Kontaktstudienganges Populärmusik, Hochschule f. Musik und Theater, Hamburg
- 1994 – 2003 Leiter und Dozent der Abt. Pop–Rock–Jazz an der Berufsfach- schule für Musik, Dinkelsbühl
- 1990 – 2000 Dozent im Jazzkurs der Akademie Remscheid
- April 1995 Gastdozent am IKIP, Bandung, Indonesien (auf Einladung des Deutschen Akademischen Austauschdienstes)
- Vorsitzender des Beirates der Emil-Berliner-Stiftung der Deutschen Phonoakademie
- 1991 – 2003 Chiefcoach des John-Lennon-Talent-Award
- 1998 – 2003 Chiefcoach der Rockstiftung Baden-Württemberg
- 1988 bis 1994 Projektleiter der MusicStation Yamaha Popular Music School in Hamburg
- 1980 –1986 Leiter und Dozent der Schlagzeugschule Drumburg-Hamburg

Absolventen aus dem Kontaktstudiengang Populärmusik an der Hochschule f. Musik, die Udo Dahmen ausgebildet hat, sind u.a. Musiker von:

Wir sind Helden, Seeed, Selig, Cucumber Men, Rainbirds, Jazzkantine, Fury in the Slaughterhouse, Jeremy Days, Cultured Pearls, Fettes Brot, Lemon Babies, Rosenstolz, The Land, Helloween, Gamma Ray, Fair Warning, Matalax, Pe Werner, Saga, Rödelheim Hartreim, Sisters of Mercy, Ottoband, Disco, Paddy goes to Holyhead, Michi Reincke, Ulla Meineke, The Colour Red, Das Auge Gottes, The Busters, ...

DJ MESIA



Die Geschichte von DJ Mesia beginnt Mitte der 80er Jahre in Berlin, als die Hip Hop Welle einen jungen Mann namens DJ Mesia infiziert. DJ Mesia entschloss sich 1987 seine Auffassung von Dance Music dem Publikum zu präsentieren, wo er sich bald als DJ im Hip Hop Bereich etabliert und durch seine innovativen Sounds seine Fangemeinde regelmäßig wieder aufs Neue überrascht. Nach diversen erfolgreichen Hip Hop Produktionen entschloss sich DJ Mesia seinen eigenen Weg zu gehen und aus einer Fusion aus Hip Hop Beats und der europäischen Tradition elektronischer Musik einen eigenen Sound zu kreieren. Heute fungiert DJ Mesia als Produzent, DJ und Beat Box Artist. Neben der Gründung eines eigenen Labels 2005, Auftritten

und Studioproduktionen ist DJ Mesia auch viel als Workshopleiter für DJ, Beatbox und Graffiti unterwegs, um den Nachwuchs zu fördern.

Produktion

DJ Mesia steht nicht für reine Hip Hop Produktion, sondern ist vielmehr als eine Plattform für Künstler verschiedener musikalischer Ausrichtungen zu sehen. Mesia arbeitet für mehrere Künstlerproduktionen und steht als aktiver DJ beständig im Austausch mit aktuellen Trends und Strömungen. Nach seinem ersten Charterfolg mit den Flying Steps, konnte er sich als Produzent und Remixer ins Musikgetümmel stürzen.

Aktuell arbeitet er an einem Sampler mit lateinamerikanischen Künstlern aus aller Welt, der 2007 erscheinen wird.

Beatbox

DJ Mesia, musikbesessen, hat eine Schwäche für Beatboxing, die Kunst der vocal percussion, die ihre



Zuhörer zum Tanzen inspiriert, egal ob sie wollen oder nicht. Beatboxing gilt als das 5. Element der Hip Hop Kultur - nach DJing, MCing, Breakdancing und Graffiti Writing. Seit 1989 führt DJ Mesia die „hand – to – mouth tradition“ der menschlichen Turntables fort und ist mitverantwortlich für die Durchführung des weltweit ersten Beat Box Battles in Berlin und der ersten Beatbox WM 2005 in Leipzig.

DJ-Entertainment

Neben seinen Producer und Beatbox-Qualitäten ist Mesia auch als DJ schwer gefragt. Wochenende für Wochenende trägt er seine Plattenkoffer in der Weltgeschichte herum, um sein Set aus Funk, Hip Hop, Elektro und Soul mit Heroes wie Kurtis Blow, Afrikan Bambaataa oder Westbam zum Besten zu geben. Als DJ einer bestimmten Musikrichtung zu gelten, lehnt er ab - er spielt einfach alles was gut ist.

Jugendarbeit

In wöchentlich festen Workshops in Beatbox, DJ-ing und Harddisk Recording zeigt DJ Mesia den Kids wie man mit den jeweiligen Elementen richtig umgeht. Aus erlernten Fähigkeiten werden Projekte gestartet und das Ergebnis lässt sich sehen. Statt rumhängen Beatboxen, Scratchen und Musik machen. Das zeigt der im Jahre 2004 entstandene Sampler (CD) „Berlin Beatbox (das 5te Element)“, aus dessen Workshopteilnehmern sich eine Gruppe von 10 Jugendlichen zusammenschloss, die als „Oralic Soundmachines“ auf unzähligen Veranstaltungen ihre Beatbox Shows zelebrieren.

Pläne

Derzeit arbeitet DJ Mesia zusammen mit MZEE Productions, dem dienstältesten deutschen Hip Hop Unternehmen, an der Errichtung eines Hip Hop Headquarters im Herzen Berlins, das 2007 seine Türen öffnen wird. Ein Hip Hop Netzwerk von Firmen, gemeinnützigen Vereinen und Künstlern, die von hier aus an ihrer Vision von einem lebendigen Hip Hop Museum in Berlin arbeiten werden.

JÖRG AUGSBURG



Jörg Augsburg ist langjähriger Musikredakteur des Leipziger Stadtmagazins KREUZER und gehört als Vorsitzender des Trägervereins zu den Mitbegründern und Organisatoren der Leipziger Musikmesse „(Pop Up“, die seit fünf Jahren Künstler, Macher und Fans der unabhängigen Pop- und Rockmusikszene in Leipzig versammelt.



ZUKUNFTSWERKSTÄTTEN

ZUKUNFTSWERKSTATT 1

PERSPEKTIVEN FÜR BILDUNGSORIENTIERTE POPMUSIKFÖRDERUNG "be cruel to your school"

Moderation: Dr. Walter Lindenbaum (Verband deutscher Schulmusiker NRW)

Hauptsächlich fand der Austausch über das Dreieck Schule - außerschulische Jugendarbeit - Lehrerausbildung/Fortbildung statt:

- Feststellung, dass Bandwettbewerbe vorrangig aus der außerschulischen Jugendarbeit entstehen, Beispiel "New Chance Sachsen"
- Ziel der außerschulischen Jugendarbeit ist es nicht, Künstler zu kreieren, aber auch nicht, die Jugendlichen nur zu bespaßen, sondern kreativen Freiraum zum Kompetenzerwerb zu geben
- Studie in Halle ergab, dass dort nur 12 % der Jugendlichen die städtischen Jugendeinrichtungen nutzen, so dass davon auszugehen ist, dass bei Einbeziehung der musikalischen Arbeit in der Ganztagschule weitaus mehr Kinder und Jugendliche angesprochen werden - dies wird als positiv bewertet
- der Jugendmusikwettbewerb "Jugend musiziert" bezieht seit kurzem auch Bandinstrumente ein, wobei fraglich ist, ob es weiterhilft, wenn diese aus dem Bandkontext herausgerissen in einem Wettbewerb gepflegt werden
- Projektarbeit an Schulen erfolgt oft durch außerschulische Jugendeinrichtungen wie z.B. Rock- oder HipHop-Mobile
- an Schulen könnte Popmusik im weitesten Sinne Aufschwung erhalten, wenn die bestehenden Konzepte für Klassenmusizieren (z.B. zu Streichinstrumenten / Blasinstrumenten / Perkussion) auch auf den Bereich Bandinstrumente ausgeweitet werden - erste Ansätze dazu gibt es bei "Let's make music e.V."
- Schulen könnten sich durch musikalische Schwerpunkte und insbesondere als Popmusik-Schule profilieren, was den in den meisten Bundesländern bestehenden Planungen nach Eigenständigkeit/Profilierung/Schulentwicklung entspricht
- Schülerfirmen könnten sich auch um die Vermarktung der schuleigenen Bands kümmern
- Fortbildung: an der Bundesakademie Trossingen gibt es einen berufs begleitenden Lehrgang zu Popmusik für eher klassisch ausgebildete Musikschullehrkräfte, um diese zu befähigen, qualifizierte Bandarbeit an Musikschulen zu machen
- Ausbildung: an den Lehrkräfte-ausbildenden-Instituten wie Musikhochschulen und Universitäten überwiegt die an klassischer Musik orientierte Ausbildung - dem Vernehmen nach ist aber an der Uni Potsdam im dortigen Institut für Musik in Planung, auch Lehramtsstudierende mit einem Bandinstrument als Hauptfach aufzunehmen - zuständig ist Prof. Dr. Birgit Jank

FAZIT: "es besteht Hoffnung"



ZUKUNFTSWERKSTATT 2 PERSPEKTIVEN FÜR KULTURPOLITISCHE POPMUSIKFÖRDERUNG “wouldn't it be good?”

Moderation: Ulrike Blumenreich (Kulturpolitische Gesellschaft), Cornelia Schuster (LKJ Berlin)

Probleme:

- Ressortzuschnitte und –zuständigkeiten
→ Auswirkung auf Förderung
- Geringere Finanzmittel
- Pop wird nicht als Querschnittsaufgabe wahr genommen
- Weniger Förderakteure – mehr Anfragen
- Popmusik kein anerkannter Bereich
- Fehlende Darstellung des gesamten kulturellen Prozesses Pop
- Vorherrschendes Bild „Popmusik finanziert sich selbst!“
- Kein durchgängiges System bei Wettbewerben und Förderungen
- Wettbewerbe als sinnvolles Förderinstrument?
- Wegbrechen von Veranstaltungsorten
- Soziokulturelle Zentren gehen aufgrund der wirtschaftlichen Zwänge kein Risiko ein
- Fehlendes Bewusstsein bei Publikum und Medien
- Fehlende Bereitschaft sich auf etwas Neues einzulassen
- Wer beurteilt was gute und schlechte Musik ist?
- Popmusik wird nicht als Arbeit betrachtet
- Die mittlere Ebene fehlt bei der Förderung
- Es fehlen Infrastrukturen (Technik, Management, Coaching)
- Fehlende Organisation
- Medien ziehen sich aus Aufbauarbeit und Netzwerken zurück → öffentlicher Auftrag
- Medienmacht- und –einfluß
- Wenn Medienberichterstattung, dann nur lokal
- Pop wird nach Quantität und nicht Qualität beurteilt
- Diffuses Selbstbildnis der Popakteure (Kunst, Kulturgut, Protest)
- Unterschiedliche Zielrichtung der Akteure
 - Streit in der Szene
 - gegenseitige Schuldzuweisungen
- Kindern wird kein Zugang mehr zu Musik vermittelt
- Befähigung zum Aktiven
- Mittelverlagerung zu Schulen
- Ganztagsschule → zieht SchülerInnen aus Jugendarbeit
- Ausfall des Musikunterrichts
- Bei Kooperation von Schule & Externen, wer bezahlt?
- Schule als autarkes System
- Überförderung von Lehrern
- Mangelnde Einbindung von Menschen mit Migrationshintergrund
- Fehlender Zusammenschluss von Akteuren
- Fehlende Übersicht über Fördertöpfe
- Hemmnisse bei Netzwerken:



- divergierende Interessen
- Finanzierung
- Manpower
- Dynamik

Lösungen:

- Zusammenarbeit der verschiedenen Ressorts in Bund, Ländern und Kommunen
- Zusammenarbeit der Musikwirtschaft, Medien und Bands wie z.B. in England
- Verbindung zur Plattenindustrie
- Jugendkulturfestival
- Austauschnetzwerk → Bands, Veranstalter
- Bandpatenschaft
- Imagekampagne in allen Richtungen
- Bandbefragung, Infrastruktur erfassen, fehlende Beratung
- Internetplattform / Bandportal
- Blick in die anderen Bundesländern
- Medienpartnerschaften mit öffentlich-rechtlichen Sendern / Verantwortung der Sender einfordern
- Mehr Mut der Sender, unbekannte Bands in das Programm aufnehmen
- Selbstverständnis / Ziel von Popmusik diskutieren und definieren
- Schule muss sich für Popmusik öffnen → Lehrerfortbildung

ZUKUNFTSWERKSTATT 3

PERSPEKTIVEN FÜR JUGENDPOLITISCHE POPMUSIKFÖRDERUNG "welcome to the jungle"

Moderation: Thomas Heppener (Anne Frank Zentrum Berlin)

- NETZWERKE
Probleme: Jugendhäuser arbeiten gegeneinander (Konkurrenzsituation); Hindernis: unterschiedliche Struktur (Schule, freie Träger, kommunale Einrichtungen); fehlende Netzwerke regional & überregional; fehlende Austauschmöglichkeiten
Lösung: Fusion der Träger zu regionalen & überregionalen Netzwerken mit Kontakten zu Politik & Presse; Jugendkulturnetz als institutionalisierte Plattform des Ideenaustauschs; Abbau von Berührungängsten; Kooperationsmöglichkeiten über Projekte suchen & nutzen; Chancen in Ganztagschulen?
- LOBBY
Probleme: nur noch an Zahlen orientiert; Hemmschwellen zwischen Trägern und Politik; zu kleine Träger, die kaum ihre eigene Arbeit schaffen; Arbeit wird nicht wertgeschätzt; fehlende Vorzeigeprojekte; keine Vorstellungen von der Arbeit, für Jugendliche, für Jugendmusik & pädagogische Arbeit
Lösung: Erfolge öffentlichkeitswirksam feiern (Presse-Event mit Politikern); Popmusik wird als Kulturgut anerkannt; Sponsoren sind stolz Projekte langfristige zu unterstützen; Träger haben professionelle Kräfte für PR/Lobby/Öffentlichkeitsarbeit; gute Arbeit ins rechte Licht rücken



- FINANZIERUNG
Probleme: mangelnde Flexibilität bei öffentlichen Mitteln; Infrastrukturförderung wird gekürzt; Abhängigkeit von privaten Gönnern; fehlende Kontinuität; Politikwechsel; Mittelkürzungen
Lösungen: langfristige, gesicherte Finanzierungsstruktur; freiwillige Verpflichtung der Kulturwirtschaft einen bestimmten Gewinn-Ertrag in die Basisförderung zu stecken; Verwendung von zusätzlichen Steuergeldern für den sozialen Bereich; Qualifizierung der Mitarbeiter zur Mittelakquise
- PERSONAL
Probleme: Ehrenamtlichkeit; „1-Euro-Jobs“; fehlende Kontinuität / Identität / Motivation; Perspektivlosigkeit
Lösungen: Verringerung des bürokratischen Aufwandes zur Schaffung neuer Stellen; qualifizierte Arbeit mit gerechter Entlohnung; Änderung der Politik zum Arbeiten im Sinne des Volkes (→ Lobbyarbeit); Professionalisierung mit entsprechender Bezahlung; Würdigung der Arbeit; Finanzierung von Koordination; Finanzierung von Öffentlichkeitsarbeit
- RÄUME
Probleme: stehen nicht kontinuierlich zur Verfügung; öffentliche Räume werden zweckentfremdet; zu wenig Mobilität / Auftrittsmöglichkeiten / Proberäume / Begegnungsstätten
Lösungen: mehr & bezahlbare & gut ausgestattete Räume

ZUKUNFTSWERKSTATT 4

PERSPEKTIVEN FÜR WIRTSCHAFTSPOLITISCHE POPMUSIKFÖRDERUNG “money, money, money”

Moderation: Prof. Udo Dahmen (Popakademie Baden-Württemberg)

Probleme:

- Geldmangel
- Rückgang der Einnahmen
- keine wirtschaftliche Denkweise
- „Indie-Mythos“
- Kunst vs. Kommerz
- Räume
- Gesellschaftliche Anerkennung
- Produktionsmöglichkeiten
- zu wenig Plattformen
- Medienpräsenz
- Netzwerk
- rechtliche Praxis
- mangelndes Business Know-How
- fehlende Beratungsstellen
- Zugang zu Informationen
- Qualität der Künstler
- Manager-Nachwuchs



Lösungen:

für Förderer:

- öffentliche Mittel
- private Mittel
- Langfristigkeit
- Fach- und Koordinierungsstellen
- politische Absicherung
- Lobbyarbeit
- Einrichtung von Förderbudgets in Jugend- und Kultur (ähnlich Filmförderung)
- Landesmedienanstalten
- Vielfalt
- Vernetzung
- Förderung inländischer Musik durch Musikexportbüros

für Künstler:

- Businessplan
- Künstlerfond
- Eigenverantwortung
- Netzwerk
- Kreativpool
- Solidaritätsfond für Newcomer
- Aus- und Weiterbildung
- Produktionsstätten
- Austausch
- Profilschärfung
- Schaffung eines Businessumfeld

für Unternehmen:

- Indie-Netzwerk
- Kompetenzzentrum
- Existenzgründerförderung
- Nachwuchs (Schulen)



ABSCHLUSSDISKUSSION „the final countdown“

In der abschließenden Podiumsdiskussion sollen zum einen die wichtigsten Tagungsergebnisse zusammen gefasst und reflektiert werden. Zum anderen sollen darauf aufbauend verschiedene Perspektiven und Umsetzungsmöglichkeiten für eine umfassende, querschnittsorientierte Jugend(kultur)- und Popmusikförderung erörtert werden.

REFERENTINNEN: **UDO DAHMEN**, Geschäftsführer Popakademie Baden-Württemberg
DR. MARGARTE SCHWEIZER, Kulturstiftung des Bundes; Projektleiterin „Kinder zum Olymp“
KLAUS FARIN, Journalist und Leiter des Archivs der Jugendkulturen e.V.
CHRISTIAN HÖPPNER, Generalsekretär des Deutschen Musikrates;
 Stellvertretender Vorsitzender des Deutschen Kulturrates

MODERATION: **PROF. MANFRED EICHEL**, Journalist und Professor an der UDK Berlin



Der Begriff „Pop“ ist nicht genau zu definieren (Udo Dahmen), aber Pop ist ein wichtiger Bestandteil im jugendkulturellen Angebot.

Musik ist zwar die zweitliebste Beschäftigung der Jugend, aber das unbeliebteste Schulfach (Christian Höppner).

Wann lässt sich Wissenschaft & Schule auf populäre Musik ein?

- in einzelnen Schulen abhängig vom Engagement und Interesse des Lehrers (?)

Das gesellschaftliche Bewusstsein muss sich ändern. Frau Merkel spricht zwar von Wissensgesellschaft, sollte aber auch die Kreativgesellschaft mit einbeziehen. (?)

Das Konzept der Ganztagschule mit unterschiedlichen Angeboten könnte eine Lösung sein. (Schweizer & Höppner)



Panel 1: Pop & Bildung führen ein schwieriges Verhältnis, aber gerade wegen Ganztagschuldebatte gibt es Hoffnung

Panel 2: Pop & Kultur: Netzwerke – Runder Tisch Vereine Verbände – Der Einzelne ist gefragt & gefordert

Panel 3: Pop & Jugendarbeit: Probleme durch fehlende Räume, fehlende Lobby und hohe Kosten. Ideen sind gefragt. Forderung nach Vernetzung. Gegen projektbezogene Arbeit, weil Prozesse länger dauern. Sozialarbeiter müssen Allrounder sein und sich um eigene PR und Geldbeschaffung kümmern.

Panel 4: Pop & Wirtschaft: Kompetenzzentren wie Region Stuttgart sind wichtig für eine nachhaltige Entwicklung.

8 Millionen Menschen befassen sich mit Musik

„Jugend musiziert“ ist zwar gut, aber bei Musik geht es nicht nur um Leistungsmessung

Problem: Verschulung der Musik an Ganztagschulen? Eigeninitiative könnte verschwinden.

Ganztagschule nur bis 16 Uhr. Danach ist genug Zeit für Eigeninitiative, also müssen offene Jugendarbeit und offene Angebote bleiben. Kreatives und Potential wird mehr von außen reingetragen.

Politische Wissensbildung findet von unten statt! Bewusstsein für Veränderungen und für neue Themen schaffen und Überzeugung ausstrahlen. Dafür ist eine Öffentlichkeitsarbeit wichtig.

PODIUMSTEILNEHMERINNEN

DR. MARGARETE SCHWEIZER

KLAUS FARIN

geboren 1958 in Gelsenkirchen, gab bereits im zarten Alter von 15 Jahren seine erste Zeitschrift in seinem Gelsenkirchener Gymnasium heraus, mit 18 war er der jüngste Volkshochschuldozent

Deutschlands; sein erstes Buch veröffentlichte er mit 20 Jahren, das Vorwort schrieb Günter Wallraff.

1980 siedelte Farin, vor allem wegen der lebendigen Jugendszene, nach Berlin über. Der zusammen mit Eberhard Seidel-Pielen verfasste Band Krieg in den Städten wurde aufgrund seines neuartigen Ansatzes, die Jugendlichen selbst zu Wort kommen zu lassen, zu einem Standardwerk moderner

Jugendsozialforschung. Aus dieser Arbeit heraus ergab sich eine längere Beschäftigung mit dem

Themenkreis „Rechte Jugendliche und Skinheads“, dem zahlreiche Publikationen zu anderen

Jugendkulturen folgten. Die Gesamtauflage seiner Bücher liegt derzeit bei über 200.000 Exemplaren.

Keineswegs ist Farins Engagement auf seine publizistischen Aktivitäten beschränkt. So gründete er 1997 mit gleichgesinnten Journalisten und Wissenschaftlern das Archiv der Jugendkulturen. Sich der Kritik stellend, trägt er seine gewonnenen Erkenntnisse dorthin, wo sie notwendig und gefragt sind: in Betriebe, Schulen, Jugendzentren, Universitäten, Buchhandlungen und Strafanstalten. Farin lebt und arbeitet heute als Leiter des Archivs der Jugendkulturen und Lektor in Berlin, daneben ist er auf Vortragsreisen in ganz Deutschland unterwegs. Bis heute hat Farin 29 Bücher veröffentlicht, war Mitarbeiter und Herausgeber mehrerer Zeitschriften, drehte Filme und produzierte Radio-Hörspiele und -Features.

CHRISTIAN HÖPPNER

wurde 1956 in Berlin geboren und erhielt an der Hochschule der Künste eine Ausbildung zum

Instrumentallehrer, Musikpädagogen und Cellisten mit anschließendem Dirigierstudium. Christian Höppner

ist Generalsekretär des Deutschen Musikkrautes, dessen Präsidiumsmitglied bzw. Vizepräsident er von 2000 bis 2004 war. Seit 1986 unterrichtet er als Lehrbeauftragter für Violoncello an der Universität der Künste



Berlin (ehemals HdK). 1984 übernahm er die Leitung der Musikschule Berlin-Wilmersdorf und 2001 die Leitung der fusionierten Musikschule Charlottenburg-Wilmersdorf von Berlin bis zu seinem Amtsantritt als Generalsekretär des Deutschen Musikrates in 2004. Christian Höppner ist Präsident des Landesmusikrates Berlin, Vorsitzender des Landesausschusses „Jugend musiziert“ Berlin, Mitglied des Aufsichtsrates der gemeinnützigen Betriebsgesellschaft mbH (Landesmusikakademie u. Kinder- u. Jugendfreizeitzentrum Wuhlheide), Altpräsident von Rotary Berlin-Spree, stellvertretender Vorsitzender des Deutschen Kulturrates und Sprecher für die Sektion Musik im Deutschen Kulturrat, Mitglied im Programmausschuss von RTL, Kuratoriumsmitglied des Frankfurter Musikpreises, Chefredakteur des Magazins Musikforum, Juryvorsitzender zur Vergabe des Kulturgrosschens und Jurymitglied zur Vergabe des Inventio. Zudem vertritt er den Deutschen Musikrat in der Deutschen UNESCO-Kommission. Neben der künstlerischen Leitung des Berliner Mozartorchesters wurde er 1995 für das brasilianische Kammerorchester und den Kammerchor Camarata Musica antiqua zum Prinzipal Guest Conductor berufen. Die Orchesterarbeit ruht zurzeit wegen der Ausweitung seiner musikpolitischen Tätigkeiten. Für sein Engagement um das Berliner Musikleben wurde er im Jahr 2001 von Bundespräsident Johannes Rau mit dem Bundesverdienstkreuz ausgezeichnet.

Die restlichen Diskussionsteilnehmer wurden bereits in den Panels vorgestellt.

