

5. Künstler

Nachhaltige Projektentwicklung

Das am meisten verbreitete Projekt ist der Nachwuchswettbewerb. Dieser läuft meist nach dem Einheitsschema „Band auf die Bühne, Publikum rein, Geld kassieren, Saubermachen“ ab. Dabei können aus Wettbewerben durchaus effektive Förderprojekte entstehen, die Musikern Business-Kontakte und notwendiges Know-how vermitteln. Gerade Musikern, die am Anfang ihrer künstlerischen Laufbahn stehen, bieten Wettbewerbe große Vernetzungschancen. In Deutschland gibt es eine Vielzahl unterschiedlicher Nachwuchswettbewerbe. Doch welchen Nutzen haben sie, wenn sich ihnen keine Fördermaßnahme anschließt? Wie sollten die einzelnen Projekte gestaltet sein, um Musiker und Bands nachhaltig zu unterstützen? Und welche Entwicklungsperspektiven gibt es für Musikförderprojekte? Mit diesen Fragen beschäftigte sich das von Pierre Seidel (Popbüros Baden-Württemberg) moderierte Panel „Nachhaltige Projektentwicklung – Musikwettbewerbe, Künstler-Coaching und andere Methoden“.

5.1 Wie kann Nachhaltigkeit gewährleistet werden?

Henning Rügenapp vom Forum für PopKultur Niedersachsen hob in seinem Impulsreferat hervor, dass eine flächendeckende Bestandsaufnahme von Förderprojekten in Deutschland und deren Ordnung nach unterschiedlichen Merkmalen besonders wichtig sei. Als Merkmale eigneten sich die Förderpyramide mit einer Gliederung von Breiten- bis Spitzenförderung, der Förderzeitstrahl und die Förderlandkarte.

Coaching-Angebote haben in den letzten Jahren gegenüber Wettbewerben stark an Bedeutung zugenommen, bemerkte Rügenapp. Das bedeute aber nicht, dass Coachings generell für alle Bands die beste Lösung sind.

Es sei sinnvoll, dass Fördermaßnahmen aufeinander aufbauen. Dafür müssten die einzelnen Anbieter über bestehende Projekte und Maßnahmen informiert sein. Auffällig sei, dass eine Verbindung zwischen der Spitzen- und der Nachwuchsförderung fehlt. Vor allem mangle es an Angeboten, die auf die Bedürfnisse von Semiprofis angepasst sind. Hier gehe es zum Beispiel um die Förderung bei Tourneen, Band-Bussen und Booking. Idealerweise bestehe eine breite Palette an Angeboten, aus der Bands die zu ihrem Bedarf passenden wählen können.

Eine weitere Voraussetzung für nachhaltige Förderprojekte sei, dass für jedes Projekt eine ehrenamtliche und hauptamtliche Kraft durchgängig als Ansprechpartner zur Verfügung steht.



Henning Rügenapp, Forum PopKultur Niedersachsen

Nach Rümenapp zeichnen sich nachhaltige Förderprojekten aus durch:

- konstruktives und fachliches Feedback – Dieses wird immer gewünscht und eingefordert. Dabei sollten Anregungen für die Zukunft gegeben werden und Visionen entstehen.
- Know-How-Vermittlung – Diese muss bedarfsgerecht sein und den Bands auch nach dem Projekt zur Verfügung stehen.
- Gruppenstruktur – Die Prioritäten und Ziele der Bandmitglieder müssen geklärt werden, um eine bedarfsgerechte Betreuung zu ermöglichen.
- Netzwerkbildung, Chancengleichheit und Eigenverantwortung der Teilnehmer

5.2 Beispielhafte Förderprojekte

Anselm Kluge (Popkurs Hamburg), Markus Graf (LAG Rock & Pop Rheinland-Pfalz) und Marleen Mützlaff (Deutscher Musikrat) klärten über das Angebot der von ihnen vertretenen Förderangebote auf.

5.2.1 Popkurs in Hamburg

Der Popkurs Hamburg besteht seit 1982 und ist Vorreiter der Popmusikausbildung in Deutschland. 50 Sänger und Instrumentalisten, Songwriter und Performer können jährlich an dem berufsbegleitenden Crashkurs teilnehmen. Sie müssen ein zweistufiges Auswahlverfahren bestehen: 1. Anhand von eingereichten Demo-Aufnahmen wird eine Vorauswahl getroffen. 2. Bei einem Live-Vorspiel wird schließlich entschieden, wer teilnehmen kann. Der Popkurs besteht aus einer Arbeitsphase von ca. 3 Wochen jeweils im März und August. Die Kreativität der Teilnehmer, die Entwicklung des Talents und die Arbeit am eigenen Material stehen im Zentrum des Kurses. Aber auch Know-how über das Musikbusiness wird vermittelt. Am Popkurs haben unter anderem teilgenommen: Wir sind Helden, Seeed, Revolverheld, Die Happy, Fury in the Slaughterhouse und Rosenstolz.

www.popkurs-hamburg.de



Anselm Kluge, Popkurs

5.2.2 Rockbuster in Rheinland-Pfalz

Der Rockbuster existiert seit 1986 und ist der bedeutendste rheinland-pfälzische Nachwuchswettbewerb für Rock- und Popmusik. Er richtet sich an Bands und einzelne Musiker. Seit 1995 wird der Wettbewerb von der LAG Rock & Pop Rheinland-Pfalz e.V. im Auftrag der Landesregierung und mit Unterstützung des SWR veranstaltet. Der Wettbewerb besteht aus drei Stufen: Anhand von Demo-Aufnahmen wird entschieden, wer zu den fünf Live-Vorentscheidungen eingeladen wird. Dort entscheidet sich, wer am Finale, dem Rockbuster,

teilnimmt. Die besten drei Bands werden in das Förderprogramm der LAG Rock & Pop aufgenommen. Sie erhalten Sachleistungen im Wert von rund 20.000 Euro. Dazu gehören unter anderem ein Coaching und eine CD-Produktion.

www.rockbuster.de

5.2.3 Popcamp in Deutschland

Das Popcamp wird seit 2005 von der Projektgesellschaft des Deutschen Musikrates durchgeführt und vom Beauftragten der Bundesregierung für Kultur und Medien gefördert. Initiator des „Meisterkurses für Populäre Musik“ ist Prof. Udo Dahmen, Aufsichtsratsmitglied des Deutschen Musikrat und Direktor der Popakademie Baden-Württemberg. Fünf hochtalentierte Bands bzw. Musiker erhalten in drei Arbeitsphasen über jeweils eine Woche mit Experten aus der Musikwirtschaft eine individuelle und bedarfsgerechte Förderung. Dazu gehört auch die Erstellung eines electronic press kits (EPK) in Zusammenarbeit mit der Deutschen Rockmusikstiftung. Die Teilnehmer können sich nicht bewerben, sondern nur von ausgewählten Institutionen wie Landesmusikräte, Einrichtungen der Aus- und Weiterbildung, Vereine und Verbände sowie Wettbewerbe und Medien nominiert werden. Aus den Nominierten werden anhand von Demo-Material und Internet-Auftritt in einem ersten Schritt acht Bands bzw. Musiker ausgewählt. Bei einem Live-Gig wird schließlich entschieden, wer von ihnen am PopCamp teilnehmen kann.

www.popcamp.de

5.3 Das Förderangebot betreffende Fragen

5.3.1 Ausrichtung auf Bands oder einzelne Musiker?

Die vorgestellten Fördermaßnahmen unterscheiden sich bzgl. ihrer Zielgruppe. Während der Popkurs Hamburg einzelne Musiker fördert, richten sich Popcamp und Rockbuster vorwiegend an Bands. Hier stellt sich die Frage, ob immer nur die Band als Ganzes oder aber auch einzelne Band-Mitglieder mit ihren individuellen Bedürfnissen gefördert werden.

Bei Band-Coachings sollten die Ziele der einzelnen Bandmitglieder hinterfragt werden. Wenn sich diese zu stark unterscheiden, sollten Bands Konsequenzen ziehen. In diesem Fall kann das Auflösen einer Band auch eine Form von Förderung sein, obgleich das sicherlich eine Ausnahme darstellt.

In bestimmten Fällen, ist es sinnvoll, einzelne Bandmitglieder stärker zu fördern und ihnen die Möglichkeit zu geben, gemeinsam mit anderen Musikern neue Projekte zu realisieren.



von links nach rechts: Henning Rümenapp, Forum PopKultur Niedersachsen / Marleen Mützlaff, Deutscher Musikrat / Pierre Seidel, Popbüro Region Stuttgart / Anselm Kluge, Popkurs / Markus Graf, LAG Rock & Pop Rheinland-Pfalz e.V.

Man sollte ehrlich zu den Bands sein und ihnen offen mitteilen, wenn sie keine Zukunft haben. Nur so kann vermieden werden, dass durch Fördermaßnahmen Bands künstlich am Leben gehalten werden, die sich sonst längst aufgelöst hätten.

5.3.2 Gebührenpflichtig oder nicht?

Auf diese Frage gibt es keine eindeutige Antwort.

Auf der einen Seite sollte man Musikern unbedingt von Coachings abraten, die viel Geld kosten. Die meisten Bands sind einem enormen Konkurrenzdruck ausgesetzt. Es gibt unseriöse Anbieter, die die schwierige Situation der Bands ausnutzen und mit falschen Versprechungen locken. Es wäre wünschenswert, in einer Übersicht über seriöse und nicht seriöse Angebote aufzuklären. Ein erster Ansatz ist der Förderatlas, den der VUT für die Initiative Musik erstellt.



Pierre Seidel, Popbüro Region Stuttgart

Auf der anderen Seite sind Teilnehmergebühren nicht grundsätzlich abzulehnen. Sie können ein Zeichen für die Qualität des Förderangebots sein und eine moralische Bindung bei den Bands erzeugen. Durch das Erheben einer Teilnahmegebühr kann gewährleistet werden, dass nur Bands, die wirklich engagiert sind, das Förderangebot wahrnehmen. Aus diesem Grund wird beim Popcamp beispielsweise pro Band eine Teilnehmergebühr von 500 Euro erhoben. Der finanzielle Aufwand für den Meisterkurs ist weitaus höher und lässt sich damit nicht ansatzweise tragen.

5.3.3 Bedeutung von „Jugend musiziert“

Im 46. Bundeswettbewerb für das „instrumentale und vokale Musizieren der Jugend“ wird 2009 erstmalig eine Pop-Kategorie eingeführt. Dieses Jahr haben Nachwuchs-Bassisten die Möglichkeit, ihr Können unter Beweis zu stellen. 2010 wird als Pop-Kategorie Pop-Gesang und 2011 Drumset und Gitarre vertreten sein.

Die Bedeutung des Wettbewerbs für Instrumentalisten wird als gering eingeschätzt. Denn die meisterhafte Beherrschung des Musikinstruments bzw. der Stimme ist bei der Popmusik nicht so ausschlaggebend wie in der Klassik bzw. zeitgenössischen Musik. Bemängelt wird, dass zum einen keine Möglichkeit besteht, einzelne Musiker zusammenzubringen, und zum anderen es keine langfristige Förderung nach dem Wettbewerb gibt. Nur der Förderpreis für Singer/ Songwriter, wie er 2008 vom Landesmusikrat Niedersachsen angeboten wurde, scheint sinnvoll. Der Landesmusikrat lud zehn Jugendliche im Alter zwischen 15 und 20 Jahren zu einem Coaching in die Landesmusikakademie Wolfenbüttel ein.

5.3.4 Wirkung & Nebenwirkung von Coachings

Bands und Musiker haben die Möglichkeit, Kontakte zu bekannten Persönlichkeiten der Musikbranche zu knüpfen, mit denen sie innerhalb eines Coachings eng zusammenarbeiten.

Bei einem musikalischen Coaching besteht immer die Gefahr, dass eine Band den Stil des Dozenten übernimmt, ohne dies zu hinterfragen. Wie viel letztlich aber übernommen wird, liegt in der Eigenverantwortung der Bands.

Unproblematischer ist die Beratung bei Fragen über zum Beispiel Steuerrecht, Urheberrecht und Eigenvermarktung, bei denen viele Bands Defizite aufweisen.

5.3.5 Fazit

Für das Aufbauen nachhaltiger Förderprojekte ist folgendes zu beachten: Es muss einen festen Ansprechpartner für das Projekt geben. Die Angebote sollten vielfältig und bedarfsgerecht sein sowie auf verschiedenen Ebenen sinnvoll ineinandergreifen. Dies funktioniert nur, wenn die Projekte inhaltlich auf einander abgestimmt sind. Dafür sind Netzwerke und Wissensaustausch von besonderer Bedeutung.

Ein bedarfsorientiertes Coachen ist immer einem starren Förderprogramm vorzuziehen.