

pop NDS

DOKUMENTATION

**08 & 09
JULI**



**[pop]meeting
2022**

**Kongress für alle
Akteur*innen
in der Popkultur**

**MusikZentrum
Hannover**



Vorwort von popNDS

Liebe Teilnehmer*innen das [pop]meetings,

wir freuen uns, dass ihr am 8. und 9. Juli beim ersten [pop]meeting veranstaltet vom Bündnis popNDS dabei wart. Hinter uns liegen zwei ereignisreiche Tage voll von neuen Begegnungen, neuem Input und neuen Ideen. Wir hoffen, dass ihr alle etwas für euch und eure musikalischen Karrieren mitnehmen konntet.

In dieser Dokumentation stellen wir euch die wichtigsten Informationen und die wichtigsten Learnings aus den Workshops und Diskussionsrunden zusammen. So könnt ihr die ein oder andere Sache, die in Vergessenheit geraten ist, im Nachgang noch einmal nachlesen.

popNDS ist ein Bündnis zur Förderung der Popkultur in Niedersachsen - Eine gemeinsame Initiative von Musikland Niedersachsen und Landesmusikakademie im Landesmusikrat, LAG Rock und Klubnetz.

Das [pop]meeting ist gefördert durch das Niedersächsische Ministerium für Wissenschaft und Kultur, die Initiative Musik gemeinnützige Projektgesellschaft mbH mit Projektmitteln der Beauftragten der Bundesregierung für Kultur und Medien und PPC.

TAG 1



PODIUMSDISKUSSION

»Future of Pop, international Landscapes«

Sprecher*innen:

Guy Morrow (University of Melbourne),

Neus Lopez (Initiative Musik),

Matt Strobel (MusicTech Germany),

Charlene Hegarty (Oh Yeah Belfast)

Moderation: **Erika Emerson** (Musikerin)

Aus der Perspektive eines Newcomer-Artists interviewte Songwriterin und Produzentin Erika Emerson im Rahmen des Auftakt-Panels »Future of pop« nationale wie internationale Gäste zu aktuellen Karrierewegen und -strategien. Während in Hannover die Sonne schien, war bei Musikmanager und Wissenschaftler Dr. Guy Morrow, der als Experte aus dem australischen Melbourne zugeschaltet war, bereits der Abend angebrochen. Aus Belfast berichtete Charlene Hegarty vom Oh Yeah Music Centre über die Bedeutung des Community Buildings für den Aufbau einer Künstlerkarriere. Neus Lopez von der Initiative Musik berichtete von ihren Aktivitäten im Bereich Künstler*innenförderung und -Export und Matt Strobel über die Entwicklungen und Perspektiven für Künstler*innen im Bereich MusicTech.



WERTVOLLE LINKS:

Künstler*innen- und Exportförderung der Initiative Musik:

<https://www.initiative-musik.de>

MusicTech Germany:

<https://www.music-tech.de>

»Designing the music business« – Buch von Guy Morrow:

<https://link.springer.com/book/10.1007/978-3-030-48114-8>

Oh Yeah Music Centre Belfast:

<https://www.ohyeahbelfast.com>



SPEED-DATING FÜR ALLE



WORKSHOP- PHASE 1

WORKSHOP
**»Branchenübergreifendes
Design Thinking«**
Celine Irony Staigies
(The Why Guys)



In dem Workshop mit Celine wurde die Design-Thinking-Methode vorgestellt und angewandt. Der Prozess besteht aus sechs Phasen:

- 1) Verstehen: Kontext verstehen und Nutzer*innen identifizieren
- 2) Beobachten: Nutzer*innen und ihre Bedürfnisse beobachten und verstehen
- 3) Standpunkt definieren: Erkenntnisse herausarbeiten und Ansatzpunkt identifizieren
- 4) Ideen finden: Ideen entwickeln, die die Probleme von Nutzer*innen lösen könnten
- 5) Prototyp erstellen: Zu der besten Idee einen Prototypen entwickeln
- 6) Testen: Mit Nutzer*innen testen, Feedback sammeln und Produkt optimieren

Am Beispiel eines Portemonnaies wurde der Prozess durchgespielt. Mit Bastelutensilien wurde am Ende sogar ein Prototyp eines neuen Portemonnaies entwickelt. An diesem Beispiel sollte deutlich gemacht werden, wie mit Hilfe der Design Thinking Methode komplexe Probleme gelöst und neue Ideen entwickelt werden können.



WEITERFÜHRENDE LINKS:

**Berliner Team: Design-Thinking
einfach erklärt:**

[https://www.berlinerteam.de/magazin/
design-thinking-einfach-erklart/](https://www.berlinerteam.de/magazin/design-thinking-einfach-erklart/)

In dem Workshop von Sebastian ging es um die Frage, wie sich Vereine zukünftig besser digital aufstellen können. Dazu hatte er viele Tipps und Tricks im Gepäck.

In diesem kurzen Tutorial der LAG Rock erklärt Sebastian, wie ein Verein in wenigen Schritten zum papierlosen Arbeiten kommt:
<https://www.youtube.com/watch?v=1wMkHxpnuqc>

WORKSHOP
»Moderne digitale Vereinsführung«
Sebastian Baller (LAG Jugend und
Film Niedersachsen)

Auf der Seite **digitale-nachbarschaft.de** vom Deutschland sicher im Netz e.V. gibt es viele hilfreiche Hinweise für digitales Arbeiten in Vereinen:

Handling von Mitgliederdaten:

[https://www.digitale-nachbarschaft.de/sites/default/
files/2020-04/DN_Handbuch_02_02_Mitgliederdaten.pdf](https://www.digitale-nachbarschaft.de/sites/default/files/2020-04/DN_Handbuch_02_02_Mitgliederdaten.pdf)

Handbuch Online-Kommunikation:

[https://www.digitale-nachbarschaft.de/sites/default/
files/2021-05/210505ww_DN_Handbuch_04_01_ANSICHT.pdf](https://www.digitale-nachbarschaft.de/sites/default/files/2021-05/210505ww_DN_Handbuch_04_01_ANSICHT.pdf)

Handbuch Digitaler Wandel:

[https://www.digitale-nachbarschaft.de/sites/default/
files/2022-04/HANDBU-1.PDF](https://www.digitale-nachbarschaft.de/sites/default/files/2022-04/HANDBU-1.PDF)

Handbuch Digitale Teilhabe:

[https://www.digitale-nachbarschaft.de/sites/default/
files/2022-01/DiNa_Handbuch_Digitale_Teilhabe.pdf](https://www.digitale-nachbarschaft.de/sites/default/files/2022-01/DiNa_Handbuch_Digitale_Teilhabe.pdf)

Übersicht des LandesSportBund Niedersachsen e.V. zum Thema Digitalisierung:

<https://lsb-niedersachsen.vibss.de/mein-verein-digital/>

Der Softwareüberblick:

[https://lsb-niedersachsen.vibss.de/fileadmin/niedersachsen/
Digitalisierung/02_Vereinsalltag/021_Vereinsmanagement/
Vereinsmanagement.pdf](https://lsb-niedersachsen.vibss.de/fileadmin/niedersachsen/Digitalisierung/02_Vereinsalltag/021_Vereinsmanagement/Vereinsmanagement.pdf)





»DIY City of Music«

Moderation: **Fabian Huch**

mit Gästen: **Julian Butz** (NEUBAU Music), **Franziska Schoch** (kreHtiv), **Chris Heide** (Kiezkultur)

Stellt euch vor, ihr könntet euch eine Musikstadt bauen? Wie würde sie aussehen? Welche Angebote gäbe es, wie sähe die Infrastruktur aus und wie die Community? In der Diskussionsrunde DIY City of Music haben wir darüber gesprochen, wo zwischen Status Quo und Utopie ein realistisches Bild von einem Musikstandort Hannover gezeichnet werden kann und was es aus unserer Sicht bräuchte, um dem Anspruch einer Musikstadt gerecht zu werden.

In der Diskussion zeigte sich, dass für die Teilnehmenden vor allem eine bessere Übersicht aktueller Angebote, eine stärkere Vernetzung vorhandener Initiativen und insbesondere ein Ort der Begegnung wichtig wären. Auch ein Showcase-Festival wie das anstehende Kiezkultur können die Attraktivität eines Standorts aus Sicht der Teilnehmenden steigern.

Bei dem Bedarf nach einem Begegnungsraum wurde auf die **RAMPE**, den neuen Co-Working-Space für Musiker*innen, hingewiesen. Es wurde daraufhin die Verabredung getroffen, sich ab sofort mittwochs zwischen 9 und 12 Uhr in der RAMPE zum Co-Working zu treffen. Weitere Infos zu gibt es hier: <https://pop-nds.de/open-music-co-working/>
RAMPE: <https://rampe.works>

WORKSHOP

»Mental Health«

Nathalie Mong (Music & Soul)

WORKSHOP- PHASE 2

Der Workshop mit Nathalie hat die Musikbranche, insbesondere das Tour-Leben, als Arbeitsumfeld mit Auswirkungen auf die mentale Gesundheit unter die Lupe genommen. Gerade das Leben unterwegs ist aber auch sehr viel härter und ungesünder, als die meisten denken. In dem Workshop ging es um mögliche Überlastungsanzeichen, Unterstützungsmöglichkeiten und praktische Strategien zur Bewältigung.

»Ohne Gesundheit ist alles nichts!«

Gute vs. Schlechte mentale Gesundheit:

- Gut: Gefühle wahrnehmen, sie zeigen, steuern, gesunde Beziehungsgestaltung, Bewusstsein des eigenen Verhaltens, Selbstfürsorge, guter Umgang mit Stressoren, Leistungsfähigkeit
- Schlecht: Vermeidung von Gefühlen, sozialer Rückzug, toxische Beziehungen, Empathie gegenüber anderen nimmt ab, Vernachlässigung positiver Aktivitäten, schädliche Regulationsstrategien, Überforderung mit neuen Situationen → wenn sich schlechte Phasen wiederholen, die Dauer zunimmt, dann kann eine psychische Erkrankung folgen.

Kontinuum der Mental Health: es ist Bewegung drin, ALLE haben schlechte Phasen (auch wenn Social Media was anderes erzählt)

→ Regelmäßig überprüfen: Wo stehe ich und wie geht's mir? Achtsamkeitstraining und Journaling können dabei helfen Frühwarnzeichen zur erkennen oder an einer stabilen mentalen Gesundheit zu arbeiten.

Frühwarnzeichen können sein:

- Sozialer Rückzug, verändertes Essen, etc.

Was ist Stress?

- Unspezifische Reaktion auf was Neues und dabei eigentlich neutral
→ Ziel von Stress: Energiereserven für unmittelbare Kampf- und Fluchtreaktionen (Fight oder flight) sichern
- Stress in einer mittlere Ausprägung ist leistungsfördernd
- Schädlichkeit ist die Dauer, chronischer Stress
- Wie sehe ich meinen Gig? Das eigene Mindset beeinflusst Stressreaktion
- Chronischer Stress wirkt auf Körperebene (Immunabwehr); Gehirn, Beziehungen mit anderen, weniger Mitgefühl





WORKSHOP
»Producing«
Novaa

In dem Workshop von Künstlerin und Produzentin ging es darum, wie Producing als kreatives Songwriting-Tool eingesetzt werden kann. Dazu hat Novaa verschiedene Beispiele und Ansätze aus ihren eigenen Songs präsentiert.

- Beat Pattern als Ausgangspunkt verwenden, dazu Drum oder Samples recorden, bestehende verwenden, Beat Machine verwenden
- Mit Riff / Chordprogression starten
- Mit einem Ton starten, Midi Chord Progression programmiert, eingespielt, recordet
- Sample & Loops verwenden
- Viele unterschiedliche Quellen, z.B. Splice oder freesound.org
- Sample aus eigener Improvisation, selbst recorden
- Vocale Line / Vocal Chop nehmen
- Mit Vocal Melodie starten, selbst recorded, Sample, Processing



WORKSHOP
»Playlist Marketing«
Mirko Gläser
(Uncle M Music)

Deine neue Single hast Du erfolgreich für einen kommenden Release auf Spotify angelegt – sehr gut! Aber was dann? In diesem Workshop hat Mirko die Funktionsweisen von Spotify, Apple Music und co aufgezeigt und analysiert, wie auch kleine Bands sich im Spannungsfeld aus Algorithmen und Kurator*innen behaupten können.

4 versteckte Stolpersteine bei der Song-Anlage

Solo Artist vs. Add. Main Artist vs. Feat. Artist

→ Genaue Angabe zum/zur Interpret*in

Lyrics (musixmatch)

→ manche Länder sperren Titel, wenn keine Lyrics hinterlegt sind

Meta Data

→ Ausfüllen der Metadaten (GEMA & GVL)

ISRC

→ zwölfstellige digitale Kennung für Ton- und Videoaufnahmen hinterlegen

Artist Pages aufräumen

Es gibt Artist Pages bei den verschiedenen Streaming-Anbietern, die gepflegt werden sollten:

- Spotify for Artists
- Apple Music for Artists
- Amazon music | artists
- Deezer for Creators

→ Profile pflegen, Infotexte schreiben, eigene Playlists erstellen

Data-Analytics

Datenanalyse-Tools sollten genutzt werden, um zu überprüfen, wer/wann/wie/wo deine Musik hört: Chartermetric, Viberate

→ Diese Daten können von allen Künstler*innen eingesehen werden

→ Spotify & Co kennen und nutzen diese Daten auch

Planung zur Single

- Related Artists: musicube als Plattform zur Überprüfung der Frage: »Zu welchen anderen Künstler*innen & Songs passt deine Musik?«
- Top Kurator*innen: In Spotify Artists kann eingesehen werden, in welchen Playlists deine Songs sind, wie oft sie jeweils gehört werden, wer die Playlists erstellt hat und wie viele Hörer*innen dieser Playlists deine Songs daraufhin zu ihren eigenen Playlists hinzufügen
- Top Keywords, Hashtags: Google Ads berücksichtigen und nutzen
- Multiplikator*innen (Media & Blogs): Facebook, Instagram, YouTube etc. nutzen

→ darüber hinaus bspw. Tonarten deiner Songs via »songkick« für Shazam etc. hinzufügen sowie Live Dates eintragen (Spotify spielt Musik häufiger dort aus, wo du als Künstler*in live auftrittst)

Marketing/PR Phase

- Feature.fm als Umsonst-Tool für Marketing-Möglichkeiten zum Pre-Saven
- 4 Bonus Ideen für den erfolgreichen Presave-Link
- Targeting-Pixel (facebook pixel)
- Gewinnspiel: Giveaway (alle, die am Pre-Save teilnehmen und ihre Email-Adresse hinterlassen)
- Streuen, streuen, streuen (organisch): Facebook, Instagram, Twitter, Tiktok, Youtube, Whatsapp, LinkedIn

Pre-Save in 4 Schritten:

- Presave 1: 4 Wochen vor Release (Warme Zielgruppe)
- Presave 2: 2 Wochen vor Release (Lau-Warme Zielgruppe)
- Out Now: Release-Woche (Warme und lauwarmer Zielgruppe)
- Still Hot: 1x nach Release (lauwarmer und kalte Zielgruppe)



Die VÖ-Woche

Bei VÖ um 00:01 Uhr folgende Dinge machen: Pre-Save in Linktree umwandeln, Musiksticker streuen, Supporter-Dropbox aktualisieren, eigene Playlists aktualisieren, PR-Reminder versenden, Artist-Pick bei SFA, Social Media Vollgas

Die 3,5 Arten von Playlisten:

- ALGO (Release Radar, Daily Mix, Mix der Woche, Artist Radio) → rein von KI von Spotify generiert, kein Mensch kümmert sich drum
- Editorial Kuratiert (New Music Friday, Wilde Herzen, etc...)
- ALGO EDIT Mix (Rock Rotation, Deutsche Poesie) → teilweise personalisiert auf jeweiligen Nutzer
- User Generated

→ Wie kommst du rein?

- DIY
- Subhmit Hub
- Soundcampaining, daily playlists

Post-Release

Entwicklung Single Plays: Jeder Song braucht eigene Strategie

- Fan-Classic-Dauerläufer
- »kann sich auf Dauer nicht behaupten«
- »die neue Hit-Single«
- »solide B-Seite, wird passiv mitgezogen«

Ein paar Playlist Ideen:

- Eigene Playlist: Alle 6 Wochen neu kuratieren!
- 4 Arten, wie Hörer*innen deine Musik finden: Genre-Begriffe, Hobbys, Daten & Termine, Moods & Kontextuale Playlists (Über 90% der Hörer*innen bei Spotify wollen nicht den Bandnamen hören, sondern kommen durch diese Begriffe auf Songs)
- Außerhalb von Social Media Playlists bewerben



**TABLE QUIZ UND KONZERTE
MIT JESSOVSKI UND KARANOON
AM ABEND**



**WORKSHOP
»Mindset als Erfolgsfaktor
für Musiker*innen«
Corinna Jacke**

Mindset – was genau bedeutet dieses Buzzword überhaupt? In dieser Session tauchte Corinna in das Thema ein, mit dem Ziel, zu verstehen was »Mindset« ist und vor allem, wie man es als Musiker*in zielgerichtet für sich einsetzen kann.

Was bedeutet Mindset?

Kurze Erklärung: »Mindset« ist deine Perspektive, dein Blick auf die Dinge

Lange Erklärung: »Mindset«: die eigene Perspektive entwickelt sich bewusst und unterbewusst, das Mindset wächst aus Prägungen, Leitfiguren und Erfahrungen und ist damit Quelle für Gedanken und Glaubenssätze

Der entscheidende Punkt

Negative Glaubenssätze erzeugen Unsicherheit im Prozess und negatives Ergebnis. So reproduzieren sich die eigenen Glaubenssätze. Es besteht ein Kreislauf aus Mindset > Gedanken > Gefühlen > Handlungen, Realität. Wenn man am Mindset ansetzt und seine Glaubenssätze reframed, hat dies positive Auswirkungen auf das eigene Handeln und die Realität.

Wie du es für dich nutzen kannst

1. Nicht bestärkende Glaubenssätze erkennen durch eigenes Beobachten und Bewusstsein darüber, dass Glaubenssätze auch unterbewusst beeinflussen.
2. Erstes Reframe erstellen durch Überprüfung der eigenen Glaubenssätze und Umwandlung dieser.
3. Neue Überzeugung aufbauen und verkörpern, indem man sich über Ziel & Vision klar wird und sie damit verbindet.

Am besten funktioniert das, wenn man die Sachen immer wieder schriftlich festhält.



NETZWERKTREFFEN LOCAL HEROES

Teilnehmer*innen:

Frank Tobian + Jakub Dziadek, B58 / Braunschweig,
Christoph Thiem, Rockbüro Wolfenbüttel / Wolfenbüttel,
Christian Siemer, Musikbüro Osnabrück / Osnabrück,
Claas Visser + Sebastian Rockmöhre Tonstudio / Moringen b.
Göttingen, Heinz Schall, Gast/Heber b. Schneverdingen

Moderation: **Vera Lüdeck**, LAG Rock in Niedersachsen e.V.

Protokoll: **Julia Wartmann**, LAG Rock in Niedersachsen e.V. /
Aktion Musik / local heroes e.V.

Rückblicke seit 2020:

- Wolfenbüttel: 2019 letzter Live-Contest, 2020 WolfenBattle als Streamingangebot ohne Live-Publikum (Abstimmung im Netz), Investitionen in Technik, 2022 Rückkehr zu Wolfen-Battle als Live-Konzert, Bewerbungszahlen rückläufig
- Osnabrück: local heroes findet im Herbst/Winter statt → vor dem Lockdown 2020 fand 2019 noch ein Live-Voraus-scheid statt, 2020: bestuhlt mit Maske, 2021 Vorrunden unter 2G+, für September 2022 ist das nächste Osnabrück-Finale geplant
- Braunschweig: 2020/2021 Streaming-Veranstaltungen (trotz Interaktion mit dem Publikum über Chat ist vorerst keine Wiederholung von Streaming-Konzerten geplant, da der Live-Charakter fehlt), Bewerbungszahlen rückläufig, Diversität fehlt (versuchen in Nischen-Bewegungen zu gehen und dort für eine Teilnahme zu werben), nichtsdestotrotz: Vernetzung mit Wolfenbüttel bewerten sie als positiv

Herausforderungen:

- Nachwuchsproblematik: Musik wird weniger als Bandprojekt verstanden (GÖ), 90% HipHop-Künstler-Anfragen im Tonstudio (GÖ), Name »local heroes« ist besetzt als Band-projekt (Solist*innen fühlen sich nicht angesprochen) (GÖ), Bewertungskriterien passen nicht zu Solist*innen z.B.

im HipHop (WF), Verständnis als Netzwerkknotenpunkt fehlt (LAG), HipHop bewirbt sich in der Rockmöhre durch Google-Ads (GÖ), erreichen

- nur 1/10 des Nachwuchses mit local heroes (LAG), Nachwuchs wird durch Projekt »MicDrop« erreicht, die dann auch in local heroes eingebunden werden (OS)
- Stempel »Contest«: Bands in Entscheidung einbinden, keine Votings mehr (BS), Gagen zahlen und als Konzert verstehen, aber trotzdem Publikum/Jury einbinden (OS), Wettbewerbs-charakter ist nebensächlich (WF), Bands wollen spielen, das ist Fakt (BS), Marke wirkt verstaubt (Team möglicherweise zu alt?) (GÖ), Benefits hervorheben (Profi-Bühne, Preise) (GÖ), Gemeinschaftsgefühl steht im Vordergrund (WF), Prinzip Nachhaltigkeit, Event bilden, das Spaß macht (erlebnispäda-gogischer Charakter) (BS)

Wünsche und Ideen:

- Wunsch der Regionen Braunschweig, Wolfenbüttel, Wolfsburg: Konzerte besser untereinander abstimmen (ggf. sogar gemeinsam ausrichten)
- Gagen zahlen, um dem Bewerber*innen-Rückgang entgegen zu wirken
- Kooperationen mit der Musikwirtschaft nutzen, um sich gegenseitig zu supporten, z.B. Kooperationen mit Tonstudios: LAG schreibt die Studios (oder andere Kooperationspartner) an → Vorteil: Stiften eines Preises und kostenlose gegenseitige Werbung (Rockmöhre würde es tun bzw. macht es bereits) → Einwand: Idee ist nicht neu, eher Breitenförderung und Beziehungspflege stärken (BS)
- Über den Landesverband die Glaubwürdigkeit in der Szene stärken, z.B. über Channel-Übernahmen bei Instagram, authentisch auftreten, die Netzwerke der Teilnehmer*innen selbst nutzen
- Vorschlag der LAG, Semi-Finals in die Regionen zu bringen. →

Vorteile, die die LAG sieht:

1. Idee entwickelte sich u.a. aus der Rückmeldung der Veranstalter*innen an den Grenzgebieten Niedersachsens heraus
2. Bekannte Marke local heroes als Publikumsargument in den Regionen nutzen (Entfernungen verkürzen),
3. Wert vom Niedersachsen-Finale im Musikzentrum steigt (Finale als Highlight)
4. Kulturpolitische Entscheidungen (landesweite Verbandsarbeit)

Feedback:

- Braunschweig: Könnte im B58 ein Semi-Finale austragen.
- Wolfenbüttel: Bietet an Semi-Finale in KUBA-Halle auszutragen.
- Osnabrück: Semi-Finale mit Bands aus unterschiedlichen Regionen Niedersachsens in Osnabrück schwierig, weil keine Bands aus anderen Regionen mitmachen dürften (Fördersituation)
- Rockmöhre Tonstudio: befürworten geografisch verteilte Semi-Finale-Idee



AUSTAUSCH »Women* in Tech« Svenja Dunkel

Der Austausch wurde gehostet vom Netzwerk women* in music hannover. women* in music hannover (w*im) ist eine Initiative, die von der Koordinierungsstelle UNESCO CITY OF MUSIC Hannover und dem Musikzentrum Hannover in Kooperation ins Leben gerufen wurde. w*im schließt sich der landesweiten Initiative musicNDSwomen* an, das am 12. November 2019 als sechstes Landesnetzwerk des Dachverbandes und bundesweiten Initiative Music Women* Germany gegründet wurde, um Akteurinnen* der niedersächsischen Musiklandschaft Sichtbarkeit, Teilhabe und Präsenz zu bieten. Zu dem Austausch war Svenja Dunkel eingeladen. Sie ist Deutschland erfolgreichste Frequenzmanagerin. In den vergangenen Jahren war sie in den größten Stadien Deutschlands mit der Künstlerin Helene Fischer auf Tour und hat dort für reibungslose Funktechnik gesorgt. Im Gespräch ging es unter anderem um Svenjas Biografie und ihren beruflichen Werdegang, insbesondere ihre Erfahrungen mit dem Frau*-Sein in einer männlichen geprägten Branche. Vor allem das immense Interesse an und die Leidenschaft für ihren Job hat ihr immer wieder geholfen, sich den Herausforderungen zu stellen, die diese Branche mit sich bringt. Auch Diskriminierungserfahrungen von Musikerinnen in der Zusammenarbeit mit Technikern und Crew wurden in der Podiumsdiskussion thematisiert, im gemeinsamen Erfahrungsaustausch wurde die Wichtigkeit von Workshops von Frauen* für Frauen* in den Bereichen Tontechnik, Producing etc. betont, da dort Safe spaces kreiert werden. Auch die Bedeutung von Frauen*netzwerken, als wichtige Rahmenbedingung für Professionalisierung, wurde immer wieder herausgestellt. Svenja ermutigte dazu, im beruflichen Kontext Risiken und Wagnisse in Kauf zu nehmen und den »Sprung ins kalte Wasser« als Möglichkeit der persönlichen Entwicklung zu praktizieren.



NETZWERKTREFFEN Klubnetz

Beim Netzwerktreffen des KlubNetz, des Verbandes der niedersächsischen Clubs und Festivals, wurde die Arbeit des Verbandes vorgestellt und über eine politische Strategie anhand der kommenden Landtagswahl gesprochen. Wie kann es gelingen Popkultur und ihre Orte mehr ins Zentrum der Kulturpolitik zu rücken? Wie können klassische und aktuelle Kunstformen auskömmlich finanziert werden, ohne dass sie sich kannibalisieren? Welche Arbeitsformen wünschen sich Veranstaltende und ihre Teams? Die anspruchsvolle Aufgabe Livemusik auf Bühnen zu bringen wird nach der Pandemie immer schwerer, hier wird das KlubNetz im Zusammenspiel mit dem Bundesverband LiveKomm und den Partnerverbänden in anderen Ländern Stimme der Veranstaltenden bleiben. Material, Abfallmanagement, Unterkunft, Gastronomie, Soziale Aspekte & Inklusion, Kommunikation, Wirtschaftliche Nachhaltigkeit



LINKS:

www.klubnetz.de
www.livekomm.org

Aktuell:

<https://clubkombinat.de/grosse-existenzaengste-mit-blick-auf-den-herbst-winter-2022-2023/>

WORKSHOP

»Nachhaltig Touren und Veranstalten«

Helen Börü-Schepers

(Green Events Hamburg)

Veranstaltungen sind der perfekte Ort, um, vom Alltag losgelöst, nachhaltige Utopien zu erleben und neue Ideen zu entwickeln. In diesem Workshop mit Helen ging es um praktische Tipps für die (schnelle) Umsetzung der ersten Schritte und die Entwicklung erster eigener Visionen für den nächsten Schritt in Richtung Zukunftsfähigkeit.

»Wir interpretieren die gesellschaftliche Situation nicht mehr unter dem Gesichtspunkt der Knappheit, sondern des Überflusses (...) Es geht nicht primär ums Überleben, um die Sicherheit oder Abwehr von Bedrohungen, sondern um die individuelle Lebensgestaltung, Selbstverwirklichung und Genuss.« Schulze 1992

GreenEvents Hamburg verfolgt das Ziel, dass auf Hamburgs öffentlichen Flächen nur noch Veranstaltungen stattfinden, die zukunftsfähig sind und einen Mehrwert für Stadt, Mensch und Umwelt bieten.

Das **Konzept der Nachhaltigkeit** beinhaltet vier Themenbereiche:

- Ökologie: Schutz von Umweltressourcen
- Ökonomie: Gemeinwohl, Fairer Handel
- Soziales: Entfaltung, Sozialsysteme, Partizipation
- Kultur: Konsum- und Lebensstil.

→ es muss einen Wandel hin zu einer **Postwachstumsgesellschaft** geben

Maßnahmen für nachhaltiges Veranstalten umfassen folgende Handlungsfelder: Unternehmenskultur & -führung, Veranstaltungsstätte, Standbetreiber*innen und Konzept, Klimaschutzmaßnahmen, Beschaffung

Beispiele:

Maßnahmen im Handlungsfeld Unternehmenskultur und -führung:

- im Büro mit gutem Beispiel vorangehen
- Leitbild entwickeln
- Kennzahlen erarbeiten
- Nachhaltigkeitsbericht erstellen

Maßnahmen im Handlungsfeld Kommunikation:

- Alle Stakeholder miteinbeziehen, Kommunikation der Nachhaltigkeitsmaßnahmen nach innen und nach außen
- Chancen: Verständnis in der Community, Bildungsaspekte einbinden, Nachhaltigkeit im Veranstaltungsprogramm thematisieren
- Herausforderungen: Vorwurf Greenwashing, unterschiedliche Zielgruppen erreichen



HILFREICHE LINKS

<http://www.greeneventshamburg.de/>

Unsere Tatenbank mit allen weiterführenden Links und Tipps:

<https://greeneventshamburg.de/tatenbank/>

Meldet euch gerne zu unserem Newsletter an:

<https://greeneventshamburg.de/ueber-uns/#mitmachen>

Code of Conduct für Clubs:

<https://www.zukunft-feiern.de/>

Mehr zum Green Touring:

<https://greentouring.net/>

TALKSHOW

»[pop]kulturpolitik«

Eva Viehoff (kulturpolitische Sprecherin, Bündnis 90/Die Grünen)

Burkhard Jasper (kulturpolitischer Sprecher, CDU)

Lars Alt (kulturpolitischer Sprecher, FDP)

*an dem Panel hätte eigentlich auch Hanna Naber (SPD) teilgenommen, die aufgrund von Krankheit jedoch leider verhindert war

Moderation: **Prof. Dr. Carsten Winter** (Institut für Journalistik und Kommunikationsforschung der Hochschule für Musik, Theater und Medien Hannover)

Niedersachsen geht im Herbst 2022 wählen. Aber welche Partei fördert Kultur so wie wir das brauchen und welche Abgeordneten unterstützen uns in unserer kulturellen Aktivität? Wie sieht die Vision der kulturpolitischen Sprecher*innen für die Zukunft der Popkultur aus?

Im Rahmen der kulturpolitischen Diskussion zum Abschluss des [pop]meetings erarbeitete das Publikum gemeinsam mit den drei Abgeordneten des niedersächsischen Landtages Burkhard Jasper (CDU), Eva Viehoff (Bündnis 90/Die Grünen) und Lars Alt (FDP)* Zukunftsperspektiven für die Zeit nach der Landtagswahl. Vorab untermauerte Moderator Prof. Dr. Carsten Winter die Bedeutung der Populärmusik mit verschiedenen Evaluationen.

In der folgenden Diskussion ging es z. B. um die Versorgung mit Orten für Musik wie Übungsräumen oder Auftrittsmöglichkeiten, um die Finanzierung des Bündnisses popNDS und um die Absicherung der Landesverbände. Alle Politiker*innen sprachen sich für die Unterstützung der Musikszene aus und machten deutlich, dass die Zeit vor der Landtagswahl wichtig ist, um die Forderungen erfolgsversprechend zu platzieren.

Hier finden sich die Forderungen von popNDS:

<https://pop-nds.de/wp-content/uploads/2022/06/22-Forderungen-popNDS.pdf>



**Danke für eure Teilnahme
am [pop]meeting 2022!**

Um die Wahlentscheidung zu treffen, lohnt sich der Blick in die Wahlprogramme.

Grüne:

https://www.gruene-niedersachsen.de/wp-content/uploads/2022/04/Gruener-Wahlprogrammwurf-2022_web.pdf

SPD:

https://www.spdnds.de/wp-content/uploads/sites/77/2022/06/SPD_NDS_LTW_Regierungsprogramm_2022-2022_K2.pdf

CDU:

https://cdu-niedersachsen.de/wp-content/uploads/2022/07/Regierungsprogramm_2022-2027_web.pdf

FDP:

<https://fdp-nds.de/landtagswahlprogramm>

**Alle Präsentationen findet ihr unter
<https://pop-nds.de/popmeeting-dokumentation/>**

Veranstalter*innen

popNDS ist ein Bündnis zur Förderung der Popkultur in Niedersachsen - Eine gemeinsame Initiative von Landesmusikakademie und Musikland Niedersachsen im Landesmusikrat, LAG Rock und Klubnetz.



Förder*innen

Das [pop]meeting Niedersachsen wird gefördert vom Niedersächsischen Ministerium für Wissenschaft und Kultur und durch die Initiative Musik gemeinnützige Projektgesellschaft mbH mit Projektmitteln der Beauftragten der Bundesregierung für Kultur und Medien.



Niedersächsisches Ministerium
für Wissenschaft und Kultur



Kontakt

LAG Rock in Niedersachsen e.V.
Vera Lüdeck
Emil-Meyer-Straße 28
30165 Hannover
Telefon: 0511 351870
luedeck@lagrock.de
pop-nds.de/popmeeting