Paul Woog

DIE POPMUSIKREGION

Grundlagen und Bestandsaufnahme der Popularmusikszene in Stuttgart
Handlungsempfehlungen für die Nachwuchsmusikförderung

unter Mitwirkung der
Musikinitiative Rock Stuttgart e.V.
u.a.

Stuttgart im August 2001

Impressum:

Auftraggeber:
Kulturamt der LHS Stuttgart
Eichstr. 9
70173 Stuttgart

Autor, Gesamtkonzeption, Durchführung der Experteninterviews, Auswertung:
Paul Woog (Dipl. Päd.)
Stutengarten
Reichenhallerstr. 30
70372 Stuttgart
Email: woog@stutengarten.de

Auswertung der Fragebögen, Mitarbeit bei der Auswertung, Interviewskript, Datenkontrolle, Textkorrektur:
Musikinitiative Rock Stuttgart e.V.
Gabriel Bulik / Stefanie Wider-Groth
Junghansstr. 5
70469 Stuttgart
Email: gabriel.bulik@mir-stuttgart.de
Homepage: www.mir-stuttgart.de

Interviewskript:
Ulrike Weinz
Christina Walz
Patrick Breitenbach
Mirko Höch
Elke Winkler

Datenerhebung mit freundlicher Unterstützung:
CUMULUS Kulturbüro
Regine Laun / Andreas Brenner / Christian Schädle
Hohe Str.9, 70174 Stuttgart
Email: info@cumulus-kulturbuero.de
Homepage: www.cumulus-kulturbuero.de.

Online Fragebogen:
Akeon GmbH
Thomas Scholz
Email: scholz@akeon.de
Homepage: www.akeon.de

Titelbild:
„Buchstabensuppe“ Live auf der Abschlussveranstaltung von Noise Gate 2000-2001, dem Nachwuchsmusikförderpreis der Region Stuttgart, mit freundlicher Genehmigung der Buchstabensuppe, Axel Steinbeck

Homepage:
Das umfangreiche Adress- und Datenmaterial, sowie Basisinformationen für Musiker und nicht-kommerzielle Veranstalter steht aktuell unter www.musikregion.de zur Verfügung.

Zum Autor:

Paul Woog ist Diplom Pädagoge und hat an den Universitäten in Stuttgart und Tübingen Erziehungswissenschaften studiert. Als Diplomarbeit hat er 1999 zusammen mit Terje Lange (Aerosol Combinat / Graffitti Writer) eine soziologisch fundierte Arbeit über Jugendkultur und kommunale Jugendkulturarbeit vorgelegt (Woog/Lange 1999), die auch eine umfangreiche Eingruppierung sämtlicher Veröffentlichungen über Jugendkulturarbeit beinhaltet.
In Stuttgart war er in verschiedensten Einrichtungen und Firmen (Evang. Jugendwerk Stuttgart, Stadtjugendring Stuttgart, Jugendzentrum Etzelstrasse, Musik der Jahrhunderte, Club Nachtwerk, Mad Music/Kultur- und Kongresszentrum Liederhalle, Stuttgarter Jugendhaus e.V., Jugendhaus Mitte, CUMULUS Kulturbüro, freier Plakatierer, DJ) tätig. Heute arbeitet er als Koordinator für die Beteiligung Jugendlicher am kommunalen Geschehen bei der Stadt Stuttgart.

Seit 1987 hat er mit und für Stuttgarter Nachwuchs- und regionale Newcomerbands gearbeitet. Seminare und Workshops zum Thema Popularmusik wurden von ihm organisiert (Stuttgarter Musikbusiness Seminare aus denen sich das Seminarangebot der Rockstiftung B-W entwickelt hat), Bandcoachings durchgeführt, CD Produktionen begleitet und vermittelt, Einrichtungen, Mitarbeiter und Firmen beraten (u.a. 0711 HipHop Büro, Musikinitiative Rock, Stuttgarter Jugendhaus e.V., Ev. Jugendwerk Stuttgart, Musikschule Stuttgart) und er hat maßgeblich Noise Gate 2000-2001, den vom Forum Region Stuttgart ausgezeichneten Nachwuchsbandförderpreis konzipiert, insgesamt über 400 Konzerte und Veranstaltungen organisiert (u.a. Dieter Thomas Kuhn, MC Rene, Ferris MC, Afrob, Absolute Beginners, Cora E., Laconic Star, Freistil, Silke Besa, Brandells,...), vom Club Konzert bis zum Open Air auf dem Schlossplatz, Marketingstrategien für den Bereich und für Firmen und Musikgruppen/Künstler entwickelt, Werbemaßnahmen geplant, kulturpädagogische Konzepte entwickelt und erfolgreiches Fund-Raising betrieben.

Abschließende Tätigkeit beim CUMULUS Kulturbüro war bis April 2001 der Aufbau des Internetinformationssystems www.musikregion.de. Zur Zeit beteiligt er sich an der Gründungsinitiative von Jugendeinrichtungen aus Baden-Württemberg zur Landesarbeitsgemeinschaft Pop.

INHALTSVERZEICHNIS:

VORWORT **7**

1. EINLEITUNG UND ZENTRALE ZIELE **8**

2. THEORETISCHE GRUNDLAGEN **9**

2.1 DER BEGRIFF POPULARMUSIK 9
2.2 BEDEUTUNG VON POPULARMUSIK 10
2.3 POPULARMUSIK IM KONTEXT VON WIRTSCHAFT, JUGEND UND KULTUR 12
2.4 RAHMENBEDINGUNGEN KOMMUNALER POPULARMUSIKFÖRDERUNG 16
2.4.1 Kulturförderung / Öffentliche und freie Kulturarbeit *16*
2.4.2 Jugendarbeit *16*
2.4.3 Bildung und Schule *17*
2.4.4 Wirtschaftsförderung *17*
2.4.5 Vernetzung und Kooperation *18*
2.5 POPMUSIK, POLITIK UND FÖRDERUNG 18
2.6 POPMUSIK ALS STANDORTFRAGE 20
2.6.1 Popmusikstandort Stuttgart *20*
2.6.2 Popmusikstandort Berlin *22*
2.6.3 Popmusikstandort Ruhrgebiet *23*

3. METHODISCHE ANLAGE DER UNTERSUCHUNG **26**

3.1 BERÜCKSICHTIGUNG VON VORHANDENEM DATENMATERIAL 27
3.2 ABFRAGE VON QUANTITATIVEN DATEN ÜBER FRAGEBÖGEN 27
3.3 ABFRAGE VON QUALITATIVEN DATEN ÜBER FRAGEBÖGEN 28
3.4 ABFRAGE VON QUALITATIVEN DATEN DURCH EXPERTENINTERVIEWS 28

4. ERGEBNISSE DER EMPIRISCHEN UNTERSUCHUNGEN IM EINZELNEN **38**

4.1 RAHMENBEDINGUNGEN 38
4.2 PRODUKTION 42
4.2.1 Künstlerische Produktion – Nachwuchsmusik in der Region Stuttgart *42*
4.2.2 Musikproduktion als Teil der Kulturförderung *48*
4.2.3 Musikproduktion in der Jugendarbeit *50*
4.2.5 Kommerzielle Musikproduktion *52*
4.3 PRÄSENTATION UND REZEPTION 55
4.3.1 Künstlerische Präsentation von Popularmusik *55*
4.3.2 Präsentation von Popularmusik durch Kultureinrichtungen und -Förderungen *59*
4.3.3 Präsentation von Popularmusik durch Jugendeinrichtungen *61*
4.3.4 Präsentation von Popularmusik an allgemein bildenden Schulen *64*
4.3.5 Kommerzielle Präsentation und Verwertung von Popularmusik *64*
4.3.6 Werbung und Medienpräsenz für Popularmusik *71*
4.4 QUALIFIKATION 77
4.4.1 Weiterbildung von Künstlern *78*
4.4.2 Qualifikationsangebote von Kultureinrichtungen *80*
4.4.3 Qualifikationsangebote von Jugendeinrichtungen *86*
4.4.4 Qualifikationsangebote von Allgemein bildende Schulen *87*
4.4.2 Qualifikationsangebote von Firmen und Ausbildungsgänge *88*
4.5 FAZIT BESTANDSAUFNAHME 92

5. POPULARMUSIK IN STUTTGART – BAUSTEINE FÜR EIN FÖRDERKONZEPT **93**

BLOCK I: RAUM - INFRASTRUKTUR 93
Baustein 1: Proberäume 93
Baustein 2-1: Veranstaltungsorte Indoor 94
Baustein 2-2: Veranstaltungsorte Outdoor 94
Baustein 3: Gewerbeflächen / Büroflächen 95
Baustein 4: Räume für Jugendliche 95
Baustein 5: Künstlerwohnungen 96
Baustein 6: Ausstattung bestehender Räume , Technik Pool 96
Baustein 7: Mobilität 96
BLOCK II: KNOW HOW 97
Baustein 8: Bandentwicklung als Prozess 97
Baustein 9: Learning by doing 97
Baustein 10: Musikalisches Know how 97
Baustein 11: Nicht musikalisches Know how 98
Baustein 12: Teamgeist 98
Baustein 13: Vermittlung von Popmusik und ihrer Geschichte 99
Baustein 14: Expertenwissen bündeln 99
BLOCK III: KOMMUNIKATION 100
Baustein 15: Bereitschaft , Popkultur zuzulassen 100
Baustein 16: Dialog zwischen Künstlern, Beschäftigten, Verwaltung und Politikern in Stuttgart und der Region 100
Baustein 17: Austausch innerhalb der Musikszene 100
Baustein 18: Werbung und Medienpräsenz 101
Baustein 19: Schnittstellen zwischen Wirtschaft und Künstlern 101
Baustein 20: Kommunikation zwischen der Stadt und jungen Firmen 101
Baustein 21: Austausch zwischen Öffentlichen Fördereinrichtungen 102
Baustein 22: Außenwahrnehmung - Imagebildende Maßnahmen nach Außen 103
Baustein 23: Binnenwahrnehmung – Imagebildende Maßnahmen in Stuttgart 104
Baustein 24: Zentraler Ansprechpartner / Anlaufstelle: 104

6. HANDLUNGSEMPFEHLUNGEN UND SCHLUSSWORT 106

7. LITERATUR 112

ANLAGE 1: FRAGEBÖGEN 122

ANLAGE 2: INTERVIEWS 124

INTERVIEW NR.1 PRINZ STUTTGART, MUSIKREDAKTION, MICHAEL SETZER 124
INTERVIEW NR.2 BERND HAASIS, STUTTGARTER NACHRICHTEN, FEUILLETON 134
INTERVIEW NR. 3 MIT HANS-PETER HAAG VOM MUSICCIRCUS KONZERTBÜRO 141
INTERVIEW NR. 4 MIT JOHANNES STRACHWITZ „STRACHI“, 0711 HIPHOP BÜRO, KOLCHOSE 146
INTERVIEW NR. 5 MIT KAI KIRCHHOFF, KOPFNICKER RECORDS 151
INTERVIEW NR. 6 MIT ANDREAS BRENNER, AGENTUR X-PUNKT, VERANSTALTUNGSTECHNIKER, BANDMANAGEMENT 154
INTERVIEW NR. 7 MIT STEFAN SCHÜTZE, DRUM DEPARTEMENT (SCHLAGZEUGSCHULE), MUSIKER 160
INTERVIEW NR. 8 MIT ARNE BRAUN, CHEFREDAKTEUR LIFT STUTTGART 167
INTERVIEW NR. 9 MIT REGINE LAUN, CUMULUS KULTURBÜRO/STADTJUGENDRING STUTTGART, NACHWUCHS- UND MÄDCHENMUSIKFÖRDERUNG 177
INTERVIEW NR. 10 MIT BERND HÄBERLEIN, ACHIM WERNSDÖRFER, STUTTGARTER JUGENDHAUS E.V. 182
INTERVIEW NR. 11 MIT DR. HANS-JOACHIM PETERSEN, MEDIENTEAM DER LHS STUTTGART 191
INTERVIEW NR. 12 CONY SIMON, ALEX KATSAROS, SOUNDWORKSHOP STUTTGART 194
INTERVIEW NR. 13 MARTIN GERLICH, ROHRER CLUB, ORGANISATIONSLEITUNG ROHRER SEEFEST 202
INTERVIEW NR. 14 ROLAND BRÖMMEL, UMSONST & DRAUßEN 205
INTERVIEW NR. 15 KARINA TELLE, ANDREAS JÄGER, MUSIKSCHULE STUTTGART 211
INTERVIEW NR. 16 MIT FITZ BRAUM, FOUR MUSIC, GESCHÄFTSFÜHRER 219
INTERVIEW NR. 18 MIT DANIEL REQUARDT, FLORIDAN AUDIOPRODUKTION UND MUSIKVERLAG 236
INTERVIEW NR. 19 MIT STEFANIE WIDER-GROTH, MUSIKINITIATIVE ROCK STUTTGART E.V. 243
INTERVIEW NR. 20 MIT RALF CHRISTIAN MAYER VON TUCAN 254

INTERVIEW NR. 21 HARALD STANGER, MUSICCLUB LIMELIGHT, ...260
INTERVIEW NR. 22 MIT GREGOR FRIEDEL, SWR 3 STUTTGART, ...270
INTERVIEW NR. 23 MIT JANINA MENRATH, MEDIEN UND FILMGESELLSCHAFT B-W, ABT. MUSIKWIRTSCHAFT 279
INTERVIEW NR. 24 MIT WOLFGANG FISCHINGER GENANNT LUPO VON LUPOS ROCKSHOP 283
INTERVIEW NR. 25 MIT MIT MINI SCHULZ, BASSIST, DOZENT STAATLICHE HOCHSCHULE FÜR MUSIK UND DARSTELLENDE KUNST 288
INTERVIEW NR. 26 MIT CHRISTIAN DOLL, KVL - KONZERT & VERANSTALTUNGSBÜRO LUDEWIG 294

VORWORT

Stuttgart als Popmusikregion? Da fällt jedem sofort die HipHop Vorzeigeband „Die Fantastischen Vier“ und in der Region die Deutschrocker von „PUR“, „Hubert Kah“, „Two of us“, Camouflage“ und viele mehr ein: Bands, die deutsche Popmusikgeschichte geschrieben haben. Auch in neuerer Zeit feiern Bands aus der Region Stuttgart Erfolge in den Hitparaden: „Freundeskreis“, die „Massiven Töne“, „Afrob“ und viele andere machen ihre „Homebase“ Stuttgart in ganz Europa als eine HipHop Hauptstadt bekannt. Auch Künstler anderer Stilrichtungen wie die „Farmer Boys“, „Tiefschwarz“ oder „Orbit Experience“ stehen für ein hohes Maß an Kreativität, Innovation und für Erfolg.

Der Bereich ist so groß und so vielschichtig, wie kaum ein anderer. Schon im Vorfeld der Untersuchung wurde deutlich, dass Popularmusik am Standort Stuttgart für viele eine ganz unterschiedliche Bedeutung hat. Künstler, Konsumenten und Verwerter, kulturelle Interessen, soziale Arbeit, wirtschaftliches Engagement stehen nebeneinander, grenzen sich ab oder verbinden sich: Das Feld ist so unüberschaubar, wie die Einstellungen und Interessen der Menschen, die ihre soziale und kulturelle Identität mit „ihrer“ Musik verbinden und ausdrücken.

Genau das ist auch das besondere: Popularmusik ist ein zentrales Ausdrucksmedium für die Menschen, verbunden mit Gefühlen, Werten und Einstellungen. Popmusik ist somit Teil einer lebendigen und vielfältigen Gegenwartskultur und wird im Zusammenspiel von Medien und Wirtschaft, Teil einer weltweiten Popkultur. Populäre Musik spiegelt heute unsere moderne Gesellschaft: pluralistisch, hochgradig ausdifferenziert und wird individuell genutzt, umgedeutet und immer wieder in neue Zusammenhänge gestellt. Im Grunde genommen kann man sie weder bewerten, noch hierarchisieren. In ihr verbindet sich die soziale Funktion, die kulturelle Vielfalt und die wirtschaftliche Bedeutung.

Popularmusik scheint also ein wichtiger Bereich zu sein. Doch es fehlen Grundlagen, die Basisinformationen über die Popularmusikszene in Stuttgart. Diese sollen mit der vorliegenden Untersuchung bereitgestellt werden – die Antwort auf die Frage:

Was ist dran an der „Popmusikregion Stuttgart“?

1. EINLEITUNG UND ZENTRALE ZIELE

Im Sommer 2000 stellten Vertreter der CDU, der SPD und von Bündnis90/DIE GRÜNEN im Stuttgarter Rathaus einen Gemeinderatsantrag zur „Nachwuchsförderung im Popularmusikbereich am Medien- und Musikstandort Stuttgart“. Wichtiges Merkmal dieses Antrages war es, dass die Nachwuchsförderung als eine kommunale Querschnittsaufgabe zwischen den Bereichen „Wirtschaft“, „Kultur/Medien“, „Schule“ und „Soziales“ gesehen wird. Es wurde eine Verknüpfung der kommunalen Strukturen zu einem Netzwerk der Nachwuchsförderung im Musikbereich gefordert. In diversen Fachgesprächen wurde das Thema weiter diskutiert und ein besonderer Fokus auf die Nachwuchsförderung im Popularmusikbereich gelegt. Diese Untersuchung soll in diesem Zusammenhang den Bestand der Popularmusikszene in Stuttgart und der Region erfassen. Im Anschluss sollte eine Entwicklungsplanung und eine Förderkonzeption für Popularmusik in Stuttgart entworfen werden können. Es muss also auch darum gehen, ob und wie eine kommunale Förderung positive Entwicklungen unterstützen kann.
Damit diese Untersuchung die Grundlagen liefert, mit der eine Konzeption zur Nachwuchsmusikförderung in Stuttgart und der Region entwickelt werden kann, sind die wichtigsten theoretischen Zusammenhänge (Was bezeichnet man als Popularmusik, wie stellt sich der Standort Stuttgart dar und was bedeutet kommunale Querschnittsaufgabe, was hat Musik denn mit „Sozialem“ oder mit „Wirtschaft“ zu tun?) im Folgenden kurz erläutert und der aktuelle Diskussionsstand über Popularmusikförderung in der Bundesrepublik auszugsweise wiedergegeben. Im Anhang dieser Studie findet sich zusätzlich Literatur zum Themengebiet.
Im Rahmen der Bestandaufnahme wurden 1.820 Datensätze über Künstler, Firmen und Einrichtungen in der Region Stuttgart gesammelt, 600 Fragebögen an Musikgruppen verschickt und 26 Interviews mit Experten aus den verschiedenen Bereichen geführt. Da lediglich eine qualitative Bestandsaufnahme erfolgen sollte, sind die Interviews themenzentriert, aber offen durchgeführt worden. Es sollte keine Theorie überprüft werden, sondern lediglich ein Überblick über die Popularmusikszene geliefert werden. Dadurch ist die Darstellung im Kapitel 4 natürlich sehr deskriptiv. Der Bereich Popularmusik in Stuttgart wird zwischen den Koordinaten Kultur, Wirtschaft, Jugend, Bildung/Schulen und Sozialem als übergeordneten Bezügen und inhaltlichen Kategorien dargestellt werden. Dies entspricht auch der aktuellen Diskussion in Wissenschaft und Praxis in der Bundesrepublik (vgl. 2). Bei den inhaltlichen Kategorien folgen wir einer Einteilung des Rockbüro Süd (vgl. Rockbüro Süd, 1989):

1. Die Qualifikation (z.B.: Musikschulen, Managementseminare, Ausbildungsgänge..)
2. Die Produktion (z.B.: Tonstudios, Übungsräume, Presswerke,...)
3. Die Präsentation (z.B.: Kulturprogramm, Konzertagenturen, Tonträgerverkauf...) und die Rezeption (z.B.: Live Musik Erlebnisorte, Konsumenten, Zielgruppen...)
4. Die Rahmenbedingungen (Image der Stadt, politisches und soziales Klima)

Ziel der Untersuchung war es auch nicht, über eine Bestandsaufnahme hinaus, den Bereich Popularmusik oder Teile davon zu bewerten, sondern lediglich Aussagen zu sammeln, die den Bestand beschreiben und einen Bedarf bezeichnen. Dieser Bedarf wird im Kapitel 5 in einzelnen „Bausteinen“ konkretisiert. In welchen Segmenten besteht ein Defizit, welche Teilbereiche bergen zukunftsträchtige, neue Potenziale? Zu jedem Bausteine werden ein paar exemplarische Ideen aufgelistet. Mit Hilfe dieser Bausteine soll die Stadt eine „Konzeption zur Nachwuchsmusikförderung und Förderung des Popmusikstandortes Stuttgart“ entwickeln und eine dauerhafte, effektive, qualitativ hochwertige und letztendlich eine erfolgreiche Förderung des gesamten Bereiches installieren können.
Abschließend werden Handlungsempfehlungen zur Entwicklung des kommunalen Aufgabenbereiches formuliert (vgl. 6.).

Das zentrale Ziel dieser Arbeit ist also „nur“ die Abbildung der Popularmusikszene in der Region Stuttgart.

2. THEORETISCHE GRUNDLAGEN

2.1 Der Begriff Popularmusik

„„Pop“ steht kurz für pop art, einen Anglizismus, dessen erster Bestandteil wiederum eine Abkürzung ist: popular art heißt wörtlich übersetzt so viel wie „populäre, volkstümliche Kunst“; gemeint ist eine nicht elitäre Kunst, die auf ein breites Publikum zielt. (...) Als prototypische Popkunst gilt die Popmusik; (wofür Pop als Kurzform oft ausschließlich steht) rhythmische, eingängige Unterhaltungsmusik, meist mit elektronischen oder elektronisch verstärkten Instrumenten (E-Gitarre, E-Piano, Synthesizer usw.), die durch Massenmedien verbreitet wird.“ (Deutscher Sprachdienst 3/01, S.115).

Die Begriffe Popularmusik, Popmusik, Pop und populäre Musik sind nicht eindeutig definiert. Sie werden teilweise synonym verwendet, wecken im Sprachgebrauch aber unterschiedliche Assoziationen. Auch in wissenschaftlichen Arbeiten stehen die unterschiedlichsten Begriffe für Zuordnungsmuster, die nicht selten in einem Widerspruch zueinander stehen. Eine weitere Unterteilung des Begriffs in “Rock”, “Rock `n' Roll” und “Pop” bringt keine Vereinfachung, besonders, weil man sich auch hier bei den Einzeldefinitionen nicht einig ist: englischsprachige Länder tendieren zu der, durch Zusätze erweiterten, Bezeichnung “Rock”; im deutschsprachigen Raum überwiegt der Ausdruck “Popmusik”; die Vokabel “Rock” ist dem Rock `n' Roll vorbehalten.

Sandner (1975, S.266ff) definiert *“Rock” als **einen Teil des Pop,** “der sich aus dem Rock `n' Roll der 50er Jahre entwickelt hat und quasi ein doppeltes Akkulturationsprodukt aus amerikanischen und europäischen Musiktraditionen und Verhaltensweisen darstellt.”* Für Reichert (1982, S.228) wiederum ist “Rockmusik” jene populäre Musik, *“die sich der Musizierweise des großstädtischen Blues bedient und sie im Rahmen ökonomischer, sozialer, technischer und musikalischer Bedingungen weiterentwickelt. Die Inhalte von Rockmusik ergeben sich dann aus dem praktischen Zusammenspiel gesellschaftlicher Bedingungen und dem jeweiligen Standort ihrer Macher und Konsumenten.”* Eine ähnliche Schwierigkeit zeigt sich bei der Bezeichnung von Stilen. Die oft als *“ästhetische Anarchie”* (Kneif 1978) bezeichnete Theorie- und Regellosigkeit von Popmusik führt, zusammen mit dem ständigen Wandel dieser lebendigen Musikkultur zu einem *“bildungsunabhängigen Freiraum”* (Kneif 1978) und in der Folge zu einem Durcheinander in der Terminologie.

Popularmusik kann aber ohne weiteres als ein Produkt der Kulturindustrie bezeichnet werden und ist als solches untrennbar mit wirtschaftlichen, medialen, technischen, sozialen und psychischen Phänomenen einer industriellen Gesellschaft verbunden. Da die meisten Konsumenten von Popularmusik, Jugendliche im weitesten Sinne sind, könnte hier eine altersbezogene Definition vorgeschlagen werden. Ein weiter Jugendbegriff wird zum Beispiel im Kinder- und Jugendhilfegesetz zugrunde gelegt. Danach geht die Jugendphase bis zum vollendeten 27. Lebensjahr und in Einzelfällen auch darüber hinaus. Popularmusik als „das übergreifende Spektrum aller möglichen Musikstile, deren Gemeinsames nur dies ist „(...)*, daß sie in die jugendkulturelle Hörpraxis eingehen oder eingegangen sind“* (Baacke 1997, S. 15). COHN (1971) nimmt dagegen eine noch differenziertere Definition von Popmusik vor, als *„ein Industrieprodukt, dass durch Werbung und Presse gefördert wird, also in den Händen von Institutionen liegt, die keine Möglichkeit zum Einblick in die Musikbedeutung für Jugendliche haben. Popmusik ist somit eine Musik der Erwachsenen für die Jugend, und nicht wie in der Anfangsphase des Rock eine Musik der Jugend für sich selbst“*

Alle genannten Begriffe bezeichnen U-Musik in Abgrenzung zur E-Musik (Klassik und Jazz). Sie beinhalten Stilrichtungen wie Alternative Rock, Blackmusic, Blues, Crossover, Dancefloor, Drum 'n Bass, Folk, Funk, Gothic Rock / Dark Wave, Grunge, Hardcore, Hard Rock, Hevy Metal, Independent, Industrial / EBM / Electro, Latin / Salsa / Merengue, Liedermacher, Mainstream, New Age / Meditationsmusik, Pop, Punk, R & B, Ragga,

Ragga, Rap (HipHop), Reggae, Rock, Ska, Soul, Techno/ House, Weltmusik / Ethno und viele mehr.

Popularmusik kann so abgegrenzt als U-Musik (ohne Schlager/Volksmusik/traditionelles Liedgut) definiert werden, weil ihre funktionale Intention sich grundlegend von der traditionellen, mitteleuropäischen ("artifiziellen") Kunstmusik unterscheidet, denn *"es ist nicht das Wesen der Popmusik, musikalisch zu sein."* (Diederichsen 1985, S.97). Künstler und Nutzer von Popmusik betrachten die Musiktheorie, wie z.B. Harmonielehre oder die Regeln des Tonsatzes, ebenso wenig als notwendige Voraussetzung, wie die Beherrschung eines Instruments. *"Man orientiert sich ausschließlich am klanglichen Ergebnis, nicht dagegen an irgendeiner Werkidee, die sich vom konkreten Klang unterscheiden würde."* (Kneif 1982: 223)

Was ist also der richtige Rahmen für die Beschreibung dieser Musik? Die traditionelle mitteleuropäische Musikästhetik ist es nicht. Dem "easy listening" und der spontanen Sinnlichkeit muss bei Produktion und Nutzung von Popmusik eine zentrale Bedeutung beigemessen werden. Qualitätskriterien dieser Art ersetzen bis zu einem gewissen Grad "traditionelle", wie etwa eine musiktheoretische Ausbildung oder die Instrumentenbeherrschung des Künstlers. Brian Eno fasst dies 1974 im Kern zusammen *"I'm always prone to do things very quickly, which has distinct advantages – you leave all the mistakes in, and the mistakes always become interesting.*(Ich neige dazu meine Dinge immer schnell zu erledigen und das hat einen besonderen Vorteil - man lässt alle Fehler drin und die Fehler werden immer interessant)*"*

Wir subsumieren also unter dem Begriff Popularmusik alles, was nicht den Bereichen Klassik, Jazz, Volksmusik oder Schlager zugeordnet werden kann.

2.2 Bedeutung von Popularmusik

"Diese Musik gewinnt – ähnlich wie die Sprache – die Funktion von Symbolen, die Bedürfnis-Dispositionen widerspiegeln, bestimmte Einstellungen, Wahrnehmungs- und Verhaltensweisen vermitteln und sich damit auf das Hören und Verstehen auswirken." (Rauhe 1984, S.10)

Grundelemente der Popularmusik sind solche "Ganzheitserlebnisse". Welche Gefühle werden geweckt, wie erkennt man sich wieder, was wird beim Hören der Musik assoziiert, wie fühlt man sich also sozial und kulturell angesprochen– all dies entscheidet über Erfolg oder Misserfolg. Als Musik, die ständig in Bewegung ist, nach immer neuen Ausdruckformen sucht und diese nicht künstlerisch isoliert, kommt Popularmusik den emotionalen und sozialen Bedürfnissen den Rezipienten in hohem Maße entgegen. Sie bedingt Prozesse der Findung der eigenen sozialen und kulturellen Identität, vor allem bei Jugendlichen. Sie ist Teil der Gegenwartskultur (im Sinne einer lebendigen und modernen Kulturlandschaft) und Popkultur (im Sinne industrieller Produktion). Ihre Funktion ist dabei im Spektrum zwischen dem Verdrängen der Realität und dem sichtbar Machen von „Alltag" zu sehen. Damit hat sie auch einen gesellschaftspolitischen Aspekt.

Pop(musik) ist folglich ein spontan, sinnlich und leicht konsumierbares, multimediales Kunstwerk. Die Inhalte, die audio-visuellen "Codes" von Popmusik verweisen auf bestimmte Gedanken, Ideologien, Bedürfnis-Dispositionen, Wahrnehmungs- und Verhaltensweisen, mit denen sich der Hörer identifizieren kann, die man wiedererkennt. Um die Assoziationsfähigkeit dieser "Wiedererkennungszeichen" zu verstärken, bedient sich Popmusik unterschiedlichster Mittel der Industriekultur: spezialisierte Instrumenten- und Studiotechnik, Tonträger, Film, Fernsehen und Zeitschriften, Werbung, Marktforschung. Da sie somit das passive als auch das aktive Freizeitverhalten vieler, vornehmlich junger Menschen wesentlich beeinflusst, ist hier die Überschneidungsfläche zu sehen, an der populäre Musik wirtschaftlich relevant wird. Musikhören steht als Freizeitbeschäftigung in der Liste der jungen Bundesbürger ganz oben (Abb. 1).

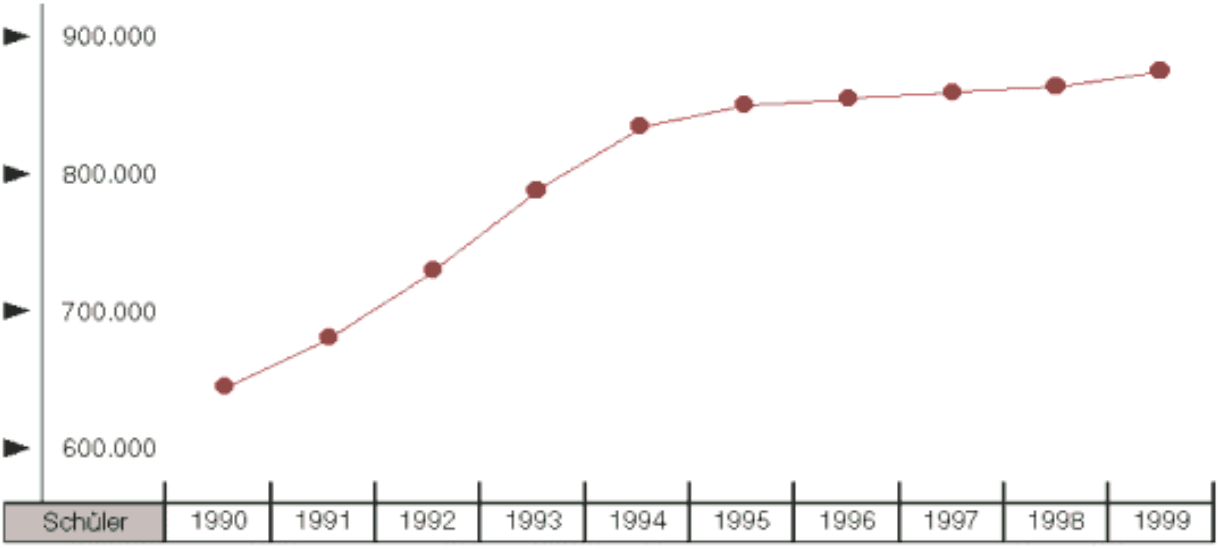
Abb. 1: Freizeitbeschäftigungen der Bundesbürger 2000 im Generationenvergleich

in Prozent	Gesamtbevölkerung	14 -19 Jahre	20 -29 Jahre	30 -39 Jahre
Essen gehen	88,7	78,1	93,9	93,6
Karten spielen	71,6	78,7	74	76
Rätsel lösen	67,8	62,9	63,6	63,4
Popmusik hören	61	**94,9**	**94,9**	**88**
Klassische Musik hören	57,9	31,3	46,2	55,1
Konzerte besuchen[2]	59,7	**70,4**	**73,4**	**64,1**
Wandern	54,2	35,4	42,5	52,4
Volksmusik hören	51,3	11,8	17,2	28,4
Kegeln, Bowling	42,9	47,6	51,8	49,2
Leihvideos ansehen	34,2	63,4	63	49,7
Computerspiele	33,4	80	56,9	48,5
Kino	19,8	65,4	49,1	22,5

Quelle: AWA 2000

Auch das praktische Musizieren hat einen wichtigen Stellenwert: fast 900.000 Musikschüler lernen in Deutschland ein Instrument oder musizieren in einem Ensemble der Musikschulen.

Abb. 2: Musikschulen in Deutschland - Entwicklung der Schülerzahlen 1990 – 1999



Quelle: Verband deutscher Musikschulen

Die Vermarktung von Popularmusik und somit die wirtschaftliche Bedeutung ist also, wie oben erläutert, eng mit den kulturellen, sozialen und politischen Entwicklungen verbunden. Die Vermarktung von populärer Musik bezieht sich darauf und beeinflusst durch die Verbreitung der künstlerischen Produkte in den Medien wiederum den sozialen und kulturellen Prozess (vgl. Begriffsklärung Popularmusik), in dem immer schneller neue kulturelle Codes, Trends, musikalische Stile und gesellschaftspolitische Orientierungen entstehen.

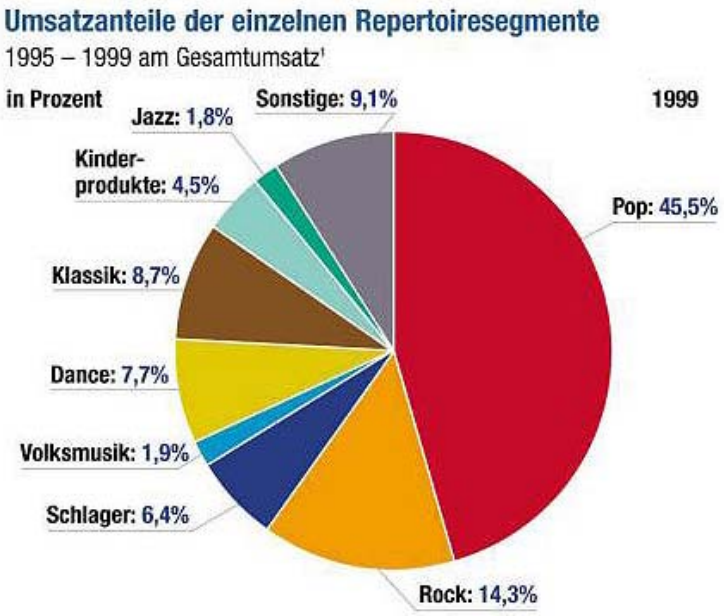
2.3 Popularmusik im Kontext von Wirtschaft, Jugend und Kultur

„Die deutsche Musikwirtschaft ist der wirtschaftlich bedeutendste Bereich innerhalb der Kulturindustrie. Mit einem Umsatz von jährlich 6 Mrd. Mark für bespielte CDs, MCs, LPs und Singles liegen Tonträgerverkäufe in Deutschland deutlich über den Umsätzen der Filmindustrie, der Video-Programmanbieter oder der Theater- und Opernhäuser. (...) Auch gegenüber anderen populären Freizeitsektoren steht die Musikwirtschaft gut da: so werden beispielsweise die Einnahmen der Bundesliga-Fußballclubs um den Faktor 24 übertroffen. Das Investment der Musikfirmen in immaterielle Werte, also in urheberrechtlich schutzfähige Leistungen übertrifft nach einer IFO-Studie (1997) mit gut 1,4 Mrd. Mark dasjenige der Buch-Verlage um das Doppelte (und wird lediglich vom Investment in Rundfunkprogramme – 2,2 Mrd. Mark – übertroffen). Der weltweite Umsatz der Tonträgerwirtschaft beträgt (1999) fast 40 Mrd. US Dollar bei einem Absatzvolumen von knapp vier Mrd. Tonträgern. Deutschland ist nach den USA (37%) und Japan (16,7%) mit einem Weltmarktanteil von knapp 8% der drittgrößte Markt und der größte in Europa. Es gibt 12.500 Pop-Neuveröffentlichungen pro Jahr, mehr als 13.000 Beschäftigte in der Musikindustrie und 23.000 Beschäftigte in knapp 8.000 Verkaufsstellen des Einzelhandels, etwa 100.000 Komponisten, Textdichter und ausübende Künstler beziehen wesentliche oder sogar überwiegende Teile ihrer Einkommen aus der Musikproduktion für den Tonträgermarkt. Rund 10.000 Arbeitsplätze in Musikverlagen (etwa 500 aktive Verlage), Tonstudios (gut 300) , Promotion- und Marketing-Firmen, Verwertungsgesellschaften, Werbeagenturen oder Künstlermanagements sind ganz oder teilweise von der wirtschaftlichen Ertragsfähigkeit der Musikwirtschaft abhängig. (...)

Pop-Musik ist omnipräsent: Neben Schallplatten und Hörfunk wurde das Angebot der Tonträgerindustrie 1999 auf gut 65 Mio. Leerkassetten und über 66 Mio. CD-Rohlingen mit geschnitten, in etwa 6.000 Diskotheken öffentlich aufgeführt und in zahllosen öffentlichen Plätzen vom Kaufhaus bis zum Hotelfahrstuhl aufgeführt und wiedergegeben. Schulhofpiraterie, verursacht durch die rasant wachsenden Haushaltsausstattung mit CD-Brennern, bescherte der Musikindustrie Umsatzverluste in Höhe von 220 Mio. Mark (...).“(Peter Zombik, 2000)

Rock- und Popularmusik ist als Konsum- und Wirtschaftsfaktor also allgegenwärtig. Sie ist die Musik, die sowohl in der Verwertung durch die Phonoindustrie als auch in den elektronischen Medien den größten Raum einnimmt.

Abb. 3 Umsatz der Musikindustrie 1995 – 1999



Quelle: GfK Panel Service

Im Bereich der Schallplattenindustrie ist der "Ausstoß" von Tonträgern der Popularmusik (73,9%) fast zehnmal so hoch wie der von klassischer Musik (8,7%) (vgl. auch Deutscher Kulturrat: Konzeption kultureller Bildung; Positionen und Empfehlungen; Bonn, 1988, S.70).

Jeder Industriestandort muss in der Konkurrenz mit anderen Standorten, seine Qualitäten verbessern. Kultur ist der wichtigste "weiche" Standortfaktor (als „harte“ Standortfaktoren gelten zum Beispiel die Verkehrsanbindung, die Lohnkosten,...), der aber meistens eher hochkulturelle Festivalereignisse, als kulturelle Jugendbildung, wie zum Beispiel Nachwuchsmusikarbeit bedeutet. Hier ist eine wichtige Verbindungslinie zu sehen, die oft unbeachtet bleibt. Nach vorsichtigen Schätzungen gibt es derzeit ca. 50.000 Amateur- und etwa 2000 professionelle Musikgruppen in der BRD, die auch die Produktion von Popularmusik zur gesellschaftlichen Realität machen. Sicher ist so verstandene „Wirtschaftsförderung“ nicht originäres Ziel von kommunaler Kulturförderung, sie ist aber ein entscheidender Standortfaktor. Im Rahmen der Medienwirtschaft spielt auch die Musikwirtschaft eine erhebliche Rolle. Dabei geht es nicht nur um Plattenfirmen und Musikverlage, sondern auch um Instrumentenverkäufer, Agenturen und Produzenten, um Zulieferer, wie Multimediadienstleister, Komponisten von Filmmusik und Werbung, usw. (vgl. Kapitel 4).

Welche kulturelle Bedeutung ist aber mit diesem „Wirtschaftsfaktor“ Popularmusik verbunden? Immer wieder tauchen im Zusammenhang mit Popularmusik Begriffe auf, wie Mainstream, Underground, Pop, Kommerz, Subkultur oder Jugendkultur. Für Popularmusik scheint dieser kulturelle Zusammenhang extrem wichtig zu sein. Ist das Musikstück oder die Musikgruppe kommerziell und –also im engen Sinne Pop-, ist sie Independent, d.h. unabhängig oder Teil einer Gesamt oder eine Gegenkultur?

Ein Blick auf die Kultursoziologie bescheinigt, dass all diese Begriffe lediglich Standorte innerhalb einer modernen Gegenwartskultur bezeichnen. Für die Argumentation kann die Entwicklung von der Subkultur zur Jugendkultur diesen Zusammenhang erhellen (vgl. Bielefelder Jugendring 1990, Ferchhoff 1990, Mörth 1994, Vollbrecht 1997). Der Ausdruck „Subkultur“ bleibt heute solchen Bewegungen vorbehalten, die keine der gesellschaftlich akkreditierten Stoßrichtungen verfolgen und damit im wahrsten Sinne des Wortes „untergründig“ in ihr fortbestehen (vgl. Brake 1981 / Clarke 1979, S.22). An die Stelle milieubezogener jugendlicher Subkulturen sind heute sogenannte Freizeitszenen als wähl- und abwählbare Formationen getreten. Der Begriff der „Jugend“ als eigenständiger Lebensphase ist heute eher ein Begriff der Alltagskultur und hat eine enorme Ausdehnung erfahren. So haben sich auch die Jugendkulturen in ihrer zeitlichen (altersbezogenen) Ausdehnung enorm erweitert. Im Begriff der „Jugendkultur“ sind die vermittelnden Instanzen für die neuen „Bildungsgüter“ wie Mode, Konsum, Musik und alternative Lebensstile und -entwürfe die Massenmedien erfasst. Baacke favorisiert in diesem Zusammenhang einen veränderten Kulturbegriff. „‘Kultur‘ ist nicht mehr nur der Bestand an Traditionen und geistigen Bildungsgütern, sondern eben einen Lebensraum der dieser kulturellen Tiefendimensionen im traditionellen Sinn entbehrt. „Kultur“ in den heutigen Jugendkulturen meint (...) die Schaffung von Stilen über Medien, deren „bildender Gehalt“ (...) eher strittig sein dürfte: Konsum, Pop und Rock, Mode sowie Schaffung neuer sozialer Treffpunkte“ (Baacke 1987, S.99 / vgl. Bourdieu 1984).

Die Massenmedien ermöglichen eine Internationalisierung und Verbreitung verschiedener Jugendkulturen in Echtzeit. Sie sind in der Lage auf einen großen Teil der Jugendlichen Einfluss auszuüben, aber in der Regel gibt es immer noch eine Kluft zwischen der Rezeption der verschiedenen Jugendszenen durch die Medien und ihrer tatsächlichen, aktuellen Manifestation zu bestimmten Zeiten und Orten. „Die Aufnahme und Rezeption der subversiven jugendkulturellen Stile, die durch diese Aushandlungsprozesse und die kreative Umdeutung, Umnutzung und Veränderung des bestehenden Materials durch die Kulturindustrie immer neu entstehen, verdeutlicht das ambivalente Wechselspiel zwischen „Mainstream“ und „Underground“. „Der „Mainstream“ braucht den Underground als Laboratorium kommender Moden; der Underground benötigt den Mainstream, um vor ihm zu flüchten und weiterhin anders zu sein“ (Meuler 1997, S.37).

Betrachtet man die aktuellen „*Jugendkulturen“*, so fällt auf, dass sie häufig mit einer eigenen Art von Musik verbunden werden (vgl. Baacke 1997, Büsser 1996). Es scheint also, als würden die spezifischen Jugendszenen entlang bestimmter Musikrichtungen verlaufen. Dies ist zwar insofern ein Trugschluss, als bestimmte Szenen ausgemacht werden können, die sich nicht primär um die Musik als bindendes Element gruppieren (Skater, Graffitysprüher, Girlies, usw.), dennoch gilt: Musik ist mit der zentralste Bestandteil jugendlicher Szenen (vgl. Ferchhoff 1990). Sie wird Jugendlichen durch verschiedene Informationskanäle zugänglich. Zu nennen wären Handel, Clubs und Discotheken (auch Jugendtreffs, Bars, Kneipen, Livekonzerte, sowie als zentralstes durch die Medien (Radio; Fernsehen, vor allem die Spartenkanäle MTV I+II, VIVA I+II; Printmedien wie BRAVO, SPEX, MUSIKEXPRESS, VISIONS und andere). Musik ist ein durch und durch konsumierbares Medium geworden. Sie nimmt aber gerade deshalb einen so großen Stellenwert in der Welt der Jugendlichen ein, weil insbesondere der Sektor der Popmusik über eine Auseinandersetzung mit Musik als Gattungsbegriff und damit einer spezifischen Form der Kunst hinaus, Musik als umfassenderes, lebensbegleitendes Bindungskriterium erleb- und verhandelbar macht. So wird nicht mehr nur ein bestimmtes Stück Musik ge- und verhandelt, sondern es wird durch die Präsentation in den Medien mit bestimmten Symbolen und Bildern verknüpft, mittels einer bestimmten Leiblichkeit (Tanz) verhandelt und zu einer regelrechten Existenzerfahrung im musikalischen Erlebnis stilisiert.

Musik wird von Jugendlichen nicht mehr nur als kultureller Teilbereich erfahren, sondern ist Bestandteil ihres Lebens, ihrer Existenz, in dessen lebensweltübergreifendem Spektrum der Jugendliche auf der Suche nach Identität seine Orientierungsmuster auswählt. Die Veränderung der musikalischen Szene und die allgemeine Zugänglichkeit der musikalischen Produktionen bilden für jeden einzelnen Jugendlichen den Schlüssel zur Teilhabe an dem übergreifenden „System Musik“ (ed., S.18). Natürlich wird Musik auch als abgrenzendes und neuorientierendes Medium genutzt um sich in der Interaktion mit Gleichaltrigen gegenüber den Eltern zu verselbständigen. Die psychologische Komponente des Musikhörens gerade in der Zeit der Adoleszenz beschreibt anschaulich Dollase (1997, S.341- 368). Markant ist bei der Betrachtung des Musikkonsums Jugendlicher noch die Art und Weise, wie dieser sich verändert hat. Entgegen einer gängigen Meinung ist der jugendliche Musikkonsum alles andere als passiv. Jugendlichen steht ein ganzes Repertoire von aktiven Konsummöglichkeiten zur Verfügung. Es reicht vom einfachen Anhören über das Einkaufen und aktive Auswählen von Musik verschiedener Stile und Zeiten. Viele Jugendliche befinden sich auf der Suche nach „Sounds“, die sie dann tauschen (Tauschbörsen im Internet: Napster, Gnutella), hören, im Heimstudio zwischen PC und Anlage ausschlachten und daraus auch wieder eigene Tracks mittels der immer mehr verfügbaren Technik (z.B. Ejay) produzieren. Nachweislich wird Musik in vielerlei Hinsicht „konsumiert“ (vgl. Willis 1991; SPoKK 1997; Baacke 1987; Deese 1996). Willis weist jedoch ausdrücklich darauf hin, dass die meisten Jugendlichen über ihre Erfahrungen als Konsumenten zum eigenen „Musikmachen“ kommen (Willis 1991, S. 101ff.).

Die wichtigste gesetzliche Grundlage für die Popularmusikangebote im Jugendbereich ist das Kinder- und Jugendhilfegesetz (8. Band Sozialgesetzbuch). Mit der Neufassung des Gesetzes ist „Jugendkulturarbeit“ als ein Teil der außerschulischen Jugendbildung von einer Soll- zu einer Pflichtaufgabe geworden (vgl. Woog/Lange 1999). Im Achten Jugendbericht der Bundesregierung wird Jugendkulturarbeit als ein integralen Bestandteil von Jugendarbeit allgemein wie folgt formuliert: *"(...) Suche nach Identität, nach ganzheitlichem Erleben und Ausdrucksmitteln, nach Wegen zur öffentlichen (Selbst-) Inszenierung spielen dabei eine Rolle. Jugendliche streben auch schon vor dem Eintritt ins Berufsleben eine soziokulturelle Selbständigkeit an. Nicht nur angestrebter Beruf und Ausbildung sind wichtig sondern auch die Art zu leben, sich zu bewegen, sich zu stylen, zu kommunizieren. In der Jugendarbeit waren kulturelle Aktivitäten schon immer integraler Bestandteil, Musik, Spiel, Tanz, Medien- und Theaterarbeit hatten und haben einen wichtigen Stellenwert. Die sich verändernden kulturellen Ausdrucksformen Jugendlicher zu qualifizieren, war und ist Ziel kultureller Bildung in der Jugendarbeit"* (Bundesminister für Jugend, Familie, Frauen und Gesundheit 1990, S. 113).

In vielen Kommunen stehen für die Jugendarbeit wenig(er) Mittel zur Verfügung, bzw. sie bekommt immer neue Aufgaben, bei gleichbleibenden Budgets zugewiesen. Da Jugendarbeit von der Kommune vorrangig die Aufgabe der *„Bearbeitung von lebensweltlichen Folgen sozialer Probleme im Jugendbereich“* (Böhnisch/Münchmeier 1987, S. 222) übertragen bekommt, werden bei der kommunalen Ausgestaltung der Jugendarbeit Schwerpunkte oft zu Ungunsten der Jugendkulturarbeit gesetzt. Dies schlägt sich auch institutionell nieder: Lieber mehr Schulsozialarbeit und Streetwork, als einen Musikclub oder eine Jugendmusikschule. Präventionsarbeit ist sozusagen nicht sehr populär: *„Es hat sich nun mal in den Verwaltungen und Verbänden ein Verständnis eingenistet, daß Jugendarbeit sichtbare Arbeit sein soll -, und nur so ist sie in das Effizienz- und Prestigedenken der Kommunal- oder Verbandspolitik übertragbar“* (ed., S. 234). Ergebnisse für die Kommunalpolitik sichtbar zu machen ist in der Praxis sehr schwierig, da evaluative Ansätze in der Jugendkulturarbeit noch in den Kinderschuhen stecken und Jugendkulturarbeit eben vor allem einen präventiven Charakter hat (vgl. Woog/Lange 1999).

Popularmusik hat auch im Gesamtrahmen der Kulturpolitik bis heute oft keine Priorität - auch nicht im Rahmen dessen, was sich die Kommune außerhalb der traditionellen Einrichtungskultur noch zu leisten mag. Eine innovative Kulturpolitik im Sinne der Orientierung an einem erweiterten Kulturbegriff brauch die Ausdehnung der traditionellen Aufgabenspektrums und die Entwicklung neuer Vermittlungsformen. In der Kulturpolitik spielt die sogenannte „Kulturelle Grundversorgung“ eine entscheidende Rolle. Grundlagen für Kulturarbeit sind in der „Konzeption Kulturelle Bildung“ (Deutscher Kulturrat 1988) des Deutschen Kulturrates (vgl. zur Kommunalen Kulturpolitik auch: Fuchs 1994, S. 145-147) zusammengefasst. Ziele, Aufgaben und Inhalte kommunaler Kulturarbeit lassen sich nach Aussagen des Deutschen Städtetages und der Kommunalen Gemeinschaftsstelle (KGSt; Bericht 5/94) in drei Schwerpunkte zusammenfassen:

„1. Kulturarbeit ist Teil der Daseinsvorsorge für die Bürger. Darunter wird die Bereitstellung einer "kulturellen Infrastruktur" verstanden, die von privatwirtschaftlichen Kulturbetrieben aus eigenen Mitteln nicht sichergestellt werden könnte.

2. Kulturarbeit ist Kunst- und Kulturförderung, um Neues zu ermöglichen, Akzente zu setzen und Kultur lebendig zu erhalten.

3. Die erfolgreiche Kulturarbeit einer Stadt ist ein Faktor, der die Attraktivität und das Image mitbestimmt und im Wettbewerb der Städte untereinander von großer Bedeutung ist.“

Kulturpolitik und -verwaltung sind von einer sich anbahnenden Strukturveränderung geprägt. Wirtschaftlichkeit, Privatisierung und Effektivitätssteigerung sind auch hier die Themen, die diesen Prozess kennzeichnen (vgl. Vermeulen 1995, S. 12-14).

Jugend- und Kulturarbeit hat traditionell viele Vorbehalte gegen die Wirtschaft. Wenn aber ein offensiver Umgang mit der Kulturindustrie ermöglicht wird, ist eine Öffnung zum Beispiel bei der Popularmusikförderung hin auch zu kommerziellen Anbietern möglich und bietet einige Chancen, ohne die Ziele von Jugend- oder Kulturarbeit aus dem Auge verlieren zu müssen. Letztendlich erschließt sich das Feld Popularmusik auch erst als eine so bedeutende kommunale Aufgabe, weil die Industrie nicht mehr junge Talente und Musikgruppen fördert. Eine gute Nachwuchsmusikförderung kann, an dieser Stelle ansetzend, ganz neue erfolgversprechende Kooperationen zwischen öffentlichen und privaten Institutionen beginnen. Spätestens wenn es um Finanzierungskonzepte und Sponsoring geht, rückt die Wirtschaft aus einem anderen Winkel ja auch in der Praxis der Nachwuchsmusikförderung in den Mittelpunkt des Interesses.

2.4 Rahmenbedingungen kommunaler Popularmusikförderung

Wie sich das Handlungsfeld in Stuttgart darstellt, wird detailliert Im Kapitel 4, der Bestandsaufnahme dargestellt werden. Hier sollen die verschiedenen Bezüge der kommunalen Handlungsfelder kurz erklärt werden.

2.4.1 Kulturförderung / Öffentliche und freie Kulturarbeit

Musikszenen sind zunächst einmal in regionale kulturelle Prozesse eingebunden. Die Aufgaben von Popkultur- und Popularmusikförderung werden als ergänzende, jedoch gleichzeitig zentrale Funktion der kommunalen Kulturförderung, vor dem Hintergrund zweier inhaltlicher Gesichtspunkte deutlich, die sowohl konzeptionell als auch organisatorisch zu berücksichtigen sind. Popularmusikförderung bedeutet Auseinandersetzung mit Gegenwartskultur, mit Musik, die zum täglichen Umgang vor allem junger Menschen gehört. Popularmusik hat dabei keine "ornamentale Randfunktion in der Lebenswelt" (Rauhe 1985, S.15.). Öffentliche, freie und private Aktivitäten sind die Grundlagen für den lokalen Kulturbetrieb, in denen die kulturelle Aktivität der Bürger sichtbar wird, weil darin reale Probier- und Experimentierfelder liegen.
„Musikkulturelle Prozesse stellen einen komplexen Zusammenhang dar, unabhängig davon, ob dahinter öffentliche, freie oder private Träger stehen. Notwendig ist es deshalb (...) Konzepte zu finden, die Projekte und Initiativen so fördern, daß sie im ökonomisch-gesellschaftlichen Milieu einer Region Fuß fassen können. Das schließt ein, daß man die Akteure auch zwingt, sich mit ökonomischen Strukturen auseinander zu setzen. Tut man dies nicht und die fatalen Folgen werden gegenwärtig sichtbarer denn je, fördert man aus den öffentlichen Haushalten z.B. Arbeitsbeschaffungsmaßnahmen oder zeitlich begrenzte Projektvorhaben so, daß sie vom Rest der Gesellschaft eigentlich abgekoppelt sind, also weder bleibende Strukturen noch das Gefühl eines folgenreichen Engagement verursachen, dann zerstört man ganz massiv Sozialisierungszusammenhänge. Ohne die Chance aber, Kultur als Lebensform entwickeln zu können, die wirklich Spuren hinterläßt, die mit der realen Aussicht verbunden ist, sich in dieser Gesellschaft zurechtzufinden, verkümmert die Förderung von Jugendkultur und Popmusik ganz sicher zur reinen Beschäftigungstherapie. Die ihrerseits produziert dann nichts anderes als nur immer wieder neue Enttäuschungen. Denn kulturelle Prozesse greifen ganz unmittelbar in soziale Bindungsgefüge ein.“ (Susanne Binas, 1997) Die Einrichtungen der kommunalen und freien Kulturförderung im Bereich Popularmusik sind insbesondere (Jugend)Musikschulen, Soziokulturelle Zentren und Musikinitiativen. Besondere Bedeutung erlangen auch temporäre Projekte, die sehr effektiv auf kulturelle Strömungen reagieren können und unterschiedlichste Strukturen, bzw. Organisationsformen aufweisen

2.4.2 Jugendarbeit

Die Jugendarbeit befindet sich in stetigem Wandel. Die Suche nach neuen Konzepten, die auch aktuelle gesellschaftliche Anforderungen berücksichtigen können, schreitet kontinuierlich fort. In der Praxis fällt dies durch sich stetig weiterentwickelnde Angebotsformen auf. Es geht um eine Vermeidung oder Aufhebung von Jugendghettos, in der die Jugendlichen (oft Problemjugendliche, die durch ihre Auffälligkeit im Stadtteil so bezeichnet werden) aus der Öffentlichkeit in Räume gedrängt werden, wo sie nicht mehr auffallen. Die Umwelt soll im Gegenteil, im Sinne einer Erschließung und Gestaltung der kulturellen Wirklichkeit in der Lebenswelt Stadt als Lernraum erfahrbar gemacht werden. Eine Lösungsmöglichkeit bietet die Öffnung hin zu anderen gesellschaftlichen Bereichen. Der Bereich Popularmusik ist in diesem Zusammenhang eine Öffnung der Jugendarbeit hin zum soziokulturell-pädagogische Feld.

Formen offener Jugendarbeit gibt es in fast allen größeren Städten und Gemeinden. Sie sind dort ein Teil der öffentlichen Infrastruktur für Kinder und Jugendliche. In kleineren Gemeinden werden neben größeren Jugendhäusern oft auch Jugendräume bereitgestellt, die Gruppen von Jugendlichen eigenständig und manchmal selbstverwaltet nutzen können.

Diese werden tendenziell von der verbandlichen Jugendarbeit getragen (vgl. Bundesministerium für Familie, Frauen, Weiterbildung und Kunst 1995). In Stuttgart liegt hier ein Sonderfall vor, weil die offene Jugendarbeit zum größten Teil einem Träger obliegt, in dem die Stadt steuernd einwirken kann. Popularmusik hat hier eine zentrale Bedeutung, weil sie als sozialisierendes, kulturelles Medium methodisch berücksichtigt wird (In Form von Musikwerkstätten, Konzerten,...). Die verbandliche Jugendarbeit hat zum Teil eine lange Tradition und hat auch quantitativ eine große Bedeutung im Gesamtangebot der Jugendarbeit. *„Wesentliches Merkmal der Jugendarbeit in Verbänden ist die von Ehrenamtlichen begleitete Gruppenarbeit. Werte wie Gemeinschaft, Offenheit, Beziehung und Vertrauen haben dabei einen großen Stellenwert“* (Stadtjugendring Stuttgart e.V. 1996, S.5). Die musikpädagogischen Angebote sind häufig Bestandteil der allgemeinen Verbandsarbeiten und somit eher projektbezogen.

2.4.3 Bildung und Schule

Popularmusik muss eine wichtige Rolle in der Schule spielen, da sie zum Einen Zugänge zu den Jugendlichen eröffnen kann (soziale und kulturelle Identität) und zum Anderen, weil die Schule als primäre Bildungseinrichtung, Popularmusik im Rahmen des Musikunterrichtes als wichtigen Lerninhalt vermitteln soll. Im aktuellen Lehrplan für das Fach Musik stehen nicht nur Volkslieder, Klassik und Jazz sondern immer mehr auch populäre Musikstücke. Da es aber eine Wahlmöglichkeit gibt, was behandelt werden soll, erfolgt eine Auseinandersetzung mit dem Thema Popmusik meist sehr begrenzt. Eine bindende Richtlinie zum Umgang mit populärer Musik an öffentlichen Schulen gibt es in Baden-Württemberg (noch) nicht.

2.4.4 Wirtschaftsförderung

Die Dimension der Popularmusik ist eine ökonomisch-kulturell-soziale, das heißt, dass der (kommunale) Kulturprozess und der (kommunale) Wirtschaftsprozess eng miteinander verknüpft sind. *„Dabei ist es nicht die Rentabilität von Kultur als sogenannter weicher Standortfaktor (etwa im Sinne der Feststellung, daß die Siemensmanager sich nur ansiedeln, wenn ein Opernhaus in der Stadt für repräsentative Abwechslung nach getaner Arbeiten sorgt), sondern es ist die interne ökonomische Dimension kultureller Prozesse selbst, der Aufmerksamkeit geschenkt werden sollte“* (Binas, 1997). Es ist daher auch entscheidend, ob sich kulturelle, soziale Institutionen, und die private Wirtschaft, die sich mit dem Gegenstand Popularmusik beschäftigen, tatsächlich als auch wirtschaftliche Subjekte verstehen könnten. Viele Existenzgründer im Musikbusiness verstehen ihre Arbeit zu Beginn zum Beispiel noch eher in einem sozial-kulturellen Zusammenhang und gehen einen schweren Weg, auf dem sie lernen müssen den ökonomischen Gesetzmäßigkeiten zu folgen.

Kulturelle Organisationen sehen Popularmusik oft immer noch unabhängig von der Wirtschaft und verharren manchmal geradezu in einer Art öffentlich geförderten „Verweigerungshaltung“, anstatt dass sie offensiv mit dem Thema zwischen Wirtschaft, Medien und sozialer Funktion umgehen. Nicht zuletzt hat auch die kommunale Jugendarbeit für die Wirtschaft eine Bedeutung. Hier „basteln“ Jugendliche an ihren persönlichen Erfolgsmodellen und es entsteht eine Basis an kreativen Köpfen für die nächste Generation in der Medien- und Musikwirtschaft. Die Wirtschaftsförderung hat also kommunal gesehen auch die Aufgabe in den Feldern „Kultur“ und „Soziales“ die wirtschaftliche Beachtung des Popularmusikbereiches zu fördern. Zur gleichen Zeit ist es wichtig, dass sie auch in der (Musik)wirtschaft auf die Bedeutung der kulturellen und sozialen Grundlagen hinweist. Sie muss damit in ungewohnten Feldern Kooperationsfähigkeit beweisen und Verantwortung übernehmen. So kann es der kommunalen Wirtschaftsförderung gelingen, eine nachhaltige Grundlage für die Attraktivität des Standortes für die Medien- und Musikwirtschaft aufzubauen, neue Firmen anzusiedeln und Arbeitsplätze zu schaffen.

2.4.5 Vernetzung und Kooperation

„Der Bereich aber, der sich genau zwischen den Polen der großen Tonträgerfirmen und privaten Medien, der überregionalen Agenturen und Tourneeveranstaltern einerseits sowie andererseits den öffentlichen Kultureinrichtungen bzw. öffentlich geförderten Einrichtungen und Projekten freier Träger befindet, liegt im dichten Nebel einander ausschließender Zuständigkeiten“ (Binas 1997). Es sollte in der Kommune also darum gehen die öffentlichen, privaten und freien Aktivitäten als eine Art sozial-wirtschaftlich-kulturellen „*Gesamtorganismus*“ (ed.) zu sehen. Eine Bestandsaufnahme dieses „Gesamtorganismus“ liefern wir in Kapitel 4. *„Die spezielle Form der Ganzheitlichkeit sorgt letztendlich für den hohen Multiplikations- und Identifikationswert, der der Popmusik eigen ist*“ (Gorny, in: ed.). Es gilt also eine Bereichsstruktur aufzubauen, die wechselnde kulturelle Strömungen (und die wechseln in der Popularmusik sehr schnell) berücksichtigt, eine gute „Grundversorgung“ des Bereiches sichern und somit Spitzenförderung und Breitenförderung ermöglichen kann. Zuständigkeiten müssen abgekoppelt, neu verbunden oder erweitert werden. Dabei stellen sich die Zielgruppen von kommunaler Popularmusikförderung als breites Feld dar – vom Künstler über den Musikpädagogen bis zur europaweit agierenden Plattenfirma.

2.5 Popmusik, Politik und Förderung

Popmusik, Politik und Förderung in der Bundesrepublik Deutschland

Im Jahr 2000 erkundigt sich die CDU/CSU-Fraktion im Bundestag bei der Bundesregierung nach dem Stellenwert der Rock- und Popmusik in Deutschland in einer Großen Anfrage (14/4290).
„Rock- und Popmusik stehe danach "etwas abseits" der staatlichen Musikförderung und der Diskussion um deren Rahmenbedingungen, sollte aber nach Meinung der Fraktion wegen der Entwicklung in der Branche rechtliche Bedingungen erhalten wie andere Bereiche der Kultur- und Musikförderung auch. Unter Bezug auf die verbreitete gesellschaftliche Akzeptanz von Rock- und Popmusik, einer fortschreitenden Differenzierung der Musikstile und einer Veränderung des Nutzerverhaltens erkundigen sich die Abgeordneten nach dem Anteil dieses musikwirtschaftlichen Bereichs am Bruttosozialprodukt in Deutschland. Die Fragen gelten der künstlerischen und wirtschaftlichen Entwicklung, der Zahl der Beschäftigten und der Umsatzentwicklung in den letzten zehn Jahren sowie dem Beitrag hauptberuflicher Rock- und Popmusiker zum Steuer- und Sozialversicherungsaufkommen in Deutschland. Von der Bundesregierung will die Union wissen, ob und wie die Musikförderung organisiert ist, nach welchen Kriterien eine Unterstützung durch den Bund vorgenommen wird und wie in diesem Kontext eine Förderung von Rock- und Popmusik zu sehen ist. Weiter erkundigen sich die Abgeordneten nach dem Einfluss der neuen Medien auf die Verbreitung, Nutzung und wirtschaftliche Verwertung von Pop und Rock. Dabei fragen sie auch nach einer möglichen Ungleichbehandlung von E- und U-Musik durch die GEMA, nach unterschiedlichen Besteuerungsgrundlagen von Ensembles und Solisten, nach rechtlichen Bedingungen zur Verhinderung der "Tonträgerpiraterie", nach Anpassung des Urheberrechts an EU-Richtlinien sowie nach Konsequenzen aus den wesentlichen Erleichterungen bei Vervielfältigung und Verbreitung von Musik durch das Internet.“ (Deutscher Bundestag, Pressezentrum 2000)

Dies ist die erste Grosse Anfrage dieser Art seit Jahren. Mit einem 69 Fragen umfassenden Fragenkatalog sollen allgemeine Fragestellung, die Ausbildung und Nachwuchsförderung, sowie die rechtlichen Rahmenbedingungen geklärt werden. Dahinter verbirgt sich, dass für die Förderung von E-Musik in der Bundesrepublik Millionen ausgegeben werden, während für die Popularmusik (U-Musik) noch nicht einmal bundesweite Empfehlungen formuliert worden sind. Der Tenor der Anfrage ist insgesamt aber eher ein wirtschaftlicher als ein kultureller.

Popmusik, Politik und Förderung in Baden-Württemberg

Das Land Baden-Württemberg erarbeitet zur Zeit eine Konzeption zur Förderung der Popularmusik in Baden-Württemberg. Vor 4 Jahren hatte man angefangen der Popularmusikszene im Land eine Bedeutung beizumessen. Auf Initiative des Landes gab es endlich eine Einrichtung zur Förderung der Pop- und Rockmusik aus Baden-Württemberg: Die Rockstiftung Baden-Württemberg e.V. (vgl. www.popforum.de). Daran sind das Kunstministerium, der SWR und die Landesarbeitsgemeinschaft der Rockinitiativen beteiligt. Da festgestellt wurde, dass in diesem Bereich unglaubliches (wirtschaftliches) Entwicklungspotenzial verborgen ist war es nur konsequent dem Bereich Popularmusik, neben den Bereichen Film und Neue Medien, landesweite Beachtung zu schenken.
Das besondere an der Entwicklung dieser Konzeption war, dass unglaublich viele Fachleute aus Baden-Württemberg zu dem Thema gehört und auch berücksichtigt worden sind. Diesem Ansatz wird auch in der vorliegenden Untersuchung für die kommunale Popularmusikförderung, durch die Befragung von insgesamt 26 Experten durch themenzentrierte Interviews Rechnung getragen.

Ein Hauptaugenmerk liegt auf Landesebene auf der Einrichtung der Popakademie Baden-Württemberg, weil besonders im Qualifizierungsbereich (Ländersache) ein Neuordnungsbedarf festgestellt wird. Zentrales Anliegen ist es auch die Überschneidungsfelder zwischen Musik, Neuen Medien und Film besser zu berücksichtigen. In Niedersachsen wurde eine Popakademie schon einmal beantragt. Auszug aus der Begründung:

„Bündnis 90/Die Grünen beantragen im Landtag und im Rat der LHH eine PopAkademie für Hannover:
Auf dem ehemaligen Expo-Gelände am Kronsberg entwickelt sich mit der Fachhochschule für Kunst & Design, der neuen Medienberufsschule und dem Gründerzentrum der Region Hannover eine Top-Adresse für Multimedia und neue Technologien. Dieser Standort ist nach Ansicht von Bündnis 90/Die Grünen ideal, eine weitere innovative Institution mit bundesweiter Ausstrahlung anzusiedeln: die PopAkademie als ein Leistungszentrum für Spitzenförderung im Rock- und Popbereich. Rock- und Popmusik benötigen unbedingt mehr Aufmerksamkeit und Förderung. Über 90 Prozent aller Jugendlichen betrachten sie als ihre Musik, dennoch findet Musikförderung in diesem Bereich so gut wie nicht statt. Dabei ist diese Musik Wirtschaftsfaktor und Kulturfaktor zugleich und erfüllt darüber hinaus wichtige soziale Funktionen." (Auszug aus dem Antrag von Bündnis90/Die Grünen, Land Niedersachsen(Stadt Hannover)

Das Land Baden-Württemberg hat aber darüber hinaus die Notwendigkeit erkannt eine Spitzenförderung mit einer Breitenförderung zu verbinden. Dies bezieht sich nicht nur auf die musikalische Qualität, sondern vor allem auf den landesweiten Aufbau der Popularmusikförderung. Es soll also eine zentrale Ausbildungs- und Fördereinrichtung mit den kommunalen und regionalen Förderangeboten vernetzt werden. Diese Wichtigkeit der kommunalen Förderung ist auch im Hinblick auf die Standortauswahl des Landes für die Popakademie von zentraler Bedeutung (vgl. Interview Menrath). Leider kommt die Konzeption des Landes erst im Herbst 2001 heraus. Aus den informellen Gesprächen, die geführt worden sind, war aber heraus zu hören, dass die Überlegungen des Landes auf ähnlichen theoretischen Zusammenhängen basieren.

In Baden-Württemberg gibt es eine Reihe von Organisationen, die Popularmusikförderung betreiben: Der Zusammenschluss der Musikinitiativen, die Landesarbeitsgemeinschaft der Rockinitiativen LARI (Landeweiter Nachwuchswettbewerb, Interessensvertretung für Musiker), viele lokale und regionale Netzwerke (RUMS – Rock ums Seeufer, Bodensee) oder die Landesarbeitsgemeinschaft Pop, die sich gerade konstituiert, in der sich Vertreter von Jugendeinrichtungen aus ganz Baden-Württemberg unter dem Dach der Arbeitsgemeinschaft Jugendfreizeitstätten zusammenschließen wollen.

2.6 Popmusik als Standortfrage

Andere Kommunen und Länder in der BRD haben bereits seit Jahren die Förderung der Popkultur und Popmusik in ihr Angebot aufgenommen. Neben sehr freien und flexiblen Fördermodellen findet man auch eher begrenzte und stark institutionalisierte Modelle. Gemeinsam ist vielen dieser Fördermodelle und auch -konzepte, dass es letztendlich nicht geschafft worden ist, die wissenschaftlich fundierte Forderung eines bereichsübergreifenden Ansatzes (zwischen Musikwirtschaft – Kulturauftrag und sozialer Aufgabe) erfolgreich in die Praxis umzusetzen. Wenn dies berücksichtigt wurde, bleibt der „kritische Moment", die Übertragung der Zuständigkeit an die Verwaltung. Dort oder in einer beauftragten externen Organisation, entsteht strukturell eine –zumeist unterschwellig- auftretende inhaltliche Fokussierung des Aufgabengebietes, die dazu führt, dass andere Bereiche sich als nicht mehr vertreten, verstanden und letztendlich gefördert wahrnehmen. Dies hat natürlich negative Auswirkungen auf Kooperations- und Vernetzungsprozesse, die für den Bereich, wie oben erläutert, von zentraler Bedeutung sind.

Wenn man von den Strukturen einmal absieht, sind es in der Praxis vor allem einzelne Personen und Personengruppen, die es trotz widriger struktureller Rahmenbedingungen auf Landes- und kommunaler Ebene schaffen, qualitativ hochwertige und „breit" angelegte Fördermaßnahmen auf den Weg zu bringen (Bernd Schweinar/Bayrische Rockinitiativen/digitallmusic/BA Rock, Lothar Surey /Kulturbüro NRW, Daniel Oßwald/Rock ums Seeufer RUMS). Im Kinder- und Jugendkulturbereich kann man hier auch das Beispiel des Netzwerkes München anführen (Mayerhofer, Liebich, Zacharias).

Da diese Schwierigkeit bekannt ist, versuchen die Kommunen vermehrt Positionen in diesem Bereich mit Multiplikatoren und regionalen Szenegrößen zu besetzen (z.B. Markus Spengler/Popbeauftragter der Stadt Mannheim/Band „The Busters"), die durch ihre persönliche Kontakte, also im Zusammenspiel mit Mitarbeitern und Multiplikatoren anderer Mitarbeiter von öffentlichen und freien Trägern, das strukturelle Defizit ausgleichen sollen. Ob dies langfristig ein erfolgversprechender Ansatz ist, kann zumindest bezweifelt werden, da die Qualität der Förderung davon abhängt, wie gut die beauftragten Personen in der Kommune mit dieser „Szene" kommunizieren, wie lange sie in dem Bereich arbeiten und wie offen und flexibel sie für die verschiedenen Themengebiete und betroffenen Bereiche über die Jahre hinweg bleiben. Dadurch verengt sich eine Diskussion über Popmusikförderung oft zu einer Personaldiskussion, während das strukturelle Defizit in dem Bereich als nicht mehr relevant wahrgenommen wird.

Da es uns an dieser Stelle vornehmlich um Entwicklungen und Einschätzungen geht, war es sehr schwierig Material zu finden (Niemand will eine negative Standortaussage nach außen tragen). Damit die Diskussion auch an anderen Standorten deutlich wird, stellen wir im folgenden neben einer allgemeinen Beschreibung der Ausgangssituation in Stuttgart, Beiträge aus Berlin (Mit ergänzendem Datenmaterial aus der Standortanalyse von Dr. Susanne Haist/Kulturamt LHS Stuttgart) und aus dem Ruhrgebiet (ohne ergänzendes Datenmaterial) vor.

2.6.1 Popmusikstandort Stuttgart

Die Region Stuttgart ist geprägt von ihrem weltweiten Ruf als Automobilstandort. Darüber hinaus hat die Stadt einen Namen als Verlagsstadt, als Sportstadt und – in letzter Zeit – auch wieder als interessanter Börsenplatz. Im Kulturbereich liegen Schwerpunkte im Bereich Architektur, bildende Kunst, Ballett sowie klassische Musik (3 x Opernhaus des Jahres, Bachakademie, Kammermusikorchester).
Als innovativer Standort für Popularmusik tut sich Stuttgart trotz des seit vielen Jahren vorhandenen, reichhaltigen Potentials hinter Städten wie Köln, Hamburg oder Berlin dagegen schwer. Die Stadt wird derzeit in erster Linie als HipHop-Stadt (Fantastische Vier, Freundeskreis, Kolchose, 0711-Büro u.a.) sowie als Clubstadt im Dancebereich (M 1, Prag u.a.) wahrgenommen. Innerhalb der Stadt und insbesondere in der Region tut sich aber

einiges mehr. Die zur Zeit wohl bekannteste deutsche Musikgruppe „PUR“ kommt aus Bietigheim-Bissingen, das nebenbei auch die Bands „Camouflage“ und „Coalminers Beat“ mit Hits in den Charts hervorbrachte. Die Stuttgarter „Farmer Boys“ setzen Standards im Bereich Alternative Rock und „Gallery“ gelangt als erste Band mit dem Coverhit „Blue“ über das Internet in die Hitparaden. In der jüngeren Vergangenheit standen die Winnender Punkrocker von „Normahl“ in einer Reihe mit den „Ärzten“, Peter Schilling und seinen „Major Tom“ kennen auch heute noch die meisten und selbst „Schwabenrocker“ Wolle Kriwanek erzielte einen überregionalen Bekanntheitsgrad. Gemessen an Großstädten wie München, Hannover oder Frankfurt, die mit einzelnen Bands wie der „Spider Murphy Gang“, den „Scorpions“ oder den „Rodgau Monotones“ zwar auch schon von sich reden machten, haben Stuttgart und die Region damit eigentlich einen überdurchnittlichen Output.
Um so erstaunlicher ist es, dass diese lebendige Musikszene, zu der neben den bekannten Bands auch ein weites Feld an Musikern, Veranstaltern sowie Unternehmen der Medienbranche gehört, von den Entscheidungsträgern innerhalb der Stadt nicht richtig wahrgenommen wird. Dabei ist es unübersehbar, dass sich in Stuttgart etwas bewegt und zwar nicht immer nur zum Guten. Die einzige ortsansässige Major-Plattenfirma „Intercord“ wurde noch vor dem angekündigten Umzug nach Berlin geschlossen, Szenegrößen wie Udo Schöbel oder Andreas „Bär“ Läsker hoffen, woanders bessere Bedingungen vorzufinden. *„Ein Termin in Stuttgart wird in der Branche oft als Zumutung empfunden, außer man will gleichzeitig einen Mercedes abholen oder einen Porsche Probe fahren*. (Läsker, 2001)“ Dass bekannte und erfolgreiche Fachleute Stuttgart den Rücken zukehren oder erst gar nicht herkommen, liegt nicht zuletzt an den hiesigen Arbeitsbedingungen. Stuttgart hat es bis heute nicht geschafft, mit den oben genannten Pfunden zu wuchern und sich bundesweit als Standort für die Popularmusik- und Medienwirtschaft zu profilieren. Auch die fehlende Präsenz der Medien ist inzwischen äußerst unbefriedigend: Das Regionalbüro des Musiksenders VIVA in Stuttgart ist eine Farce, die Musikredaktionen des SWR sitzen in Baden-Baden. Überhaupt stellt die Politik des SWR für die ortsansässige Musikszene ein Problem dar. Warum, beispielsweise, hat sich der Sender geweigert, die vorab veröffentlichte Single aus dem letzten PUR-Album zu spielen, was dazu führte, dass das Album nicht in Stuttgart, sondern in drei anderen deutschen Großstädten der Öffentlichkeit vorgestellt wurde? Es mag ja auch löblich sein, dass SWR 1 derzeit die alten Bands der siebziger Jahre in sämtlichen Landkreisen wieder zusammenbringt, aber wo bleibt dabei die Nachwuchsförderung oder die Vorstellung aktueller und innovativer Musik? Wie viel Potential und Talent (z.B. „Interphases“, „Vaseline Joystick“ oder „Helga Pictures“) ist in den letzten Jahren verschenkt bzw. vergeudet worden, einfach weil die Bedingungen am Standort Stuttgart nicht gestimmt haben?

In den 90-er Jahren erfolgte eine massive Ausdünnung der Live-Szene, die sich größtenteils in Stadtrandlagen zurückgezogen hat. Die – von der Stadt verfügte - Schließung der „Röhre“ für die lokale Amateurszene, der Abriss des Südmilchareals und des Radio Barth Gebäudes haben einen weiteren Beitrag zur Verschlechterung der Bedingungen geleistet. Zentren kreativen musikalischen Schaffens entstehen nicht in designten Glaspalästen vom Reißbrett und benötigen einige Jahre, um sich zu etablieren. Rotstift und Abrissbirne haben es in Stuttgart im Bereich Popularmusik schon zu oft geschafft, Gewachsenes zu zerstören, bevor es sich tatsächlich entfalten und Früchte tragen konnte.

Für Popularmusik ist auch der regionale Bezug sehr wichtig, Künstler und Konsumenten agieren über Gemeindegrenzen hinweg. Bis auf wenige Versuche, wie zum Beispiel den Nachwuchsmusikförderpreis „Noise Gate 2000-2001“ (Förderpreis der Region Stuttgart im Bereich Kultur 2000), die Internetseite www.musikregion.de oder das Projekt „Soundregion“ der Kulturregion, die eine effektive und sinnvolle Zusammenarbeit, den Ideen- und Know how Transfer, sowie eine gegenseitige Unterstützung im Popularmusikbereich anregen wollen ist bisher nichts passiert. Schade, denn Stuttgart verfügt mit einer wirtschaftlich enorm starken und kulturell interessanten Region über gute Möglichkeiten ein herausragender Popmusikstandort zu sein.

2.6.2 Popmusikstandort Berlin

Barbara Esser (Berliner Senatsverwaltung für Wissenschaft, Forschung und Kultur) formuliert im Rahmen einer Diskussionsrunde den Gesamtzusammenhang:

„Es gibt in Berlin eine Kulturverwaltung, die den Musikbereich unter kulturellen Aspekten fördert, es gibt eine Jugendverwaltung, die auch mit Musik zu tun hat, insoweit als sie auch ein Netzwerk von Studios, von Veranstaltungsorten, Veranstaltungen etc. im Jugend-Kulturbereich aufgebaut hat. Und es gibt einen Wirtschaftssenat, der bislang und das würde ich als eine strukturelle Schwäche in Berlin nach wie vor benennen, sich diesem Gebiet noch nicht ganz so geöffnet hat. Schon seit 10 Jahren arbeiten wir an diesem Dilemma. Doch die Bereitschaft zur Öffnung, nämlich überhaupt zu erkennen, dass wir hier nicht nur über Kultur, sondern auch über einen Wirtschaftsfaktor reden, ist mehr als gering.

Wir haben das Problem nicht nur im Bereich Musik, sondern auch im Zusammenhang mit den Unterhaltungstheatern. Auch hier versuchen wir, die Wirtschaftsverwaltung entsprechend den ihr möglichen Mitteln und Ansätzen - die wesentlich mehr Instrumentarien an der Hand hat - mit einzubinden. Leider ist uns das noch nicht gelungen. Allerdings ist das eine übergreifende strukturelle Schwäche im Verständnis öffentlicher Förderung Berlins. (...) Wir hatten ja einmal ein kleines Pflänzchen, das parallel zur Popkomm entwickelt wurde; die "berlin independent days". Es war uns damals schon nicht gelungen, die Wirtschaftsverwaltung davon zu überzeugen, dass sich dieses Pflänzchen nur dann entwickeln kann, wenn der Wirtschaftssenat langfristig und kontinuierlich mit finanziellen Mitteln und strukturellen Maßnahmen einsteigt. Letztendlich ist das ein Grund dafür, dass wir keine entsprechende Musikmesse in Berlin haben aufbauen können. Es ist nicht so sehr die Kultur, sondern die Wirtschaftspolitik, die sich sperrt.“

Mercedes Bunz (DE:BUG/Club) entgegnet ihr: *„Ich möchte Ihnen da widersprechen. Es geht hier doch heute eigentlich darum, Strukturen, Möglichkeiten und Probleme lokaler Musik zu thematisieren, nicht die der Wirtschaft. Dass Problem für die Clubkultur und elektronische Musik besteht nicht daran, zu wenig als "Kulturwirtschaft" betrachtet zu werden. Im Gegenteil. Man kann in Berlin sehr gut sehen, daß große, wirtschaftlich rentable Veranstaltungen, wie die Love-Parade oder BerlinBeta vom Senat gefördert und begleitet werden. Die lokale, tagtägliche Clubkultur, auf der solche Veranstaltungen erst aufsetzen, bleibt jedoch unsichtbar. Das Problem ist m.E. nicht, daß Clubkultur nicht als Wirtschaftsfaktor anerkannt wird.*

Clubkultur, Technokultur usw., die hat sich eigentlich schon immer auch als wirtschaftlicher Faktor begriffen und dies von Anfang an deutlich artikuliert, ganz im Gegenteil zu alten Subkulturen der 80er Jahre. Das Problem ist, daß die Clubkultur, die nicht als Aushängeschild wirtschaftliche Rentabilität verspricht, nicht beachtet wird, weil sie nicht als Kultur anerkannt wird. Sie wird deshalb auch nicht aus kultureller Perspektive - die für nicht wirtschaftlich rentable Felder wie Kunst ja zuständig ist - gefördert. Es gibt andere Beispiele; in Mitte zum Beispiel Jutta Weitz (Gewerbeamt Mitte), die diese Entwicklung schon früh begriffen haben und versucht haben, diese Lücke auszubalancieren.

Beispielsweise indem man versucht hat, kleineren Projekten Räume freizuhalten, um ihnen überhaupt öffentliches Arbeiten zu ermöglichen. Im allgemeinen aber ist das Bewußtsein auf der Senatsebene der lokalen Club- und Jugendkultur gegenüber feindlich, denn Clubkultur und populäre Musik gelten nicht als kulturelle Formationen, sondern als Ort für Drogen, Lärmbelästigungen oder Illegalität.“ ('round club table' - Diskussion im WMF (16.06.1999): „Akteure, Strukturen und Probleme der lokalen Musikwirtschaft in Berlin“)

Auszug aus der Erhebung „Popularmusikförderung im Städtevergleich“ von Susanne Haist, Kulturamt der LHS Stuttgart / 2000:

*„**Stadt**: Berlin*

***Zuständige Stelle**: Senatsverwaltung für Schule, Jugend und Sport*
***Art der Förderung**: Offene Jugendarbeit, Jugendverbandsarbeit, Internationale Jugendarbeit, Verknüpfungen mit Medienarbeit; bei HipHop: ganzheitliche Förderung der Jugendszenen unter Einbeziehung von Breakdance, Graffiti, Rap Tonstudios, Nachwuchsfestivals, Wettbewerbe, Rock- und HipHop-Mobile, Veranstaltungsservice, Musikzentrum, Übungsräume etc.*
***Finanzieller Rahmen**: Gesamtetat der Berliner Jugendarbeit beträgt ca. 200 Mio. Nachwuchsförderung ist hierin enthalten und nicht gesondert darstellbar*
***Ausführende:** Einrichtungen der Jugendarbeit in staatlicher, freier und verbandlicher Trägerschaft, z.B. Arbeitskreis Medienpädagogik e.V. Landesarbeitsgemeinschaft Populäre Musik/Kultur e.V., Berliner Musikschulen*
***Zuständige Stelle:** Senatsverwaltung für Wissenschaft, Forschung und Kultur*
***Art der Förderung:** Künstlerförderung (Nachwuchsförderung spielt eine untergeordnete Rolle) insbesondere von semiprofessionellen bis professionellen Musiker/innen bzw. Musikgruppen, die allerdings noch nicht an eine große Plattenfirma gebunden sind dürfen (Projektrichtlinien!)*
-Projektförderungen und investive Maßnahmen wie Beschaffung von Tonstudio- oder Beschallungstechnik, Tonträgermaterial,
-früher: Ausbau von Übungsräumen
-in Kooperation mit Bezirksverwaltungen: Betreiben von 3 Tonstudios, die förderungswürdigen Musikgruppen in einem limitierten Zeitraum zu günstigen Konditionen zur Verfügung gestellt werden
-Möglichkeit für alle: Berliner Musikgruppen: gegen geringen Eigenbeitrag 50 Demo-Kassetten (ab Herbst 2000 CDs) kopieren zu lassen
***Finanzieller Rahmen:** Im Bereich U-Musik 631.000 DM im Jahr 2000 (verteilt im Verhältnis Rock/Pop zu Jazz 60%:40%).*
Ausführende: s.o. „

Das interessante in Berlin ist die „duale“ Förderung im Bereich Kultur und im Bereich Soziales/Jugend. Der Bereich Wirtschaft ist mit den inhaltlichen Gegebenheiten des Feldes anscheinend nicht beschäftigt. Das Thema wurde also komplett von Kultur und Sozialem vereinnahmt. So kommt die doch bezeichnende Situation zustande, dass die Kultursenatorin (in der Öffentlichkeit!) das fehlende Engagement des Wirtschaftsenates beklagt. Vielleicht kann einem dies die Erkenntnis liefern, dass eine Einbindung der Wirtschaft für die Popularmusikförderung unbedingt erforderlich ist.

2.6.3 Popmusikstandort Ruhrgebiet

Die Diskussionsrunde „Innovative und kreative Projekte im Ruhrgebiet: Strukturen - Chancen – Hemmnisse“ im Rahmen des Kongresses OUT 4 – "Popkultur im Ruhrgebiet regional vernetzen und professionalisieren" am 12. November 1999 in Oberhausen 12.11.1999 wird fast ungekürzt wiedergegeben, weil hier eine sehr gute Analyse des Feldes Popularmusik gelungen ist. Man ist fast geneigt sofort zu sagen: „Jawohl, bei uns ist es doch genauso.“

Zu diesem Kongress waren Vertreter der innovativen Musikszene und die Macher der Festival- und Clubprojekte im Ruhrgebiet eingeladen. Ziel der Diskussion war es, im Ruhrgebiet vorhandene Strukturen und Chancen herauszustellen, und gemeinsam Möglichkeiten der Überwindung von Hemmnissen zu diskutieren. Auf dem Podium saßen Alex Brandt (Musikjournalistin, Visions, Dortmund), Lee Buddah (Musiker, Dortmund), Andrea Halter (Radio- und Fernsehjournalistin, Köln), Dirk Kühsel (Club Modern, Oberhausen), Lefti (Solid Vinyl und Stabilelite), Dortmund, Alexander Lohberg (Baikonur, Feinde der Kunst e.V., Essen), Heri Reipöler (Verleger, Veranstalter, Sound-factory & Radar GmbH, Bochum), Ingo

Sänger (DJ, Dortmund), Stefan Stoppok (Musiker, Ruhrgebiet), Claudia Wildner (RockCity, Hamburg). Die Moderation hatte Klaus Fiehe (Musikjournalist und Radio-DJ, Dortmund).

"Strukturen
Die Infrastruktur des Ruhrgebiets wird von den DiskussionsteilnehmerInnen als lückenhaft empfunden. Festgestellt wird, dass eine Vielzahl an florierenden, lokalen Szenen existiert, die ihrerseits einen hohen Grad an künstlerisch-musikalischer Pluralität repräsentieren, aber nur selten miteinander vernetzt sind (eine Ausnahme bildet der Kleinkunstbereich). Zu beobachten ist eine zahlenmäßige Zunahme von kleinen bis mittelgroßen Labels, Verlagen, Vertrieben und Promotionagenturen bei gleichzeitigem Fehlen bzw. Abwandern eines großen Labels/Vertriebs. Die Runde stellt fest, dass im bundesdeutschen Vergleich (z.B. zu Berlin, Hamburg und Köln) eine verhältnismäßig hohe Anzahl an Großraumdiskotheken im Ruhrgebiet existiert, die Clubkultur aber eine Art Nischendasein führt; ferner liegt eine relativ große räumliche Distanz zwischen den Clubs. Eine höhere Konzentration an (innovativen) kulturellen Veranstaltungen findet sich eher im südlichen Ruhrgebiet (in den Universitätsstädten wie Dortmund, Bochum, Essen und Duisburg), verglichen mit dem nördlichen Teil des Ruhrgebiets. Angemerkt wurde, dass ein Medium (Zeitung) von überregionaler Bedeutung zur besseren Außendarstellung des Ruhrgebiets fehlt.

Hemmnisse
Verschiedene Faktoren werden als Hemmnis für die weitere Entwicklung der Musikwirtschaft im Ruhrgebiet empfunden. Diese lassen sich in „kulturelle", „künstlerische", „konsumentenbedingte", „clubbedingte", „politische", „medienbedingte" sowie „sonstige Hemmnisse" klassifizieren:
Kulturelle Hemmnisse bestehen dahingehend, dass es keine kulturelle Einheit der Ruhrgebiets gibt. Es fehlt im Grunde am Selbstbewusstsein der Ruhrgebietler. Im künstlerischen Bereich herrschen im Ruhrgebiet nur mangelhafte Entwicklungsmöglichkeiten für KünstlerInnen, die Anbindung an eine Major-Company suchen. Dies führt im Endeffekt zu einer Abwanderung der „Stars". Als konsumbedingte Hemmnisse lassen sich die geringe Mobilität der regionalen Kulturkonsumenten sowie die stark ausgeprägte Neigung zu Massenkultur und -konsum im Ruhrgebiet nennen. Dies hat zur Folge, das eine „Distinktionskultur" nur sehr schwach ausgeprägt ist. Weitere Hemmnisse stellen auch die Clubs dar: sie liegen – geografisch bedingt - in großer räumlicher Distanz voneinander. Clubveranstalter sind in der Regel nicht miteinander vernetzt und stimmen sich nicht ab. Aus dem Bereich der Politik kommend, wirken sich vor allem Restriktionen vor Ort (Lautstärke, Konzessionen, Ordnungsamt und Schwierigkeit an „ungewöhnliche Locations" heranzukommen) als Hemmnisse aus. Hinzu kommt, dass es im Ruhrgebiet kein einheitliches administratives Gefüge gibt, (kein eigener Regierungsbezirk) so dass es an Ansprechpartnern für überregionale Veranstaltungen fehlt. (...) Durch die Medien bedingte Hemmnisse erwachsen aus einem mangelnden Support lokaler Künstler durch Ruhrgebietsmedien (Radio- und Printmedien), wie die Diskussionsrunde feststellte. Generell wirkt sich die wachsende Konkurrenz innerhalb der Freizeit- und Kulturindustrie auch als Hemmniss im Ruhrgebiet aus.

Chancen
Eine Reihe von Chancen wurden für die innovativen und kreativen Projekte im Ruhrgebiet benannt. Der Pluralismus der Musikstile und des Lebensstils der „Lässigkeit" muss als Qualität anerkannt und als Chance begriffen werden. Eine Chance sind auch Musikevents für ein Massenpublikum wie es beispielsweise das Bochum-Total darstellt. Positiv für das Musikbusiness im Ruhrgebiet ist auch die dort produzierte „Großraumtechnomusik", die ohne Zweifel als Exportschlager gelten kann.
Für die Zukunft bleiben in der Diskussionsrunde noch einige Wünsche offen. So steht die Vernetzung von Clubs durch ein Gesamtkonzept oder ein Clubmagazin noch aus. Ein Branchenbuch für die Musikszene im Ruhrgebiet wäre ebenfalls hilfreich. Dabei könnte sich das Outbüro als Koordinationsstelle und Ansprechpartner profilieren. Weitere Punkte, die sich positiv auswirken können, sind das Ansammeln von Medienkompetenz, das Initiieren dauerhafter Projekte sowie das Entwickeln einer „coolen" Infrastruktur (z.B. Musikerhotels). Nicht zuletzt muss die Profilentwicklung der Städte gefördert werden."

Interessant bei dieser Diskussion ist, dass das Thema Jugendarbeit und Jugendkulturarbeit augenscheinlich gar keine Rolle spielt. Das hängt sicherlich von den eingeladenen Experten ab, hat aber zum anderen sicher auch seine Gründe in dem weniger großen Ausbau der offenen Jugendarbeit im Ruhrgebiet. Wie die Bestandsaufnahme deutlich machen wird, ist die Ausgangslage des Standortes Stuttgart in ökonomisch-kultureller Hinsicht eine ganz ähnliche, wie im Ruhrgebiet.

3. METHODISCHE ANLAGE DER UNTERSUCHUNG

Für Stuttgart und die Region lagen bis heute keinerlei Untersuchungen vor, die sich dem Thema Popularmusik gewidmet haben. Auch eine einigermaßen umfassende Bestandsaufnahme für den Bereich war bisher nicht erfolgt. Diese Umstände, wie auch der knappe Untersuchungszeitraum von 4 Monaten machten es äußerst schwierig das relevante Datenmaterial zu sammeln.

Bei der Quellensuche wurde deutlich, was für den gesamten Bereich symptomatisch erscheint. Wenn es wissenschaftliche Untersuchungen zum Thema gibt, dann sind diese nur auf Teilsegmente bezogen und grenzen sich auch argumentativ stark von anderen Bereichen ab, die für Popularmusik und auch Popkultur allgemein bedeutsam sind. Eine relativ große Schnittmenge beinhalten Veröffentlichungen, die aus einen soziokulturellen Blickwinkel heraus argumentieren. Aber dort werden selten die Bereiche Wirtschaft oder Schule thematisiert. Wenn dies der Fall ist, dann werden ihre Argumente nicht berücksichtigt, weil die Handlungsfelder zu verschieden erscheinen, bzw. weil ihre Relevanz für das Thema nicht ausreichend erkannt wird. Umgekehrt werden in Veröffentlichungen über die Popmusik die Themen Schule, kulturelle Bildung und Sozialpädagogik oft wenig berücksichtigt. Umso erstaunlicher ist es, dass in Veröffentlichungen von Diskussionen auf der Praxisebene populäre Musik selbstverständlich in den Bereichen Wirtschaft (z.B. Plattenindustrie/Werbung), im Bereich Kultur (z.B. Soziokultur), in der Schule (z.B. Musikunterricht), in der Sozialarbeit und Sozialpädagogik (z.B. Jugendkulturarbeit) eine wesentliche Rolle spielt. Eine Ursache für diese Situation ist sicherlich eine spartenbezogene wissenschaftliche Theoriebildung, die eine querschnittsorientierte wissenschaftliche Behandlung des Themas erschwert. Es wäre sehr wünschenswert, wenn es in Zukunft zum Thema Popularmusik (in der Kulturwissenschaft, Wirtschaftwissenschaft, Erziehungswissenschaft) mehr Arbeiten geben würde, die sich auf einen querschnittsbezogeneren Kontext beziehen.

Die Recherche nach Veröffentlichungen aus dem Handlungsfeld in Stuttgart, aus der Praxis von Popkultur und populärer Musik, brachte ein ähnliches Ergebnis. Auch wenn es hier diverse Artikel, Protokolle und Veröffentlichungen gibt, sind diese als Grundlage für einen übergreifenden und aktuellen Ansatz nicht geeignet. Aufgrund dieses „nicht Vorhandenseins“ querschnittsorientierter Quellen musste für diese Untersuchung umfangreiches Datenmaterial gesammelt werden. Wenn man versucht den Bereich einzugrenzen, stößt man, ähnlich wie beim Begriff Popularmusik, schnell auf Schwierigkeiten. Teile des Untersuchungsfeldes, die zuerst nur am Rande relevant erscheinen, rücken in einem anderen Zusammenhang in den Mittelpunkt des Interesses.

Eine Untersuchung dieser Art sollte eigentlich über einen längeren Zeitraum hinweg erfolgen. So könnte sichergestellt werden, dass der ungeheuer komplexe Bereich Popularmusik umfassend untersucht werden kann. Der Zeitfaktor ist auf der anderen Seite äußerst entscheidend. Fast kein anderer gesellschaftlicher Bereich ist so schnelllebig. Der Untersuchungsgegenstand entzieht sich -temporär bedingt- immer wieder der Erfassung. Deshalb ist diese qualitative Bestandserhebung lediglich als eine Art Momentaufnahme zu verstehen.

Die Abfrage wurde wie folgt vorgenommen:

- Eine quantitative Bestandsaufnahme des gesamten Bereiches in Stuttgart und zum Teil in der Region (1.820 Datensätze)
- Eine Befragung von Experten (26 Personen) aus besonders relevanten Bereichen (qualitative Interviews)
- Fragebogenaktion (60Stk./10%Rücklauf) für Einzelkünstler und Bands aus der Region Stuttgart

Wir sind so vorgegangen, dass wir das Feld nach den geäußerten Stellungnahmen in den Interviews sortiert haben. Dafür wurde eine Stichwortliste mit über 1.000 Wörtern aus den Interviews generiert. Je mehr ein Bereich erwähnt wurde, desto „qualitativer“ wurde er dargestellt, je weniger ein Bereich erwähnt wurde, desto „quantitativer“ bleiben die Aussagen. Als Kontrolle haben wir die Bereichsdefinitionen anderer Arbeiten mit unserem Untersuchungsfeld verglichen und die verschiedenen Funktionen der Interviewpartner berücksichtigt. So wurden die Querverbindungen zwischen Fragebögen, Daten und Interviews hergestellt

3.1 Berücksichtigung von vorhandenem Datenmaterial

Im Rahmen der Untersuchung wurde eine quantitative Bestandsaufnahme des Popularmusikbereiches in der Region Stuttgart vorgenommen. Hier erfolgte eine enge Zusammenarbeit mit dem CUMULUS Kulturbüro, welches eine umfassende Datenbank besitzt, mit deren Hilfe 1.820 Datensätze integriert und insgesamt 3.800 Datensätze überarbeitet wurden. Es wurde versucht möglichst viele Daten zu berücksichtigen. Aufgrund der Schnelllebigkeit der Branche und auch der „unscharfen“ Trennungslinien kann die Sammlung aber nicht vollständig sein. Sie bietet dennoch eine für den kurzen Erhebungszeitraum doch recht umfangreiche Grundlage, durch die ein zahlenmäßiger Eindruck des Popularmusikstandort Stuttgart vermittelt werden kann.

Wie bei jeder Statistik muss aber auch hier auf Interpretationsschwierigkeiten hingewiesen werden. Rückschlüsse und qualitative Aussagen sind durch die gesammelten Daten nicht möglich, weil zum Beispiel weder die Größe, noch die erreichten Kunden, bzw. Zielgruppen der einzelnen Einrichtungen, bzw. der Künstler in der Kürze der Zeit erfasst werden konnten.

Aus folgenden Kategorien wurden Datensätze gesammelt:
Bühnenbau, Soziokulturelle Zentren, Vorverkauf, Musikerinitiativen, Promotionagenturen, Dozenten Musikbusiness, Tontechnikfirmen, Lichtfirmen, Tonstudios, Videoproduktion, Tanzschulen, Konzertagenturen, Musikverlage, Konzertveranstalter, Plattengeschäfte, ASP Kommunen, Discos, Künstleragenturen, Label, Musik-Kneipen in Stuttgart, Musikschulen, Presse, Musikvereine, Schulen, Jugendhäuser.
Folgende Detailinformationen wurden abgefragt:
Datenherkunft/ID, Nr., Bereich/Serienbriefindex, Name, Zweiter Name/ Abteilung, Ansprechpartner, Anrede, Straße, Postleitzahl, Ort, Telefon, Telefax, Homepage, Email,

3.2 Abfrage von quantitativen Daten über Fragebögen

Über 600 Künstler (Bands, Djs, Musikerinnen und Musiker und Musikgruppen) bekamen einen Fragebogen zugeschickt und der Fragebogen konnte zudem elektronisch, über Email beantwortet werden. Etwas über 60 Fragebögen wurden zurückgeschickt. Es wurden allgemeine Angaben über die Künstler gesammelt. Die Musiker und Bands wurden folgenden Musikrichtungen zugeordnet:
Alternative, Blues, Comedy/Spaß, Crossover, Dancefloor, Deutsch , Drum 'n Bass, Elektro. , Ethno, Folk, Funk, Grunge, Hard Core, Hard Rock, Independent, Latin/Salsa, Liedermacher, Mainstream, Pop, Punk, Ragga, Rap, Reggae, Rock, Ska, Soul, Techno. Zentrales Interesse war herauszufinden wie viele Musikgruppen es in der Region gibt und welchen Musikstilen sie zuzuordnen sind.

3.3 Abfrage von qualitativen Daten über Fragebögen

Von dem im Anhang beigefügten Fragebogen wurden insgesamt 600 Stück an Bands und Musikgruppen aus dem Bereich Popularmusik in Stuttgart und der Region versandt und der Fragebogen konnte zudem elektronisch, über Email beantwortet werden. Die Inhalte die abgefragt werden sollen, wurden auf einer Banduntersuchung aufgebaut, die das CUMULUS Kulturbüro und die MIR Stuttgart im Rahmen der ersten Stuttgarter Musikbusinessseminare durchführen wollten. Es sind 6 Multiple Choice und 3 Themenfelder enthalten. Der Rest der Informationen wurde durch Ja/Nein Möglichkeiten standardisiert.

Von den Fragebögen kamen etwas über 60 Stück zurück. Dies entspricht einer (überdurchschnittlich hohen) Rücklaufquote von mehr als 10%. Zugunsten dieser Rücklaufquote wurden die gestellten Fragen relativ einfach gehalten und waren größtenteils mit „ja“ oder „nein“ zu beantworten. Dieses Verfahren hat allerdings den Nachteil, dass einige der abgefragten Daten an Aussagekraft verlieren. So lässt beispielsweise die Tatsache, dass 95% der befragten Bands über einen Proberaum verfügen, keine Rückschlüsse darüber zu, ob sie mit diesem Raum unter finanziellen oder logistischen Gesichtspunkten auch zufrieden sind. Musiker, deren Bandgründung daran scheiterte, dass sie keinen Proberaum gefunden haben, konnten gar nicht erfasst werden.

Durch die Standardisierung der Fragebögen erfolgt also eine starke Eingrenzung des Themas. Dieses wurde auch von einigen Künstlern zurückgemeldet, war aber nicht anders machbar. Die Auswertung wird aufgrund der Rückmeldungen nicht wie zuerst geplant in einem abgetrennten Block vorgenommen werden und dann in Beziehung zu den Aussagen der Experteninterviews gesetzt werden. Auch die breiten Aussagen der Interviews ließen es sinnvoller erscheinen gleich beide Aussagen miteinander in Beziehung zu setzen. Damit können die Einzelpunkte besser erfasst werden, weil sie gleich im Zusammenhang mit mehr inhaltlichen Aussagen aus den Experteninterviews kombiniert werden.

3.4 Abfrage von qualitativen Daten durch Experteninterviews

Mit 26 Experten aus der Popularmusikszene wurden themenzentrierte Interviews durchgeführt. Nach einer Einleitung, dem warm-up, einer Begrüßung in denen den Interviewten nochmals der Sinn und Zweck der Untersuchung erläutert wurde, erfolgte eine Abfrage über ihre Person, bzw. über ihre Firma/Institution. Das themenzentriertes Interview wurde dann mit der einfachen Frage eröffnet: „Was halten Sie von Stuttgart als Popularmusikstandort?“

Wenn das Interview vom Thema abzudriften drohte wurden Initialisierungsfragen gestellt, wie „Was sind besonders erfolgreiche Stilrichtungen? Wie ist die Raumsituation und die Infrastruktur? Die Personalsituation? Ausbildungsangebote? Informationsangebote? Was wäre Ihr größter Wunsch?“

Die Interviews waren auf 40 Minuten konzipiert, welches auch die durchschnittliche Interviewzeit war. Das kürzeste dauerte 20 Minuten und das längste 60 Minuten. Es war vorgesehen, die verschiedenen Expertenaussagen zuerst in Blöcken untereinander zu vergleichen, weil wir davon ausgegangen waren, dass wir Aussagen aus recht unterschiedlichen Blickwinkeln bekommen würden. Lediglich bei der Presse und den „Planung und Meinungsbildnern“ gingen wir davon aus ganzheitliche Aussagen über den Bereich zu erhalten.

Zu den Experten und Firmen stellen wir eine Kurzbeschreibung, welche die Interviewten in den Interviews gegeben haben. Daraus wird der Zusammenhang aus dem argumentiert wird deutlicher und es ist fast schon eine kleine Bestandsbeschreibung der Popularmusikszene.

Konzertveranstalter (kommerzielle):

Hans-Peter Haag (Music Circus Konzertbüro)
Der Music Circus wurde im September 1977 gegründet. Er ist ein örtlicher Veranstalter und richtet Konzerte in der Region Stuttgart (bis Göppingen und Pforzheim, in Einzelfällen auch einmal bis Karlsruhe) aus. Veranstalten heißt Hallen mieten, Karten verkaufen, Werbung machen, abrechnen. Neben dem Music Circus gibt es im Bereich örtliche Veranstalter, die privatwirtschaftlich arbeiten, vielleicht noch 5 bis 6 andere. Der Music Circus beschäftigt zur Zeit acht fest angestellte Mitarbeiter und dazu ca. 50Aushilfen im Bereich Ordnungsdienst und 5 freie Mitarbeiter. Er veranstaltet fast ausschließlich im Bereich Unterhaltungsmusik, im Limelight, bis zur Schleyerhalle, unterteilt in E- und U-Musik, das heißt es geht von Volksmusik, Schlagern zu Rock, Punk, Heavy Metal, zum Beispiel Pur, die Toten Hosen, die Ärzte, Janet Jackson,.. Die Konzerte des Music Circus sehen in der Region zwischen 500.000 und einer Million Besucher pro Jahr.

Christian Doll (KVL Ludewig)
KVL Ludewig ist ein Konzertbüro und das Werbebüro Ludewig. Dort wird vor allem Außenwerbung im Bereich Kultur und Musik gemacht. KVL wurde vor 15 Jahren gegründet, Konzerte werden seit zehn, zwölf Jahren gemacht. Das Angebot umfasst Konzerte, Veranstaltungen jeder Art, das reicht von Partys, Singlepartys, Classic Rock Partys, Black To Dance, von Clubkonzerten, die kleinsten Kapazitäten sind das Limelight vom Harald Stanger, der Röhre, dem Jugendhaus Mitte, Schützenhaus, LKA bis hoch zur Schleyerhalle (DJ Bobo ist, die Backstreet Boys, die Bravo Supershow), Messekongresszentrum B oder Freilichtbühne Killesberg. Bei KVL sind vier feste Mitarbeiter angestellt. Dazu kommt ein Stamm an Aushilfen für Plakatierung, Promotion, Flyerverteilung etc., ungefähr 50, 60. Der Aktionsradius ist der Großraum Stuttgart und darüber hinaus, Pforzheim, Reutlingen,... Die Firma setzt zwischen zwei und drei Millionen DM im Jahr um

Harald Stanger (Club Limelight)
Harald Stanger ist der Inhaber des Live-Music-Club Limelight. Harald Stanger hat früher selber professionell Musik gemacht. Er hat in New York am Drummer's Collective Musik studiert. Mit dem Limelight hat er sich einen Traum verwirklicht *„irgendwie so etwas zu machen (...) Und so lange ich meine Miete und das bisschen Essen was ich brauche zahlen kann, dann bin ich eigentlich glücklich."* Das Limelight ist als ausschließlicher Live-Musik-Club, für internationale Bands, sowie lokale Bands aus dem Großraum Stuttgart geplant worden. Im Durchschnitt werden 20 Veranstaltungen im Monat durchgeführt. Im Limelight sind auch noch externe Veranstalter tätig, wie Michael Schmidt, der viele Punkrock Konzerte durchführt (Fucking good concerts), Robin Bauer (trash a go go), mit sixties beat, funk, soul, garage, rock n' roll Sachen und unregelmäßig andere freie Konzertveranstalter. Der Club kann zu sehr günstigen Konditionen von Bands und Konzertveranstaltern gemietet werden, die einzigen Kosten, die berechnet werden sind Kosten für PA und Techniker (200 bis 300 Mark). Harald Stanger selbst bietet eher mehr für Musiker an, Drum Workshops, einen Gitarren Workshop und anspruchsvolle Clubkonzerte und Jams. Da waren zum Beispiel schon Musiker von Supertramp, von Pur oder von Sting. Der Club ist sehr klein, mit einer Grundfläche von ungefähr 15 auf 10 Metern. Neben Harald Stanger arbeiten noch drei Aushilfen im Club.

Christian List (Seatibee, Club Prag, Polipilot GmbH)
Seatibee wurde als Firma 1996 gegründet. Seatibee macht Veranstaltungen, Promotion, alles was mit dem Thema Jugendkultur zu tun hat, z.B. Catch the bus, eine Shuttleparty mit Bussen zwischen Diskotheken zwei mal im Jahr oder die Lange Nacht der Museen. Sie machen für den SWR Promotion, Veranstaltungskonzepte und machen im Endeffekt

Jugendmarketing, erfinden Veranstaltungen, Werbekonzepte, was auch immer mit Jugend zu tun haben könnte. Da spielt Musik natürlich eine große Rolle.
Weitere Firmen sind der Club Prag, Polipilot GmbH, alles unterschiedliche Firmen aber mit den gleichen Gesellschaftern. Es hat alles mit Veranstaltungen, Events, Musik, Werbung, Marketing zu tun.
Fest angestellt sind 4 Mitarbeiter und noch einen Stab von 40 Aushilfen, Mitarbeitern, für den Club, Veranstaltungen und Promotionmitarbeiter. Alle Firmen machen zusammen zwischen 1,5 und 2 Millionen D-Mark Umsatz pro Jahr.

Perspektivewechsel
Konzertveranstalter (nicht kommerzielle – öffentliche - freie):

Bernd Häberlein (Regionalleitung) / Achim Wernsdörfer (Musikbereich KJH Untertürkheim), Stuttgarter Jugendhaus e.V.
Den Stuttgarter Jugendhaus e.V. gibt es seit 50 Jahren. Er beschäftigt ca. 180 pädagogische Mitarbeiter und 100 Zivildienstleistende im technischen Bereich, insgesamt 316 Mitarbeiter.
Ungefähr 30-40 Mitarbeiter arbeiten im Musikbereich vom Plattenaufleger, CDs einwerfen bis zu musikpädagogischen Angeboten im Jugendhaus: Vom Übungsraum bis zum Großkonzert.
Neben dem Stuttgarter Jugendhaus e.V. gibt es im Jugendbereich bei den verbandlichen Trägern noch die Musikinitiative Rock und das Evangelische Jugendwerk Stuttgart. Bei der Mobilen Jugendarbeit spielt Musik eher nur eine untergeordnete Rolle spielt. Der Stuttgarter Jugendhaus e.V. arbeitet nur auf Stuttgart bezogen, aber im Rahmen des Cumulus Kulturbüros gibt es natürlich regionale Verbindungen. Pro Jahr wird ein Betrag von ca. 1,5 Millionen DM für Popmusikangebote ausgegeben.

Roland Bömmel (Umsonst & Draußen)
Das Umsonst & Draußen hat eine 22 jährige Tradition als linkes, alternatives Politik-, Musikfestival in Stuttgart. Es findet an einem Wochenende im Sommer in Stuttgart-Vaihingen statt. Es spielen ungefähr 18 bis 19 Bands, vornehmend regionale Bands aus Stuttgart aber auch darüber hinaus. Das Umsonst & Draußen hat überhaupt keine Struktur. Es sind einfach ein Haufen Leute, die sich Treffen und dieses Umsonst & Draußen vorbereiten, organisieren und durchziehen. Das Umsonst & Draussen hat früher eng mit der FaVeVe, also der FachschaftsvertreterInnenversammlung der Universität Stuttgart zusammen gearbeitet, es gab eine enge Kooperation, es war aber nie ein reines Studentenfest. Gemacht wird das U&D von einem Team in wechselnder Besetzung von 10 bis 15 Leuten, die ein halbes Jahr lang ehrenamtlich vorbereiten und dann vielleicht 150 bis 200 Helfer, die während dem Umsonst & Draussen ehrenamtlich mitarbeiten. Zum Umsonst & Draußen kommen jedes Jahr zwischen 5.000 und 16.000 Leute, hauptsächlich aus Stuttgart aber auch ein paar Stammgäste aus Hamburg und Berlin.

Martin Gerlich (Rohrer Club, Rohrer Seefest)
Den Rohrer Club gibt es seit über 30 Jahren. Der Rohrer Club ist ein selbstverwaltetes Jugendhaus in Stuttgart. Alles wird selber organisiert (ohne Zivildienstleistenden), d.h. die Finanzierung, Veranstaltungen, die Angebote, usw.. Hervorgegangen ist der Jugendclub aus einer Jugendgruppe von der Kirche, irgendwann hatten die Leute keine Lust mehr auf die Jugendgruppe von der Kirche und haben sich abgespalten und dann ist ein Jugendhaus draus geworden. Im Musikbereich ist das Hauptevent das Rohrer Seefest, das dieses Jahr zum 27. Mal veranstaltet wird. Das ist ein. Dieses Jahr sind es 11 Bands, die in 2 Tagen bei diesem Open Air Nachwuchsfestival in Stuttgart-Rohr auftreten. Insgesamt arbeiten 30 bis 40 ehrenamtliche Mitarbeiter mit. Ein kleiner Förderverein, ist dafür zuständig, dass das Geld zur Verfügung steht. Die Besucher des Jugendclubs kommen hauptsächlich aus Rohr und Vaihingen. Bei Konzerten kommen Besucher natürlich auch von weiter her und beim Seefest

kommen die Leute aus der ganzen Region. Dem Jugendclub Rohr stehen 15.000,- DM im Jahr zur Verfügung. Beim Rohrer Seefest gibt es gar kein Budget. Als nicht kommerzielles Open Air, ohne Sponsoren wird es praktisch nur durch den Verkauf von Essen und Getränken finanziert. Wenn Einnahmen gemacht werden, wird an eine soziale Sache in Stuttgart gespendet (Aidshilfe, Trottwar). An zwei Tagen wird nur durch Getränke und Essen zwischen 10.000 und 20.000 DM Umsatz gemacht, von dem allerdings nur ca. 500,- bis 2.000 D-Mark Überschuss pro Jahr bleiben.

Andreas Brenner (Existenzgründer, Konzertveranstalter, Absolvent Medien- und Eventakademie)
Andreas Brenner hat mit elf, zwölf angefangen und damals immer nach Sound, Lichteffekten geschaut. Irgendwann hat er das Bandmanagement übernommen. Er hat sich autodidaktisch an die Sache hin bewegt, gelernt was überhaupt ein Mischpult ist. Nach einer langen Bandmanagementphase hat er zwei Jahre lang die Nachwuchskonzerte im LKA gemacht und nebenher für Verleiher als Tontechniker gearbeitet und als „overdose Inc." Selber Veranstaltungen vor allem im Hardcorebereich durchgeführt.
Dieses Jahr hat er die Ausbildung zum Veranstaltungstechniker in Baden-Baden abgeschlossen. Aus Stuttgart waren ungefähr 15 Leute von Verleihern und aus besten Häusern, d.h. aus Staatstheatern oder Mehrzweckhallen in seinem Ausbildungsjahrgang. Seit Juni arbeitet er zu 50% im CUMULUS Kulturbüro und baut nebenher mit drei Partnern seine Eventfirma X-Punkt auf.

Stefanie Wider-Groth (Musikinitiative Rock Stuttgart e.V.)
Die M.I.R. ist ein eingetragener Verein, existiert seit 1978 und wurde gegründet, um der Rockmusik in Stuttgart eine Lobby zu verschaffen. Proberäume bereitstellen, Konzerte organisieren ist der Hauptteil der Aufgaben. Die M.I.R hat einen hauptamtlichen Mitarbeiter. Von den 250 Mitglieder ist der Vorstand ehrenamtlich engagiert, das sind 5 Leute plus 2 Beisitzer, dazu kommen noch bei Veranstaltungen zwischen zehn und 15 Helfer. Die altersmäßige Zusammensetzung ist sehr verschieden, die jüngsten sind um die 18, die ältesten Mitte 40. Die Selbstständigen-Quote im Verein liegt bei 50%. Es gibt einen harten Kern von 20, 30 Leuten, die seit 1980 Mitglied in der M.I.R. sind. Die meisten Musiker kommen aus Stuttgart, aber es gibt auch Bands die quer durch die Region besetzt sind. Die M.I.R. erhält 89000,- DM Zuschuss von der Stadt. In der Landesarbeitsgemeinschaft der Rockinitiativen sind ca. 15 andere Initiativebn aus Baden-Württemberg organisiert. Freie Initiativen gibt es in der Region ungefähr noch 8.

Agenturen, Plattenfirmen (kommerzielle):
Fitz Braum, Geschäftsführer Four Music / Four Artists
Die Plattenfirma Four Music, ist im Sommer 1996 gegründet worden. Drei Angestellte, neben den Fantastischen 4, die Labelinhaber sind, haben versucht ein kleines, aber feines Developement, ein Label für all die Talente, die sich in Stuttgart tummeln, die keinen oder einen schlechten Plattenvertrag hatten, wie zum Beispiel der Freundeskreis bei Intercord, zu sein. Mittlerweile ist Four Music ein Betrieb, der über 10 Millionen Mark Umsatz im Jahr macht. Ein kleiner Konzern mit Plattenfirma, einem eigenständigen Verlag, einer eigenständige Bookingagentur, einem Online Auftritt mit einem Internetradio und einer Beteiligung am Vinyl- und Merchandisingvertrieb „Schulz-Ritter". Die eine Hälfte gehört bei Schul-Ritter Four Music und die andere Hälfte dem 0711 Büro. 15 Künstler laufen unter dem Label Four Music, davon sind ca. 12 schon charterfolgreich gewesen: Die Fantastischen Vier /MTV unplugged, Tomas D., Hausmarke, Turntablerocker, Afrob, Blumentopf, Gentleman, Joy Denalane, die Sängerin von Freundeskreis, Tiefschwarz, usw. Beim Musikverlag ist das Repertoire 80% deckungsgleich. Beim Verlag sind zusätzlich noch Benztown, Peter Hoff, Thomilla, Rolf Goldkind von Lucylectric, Jan Plefka. Bei der Bookingagentur sind hauptsächlich die Fantastischen Vier und die Solokünstler, Tiefschwarz und Blumentopf drin,

Söhne Mannheims, Echt, Seed und noch ein paar andere, aber Künstler wie Afrob sind bei 0711 oder Freundeskreis sind bei anderen Agenturen.
Four Music beschäftigt inzwischen 11 feste Mitarbeiter bei Production und Publishing und 7 Mitarbeiter bei der Bookingagentur in Berlin, die Promotionchefin sitzt mit Assistentin in Köln. Der Aktionsradius ist der gesamte deutschsprachige Raum: Deutschland, Österreich, Schweiz. Die Turntablerockers und Tiefschwarz kommen jetzt international raus. Das macht die SONY als Majorpartner beim Vertrieb.

Johannes Strachwitz (0711 HipHop Büro)
Das 0711 Büro gibt es seit 1996 in der Form des 0711Club. Vor vier Jahren wurde dazu das Büro gegründet. Das 0711 Büro macht Management, z.B. für Massive Töne, hat eine Verlagsedition mit der BMG (Bertelsmann Music Group) zusammen, macht den 0711-Club und verschiedene Events rund um Stuttgart. Das 0711-Booking ist nochmal eine eigene Gesellschaft, die macht das Hip Hop Open einmal im Jahr, verschiedene Tourneen und generell bucht das 0711-booking Künstler aus Stuttgart, aus Restdeutschland und USA, in Deutschland, Österreich und der Schweiz. Schultz-Ritter ist die Firma für Merchandising, Mailorder und den eigenen Vinyl-Vertrieb. Als viertes Element gibt es Kopfnicker Records, das ist die Plattenfirma mit einem klassischer Label Deal mit einem Major Partner (eastwest) der sich um den Vertrieb kümmert und uns Geld zuschießt für Marketing. Der Aktionsradius bei Veranstaltungen und Events ist der Großraum Stuttgart, bei Tourneen Baden-Württemberg, Deutschland-Österreich-Schweiz. Platten werden darüber hinaus im Herbst erstmals auch in Frankreich, Kanada und Belgien veröffentlicht. Insgesamt hat 0711 19 Mitarbeiter, drei Praktikanten und ca. vierzig freie Mitarbeiter (Türstehern, Graphikern, Web-Designern).

Kai Kirchhoff (Kopfnicker Records, ehem. Intercord Alternation)
Kai Kirchhoff hat die Intercord Alternation geleitet. Er hat dort Bands wie Fettes Brot oder die Schweisser unter Vertrag genommen. Im Anschluss daran hat er Kopfnicker Records (Labeldeal mit eastwest), das HipHop Label des 0711 Büros aufgebaut. Er gilt in der Szene als sehr für die Künstler engagierter A&R (Artist & Repertoire).

Perspektivewechsel
Musikerinitiativen (freie):
Stefanie Wider-Groth (Musikinitiative Rock Stuttgart e.V.)
s.o.

Geschäfte / PA Verleiher (kommerzielle):
Conny Simon / Alex Katsaros (Soundworkshop)
I: Der Soundworkshop Stuttgart führt Veranstaltungen in technischer Hinsicht durch. Das fängt bei einer Bühne an, umfasst die Ausstattung mit Ton- und Lichtmaterial, kümmert sich um Stromanschlüsse, Security und geht bis zu einem Reportage-Ü-Wagen für schnelle Einsätze und Lichttechnik. Kerngeschäft ist die Vermietung, der Verkauf und die Installation von Lautsprecheranlagen. Er beschäftigt acht feste und noch zehn bis zwanzig freie Mitarbeiter. Der Schwerpunkt der Aufträge ist in Baden-Württemberg, geht aber auch bis nach Italien oder Richtung Berlin und Norddeutschland. Frankreich ist eigentlich fast nie dabei, Österreich und die Schweiz immer wieder. In der Region gibt es ca. 15 bis 20 vergleichbare Firmen in denen ca. 50 festangestellte Mitarbeiter beschäftigt sind, die größten sind Sound & Light in Leonberg (Zulieferer Olympiade Sydney) und Müller & Müller. In der Branche werden geschätzterweise 40 bis 50 Millionen DM pro Jahr umgesetzt. Es kommt aber daher, dass ein paar ganz große dabei sind, nur deshalb Daneben gibt es dutzende von kleinen Ton- und Lichtverleihern, die aber nur semiprofessionell arbeiten.

Andreas Brenner (Freier Konzertveranstalter, Absolvent Medien- und Eventakademie)
s.o.

Wolfgang Fischinger (Lupos Rockshop)
Lupo´s Rockshop wurde eröffnet, weil sehr wenig Musikgeschäfte einen ordentlichen Service anbieten. Hier werden Musikinstrumente, hauptsächlich Gitarren, Verstärker und Bässe, repariert und verkauft. Die Kunden kommen vor allem aus der Region Stuttgart, es kommen aber auch welche aus München oder Hamburg. Lupos Rockshop ist eines der kleinen Musikgeschäfte, die was den Verkauf angeht, natürlich gegen die Grossen zu kämpfen haben, wie das "Soundland" oder den "Schweizer". Seit anderthalb Jahren wird das Geschäft mit 2 Mitarbeitern betrieben. Seit diesem Jahr ist ein Arbeitsplatz für einen Schwerbehinderten geschaffen worden.

Perspektivewechsel

Audioproduktion (kommerzielle):
Daniel Requardt (Floridan Audioproduktionen, ehem. Helga Pictures, Die Schande)
Die Band von Daniel Requardt und Florian Käppler waren die "Helga Pictures". Das war in den neunziger Jahren und da wurde die erste Filmmusik gemacht. Das war ein Film mit Ben Becker, Bernd Böhlich. Nach diesem Film wurden acht andere gemacht. Floridan Audioproduktionen ist in erster Linie eine Audioproduktionsfirma dieser zwei Musiker, die schon immer ein Tonstudio machen wollten und inzwischen in beachtlicher Größe vor allem Industrieproduktionen machen. Der Schwerpunkt sind Filmmusiken, Eventvertonungen und Konzeptionen, Museumsinstallationen, Werbespots, Kinomischungen und Musikproduktionen. Im Bereich von Events, hat Floridan schon mehrere Preise gewonnen, auf der CeBit wurde zum Beispiel der komplette Stand der Telekom konzeptioniert und produziert. Es gibt zwei Firmierungen: es gibt mittlerweile fünf Tonstudios und es gibt den Musikverlag. Momentan beschäftigt Floridan 8 Mitarbeiter und es werden 3 Azubis im Beruf des Mediengestalters Bild und Ton ausgebildet und eine im Bereich Verlagskauffrau. Freie Mitarbeiter sind es bis zu 14.

Ralph-Christian Mayer (Tucan Tonstudio)
TUCAN ist ein Tonstudio, dass sich in ca. 20 Jahren entwickelt hat. Zum Aufgabengebiet gehören Musikproduktion, Musikmischungen und ein Vertrieb von CDs. Ein Musikverlag ist angegliedert. Im Tonstudio arbeitet 1 Person mit zwei freiberuflichen Assistenten. Ralf-Christian Maier von Tucan, wird auch "Mikrofonmaier" genannt, weil er sehr detailliert im Bereich Mischung arbeitet und dort enormes Fachwissen hat und auch mittlerweile national und international hervorragende Produktionen macht. Kunden vom Studie in jeglicher Weise waren Pur, die Fantastischen Vier, Massive Töne, Afrob, Fischmob, Tomilla, Peter Hoff von Benztown. Für Peter Falk wird demnächst Nino de Angelo bei Tucan gemischt, Mixe für Duran Duran wurden schon gemacht, insgesamt also auch internationale Produktionen.

Musikschulen und Musikerausbildung (kommerzielle)

Stefan Schütze, Drum Departement (Schlagzeugschule)
Das Drum Department ist seit Frühjahr 1993eine Schule für Schlagzeug und Bass in Stuttgart-Untertürkheim. Eine Weiterbildungsmöglichkeit für alle Instrumentalmusiker im rhythmischen Bereich, vorwiegend für Bands. Es arbeiten neun feste, acht freie Musiklehrer und zusätzliche Gast-Dozenten. Es gibt in Stuttgart relativ viele freie Musikschulen, im Schlagzeugbereich Drummers Focus, in Schorndorf Drums Only, in Esslingen, Waiblingen und Reutlingen gibt es welche. Alleine in den drei großen Schlagzeugschulen in der Region werden ungefähr 600 Drummer unterrichtet. Der Gesamtumsatz ist in diesem bereich schwer zu erfassen. Von 10 Millionen DM kann man aber auf jeden Fall, ausgehen.

Musikschulen und Musikerausbildung (Öffentliche - freie):
Karina Telle (Leitung) / Andreas Jäger (Fachbereichsleiter Jazz & Popularmusik), Musikschule Stuttgart
Das Konservatorium in Stuttgart gibt es seit 1876. Aus dem Konservatorium sind dann die Schulen abgeleitet worden. Es hat sich einmal gespalten in einen Jugendbereich und einen professionellen Bereich, in die Hochschule. Also die Hochschule führt sich genauso auf das Konservatorium zurück, wie die Musikschule. Die Stuttgarter Musikschule feiert dieses Jahr 50 jährigen Geburtstag, die Neugründung nach dem 2. Weltkrieg 1951. Die Musikschule beschäftigt heute ca. 150 Lehrer, verteilt auf etwa 83 Stellen und 5 Stellen in der Verwaltung. Die Musikschule baut sich vom System her auf in die Bereiche Elemtar/Grundstufe, in den Instrumental- und Vocalunterricht, der sich anschießt und ergänzend dazu gibt es Ergänzungsfächer, Ensemblefächer, Orchester. In Personen sind es etwa 10 Personen im Popularbereich gegenüber 140, die im klassischen Bereich tätig sind.
Die Verwaltung der Musikschule ist zentral im Treffpunkt Rotebühlplatz und der Unterricht ist dezentral mit einem großen Schwerpunkt in der Stadtmitte. Insgesamt gibt es Musikunterricht an über 50 verschiedenen Orten in Stuttgart mit weiteren Schwerpunkten in sieben Bezirken mit größeren Außenstellen. Manche davon sind so groß, wie Musikschulen in anderen Städten. Die Altersstruktur der Schüler reicht pyramidenartig von 2 bis 80 Jahren. Der Haushalt umfasst 10 Millionen D-Mark und setzt sich zusammen aus 3,6 Millionen Mark Schulgeld und Zuschüssen von der Stadt und ca. 1,5 Millionen D-Mark vom Land.

Mini Schulz (Bassist, Dozent Hochschule für Musik und darstellende Kunst)
Mini Schulz ist Dozent (Bass) an der Hochschule für Musik und Darstellende Kunst in Stuttgart. Insgesamt besuchen ca. 700 Studenten die Hochschule. 50 von Ihnen sind derzeit im Fachbereich Jazz- und Popularmusik. Das Studium dauert 10 Semester. Es gibt ca. 10 Absolventen jedes Jahr. Die Ausbildung umfaßt Instrumentaltechnik, Harmonielehre, Musikgeschichte und es gibt die Möglichkeit in verschiedene Richtungen zu gehen. Auf der einen Seite ist das sehr jazzig ausgerichtet, künstlerisch und dann gibt es noch die andere Seite die in die Popmusik abzielt, es gibt verschiedene Workshops, es gibt Studiotechnik, es gibt Workshops mit Musikern die kommen, das geht von Hardcore, Jazz, Freejazz Leuten bis zu reinen Popmusikern, bis zu Leuten von Pur. Am Schluss der Ausbildung steht ein Diplommusiker.

Presse:

Michael Setzer (Prinz Stuttgart, Musikredaktion)
Prinz Stuttgart gibt es seit März 1990, Prinz allgemein besteht seit ca. 15 Jahren. Prinz erscheint bundesweit in Hamburg, Bremen, Hannover, Berlin, München, Frankfurt, Stuttgart, Köln und dem Ruhrgebiet. In Stuttgart sind 5 feste Mitarbeiter und noch einmal 5-6 freie Mitarbeiter beschäftigt. Die Musikthemen werden in einem losen Verbund aus 10 Musikredakteuren aus allen Städten erarbeitet. Die Tätigkeit des Stuttgarter Musikredakteurs ist also hauptsächlich regional, wird dann aber teilweise deutschlandweit veröffentlicht. Prinz beschäftigt sich eher mit Nightlife Veranstaltungen, an zweiter Stelle kommt dann Musik. Partys, Disco und Musik machen ca. 80% der Inhalte im Heft aus. Michael Setzer spielt selber in einer Band und kennt die Stuttgarter Musikszene dadurch auch sehr gut von Künstlerseite.

Arne Braun (Chefredakteur Lift Stuttgart)
Lift Stuttgart gibt es fast zehn Jahre. Der P.V. Projekt-Verlag, der Lift herausgibt, ist ein unabhängiger Verlag und gehört keinem Großkonzern an. Lift Stuttgart ist ein Stadtmagazin mit kulturellem und kulturpolitischem Hintergrund. Der Kern ist der Veranstaltungskalender und alles was mit Service, Adressen zu tun hat, darüber hinaus gibt es einen Online-Auftritt

der sich mit allem was in der Stadt passiert beschäftigt und noch diverse andere Veröffentlichungen, wie den Uni-Tipp der zweimal im Jahr sich an die Zielgruppe Studenten richtet. Lift Stuttgart ist ein Regionalmagazin. Die Region geht von Göppingen bis Leonberg, Böblingen, Ludwigsburg, Heilbronn, Mannheim, Pforzheim, Tübingen. Einzugsgebiet sind 1,8 Mio. Einwohner. Musik hat neben Film den größten Anteil im Heft, wenn man die Nightlife-DJ-Ecke und Houseszene dazu rechnet. Lift Stuttgart setzt ähnlich wie Prinz zwischen 20 und 30.000 Exemplare pro Monat ab. Lift Stuttgart beschäftigt 10 Festangestellte und ca. 30 freie Mitarbeiter.

Gregor Friedel (SWR 3 Stuttgart)
Gregor Friedel ist als Moderator beim SWR in Stuttgart tätig. SWR3 produziert 33 Stunden Programm am Tag, davon in Stuttgart 7 Stunden extra, in Heidelberg 1 Std. extra , in Mainz 1 Std.. Die Musik wird komplett, auch für SWR Stuttgart von der Musikredaktion in Baden-Baden bestimmt, In zwei ausgewiesenen Musiksendungen, „Hit Top" und „Intensiv" können die Moderatoren auch „free pics“ einsetzen, also drei oder vier Lieder selbst spielen. Beim SWR ist die Hörergruppe breit gestreut und geht von jungen Erwachsenen bis zu Älteren, das Kernpublikum liegt zwischen 20 und 40. In der Region hat SWR3 Stuttgart ca. 500.000 Hörer. Das Ding in Baden-Baden spricht die ganz jungen Leute zwischen 14 und 18 an. Bei DasDing ist es so, dass auch spezielle Geschichten, von HipHop über Alternative bis House gespielt werden. Mittlerweile gibt es ein Webradio des SWR, das eher Sparten bedient, momentan werden ca. 13 Kanälen angeboten.

Bernd Haasis (Stuttgarter Nachrichten)
Die Stuttgarter Nachrichten sind im Wesentlichen eine Regionalzeitung, eine Mantelzeitung für viele Zeitungen im Umkreis mit bundesweitem Erscheinen. Sie ist also nicht so positioniert wie die Stuttgarter Zeitung, als überregionale Tageszeitung. Popmusik wird als bedeutsamer kultureller und wichtiger Teil von Stuttgart gesehen, von dem die Presse profitiert und worüber sie natürlich auch berichtet und informiert. Bei den Stuttgarter Nachrichten arbeiten ca. achtzig Redakteure, im Popmusikbereich arbeitet Einer. Bernd Haasis hat langjährige Erfahrung als Musikredakteur über Popmusik. Vor seiner Arbeit bei den STN war er auch schon bei LIFT Stuttgart tätig. Er engagiert sich auch sehr für junge Bands aus der Region.

Perspektivewechsel

Planung und Meinungsbildner
Bernd Häberlein (Regionalleitung) / Achim Wernsdörfer (Musikbereich KJH Untertürkheim), Stuttgarter Jugendhaus e.V.
s.o.

Janina Menrath, Medien- und Filmgesellschaft B-W – Musikwirtschaft
Die MFG, Medien- und Filmgesellschaft Baden-Württemberg, wurde 1995 als Kompetenzzentrum der Landesregierung ins Leben gerufen, um das Land als Standort für Medien, Informationstechnologie und Film zu fördern. Außerdem spielt die MFG eine zentrale Rolle bei der Landesinitiative Baden-Württemberg medi@. Das Ziel ist die Förderung der Medienlandschaft in Baden-Württemberg. Die drei Säulen der Arbeit der MFG Medienentwicklung sind erstens Information, Kommunikation und Networking, zweitens Beratung und Förderung und drittens Projektmanagement und Dienstleistungen. Diesen drei Bereichen sind zahlreiche MFG-Projekte zugeordnet, mit denen Medienprojekte, Multimedia- und Internetanwendungen in Wirtschaft, Bildung, Verwaltung, Musik und Kunst sowie in den regionalen Projekten gefördert werden. Die MFG unterstützt z.B. den Stuttgarter Filmwinter oder vergibt für den Workshop „Writing Interactive Fiction“ Stipendien an kreative Medienschaffende aus Baden-Württemberg. Mit dem Projekt „Digital Content Funding“ realisiert die MFG z.B. bundesweit das erste Förderprogramm für digitale Filminhalte.

Seit 1998 wird gemeinsam mit der Filmakademie und VIVA der Nachwuchsbandwettbewerb „Clip Attack“ durchgeführt. Weiterhin unterstützt die MFG seit einigen Jahren die Rockstiftung und ist Partner bei deren Projekten wie z.B. beim pop:forum Branchenmeeting oder beim Bandpool. Ein weiteres innovatives Projekt in diesem Bereich ist der iClip-Award, der mit MTV veranstaltet wird. Derzeit erarbeitet die Landesregierung unter Beteiligung der MFG eine Konzeption für den Bereich Popmusik.

Dr. Hans-Joachim Petersen (Ref. KBS – Medienteam)
Das Medienteam beschäftigt sich mit kommerzieller und nichtkommerzieller Medienförderung. Das sind im nichtkommerziellen Bereich die Förderung von Film- und Medienfestivals. Im kommerziellen Bereich die Betreuung und Vernetzung von Gewerbetreibenden auf dem Gebiet neue Medien und die Erschließung von neuen Gewerbeflächen und deren Implementierung am Markt, bzw. Erstellung eines neuen Gründerzentrums, und der dritte Bereich ist die Beratungsleistung innerhalb der kommunalen Verwaltung, d.h. für die Stadt Stuttgart. Das Arbeitsgebiet liegt in der Schnittmenge zwischen kommerzieller und nichtkommerzieller Medienförderung. Dazu kommt der Aufbau von lokalen und nationalen Netzwerken für die Medienbranche, Beratungsleistungen, Veranstaltungen etc..
Der wichtigste Ansprechpartner in der Stadtverwaltung für Musik ist nach eigener Aussage nicht das Medienteam, sondern das Kulturamt. Im Bereich Musikwirtschaft gibt es Schnittstellen, wenn es sich um Medienschaffende handelt. Wenn ein Plattenlabel oder ein Musikverlag zum Beispiel Interesse hat, hier nach Stuttgart zu kommen, wird gemeinsam mit der Wirtschaftsförderung eine Ansiedelung begleitet. Eigentlich geht es ausschließlich um die Ansiedelung der vom Staatsministerium geplanten Pop-Akademie, die für Stuttgart eine schlagkräftige Institution wäre. Solchen Initiativen soll möglichst rechtzeitig Raum und Platz geschafft werden, damit sie sich in Stuttgart etablieren können. Vom Bereich der Musikausbildung, Musikaufführung, Musikerweiterbildung wird sich aber stark abgegrenzt.

Regine Laun, Stadtjugendring Stuttgart e.V. - Cumulus Kulturbüro
Das CUMULUS Kulturbüro besteht seit 1976 und ist eine Arbeitsgemeinschaft von drei Trägern, nämlich dem Stadtjugendring Stuttgart e.V., dem Stuttgarter Jugendhaus e.V., und dem Jugendamt. Der Auftrag ist Kinder- und Jugendkulturarbeit in den Bereichen Tanz, Theater, Musik und Spiel anzubieten und im Netzwerk zu fördern. Insgesamt arbeiten beim CUMULUS Kulturbüro drei Mitarbeiter mit insgesamt 1,75 Stellen. Alles sind Teilzeitstellen. Seit 1994 gibt es ein gemeinsames Büro im Jugendhaus Mitte. Das Büro ist auch eine Koordinationsstelle für alle Jugendhilfe Einrichtungen im Bereich Kinder- und Jugendkultur. Es steht ein Projektetat von ca. 100.000 D-Mark pro Jahr zur Verfügung wovon ca. 40.000,- DM im Jahr für Nachwuchsmusikförderung ausgegeben wird. Konkret werden vor allem Nachwuchsbands aus Stuttgart und der Region gefördert, Konzerte veranstaltet, Workshops durchgeführt, Produktionen mit Bands gemacht, es Musikerinnen gefördert und man versteht sich als Anlaufstelle für die Bands, vermittelt Proberäume, Konzerte, Tonstudios oder auch Druckereien und Rechtsberatung. Ein Highlight im Musikbereich ist Noise Gate, der Musiknachwuchspreis der Region Stuttgart, der im Jahr 2000 den Förderpreis der Region im Bereich Kultur gewonnen hat und der Baden-Württemberg weite CD Sampler „Südfrüchte“ für Musikproduktionen von Musikerinnen. Seit der Gründung bewegt sich das Büro immer wieder in der Spannung zwischen den inhaltlichen Gegebenheiten als Netzwerkstelle für Kinder- und Jugendkultur und den institutionellen Interessen der Träger. So ist das CUMULUS Kulturbüro ein lebendiges Beispiel für die Chancen aber auch die Schwierigkeiten ein Aufgabengebiet mit einem Kooperationsnetzwerk abzudecken. Aktuell gibt es wieder einmal Bestrebungen das Büro aufzulösen und die Mitarbeiter an die Träger „zurückzuführen“. Vor der Tatsache des Outputs des Büros erscheint dies sehr verwunderlich und wäre ein trauriges Ende für ein insgesamt immer noch sehr gut gelingendes Experiment.

Durch diese Gegenüberstellung der Aussagen sollten die Teilbereiche aus den verschiedenen Sichtweisen heraus erklärt werden. Als ungefähr die Hälfte der Interviews geführt worden war, stellte sich aber heraus, dass dieses Auswertungsraster nicht funktionieren würde. Experten, denen wir ein recht eingegrenztes Interesse an dem Gesamtbereich Popularmusik unterstellt hatten, wie zum Beispiel den Musikfirmen, äußerten eine sehr umfassende Bereichsbeschreibung, während Fachleute, von denen wir erwartet hätten, dass sie sehr breit gefächert argumentieren würden, wie manche Planer, einen sehr eng gefassten Zusammenhang beschrieben, in dem sie Popularmusik betrachten.

Wir haben uns deswegen entschlossen alle Interviews mit den Aussagen der Künstler in den Fragebögen kombiniert, in verschiedenen Kategorien auszuwerten, wobei die Quelle der Aussage aber berücksichtigt bleibt.

26 Experten aus der Popmusikszene in 12 Wochen zu interviewen war von der Vorbereitung nicht ganz einfach. Manche Interviewpartner waren schlicht nie zu erreichen (Bernd Konrad/Hochschule für Musik und Darstellende Kunst, Thommy Müller/LKA), mussten Termine öfter verschieben (Verwaltung) oder erschienen nicht zum Interview (Hans Holzwarth / EJS). Der Großteil der Fachleute war in der Terminabsprache verlässlich.

Die Interviews wurden alle von derselben Person durchgeführt. Manche Experten waren nur aufgrund von persönlichen Beziehungen bereit sich zu beteiligen. Zu oft hatte man bisher zum Thema Popularmusik von Seiten der Stadt Ignoranz oder Ablehnung zu spüren bekommen. Die Fachleute, die schon länger im Bereich tätig sind, hatten sich häufig schon Strategien zurecht gelegt, wie das Thema trotzdem vorangebracht, bzw. positiv in die Öffentlichkeit transportiert werden könnte. Die meisten nahmen sich ausreichend Zeit und waren sehr angetan davon, dass sie etwas zur Bestandserhebung beitragen können.
Die Interviews verliefen mit fast allen in entspannter Atmosphäre. Das lag auch daran, dass die Interviews zum größten Teil bei den Fachleuten durchgeführt worden sind und so eine Art „sichere“ Atmosphäre für die Interviewten vorhanden war.

4. ERGEBNISSE DER EMPIRISCHEN UNTERSUCHUNGEN IM EINZELNEN

Die Ergebnisse der Untersuchung übersichtlich darzustellen war aufgrund der Komplexität des Themas sehr schwierig. Für die Einteilung des Feldes haben wir aus den in den Interviews formulierten Zusammenhängen ein Darstellungsraster entwickelt. Bei der Bestandsaufnahme werden die verschiedenen Bereiche Wirtschaft, Kultur, Soziales und Bildung analog zu den Zielgruppen der Befragung dargestellt werden, die deskriptiven Kategorien (Rahmenbedingungen, Produktion, Qualifikation, Präsentation und Rezeption) ermöglichen dabei eine Einteilung des Feldes. Im Kapitel 5 werden anhand der inhaltlichen Kategorien Infrastruktur, Know how und Kommunikation „Bausteine“ dargestellt, auf die sich eine „Kommunale Förderung“ beziehen kann.

Wir stellen die gesammelten Daten in verschieden thematischen Blöcken dar. Die Bestandsaufnahme ist vollständig auf den Interviews, den Daten und Fragebögen aufgebaut. Manche Sachverhalte kommen im Darstellungsraster an unterschiedlichen Stellen vor. So sind kommerzielle Musikschulen zum Beispiel unter „Qualifikationsangebote von Firmen“ und sekundär bei „Qualifikationsangebote durch Kultureinrichtungen“ dargestellt worden. Diese „Dopplungen“, die man als Wissenschaftler bei der Kategorisierung des Untersuchungsfeldes immer geneigt zu vermeiden ist, haben wir bei der Darstellung der Ergebnisse ganz bewusst zu einem Teil erhalten. Dieses „wechselseitige Durchdringen“ hat sich als genau das herausgestellt, was Popularmusik zentral ausmacht. Wir haben die Ergebnisse auch ganz bewusst sehr breit dargestellt und wenig zusammengefasst, da dies die Darstellung zu sehr verengt hätte und uns zuviel subjektiven Zuordnungsspielraum gegeben hätte. Wir haben dadurch unsere subjektiven Bewertungsmöglichkeiten minimiert Damit man beim Lesen den roten Faden nicht verliert, haben wir vor jeden Unterpunkt eine Liste mit thematischen Stichwörtern gestellt, die als Querverweise zu den „Bausteinen“ in Kapitel 5 zu verstehen sind. Wir hoffen, dass wir mit dieser Einteilung eine gute Orientierungshilfe liefern können.

4.1 Rahmenbedingungen

Thematische Stichwörter: Wahrnehmung von Popmusik aus der Region Stuttgart, Image, Standortdarstellung, Minderwertigkeitskomplex, Klischees – Qualitäten, Infrastruktur, Weltstadt, Nähe – Überschaubarkeit - Kontakte, vitale Szene – spannende Stadt, Sozialstruktur, Subkultur ermöglichen, Basisarbeit

Die Rahmenbedingungen, das Umfeld und die Stimmung in der Region Stuttgart ist für die Popularmusikszene extrem wichtig. Popmusik wird ja nicht in einem inhaltsleeren Raum produziert, sondern ist immer eng mit den gesellschaftlichen Zuständen verknüpft. Fragen nach der Wahrnehmung von populärer Musik und die Einschätzung des Bereiches und dessen Darstellung nach außen, auch von Seite der Stadt hat für die Szenen dadurch eine wichtige Funktion. Verkürzt gesagt könnte man es so bezeichnen: Je besser die allgemeine Grundstimmung für Popularmusik in und aus Stuttgart ist, desto besser geht es den Künstlern und der Branche.
Es beginnt schon damit, wie Popularmusik allgemein von den Bürgern in Stuttgart wahrgenommen wird. *„Popmusik hat nichts mit Haschgiftspritze und Stromgitarre zu tun, dieses Image des Rock’n’Roll, das habe ja schon ich nicht mehr miterlebt. Ich will jetzt nicht sagen, dass wir die seriösesten Typen sind, um Gottes Willen. Wir sind kreativ und verrückt und das hoffentlich noch lange. Dafür brauchen wir keine Krawatten anziehen und hinter Bankschaltern stehen – alles super.* (Fitz Braum, Four Music)“.
So wie viele Bürger haben auch wichtige Entscheider in der Region noch nicht richtig verstanden, was Popmusik eigentlich bedeutet. Man schmückt sich „populär“ mit den Früchten des Musikstandortes, wie der Ministerpräsident (Arena of Sounds) oder der Oberbürgermeister (HipHop Hauptstadt), was sehr erfreulich ist. *„Was fehlt ist (...) vielleicht nicht nur der Wille sondern auch die Wahrnehmung .Wenn ich an das klassische Beispiel denke Fanta Vier auf dem Schloßplatz, das nie stattgefunden hat, die werden zehn Jahre alt,*

die sind einer der größten Popacts in Deutschland und es wird ihnen nicht gestattet auf dem Schloßplatz ein kostenloses Konzert zu geben, dann ist das einfach der größte Witz, weil diese Stadt einfach, oder auch die Landesregierung und die Leute im Rathaus offensichtlich sich nicht bewusst sind, was das für ein Imagegewinn ist für diese Region (...), aber diese Offenheit die fehlt denen absolut.(...) Also wenn man die Politik zu etwas kriegen will, dann muss man ihr klar machen, was sie in dem Moment verschenkt; weil dann haben sie irgendwelche Marketingfirmen am Machen, die da Werbespots drehen für Baden-Württemberg, da hätte einmal Fanta Vier auf dem Schlossplatz viel mehr gebracht und es hätte nichts gekostet außer den Blumenbeeten, um die sie sich immer so sorgen, weil es wäre in den Tagesthemen wahrscheinlich gekommen. (Bernd Haasis, Stuttgarter Nachrichten)". Das bedeutet, dass nach Auffassung der Popularmusikszene von der Politik noch nicht wirklich erkannt wurde, was eigentlich dahinter steckt.

Generell scheint man in Stuttgart „das Licht gerne unter den Scheffel zu stellen". *„Wenn Promialarm ist, wenn Ben Becker nach Stuttgart kommt und alle schreien und das zeigt ja schon was für ein Understatement hier herrscht, was für ein Minderwertigkeitskomplex hier herrscht, dann müssen alle aufspringen, weil irgendwie ein Schauspieler, kann man drüber streiten, ob er gut ist oder nicht, das zeigt eigentlich so diesen Minderwertigkeitskomplex, der hier herrscht. Statt man sagt, dass haben wir hier, das machen wir hier.*(Arne Braun, Lift Stuttgart)" Dieser Minderwertigkeitskomplex ist etwas unverständlich, wenn man die regionale Musikszene und -branche ansieht (Wir werden dies im Folgenden ausführlich darstellen). Nicht nur kulturell, sondern auch wirtschaftlich wird der Bereich viel zu klein eingeschätzt. „*Ich glaube, dass wichtig für Stuttgart ist zu erkennen, dass Stuttgart eine der reichsten Regionen ist und dann, dass Stuttgart erkennt, dass es neben der Automobilbranche noch andere Felder gibt die nicht uninteressant wären. Die jetzt vielleicht, ich will mal behaupten dass der Gesamtumsatz der jetzt im Bereich Musik z.B. gemacht wird oder auch mit der Musik, sei es Musik für Waren, weit über 100 Mio. sind, das behaupte ich jetzt mal glatt, mehr.(Daniel Requardt, Floridan Audioproduktionen)"*

Die gesamte Popmusik und Musikbranche wird von den Stuttgartern selbst als sehr klein und manchmal fast als irrelevant eingeschätzt. Woran dies psychologisch liegt ist schwierig zu sagen, auf jeden Fall schauen die Stuttgarter aber gerne auf andere Standorte, die bunt blühende Medienvielfalt aus (nicht in!) Köln, München oder Hamburg. Von außen wird Stuttgart dagegen ganz anders wahrgenommen. Hier spielen allgemeine Vorurteile und ein sehr fest sitzendes Image eine bedeutende Rolle, die primär aber wenig mit der Popularmusik aus der Region zu tun haben. *„Alle Leute außerhalb B-W haben immer noch die Vorstellung Stuttgart ist Spätzle, Stuttgart ist Kehrwoche und Stuttgart ist Auto und Häuslebauen und ansonsten ist das ne tote Stadt. Das stimmt ja gar nicht. Hier leben eine Menge interessante Leute. Ich hab schon meinen Spaß hier.* (Fitz Braum, Four Music / Wahl-Stuttgarter)" *„Fitz Braum hat es ja eigentlich ganz gut auf den Punkt gebracht. Den haben ja auch alle für verrückt erklärt, als er gesagt hat, er geht nach Stuttgart und macht Four Music. Die ganze Branche hat sich angeblich tot gelacht über ihn, und eigentlich hat ihm die Erfahrung recht gegeben, das sagt er auf jeden Fall. Weil Stuttgart eine unglaublich spannende Stadt ist, die mit vielen Klischees zu kämpfen hat. Hier gibt es eine vitale Szene, hier ist viel möglich.* (Arne Braun, Lift Stuttgart)" Nach Außen sind natürlich die „Stuttgarter Klischees" extrem hartnäckig, aber auch andere Standorte werden mit Klischees verbunden. „*Ein Amerikaner kennt halt Börlin oder Munich wegen dem Oktoberfest und Frankfört, weil da der Flughafen ist.*(Hans-Peter Haag, Music Circus)"

Eine „spannende Stadt" hängt für viele von der Größe ab. Manch Stuttgarter Politiker will deshalb die Stadt immer als eine riesengroße Großstadt verkaufen. Andere Städte und Ballungsräume sind aber einfach größer und deshalb auch nicht direkt mit Stuttgart vergleichbar. „*Zum Einen ist es sicher die Größenordnung, die anderen Städte und Regionen sind einfach größer, einwohnerstärker, wie zum Beispiel in NRW und um anderen ist es auch ein Imageproblem.*(ed.)" *"(...) ich kann mich nicht an einer Stadt orientieren wie Hamburg, die alleine von der Sozialstruktur jede Stadt, die an einem Schifffahrtsweg liegt, also an einem richtigen, nicht so ein Binnenkram, die hat eine komplett andere Sozialstruktur, damit geht es mal los. Und das ist totaler Quatsch nach Köln zu schielen, Köln ist seit, zumindest seit ich*

auf der Welt bin, so der Medienstandort in Deutschland gewesen. Natürlich bedingt durch den WDR damals, waren auch noch mal andere Strukturen, aber das ist Blödsinn, ich kann mich nicht an etwas anderem orientieren, sondern ich muss gucken, welches Potenzial ich hier habe, was kann ich hier machen, kann von da aus versuchen etwas aufzubauen. (Gregor Friedel, SWR Stuttgart)" Popmusik aus Stuttgart wird in Deutschland deutlich wahrgenommen und überspringt dabei alle Diskussionen über Größe oder Klischees.

„*Also von der Wahrnehmung bundesweit; also wie viele Leute hören diese Musik, wie viele Leute kriegen davon was mit – ich würde mal sagen in Berlin gibt's halt die Ärzte – ich kenn' halt Berlin, deswegen red ich halt viel von Berlin –ich war auch schon in München und hab da so Sachen gesehen, da wurde ziemlich lang die melodische Rockschiene gefahren. Man kennt halt auch wenig Bands aus München – man kennt Bands aus Hamburg z.B., und in Berlin kennen alle Leute Bands aus Stuttgart. Das ist so ne gegenseitige Geschichte; wenn ich hier jemanden frag, wo kommen Bands her, na ja, aus Hamburg kommt noch was, vielleicht auch noch bisschen Köln, aber ansonsten, wenn ich eben außerhalb von Stuttgart bin, dann kennen die Leute die Bands von hier - Freundeskreis z.B. das kennt inzwischen jeder. Und natürlich PUR,- ich mein, PUR kann man mögen oder nicht, aber es gibt hier eben so ein paar Größen, die sind einfach so groß, dass Stuttgart einen festen Platz hat, würde ich sagen, was jetzt nicht bedeutet dass es für kleine Bands leichter wäre, aber es hat sich etabliert als Musikstandort, würde ich mal behaupten.*(Bernd Haasis, Stuttgarter Nachrichten)"

Die Frage nach den Rahmenbedingungen und dem Image ist indes also keine Frage der Größe, sondern wie gut man die Qualitäten des Popmusikstandortes darstellen kann. Dies wurde anhand von vielen Gesprächen mit anderen „Nachwuchsmusikleuten" aus Köln, Berlin und Hamburg klar. In diesen „Medienstädten" ist die Qualität und auch die Anzahl von jungen Musikern nicht höher und es gibt keine besseren Infrastrukturen. Was dort besser ist, ist die Darstellung des Bereiches, die Präsentation nach außen, aber auch nach innen. 80% der befragten Stuttgarter Bands beantworteten die Frage „Seid ihr mit Stuttgart als Popularmusikstandort zufrieden?" mit „Wenig" oder „Gar nicht". Die inhaltliche Frage für Stuttgart muss also lauten: Was gibt es hier Tolles? Was für Möglichkeiten habe ich in Stuttgart, die ich woanders nicht habe? Die fast entscheidendere Frage lautet aber: Wie macht man eine spezifisch Stuttgarter Qualität bekannt?

Man sollte erst einmal deutlich zu dem stehen, was in Stuttgart gut funktioniert und sich darum kümmern Schwierigkeiten aus dem Weg zu räumen. Wenn „Afrob" (Charterfolg mit „Reimemonster" mit Ferris MC) als bekannter Rapper aus Stuttgart öffentlich beklagt (Stuttgarter Zeitung, 22.08.01, S. 18) als Schwarzafrikaner ständig staatlichen Repressionen ausgesetzt zu sein und im spießbürgerlichen Ambiente keine Wohnung findet, müssen bei der Stadt doch die Alarmglocken klingeln. Dass dies anders ist, macht eine wirkliche Weltstadt aus. Dass die Stadt sauber sein soll (Let's putz) ist zwar schön, letztendlich sollten sich aber doch alle Menschen und in unserem Sinne alle Kreativen in Stuttgart wohlfühlen. Popkünstler sind häufig Teil von Subkulturen, weichen ab und fallen auf. Sie sind laut, manchmal werden sie als störend empfunden. Eine „Weltstadt" wird erst durch ihre Menschen lebendig: Durch ihre Kreativität, Kunst, Kultur und ihr soziales Engagement. Bestes Beispiel ist die Stuttgarter HipHop Szene, die zwar nicht das einzige oder beste ist, was es im Popularmusikbereich in Stuttgart gibt, aber ein hervorragendes Aushängeschild bietet.

"*Die HipHopper gehen raus, die Massiven Töne waren so mit die ersten, die im Untergrundbereich richtig Erfolg hatten, die haben gesagt, hey wir haben noch jede Menge Kumpels, die riesig gute Musik machen und so fing das dann an, dass Leute auf einmal nach Stuttgart kamen, um sich HipHop anzuhören, weil sie von einer Band gehört haben, hey hier passiert was. Dann haben sie ein paar Sachen gehört und haben gesagt, hey nicht schlecht, in der Stadt passiert was. Man muss das den Leuten in Hamburg oder Berlin einhämmern, weil die gucken sich Stuttgart an, haha, was ist das? (...) HipHop ist momentan der Marktzweig, der Stuttgart am besten repräsentiert in ganz Deutschland, weil die Jugend guckt. Es gibt Leute, die extra in den 0711 Club fahren und das entsteht nur durch eine jahrelange Basisarbeit. Jahrelang haben die allen erzählt, dass die Stuttgarter die Besten sind und dann haben die Kölner irgendwie gesagt, jetzt erzählen uns die seit 3 Jahren, dass sie die besten sind, das wollen wir mal sehen und dann sind sie hergekommen und da fahren wirklich Freitags Leute aus Köln ins Prag um sich HipHop in Stuttgart anzuhören und*

das können wirklich nur wenige Musikzweige von sich behaupten in Stuttgart, dass sie das geschafft haben, das ist aber nur durch ne harte Basisarbeit vom 0711 Büro machbar gewesen. Von den ganzen Leuten, die sich selber vielleicht auch ein bisschen besser finden, als sie eigentlich sind, aber es hat diesen Schneeballeffekt.(Michael Setzer, Prinz)" *„Auf jeden Fall hat Stuttgart ein Imageproblem, aber in diesem HipHop-Ding hat es ja auch einen enormen Imageaufschwung bekommen. Ich kenn einige Kids die sind nach Stuttgart gezogen nur wegen HipHop. Also zwei beim Dirk im Laden, die eine ist aus dem Ruhrpott, weil sie halt irgendwo hin wollte, wo sie mehr mit HipHop in Kontakt kommen wollte; also bei uns im Club merke ich das auch, dass Leute mehr als hundert Kilometer fahren das ist echt krass.*(Johannes Strachwitz, 0711 Büro)" Für Musiker und junge Existenzgründer hat dabei Stuttgart ganz klare Vorteile, die letztendlich wichtig für solche Firmen wie das 0711Büro sind. „*Wir haben halt einfach einen Vorsprung gehabt, weil wir uns einfach Strukturen geschaffen haben, die andere Städte noch nicht hatten und weil wir uns zu Nutze gemacht haben, dass wir nicht in dieser Anonymität versackt sind und dass man sich hier gegenseitig geholfen hat und dieses Family-Ding, das in den großen Städten halt fehlt, weil jeder so sein eigenes Süppchen kocht.* (Johannes Strachwitz, 0711Büro)"
Die Nähe und Überschaubarkeit, symbolisiert durch den Talkessel, ist für die Musikbranche sehr wichtig. Kontakte sind alles und die gibt es in Stuttgart. Ab einer gewissen Größe wird es tatsächlich schwer, vor allem für die Verwerter von Tonträgern, weil die Major Partner und die Medien in den größeren Ballungszentren sitzen. „*Das ist ein Vorteil den Stuttgart hat, aber auf lange Sicht kann aus Stuttgart gar nicht so viel Output kommen, wie jetzt aus Berlin. Irgendwann wird Stuttgart immer mehr zurückstecken und das merkt man jetzt auch schon, ja es wird halt immer schwieriger, wenn man das nicht weiter vorantreibt und weiter puscht, dann ist es irgendwann vorbei mit der Hiphop Hauptstadtgeschichte.*(Johannes Strachwitz, 0711Büro)"

Kern der Bemühungen sollte es sein die spezifischen Stuttgarter Qualität im Popularmusikbereich zu vermitteln, damit auch große Firmen sich für den Standort interessieren und Stuttgart an die bundesdeutsche Musik- und Medienindustrie wieder angekoppelt wird. Wichtigste Funktion für eine positiven Standortdarstellung haben dabei die Medien (näheres unter dem Punkt „Präsentation") und die Politik. Arne Braun vom Stadtmagazin Lift bringt es gut auf den Punkt: „*Die Medien tun zuwenig dagegen nach außen, die Politik tut gar nichts dagegen. Der Ministerpräsident ist das beste Beispiel dafür, wie man ein biederes, langweiliges Stuttgart oder Baden-Württemberg in die Welt verkauft und der SWR, unglaublich ja. Mit was für Themen wir uns nach außen präsentieren, wird die Kehrwoche gemacht, wie alle Klischees, die es irgendwo gibt. Es ist ein absolutes Manko, weil es ist abschreckend für jeden. Für jeden, der in dem Business arbeiten will. Für jedes größere Unternehmen, sei es Bertelsmann oder was auch immer, oder wo es ja wirklich irrelevant ist bei Werbeagenturen, machen wir die Dependencen in Stuttgart oder Agenturen von hier, die sagen, gehen wir weg aus Stuttgart. Die Imagekampagne ist so ein bisschen ein echter Treppenwitz. Es wird genau das Gegenteil geredet, genau den gegenteiligen Effekt den es haben soll. Die Ironie die da rüber kommen sollte, funktioniert in der Breitenwirkung überhaupt nicht. Das („Wir können alles außer hochdeutsch") ist auch nicht lustig, das ist auch nicht ironisch. Es ist zwar so gemeint, aber es funktioniert nicht. Und das ist schade, darunter leiden wir. Wir könnten wirklich anders mit uns umgehen, auch anders mit unseren Werten, mit unseren kulturellen Errungenschaften in Anführungszeichen.(...) Mittlerweile ist es ja so, dass die Politik, auch die konservative Politik, mit HipHop nach außen geht und selbst der Schuster sagt HipHop hoch, hoch usw. Von daher haben die das schon übernommen und die sollen es auch weitermachen. Das ist auch gut. Was wir machen, da sind wir wieder beim Ausgangspunkt, was wir machen sollten, wären so ganz spannende Sachen größer zu verkaufen, besser zu verkaufen.(...) Damit alle drüber was schreiben und sagen echt geil, ich krieg so was gebacken. Selbstbewusster nach außen (...) gehen. Wir haben hier auch einiges anzubieten und die Stadt ist super.*"

4.2 Produktion

Unter der Kategorie Produktion werden Künstler (Musiker und Produzenten) dargestellt, zum anderen aber auch Einrichtungen und Firmen, die Rahmenbedingungen oder Dienstleistungen zur Produktion von Musik anbieten, wie Proberäume oder Tonstudios.

4.2.1 Künstlerische Produktion – Nachwuchsmusik in der Region Stuttgart

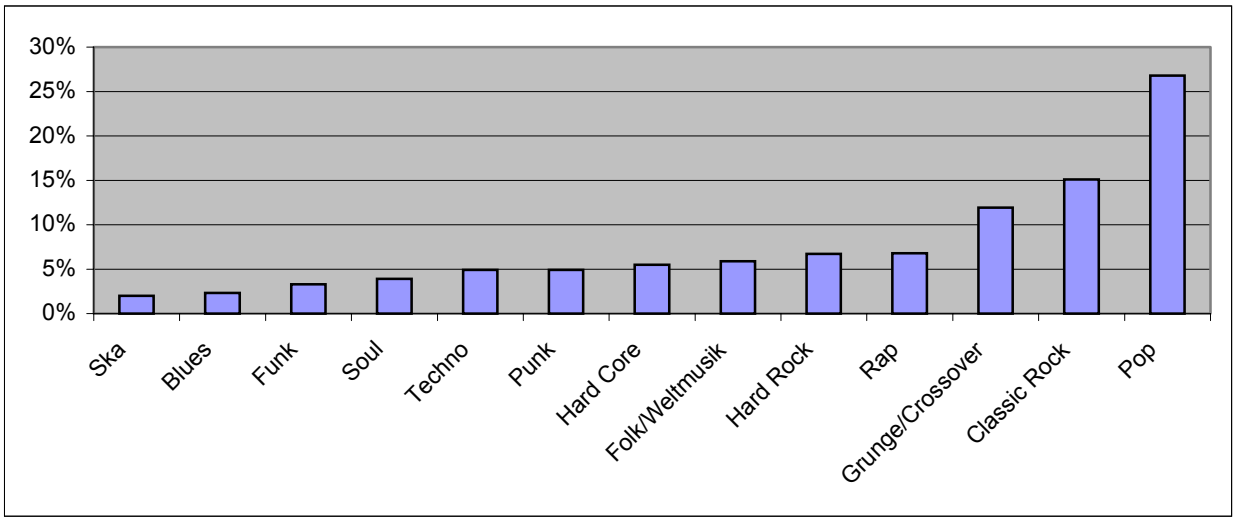
Thematische Stichwörter: Proberäume (Verfügbarkeit – Preis), Aktionsradius - Region, stilistische Vielfalt, Qualität – Relevanz in den Hitparaden, Kristallisationspunkte - Goldgräberstimmung HipHop, Nischen, Entwicklungsmöglichkeiten für Künstler, Freiräume, Musikprogramme für PC's, Bandentwicklung als Prozess, Equipment

Alle Musikgruppen in der Region Stuttgart zu befragen ist aufgrund der Vielzahl an Musikformationen und Einzelmusikern fast unmöglich. Um nicht nur eine zahlenmäßige Erfassung zu gewährleisten wurden insgesamt 600 Fragebögen an Bands und Musikgruppen aus dem Bereich Popularmusik in Stuttgart und der Region versandt. Davon kamen etwas über 60 Stück zurück. Dies entspricht einer (überdurchschnittlich hohen) Rücklaufquote von mehr als 10%. Zugunsten dieser Rücklaufquote waren die gestellten Fragen relativ einfach gehalten und waren größtenteils mit „ja" oder „nein" zu beantworten.
Dieses Verfahren hatte allerdings den Nachteil, dass einige der abgefragten Daten an Aussagekraft verlieren. So lässt beispielsweise die Tatsache, dass 95% der befragten Bands über einen Proberaum verfügen, keine Rückschlüsse darüber zu, ob sie mit diesem Raum unter finanziellen oder logistischen Gesichtspunkten auch zufrieden sind. Musiker, deren Bandgründung daran scheiterte, dass sie keinen Proberaum gefunden haben, konnten gar nicht erfasst werden. Auch persönliche Meinungsäußerungen oder Erwartungshaltungen waren nicht Gegenstand des Fragebogens, hierzu verweisen wir auf die durchgeführten Interviews in denen auch Vertreter von Musikern Gehör gefunden haben.

Die befragten Bands bestehen im Durchschnitt seit sechs Jahren und aus vier bis fünf Musikern, wobei die kleinste Band ein Duo ist, die größten dagegen bis zu neun Mitgliedern haben. Zwei Drittel spielen eigene Stücke mit einer Programmdauer von mehr als sechzig Minuten. Gespielt werden durchschnittlich fünfzehn Auftritte im Jahr, 85% der Bands bewegen sich dabei in einem Aktionsradius von weniger als 50 Kilometern rund um das Stadtgebiet. Bei den meisten Bands handelt es sich also keinesfalls um „Eintagsfliegen" . Das Musikmachen in einer Gruppe ist vielmehr von großer Nachhaltigkeit geprägt, wird über Jahre hinaus praktiziert und zeichnet sich durch große Kreativität aus. Alleine die befragten Bands leisten im Jahr ca. 900 Auftritte, dies entspricht 17 Veranstaltungen pro Woche im Raum Stuttgart.

Künstler und Musikgruppen können nur in der Region Stuttgart sinnvoll erfasst werden. Viele Bands setzen sich aus Musikern zusammen, die aus verschiedenen Landkreisen kommen. Detaillierte Erkenntnisse über die Herkunft der Bands zu erheben, ist bei geschätzten 1.500 Musikgruppen in der Region Stuttgart nahezu unmöglich. Für bestimmte Szenen können temporär immer wieder neue „Kristallisationspunkte" festgestellt werden, d.h. Zeiten und Orte an denen in bestimmten Stilrichtungen eine Konzentration festgestellt werden kann.

Abb.4: Musikstile von Bands aus der Region in Prozent



Die Darstellung ist stilistisch zusammengefasst, weil es dutzende und immer neue Musikstile gibt. Manche Stilarten können aufgrund ihrer Zuordnung zum Underground nicht vollständig erfasst worden. Dennoch ist die Darstellung von 659 Bands, die regional erfasst worden sind aufschlussreich. Der hohe Anteil im Segment „Pop“ ist darauf zurückzuführen, dass viele Bands, vor allem sehr junge, stilistisch noch sehr vielseitige Musik machen und von daher insgesamt unter Pop eingruppiert worden sind. Im Segment Folk/Weltmusik sind diverse Stilangaben, wie Ethno oder Reggae subsumiert –obwohl es eigentlich nicht ganz griffig ist-, da alle einzelnen Stilarten mit unter 1% vertreten sind. Dem Bereich Rap ist auch Ragga zugeordnet, während der Bereich Techno alles von House bis Drum & Base umfasst. 7,8 % der Bands haben deutsche Texte, wobei hier natürlich ein großer Anteil bei den HipHop Formationen zu finden ist. *„(...) man sollte einfach die Vielfalt dieser Kultur aufrecht erhalten, so wie wir das bei der klassischen Musik genauso zulassen, dass man Barockmusik und neue Musik, es gibt jede Menge Initiativen in der Richtung, es passieren überall interessante Sachen und da sollte man schon einfach danach gucken, dass das funktioniert, also das muss, die Rockmusik muss genauso leben, wie irgendeine Reggae Szene, die brauchen alle ihren Platz und manchmal sind sie eben aktuell und manchmal sind sie's nicht, aber deswegen, weil gerade etwas nicht angesagt ist, kann man es nicht verstummen lassen, das geht nicht. Man muss den Dingen schon einen gewissen Freiraum lassen, sonst verkümmern sie und das wäre schade.*(Mini Schulz, Hochschule für Musik und Darstellende Kunst)“

„Man muss jede einzelne Nische stark machen und Szene supporten und dann nicht HipHop = Baden-Württemberg, nein es gibt zu viel anderes, als dass man sich nur auf HipHop versteifen sollte. Vielleicht ist es mit dem HipHop ja auch einfach mal vorbei, wer weiß das schon? Musik ist so vielen Trends und Änderungen und Kurzfristigem unterworfen, dass man am besten alles unterstützt. Wenn sich dann mal eine Spitze gebildet hat, dann muss man nicht darauf umschwenken, sondern hat es bereits auf dem Schirm. (Kai Kirchhoff, Kopfnicker Records)“ *„Es muss flexibel bleiben, weil wer weiß, wie lange Hip Hop noch den Stellenwert hat und Gitarrenmusik gibt’s nach wie vor die ist halt nicht mehr so präsent, nicht mehr so dominant, aber jetzt die Turntablerockers die spielen jetzt mit einer Band, also das geht jetzt auch wieder in ne andere Richtung, das heißt die eigentlichen Musiker, die Leute die Instrumente spielen, die am HipHop nicht so wichtig waren ne lange Zeit, die müssen so oder so gefördert werden und da ist es auch wurscht ob die jetzt, was weiß ich so funky - fusion spielen oder Heavy Metal- das muss davon unabhängig sein. Die Förderung muss darauf basieren, dass diese Bands ein bestimmtes Ziel haben und dass die ernsthaft bei der Sache sind und entsprechend auch gecoacht werden, wo es sein muss.* (Bernd Haasis, Stuttgarter Nachrichten)“

Die Quantität der vorhandenen Bands sagt aber ja noch nichts über die Qualität aus. *„Es gibt hier schon eine klare Szene. Es gibt die HipHop Szene. Die HipHop Szene ist definiert worden durch die "Fantas", man darf auch nicht vergessen das haben sie in den 90´er Jahren installiert und jetzt alles was kommt ist halt, ist im Prinzip, ist irgendwo entstanden mit aus den "Fantas". Mit dieser Bewegung. Natürlich vorher gab es dann noch "Freundeskreis", es gab die "Kolchose", es gab die und die. Das ist der eine Bereich. Natürlich gibt's hier "Pur" und natürlich gab es auch mal die "Helgas" und "die Schande", klar. Aber ich glaube dass jetzt, wenn man das jetzt als jetzt bezeichnet, dass es für mich sehr schwer zu fassen ist zu sagen Popmusikstandort Stuttgart, sondern eher dass man sich überlegen muss, wo bewegen wir uns den grade in der Popmusik, was geht da gerade ab, was wird gerade hauptsächlich gespielt und so gesehen glaube ich schon dass hier einiges passiert. Ich glaub schon dass hier eine Szene da ist, dass hier auch gewisse Leute die Musik aufnehmen, auch Konzerte da sind. Ich glaube aber dass die Qualität nicht so groß ist. Das liegt aber eher daran, dass halt, woher sollen die Kids denn auch wissen was Qualität ist: wenn man jetzt die Charts betrachtet das hat nichts mehr mit Qualität momentan zu tun“* (Daniel Reauardt, Floridan Audioproduktionen).
Anderseits wird auch, in zur Zeit weniger erfolgreichen Stilarten, eine zunehmende Qualität in der Musikproduktion festgestellt. *„Also man merkt es auch an Noise Gate wie viele sich da beworben haben. Und das es immer noch komischer Weise eine sehr starke Fraktion ist an Bands, wo die Stilrichtung eben nicht hipp ist, sondern die halt Crossover und Hardcore machen und sonstige Sachen. Nee das würde ich nicht sagen, sogar eher, dass die Qualität gestiegen ist was das musikalische angeht, was die Bands mittlerweile liefern, also das fiel auch uns auf an dem Material was die eingeschickt haben, dass das qualitative musikalische Niveau und das Zusammenspiel und die Arrangements und die ganze Promotionsgeschichte, dass es da einen riesigen Unterschied gibt zu vor ein paar Jahren.*(Regine Laun, Cumulus Kulturbüro)“ Es ist sogar so, dass in Bereichen wie dem HipHop, der ja schon länger sehr erfolgreich ist, im Vergleich viel weniger Musikformationen zu finden sind, als im gesamten Bereich Rock. Ähnlich verhält es sich im Bereich Soul, Funk oder Reggae. Musikgruppen aus diesen Sparten sind Live sehr gefragt und finden immer gute Angebote, es gibt aber relativ wenige davon.

Es scheint also, dass die kulturellen Interessen der Musiker ganz klar im Vordergrund stehen und nicht in erster Linie Musik für einen potentiellen Markt produziert wird. *„Stuttgart ist ganz spannend. Ich will weg von dieser HipHop-Kiste, weil die HipHop-Kiste wie sie im Moment läuft, finde ich eigentlich das unspannendste überhaupt an der ganzen Musikszene. (...). Weil im Moment wird jeder der irgendwie .... Baggytrousers trägt und kiffen kann, wird von der Straße weg gecastet und darf dann irgendwie im Studio rumhoppeln und rum rappen und so, Samir und so weiter. Ich möchte denen nicht zu nahe treten, um Gotteswillen, aber ich finde das musikalisch, qualitativ am uninteressantesten. Ich find dann die Szene House, Jazz, diese Orbit Experience Geschichte zusammen mit dem Kammerorchester musikalisch viel spannender. So was. So Grenzberührungen. Kann ich die neue Thomas D. auch dazu nehmen, obwohl ich die persönlich nicht wahnsinnig spannend finde. Aber so Discos, Pop von mir aus, find ich spannend und die Indieszene auch. (...) Das was gut ist, ist das Risikofreudige. Also das was ich mit Grenzerfahrung, Grenzberührung meine. Also Orbit Experience z.B., Ich will jetzt auf dem Ding nicht rumreiten. Aber daraus entsteht wieder was ganz Anderes. Und da kommt Pauls Musique um die Ecke machen einen Sampler, wo es wiederum Berührungspunkte gibt mit der Szene in Wien, die dann remixen oder auch im Le Fonque, der Blowshop usw. was auch so house, kleines bisschen Techno, aber eigentlich Popmusik ist. Da passiert unglaublich viel. Also die Szene finde ich vital und komplett unterschätzt. Die machen auch jetzt zum ersten Mal Sampler und gehen an die Öffentlichkeit. Wird aber selten zur Kenntnis genommen, was eigentlich schade ist. Wie gesagt überbewertet sowohl in Anzahl der Menschen , die da HipHop machen als auch qualitativ ist diese HipHop-Kiste. Aber das war klar, dass ein Erfolg zu einer Inflation führt.* (Arne Braun, Lift Stuttgart)“
Aus den Entwicklungen der letzten Jahre kann somit gefolgert werden, dass populäre Musik immer eine Art Welle hinter sich herzieht. Bands adaptieren einen erfolgreichen Musikstil, das heißt es gibt in der Folge von erfolgreichen Stilrichtungen immer viele Bands im entsprechenden Segment. Diese „Wellen“ sind unterschiedlich lange feststellbar, je

nachdem, wie viele Rezipienten sich weiterhin für die Musik finden lassen oder wie lange die Bands aus innerer Überzeugung diese Musik machen. *„(...) ich glaub schon, dass es fast alles gibt, und zum Teil ist es eben auch entsprechend der Situation in Stuttgart eher klein, wir z.B. Punk war in Stuttgart nie so ein großes Thema, obwohl es natürlich Bands von hier gab, aber es war nie so ein großes Thema, weil es den Leuten im Verhältnis sehr gut ging eigentlich. Punk war in Städten wie Berlin ein ganz anderes Thema, weil halt in Kreuzberg und Wedding Leute leben; also a) solche die aus Stuttgart weggezogen sind, um in Berlin Randale zu machen, ums mal zugespitzt zu formulieren, (lacht) aber auch andererseits eine andere soziale Realität da ist- es ist einfach ein bisschen härter und ein raueres Klima und hier geht's den Leuten im Verhältnis sehr gut, das heißt Punkrock ist hier ne schwierige Sache. Also Jemand der wirklich wütend ist, - wenn ich mit jetzt die Ursprünge des englischen Punk vorstelle, also diese Kids in England die Bestimmt nicht so die Tollsten Perspektiven hatten, die hatten wirklich noch was zu sagen – die hatten ein Anliegen – und dieses Anliegen das gibt es hier gar nicht, weil wir hier natürlich in Stuttgart hier auf so einer Insel der Glückseligen leben.* (Bernd Haasis, Stuttgarter Nachrichten)" Die Adaption sagt übrigens wenig über eine Qualität der musikalischen Produkte aus. Manchmal entstehen Musikstücke, die weit über das erfolgreiche Musikstück hinaus, einen besonderen eigenständigen „Stil" verkörpern. Umgekehrt ist es auch so, dass erfolgreiche Acts in den Charts vertreten sind, es aber Musikgruppen gibt, die eine sehr ähnliche Musik in –subjektiven Kategorien- schon vorher bedeutend „Besser" gemacht haben. Im Zuge des sich immer schneller drehenden Rades von musikalischen Neuerscheinungen ist es im Großen, wie im Kleinen oft der Fall, dass Bands, die schon seit Jahrzehnten einen Musikstil vertreten, auf einmal zu neuen Ehren durch ein Revival dieses Musikstils (Monschterles of Rock/M.I.R. Stuttgart) gelangen.

In den letzten Jahren konnte man einen deutlichen Vorwärtsschub in der regionalen Musikproduktion vor allem in der HipHop Szene feststellen. Was und wie Bands Musik produzieren hängt natürlich immer auch von der Stimmung ab, die gerade herrscht. „*In den letzten Jahren war immer so ein bisschen Goldgräberstimmung dadurch, dass es immer wieder einige gepackt haben auch deutschlandweit rauszukommen. Es ist klar für ne regionale Band geht immer wieder ein bisschen was. Es ist nur die Frage, ob die Band dann aus dem regionalen Bereich rauskommt oder ob sie immer die Bands bleiben die in Jugendhäusern und Clubs hier spielen. Und grad durch die HipHop Erfolge die es gab, war schon so ne Goldgräberstimmung da: Woah jetzt, es kann was gehen.* (Michael Setzer, Prinz)"

Für andere Bands mit anderen Musikstilen ist es teilweise auch nur in der Region Stuttgart nicht ganz so einfach. *„(...)auf jeden fall ist 'ne Band nicht automatisch gut, wenn Sie aus Stuttgart kommt. Also die Farmer Boys oder Stone the Crow machen immer noch ne extreme –sagen wir mal Nischenmusik- das ist völlig klar, dass im Alternative Rock oder Metalbereich ist es dann halt so, dass das dann vom Prinzip her schon keine 100.000 Hörer anspricht. Bands wie Pur haben es geschafft, sich also wirklich flächendeckend irgendwie auszubreiten und das Auge flächendeckend nach Stuttgart, in diesem Falle nach Bietigheim zu lenken. Was es sehr viel gibt hier an Bands sind wirklich kleine Underground Bands, die es durch eigenes Zeug, ganz schön deutschlandweit raus geschafft haben, aber eben net im Mainstream. Also Du hast zum Beispiel Bands wie Monochrome aus Stuttgart, wenn die nach Frankreich fahren, sind die ganz klar ne Headliner Band, da sind manchmal MTV Acts sogar im Vorprogramm von denen, weil die im Hardcore Underground nen sehr guten Namen haben.(...) Im Dance Bereich hast du nur Leute wie Tiefschwarz oder Marco Zaffarano, der mit seinen Techno Produktionen das ist schon ewig her, dass der deutschlandweit wirklich angesagt war. Aber halt net wirklich der Mainstream. Aber hier hat es wirklich in jeder Nische Leute, die was Gutes können und denen fehlts dann halt auch hin und wieder daran sich deutschlandweit auszubreiten oder internationaler auszubreiten. Aber an der Qualität mangelt es hier auf jeden Fall nicht."* (ed.)

Musik aus der Region Stuttgart findet also in Deutschland und auch europaweite Beachtung und dies nicht nur im HipHop Segment. Viele qualitätsvolle Nischen werden bedient und bieten immer wieder gute Entwicklungsmöglichkeiten für die Künstler. Dies wird aber nicht

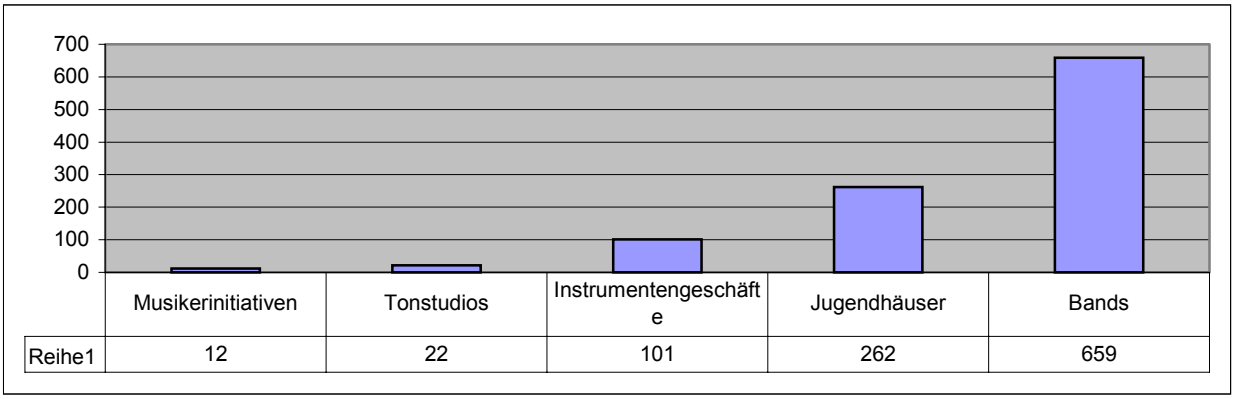
innerhalb der gesamten Musikszene so gesehen. Diejenigen Musiker, die gerade nicht so erfolgreiche Musik machen schieben natürlich gerne den Grund auf die Medien, die Stadt oder das Land. Vielleicht ist dies sogar berechtigt, es ist aber in jedem Fall eine Wahrnehmung durch die sich viele Musiker „zurückgesetzt" fühlen. *„Stuttgart ist zu einseitig: Stuttgart ist HipHop. Und das spüren wir alle.* (...) *Stuttgart ist keine Rock `n` Roll Stadt oder Rock Stadt oder so etwas. Sie wird, denk ich mal, was heißt unterdrückt, na ja unterdrückt weniger, aber es gibt wenig Läden wo du überhaupt Möglichkeiten hast, das zu präsentieren. Es gibt eine kreative Musikszene, bloß wird die nicht in dem Maße gefordert, wie das was "modern" ist gefordert wird: modern ist grad HipHop (...) Ist halt echt geil, wenn der Schuster sich „freuen" kann (Originalausdruck musste leider zensiert werden, Anm. d. Verf.), wenn er da unten (gemeint ist der Schlossplatz) eine Kinderveranstaltung macht wo "Echt" spielt oder "Aha", die irgendwelche Superstars sind. Es wird also gefördert dass da unten eine Veranstaltung ist, ich weiß gar nicht wer das finanziert, wahrscheinlich der süddeutsche Rundfunk oder das Land und dann spielen da halt irgendwelche Kappellen die gerade "möchte gern" angesagt sind. Oder die halt von den Verkaufszahlen angesagt sind. Aber es spielen da keine "Farmer Boys", es spielt auch nicht "Pantera" oder so was.* (...) *Ja, das ist alles sehr gefällig. Es ist sehr bequem und damit kann man sich repräsentieren. Aber nicht das was ich, also, wenn wir jetzt mal von meiner Meinung ausgehen, sehen will. Man muss auch mal die "unbequemen" Bands spielen lassen. Die auch genauso viel, vielleicht nicht genauso viel, aber doch sehr ordentliche Verkaufszahlen haben.(Wolfgang Fischinger, Lupos Rockshop)"*

Aus dem Dilemma heraus für die eigene Musik (noch) keinen Absatz zu finden, erarbeiten die Bands oft ein zusätzliches Coverprogramm, um mit der Band nebenher wenigstens soviel Geld zu verdienen, dass die Kosten gedeckt sind. Ähnliche Entwicklungen gibt es ja auch bei Jazz- oder Klassikmusikern, die ihr eigenes Projekt machen, aber nebenher in einer Bigband auftreten oder auf Hochzeiten mit einer Tanzkapelle auftreten.

Interessant ist auch noch die Gruppenzusammensetzung durch die verschiedenen Musikstile hindurch. Während bei Funk, Soul und Ska Formationen manchmal bis zu 12 Leute auf der Bühne stehen, liegt die „klassische" Rockbestzung (Gitarre, Bass, Schlagzeug, Gesang) im Mittelfeld. Jüngere Musikrichtungen wie Techno, Ragga oder HipHop sind teilweise nur durch Einzelkünstler geprägt. Besonders im HipHop Segment ist es auffällig, dass es hunderte Jugendlicher gibt, die auf HipHop Jams und MC (Master of Ceremony)-Battles ihre Weltanschauung ins Mikrophon rappen. Hier beginnen sich die Grenzen zwischen Musikkonsum und Musikproduktion zu vermischen.

Daran anschließend haben wir mit verschieden DJ 's Diskussionen geführt, was denn jetzt das eigentlich musikalische an diesen Tätigkeiten sei, weil ja nur reproduziert werde. Ein eindrückliches Bild ergab sich dort mit einem Vergleich zur Kunst. Eine Kollage aus Sounds ist ebenso wie zum Beispiel eine Kollage aus Bildmaterialien im Ergebnis doch wieder ein eigenständiges Kunstprodukt und mehr als die Summe seiner Teile. Im Rahmen der Erhebung konnte zum Beispiel der Techno und Dancebereich nur fragmentarisch erfasst werden, weil hier andere Gesetzmäßigkeiten bei der Produktion gelten und die Szene autodidaktisch, vorrangig im „Untergrund" produziert. Der Bereich der eigenen Produktion von Musik, auch nur für das eigene Hörvergnügen, kommt eine immer größere Bedeutung zu. Musik und Soundfragmente sind inzwischen über das Internet allgemein in riesiger Anzahl vorhanden. Durch Musikprogramme für PC 's ist es schon seit längerer Zeit möglich selber Musikstücke zusammenzustellen, die in der Qualität durchaus mit aktuellen Hitparadentiteln mithalten können. Popularmusik erschließt sich also in rasender Geschwindigkeit die Möglichkeiten der Neuen Medien und zwar auch auf der Ebene der Musikproduktion. So gibt es in der Region bereits etliche kleine „Tonstudios", in denen Produzenten, oft auch nur hobbymäßig, Musiktitel aufnehmen (Harddiskrekording).

Abb.5: Musikproduktion in Zahlen



Wichtig für eine Einschätzung der Popmusikszene ist es, den Weg, die Entwicklung einer Band zu verstehen. Er ist ähnlich, wie der eines erfolgreichen Unternehmens: Nachdem sich mehrere Personen mit dem Ziel gemeinsamen Musizierens zusammengefunden haben, benötigen sie zuerst einen Proberaum sowie entsprechendes Equipment. Dies sind die Grundlagen, auf denen dann die ersten Stücke/Lieder entstehen, vergleichbar mit der Produktentwicklung im Betrieb.

Folgende Fragen wurden dazu gestellt:

Frage:	„Ja"-Antworten in Prozent
Habt Ihr einen Proberaum?	94,83 %
Habt Ihr eigenes Equipment?	93,10 %
Seid Ihr Stammkunde im Versandhandel oder in einem bestimmten Geschäft?	46,55 %
Habt Ihr Equipment gebraucht gekauft?	55,17 %
Habt Ihr schon mal Equipment gemietet (PA, Licht, Backline)?	58,62 %
Habt Ihr einen eigenen Sound- & Lichtmixer?	25,86 %
Baut Ihr Eure Backline / PA selber auf?	82,76 %
Habt Ihr ein geeignetes Transportmittel?	55,17 %
Verfügt Ihr über einen PC-Arbeitsplatz für Bürokram?	89,66 %
Habt Ihr selbst ein Studio oder einen Musik-PC	44,83 %

Die Tatsache, dass 95% der befragten Bands über einen Proberaum verfügen, lässt wie oben schon erwähnt keine Rückschlüsse darüber zu, ob sie mit diesem Raum unter finanziellen oder logistischen Gesichtspunkten auch zufrieden sind. Musiker, deren Bandgründung daran scheiterte, dass sie keinen Proberaum gefunden haben, konnten gar nicht erfasst werden. Die Mehrheit der befragten Bands verfügt über Proberäume und Equipment. *„(...) das ist wichtig, dass die Bands hier die Möglichkeit haben sich zu gründen. Wenn Leute ne tolle Idee haben ne Band zu machen aber keinen Proberaum haben, ist die Idee sofort vom Tisch. In dem Moment wo du Proberäume hast, hast du automatisch mehr Bands. Du hast mehr Bands, die sagen ja jetzt haben wir geprobt jetzt wollen wir rausgehen, wenn sie dann noch die Möglichkeit haben in Jugendclubs zu spielen, dann hast du auf jeden Fall schon mal was vitaleres. (...)* (Michael Setzer, Prinz)" Da die Frage nach einem Proberaum eine der ersten ist, die eine Band zu lösen hat, wird an der Lösung auch deutlich, ob die Band die Energie hat insgesamt länger am Ball zu bleiben. Der Proberaum wird dadurch zu einer Art „1. Prüfung im Musikbusiness".
Leider ist die Frage nach einem Proberaum, wenn nicht der Keller der Eltern bespielt werden kann, oft eine Frage des Geldes. Dies sollte weder für jugendkulturelle Musik, noch für den Nachwuchs der Musikbranche zu einer Existenzfrage werden – ist es aber bis heute geblieben. *„Proberäume kriegst du immer, es kommt aber drauf an, was du zahlst und die jungen, die anfangen Musik zu machen, die haben einfach keine Kohle um 600 DM für einen Proberaum hinzulegen. Also, nicht ein feuchter Weinkeller, sondern ein ordentlicher Proberaum kostet.(...) Aber das war ja schon in den 80er Jahren so. Und das ist nach wie vor so.*(Wolfgang Fischinger, Lupos Rockshop)" Für Proberäume muss indes im Durchschnitt

sehr viel Miete gezahlt werden. Dies liegt einerseits an dem enormen Bedarf, dem ein sehr geringes Angebot gegenüber steht, zum anderen aber auch, weil im Niedrigpreissektor (5,- bis 8,- DM pro qm) viel zu wenig Räume, auch schlecht ausgestattete, zur Verfügung stehen. So kann es durchaus vorkommen, dass eine Band soviel für ihren Proberaum ausgibt, wie ein durchschnittliches Zimmer in einer Wohngemeinschaft kostet. Es gibt auch keine zentrale Vergabe- oder Koordinationsstelle für die Proberäume in Stuttgart oder der Region. So kommt es auch, dass junge Bands mit wenig Kapital oft keine günstigen Proberäume „ergattern" können, während die „alten Hasen" sich gute und günstige Probemöglichkeiten gesichert haben. „*Was hier auf jeden Fall verbesserungswürdig ist, ist also erstens Mal die Proberaumsituation. Es gibt viel zu wenige, sie sind nicht zentral verwaltet, also meiner Ansicht nach gehören mal alle Proberäume in Stuttgart erfasst, und da gehört da eine Art Facility-Managment hin, was diese Proberäume auch irgendwo verwaltet, damit man auch einen Ansprechpartner hat als Band, wenn man einen Proberaum sucht und sagt, wo könnte etwas sein, dass ich da nicht 15 verschiedene Stellen anrufen muss und jeder sagt ich weiß nicht, sondern einer sagt ja da und da und da.*(Stefanie Wider-Groth, M.I.R.)"
Die finanziellen Mittel für Equipment scheinen dagegen in ausreichendem Maß vorhanden, fast die Hälfte der Bands ist Stammkunde beim Versandhandel oder in einem bestimmten Geschäft und kauft kein gebrauchtes Material. Damit sind die finanziellen Ressourcen aber im Prinzip verbraucht. 45% haben kein geeignetes Transportmittel, fremde Hilfe für den Aufbau oder die Show leistet sich gerade einmal ein Viertel der Befragten.

4.2.2 Musikproduktion als Teil der Kulturförderung

Thematische Stichwörter: Proberäume, Tonstudios, Gemeinschaftsinitiativen, andere kommunale Verwaltungseinheiten

In Stuttgart und der Region gibt es eine überschaubare Anzahl von Kultureinrichtungen, die mit dem Thema Produktion beschäftigt sind. Die meisten legen eher einen Schwerpunkt auf Qualifizierungsmaßnahmen, wie die Musikschule oder auf Livekonzerte, wie die Soziokulturellen Zentren. Viele dieser Einrichtungen bieten aber auch Künstlern Rahmenbedingungen zum Musik machen. Besondere Bedeutung kommt den Musikinitiativen in der Region zu, die sich stark im Produktionsbereich engagieren. Es werden vor allem Proberäume erschlossen und bereitgestellt und kleinere Tonstudios als Gemeinschaftsprojekte gegründet.
Im Angesicht der Vielzahl von Musikgruppen und der bestehenden Raumsituation wirken die Aktivitäten aber wie ein Tropfen auf den heißen Stein. In anderen Bereichen werden die Bedürfnisse junger Musiker kaum mitgedacht. *„Dann gibt es wie gesagt viel zu wenige vernünftige Proberäume, weil ein Proberaum muss schalldicht sein, er muss trocken sein, er braucht Strom, er sollte möglichst vielleicht auch noch über eine Versicherung verfügen oder so etwas und nicht einfach ein unbeheizter Keller wo halt im Winter der Schimmel hoch kriecht. Und ich denk, wenn man jetzt neue Bauvorhaben hat, sollte man einfach berücksichtigen, dass man in ungenutzten Kellerräumen auch Proberäume einrichten kann. Also wenn ich allein überlege wie bei der SSB der Platz verschwendet wurde in dieser S-Bahn unten drinnen, da hätte man bestimmt 50, 60 Proberäume einbauen können, wenn beim Bau der S-Bahn damals schon jemand über so etwas nachgedacht hätte. (...) Schau mal, früher hatten wir schöne, billige Proberäume, die hatten wir auf dem Gelände von Stuttgart21, das waren alte Bauten von der deutschen Bundesbahn, die hat niemand mehr dringend gebraucht. Sie waren nicht schön, aber zweckmäßig. Das ist alles abgerissen worden und das ist leider in Stuttgart überall die Tendenz, dass alles was alt und billig ist abgerissen wird. Das gilt ja jetzt nicht nur für unsere Proberäume, das gilt ja auch für Künstlerateliers oder so irgend was. Jeder der irgendwo billig einen alten Bau sucht, wo er halt vier Wände um sich rum hat und heizen kann, hat Pech, weil das alles abgerissen wird. (...) Also mit dem Proberaum, das würde schon mal reichen wenn man sagt o.k., nimm mal an ich habe vier junge Leute, die wollen Musik machen und die sind jetzt 16, die können keinen Proberaum anmieten ohne weiteres, ohne dass die Eltern unterschreiben und so weiter und so fort, dann müssen die es unternehmen, dass die Eltern das unterschreiben. Dann müssen sie es sich leisten können, also die können nicht hingehen, bei irgend*

jemandem im Parterre spielen, weil der sagt, das sind halt Industriemieten, der Raum kostet 480,- DM, da geht es schon weiter und ich denk das sind einfach Dinge, die man auch billig zur Verfügung stellen muss. Ich mein , wenn man jetzt sagt, o.k. man hat jetzt nicht so viel Platz und macht 20 Proberäume und da können die Leute 2 Jahre proben und dann kommen die selber auf den Weg und kommen durch, dann können sie selber weitergucken und dann kannst Du eine Hürde in den Weg legen. Aber ich denk erst mal die Hürde, keinen Raum zu finden und dann halt zu sagen, lassen wir es halt, das ist schon allzu sehr gegeben irgendwo, also das sehe ich einfach, das finde ich schade, da könnte schon Abhilfe geschaffen werden irgendwo, in irgendeiner Form. (Stefanie Wider-Groth, M.I.R.)

Die MIR-Proberäume kosten, zwischen 14 und 15 Mark der Quadratmeter, inklusive mit Heizung, Strom und Klima und schallgedämmt, was für das Angebot zwar günstig, für einen Proberaum von 15 Quadratmetern aber wieder relativ viel ist. „*Für eine Band ist das sauteuer, klar weiß ich, aber finde mal etwas billigeres. Bei uns kommen Bands und die sagen, wir haben jetzt einen Proberaum, für den zahlen wir 600 Mark im Monat, wir sind froh, wenn wir nur 400 zahlen müssen. (...)* (Die Immobilie) *kostet uns gemessen an dem was andere Immobilien kosten immer noch relativ wenig Geld, also da muss man auch wieder sehen. Weil wir haben sie für 12 Mark kalt den Quadratmeter bekommen und das ist wenig. Eine normale Immobilie kostet 16 Mark der Quadratmeter kalt..*(ed.)“
Die guten, aber teuren Proberäume werden oft von mehreren Bands gemeinsam genutzt und werden so wieder erschwinglich. Diese Praxis findet man auch in vielen öffentlichen Einrichtungen, wie zum Beispiel dem Jugendhaus Mitte. *„ Wir haben nur vier Proberäume, die so klein sind, dass nur eine Band reinpasst, alle anderen sind so groß, ja klar, sind immer zwei oder drei Bands drin. Also wir haben nur drei oder vier Stück , die zu klein sind für zwei Bands, weil da kriegst du keine zwei Schlagzeuge rein, schlicht und ergreifend. (...) Also die billigsten Anteile sind 208 Mark im Monat und die teuersten sind 220, wobei die 208 dann ein halber Proberaum sind, wenn sie es zu dritt machen, dann ist es noch günstiger. Da gibt es ja auch x Konstellationen, dann ist halt eine große Band drin, die zahlt ein Drittel, dann ist ein einzelner Schlagzeuger drin und dann sind noch zwei einzelne Saxophonistinnen drin oder so irgend was. Wir haben da schon lustige Konglomerate wie Proberäume finanziert werden.*(ed.)“

Proberäume werden oft auch noch von anderen kommunalen Verwaltungseinheiten bereitgestellt, die eigentlich nichts mit Kultur zu tun haben. Über die Liegenschaftsämter und die Zivilschutzbehörden werden immer wieder ungenutzte städtische Räume bereitgestellt. Dies sind aber oft Bunker oder Kellerräume, die relativ schlecht ausgestattet sind In einem städtischen Bunker, z.B. am Marienplatz, zahlt man nicht so viel, wie auf dem freien Markt. Diese Räume sind natürlich auch nicht beheizt oder belüftet. *„Aber wie gesagt, da ist nicht beheizt, Du hast keine Klos, du hast keinerlei Versicherung, wenn Dir da etwas passiert, dann hast du halt Pech gehabt, sag ich mal und sicher kannst du auch in einem Bunker proben, aber wie? Also wir haben auch schon in einem Bunker geprobt und uns ist halt die Anlage verschimmelt.*(ed.)“

Dass es insgesamt objektiv zu wenig Proberäume gibt, ist allerdings schwer zu erfassen, weil es sehr viele verschiedene Räumlichkeiten gibt, in denen eine Band proben kann, das ist sehr schwer zu durchschauen. „*Es gibt tausend Räumlichkeiten und dann gehst Du rein und dann stellst Du nach einem viertel Jahr fest, Du kannst da nicht proben, weil eben die Nachbarn rufen oder weil sonst irgend etwas ist. Ich finde, es gibt nicht genügend Proberäume, das ist einfach meine Ansicht. Ich sehe es an unserer Warteliste, wir haben 19 Proberäume, wir waren kaum drinnen, wir könnten locker noch mal 19 Proberäume vermieten.*(ed.)“ Was auf jeden Fall zutrifft ist die Tatsache, dass Proberäume im lowprice Segment zu wenig vorhanden sind und auch zu wenig gefördert werden. Gerade in diesem Bereich könnten auch private und öffentliche Einrichtungen sich noch mehr engagieren. Dabei können Künstler nicht nur finanzielle Ausgleiche anbieten, sondern sind sicher gerne und oft bereit als „Miete“ auf verschiedenen Veranstaltungen aufzutreten.

Gute und günstige Proberäume sind die wichtigste Grundlage für professionelle Musikproduktion.

4.2.3 Musikproduktion in der Jugendarbeit

Thematische Stichwörter: Technische Möglichkeiten, Know how, CD Produktion, flexible Angebote, Lebensweltbezug – Jugendkulturarbeit, Popkultur, Nachwuchsmusik, Methoden, Konzeptionen – Richtlinien

Der offenen Jugendarbeit hat vor allem für Nachwuchsbands eine zentrale Bedeutung. Über 250 Jugendhäuser und Jugendtreffs bieten Jugendlichen in der Region Raum, technische Möglichkeiten und Know how fürs Musik machen. Ungefähr 50 dieser Einrichtungen haben Musik auch als pädagogischen Bereich konzipiert. Normalerweise werden 2-3 Proberäume angeboten, es werden Instrumente gestellt und semiprofessionelle Tonstudios eingerichtet. Da in vielen Jugendhäusern inzwischen auch Medienwerkstätten vorhanden sind, können durch handelsübliche CD Brenner auch tonträger in kleiner Stückzahl produziert werden. Im Jugendhaus Mitte in Stuttgart kann sogar über ein spezielles Siebdruckverfahren eine CD von den Jugendlichen selbst professionell bedruckt werden. Auch flexible Produktionsangebote finden hier ihren Platz. In Stuttgart Mitte, Bad Cannstatt, Untertürkheim, Fasanenhof, Neugereut, Stammheim und vielen anderen gibt es einen ausgewiesenen Musikbereich.

Die pädagogische Arbeit mit Musik zielt dabei auf Jugendliche als Produzenten und wie wir später sehen werden auch als Rezipienten von Popularmusikbereich ab. *„Bei uns im Haus ist ein Proberaum integriert, der abends an Bands vermietet wird, dadurch haben wir verschiedene Musikrichtungen da, aus dem Bereich Rock und Pop. Unser Haus-Publikum hört verstärkt HipHop und Black-Music. Da ist es für uns schon etwas schwierig da in wirklich kreative Geschichten, außer dem Auflegen von Musik als DJ zu arbeiten. Da sind wir am überlegen, wie wir da einsteigen können, das mit rein zunehmen und auch da die Leute zufördern. Bei Konzerten verändert sich unser Publikum hier, von der Zusammensetzung des Musikgeschmackes auf jeden Fall.*(Achim Wernsdörfer, KJH Untertürkheim)“ Die Inhalte, die in der kulturpädagogischen Arbeit mit Popmusik erlebbar gemacht werden, können aus der erfahrenen Lebenswelt der Jugendlichen heraus thematisiert sein und aktiv in den Horizont der Jugendlichen eingebracht werden. Diese pädagogischen Angebote bauen sozusagen auf den kulturellen Orientierung der Jugendlichen auf und nutzen diese gleichermaßen als „Startkapital“ um Jugendlichen soziale, kulturelle und auch wirtschaftliche Zugänge zu ermöglichen.

Die Jugendarbeit ist der Ort an dem die Möglichkeit geboten wird Jugend- mit Popkultur zu verhandeln – nicht nur im musikalischen Sinne. Auf dieser Grundlage wird auch die unterschiedliche Intensität der Nachwuchsmusikangebote Offener Jugendarbeit deutlich: Es geht von der Arbeit mit „musikalischen Methoden“ im offenen Bereich bis hin zur Begleitung von Nachwuchsbands. Immer neue Angebotsformen werden gesucht, Veranstaltungsideen geboren (German Masters / Bandaustausch mit NRW) und neue Zielgruppen angesprochen. Der Stuttgarter Jugendhaus e.V. installiert zur Zeit zum Beispiel ein Musikmobil, durch das viele Jugendliche mit einfachsten Mitteln die Möglichkeit bekommen sollen etwas eigenes zu produzieren. Dabei berücksichtigt die Jugendarbeit wie keine andere Institution die breite stilistische Vielfalt bestehenderen Jugendkulturen. *„Das finde ich persönlich gut, weil das ist unser Auftrag. Man soll nicht nur einen Kopierer der Stadt bedienen, sondern wir haben einen breiteren Auftrag. Wir haben auch nicht den Auftrag, dass jeder Jugendliche von 14h bis 22h bei uns sitzen muss und sich pädagogisch belagern lassen muss, das haben wir auch nicht, sondern es sind nach wie vor Freizeitorte, erst mal Treffpunkte und natürlich, um das überhaupt realisieren zu können, dass unterschiedliche Musikstile auch dort toleriert werden, das ist ja immer das Problem, dass man sich kulturell ausgrenzt, dass auch ein Musikstil ausgrenzt, dafür muss eine gewisse Atmosphäre im Haus sein und muss auch eine Toleranz da sein. Dies ist Aufgabe der Mitarbeiter dies zu gestalten. Ich kann mir sehr gut vorstellen, dass ein Haus mal Punk, mal Techno und natürlich auch HipHop macht.*(Bernd Häberlein, Regionalleitung, Stuttgarter Jugendhaus e.V.)

Bedauerlich ist, dass bis heute eine durchgängige Konzeption, bzw. Richtlinien, dass dies in Stuttgart zur Jugendhausarbeit dazugehört nicht vorhanden sind. Achtet niemand darauf, ist das Thema auch wieder schnell verschwunden. *„Gerade als es vor acht Jahren seitens der Stadt eine Kürzung von zwanzig Stellen gab, bzw. die Kürzung von 1,4 Millionen DM, war natürlich auch hier die Überlegung den Musik-Bereich aufzugeben. Da habe ich vehement dagegen gehalten.*(Bernd Häberlein, Regionalleitung, Stuttgarter Jugendhaus e.V.)

Die fehlenden Vereinbarungen mit der Stadt haben auch Einfluss auf die Netzwerkstelle an der der Stuttgarter Jugendhaus e.V. beteiligt ist. Das CUMULUS Kulturbüro bietet im Bereich Produktion zum Beispiel einerseits die Möglichkeit für Bands in einem professionellen Tonstudio aufzunehmen, verleiht aber auch ein kleines Digitalstudio für Preproduction. Bands werden musikalisch, wie businessmäßig begleitet. Insgesamt wird sehr viel Aufbauarbeit geleistet auch in Bereichen, die eher unterrepräsentiert sind. So hat das Cumulus Büro einen maßgeblichen Anteil an der Mädchenförderung im Musikbereich – bedeutend in ganz Baden-Württemberg. Immer wieder, auch aktuell, wird überlegt diese Einrichtung zu schließen, obwohl alle Einrichtungen aus dem Jugendhilfebereich zufrieden mit der Arbeit sind und viele Einrichtungen es erst mit der Hilfe des CUMULS Kulturbüros geschafft haben ein gutes kulturpädagogisches Angebot bei sich zu initiieren.

Zu dem Netzwerkverbund von CUMULUS gehören auch die Stuttgarter Jugendverbände und –vereine. Diese sind zwar auch in der Region Stuttgart oft noch stark von Gruppenangeboten geprägt, besonders im kirchlichen Bereich wird den Jugendlichen aber oft auch die Möglichkeit zur musikalischen Betätigung gegeben. Hervorragende Arbeit wird beim Evangelischen Jugendwerk in Stuttgart gemacht (Leider kam Hans Holzwarth nicht zum Interviewtermin). Wie oft zugeschrieben bietet die Kirche hier nicht nur Posaunenchöre und Kirchenchöre sondern beherbergt auch eine Vielzahl von sehr kreativen und sehr jungen Bands (U44). Auch ausländische Kulturvereine bieten solche Möglichkeiten, die aber zumeist nicht Popularmusik umfassen, sondern auf die entsprechende Volksmusik des Landes ausgerichtet sind.

4.2.4 Musikproduktion an allgemein bildenden Schulen

Thematische Stichwörter: Berührungsängste, Kooperationsmöglichkeiten, kein Platz für Kreativität

Es war äußerst schwierig Informationen über Popmusik an allgemein bildenden Schulen in Stuttgart zu bekommen. Wir konnten in der Kategorie Popularmusikproduktion nur äußerst wenig Angebote finden. Dabei besteht anscheinend kein Unterschied zwischen den 171 Öffentlichen, Privaten und Freien Schulen. Vereinzelt werden zwar Orchester und Bands angeboten, diese sind aber eher Jazz- oder klassikorientiert. Auch wenn in Einzelfällen Popbands vorhanden sind, üben diese zumeist nicht auf dem Schulgelände. „*Wenn man die Lehrpläne für das Fach Musik betrachtet, kann man feststellen, dass die eigentlich das Thema Popmusik in großem Umfang berücksichtigen. Allerdings bestehen sicherlich von Seiten der Lehrkräfte teilweise Berührungsängste, das Thema umfassend in den Unterricht zu integrieren. Auch außerhalb des Schulunterrichts, z.B. im Rahmen von Projekttagen oder Arbeitsgemeinschaften, werden meiner Meinung nach noch nicht alle Chancen optimal genutzt. Das betrifft dann z.B. auch solche Projekte, die gemeinsam mit anderen örtlichen Einrichtungen wie Jugendmusikschulen umgesetzt werden könnten. Ich denke da bestehen innerhalb der Kommunen schon so viele Kooperationsmöglichkeiten.*(Janina Menrath, MFG)“
Es wäre zu vermuten, dass besonders im Zuge der Ausweitung der Schulsozialarbeit an den Schulen vermehrt auch jugendkulturelle Fragen berücksichtigt würden.
Aufgrund der Ausrichtung auf klassische Sozialarbeit (wie sie in Stuttgart zum Beispiel auch durch die Beauftragung der Mobilen Jugendarbeit für dieses Feld deutlich wird) wird die Beschäftigung mit Popmusik in der Schule aber wahrscheinlich auch weiterhin eine eher untergeordnete Rolle spielen. Sie bleibt Schulprojekten vorbehalten, die oft in einem zeitlich eng begrenzten Raum, das Thema aufgreifen. Die Schulen sind durch die inhaltliche Hoheit des Landes auch schwer in der Lage auf Einflüsse aus dem kulturellen Nahraum ihrer Kinder

und Jugendlichen einzugehen. De inhaltliche Umgang mit dem Thema Musik ist weder bei Schülern, noch bei der Musik ausgesprochen „populär“. *„Beispiel: unser Schulsystem. Ich hab hier eine Schülerin, die ist an einem Musik-Gymnasium in Stuttgart. Die nimmt an einem Wettbewerb teil, bei dem man zwei Stücke vorspielen muss, aus zwei Epochen. Ihr Instrument ist Schlagzeug, mit dem macht sie Abitur. Jetzt geht sie zur Musik-Lehrerin und erklärt, es gebe wenig Literatur, sie möchte gerne was Eigenes schreiben. Dann sagt die: wenn Du ein eigenes Stück machst, musst Du gegen Bach und Beethoven konkurrieren. So viel zum Thema wie man Kreativität fördert. Da wird kein Raum gegeben. Es gibt in der gesamten Ausbildung unserer nachwachsenden Mitbürger kein Platz für Kreativität. Kunst-Unterricht findet in der Schule höchstens zwei Stunden die Woche statt. Ansonsten werden wir mit Informationen gefüttert, die wir wieder abrufen können. Ich sehe Kreativität im Musikbereich genauso wie in anderen Bereichen. Die Fähigkeit Neues zu schaffen mit Hilfe von Kombinationen von Bestehendem. Nichts Anderes ist es. Ich halte es für unterentwickelt.*(Stefan Schütze, drum departement)“

4.2.5 Kommerzielle Musikproduktion

Thematische Stichwörter: Know how Audioproduktion, nationale Bedeutung, Hinterhof vs. Medienzentrum, Verständnis bei der Kommunalverwaltung, Zulieferer - Instrumentenverkauf

In der Region gibt es hervorragende Musikproduzenten und zwar in fast allen Stilrichtungen. Manche haben deutschlandweite Anerkennung und genießen einen sehr guten Ruf in der Szene. Ralf-Christian Mayer von Tucan erläutert, was die Aufgabe des Produzenten genau umfasst*: „Also die Mischung, in der Mischung ist es so, dass die Leute zu uns kommen und ihr Material komplett fertig bringen und wir bringen es auf das Format, dass der Kunde das hören kann. Also auf CD, Vinyl. Produktion würde bedeuten, eine Band kommt ins Studio und wir müssen an dem Arrangement der Band arbeiten, mit ihnen die Vocals ausprobieren, verändern eventuell und es zu einem marktfähigen Produkt führen. Das wäre jetzt die Seite der Produktion, es gibt natürlich auch noch einfach nur Aufnehmen; das heißt eine Band kommt ins Studio und sagt: hier bitte hast Du viel Geld und mach mir bitte eine Demokassette und dann spielen die das aber letztendlich so, wie sie es selber möchten, oder wie sie es selber erstellt haben auf Band und das wird dann wiederum irgendwann mal in einen Abmischungs in ein Abmix- Schritt übergeben und dann brennt man irgendwann ne CD davon. (...) Kunden vom Studio in jeglicher Weise waren Pur, die Fantastischen Vier, Massive Töne, Afrob, Fischmob, Thomilla, Peter Hoff von Benztown, also eigentlich so alle Namen, die man aus Stuttgart so kennt, waren schon in dem Studio. Viele Leute auch mittlerweile durch die Massive Töne, durch die 0711er sind natürlich viele Leute gekommen, aus Frankreich, zum Teil Leute von IM, die französische Posse eben, weil die machen ja gerade so ne french connection CD. Und da haben wir einiges aufgenommen, ein paar Sachen auch gemischt. Also das stimmt gar nicht* (dass er vorrangig HipHop macht, Anm. d. Verf.) *, letztendlich, also ich mach sehr viel R+B, Soul auch, manchmal sehr viel Pop, das sind nur Sachen, die in dem credibilen Bereich nicht sehr bekannt sind und deswegen nicht so oft genannt werden, oder die laufen dann sehr oft halt auch in irgendwelchen Spartenradios, die wir selbst jetzt nicht so wahnsinnig oft hören. (...) Ich hab einfach in Stuttgart schon New Age Produktionen gemischt und gemacht, die sehr, sehr kreativ und produktiv waren. (...) Also ich mach viel für den Peter Falk, der früher die Pur produziert hat, der macht sehr viele poppige Sachen, es wird also z.B. demnächst Nino de Angelo bei mir im Studio gemischt und ähm ja. Also mir fallen die Namen nicht immer alle so ein. Also wir haben auch mal Mixe gemacht für Duran Duran, also schon auch internationale Sachen, die sind aber meist über die Connections mit Benztown gekommen, die kriegen die Aufträge für die Remixe und ich mische es dann.“*
Wolfgang Fischinger erweitert die Sammlung guter Produzenten: *„Dann hier in Stuttgart, würde ich mal sagen, Victor Batschew ist ein sehr guter Produzent, der hat ein sehr gutes Ohr, dann der Klaus Scharf ist ein guter Produzent, Armin Sabol hat gute Ohren, alles Leute die halt auch einfach Erfahrung haben.“ Daniel Requardt von Floridan nennt auch noch ein paar „Größen“ der Szene: „Ja gut es ist immer schwer über Kollegen zu reden, aber (...)*

interessant ist auf jeden Fall der Ralf-Christian Maier von Tucan, wird auch genannt "Mikrofonmaier", weil er einfach sehr detailliert im Bereich Mischung arbeitet und dort enormes Fachwissen hat und auch mittlerweile national supergeile Produktionen macht. Also, wir schätzen ihn sehr. Ebenfalls zu erwähnen ist für mich der Bernhard Hahn, "Böni" genannt, der hat auch ein Tonstudio in Bietigheim. Ich find den deswegen erwähnenswert, weil er eigentlich schon seit Jahren Hardcore und Rockmusik macht, die ich persönlich sehr schätze, und das sehr, sehr sauber und sehr gut macht. Dann ... na ja es gibt die Bauer Tonstudios die kann man oder die muss man erwähnen weil sie halt einen sehr großen Aufnahmeraum haben, sie haben auch ein sehr geiles Pult, also sind technisch sehr hochwertig mit sehr großem Aufnahmeraum, allerdings als wir mal drin ne Aufnahme gemacht haben, hat's grad nicht funktioniert.(...) Produzenten gibt es hier glaube ich enorm viele gute, von vielen, die kennt man gar nicht. Ja also natürlich zu erwähnen ist natürlich der Dieter Falk, ganz klar, von "Pur" der Produzent, ehemals "Pur", der natürlich ein super Produzent ist im Bereich von Sachlichkeit und vom Fachwissen. Macht auch nur internationale Produktionen, d.h. er sieht es nicht lokal sondern er sagt: du willst dort und dort hin, also müssen wir das und das machen. Es gibt viele Produzenten, es gibt in der Klassik sehr viele Produzenten, im Jazz Bereich gibt's sehr viele Produktionsfirmen, die dort arbeiten, wo ich jetzt selber die Namen nicht kenne, wo ich aber immer mal hör: aha, O.K. ist ein Stuttgarter gewesen. Ich denk das der Herr Falk einer derjenigen ist die ich sehr schätze. Selbstverständlich gibt's den Peter Hoff, Benztown, Thomilla, die ganze "Gang", die ganze "Hip Hop gang" (...)".
Das Aufgabenspektrum ist zwischen der Aufnahme und der Musikproduktion sehr breit gefächert. Dabei ist der Übergang vom Tontechniker zum Produzenten oft fließend. Wichtig ist neben einer guten Technik aber auch die Beherrschung derselben (vgl. „Qualifikation"). Es gibt zwar dutzende kleiner Tonstudios, aber nur wenige, die damit wirklich hauptsächlich ihren Lebensunterhalt verdienen. „*(...) Erwähnenswert sind für mich die, des ist mehr als ein Mischpult, Raum wenigstens über 10m². Richtig im Geschäft kenne ich eigentlich nur 10 bis 14 hier in der Region und richtig in der Werbung gibt's drei bis vier die davon leben. Und wir gehören zu den letzteren, sind aber mittlerweile in einem Wettbewerb, wo wir uns nicht nur regional behaupten müssen, sondern auch national. Also, es gibt verschiedene Statistiken, die zu rezitieren ist immer so: eine Statistik widerlegt die andere. Aber ich weiß von vielen Kollegen es gibt, ich glaube, hier im unmittelbaren Bereich ca. 30-40 erwähnenswerte Studios"* (Daniel Requardt, Floridan Audioproduktionen).

Auch für kommerzielle Musikproduktionsfirmen ist eine passende Umgebung wichtig. Diese ist oft gerade keine „durchgestylte", heile Medienwelt. *„Da wird dann ein Medienzentrum gegründet, Beispiel neben dem "Zapata", ich weiß nicht wie es hieß, wo wir uns aber auch mal beworben haben und dann sagt mir eine Dame: es kostet 28.50 DM, ich hätte aber einen marmorisierten Eingang. Da sag ich: ja das ist wunderbar, ich kann keine Kunden in den marmorisierten Eingang reinnehmen, weil dann dreht der komplett durch. Das ist so ein Beispiel. Da macht man das alte "Zapata" platt, macht das Ding hin und was ist das Ergebnis? Ein totes Gebäude. Und das meine ich, ich meine damit, dass man eigentlich dazu stehen sollte. Oder nimmt man mal Berlin: Hinterhofsituation. Es gibt eine Menge Firmen, des Management z.B. von der Nina Hagen und "Rammstein" ist eine Hinterhoffirma. Viele Tonstudios, viele Filmleute die sind in Hinterhöfen. Geh hier mal her zur Stadt Stuttgart und sag: ich möchte einen Hinterhof begrünen oder möchte da ein Tonstudio reinbauen. Also was man da zu hören kriegt, das glaubt kein normaler Mensch. (…)Also, wir sind nach Ludwigsburg mit dem Studio gegangen, weil wir hier ganz konkrete Bauvorhaben gehabt haben und das wurde geblockt. Das wurde jetzt aber nicht geblockt von Leuten die uns unterstützen, sondern von Seiten des Baurechtsamts und vielleicht auch, weil da einfach mangelndes Verständnis ist, vielleicht auch gewisse Angst, ich weiß es nicht. Es war wirklich unerklärlich. Es ging ja wirklich um 1m², um einen oder 4m², wo gesagt wurde: "Wollen wir nicht". Wir wollten ein Haus mieten, wollten dort reingehen, wollten einen Arbeitsplatz schaffen für unsere Auszubildenden, unter anderem, weil wir bilden ja auch aus. Wir bekennen uns ja auch zur Stadt, ist ja klar. Neulich hat eine Auszubildende von uns ihre Lehre abgeschlossen, des ist ja auch was positives, das trägt es ja auch raus, die geht jetzt nach Hamburg, kommt dann in einem halben Jahr wieder zurück und das bringt ja in dieser Stadt ein bisschen was. Und da war halt der Punkt: das in Ludwigsburg hat sich ergeben, wir*

konnten da beide Mitbewerber in beiderseitigem Interesse übernehmen und da konnten wir nicht nein sagen. Es lief uns gut rein. Und ich glaube, es ist auch nicht mutwillig, es ist nur so, wenn natürlich rechts Daimler Benz sagt, wir wollen jetzt hier mal grundsätzlich 15.000m² platt machen, dann geht natürlich der Sachbearbeiter von der Stadt lieber da ran, weil er weiß Daimler Benz = viele Arbeitsplätze. (Daniel Requardt, Floridan Audioproduktionen)“

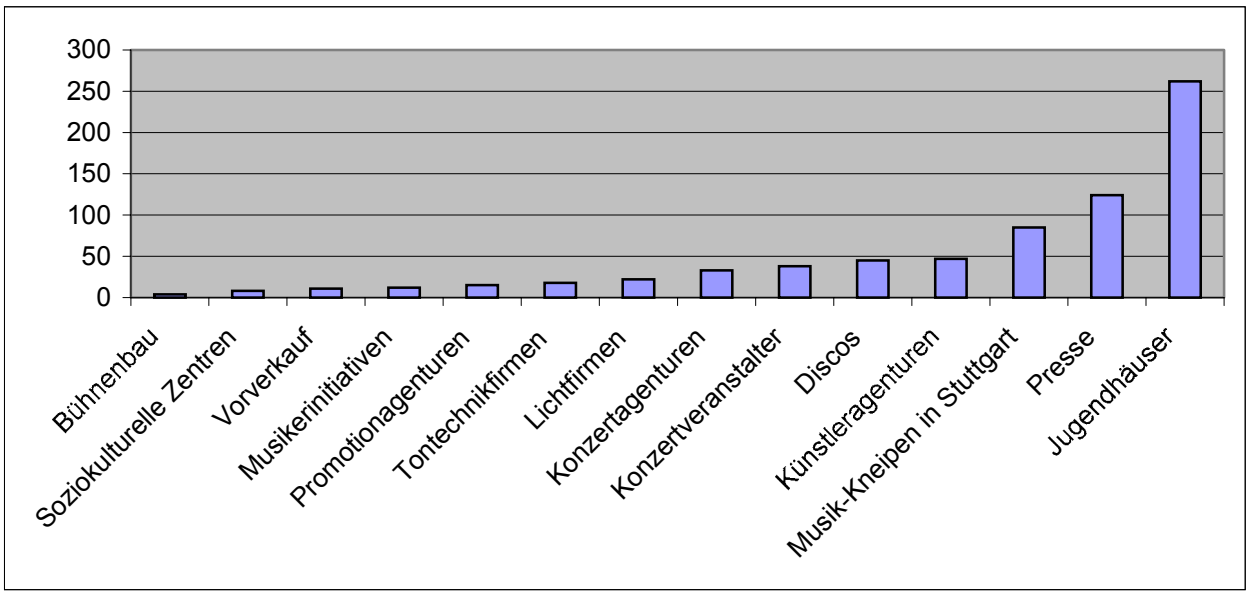
Immobilienfirmen und private Vermieter müssen, obwohl sie nur am Rande, als Vermittler, bzw. Vermieter von Proberäumen, tangiert sind auch in dieser Liste vertreten sein. Natürlich kann dieser Bereich nur sehr ungenau geschätzt werden: Wenn man das öffentliche Proberaumangebot (geschätzt ca. 300 in der Region) nimmt und die geschätzte Anzahl von 1500 Musikgruppen darüber legt, eine Mehrfachnutzung der Räume mit zwei Bands annimmt und private Keller ausklammert, bleiben mindestens noch 700 Bands, die auf kommerzielle Anbieter angewiesen sind und zusammen bei einer sehr niedrig angesetzten Miete von 300,- DM im Monat immerhin Mietpreise von über 200.000,- D-Mark pro Jahr bezahlen.

Genauso zum Bereich Produktion müssen die Instrumentenbauer und –Lieferanten zugeordnet werden. Anhand der Verkaufszahlen lässt sich außerdem der zahlenmäßige Anstieg von Popmusikproduktion verfolgen. *„ (...) einerseits herrscht hier sehr viel Kapital, sehr viel Zeit Musik zu machen, also von Seiten der Leute die Musik machen, ich denke, dass sieht man bestimmt an den Umsätzen die Firmen haben. Also wenn ich das "Soundland" sehe, die wachsen immer mehr, Waiblingen, wird jetzt glaub ich einer der größten süddeutschen Musikläden. Es scheint Geld hier vorhanden zu sein“* (Daniel Requardt). Instrumente werden nur noch sehr wenige hier gebaut. Es gibt in der Region einen Gitarrenbauer und 11 Geigenbaumeister. Das heißt im Rückschluss, dass der überwiegende Teil des Materials, welches bespielt wird, aus der BRD und Europa kommt, sehr viel aber auch aus Japan und Amerika importiert und hier vertrieben wird. Wenn man ein vorsichtiges Rechenspiel über Umsatzzahlen des Musikinstrumentenvertriebs anfängt, erschließt sich ein unglaublicher Markt: ca. 20.000 Musiker in der Region, 500,- D-Mark pro Jahr/pro Musiker,.....

4.3 Präsentation und Rezeption

Es gibt also in der Region Stuttgart eine sehr hohe Anzahl von Musikgruppen. Alle haben sehr unterschiedliche Interessen, warum sie Musik machen. Allen gemeinsam ist jedoch, dass sie irgendwann ihre Werke präsentieren. Die Kategorie Präsentation umfasst alle Künstler, Einrichtungen und Firmen die Popularmusikprodukte erleb- bzw. konsumierbar machen. Der Bereich der Rezeption von Popularmusik beschreibt die Nutzung und Umsetzung dieser Präsentation.

Abb. 6: Live Präsentation von Popularmusik in Zahlen



4.3.1 Künstlerische Präsentation von Popularmusik

Thematische Stichwörter: Publikum, Werbung, Tonträger, selber machen, professionelle Hilfe, finanzielle Ausstattung, Fachwissen, Wettbewerbe, Breitenförderung, Spitzenförderung, Website, Freizeitgestaltung – Profimusiker, Management, Zusammenarbeit Wirtschaft, Engagement Musikindustrie, räumliche Aspekte, Ansprechpartner für Bands, Veranstaltungsräume - Auftrittsmöglichkeiten,

Die Bands versuchen nach der Produktion ihr Produkt, d.h. ihre Musik einem Publikum vorzustellen. Hierfür benötigen sie Auftritte, müssen Werbung machen und Tonträger verkaufen, sie beschäftigen sich also mit Marketing und Vertrieb.

Frage:	„Ja“-Antworten in Prozent
Habt Ihr ein eigenes Demo/CD/Video?	89,66 %
Nehmt Ihr in einem professionellen Tonstudio auf?	60,34 %
Lasst Ihr CD´s / Tonträger pressen?	56,90 %
Habt Ihr ein PR-Konzept?	37,93 %
Habt Ihr Merchandising?	17,24 %
Habt Ihr schon einmal Drucksachen erstellen lassen? Plakate...?	72,41 %
Habt Ihr das Layout selbst gemacht?	65,52 %
Macht Ihr selber die Werbung für Eure Konzerte?	87,93 %
Habt Ihr eine eigene Homepage?	75,86 %
Besorgt Ihr Euch Eure Auftritte selbst?	93,10 %

Neben finanziellen Gesichtspunkten spielt hier auch das innerhalb der Band vorhandene Know how eine Rolle. Offensichtlich wird soviel wie möglich selbst gemacht (Auftritte besorgen, Werbung, Demo). Professionelle Hilfe wird dann in Anspruch genommen, wenn es in der Band niemanden gibt, der die entsprechende Aufgabe lösen kann (Zum Beispiel Layout) oder die technischen Voraussetzungen nicht gegeben sind (Drucksachen erstellen, Tonträger pressen). Wir vermuten, dass auch die eigene Homepage häufig selbst erstellt wird, anders lässt sich die hohe Prozentzahl derer, die eine eigen Seite haben, kaum erklären. Immerhin etwas mehr als die Hälfte der Bands hat bereits eigene Tonträger und nimmt diese auch unter professionellen Bedingungen auf, was für die Ernsthaftigkeit spricht, mit der die Gruppen agieren, denn für eine solche Produktion müssen oftmals beträchtliche Beträge investiert werden. Flankierende verkaufsfördernde Maßnahmen wie PR-Arbeit oder Merchandising finden dagegen eher selten statt. Ob dafür das Geld oder das Fachwissen fehlt oder ob dies schlicht für unnötig gehalten wird, konnte nicht festgestellt werden.

Im Sektor Marketing und Vertrieb entscheidet sich nicht zuletzt, ob eine Band die Voraussetzungen für ein professionelles Dasein erfüllt oder nicht. Fast alle Bands haben zwar ein eigenes Demo und sind imstande, sich vor Publikum zu präsentieren. Schwierig wird es – wie auch im Abschnitt „Produktion“ schon zu sehen war – wenn die Band in finanzieller Hinsicht oder im Hinblick auf das betriebswirtschaftliche Fachwissen an die Grenzen ihrer Ressourcen stößt und Hilfe von außen in Anspruch genommen werden müsste.

Die Frage an diesem Punkt der Bandentwicklung ist immer auch die, ob man wirklich professionell werden will und als Musiker sein Geld verdienen. *„Klar man muss da auch differenzieren, manche Bands machen einfach nur so Musik, die wollen auch gar nicht Profimusiker werden, das ist halt eine Freizeit und das ist auch völlig o.k. Und dann gibt es eben die, die wollen, können aber nicht und wissen nicht wie sie es angehen sollen, da ist aber ein unheimliches Potential, da denke ich schon, dass man da viel machen könnte, aber es passiert bislang vielleicht ein bisschen wenig. Klar, es gibt ja auch die LARI und es gibt vielfältige Musikinitiativen und natürlich haben auch alle das gleiche Ziel. Es gibt dann auch noch viele Wettbewerbe und es geht immer darum, eine neue Band nach vorne zu bringen. Ich denke aber schon, man muss da auch nach neuen Wegen suchen, also dieses alte Modell, gerade auch mit diesen vielen Wettbewerben funktioniert einfach nicht mehr so, weil auch die Anforderungen an die Bands heute enorm groß sind. Die müssen halt mehr machen als nur gute Musik und bisschen schön aussehen, es fängt damit an, dass sie eine eigene Website brauchen und manche Musiker sind halt Musiker und haben weder Geld noch das Talent eine Website aufzubauen und das ist aber heute enorm wichtig, also das braucht eine Band heutzutage schon. Oder auch so etwas wie der Umgang mit Medien und was da alles noch dazu gehört, also ich denke, da gibt es vielfältige Ansatzpunkte, wo eine Breitenförderung auch noch bestärkt werden kann*. (Janina Menrath, MFG)“

Der Zeitpunkt dieser Entscheidung, ob Hobby, Nebenverdienst oder Profession, ist sehr wichtig, weil er für viele Bands auch eine Zerreißprobe bedeutet. Je länger sie in der Hoffnung spielen berühmt und erfolgreich zu werden, umso mehr Chancen haben sie. *„Es ist natürlich so eine Sache. Ich mein, man muss natürlich erst mal gucken, was will man?! Will man Musik machen als Hobby, nebenher, als Freizeitgestaltung oder will man damit Geld verdienen. (...) Ich sag mal Sport ist genauso legitim als Hobby und der Staat strebt an, es soll jeder Sport betreiben. Warum soll nicht jeder Musik machen? Es ist eine Freizeitgestaltung, wo ich sage, es ist eine sehr sinnige Freizeitgestaltung. Und gerade da kann man auch die Leute dazu bewegen, auch in Gruppen miteinander zu arbeiten und es ist einfach eine Sache. Jeder der mal Musik gespielt hat, der mal auf der Bühne gestanden hat, der weiß, was das für ein Hype ist. Warum soll man das nicht nebenher machen können?* (Andreas Brenner)“ Wenn der angestrebte Erfolg aber nicht erreicht wird, sehen sich viele Musiker vor einem Scherbenhaufen stehen, sind enttäuscht und haben viel Energie und Zeit vergeudet. *„Zuerst mal muss man sagen, dass da erst mal vielleicht auch eine Auswahl unter den Bands stattfinden sollte. Weil, nicht wenn man dann 2 oder 3 mal ein einigermaßen großes Konzert gehabt hat, ist man gleich schon ein Weltstar. Es ist ein langer Weg, bis man da ist. Man muss natürlich auch sehr viele Opfer bringen. Und das ist bei*

manchen auch nicht so bewusst. Das heißt finanzielle Opfer, das heißt auch zeitliche Opfer. Würde ich dann halt auch wirklich sagen, ich möchte den Weg wirklich bestreiten. Und der ist nicht einfach. Und man muss dann auch sehen, dass die Chance, wirklich mit seiner Musik Geld zu verdienen, ungefähr bei 2 zu 98 liegt. (...) Weil der Markt schon einigermaßen gesättigt ist und wenn man keine richtig gute Idee hat, man sollte da nicht Trittbrettfahrer sein und irgendein Stil kopieren, sondern man muss dann schon gut sein. Ich sag mal, jeder hat eine Chance, wenn er einen Beruf erlernt. Und in diesem Beruf natürlich auch sehr weit vorzuschreiten und damit auch eine gehobene Position zu erreichen. Und genauso ist es halt mit der Musik. D.h. wenn ich mich wirklich dahinter klemme, hab ich auch die Chance. (Andreas Brenner)“ Rein rechnerisch kommen bei ca. 600 geschätzten Bands in der Region Stuttgart, die öfter live auftreten und jährlich im Schnitt 15 Auftritte spielen, alleine 9000 Konzertveranstaltungen (d.i. 173 Konzerte pro Woche) pro Jahr im Amateurbereich zustande.

Allein schon deshalb ist es nicht verwunderlich, wenn auch wirklich gute Bands vor leeren Hallen spielen. *„Es ist eine wahnsinnige Inflation an Konzerten, ständig sind überall Konzerte, das heißt für die lokalen Bands ist es ohnehin schwierig noch ein Publikum zusammen zu kriegen, weil die Leute müde sind – das Publikum kann jeden Abend irgendwo hingehen und ein Konzert sehen. (...) Was für die Band wichtiger wäre glaub ich - es gab in Berlin früher so ein Modell als die Mauer noch stand, da gab es einen Senatsbus, Bands konnten diesen Bus nehmen und mal nach Westdeutschland fahren um Konzerte zu spielen. Letztendlich ist Stuttgart in einer ähnlichen Situation, weil abgesehen von den kleineren Städten drum herum also diesem Speckgürtel praktisch, gibt’s ja dann erst mal lang gar nichts mehr – dann kannst du gleich nach München oder Frankfurt gehen wenn du in eine nächst größere Stadt willst – oder eben auf dem Land spielen. Aber auf dem Land ist es was anderes, weil ich glaub wenn du raus willst ist es wichtig, dass du auch in anderen Städten spielst- auch in Städten die größer sind, wo die Leute noch verwöhnter sind oder das Publikum auf eine andere Art anspruchsvoll und die Szene anders- einfach mal um als Musiker auch eine bessere Selbsteinschätzung zu kriegen, weil immer in der selben Stadt zu spielen ist für ne Band ab einem gewissen Niveau nicht mehr hilfreich.* (Bernd Haasis, Stuttgarter Nachrichten)“ Eine stärkere Bündelung z.B. durch Festivals, die mit mehreren Bands bespielt und gemeinsam beworben werden (z.B. im Vorfeld der Arena of Sounds) wäre auch ein möglicher Ansatz. *„Es spricht von einem außerordentlich hohen Niveau, was da passiert. Das ist hörbar, das ist O.K.. Normalerweise ist es so, mein Gott da kommen die Landbubenrocker. Man kriegt da soviel Scheiß zugeschickt, warum muss ich mir die auch noch antun. Ist aber nicht der Fall. Bei vielen bleib ich hängen und das find ich ein Zeichen dafür, dass die Musik im Bauch bei mir ankommt und nicht im Kopf. Regional, wie klingen die, Schublade auf, Schublade zu, wer spielt noch mit oder so was. Sondern ich höre es mir an und es erreicht meinen Bauch und das funktioniert. Und es spricht eigentlich dafür, dass die regionale Szene intakt ist.* (Arne Braun, Lift Stuttgart)“
Eine weitere Unterstützung für die Bands, von denen lediglich 10,34 % einen eigenen Manager haben, wäre eine Einrichtung vergleichbar dem Künstlerdienst des Arbeitsamtes, die allerdings nicht nur bei der Besorgung von Auftritten, sondern auch bei administrativen Problemen (z.B. Pressearbeit) hilft oder vermittelt und für Auskünfte in Sachen Know how zur Verfügung steht (vgl. „Qualifizierung“) Die Frage, wie eine Band weiter kommt, ist immer auch eine Frage inwieweit sich die Industrie am Standort engagiert. Die Präsentation von Musik einer Nachwuchsband ist immer auch damit verbunden, wie gut es möglich ist professionelle Unterstützung zu bekommen uns wie schnell und gut die Zusammenarbeit zwischen einer Band und den „Verwertern“ ihrer Musik funktioniert.
„(..) ob sie die Möglichkeit haben es durch eine große Plattenfirma zu machen, weil da darf man sich nichts vormachen, es gibt hier wenige Talent Scouts, die extra nach Stuttgart fahren, um zu sagen, jetzt kuck ich mir mal die Band an, damit ich die unter Vertrag nehme und die durch mich zu Popstars werden. Ich denke Bands die momentan in Stuttgart sitzen heben es eher schwierig in der Art sich auszubreiten einfach, sich auch ein Gehör zu verschaffen. Wenn so ne Band wie Solar Star in Stuttgart spielt ist der Laden voll und das Publikum liebt es, aber das wird derjenige bei Motor Music, Polydor wird das nicht so mitkriegen, sondern er muss extra hier her fahren. In einer Stadt wie Hamburg sitzt halt die Industrie und da ist es für solche Bands auch einfacher sich entsprechend Gehör zu

verschaffen. (...)Du hast in Hamburg auf jeden Fall mehr Bands und damit auch mehr gute Bands, also das fällt automatisch wie durch so ein Sieb durch, aber du findest automatisch mehr Bands, die gut sein können, weil einfach viele Leute nach Hamburg ziehen, um da Musik zu machen oder nach Berlin jetzt mittlerweile, weil sie wissen, dass da jetzt eher die Chance besteht entdeckt zu werden. Hier arbeiten viele Leute darauf hin, auch sei es auch businessmäßig oder künstlerisch, die arbeiten darauf hin hier irgendwann wegzugehen. Um sich's leichter zu machen und das ist halt auch ein Problem. (...)
Four Music wird halt nur einen gewissen Teil von der Musik. Die es in der Stadt gibt abdecken können. Das Problem ist, früher gab es ja Firmen wie die Intercord und das ist ganz klar ein Anreiz für ne Band, weil ich mach ein Demo und sag: HEY, da hab ich gleich ne große Plattenfirma sitzen und da steig ich in die Straßenbahn ein, fahr nach Sillenbuch und sag hört euch das an. Und hier ist es für ne Rockband,... die kommt meistens nicht auf die Idee an Four Music irgendwas zu schicken oder da hin zu gehen und sagen wir haben ein Tape gemacht, findet ihr das gut. Das Problem in Stuttgart ist einfach, dass die Businessschnittstelle fehlt. Du hast das Potenzial von Bands auf jeden Fall hier, die gut sind, die müssen sich aber automatisch an andere Labels orientieren, weil's hier in Stuttgart nicht wirklich die Möglichkeit gibt, des im großen Stile das Business durchzuziehen. Du hast viele Indielabels, dies hier gibt, Leute die aus Idealismus oder auch weil's auch keine anderen Firmen mittlerweile mehr gibt –große Firmen- sagen, ich mach die eigene Firma und geh damit raus und versuch da damit dann auf mich aufmerksam zu machen. Aber in Stuttgart fehlt definitiv, ja der Ansprechpartner einfach für die Bands.(...) Ich geh davon aus, dass ne Firma wie Motor Music hier ein Büro hätte, einen Talentscout oder so was irgendjemand, der das süddeutsche Geschäft regelt und der sitzt in Stuttgart, hast du automatisch schon eher eine Bezugsperson. Und auch jemand der die Bands auch mehrmals angucken kann. Und somit ist der Kontakt zwischen Business und Musiker eher da. Und auch der Moment wo sich einfach jemand persönlich vorstellen kann: das ist meine Band und wir sind verdammt gut. Komm vorbei auf unser Konzert. Wir spielen dann und dann im Limelight, Merlin oder sonst wo. Es ist eine Frage der Wege. (Michael Setzer, Prinz)"
„Es gibt natürlich viele Bands, die mit anderen zusammen eine Veranstaltung machen wollen, wo es einfach nur an einem Raum, einem Saal mangelt. Die würden selber Plakate organisieren, Flyer drucken und die ganze Organisation machen, aber es gibt einfach ganz wenige Auftrittsmöglichkeiten, dass ich als Band irgendwo hingehe und sag ich hab 4 Bands, das komplette Programm und ich brauch einfach nur einen Raum, möglichst günstig. Wenn es so was noch geben würde, das wäre Oberklasse. Ich denke da könnte man mit wenig Aufwand viel bewegen. (Martin Gerlich, Rohrer Club)" Um sich als Musiker mehr Gehör zu verschaffen, gibt es immer wieder freie Zusammenschlüsse von Bands. Sie gehen gemeinsam an die Öffentlichkeit, bewerben ihre Auftritte, haben oft ein gemeinsames Booking und gehen oft sogar so weit, dass sie eigenständige Musikverlage und Independent Label gründen. *„Motor City Sonic ist so ein Bandzusammenschluss in Stuttgart, besteht aus ca. 20 Stuttgarter Bands mit noch ein paar Kontakten darüber hinaus und ist ein Zusammenschluss, die sich einfach gegenseitig unterstützen und promoten. Eine ganz interessante Sache. Wir arbeiten mit denen zusammen, das heißt, die sind bei uns in der Vorbereitung einfach dabei, (...) wie vorher auch schon die MIR gekommen, haben sich eingeklinkt und machen das mit uns zusammen.*(Roland Brömmel, Umsonst & Draußen)" Diese Bands haben schon begriffen, dass man „Networking" braucht, um im Popularmusikbereich bestehen zu können. Sie haben keine Rechtsform, wenig Reglementierungen, aber jeder beteiligte Künstler liefert einen wichtigen Beitrag für das gemeinsame Anliegen: Flexibel, innovativ und in der Sicht von außen manchmal auch noch etwas chaotisch. Könnte vielleicht auch kommunale Popmusikförderung so funktionieren? Eine spannende Frage...

4.3.2 Präsentation von Popularmusik durch Kultureinrichtungen und -Förderungen

Thematische Stichwörter: Veranstaltungsinitiativen, jugendkulturelle Szenen, Vermittlung von Auftrittsorten, ehrenamtliches Engagement, Unabhängigkeit, Rahmenangebote – Popkultur, regelmäßige Konzertorte, PA und Lichtanlagen, GEMA, größere Festivals, Zielpublikum

Die kulturelle Landschaft lebt in Stuttgart sehr von kleinen Veranstaltungsinitiativen, die teilweise eine jahrelange Tradition besitzen. Besonders beeindruckend sind die kleinen Openair Festivals, die jeden Sommer veranstaltet werden. In Stuttgart sind dies vor allem das Umsonst & Draußen und das Rohrer Seefest (vg. Beschreibung der Interviewpartner). Auch die Region hat Einiges zu bieten. *„(...) eben noch die Festivals Außenrum, in Gerlingen, das Ditzinger, ich glaube das Gerlinger hat aufgegeben dieses Jahr.(...) Ja die hatten immer wieder Regenprobleme. Das Warmbronner dann natürlich, die jetzt auch von der Stadt gefördert werden. Das Rebstöckle in Fellbach früher.* (Roland Brömmel, Umsonst & Draußen)“ Diese Veranstaltungsinitiativen kümmern sich oft ganz dezidiert um Nachwuchsmusik und verstehen sich auch als Sprachrohr der freien, subkulturellen Szenen.

„*Es gibt natürlich die großen Veranstaltungen, aber an kleinen Sachen? Es gibt noch 2-3 Jugendhäuser wo Sachen laufen, regelmäßig Nachwuchsbands, im Ratz oder im Hallschlag, Degerloch manchmal. Das LKA mit der Starclubnight, das läuft ganz gut grad, da war ich jetzt öfters, die sind immer gut voll. Dann gibt's natürlich solche Contests, die in der Röhre und drumrum stattfinden. Da gibt es die angenehmen, wie Noise Gate und die eher Schwierigen, wie diese Emergenza Sachen. Wenn die Bands dann noch Geld zahlen müssen, damit sie mitspielen dürfen, was dann halt voll auf diese Kommerzschiene geht, was für Stuttgart ziemlich symptomatisch ist.*(...) *das heißt, dass in Stuttgart Kultur sich schon, nach meiner Erfahrung, über Geld definiert. (...) Die offizielle Kultur und das was die Stadt unter Kultur versteht ist etwas völlig anderes, als das was die Jugend oder eine subkulturelle Szene so unter Kultur versteht. Es gibt halt einfach die etablierte, reich Bonzenkultur, das heißt die ganzen großen Häuser, die großen Theater und großen Opern, Bachakademien und was da alles so dazu gehört, wo das Geld dann reinfließt. Da hab ich auch nichts dagegen, aber es gibt einfach sehr wenig Möglichkeiten, dass von unten so autonome Subkultur wachsen kann. Das heißt einfach so an Clubs, um das mal aufzuzählen, was es an kleinen Möglichkeiten gibt für Bands einfach zu spielen, total wenig in Stuttgart. (...) Es fehlt an einigem. An Veranstaltungsorten gibt es glaube ich auch nicht viel. Ich werde von Bands auch immer wieder gefragt, ob ich nicht was vermitteln könnte, wo sie noch spielen könnten.* (ed.)

Die freien Initiativen kümmern sich sehr um die Anliegen der jungen Bands. Wie oben deutlich wird versucht man auch den Bands ihren kulturellen Wert zu vermitteln, indem man ihnen eine gute Präsentationsmöglichkeit liefert. Die Auswahlkriterien nach denen Bands ausgesucht werden, sind so beeindruckend und engagiert, dass man nur noch staunen kann. „*Es ist ja für uns beim Umsonst & Draußen, unsere Spezialität, so ein Tick von uns, dass wir unsere Bands, unser Programm nicht nach Demos zusammenstellen, sondern immer live anhören. Das heißt Bands bewerben sich bei uns, sagen uns wo sie auftreten und wir versuchen da hin zu gehen und uns das live anzusehen. (...). Jede Band, die beim UD spielt haben wir live gesehen und für gut befunden. (...) Wir haben diese Jahr bestimmt 60 Konzerte angeschaut.* (ed.)“

Diese nicht-kommerziellen Veranstaltungsinitiativen bewegen sich aber auch immer im Wiederspruch zwischen so verstandener „Kunst“ und „Kommerz“. „*Also wir wollen jetzt ja auch nicht das Riesen Mammut Festival da oben veranstalten, sondern das eine Mal, als wir 15, 16.000 Leute oben hatten war unsere Infrastruktur auch knapp vorm zusammenbrechen. So riesig groß, wollen wir auch nicht sein und mit den Bands, kann ich vielleicht noch als Besonderheit dazu sagen. Wir haben so eine Gagenstruktur für die Bands. Wir haben so eine Einheitsgage, das heißt jede Band, die bei uns spielt, bekommt 100,- DM pro Musiker und wenn eine Band von weiter weg ist, kommen vielleicht noch 100 bis 200,- DM Fahrtkosten dazu. Das sind aber einheitliche Konditionen für die alle Bands bei uns spielen und zwar egal ob die regional unbekannt sind und das ihr erster großer Gig ist und sie am Samstag Nachmittag als erste spielen, oder ob es am Samstag Abend der Hauptgig auf der*

Bühne ist. (...)Das UMSONST & DRAUßEN ist immer noch ein politisches Festival, also nicht als reine Musikveranstaltung, sondern schon als Fest der Stuttgarter linken, alternativ-autonomen Szene und hat aus diesem Selbstverständnis heraus, gewisse idealistische Hirngespinste im Kopf rumgehen. Eines davon ist die strikte Nichtkommerzialität und dann würde es für uns auch keine Sponsoren geben. Kein Eintritt, kein Einlass, ein freies Festival. Einfach eine Wiese auf der frei und unabhängig einfach was abgeht. (...) Also einerseits sind wir auf unsere Unabhängigkeit natürlich schon stolz, andererseits haben wir natürlich massive Probleme mit Finanzierung inzwischen. Das liegt in erster Linie an dem Termin und dass wir von der Uni weg sind und weniger Studenten zu uns kommen, weil wir mitten in den Schulferien liegen, also unser Hauptproblem, was wir mit der Stadt haben ist diese Verbot Anfang Juli unser fest da oben zu machen. Dann zahlen wir, wir werden von der Stadt nicht gefördert, sondern wir zahlen an die Stadt einfach an Genehmigungsgebühren, an Schankgebühren, an Liegenschaftsgebühren, usw., um die 2.000,- D-Mark, was für uns natürlich relativ viel ist. Die letzten UMSONST & DRAUßEN haben auch immer Defizit gemacht und wir hatten noch etwas Rücklagen, die wir aber die letzten Jahre aufgezehrt haben.(ed.)" *„Das ist natürlich wetterabhängig, das ist bei einem Open Air ziemlich schwer, wenn du dich komplett selbst finanzierst, wenn du dann schlechtes Wetter hast, kann es schon einmal sein, dass du Miese einfährst. (...) Bei uns würde das der Jugendclub übernehmen.* (Martin Gerlich, Rohrer Seefest)"

Die Leute, die solche Festivals organisieren, sind indes keine hochbezahlten Kultur- oder Eventmanager, sondern engagierte Ehrenamtliche, Studenten und Künstler, die unglaublich viel Zeit und Energie in diese Festivals stecken. Für das Umsonst & Draussen trifft sich das Vorbereitungsteam zum Beispiel jeden Mittwoch, 9 Monate lang, bis zum nächsten Festival. *„Das Umsonst & Draussen Team ist kein Verein, keine Partei, Stiftung oder Initiative, sondern einfach ein loser Zusammenschluss aus Leuten, ein offenes Plenum zu dem man kommen kann und sich einklinken. (...) Das ist aber auch eine interessante Sache, also es ist natürlich eine große Lauferei, aber es ist eine spannende Sache, so zu gucken und zu sehen was geht. Ich denke natürlich wir können das machen, weil wir immer diese eine große Veranstaltung haben und darauf hin arbeiten.* (Roland Brömmel, Umsonst & Draußen)" Wenn das Festival finanziell nicht rauskommt wird auch noch ein ganzes Jahr dafür gearbeitet.

Zum Umsonst & Draußen kommen jedes Jahr zwischen 6.000 und 7.000 Besucher, aufs Rohrer Seefest gehen ca. 2.000 an beiden Tagen. *„Bei unserem Open Air ist es zum Beispiel so, dass wir von der Bühnenshow her fast nichts haben, also wir haben ein paar Spots und das war es eigentlich. Wir haben eine recht gute Musikanlage wir haben einen klasse Mischer, der macht das alles, aber ich denk einfach, das kommt auf das Ringsrum drauf an. Also ich gehe nicht wohin, weil da ne supertolle Bühne mit Lichtanlage ist, ich denke das ganze Ringsrum macht das aus. Uns wird immer gesagt, dass es bei uns relaxed wäre, wir haben einen großen Park, wo man sich hinlegen kann, einfach das die Musik nicht immer der Hauptact ist, sondern das noch was drum rum ist. Wenn du überlegst jeden Tag 5 Bands, wenn dir davon vielleicht nur 2 gefallen, dann vom Anfang bis zum Ende da zu bleiben ist ziemlich schwer und das du am nächsten Tag auch noch kommst. Ich denke einfach, dass die Musik schon ein Hauptbestandteil ist aber sie darf einfach nicht alles ausmachen.*(Martin Gerlich, Rohrer Club)"

Eine feste Größe für Nachwuchsmusikförderung und –Konzerte ist die Musikinitiative Rock Stuttgart. *„Wir haben ein paar regelmäßige Konzertorte. Vor etwa 2 Jahren, als ich angefangen habe, gab es diese noch nicht. Zu Anfang habe ich gelegentlich ein Konzert im Classic Rock Cafe veranstaltet. Ich habe von Anfang an betont, dass sowohl für Newcomer-Bands als auch schon länger bestehende Rockbands, die bei uns Mitglied sind, Auftrittsorte brauchen. Beide Richtungen sollten unterstützt werden. In diesem Sinne habe wir die Konzerte im Classic Rock Cafe angefangen, die sich als Reihe etabliert haben. Weiterhin organisieren wir mit dem Staatstheater die Rocknächte im Theater im Depot, wo wir uns mit den Bands abwechseln. Einmal sucht das Staatstheater die Bands aus, einmal die MIR. Jeder von uns hat seinen Part, Organisation und Verträge mit den Bands usw. Die Reihe im Depot ist für alle Bands offen außer für Coverbands. Das Programm findet allerbesten*

Anklang. (...) Seit 1 ½ Jahren haben wir in Botnang eine neue Konzertreihe initiiert. Von all diesen Reihen, von denen ich spreche, handelt es sich um einen Termin pro Monat, außer in den Sommermonaten, die für die Livemusik schwierig sind. In Botnang spielen Bands aus allen Musikstilrichtungen, also Rock, Pop, Blues, Jazz, HipHop, usw. Und es gibt keine Altersbegrenzung der Bands. (...) Und speziell nur für Nachwuchs haben wir dieses Jahr eine Reihe im Club Prag unter dem Titel "Frühling im Prag" begonnen. Wir versuchen die Reihe fortzusetzen. Im „Prag", gibt es aber nur eine Diskoanlage. Wir müssen also für jedes Konzert eine PA-Anlage besorgen, da Nachwuchsbands keine eigene PA-Anlage haben. Dies ist kostspielig.
Es gibt noch weitere Probleme mit der GEMA, die wir hoffentlich bald lösen werden. GEMA-Gebühren schlagen auch nicht unerheblich zu Buche. Falls die Technikkosten bzw. GEMA die Grenze von DM 300,- übersteigen, kann sich die MIR auf Dauer diese Konzerte für den Nachwuchs nicht mehr leisten. Deswegen werden wir versuchen, ich habe auch schon die ersten Kontakte geknüpft, im Jugendhaus Mitte Konzerte nur mit Nachwuchsbands zu veranstalten. Der Tipp kam von CUMULUS. Allerdings scheinen für den Rest des Jahres die Wochenendtage schon ausgebucht zu sein. (..) Es gibt schon ein paar Clubs in der Szene, in denen man spielen kann. Unsere Bands spielen ja nicht nur bei den MIR-Veranstaltungen, sondern sie sorgen auch selber dafür, dass sie verschiedene Gigs bekommen. Wie z.B. im LKA, in der Röhre, im Limelite, im Che oder in den Locations, die ich schon erwähnt habe. Die Bedingungen sind allerdings nicht so toll. Es fehlt dort in der Regel an PA-Anlagen und wir haben noch nicht die Mittel für eine eigene PA-Anlage. Oder es gibt anderweitige Schwierigkeiten. Ich finde die Nachwuchsbands sollten eigentlich richtig subventioniert werden. Wenn wir immer draufzahlen müssen, dann kommen wir mit unseren begrenzten Mitteln nicht zurecht. Die Bedingungen sind nicht optimal. (Gabriel Bulik im Interview mit dem Stadtjugendring AKTUELL 08-2001)"

Die Kulturämter, Musikschulen und Soziokulturellen Zentren bieten auch immer wieder jungen Bands Auftrittsmöglichkeiten. Das Kulturamt von Stuttgart im Rahmen des Kulturmarktes oder auch der langen Nacht der Museen, die Musikschulen meistens in kleinerem Rahmen bei der Präsentation ihrer Musikschulbands. Die Soziokulturellen Zentren, wie zum Beispiel das Scala in Ludwigsburg stellen einen Sonderfall dar, weil hier Popularmusik veranstaltet wird, bei der man sich hart an die Grenze zu kommerziellen Veranstaltern begibt. Sie haben aber die wichtige Funktion, dass ein anspruchsvolles Liveprogramm gesichert werden soll, was nur durch ein „sich verlassen" auf kommerzielle Veranstalter nicht möglich ist. Da auch von Ihnen immer mehr erwartet wird kostendeckend zu arbeiten, bleiben auch in den SKZ immer wenig Spielräume für Experimente und neue Veranstaltungen. In Stuttgart selbst ist das Merlin ein erfolgreiches Beispiel beides gut zu verbinden. Leider ist das Alter der Besucher und so auch oft der präsentierte Musikstil etwas „graumeliert".

4.3.3 Präsentation von Popularmusik durch Jugendeinrichtungen

Thematische Stichwörter: jugendkulturelles Klima, breite Angebotspaletten, wenig Risikobereitschaft, Zeitlicher Rahmen, Genehmigungen, Gebühren, Netzwerkeinrichtung

Eine Besonderheit am Popularmusikstandort Stuttgart ist die enorme Präsenz an Jugendeinrichtungen. Im Vergleich zu anderen Städten haben sie eine viel stärkere Gewichtung, zum Beispiel im Vergleich zu soziokulturellen Einrichtungen, auch was das jugendkulturelle Klima in der Stadt angeht. Dementsprechend viel passiert in den Stuttgarter Jugendhäusern und Jugendverbänden auch kulturell und musikalisch.
„(...) was Clubs und auch Jugendzentren angeht, da passiert jede Menge. Dem würde ich die höchste Wertigkeit einräumen. Jugendhäusern und auch Clubs, wo DJ 's auflegen, Bands spielen, Limelight, Travellers Club, es ist auf jeden Fall da und die haben den größten Anteil daran, dass in der Stadt auch wirklich was passiert. (Michael Setzer, Prinz)" Vor allem die Jugendhäuser haben eine lange Tradition im Umgang mit Popularmusik. Wer sich noch an die 50 Jahre Broschüre des Vereins erinnern kann, denkt an den „Tanztee" im Jugendhaus

Mitte. Heutzutage sind in den einzelnen Häusern jugendkulturelle Szenen beheimatet. Im Jugendhaus West und im JH Mitte haben so die Stuttgarter HipHopper angefangen ihre ersten Jams, Battles und Graffitti Aktionen zu machen. Inzwischen hatten sie schon mehrere Charterfolge, wissen aber immer noch um die wichtige Bedeutung „ihrer" Jugendhäuser.

Auch aktuell kommen immer wieder neue „Stars" aus den Jugendeinrichtungen. „Rockin' attack" hat dieses Jahr die deutsche Breakdancemeisterschaft gewonnen. Im Jugendhaus Mitte finden regelmäßig Konzerte verschiedenster Stilrichtungen statt und jeden Mittwoch wird das Haus zur „Brutstätte" des HipHop, zu der Hunderte Jugendliche pilgern. Das Jugendhaus Neugereut war immer wieder Ort herausragender Ska und Techno Events und steht neuerdings für den Nachwuchs im multikulturellen HipHop mit Veranstaltungen und CD Veröffentlichungen, ebenso wie die Musikwerkstatt des KJH Zuffenhausen. In Birkach wurde eine der ersten Musikwerkstätten für Mädchen installiert (vgl. Baur, o.J.). In Stammheim engagiert sich ein aktiver Förderverein für die Jugendarbeit und feiert immer wieder große Veranstaltungen mit Bands wie Biko oder Fishermans Walkband. Das Jugendhaus Heslach ist die Wiege der Breakbeatveranstaltungen von den DJ Brüdern Weh. In Cannstatt finden regelmäßig Nachwuchskonzerte statt, der Fasanenhof wird immer wieder zum Mekka der Goa Parties und Treffpunkt bei Punk Festivals. Das Werkstatthaus macht Parties und hat vor einiger Zeit eine beeindruckende Ausstellung über Popmusik installiert, im KJH Hallschlag gibt es einen Musikbrunch und das Kinder- und Jugendhaus Untertürkheim „Café Ratz" macht regelmäßig Nachwuchskonzerte und Festivals. *„Wir arbeiten in unserem Haus, im Live-Bereich, hauptsächlich mit Pop-Bands. Da läuft sehr wenig HipHop, wenn überhaupt, und da stell ich in den letzten Jahren fest, ist es schwierig. Wir machen eine Konzertreihe mit Nachwuchs-Bands, die hier ihre ersten Auftritte haben können (...) Was ich auch schon an Erfahrungen gemacht habe, sind die Punk-Konzerte noch als andere Sparte, wo einfach eine Szene da ist, die dann auch verstärkt zu Konzerten gezielt kommt und die Musik einfach ein Bestandteil der Szene ist. Das ist Punk ein wichtiger Bereich, wenn ich mir nur die Besucherzahlen anschaue.*(Achim Wernsdörfer, KJH Untertürkheim)" *„Auch Technobereich, aber da scheitert es oft an den Häusern, an den Einrichtungen. Auch an der Risikobereitschaft so was mal durchzuziehen. Es gab ja zwei/drei Jahre, wo dies sehr intensiv in Neugereut gelaufen ist, bis morgens um sechs, durchaus mit enormen Zuspruch, also 800 bis 1000 Besuchern, das Jugendhaus Fasanenhof versucht das ja im Moment auch gerade zu etablieren, da muss man eben die Nebenerscheinung auch in Kauf nehmen. Genauso wie beim Punk, das ist ja das, was sich in den Teams schwierig diskutieren lässt, und auch schwierig ist für den Mitarbeiter, der so einen Musikbereich vertritt, dass man da auch mal Abstriche machen muss, von seinem Regelwerk. Also man kann meines Erachtens nach kein Punkkonzert ohne Dosenbier machen, das funktioniert nicht, man kann auch sagen: Dosenbier ist es nicht, aber irgendwie kann man es dann auch gleich lassen. Ich kann auch nicht verhindern, dass irgendwelche Techno-Geschichten ganz ohne Drogen ablaufen. Das wird nicht gehen.(...) wenn das Sozialpädagogische in der Diskussion überwiegt, dann kann man solche Sachen gleich lassen.*(Bernd Häberlein, Stuttgarter Jugendhaus e.V.)"
Die Jugendhäuser bieten also der Nachwuchsmusik einen großen Raum. Wie oben (vgl. „Produktion") fehlt hier trotz der langen Tradition eine Festschreibung, einer Auftragsvereinbarung mit der Stadt. Auch die Rahmenbedingungen für die Jugendhäuser entsprechen im Jugendhilfebereich nicht den aktuellen Bedürfnissen von Jugendlichen. *„Bis 1h* (wäre ein guter zeitlicher Rahmen) *überall, plus/minus einer Stunde. Denn die Techno-Feten wird man nicht jeden Tag machen, das ist ja vom Aufwand gar nicht leistbar, aber für den normalen Konzertbereich. Wenn man um 17h anfangen muss – bitte wer geht denn um 17h auf ein Konzert? (...) Das ist ja auch nicht mehr nur am Wochenende, man kann ja auch in der Woche was aufziehen, wo auch dort ein Bedarf da ist oftmals länger zu machen. Diese Geschichte im Jugendhaus Mitte, Mittwochs HipHop-Battle, wäre auch zeitlich nach hinten ausdehnbar.* (Bernd Häberlein, Stuttgarter Jugendhaus e.V.)"

Da die Häuser oft zentral in den Stadtbezirken und in Wohngebieten liegen, wird Popularmusik auch noch von anderen Hörern eher als störend wahrgenommen. *„Wir, heißt Jugendhaus Untertürkheim, das heißt ein Haus, das mitten in einem Wohngebiet liegt, die Nachbarschaft direkt am nächsten Gartenzaun ist. Und wenn unsere Konzerte mal über den*

Zeitpunkt 23.30h rausgehen, können wir sicher sein, dass unsere Nachbarn, trotz vorheriger Benachrichtigung u.s.w., erst hier anrufen und wenn sich daraufhin nicht das Konzert, für manche sofort, als beendet rausstellt, die Polizei informieren und dann über die Schiene versuchen die Sache zu beenden und das dann natürlich auch mit der Folge, ich werde hier, mitten im Wohngebiet, nie eine Ausnahmegenehmigung bekommen ein Konzert über den Zeitpunkt raus auszudehnen. Das bindet uns natürlich auch. 23h dulden unsere Nachbarn, da machen sie mit, 23.30h ist die Schmerzgrenze und dann ist Ende. Eigentlich offiziell wäre dies schon 22h.(Achim Wernsdörfer, KJH Untertürkheim)“ Eine Diskussion über Ausnahmegenehmigungen mit der Stadt ist aus Sicht der Einrichtungen fast unmöglich. Niemand versteht, dass das Anliegen durchaus berechtigt ist. *„Erlaubt ist bis 22h. Hängt aber mit der Gastronomie zusammen, alles Andere müssten wir eigentlich nochmals zusätzlich jedes Mal beantragen. Machen wir natürlich nicht. Man weiß ja auch, dass dies mit Kosten verbunden ist, für jeden Einzelantrag werden inzwischen Gebühren erhoben. Und für solche Geschichten lassen wir das einfach so laufen, es wird kein Einzelantrag gestellt. Es wird dann einer gestellt, bzw. es bietet sich auch oft an ihn nicht zu stellen, in Neugereut z.B. haben wir das intern abgesprochen mit dem dortigen Polizeirevier, zuerst mit dem Jugend-Sachbearbeiter und dann mit dem Revierleiter und der hat es geduldet. Das ist natürlich die beste Lösung. Denn wenn dies erst mal über das Amt für öffentliche Ordnung läuft, dann ist die Chance nur sehr gering. Speziell das was auch schon. Achim sagte hier wird das auf gar keinem Fall genehmigt.*(Bernd Häberlein, Stuttgarter Jugendhaus e.V.)“ Umso ärgerlicher wird dann der lokale Veranstalter, wenn große Stadtfeste ohne irgendwelche Reglementierungen viel länger laufen. Der Stuttgarter Jugendhaus e.V. hat nicht einmal für das City Open Air (10.000 Besucher) auf dem Schloßplatz eine Genehmigung länger als 22 Uhr bekommen. *„Die Antwort, die ich schon oft bekommen habe ist, dass sie uns die Schankgenehmigung verlängern können, sie können uns die Gastronomie verlängern, aber sie können uns keine Ausnahmegenehmigung für eine nächtliche Ruhestörung geben.*(Achim Wernsdörfer, KJH Untertürkheim)“ Wenn der Weltstädtische Ruhm auf dem Spiel steht geht es bei der Stadt dann hoffnungsvollerweise doch immer wieder. Im Jugendhaus Mitte haben Generationen von Musikarbeitern sich die Zähne daran ausgebissen, im Hof des Jugendhauses ein Open Air genehmigt zu bekommen (Hospitalviertel beleben...). Jahrelang war nichts möglich, bis auf einmal der SWR für den einjährigen Geburtstag von DASDING den Hof brauchte – kein Problem.
Neben der M.I.R. und den Jugendhäusern führen auch noch einige Jugendverbände sehr interessante Veranstaltungen für Nachwuchsbands durch. Das Evangelische Jugendwerk Stuttgart Ost organisiert jedes Jahr ein kleines Openair am Waldheim Frauenkopf, es gibt Konzerte im Haus44 in Stuttgart, viele Vereine schmücken ihre Jahresfeste mit Bands aus und der Stadtjugendring Stuttgart e.V. bietet regelmäßig Musikveranstaltungen, in letzter Zeit vor allem im interkulturellen Kontext an.

Das Jugendamt kooperiert zusammen mit dem Stuttgarter Jugendhaus e.V. und dem Stadtjugendring Stuttgart e.V. in der gemeinsamen Netzwerkeinrichtung CUMULUS Kulturbüro. Hier werden zentrale und dezentrale Veranstaltungen mit Bands aus der Region Stuttgart durchgeführt. Diese Projekte laufen meistens in einem Netzwerkverbund mit Einrichtungen aus der Region Stuttgart ab. Es wurde schon eine gemeinsame Veranstalterinitiative gegründet (music in town, 1997/98/99) und auch früher schon interessante Gemeinschaftsprojekte durchgeführt (Zoff – Neue Music in Stuttgarts Clubs 1993). Gemeinsame Großveranstaltungen und Openairs finden genauso ihren Platz, wie kleine Clubkonzerte. Bandaustauschprogramme finden immer wieder in Zusammenarbeit mit den Einrichtungen der Träger statt. Bekanntestes Beispiel ist „Stuttgart meets San Franzisko“, als 1994 die Kolchose sich mit der HipHopCrew EcoRap austauschte, 1996 wurde „No Limitz“ veranstaltet, ein Musikfestival mit Bands aus 7 Partnerstädten von Stuttgart, die "Southside Experience - Stuttgart meets Memmingen“ vereinigte 1998 bayrische und schwäbische HipHops und schließlich trat die „Goldene Mitte“ ein Zusammenschluss der jungen Stuttgarter HipHop Szene 2000 in Lodz auf. Eine beachtliche Geschichte hat das CUMULUS Kulturbüro auch bei Wettbewerben für Nachwuchswettbewerbe. 1986 (Cumulus Rocktest) hatte es als einer der ersten einen Wettbewerb durchgeführt und es hat diesen bis heute weiterentwickelt. Der Nachwuchsmusikförderpreis „Noise Gate 2000-2001“ hat inzwischen so viele Qualitäten von

Nachwuchsbandarbeit aufgenommen und ist regional so gut verankert gewesen, dass er den Förderpreis der Region Stuttgart im Bereich Kultur gewonnen hat. Wichtig für die Livepräsentation ist die Vermittlung von Nachwuchsbands an Veranstalter, die Beratung und die Pflege des umfangreichen Informationsmaterials für Nachwuchsbands (www.musikregion.de).

4.3.4 Präsentation von Popularmusik an allgemein bildenden Schulen

Thematische Stichwörter: Engagement von Jugendlichen, Schülerbands

Im Bereich Präsentation von Nachwuchsbands bieten die Schulen nicht viel an. Nachwuchsbands spielen vor allem dann, wenn die Schüler in Eigeninitiative, zumeist über die Schülermitverantwortungen Konzerte oder kleine Festivals organisieren, eine Rolle. Ein schönes Beispiel ist hier das Nachwuchsfestival des Elly-Heuss-Knapp Gymnasiums. Der Ausdruck „Schülerband" beschreibt lediglich die Bandmitglieder und lässt keine Rückschlüsse auf die Beteiligung der Institution Schule zu.

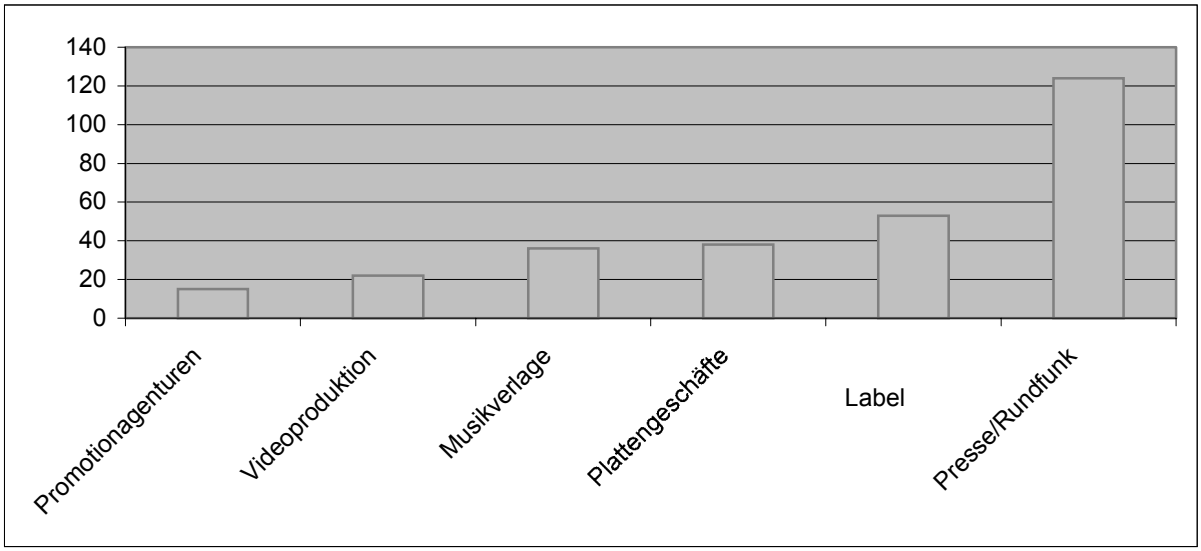
4.3.5 Kommerzielle Präsentation und Verwertung von Popularmusik

Thematische Stichwörter: Tonträger, Medien/Werbung, kulturelle Verantwortung, Fehler der Musikindustrie, Trends, Talente, Standortprofil, Nischen, Zulieferer, Wüste, Kontakte, Zentralismus im Livebereich, fehlende Konzerthalle,

Die kommerzielle Präsentation von Popularmusik muss noch einmal unterteilt werden. Die Verwerter handeln zum einen mit Tonträgern und zum anderen mit der Liveshow einer Musikgruppe. Als drittes Element kommen die Medien und die Werbung dazu, die Musik als Informationsgut, wie auch als Präsentationsmedium nutzt. Für die Künstler ist die Wirtschaft ein recht unbekannter Bereich. Dass jemand mit Musik Geld verdient, ist ja auch irgendwie suspekt? Die Kommunikation zwischen Musikwirtschaft und Künstlern ist schon immer geprägt durch Missverständnisse. Ungerechte „Künstlerabzocke" vervollständigt ein Bild beim Künstler, das man vorsichtig betrachten sollte. Weil die Medienwirtschaft Erfolg und Misserfolg einer Popband ganz entscheidend steuern kann (man denke an „BigBrother" oder „Popstars/No Angels") hat sie auch eine Verantwortung im kulturellen Sinne. Dass sie dies allzu oft nicht bedenkt und immer nur noch mehr Geld vermehrt, ist fast nicht mehr hinnehmbar.
„Zuerst muss ich noch sagen, zu dieser ganzen Industrie, die ganze Musikbranche, dass da ein Umdenken statt finden sollte und nicht alles selber in die Tasche rein zu scheffeln und andere Bands dann wieder fallen zu lassen. Sondern dass man dann halt auch Geld hortet und dann vielleicht junge Künstler damit aufbaut. Weil das ist dann einfach das Potenzial für Morgen. Also, das was ich so mit Four Music mitbekommen habe, war das auch nicht so eine rechte Sache. Es ist einfach Abschreckungsgeschichte, d.h. die Band bekommt Geld, ihr könnt euch Sachen kaufen, werden unter Vertrag genommen und dann halt nach einem Jahr fallen gelassen. Ohne irgendwie Unterstützung, ohne gar nichts. (Andreas Brenner)"
Noch weiter auf die Spitze treiben es die Produktionsfirmen der großen Konzerne. An einem heißen Augusttag haben sie in Stuttgart 1.400 Jugendliche mit der Hoffnung ins Zapata gelockt, dass sie Popstars werden. Es gab keine Getränke und keine Verpflegung, nur stundenlanges Warten in der Gluthitze. Eigentlich müsste da schon den jungen Leuten aufgehen, dass es, auch wenn sie so von der Straße weg gecastet werden, es später nicht besser wird. *„Die ganzen Big-Brother-Leute haben Verträge über die nächsten vier Jahre und sind festgelegt auf die und die Firma, dürfen keinen Auftritt ohne Absprache und ohne Kohle abzuführen, ohne nicht Kohle abzuführen. Endemol usw. durften ja nichts machen, das hat ja mit dem wohl gar nichts mehr zu tun. Das ist ja eine Geldvermehrungsmaschine. Und diese Popindustrie ist ja eigentlich in erster Linie darauf angelegt, Geld zu vermehren. Damit sind sie ja vor zehn Jahren auf die Nase geflogen, weil sie neue Medien nicht entdeckt haben, weil sie den Fall der Mauer falsch eingeschätzt haben, und weil sie sich um falsche Künstler gekümmert haben. Also Intercord ist das beste Beispiel, ist ja von hier, dass man*

halt einerseits Künstler vernachlässigt hat, Helga Pictures usw., die Geschichte ist altbekannt, andererseits Trends überhaupt nicht erkannt hat, Fanta 4 und HipHop, Dieter Thomas Kuhn, die ja alle wollten, und Intercord: nee, kein Thema für uns. Und drittens dann noch, würde ich erwähnen, sind traditionelle Sachen, wie Pur und Reinhard May usw. Die auch den Bach runtergegangen sind. Das war verfehlte Geschäftspolitik, die man auf zehn Jahre ansehen konnte. Jede Entscheidung war klar, es führt irgendwann zum Fiasko. (...) Egal was ich jetzt sage, Ihr werdet mir immer wiedersprechen. Weil, dieses romantisch Verklärte klammer ich jetzt aus, wie sind jetzt wieder auf der anderen Schiene, dass wir sagen was können wir tun, damit Bands doch besser betreut werden oder dass Bands eine Chance haben und die Musiklandschaft hier verbessern. Stuttgart hat ja einige Tiefschläge hinnehmen müssen in der Hinsicht und davon hat sich gerade die musikproduzierende Industrie nicht wirklich erholt. Four Music ist das einzige relevante Label hier, die Intercord und die kleineren, Deshima usw., die eher uninteressant sind. Sind nicht wahrnehmbar hier. Die Firmen sind in Berlin. Damit sind wir wieder beim Ausgangspunkt Berlin, Hamburg oder von mir aus auch Köln, München und die haben ganz andere Kriterien nach denen sie entscheiden, wen sie unter Vertrag nehmen. (Arne Braun, Lift Stuttgart)“

Abb. 7: Verwertung von Popularmusik – Tonträger - in Zahlen



Ein gutes „standing“ ist vor allem für Musikfirmen hier also nicht ganz einfach zu finden. Bei der Ursachenforschung stolpert man über die Qualität im Musikbusiness. „*Ich glaub, wir müssen zu dem Punkt kommen, dass wir versuchen rauszukriegen, was Politik und Verwaltung und Administration machen könnten um die Situation zu verbessern. Also ganz konkrete Hilfestellungen. Lamentieren darüber, warum die Musikindustrie Fehler vor zehn Jahren gemacht hat und dadurch haben es die Bands heute vielleicht schwerer einen Plattenvertrag zu kriegen, um es mal wirklich so zu sagen. Für viele aber auch zum Glück, weil dann werden sie so schnell auch nicht so blöd gedroppt. Siehe das beste Beispiel Helga Pictures, Zam Helga, große Talente, die es nicht geschafft hat, weil sich nie jemand wirklich ernsthaft um sie gekümmert hat, bei der Vermarktung usw.* (Arne Braun, Lift Stuttgart)“ Man stößt auf hervorragende, künstlerische Produktionen, die sich qualitativ deutlich von so manchen 0815 Veröffentlichungen der Major Companies unterscheiden.

Es wird deutlich, dass Stuttgart zwar wenig Massenware für die Industrie produziert, aber in qualitätsvollen Nischen erfolgreich wird. Bestes Beispiel ist auch hier das 0711 HipHop Büro. Da keine große Musikindustrie vor Ort ist, stellt sich dennoch die Frage, wie man die Qualität aus Stuttgart weiterbringen kann. „*Die langen Wege machen es schwer. Es ist ein Peoples Business. Wenn ich in Berlin bin und ich gehe abends mit irgendwelchen Künstlern weg, treffe ich immer irgendwelche Leute, die mir irgendwas erzählen, was gerade für mich relevant sein könnte. Es gibt immer Impulse und es gibt immer irgendwelchen Austausch. Das ist schon einfacher. Es birgt auch so eine Gefahr, dass man überfüttert wird. Stuttgart*

hat auch einen Vorteil für uns: Wir können hier in Ruhe arbeiten, das Interview findet jetzt in relativ großer Ruhe statt, das wäre nicht möglich um 18 Uhr bei der Sony in Frankfurt gewesen, das wäre völlig unmöglich gewesen, weil massenweise Leute reinstürmen würden, weil massenweise Telefon und kannste nicht und haste schon, also in der Wüste zu sein, hat auch gewisse Vorteile. (Fitz Braum, Four Music)" Der Eindruck der sich von der Tonträgerindustrie aus der Region mitnehmen lässt, ist der einer in vielen Nischen, im Independentsegment, engagierten Musikindustrie. Fast könnte man meinen, dass sich die Stuttgarter noch die Zeit für Musik nehmen, die sie verdient und sich dadurch auch eine Art Gütesiegel aufbauen: Klein, fein, schlagkräftig und dann weltberühmt. „*Ich muss zufrieden sein, also jedem dem ich erzählen würde, ich sei unzufrieden, der würde sagen, was ist denn das für ein Arschloch, also wenn einer zufrieden sein kann, dann bin ich's oder wir alle hier zusammen bei Four Music, aber ich glaube dass Stuttgart, die Region und das Land nicht so richtig zufrieden sein kann. Ich glaube dass es noch eine ganze Menge Kreativzellen und Bands gibt, die nicht bedient werden und da wir ein Genrelabel sind mit einer hohen Selbstbeschränkung, mit dieser Auflage wir wollen ein kleiner Laden bleiben, wir wollen kein Laden sein wie die Intercord, die jetzt 150 Leute beschäftigt und 80 Künstler haben.*(ed.)" In Stuttgart gibt es unglaublich viele Musikverlage, die mit Rechten an Musik handeln. Plattenfirmen, die über ein Label Bands auch wirklich rausbringen gibt es relativ wenige. Dies liegt an der schwierigen Situation im Medienbereich. „*Das könnte besser werden, das gesamte Klima für Popmusik wäre dann besser, wenn man das auch leben würde, wenn man auch Medien da hätte.. Wir müssen nicht darüber reden, dass wir Köln nach Stuttgart holen, das können wir eh knicken, der Zug ist abgefahren.*(ed.)" Es wird zwar bedauert, dass keine großen Medienunternehmen in Stuttgart ansässig sind, auf der anderen Seite wird es aber geschätzt, dass hier, sozusagen „in Ruhe", gearbeitet werden kann.

Zum Arbeitsbereich von Labels oder Agenturen muss ein großer Stab an Zulieferern gerechnet werden. Presswerke, Multimediadienstleister, Druckereien, Grafiker, Fotografen, Managementfirmen, Werbeagenturen und auch Rechtsanwälte sind für die Verwertung der Musik über Tonträger unverzichtbare Lieferanten. Da gehen die Bedürfnisse auch sehr auseinander. Manche sagen, dass sehr gute Leute da sind, andere beklagen, dass die kreativen, mit denen sie zu tun hatten weggezogen sind. *„(...) was Zulieferer betrifft finde ich es einfach noch etwas schwach, das heißt, wer produziert die Videos, wer macht das Artwork, wo sind die Photographen, alle Kreativen, die man rund um eine Plattenveröffentlichung braucht, wo sitzen die, dann ist das sicherlich hier etwas schwach, das heißt es gibt eine Schieflage. Auf der einen Seite hast du hier eine Menge Talent, die wirklich was können und mit denen es auch Spaß macht zu arbeiten, auf der anderen Seite ist man eigentlich so ein bisschen in der Wüste, wir müssen weite Wege gehen.(...) Das sind alles für Four Music eigentlich nicht relevante Leute. Jetzt im Videobereich haben wir ja mit Schmerberg und Zoran Bihac zwei Leute hervorgebracht hier in Stuttgart, die viel für uns gemacht haben oder vielleicht auch groß geworden sind, weil sie was für machen konnten, die sind dann aber abgewandert. Das Abwanderungsproblem wäre eigentlich kein Problem, würde ich als Problem nicht sehen, ich meine wir leben im 21. Jahrhundert – man moved halt und das ist auch gut so. Ich bin auch ein Mover, ich bin ja keiner, der hier geboren ist, ich bin ja auch schon rumgekommen, was ich auch gut finde. Ich denke, dass das vielleicht auch nicht meine letzte Station war. Das Problem ist aber, das dieses Movement einseitig ist. Die Leute gehen weg, aber es kommen wenig Leute hierher, die diese Leute ersetzen könnten.* (Fitz Braum, Four Music)" Was die Zuliefererfrage ausmacht, gilt die Erkenntnis, dass Popularmusik auch wirtschaftlich stark von der Qualität anderer Bereiche abhängt. Insbesondere sind hier der Multimedia, Grafik/Druck und der juristische Bereich zu nennen.

Der Musikvertrieb ist stark von den großen, europaweit agierenden Major Companies geprägt. Aber auch hier platziert sich Stuttgart sehr vorteilhaft mit kleinen ausdifferenzierten Vertriebssystemen. Im Verbund werden immer wieder neue, kleine Vertriebsformen aufgebaut, die sehr schnell, flexibel und vor allem käuferorientiert arbeiten können. So gibt es den Vinylvertrieb von Schulz & Ritter (Four Music, 0711), Music on demand von Deshima und immer mehr kleine Mailordersysteme im Internet. Die große Affinität zu den Neuen Medien bietet hier in der Region große Entwicklungschancen.

Nach einem großen Sterben von CD- und Schallplattengeschäften hat sich auch dieser Bereich stabilisiert. Vor allem fachlich hervorragende Angebote in bestimmten Sparten (Sound Shop/HipHop) und das Vinyl Revival (Starke House/Electronic Szene) tragen dazu in hohem Maße bei.

Welche Musik in der Region gut ankommt, ist nicht nur von der bundesweiten Werbeschlacht der Medienindustrie abhängig, sondern entsteht auch aus den kreativen Szenen vor Ort und hat eine erstaunliche Geschichte, die Hans-Peter Haag vom Music Circus erzählt: „(...) Stuttgart lag früher in der amerikanisch besetzten Zone, man hat hier AFN gehört, im Westen und im Norden hat man einen britischen Radiosender gehört und das scheint immer noch nachzuwirken. Bands, die vom Musikstil her eben amerikaorientiert sind, die laufen hier unten im Süden generell gut. Man kann fast sagen die laufen im Süden besser wie im Norden, und alles was britisch ist läuft in den Regionen besser, die einfach näher an der Insel dran sind. Mit allem was Brittpop ist haben wir in Stuttgart Schiffbruch erlitten, das hat hier keinen Menschen interessiert, gut Oasis war nicht da, aber Oceancolourszene oder Blur in Relation zu anderen Städten immer unter "ferner liefen" oder Paul Weller oder so, da hat man dann schon gesagt, spiel lieber in Berlin und nicht hier. Zu Kansas kommen dann hier in Stuttgart deutlich mehr Leute, als in Berlin z.B. Was auch gut geht sind so die härteren Sachen, wie Heavy Metal oder Hard Rock, das liegt allerdings an dem Publikum aus dem Umland, und wo man auch den Eindruck hat, dass es ganz gut geht das sind die Black Music Themen; Puff Daddy war in der Schleyerhalle das bestbesuchteste Konzert auf Deutschlandebene. (Hans-Peter Haag, Music Circus)" Trotz insgesamt guter Besucherzahlen kommen nicht alle bekannten Künstler nach Stuttgart, um ein Live Konzert zu präsentieren. *„Schwenko war hier als Redaktionsgast und hat erzählt, warum er die Rolling Stones auf dem Wasen veranstaltet hat – nämlich unter anderem deswegen, hier ein zahlungskräftiges Klientel sitzt, - die Stones - Fans sind an die fünfzig – Bankkaufleute, die ziehen mal wieder ihre Lederjacke an und zahlen gern hundertfünfzig Mark für eine Karte. Das heißt hier ein Konzert zu machen –super, genialer Standort! Also aus rein kommerziellen Überlegungen ist es nicht zu begründen warum Leute was Bestimmtes nicht veranstalten in Stuttgart, weil es gibt hier viel Publikum- großer Einzugsbereich und die Leute haben mehr Geld als anderswo in Deutschland.* (Bernd Haaasis, Stuttgarter Nachrichten)" *„O.K. der Künstler sagt, ich möchte 5 Konzerte in Deutschland spielen und die Konzertagentur sagt, 5 Konzerte, was ist für uns wichtig: Auf jeden Fall Köln, da sitzen die Fernsehsender, dann Hamburg, da sitzt meistens die Plattenfirma, Berlin mittlerweile Hauptstadt und Stuttgart kommt dann automatisch am unteren Ende, weil wenn Sie dann noch in Frankfurt und München spielen denken die sich, müssen wir Stuttgart für Süddeutschland noch mitnehmen?* (Michael Setzer, Prinz)"

Ob es dann zu einem Konzert kommt oder nicht hängt stark von den Konzertveranstaltern und Agenturen ab, wie gut sind die Kontakte? *„Ich mein es hat auch viel mit Beziehungen zu tun, die die Veranstalter über die Jahre hinweg mit ... du musst dir das so vorstellen, der Deutschlandveranstalter sagt O.K., wir haben jetzt die und die Band und die wollen so und so viele Konzerte in Deutschland spielen und dann gehen sie in die einzelnen Städte und reden da mit ihren „Kontaktmännern". Die gucken, welche Kapazität, wo tun wir das rein das Konzert und dann ist es ganz klar, wenn der eine gute Erfahrungen mit der Manufaktur hatte, dann wird er immer wieder in der Manufaktur in Schorndorf anrufen. Das sind 30 Kilometer, ich denk das geht auch immer noch so. und das ist auf den meisten Tourplänen, da hab ich jetzt einen (M.S. angelt aus seinem vollgepackten Schreibtisch mit Grinsen im Gesicht einen Tourneeplan hervor...) :Stuttgart – Manufaktur. In der Redaktion in Hamburg hat man das auch schon gemerkt, die rufen an und sagen, hey die spielen gar nicht bei euch. Dann sag ich, doch die spielen bei uns in der Manufaktur in Schorndorf – ah ja das gehört also auch noch zu euch. Das ist das Glück, was Stuttgart hin und wieder hat, dass es im Umland Leute gibt, die gute Konzerte machen und sei es beinahe Ulm. (...) Im Ruhrgebiet profitieren die davon, dass viele Städte nah beieinander sind und du hast hier Zentren wie Schorndorf, in Tübingen ist jede Menge Potenzial an Leuten da, die auch Konzerte sehen wollen und ich glaub es ist oft so, man setzt das Konzert nach Stuttgart und dann kommen die Leute dann auch dahin. Nur ist der Stuttgarter Städter dann hin und wieder so, dass er sagt, ohh, bis nach Tübingen fahren. Ich glaub jemand von Tübingen kommt eher auf ein Konzert nach*

Stuttgart, als umgekehrt. Das ist auch klar, dass das ne Veranstaltersache ist, ich bin zum Beispiel froh, dass es Läden wie das Limelight gibt. Das Limelight hat zwar ne Größe von maximal 250 Leuten, aber es gibt mittlerweile viele Bands, die da gespielt haben und auf ihrer nächsten Tournee ist die Frage, wo gehen sie hin? Das Limelight ist zu klein, die Röhre ist vielleicht noch ein bisschen zu groß die Röhre könnt man wagen, aber dann fängt es schon immer an, dann les ich Karlsruhe – Substage. (ed.)" Die Livesituation ist anscheinend von einem starken „Zentralismus" geprägt. Die Region ist hier bei den Menschen fast noch nicht spürbar. Vor allem Konzertbesucher aus Stuttgart gehen weniger gern in die anderen Zentren Tübingen, Ludwigsburg, Böblingen oder Esslingen. *„Also alle wollen in das Zentrum, in die Großstadt. Das gilt für die Künstler, wie auch für die Besucher. Wenn wir internationale Künstler nach Reichenbach jetzt im Clubbereich oder in die Kongresshalle nach Böblingen holen, dann verkaufen wir das immer als Stuttgart. Jemand der aus USA oder England kommt, der möchte in Stuttgart auftreten und nicht irgendwo in der Peripherie oder im Umland. (...) Ein Mitarbeiter, der damals in Heilbronn studiert hat, hat mal eine Untersuchung gemacht in der er als Befragung die Besucher von drei großen Konzerten befragt hat, Status quo, Metallica und B52's. Und es hat sich herausgestellt, dass der Anteil der Besucher aus der Region, ich glaube in allen drei Fällen über 50 % lag und bei Metalica über 90 %. Gegenüber dem Anteil der Leute die direkt in Stuttgart wohnen. Also das heißt, dass die Leute aus der Region es gewohnt sind nach Stuttgart ins Zentrum zu fahren, und nicht unbedingt nach Böblingen oder nach Ludwigsburg oder anderswohin. Als großer Trend kann man sagen: Je zentraler, desto besser.* (Hans-Peter Haaag, Music Circus)"

Dabei ist es nicht so, dass in Stuttgart mehr oder bessere Konzertlocations vorhanden wären. *„(...) Nach Stuttgart zu fahren, darauf können sich halt alle einigen. Da gibt's halt nicht richtig viele Locations. Es ist natürlich auch nicht so, dass wir hier die absolute Öde haben, aber das ist auf jeden Fall ein Punkt, der verbessert werden könnte (...) das LKA ist schon immer so eine ganz gute Lösung, aber da passen halt auch 1700 Leute rein alles drunter sieht leer aus, kommt keine Stimmung auf. Und es ist eine Disco. (...) Gut, das LKA hat halt wenn man es voll macht, zahlt man gar keine Miete, außer Freitag/ Samstag, da geht das halt nicht, sprich die nehmen die Gastronomie und finanzieren sich so. (...) Bei dem Abschlusskonzert der Kolchose Tour kamen drei, viertausend Leute (Ins Messekongresszentrum B) und wir haben durch Glück noch eine Location gefunden, weil ein Konzert ausgefallen ist und wir Glück hatten, dass wir da rein konnten, aber das Ding ist nicht so das Klassische für so Jugendkultursachen. Es ist schwierig, weil die Location da oben einfach viel zu seriös ist, auch wenn's mal was gibt, diese ganzen Schmierereien an den Wänden usw.* (Johannes Strachwitz, 0711 Büro)" Es gibt sehr unterschiedliche Aussagen über fehlende Hallen und Kapazitäten, wichtig ist für alle befragten Veranstalter gewesen gute Bedingungen, möglichst zentral in Stuttgart nutzen zu können. Hierbei spielt auch die (zeitbezogene) Erreichbarkeit mit dem Öffentlichen Personennahverkehr eine Rolle. *„(...) ich denk das ist eigentlich O.K. ist, wie es ist. Eine 2500 er Halle fehlt in Stuttgart direkt – im Umland findest du die Halle.(...) In Stuttgart ist es nicht so gebündelt. Es ist halt schwieriger hier, aber dadurch, dass die Röhre hier ist, das LKA, das Theaterhaus, das Messekongresszentrum, die Liederhalle für die etwas – nenn es „gesetzteren" Konzerte. (...) HipHops kommen sich wohl immer ein bisschen blöd vor, wenn sie ins LKA müssen, wegen der vielen Fantasy Airbrushs an der Wand, aber ich denk das LKA ist auch O.K. für einen HipHopper um da aufn Konzert zu gehen. Sollen sich nicht so anstellen (Gelächter). Ich denk, dass das Potenzial da ist.* (Michael Setzer, Prinz)" Die Hallen sind vor allem unter drei Gesichtspunkten zu sehen. Die Veranstaltungshallen sollten möglichst zentral sein, die Veranstaltungsorte sollen ein jugendkulturelle Atmosphäre haben (Beispiel: E-Werk in Köln, also nicht Kongress-, Sport oder Versammlungshalle sein und besonders in der Größenordnung von 1.000 bis 5.000 Leuten ist wenig zu finden. Ein weiteres Problem stellt die Nutzbarkeit der Veranstaltungsorte dar. *„Hallen finden tut man eigentlich in allen Größenordnungen es gibt Probleme mit der Ausstattung, manchen Hallen sind halt einfach nicht ideal. Es gibt eben viele Hallen, die für was ganz anderes gebaut worden sind, als für Popkonzerte, da muss man halt Kompromisse eingehen. Sicherlich gut leben kann man mit Hallen wie der Schleyerhalle oder der Liederhalle und mit bestimmten Clubs. (...) Ganz in Ordnung ist es mit dem Theaterhaus, dort gibt es eben Terminprobleme, weil die eben in erster Linie ihre Theatersachen machen, die wären aber ganz gut ausgestattet für Konzerte,*

Röhre und Limelight, damit kann man auch ganz gut leben. Was vielleicht fehlt ist wirklich ein Club, der sich als Konzertclub definiert - das Longhorn z.B. ist im Prinzip eine Diskothek, in der hin und wieder Konzerte stattfinden, das Zapata genauso, also es gibt eben nicht den Konzertclub, der sagt das Konzert steht im Vordergrund. (...) es ist sicherlich ein Vorteil, wenn ein Club da ist, der sich als Liveclub sieht, weil er auf die Bedürfnisse der Künstler, der Veranstalter und des Publikums besser eingehen kann, und es kann schon eine Kernzelle sein für eine lokale Szene, wenn so bestimmte Sachen da sind, wie z.B. so ein Club. Für eine Szene, für eine Stadt, für eine Medienstadt sind eben nicht nur die ganz großen Bands und Events wichtig, sondern auch das was sich innerhalb dieser Szene im kleineren Bereich abspielt. Eine Stadt wird eher durch diese Szene geprägt, als durch das, was in der Schleyerhalle passiert. (Hans-Peter Haaag, Music Circus)"
Wie ist dieses Verhältnis zwischen großen Weltbands und kleinen Nachwuchsszenen? *„Die Leute geben das Geld für die großen Bands aus. Und dann haben sie kein Geld mehr für die mittleren und leider ist es, ich habe die Erfahrung in Stuttgart gemacht, typische alte schwäbisch Motto: "Was der Bauer net kennt, das frisst er nicht". D.h. also wenn dieser Bandname nichts sagt, dann geht man auch nicht hin. Weil es könnte ja schlecht sein. Man geht nicht hin, um vielleicht zu sagen, ich könnte da ein gutes Konzert sehen. Sondern man sagt, ich kenn es nicht, ich geh da nicht hin, weil es könnte ja schlecht sein. (...) Für Auftrittsorte, sag ich mal, ist Stuttgart sehr, sehr schlecht. Auch gerade für junge Bands, weil bis man überhaupt nach oben irgendwo eine Auftrittmöglichkeit bekommt, muss man schon sehr lang danach gucken. Und wenn man eine hat, dann ist es immer nicht geregelt mit dem Geld, mit der Finanzierung, mit allem. D.h. viele Leute verlangen eigentlich ein wahnsinniges Geld dafür, dass man überhaupt spielen darf. Und dann gibt ´s vielleicht noch drei, vier Geschichten wo noch gut sind. Das ist einmal Star Club im LKA, wo Bands umsonst sich noch so auf einer Bühne präsentieren können. Es gibt noch verschiedene Jugendhäuser, die wo ein ganz klein bisschen was machen können. Aber dann hört ´s auch schon auf. Weil wenn ich mir überlege, wenn ich in der Röhre einen Auftritt machen will, muss ich 1.200 DM bezahlen. Welche junge Band kann sich das leisten?* (Andreas Brenner)" Die Situation von kleinen Veranstaltern (davon gibt es sehr wenige), die Bands auch von außerhalb herholen ist anscheinend einigermaßen in Ordnung. Man „kämpft" sich so von Act zu Act. *„Was auch intakt ist, ist diese klein-heilige Veranstalterszene. Diese kleinen Veranstaltungen, ich meine jetzt nicht die Fünftausender. Ich meine auch jetzt nicht diesen unbedingt Musikzirkus, obwohl die ja auch Verbindung untereinander haben, ich mein so was wie Traveller Club ist eine tolle Einrichtung. Das Limelight ist für eine bestimmte Klientel und für die Konzerte die da Micha z.B. macht, oder Harald selber, ganz toll, super geeignet. Diese kleineren Ort, die sind gut. Das High z.B. (...) 100, 150 bis 200. Das Schützenhaus ist völlig überflüssig, das braucht kein Mensch mehr, Das Alte Schützenhaus. Das hat die Größenordnung von 500 etwa. Die Röhre, die machen selber nur noch auf deutsch gesagt, Drecksveranstaltungen. Machen nur noch Punk und Heavy und keine anspruchsvolleren Sachen jetzt subjektiv aus meiner Sicht. Was schade ist, außer Fremdveranstalter gehen rein, wie MC (Music Circus) und andere.* (Arne Braun, Lift Stuttgart)" Insgesamt gibt es im Konzertbereich zwischen 600 und 1.000 Besuchern ein deutliches Defizit. *„Da ist es auch mittlerweile so, dass nur noch Acts gewünscht sind, die mindestens 1.500 Personen anziehen. Alles andere ist nicht lukrativ für den Betreiber.* (Conny Simon, Soundworkshop) "*Da gibt es Veranstaltungen aber da geht es mehr auch Richtung DJ, Disco. Warum soll man sich eine Band antun, wenn in die Disco mehr Leute kommen?*(Alex Katsoros, Soundworkshop) Diese Größenordnung könnte nur ein großer Musikclub tragfähig veranstalten (Keine Disco). Einen solchen Club gibt es in Stuttgart definitiv nicht.

Ein Konzert hängt nicht nur von einem professionell arbeitenden Veranstalter und einer guten Halle ab. Rund um die Live Präsentation von Musik gibt es jede Menge Firmen und Leute, die eine Veranstaltung erst zum Erlebnis machen. *„Also die Rahmenbedingungen sind sehr gut, es ist nicht so dicht gesät, wie in anderen Regionen, ich mein die Firmen, die halt Technik, Ton und Licht etc. anbieten, gibt's in anderen Regionen mehr, es sind halt keine großen Tourneeveranstalter angesiedelt, aber nee, kein Problem. (...) Mittlerweile gibt's für alle Bereiche genügend Subunternehmer, die das abdecken, von Technik von Pressearbeit usw. Hier in der Region hat sich das auch entwickelt – vor zwanzig Jahren gab es das natürlich noch nicht, da musste der Veranstalter das alles selber organisieren und*

Ordnungskräfte sind noch ein Relikt aus dieser Zeit es gibt natürlich genügend Security-Firmen und so. (Hans-Peter Haag, Music Circus)“ Das Publikum ist auch durch den Vormarsch der Videoproduktionen und durch riesengroße Pop-Events auch bei kleinen Konzerten, sehr viel anspruchsvoller geworden. “*Es kommt daher, dass die Leute immer größere Shows sehen, in der Schleyer Halle z.B., also die großen Tourneen, die auch den finanziellen Etat haben. Im Fernsehen sieht man immer größere Shows, aufwendigere Shows, Musicals. Die Stella-Musicals werden mit einem enormen Aufwand ausgestattet und da müssen natürlich auch kleinere Veranstaltungen mitziehen. Und sei es, dass man jetzt auf ein relativ kleines Konzert mit einem ganz ordentlichen Material anrückt um dem Publikum was bieten zu können, dass nicht jeder rausgeht und sagt: das war wohl gar nix.* (Alex Katsaros, Soundworkshop)“ Das heißt im Umkehrschluss, dass eine Band aus der Region einen sehr hohen technischen Aufwand bei Konzerten hat und sich eine sehr gute Präsentation überlegen muss, damit sie „mithalten“ kann.
„Also das Ding, also gerade auf der kleinen Bühne 2 Boxes links und rechts und irgendeine Band spielt ‚das tut nicht mehr, da muss mehr geboten sein. (...) Das sieht so aus: Wenn jetzt eine Band, z.B. aus dem HipHop-Bereich kommt, oder ein interessantes Beispiel auch Beat-Betrieb, die auch eine halbe Tanzshow machen und die haben eine richtige Choreographie und die haben sich ein Lichtkonzept überlegt. Das heißt sie haben ein bestimmtes Outfit aufgebaut, die bewegen sich auf einer bestimmten Art und Weise, sie haben darauf aufgestimmte Lichtshow, zwar mit kleinen Mitteln aber sie haben eine. Teilweise sind auch solche Elemente wie z.B. einen eigenen Vorhang dabei haben, also der hinter der Band hängt. Es geht weiter, wie bewegen sie sich auf der Bühne und da geht es natürlich auch um die Qualität der Darbietung an sich. (ed.)“ Die Band muss also nicht nur mit dem Veranstalter zusammen arbeiten, sondern genauso mit Hilfe der Techniker, gemeinsam ihre Show präsentieren. *„Das hat sicherlich auch was mit der Qualität der Unterhaltung zu tun. Beispiel: ich geh als Ottonormalverbraucher in ein Konzert, in die Schleyer-Halle, egal, ein großes Konzert, ich krieg richtig was geboten für mein Geld. Janet Jackson z.B., eine Mega-Show, unabhängig von der Musik, ob die mir überhaupt gefällt. Ein Megaevent wird um die Ohren geknallt. Jetzt geh ich zu der Nachwuchsband, da wäre vielleicht die Kreativität da, nicht aber das Geld. Da müssen die mit ganz einfachen Mitteln versuchen, auch nur annähernd die Leute zu packen. Das Publikum ist unglaublich verwöhnt, was diesen Unterhaltungscharakter angeht. Das erklärt diese geringe Zuschauerzahl bei den Jazzern. Da ist einfach nichts geboten. Wir haben hier eine schöne, große Videosammlung, wenn man sich Videos ansieht von 1978, da hab ich ein tolles Video von Deep Purple wie die im Fernsehstudio spielen. Das ist halt, wie wenn eine Band in der Röhre spielt und vier Lampen oben und dann tut das genauso. Jetzt ist das natürlich für jemanden, der ein normaler Musikkonsument ist, kein Musiker, ein Musikkonsument geht zum Konzert aus Unterhaltungsgründen. Der geht da nicht hin um zwei Leute Gitarre spielen zu sehen, der will da gut unterhalten werden. Dann ist das nicht mehr die Frage nach guter Musik, sondern wie werden die Leute gut unterhalten. Und bei Pur werden sie halt nun mal gut unterhalten. Und dadurch hat es heutzutage eine Nachwuchsband so viel schwieriger, weil die ganzen Spannungsverläufe eines Konzertablaufs, wenn sie es richtig machen wollen, müssen sie es im Griff haben, wenn sie es nicht im Griff haben, rennen ihnen die Leute weg. Also kriegt die Nachwuchsband doch tatsächlich nur die Leute, die an der Musik interessiert sind. Da kann ich mir auch sagen die Musik die die machen ist gut, die Show ist ein bischen komisch und wie die Sängerin die Titel ansagt, na ja, aber die Musik, die die machen find ich gut. Und deswegen hör ich mir das an.* (Stefan Schütz, drum departement)“ Nur ein Viertel der befragten Bands gaben an einen eigenen Ton- oder Lichttechniker zu haben. Da viele kleine Veranstalter sich einen aufwendigen technischen Support aber nicht leisten können, sind die technischen Bedingungen unter denen die Bands auftreten müssen, nicht immer die besten. „*Ah ja, das ist schwierig. Man versucht mit kleineren Mitteln das Maximum daraus zu holen. Oft scheitert es auch an solchen Sachen: man könnte zwar viel Licht mitbringen, auch für einen kleinen Preis aber dann braucht man auch entsprechende Stromanschlüsse, die ganze Infrastruktur muss stimmen.*(ed.)“ Viele Ton- und Lichttechniker haben im Tross einer Nachwuchsband angefangen (vgl. „Qualifizierung“). An dieser Stelle könnten auch Bands und Veranstaltungsinitiativen noch viel intensiver den „Nachwuchs“ heranziehen. Dass dies keine fehlende Infrastruktur ersetzen kann, ist natürlich auch klar. Gerade für Nachwuchsbands, die oft bei Veranstaltern für wenig oder keine Gage auftreten,

könnten auch Technikpools geöffnet werden, um eine bessere Live Performance zu erreichen. Der Stuttgarter Jugendhaus e.V. hat für seine Einrichtungen zum Bespiel verschiedene PA 's (Public Audio Systems) und sogar eine mobile Open Air Bühne angeschafft. Gespartes Geld kann dann auch in zusätzliche Lichteffekte und Dekoration fließen. Wie wenig Augenmerk Nachwuchsbands auf das Bühnenbild legen, schreit manchmal wirklich zum Himmel. Das Auge isst mit.
In der Region gibt es einige Bühnenbauer. Bei Open Air Veranstaltungen kommen hier Firmen aus dem gesamten Bundesgebiet. Bei Bühnen in Mehrzweckhallen gibt es vor allem im öffentlichen Bereich noch Verbesserungsmöglichkeiten beim Einsatz. Viele Bühnen werden von Häusern und Hallen nicht fremd vergeben. Cateringfirmen laufen im Branchenbuch oft unter Partyservice. Das leibliche Wohl ist bei Musikveranstaltungen sehr wichtig. Ein Konzert kann schlecht sein, das Essen darf es nie sein. Damit erreicht man auch ein kleines bisschen Image für Stuttgart „Liebe geht schließlich durch den Magen". Das Angebot ist hier in der Region ausreichend. Oft sind es Gastronomen, die mit einem mobilen Angebot ein zweites Standbein aufbauen wollen. In jeder Preiskategorie ist ein Angebot zu finden.
Vor allem bei Tourneen und Gastspielen kleinerer Bands in Stuttgart ist es wichtig eine gute Übernachtungssituation zu haben. Hotels und Pensionen sind erst ab 50,- DM pro Nacht im Doppelzimmer zu haben und insgesamt gibt es sehr wenige Zimmer im Niedrigpreisbereich. Auch Jugendherbergen oder Freizeitstätten können nicht optimal genutzt werden, da sie oft außerhalb liegen. Hohe Taxikosten machen auch diese Möglichkeit nicht gerade preiswert. Manchmal werden dem Veranstalter schon mal zwei Nächte in Rechnung gestellt, wenn die Musiker erst um 6 Uhr morgens ins Hotel kommen. An ein Frühstück am Nachmittag ist nur bei gut geführten Häusern zu denken. Viele noch unbekanntere Künstler quartiert der Veranstalter bei sich zu Hause oder bei Freunden ein oder die Tourveranstalter setzen gleich auf einen Tourbus, der dieses Problem umgeht. Für noch nicht bekannte Bands ist dies aber ein erheblicher Kostenfaktor, den letztendlich wieder der Konzertbesucher zahlen muss. Eine gute Möglichkeit bieten Anliegerwohnungen für Künstler, direkt an der Konzerthalle, die eine optimale Anpassung des Übernachtungsangebotes ermöglicht. Viele Musikclubs auf dem Land verfahren in dieser Weise.

4.3.6 Werbung und Medienpräsenz für Popularmusik

Thematische Stichwörter: Plakatierung, Kommerzialisierung freier Werbeflächen, SWR – Boden verloren, Formatradio, Feigenblättchen Jugendradio, Fernsehsender, Kommunikation über Neue Medien, Zugänge für Nachwuchsbands

Popularmusik bewegt sich ständig zwischen Subkultur und Kommerz. Dementsprechend vielfältig sind die eingesetzten Marketingstrategien und Werbemittel. Noch vor 10 Jahren wurden Konzerte jedweder Art mit hunderten von Plakaten in der Stadt beworben. Wenn man nach Stuttgart kam, konnte man schnell erkennen, was gerade angesagt und was veranstaltet wird. *„(...) dass nicht auf jedem blöden Bauzaun draufsteht, hier Plakatieren verboten. Ich find es macht ein Stadtbild nicht kaputt, wenn Plakate hängen, ich find das belebt das eher. Ich find das wunderschön in ner Stadt wie Seattle rumzulaufen und zu sehen, dass da noch an irgendwelche alte Masten die Plakate hingetackert worden sind. Du hast andererseits in irgendwelchen Kunst- und Kulturkneipen stapelweise Flyer, du kannst gar nicht durchkommen, was ist da welcher Flyer, was gehört da wo dazu aber Plakate findest du auf der Straße kaum noch. (...) in dem Moment, wo ich 15 mal an einem Plakat vorbeifahre, wo irgendwas draufsteht, irgendwann denk ich ah das schon wieder.* (Michael Setzer, Prinz)" Inzwischen kommt man nach Stuttgart und wird mit anderen Werbebotschaften konfrontiert. Die Textilindustrie hat die Popmusik eindeutig überholt. Im Zuge der Aktion „Saubere Stadt" hat man sich die Mühe gemacht fast alle freien (wilden) Plakatierflächen, wie die Brücke an der Theodor-Heuss-Straße zu „säubern". Oder es wurden Tafeln angebracht, wie zum Beispiel an der Röhre und am Kleinen Schloßplatz. Auch an den Masten an der Neuen Weinsteige hängen sporadisch nur noch Wahlplakate, für Popmusik sind hier die Zeiten wohl vorbei. *„Na gut, es gibt das Internet und es gibt die Stadtzeitungen und was ganz fatal ist für uns, ist dieses Wildplakatierverbot, das vor 2*

Jahren erlassen wurde. Das ist für eine Szene, die da wachsen sollte oder könnte, wie man sich's wünscht. Das ist eine höchst fatale Sache, dass Du irgendwo ein Plakat aufhängst und dann Angst zu haben die Bullen am Arsch zu haben und ein paar hundert oder tausend Mark Strafe zahlen zu müssen. Ich kenn da echt krasse Beispiele, wo Leute echt ein Ordnungswidrigkeitsverfahren an den Hals bekommen haben, weil sie mit Tesa ein Plakat an eine U-Bahnsäule geklebt haben. Das ist völlig absurd in einer Stadt wie Stuttgart, die gerne Großstadt wäre so eine Verordnung zu erlassen, ich versteh so etwas nicht. Wenn man wirklich vor hat solche Szenen irgendwie kaputt zu machen, dann ist dies ein richtig gutes Mittel- (Roland Brömmel, Umsonst & Draussen)"

Die Verknappung und Kommerzialisierung der Flächen hat zu einer immensen Explosion der Plakatierkosten geführt. Für ein normales DIN A1 Konzertplakat muss heute ca. 1,40 DM pro Tag bezahlt werden. Vor fünf Jahren hing das Plakat dafür 2 Wochen lang. Wenn man 100 DIN A0 Plakate für eine Woche an die Straßenbahnhaltestellen hängen will, kostet einen das fast 70.000,- DM (Dies entspricht ungefähr dem jährlichen Zuschuss der Musikerinitiative in Stuttgart). So ist verständlich, dass fast kein Konzertveranstalter mehr viele Plakate hängen kann. „(...) *Wie ich das mitbekommen habe läuft das aber ja gerade umgekehrt, dass diese Flächen dann auch noch Geldbringend vermietet werden. (...) Wo sollen wir das hernehmen? Wir können das einfach nicht leisten. Wir sind ja schon bei unseren Verteilern und Druckern, also allen Leuten, die etwas für uns machen, das Umsonst & Draußen könnte so heute gar nicht mehr neu initiiert werden. Es lebt voll von den Kontakten der Leute in die Szene rein, wo viele Leute ihre Dinge, die sie professionell machen für uns kostenlos zur Verfügung stellen, zum Selbstkostenpreis. Das fängt bei den Werbesachen an. (...) Ich weiß nicht, ob die Kohle innerhalb der Stadtbehörden in irgendwelche Bereich fließt, die es nötig hätten, aber zu uns kommt auf jeden Fall nichts zurück.* (ed.)"

Die Stadt ist heute sicherlich sauberer und das ist auch schön. Die Stadt spart auch Geld durch die Vermietung von Plakatflächen. Was dabei aber anscheinend nicht bedacht worden ist, ist die Tatsache, dass vor allem kleinere Konzertveranstalter und Jugendliche, die selber ihre ersten Sachen veranstalten wollen, keine gute Möglichkeit mehr haben an die Öffentlichkeit zu treten. *„Das macht auf jeden Fall nicht den Eindruck, das die Leute die mit der Verordnung zu tun haben, ne Ahnung hätten von Leben. Das Problem ist, du stößt bei der Stadt immer auf Mauern.*(ed.)*" „Das ist auch wahnsinnig kompliziert, da gibt es natürlich auch wieder mit der Stadt Ärger. Die Möglichkeiten zu plakatieren, das ist alles besetzt mit Konkurrenz und schwarz Plakatiererei, und da weiß man ja auch, da gab es die Diskussion mit den Stromkästen, da dürfen wir ja auch nicht plakatieren. Und da sollen wieder Möglichkeiten geschaffen werden, die sind dann wieder teuer und nur für manche vorbehalten, also auch das sind lauter so kleine Bausteine, wo es keinen Ansprechpartner gibt oder wo Sachen schief laufen. Das sind so Streitpunkte mit denen man besser umgehen könnte.*(Regine Laun, Cumulus Kulturbüro)" Da müssten schon einige Kultursäulen in der Stadt aufgestellt werden, damit man nicht nur Kommerz, sondern wieder Popmusik und Jugendkultur wahrnehmen kann. *„Du kommst ums Plakat nicht drum rum, aber wie überall macht es dann nichts aus. D.h. Du hast irgendeine Veranstaltung in der Werbung, d.h., wo erreiche ich die Leute, die gerne auf Konzerte gehen. Die Leute die gerne auf Konzerte gehen, die lesen Stadt- oder Kulturmagazine. Wenn ich weiß, wo ich hingehen möchte, lese ich ein Prinz oder Lift oder beides oder nur eins von beiden. Und da sehe ich dann irgendeine Veranstaltung, oder ich sehe irgendwo das Plakat, oder ich sehe am Samstag in der Zeitung die Anzeige dazu oder ich sehe bei den Vorverkaufsstellen einen Handzettel oder in einer Kneipe einen Flyer oder so was ausliegen. Also die Mischung macht es wie überall, also nur mit Plakaten oder nur mit Anzeigen oder nur mit Homepagewerbung oder nur mit Tageszeitungsanzeigen, glaub alleine mit ist es nicht damit getan. Ich denk, das Plakat als Medium ist immer noch das klassische Veranstalterplakat. Fangen wir ganz unten an. Irgendjemand der, ...Das Limelight macht viele eigene Veranstaltungen, der guckt immer, dass er...Anzeigen hat er keine drin, in der Stuttgarter Zeitung, die kann er sich nicht leisten, für ein Konzert, wo er 150 Leute erwartet oder 200. Der hängt seine Plakate bei sich ums Haus rum und in der Stadt noch irgendwo ein paar und verteilt seine Handzettel. Der macht viel über eigene Leistungen. Der fährt rum und sagt hier ist ein Konzert im LKA, das ist die richtige Zielgruppe, da verteile ich meine Flyer. Der kann nicht in der Stadt Hunderte von Plakaten buchen oder auch bloß 50 für eine Woche, weil das sprengt das Budget komplett. Das geht gar nicht.* (Christian Doll, KVL Ludewig)"

Die Suche nach anderen interessanten Werbeformen gestaltet sich schwierig. Weil die Plakatierung so teuer geworden ist, werden auch viel weniger Plakate gedruckt. Es können oft keine Stückzahlen erreicht werden, die sich dann auch rechnen. Handzetteln (Flyer) sind dadurch zur letzten breitflächigen Werbemöglichkeit für Popularmusik geworden. Die Preise sind hier durch den Digitaldruck und große Auflagen in den Keller gesunken. 5.000 DIN A7 Flyer sind doppelseitig und im Vierfarbdruck schon für etwas über 300,- zu bekommen. *„Teilweise find ich sowieso das viel zu viel Werbung gemacht wird. Also, du kannst dir ja zum Beispiel im "Litfass" keine Zigaretten mehr rauslassen ohne dass dir ein Kilo Werbung auf die Griffel fällt. Also, Werbung ist genügend. Egal in welchem Bereich, du wirst einfach nur zugeschissen.* (Wolfgang Fischinger, Lupos Rockshop)“ Die Flyerwerbung wird also inzwischen durch die Masse schon fast nicht mehr wahrgenommen. Die Jagd nach dem besten Motiv und der besten grafischen Idee spielt sich hier übrigens mit einer breiten, kreativen Heerschar von Layoutern ab. Jeder der einen Grafikrechner einigermaßen bedienen kann ist mit dabei. Bei den Handzetteln wurde bald der Verteilermodus interessant. Weil man auch über die Postkartenständer wie Edgar oder pick up nicht mehr durch die Flut an Printprodukten durchkommt, werden wohl bald neue Strategien über das Stuttgarter Nachtleben hereinbrechen: Flyer am Pilsglas, die bedruckte Flasche oder sogar dreilagig beim dringendsten Geschäft des Abends? Veranstalter und Firmen die es sich leisten können haben es derweil schon längst erkannt, wo der Weg hin führt. Der potentielle Besucher muss „persönlich an das Produkt gebunden“ werden. Jedes Wochenende fallen Heerscharen von Promotionteams über die Clubs und Kneipen her und beschäftigen ihre Werbeadressaten mit lustigen Fingerübungen, Preisrätseln und kleinen Geschenken. Ob man die jungen, gutaussehenden Promoleute dann auch auf der Party wiedersieht?

Institutionalisierte Mund zu Mund Propaganda wie diese führt aber niemanden zur angesagten Party. Dafür muss man Augen und Ohren etwas „gespitzter“ halten. Auf der anderen Seite: Der Mix macht’s. *„Es greift auf jeden Fall immer Hand in Hand. Die beste Sache ist, du hörst im Radio davon, schlägst die Zeitung auf, du stolperst über den Flyer und siehst da noch ein Plakat irgendwo.* (Michael Setzer, Prinz)“ Werbung für Popmusik ist somit besonders in Stuttgart schwierig und vor allem teuer. Auch öffentlich geförderte Einrichtungen müssen bis zur Hälfte eines Projektetats in Werbemaßnahmen investieren. Der „große Bruder“ lässt auch hier grüßen. Die großen Plattenfirmen setzten bis zu 100 Millionen Mark für eine Chartplatzierung in der Bundesrepublik ein. Die Medien und die Popularmusik sind eng miteinander verzahnt. Ohne Medien gibt es keinen großen Erfolg. Bei der Betrachtung der Medienlandschaft in der Region Stuttgart beantwortet dies auch manche Frage nach kommerziellem Erfolg. *„Stuttgart gehört nicht zu den großen Medienstädten, muss man ehrlich sagen. Man muss auch sagen, dass der SWR nach der Fusion maßgeblich dazu beigetragen hat, dass Stuttgart da verloren hat an Boden. Ich bin eigentlich ziemlich sauer auf den SWR, das sie den Bonus den die hatten, komplett aufgegeben haben. Auch ohne Not, man hätte das auch trotz Fusion, (...) man hätte da mehr draus machen können, als das heute ist. Und wenn Du heute mit Künstlern oder Plattenfirmen sprichst, bestes Beispiel Nick Cave der kommt nicht nach Stuttgart. Der SWR interessiert sich für den Künstler nicht. Wenn so ein Künstler hier her kommt, dann braucht er die Anbindung an die Medien, großen Medien usw. (...) Beim SWR ist es glaub ich, eine ziemliche Arroganz aus Baden-Baden. Was die Entscheiderebene angeht, dass die sagen Stuttgart ist doch, scheißegal, ob sie Landeshauptstadt ist oder nicht, ... Baden-Baden ist ein Dorf und das macht es halt super schwierig, weil auch viele Künstler sagen, oh, wenn ich in Stuttgart auftrete, muss ich dann mein Interview an den Sender Baden-Baden geben und das ist ein logistisches Problem noch dazu, also ziemlich verheerend, der SWR hat da viel Scherben hinterlassen. Und es ist ein Trugschluss zu erwarten, dass neue Sender nach Stuttgart kommen.* (Arne Braun, Lift Stuttgart)“ Auch für die Bedeutung des Live Standortes ist also das Vorhandensein großer, überregionaler Medien unglaublich wichtig. *„Es müsste Medienindustrie aus dem Umfeld Musik, Unterhaltung, Show, Radio, Fernsehen mehr in Stuttgart angesiedelt sein, dass es zwingend wird bestimmte Leute, die bestimmte Medien, die auch die Trends vorgeben, hier zu erreichen, dass man sich hier zeigen muss und auftreten muss und es hilft natürlich immer, wenn die Bedingungen, die Spielstätten, das Umfeld so gut ist, dass man sagt hier sind die Voraussetzungen so ideal, da möchten wir*

nicht dran vorübergehen.(...) Es gibt viele Tourneen, viele Konzerte, die wir ganz gerne hier machen würden, die sich dann aber nur auf wenige Tage beschränken und Stuttgart kommt eigentlich in die Planung immer erst wenn die Tournee 6,7,8 Tage mindestens umfasst. Die ersten 5 Tage werden immer in Hamburg, Berlin, Köln/Düsseldorf/Oberhausen, Frankfurt und München passieren. (...) Die heißen zwar Medienstädte, also im Prinzip nimmt man an, dass dort die Medien konzentrierter vorhanden sind, um dies dem Künstler geht. (...) In zweiter Linie kommen dann Städte, wie Hannover, wie Stuttgart, wie Leipzig. (...) Eine Tournee macht man ja zum einen um Geld zu verdienen und zum anderen um Öffentlichkeit zu haben, Medienresonanz zu haben und zum anderen sind es Städte, die einfach größer oder international bekannter sind. (Hans-Peter Haag, Music Circus)*"*. Im Rahmen regionaler Nachwuchsmusik wird die „überschaubare" Medienlandschaft durchaus zwiespältig gesehen. Einerseits können durch wenige Kontakte viele Leute erreicht werden, auf der anderen Seite ist es fast schon so, dass man es sich mit keinem Musikjournalisten verderben darf. Im Zweifelsfall ist nämlich kein zweiter da. *„Klar es ist die Frage, macht der SWR mit, macht bigFM mit, macht DASDING mit, dann hast du die Radioschnittstellen. Du hast zwei große Stadtmagazine Prinz und Lift, du hast sehr viele kleine Magazine subculture, reflect, partisan, die alle eine bestimmte Ecke beackern. (...) Fernsehen wäre noch toll....* (Michael Setzer, Prinz)". Die Beiträge über Musik sind bemüht vielschichtig und man versucht auch immer neue Trends aufzunehmen. Die Berücksichtigung von Nachwuchsmusik aus der Region Stuttgart ist aber zumindest bei den Rundfunkanstalten nicht zufriedenstellend. *„Ja, so ist ja die ganze Rundfunklandschaft: ich kann jetzt hier den Radio einschalten und da ist es dann völlig wurscht ob ich jetzt SWR 2, SWR 3 oder SWR 1 anschalte oder Antenne 1 oder Antenne 2 oder sonstigen "fuck" es ist immer die gleiche Musik.* (Wolfgang Fischinger, Lupos Rockshop)" Die großen Rundfunksender senden ein sogenanntes Formatradio. Das heißt, dass nach Marktanalysen und Trenduntersuchungen Musik ausgewählt und gesendet wird. Selbst die Platzierung der Sprechbeiträge ist sekundengenau geplant. Der SWR als öffentlich-rechtliche Sendeanstalt will sich um den Begriff „Format" immer etwas herumdrücken. Im Begriff „Wellenradio" findet sich aber genauso immer ein größtmöglicher Nenner an Hörern wieder. Das Ziel von SWR 3 ist, dass die Hörer jeden Tag einschalten können, egal zu welcher Uhrzeit, und sich da aufgehoben fühlen, dass sie dieses Gesamtpaket SWR3, die Moderatoren und die Musikfarbe erkennen. Die Musik für das gesamte Programm von SWR3 wird in Baden-Baden zusammengestellt. *„(...)und diese Region ist praktisch von dem einzigen großen Sender mehr oder weniger abgekoppelt worden – wir haben praktisch keinen lokalen Radiosender in dem Sinn –Antenne 1 macht sowieso nur Mainstream-Programm das heißt ist auch keine Hilfe in dem Fall, es gibt also keine Medien und man wird aber auch die Medien nicht so einfach an den Start kriegen, das ist ein großes Problem; man kann auch das freie Radio nicht dafür nehmen, weil das sind so viele Redaktionen drinnen, da kriegst du kein stringentes Programm zusammen, was wirklich jetzt zugeschnitten sein könnte auf nur Musik oder so.*(Bernd Haasis, Stuttgarter Nachrichten)" „*Der einzige Lichtblick ist Das Freie Radio-Quiz Stuttgart, das den aktiven die Möglichkeit gibt, einzugreifen. Zwar nicht alle, aber da gibt ´s ab und zu mal, merkt man die Szene, beispielsweise wir machen eine Sendung einmal im Monat, das sind die Harakiris, die machen eine Sendung, die abseits von der Mainstream Hörgewohnheiten stattfindet. Thorsten B. und Co. machen ja auch für Flüssigkeiten und Schwingungen usw. die dürfen sich da präsentieren. Aber da ist wiederum der Fall, dass die Frequenz natürlich viel zu schwach ist. Also mit dem Freien Radio, das da nur in der Innenstadt ca. 100.000 Haushalte erreichen kann, aber eigentlich eine Wirkung haben müsste, die über Stuttgart hinaus strahlt. Ob Esslingen, Böblingen oder sonst was. Da kann es natürlich keine Wirkung erzeugen.* (Arne Braun, Lift Stuttgart)" Wirklich für neue Popularmusik offen sind eigentlich nur noch 2 Radiosender. Beim Freien Radio für Stuttgart gibt es sogar eine Vereinbarung, dass nur nicht-kommerzielle Musik gesendet werden soll. Das Jugendradio des SWR (sitzt übrigens auch in Baden-Baden) „DASDING" hat für viele Künstler ein große Bedeutung, weil sie dieses Jugendradio schon jahrelang gefordert hatten. „*Jetzt kam endlich mal das Jugendradio, das gibt es jetzt wenigstens. (...)Vielleicht die Nischen, aber auf der anderen Seite fände ich es auch toll, wenn hier ein, zwei Fernsehsender hier wären ein paar fette Zeitschriftenverlage und ein paar mehr Labels.* (Johannes Strachwitz, 0711 Büro)" DASDING hat zwar eine relativ geringe Verbreitung, aber es bietet Platz für Experimente, nicht so abgedreht, wie das freie Radio, sondern eher an so einer imaginären Linie zum Kommerz.

Das Jugendradio wird natürlich gerne auch als Feigenblatt benutzt, damit der Rundfunk sagen kann: „Schaut mal, da machen wir doch was!“ Selbst die Regionalbüros von VIVA sind weniger journalistisches Instrument, als Deckmäntelchen, um eine bundesweite Sendelizenz zu erhalten. *„Die Lizenz für VIVA, weil wenn du bundesweit senden möchtest, musst du Regionalbüros haben, selbst ein Musiksender musste das. Das ist auch richtig. Medienmäßig haben wir hier einfach ein gewisses Problem, wir haben es hier mit zwei Jugendradios zu tun. Der eine ist großartig, das ist DASDING, der andere ist eine Farce, das ist ein TOP 40 Sender. Big FM ist ein Privatsender, der sich eine Radiolizenz erschlichen hat, in dem er die Gruppe, die Stuttgarter Zeitung hängt mit drinnen und der ganze politische Klüngel hier, hat gesagt macht doch gut Jugendradio. Das ist kein Jugendradio, das ist alles andere als ein Jugendradiosender, da ist das Feigenblättchen Kopfnicker macht ein oder zwei Stunden die Woche. Aber das ist ein Top 40 Sender, kein Jugendradio. (...) Wir haben es abgelehnt mit BigFM zu arbeiten, weil wir machen sehr jugendorientierte Musik, aber was die uns da zu bieten haben ist lasch. Das ist nicht besser als Antenne. Was da im täglichen Programm läuft ist Top 40 und Top 40 ist populistisch und populistisch heißt, natürlich hören das mehr Leute. Unter Jugendradio verstehe ich einen Spartensender, der sollte gar nicht gemessen werden. Würde man jetzt zum Beispiel VIVA messen, dann würde man feststellen, das die eine nicht messbare Quote haben, deswegen messen die erst gar nicht. Trotzdem ist VIVA unglaublich wichtig und DASDING ist unglaublich wichtig, weil da sind Leute davor, das sind Opinion Leader, das sind Leute, die was bewegen. Da kommt wieder das Ding, da braucht man nicht den großen Rundumschlag, da muss man gar nicht so groß denken, da muss man im kleinen agieren, im Kleinen denken und im kleinen handeln.*(Fitz Braum, Four Music)“

Insbesondere nach Betrachtung der Zielgruppen (bei DASDING bis 18 Jahre) wird klar, dass auch Hörer über 18 Jahre ein Radioprogramm empfangen können sollten, das sich nicht nur zwischen Evergreens und aktuellen Charthits bewegt. Beliebtes „Ärger – Argument“ für Radiomoderatren: Der öffentliche Kulturauftrag*. „Was ein bisschen schade ist, was ich eben angesprochen habe, sind die Grenzgänger die etwas Crossover sind, die etwas anders sind, abseits von Mainstream sind, dass die wenig Platz haben, sich zu präsentieren. (...) Also es ist ein echtes Manko, das muss man echt sagen, dass die öffentlich-rechtlichen Programme hier, Das Ding nehme ich ein bisschen aus. (...) Die sagen, es ist für diese Zielgruppe völlig uninteressant. Wir brauchen Masse. Die öffentlich-rechtlichen sagen, wir müssen bei der Umfrage, die zweimal im Jahr stattfindet, so und so abschneiden. Es ist völlig uninteressant Orbit Experience zu spielen, wir müssen Robby (Robbie Williams) spielen, wir müssen Melanie C. spielen, wir dürfen keine Experimente eingehen. Und mein Argument immer dagegen, dann macht es doch wenigstens in einer Sendephase wo sowieso keiner zuhört, macht ´s doch Montagsabend von 11 bis 12 Uhr, wie es HR 3 mit Klaus Waltermann macht. Das ist doch wunderbar. Da hört doch sonst keiner Radio, ja aber die Fernfahrer schalten dann ab. Der Argumentation kann ich dann einfach nicht folgen. Das tut mir dann leid. Ein Jugendfunk oder eine jüngere Welle machen zu wollen wie SWR 3 und keine jungen Themen spielen zu wollen, behandeln zu wollen.* (Arne Braun, Lift Stuttgart)“ Bei der Diskussion um die Sendung von Nachwuchsmusik aus der Region fällt immer wieder der Begriff Spartenradio. Spezielles Radioprogramm für jede, noch so kleinste Zielgruppe. In kleinen Studios produziert und über das Internet gesendet. „(...) *dann gibt es mittlerweile Webradio von uns, das dann eher Sparten auch bedient, also die Tücking macht da was z.B. mit , ich sag jetzt mal einfach , ein Rockradio, also wo Rocktitel laufen, und so was, da gibt es Specials drin, das hatten wir jetzt, als wir AC/DC hatten, da hatten wir die ganzen Interviews drin, die wir gemacht haben, wurden da gesendet, Bon Jovi, und solche Geschichten, ist momentan, glaube ich, nagle mich nicht fest, bei 13 Kanälen, oder so was. (...)die Zukunft vom Radio kann niemals ein Internetradio sein, das nicht moderiert ist, bzw. in dem vorproduzierte Sendungen gesendet werden, weil der Vorteil von Radio ist, dass es nach wie vor für alle zugänglichen, oder für alle Menschen zugänglich, schnellste Medium ist. Wenn irgendwas passiert, wenn ich oben im Studio sitze, ich habe neben dran einen Ticker stehen, einen Bildschirm, da laufen den ganzen Tag zwischen zwei und dreitausend Meldungen sämtlicher Nachrichtenagenturen auf, und da steht eben, Hannelore Kohl ist gestorben, dann kann ich hingehen und kann den Regler aufmachen und kann sagen, „Achtung, Hannelore Kohl ist gestorben.“ (...) Und deswegen, ich denke die Aufgabe vom*

Radio ist es, natürlich Leute zu unterhalten, Radio ist ein Nebenbeimedium, das ist auch vollkommen klar, die meisten Leute hören Radio wegen der Musik, es gibt aber auch nach wie vor Leute, die vom Radio gerne informiert werden und je regionaler ein Radio reagieren kann, desto wichtiger ist es als Medium auch für die Leute, die dort leben, und desto eher wird es dann auch genutzt. (Gregor Friedel SWR3 Stuttgart)“

Die neuen Informationskanäle in Echtzeit zu nutzen ist für Nachwuchsbands heute schon selbstverständlich. Bandinformationen, Fotos und Soundfiles stehen häufig im Internet zur Verfügung. Die Bedeutung der Information im Internet wird dagegen häufig noch überschätzt. Es werden zwar Informationen verfügbar, das heißt aber nicht, dass sie auch abgerufen werden. Weiterhin ist es auch so, dass die Zusammenhänge in einem globalen Netz leicht verloren gehen können. Was eine Nachwuchsband ausmacht, die Identität, die sie transportieren will, ist ja auch mit einem realen Lebenskontext, einer Jugendszene und Jugendkultur verbunden. *„Also ich glaube schon , dass zum einen übers Netz wahnsinnig viel läuft, dass auch viele Bands das schon am Start haben, ihre eigene Homepage und das auf der anderen Seite natürlich auch wir versuchen irgendwie da mit einzusteigen, d.h. wir haben ja jetzt eine Homepage mit der Jugendstiftung Baden- Württemberg inszeniert www.musikregion.de und da ist jetzt mal alles was wir über Jahre gesammelt haben an Daten an Infos und an Know how wird sozusagen publiziert das erste mal kann jetzt jeder drauf zurückgreifen. d.h. jede Band kann sich da reinklicken, die es interessiert, wie mach ich eine Veranstaltung oder wo kriege ich Equipment her oder wo gibt's Proberäume. Also das ist glaube ich eine zentrale Geschichte, wie sich die Information auch ein bisschen verteilt.* (Regine Laun, Cumulus Kulturbüro)“ Das Cumulus Kulturbüro versucht daher ein regionales Forum für Nachwuchsmusik im Netz zu etablieren. Ein virtuelles Netz durch das ein reales Netzwerk gebildet werden kann und durch das Informationen nicht nur bereitgestellt, sondern von anderen Nutzern auch abgerufen werden. Dies in einem regionalen Ansatz zu beginnen scheint sehr vielversprechend. Die Zusammenhänge der Popularmusikszene werden von der Presse auch nicht veröffentlicht. Es zählt die einzelne Nachricht und nicht die Entwicklung oder das Randgeschehen. *„(...) dass in der Presse noch viel zu wenig Geschichten da sind, was läuft eigentlich in der Szene, wo passiert was, dass das auch mehr nach außen getragen wird durch die Presse . Was passiert eigentlich mit Hip-Hop, das wurde auch ein bisschen versäumt das nach außen zu tragen. Einfach geschichtenmäßig. Warum entwickelt sich komischerweise hier so eine Szene? Warum ausgerechnet in Stuttgart? Und warum ausgerechnet in einem Jugendhaus? Also, dass so was auch mehr publiziert wird.*(ed.)“

4.4 Qualifikation

Die Qualifikation im Popularmusikbereich kann in verschiedene Bereiche unterteilt werden.

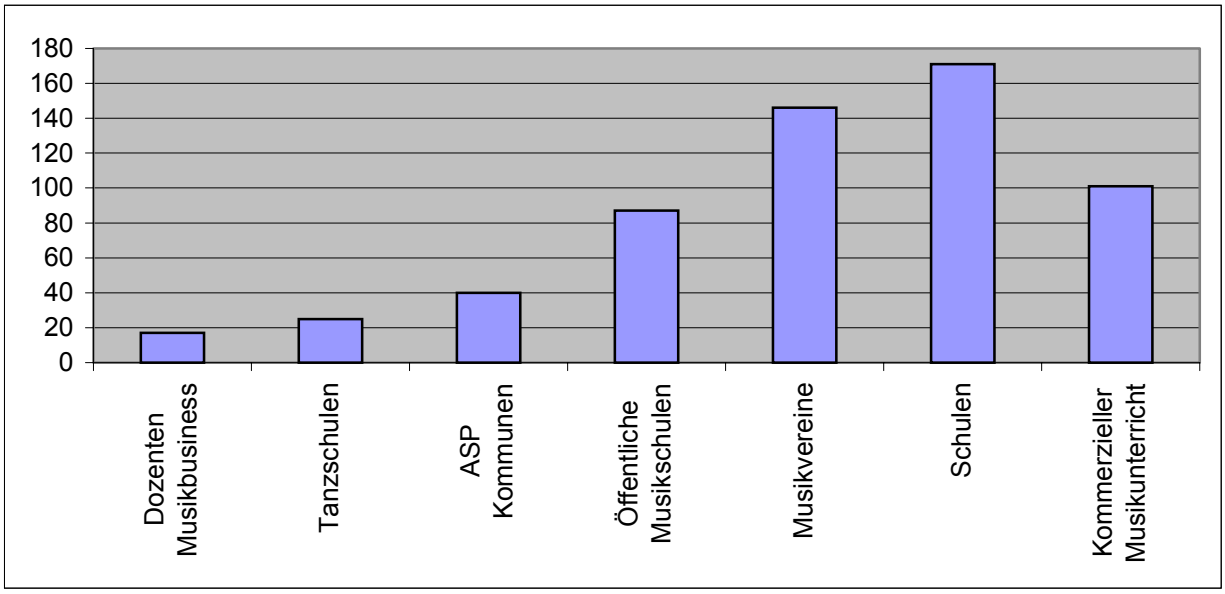
- Vermittlung allgemeiner Grundkenntnisse über populäre Musik an Jugendliche
- Instrumental und Gesangsunterricht, der Kindern und Jugendlichen musikalische Grundfertigkeiten vermittelt.
- Instrumental und Gesangsunterricht für junge Popmusiker (Fortgeschrittene)
- Die Ausbildung von Berufsmusikern und Musikpädagogen
- Temporär begrenzte Musikworkshops und Seminare
- Bandcoachings und -Trainings
- Musikbusinessseminare
- Ausbildungen (Veranstaltungstechniker, Kaufmann/kauffrau audiovisuelle Medien)
- Studium (Kulturmanagement, (Sozial)Pädagogik, Betriebswirtschaft/Marketing, Rechtswissenschaften)

Alle Experten haben durchweg eines postuliert: Popularmusik kann nicht (nur) gelehrt werden, sondern muss individuell angeeignet werden. „Learning by doing“ heißt das oberste Prinzip. Die oben vorgenommene Unterteilung der Kategorie Qualifikation macht deutlich, dass im Bereich Popularmusik viele Beschäftigte Quereinsteiger sind. Sie haben zwar zumeist eine fundierte Ausbildung, aber keine auf ihr Tätigkeitsfeld spezialisierte. So kommt es dazu, dass in der Praxis ganz unterschiedliche Qualifikationen aufeinander treffen, die nur durch die individuelle Aneignung von Popularmusik die Basis finden kreativ und wirtschaftlich zusammen zu arbeiten.

Ein Popmusiker muss nicht nur gut musizieren können, sondern er muss auch visuell und sprachlich „fit“ sein, er muss seinen Anteil an einer guten Bühnenpräsentation beitragen können. Das heißt, dass sich viele Randbereiche sehr relevant werden können: Tanz- und Theaterausbildungen, Sprechunterricht, Interviewtrainings, etc. *„Eine Nachwuchsband konkurriert halt mit den ganz Großen. Das war früher nicht so. Z.B. am gleichen Abend spielt Bon Jovi und in der Röhre spielt halt auch eine Band. Dann gehen die Leute, weil sie anspruchsvoll, verwöhnt sind, gewohnt sind gut gemachte Musik zu hören, gehen sie eben zu BonJovi. (...) Mir hat eine Situation wirklich zu denken gegeben: Ich hab mal mit einen 180-Mann-Orchester im Rosengarten/Mannheim eine Musical-Gala gespielt, zwei Tage ausverkauft. Die Sänger haben die Szenen nur angedeutet und die Musik stand im Vordergrund. Danach waren wir essen und ich halte einem älteren Ehepaar die Tür auf, und frage: Waren sie auch im Musical? Ja. Und hat es Ihnen gefallen? Die Ausstattung und die Technik waren nicht so toll. Das ist es, dachte ich mir. Der Unterhaltungswert für die Musiker war so extrem hoch, da geht jeder Musiker mit Gänsehaut raus. Aber der Otto-Normal-Verbraucher geht lieber zu Miss Saigon mit Hubschrauber, bunten Lampen und freut sich wie ein Kind.* (Stefan Schütz, drum departement)“

Man bräuchte eine Art Show-Schule. *„Eine Schule in der man lernt, wie kreiert man einen Spannungsverlauf. Wer clever ist guckt sich vieles an und kann das dann vielleicht auch machen. Man könnte jedoch auch sagen, die Hörkultur der Leute muss ändern. Nicht nur Knall und Fall, ob es raucht, 1000 Lampen da sind. Die Show war super, aber die Musik hören sie gar nicht mehr. Man muss den Leuten wieder Kultur zeigen und dafür Raum geben. Die brauchen Zeit. Und das ist heutzutage auch wieder nicht hipp.* (ed.)“ Wir haben die Tanzschule in der Grafik mit dargestellt, um diesen Zusammenhang zu verdeutlichen.

Abb. 7: Know how Transfer und Qualifizierungsmaßnahmen im Bereich Popularmusik



4.4.1 Weiterbildung von Künstlern

Thematische Stichwörter: Learning by doing, Showschule, Musikbusiness know how, Teamgeist, Spaß, Bandprozess,

Findet das Produkt/die Musik einer Band ausreichend Interesse beim Publikum, so stellt sich irgendwann die Frage der Professionalität. Es ist weniger eine Frage nach der Ernsthaftigkeit einer Band, sondern beschreibt eher den Punkt an dem außer musikalischen Gesichtspunkten auch wirtschaftliche einen weitaus höheren Stellenwert bekommen müssen. Zugleich ist es ein Punkt für eine Bands, an dem sie auch Know how über diesen „neuen" Bereich bekommen müssen oder Aufgaben an andere Personen abgeben müssen.

Frage:	„Ja"-Antworten in Prozent
Nehmt Ihr Musik-/Gesangsunterricht?	32,76 %
Löst Ihr interne Unstimmigkeiten immer selbst?	89,66 %
Berät Euch jemand in rechtlichen Fragen?	27,59 %
Habt Ihr einen juristisch geprüften Vertrag?	25,86 %
Seid Ihr versichert? Haftpflicht, Elektronik....	27,59 %
Habt Ihr einen Manager?	10,34 %
Seid Ihr beim Finanzamt angemeldet (vertraulich) ?	17,24 %
Könnt Ihr von Euren Gagen leben?	1,72 %
Werdet Ihr gesponsert?	6,90 %
Seid Ihr GEMA-Mitglieder?	39,66 %
Habt Ihr Kontakte zu Plattenfirmen/Labels?	34,48 %
Hattet ihr schon mal Probleme mit Veranstaltern?	36,21 %
War jemand von Euch schon bei einer Persönlichkeits-/Stilberatung?	6,90 %
Habt Ihr eine Choreographie?	10,34 %
Habt Ihr eine Bühnenanweisung?	36,21 %

Nicht einmal ein Drittel der Befragten Bands nimmt Musik- oder Gesangsunterricht, was allerdings keine Rückschlüsse auf die tatsächliche Qualität der Musiker-/innen zulässt, sondern lediglich darauf hinweist, dass musikalische Grundlagen schon vor der Bandgründung (Schule, privater Unterricht in Kindheit und Jugend, langjährige Praxis in früheren Bands) gelegt wurden. *„(...) man kann schon sagen, also 80 % der Bands, die ich höre, beherrschen ihr Handwerkszeug, können einigermaßen ordentlich spielen. Es kommt*

natürlich darauf an, wie sie es auch rüberbringen. Deswegen schauen wir uns die Bands ja auch an und gehen zu den Konzerten, um auch zu sehen, wie sie auf der Bühne kommen, wie sie auf der Bühne sind, wie sie mit dem Publikum umgehen können. (Roland Brömmel, Umsonst & Draußen)“ Auch der Teamgeist stimmt bei den meisten Bands. *„Zu einer Band gehört gute Musik und Bühnenpräsenz, das die das auch spannen präsentieren. Vor allem auch, dass sie ihr eigenes Ding machen. Es gibt Bands, die kriegen einfach das große Flattern, wenn sie vor großem Publikum stehen, weil sie die Erfahrung nicht haben. Die schaust Du dann zwei oder drei mal an und siehst aber dann auch eine Entwicklung, wenn die dann einfach live spielen, dann gewinnen die gleich auch viel mehr an Selbstsicherheit und für mich ist das immer ganz wichtig, so der Spaß von den Leuten rüberkommt, beim Konzert, beim Publikum. Ich nehme es dann lieber in Kauf, dass eine Band dann musikalisch nicht so astrein ihre Sachen vorbringt, dass es vielleicht kleine Pannen gibt, aber dass Du einfach merkst, die haben Freude und sind bei der Sache und die haben Spaß auch für sich selber, wenn sie auf der Bühne spielen. Das ist mir lieber als so ne komplett stiere Band, die dann irgendwie verkrampft auf der Bühne steht, möglicherweise perfekt ihre Sachen runterspielen, aber einfach kein Soul dahinter ist.* (ed.) Dieses „gemeinsame Spaß haben“ macht also auch einen wichtigen Teil von Popularmusik aus. Dabei bezeichnet Spaß hier nicht Unprofessionalität, sondern ist ein Gütesiegel dafür.

Auch wenn viele Bands ihre Musik lediglich als ernstgenommenes Hobby betrachten, zeigen sich im Bereich „Musikbusiness“ elementare Defizite. Lediglich ein Viertel der Bands ist versichert oder leistet es sich, Verträge juristisch überprüfen zu lassen. Hier zeigt sich auch, dass von wirklich professionellen Bands eigentlich nicht gesprochen werden kann, denn die überwältigende Mehrheit kann von den erzielten Gagen ihren Lebensunterhalt nicht bestreiten. Soweit überhaupt Angaben zu diesen Gagen gemacht wurden, lagen sie zwischen DM 0,-- und DM 40.000,-- pro Jahr, im Durchschnitt wurde ein Wert von DM 3159,32 erreicht. Auch durch Sponsoring werden so gut wie keine Einnahmen erzielt. Offensichtlich melden sich auch viele Bands trotz vorhandener Tonträger (56,9 %) nicht einmal bei der GEMA an (39,66%). Persönliches Auftreten sowie strategisch oder technisch präzises Vorgehen spielt ebenfalls nur eine untergeordnete Rolle. Immerhin ein Drittel der Bands hat trotzdem Kontakte zu Plattenfirmen und 63,79 % schaffen es, keine Probleme mit Veranstaltern zu bekommen. Es zeigt sich also, dass wenige Bands sich mit den „Professionalisierungsfragen“ wirklich beschäftigt haben im Alltag aber ganz gut zurecht kommen. Die meisten Bands gaben – in unterschiedlichen Formulierungen- an, ihr Ziel sei es, von der Musik leben zu können, Erfolg zu haben und Platten herauszubringen. Lediglich zwei Bands waren mit dem Hobbymusikerziel „Deckung der Unkosten“ zufrieden.

Frage:	„Ja“-Antworten in Prozent
Wollt Ihr mehr Know how über das Musikbiz?	62,07 %
Habt Ihr Interesse an Fachseminaren?	51,72 %
Findet Ihr Musikmessen/Ausstellungen gut?	70,69 %

Zusammen mit der Frage „Nehmt Ihr Musik-/Gesangsunterricht?“(32,76%) lässt sich feststellen, dass das Interesse an Weiterbildung und Information zwar vorhanden ist, allerdings nicht vorwiegend auf der Ebene von Unterricht oder Seminaren. Wichtiger in diesem Zusammenhang wären wohl Workshops, Branchenmeetings und die Bereitstellung von Informationen auf geeigneten Homepages (als Beispiel könnte auch das Veranstaltungsprogramm der Popkomm dienen).

Insgesamt haben die ausgefüllten Fragebögen gezeigt, dass die meisten Bands im Großraum Stuttgart mit Ehrgeiz und Nachhaltigkeit an ihre Musik herangehen. Finanzielle Investitionen werden in erster Linie für Grundlegendes (Raum, Anlage, Demo) getätigt, externe Unterstützung wird nur zögerlich angenommen. Obwohl dies im Hinblick auf die Erfahrungen und Qualifizierung einzelner Bandmitglieder sicher erfreulich ist, entstehen dadurch Defizite hinsichtlich der Professionalisierung einer Band. Die meisten Bands

erreichen daher diesen Status nur schwer oder gar nicht, wobei natürlich gesagt werden muss, dass die Konkurrenz mittlerweile enorm groß ist.

Auch wenn bei vielen Musiker Defizite im Know how über das Musikbusiness festgestellt werden können, geben sie Kindern und Jugendlichen aber selber wieder Unterricht und zwar im musikalischen Sinne, unabhängig davon, ob sie eine musikpädagogische Ausbildung besitzen. In den Gelben Seiten sind 101 freie Musiklehrer und MusiklehrerInnen verzeichnet. Auch hier kann am davon ausgehen, dass es regional weitaus mehr sind. *„Ich nehme schon an, dass es über 1000 sind. Es gibt allein 700 Studenten an der Musikhochschule, plus der Lehrkörper dort. Es gibt drei große Orchester, die allesamt nebenher auch noch ein bisschen Geld verdienen. Es gibt einen großen Graubereich von Leuten, die überhaupt keine Musikausbildung haben und trotzdem was tun und es gibt die abgeschlossenen Leute, die frei arbeiten. Also ich denke, dass es über 1000 sein werden (...)"* (Andreas Jäger, Stuttgarter Musikschule." Wir gehen dabei von einem Anteil an Popularmusik ausgerichtetem Unterricht von ungefähr 20% aus. Bei einem Stundensatz zwischen 30 und 80,- DM ist dies auch ein Bereich der durch die Menge wirtschaftlich durchaus relevant ist.

4.4.2 Qualifikationsangebote von Kultureinrichtungen

Thematische Stichwörter: Musik und Pädagogik, Klassik, Musikalische Grundkenntnisse, Musiklehrerausbildung, Zuschreibungen, Lebenserfahrung, Begabtenförderung, Musikbusiness Know how, Schnittstelle Ausbildung – wirtschaft,

Wir haben in der Region 41 Ansprechpartnern bei Kulturverwaltungen ausfindig machen können, die für den Bereich zuständig sind. Meistens sind die öffentlichen Musikschulen Hauptträger der Musikpädagogik. Hier ergibt sich eine Vermischung von Popularmusik und „Klassik", da Instrumental- und Gesangsunterricht in aller Regel zu Beginn im Kontext von Klassik durchgeführt wird. Am Beispiel der Musikschule Stuttgart kann dies sehr gut dargestellt werden: *„Also die Musikschule baut sich vom System her auf in die Bereiche Elemtar/Grundstufe, in den Instrumental- und Vocalunterricht, der sich anschießt und ergänzend dazu gibt es Ergänzungsfächer, Ensemblefächer, Orchester und was du wahrscheinlich meinst ist die Verteilung Klassik / Popularmusik, da ist es so, dass der größte Teil sicher im klassischen Bereich. In Personen sind es etwa 10 Personen im Popularbereich gegen die anderen 140, die im klassischen Bereich tätig sind."* (Andreas Jäger, Stuttgarter Musikschule). Die starke Ausrichtung auf Klassik hat neben anderen Faktoren auch den Hintergrund, dass die „Kunden" der Musikschule eher die Eltern, als die Kinder und Jugendlichen selbst sind. Für die Eltern liegt die Priorität ganz klar auf dem „klassischen" Erlernen eines Instrumentes. Die Altersstruktur der Schüler ist pyramidenartig. „*Pyramidenartig. Wir haben sicherlich den größten Anteil im Elementar und so bis 10 Jahre und dann bröckelt das nach oben allmählich auch, manche Kinder hören auf zu spielen und in so fern kann man das sich wie eine Pyramide vorstellen"* (ed.). Das Angebot der Musikschule wird außerdem auch dezentral in den Stadtteilen angeboten. *„Die Verwaltung der Musikschule ist hier zentral im Treffpunkt Rotebühlplatz und der Unterricht ist dezentral mit einem großen Schwerpunkt in der Stadtmitte, hier im Treffpunkt, aber auch noch an anderen Orten hier in der Stadtmitte. Insgesamt gibt es Musikunterricht an über 50 verschiedenen Orten in Stuttgart mit weiteren Schwerpunkten in sieben Bezirken mit größeren Außenstellen. Manche davon sind so groß, wie Musikschulen in anderen Städten."* (Karina Telle, Stuttgarter Musikschule). Diese Dezentralisierung ist vor allem für die Angebote für Kinder äußerst wichtig, da Kinder nicht so mobil sind wie Jugendliche oder Erwachsene.
Von den 3.800 Die Schülern der Stuttgarter Musikschule sind 1.600 älter als 11 Jahre, was dann aber schnell nach oben „abbröckelt". Diese Jugendlichen sind zuerst einmal Hörer von Popularmusik. *„Popularmusik ist die Musik, die unsere Jugendlichen hauptsächlich hören. Also es ist durchaus normal, dass ein klassisch unterrichtetes Kind hier mit seinem Walkman auf den Ohren erscheint und moderne Popularmusik hört und nach dem Unterricht auch verstöpselt wieder das Haus verlässt.(...) Wir haben in unserer Schule natürlich auch einen Popularbereich drin. Wo die (Bands, Anm. d. Verf.) sich treffen und was die immer so*

machen, weiß ich so genau nicht. Musik ist die Hauptidentifikation für die Jugendlichen in der Regel. (...)" (Andreas Jäger, Stuttgarter Musikschule).

Wie wird aber diese Hauptidentifikation Popularmusik bei der Musikschule berücksichtigt? Die Kombination, dass es je weniger Schüler gibt, umso älter diese sind und die Tatsache, dass Jugendliche so ab 10, 11 Jahren sich immer stärker mit Popularmusik identifizieren, lässt annehmen, dass das Angebot der Musikschule in diesem Bereich nicht zufriedenstellend ist. „*Ja und wenn dann dieser Punkt kommt mit zehn oder zwölf, dann kann sein dass er sich schon wunderbar aufgehoben fühlt im Orchester und da auch gerne mitspielt und Beethoven auch nett findet, also die die da kommen, die kommen wirklich ich hoffe zumindest die meisten freiwillig und dann gibt's sicher diejenigen die in der klassischen Musik nicht Zuhause sind und die was anderes machen wollen. (...) Die müssen leider manchmal gehen. Das müssen wir schon ehrlicherweise sagen, weil wir ihnen nicht das alles anbieten können, was sie möglicherweise bei uns suchen würden: Sie suchen es ja gar nicht erst, weil sie schon wissen dass sie es hier nur zum Teil finden werden" (*Karina Telle, Stuttgarter Musikschule). „*Da wollt ich auch noch sagen, dass natürlich die Musik nur dann anfängt interessant zu werden, wenn der, der die Musik macht die auch ernsthaft machen will. Ein Freund von uns der leitet eine große Musikschule in Schorndorf und der hat gesagt, dass 70% seiner Schüler eigentlich von den Eltern dazu gedrängt werden, Musik zu machen und es dann eben nur halblebig machen. Gute Musik muss von innen kommen.* (Daniel Requardt, Floridan Audiproduktionen). Es darf für die Jugendlichen also auch nicht zu leicht gehen und sie sollten freiwillig Musik machen wollen.

„Es gibt (an der Musikschule) *zum Einen den Fachbereich, der heißt Jazz/ Popular und ist vor 10 Jahren entstanden. Zunächst vor allem im Jazzbereich angesiedelt gewesen, da waren auch die Leute da. Es hat dann eben auch die ganz normalen Typen gegeben, es war nichts besonderes für einen Gitarristen auch E-Gitarre zu unterrichten, die gab's also schon immer und es gibt genauso eben Schüler hier die E-Gitarre, E-Bassuntericht im Popbereich machen. Wir haben etliche Bands, wo eben auch einzelne Kollegen von uns diese Stilrichtungen im Popularmusikbereich vertreten. Sei es reine Popmusik, es gibt auch eine Rockband, es gibt eine Salsa Band und solche Sachen. (...) In diesem Bereich ist die Verteilung auf Popular sehr viel stärker, als auf Jazz. Wir haben 2, 3 von diesen elitären Jazzern da, Klaus Graf oder so. Alle anderen, die E-Gitarre, Bass und Schlagzeug unterrichten, die unterrichten eben im Popularbereich. (...) Die Musikschule versucht seit 2 Jahren auch andere Angebote zu machen eben auch in Verbindung mit CUMULUS einen Populargrooves Workshop. Wo wir uns noch ein bisschen schwer tun an das Klientel ranzukommen, wo wir aber versuchen an die Jugendlichen ranzugehen. Vorab mal noch eine Sache angeboten, das nannten wir Bandtraining und dachten es sei das Ei des Kolumbus, wo wir angeboten haben, dass unsere Kollegen zu den Bands in die Proberäume gehen ohne jegliche Unterrichtsvertragverpflichtung, haben Werbung auch gemacht über CUMULUS und haben keinerlei Reaktion bekommen. Wahrscheinlich hat man uns da als Wolf im Schafspelz verdächtigt (Gelächter)."* (ed.).

Im Bereich Jazz und Popularmusik sind an der Musikschule 10 von 140 Lehrern beschäftigt und von 3.800 Schülern belegen ca. 200 Kurse in dem Bereich. Die Bands sind vergleichbar mit den Orchestern der Musikschule. Hier tun sich Schüler zusammen, um gemeinsam Musik zu machen. Wie Andreas Jäger verdeutlicht hat, ist es zudem für die Musikschule sehr schwer, neue Klientel, also Jugendliche anzusprechen. Die Entwicklung von Angeboten und Werbemaßnamen steckt da noch in den Kinderschuhen. Die speziellen Kompetenzen für den Bereich Pop werden der Musikschule, zum Teil gerechtfertigt, auch nicht zugetraut. *„Und dann das Ganze durch ein Kollegium das klassisch ausgebildet worden ist und das ist einfach der Großteil des Kollegiums, das sich mit der populären Musik überhaupt nicht auskennt das ist das ganze Gepäck, das ganze Bildungsgut das man da mitbringt"* (Karina Telle, Stuttgarter Musikschule). Auf der anderen Seite sieht sich die Musikschule vor der Problematik, den Bereich gar nicht wirklich ausbauen zu können, weil eine extrem große Nachfrage nach der Ausbildung der Kinder im Elementarbereich besteht und jedes Jahr ca. 1.000 Kinder abgewiesen werden müssen. *„Ja aber das sagen wir im Kulturamt bitte weiter, denn das ist nicht etwas das wir freiwillig so haben, sondern wir haben eine riesige*

Warteliste von fast 1000 Kindern im klassischen Bereich, für die normale Ausbildung, ich sag jetzt nicht klassisch, sondern die wollen einfach Instrumente spielen lernen, und selbst das können wir nicht abbauen und wir bekommen keine zusätzlichen Stellen, um irgendwelche neuen Dinge anzufangen“ (ed.). *„Der klassische, also der „normale“ Teil stirbt eben nicht aus. da ist ein riesiger Bedarf da, dem wir in vielen Stadtteilen gar nicht gerecht werden können. Wenn man mal die Statistiken für die Stadtteile anschaut, sieht man dass wir in vielen Stadtteilen kein angemessenes Angebot machen, weil die Nachfrage nach ganz „normalem“ Instrumentalunterricht wesentlich höher ist. Also wie sie schon gesagt, die Warteliste liegt bei 1000 Schülern etwa und auch der Bereich, der da existiert ist ja eine funktionierende Sache das beweist der ganze funktionierende Orchesterbetrieb mit Staffelorchestern und auch das beweisen auch diese Erfolge die man im Wettbewerbsbereich und so hat, also das ist ja kein Bereich der stirbt, sondern das ist eine Sache, die notwendig ist und die gut funktioniert. Die andere Sache ist auch notwendig, das sehen wir auch, bloß wollen wir es nicht auf Kosten des Bestehenden machen“* (Andreas Jäger, Stuttgarter Musikschule). Hier besteht also eine große Nachfrage von den Eltern, die ihren Kindern eine Musikalische Erziehung „angedeihen“ lassen wollen. Im Bereich der Jugendlichen wird die Musikschule bisher nicht als Ort gesehen, in dem man sich jetzt trifft um eine Popband zu gründen.

Die Entscheidung, den Bereich Pop auszubauen, würde also zur Zeit bedeuten noch mehr Kindern keine musikalische Grundausbildung geben zu können. Dies wiederum ist aber ja auch für den Popularmusikbereich wichtig, weil dort die Grundsteine für musikalisches Empfinden und Fertigkeit gelegt werden.
Die Berücksichtigung von Popularmusik wäre vor dem Hintergrund wichtig, dass die Musikschule schon heute für alle Zugänge zum Musizieren gewährleistet. Hier steht ein ausgebautes Ermäßigungssystem zur Verfügung. *„(...) wir haben einen großen Bereich von Ermäßigungsmöglichkeiten. Also hier kann auch wirklich eine Familie kommen, die auf dem unteren Bereich ihres Familieneinkommens liegt (...), die kommen auch, die bekommen bis zu 90% Ermäßigungen, also fast freie Plätze und dann gibt es eine ganze Staffel von Ermäßigungen und das muss natürlich bezahlt werden und das bezahlen eben alle Schüler mit. Und natürlich bezahlen alle die ganzen Zusatzangebote mit, so z.B. die ganzen Orchester, die ganzen Bands, die kosten ja alle nichts. Natürlich kosten die eine Menge Geld, aber für die Schüler kosten sie nichts. Die machen da mit, aber trotzdem müssen Gehälter bezahlt werden“* (Karina Telle, Stuttgarter Musikschule).
Im Zuge der Frage, wie Jugendliche zur Popmusik kommen tauchte auch die Frage auf, inwieweit sie überhaupt lehrbar ist. *„(...) Ich glaub die beste Schule ist die, dass du hergehst und dir erst mal dein Ohr selber bildest, in dem du anfängst dir Lieder selber rauszuhören, mit der Akustikgitarre oder mit dem Bass, Schlagzeug oder wie auch immer. Das ist ein Prozess der dauert sehr, sehr lang, dann wirst du immer schneller und du hast ein immer besseres Gehör und dann gehst du mal her und nimmst dir mal Noten oder sonst irgend was als Hilfsmittel dazu um dich weiterzubilden. (...) Weil da kriegst du ein Gefühl dafür. Quincy Jones und so die haben das auch nicht anders gemacht. Heutzutage schieben sie dir alles in den Arsch, die Werbung und die Mittel sind alle da, aber dir fehlt die Erfahrung: du hockst vor einem Programm, dass hat 64 Spuren, aber du hast überhaupt keine Ahnung wie du überhaupt mal eine Spur bearbeitest. Ganz klein anfangen und dann aufbauen, das ist es.* (Wolfgang Fischinger, Lupos Rockshop)“ Zusammen mit den anderen Aussagen kann man das Bild zeichnen, dass Grundlagen für junge Musiker sicherlich vermittelt werden können, das eigentliche musikalische Engagement der Jugendlichen aber von ihnen selbst kommen muss. Die Musikerinitiative Rock Stuttgart macht immer wieder kleine Qualifizierungsangebote, meistens im Zusammenarbeit mit anderen Trägern. *„Also was ich denke, man darf die Leute nicht mit Angeboten überfrachten, das auf gar keinen Fall. Ich denke schon, die Basics sind einfach Räume und Auftrittsmöglichkeiten und einfach selber machen lassen. (...) (Learning by doing), das ist ganz wichtig. Weil ich denke, es ist auch ein Bereich, damit die Leute irgendwo hingehen damit sie eben nicht wie in der Schule irgend etwas hingesetzt kriegen und machen sollen, sondern weil sie es selber machen wollen und ich denke, das ist eine große Lernerfahrung, die man in einer Band macht, Lebenserfahrung, dass man Teamwork selber lernt, selber darauf kommt und nicht, dass da einer vorne steht und sagt, wir machen jetzt ein Seminar wie man Teamwork macht. Dass man eben lernt,*

*sich um sein eigenes Zeug zu kümmern und sich selbst zu managen, da kann man auch auf die Schnauze fallen, in dem Bereich kann ja wenig schief gehen im Prinzip, nicht? (...) Ja, wobei das wirtschaftliche ganz am Schluss kommt, also wirklich, weil eine Band, die grottenschlecht ist, die wird es in den wirtschaftlichen Bereich gar nicht hineinbringen. (...) Es ist ein Anteil, es fängt damit an, dass du ein Bandkonto einrichten musst, du musst dich da irgendwie managen" (*Stefanie Wider-Groth MIR Stuttgart).

Die Hochschule für Musik und Darstellende Kunst ist die Ausbildungseinrichtung für die Spitzenförderung. „*Das sind so die Pflänzchen, die sich so durch die erste Stuttgarter Anfangsphase durchgeschlagen haben. Nicht nur Stuttgart, wir haben aus ganz Deutschland Leute da, aber sicherlich 60% sind Stuttgarter. Und die haben sich durch das was in der Jugendarbeit passiert, das was in der anderen Bandarbeit passiert, das ist die schon vielleicht die Creme in der Stuttgarter Jugendszene und die Leute, die dann einfach meinen, ich schlag den professionellen Weg ein , ich weiß, ich will das schaffen.(...) Die haben zumeist schon eine sehr fundierte Ausbildung, das sind schon sehr talentierte Leute, ich meine, das ist einfach so, wer an der Hochschule in Stuttgart Gitarre studieren will, der ist einer von 40 oder 50, der einen Platz kriegt. Da spielen 40 oder 50 Leute vor, Schlagzeug genauso, da muss man schon richtig was können.* (Mini Schulz, Hochschule für Musik und Darstellende Kunst)" Im Bereich Popularmusik unterrichten ca. 12 hauptamtliche Lehrer. Besonders begabte Studenten unterrichten am Ende des Studiums, als Tutorium an der Hochschule die jüngeren. Auch Gastdozenten werden für ein oder zwei Semester verpflichtet. Das passiert z.B. mit Klaus König, der einen Frank Zappa Workshop über zwei Jahre gibt. Es gibt noch Hochschulen in Mannheim, Köln, Berlin und Hamburg an denen insgesamt ungefähr 500 Studenten im Bereich Popularmusik ausgebildet werden.

Am Fachbereich Jazz- und Popularmusik versucht man auf „das spezielle Wesen" der Popmusik einzugehen. *„Das ist jetzt so ein bisschen, also wir haben die Studien so ein bisschen eingegrenzt, dass wir sagen Jazz gehört eigentlich nicht mehr zur Popularmusik. Das hat den Hintergrund gehabt, dass wir gesagt haben, wir müssen irgendwo diese Schnittmenge machen, das heißt nicht, dass Jazz oder auch Klassik für den Bereich nicht relevant ist, sondern das soll eher heißen, das wir ein bisschen darauf schauen wollen, wo Popularmusik entsteht. (...) weil es nichts schwierigeres gibt, als über ein, zwei oder drei Harmonien zu spielen, was vernünftig ist, es ist viel leichter zu nudeln über 20 Harmonien, das ist wirklich viel leichter, wenn man etwas spielen kann.(...) Ich würde mal sagen 50% von den Leuten die rauskommen, bleiben im U-Musikbereich. Im Popbereich und machen sich da wirklich einen guten Namen. Zum einen als Sideman, das heißt als Leute die einfach große Namen begleiten, Chris de Burgh, Tournee spielen, Howard Carpendale Tournee spielen, auch das ist bei uns drin. Und die anderen arbeiten als Jazzmusiker, Johannes Killinger, der hat auch mal Bass studiert, der ist ein hervorragender Produzent geworden, wen haben wir denn noch... wir haben dicke Leute dabei. (...) es kommt da was raus! Was vielleicht noch ganz interessant ist im Gegensatz zu sämtlichen anderen Hochschulen in Deutschland, also wenn man jetzt mit Mannheim, Köln oder Berlin vergleicht, Stuttgart lässt, keine andere Hochschule lässt dem Studenten so viel Freiraum wie Stuttgart. Stuttgart ist wirklich das extremste Experimentierfeld überhaupt. Was ich jetzt gerade mache, das ist vielleicht nicht uninteressant auch gerade für dieses Thema, ich gebe auch einen Bandworkshop, gebe auch eine Vorlesung für Marketing, Steuerkrempel, all diese Verwaltungssachen, die auf einen zukommen, habe das jetzt kombiniert und dieses Projekt startet jetzt im Oktober und zwar gibt es eine Band, eine neunköpfige Band, die es sich zur Aufgabe gemacht hat, einfach Popularmusik zu spielen, richtig poppige Sachen, z.B. jetzt aus en 70ern, Sänger zu begleiten, die neuen eingeladen werden, diese Arrangements müssen sie selber schreiben, die Sachen müssen sie einüben, so wie es eben nachher auch im professionellen Bereich vorkommt, du wirst angerufen, kannst du heute Abend spielen, mit der und der Band, da sind die Noten, spiele. So was müssen die auf die Beine stellen , es sind hervorragende Leute aus Los Angeles und aus Chicago jetzt eingeladen, führt die erste , für den Oktober. und diese Sachen müssen die, die proben am Vormittag, Nachmittag wird sich dann zusammengesetzt, das Info wird sich überlegt, wer macht die Abrechnung, wer macht den ganzen Klimbim Drumherum., wer übernimmt das Anrufen von den Leuten, dann wird in das wieder koordiniert und jetzt hat haben wir einen wunderbaren Veranstaltungsort gefunden,*

nämlich das M1, mit dem machen wir jetzt so eine Art Zusammenarbeit der Hochschule mit der freien Wirtschaft, so kann man das nennen, nicht mit Rogers Kiste, sondern im Popbereich.(ed.)“
Wie die Ausbildung an den Schnittstellen zwischen Musik, technischen und kaufmännischen Berufen organisiert werden sollte, wird unterschiedlich betrachtet. Ein Manager im Musik-Bereich, oder auch jemand der den Vertrieb macht, also ein Betriebswirt sollte ja ein musikalisches Grundverständnis mitbringen. „*Es geht dann vor allem auch noch um was anderes, man muss Verbindungen aufbauen und die kannst Du sowieso nicht im Studium, sondern die kannst Du nur in der funktionierenden Szene. Ich glaube nicht, dass Du zu viel Institutionalisierung da durchbringen kannst, weil dann geht dieser Markt mit den Verbindungen, diese Geschichte geht flöten. Dann verlässt man sich plötzlich auf was, was zu akademisch ist und wenn Popmusik etwas nicht ist, dann ist das akademisch. Das ist sie garantiert nicht.* (ed.)“ Wer schon einmal mit der GEMA zu tun hatte, wird wissen, wie unangenehm es ist mit einer Sachbearbeiterin zu tun zu haben, die nicht einmal weiß, dass Mozart tot ist.

Die Frage ist immer die, inwieweit man in welchen Themenfeldern Fachwissen vermitteln muss und welche Ausbildungsform dafür geeignet ist. *„(...) Das bedeutet , wenn man in einen Management-Beruf rein geht, dann muss man Management richtig lernen. Management ist eine Ausbildung von 3 bis 4 Jahren, die man richtig drauf haben muss. Wenn man eine instrumentaltechnische Ausbildung haben will, braucht man auch mindestens 4-5 Jahre, um es richtig gut zu können. Wenn man Tontechniker werden will , dann muss man richtig guter Tontechniker werden, da muss man entweder nach Detmold gehen, oder an eine hervorragende sonstige Schule, es gibt auch einige in Europa und in Amerika.*(ed.) An eine Ausbildungseinrichtung die querschnittsbezogen arbeiten soll, werden hohe Anforderungen gestellt. „*Es muss sehr frei sein, die Leute müssen die richtigen Informationen bekommen können, von den richtigen Leuten, also müssten sich z.B. in Workshops auseinandersetzen miteinander, vielleicht müssten diese Leute auch mit ihren Projekten vorstellig werden können auch bei den Plattenfirmen, die sie coachen. Es ist unter Umständen sinnvoller in diese Richtung zu gehen und wenn man bloß an die Instrumentaltechnik geht, also an die Ausbildung, das Handwerk, das handwerkliche, dann muss man gucken, dass man hervorragende Dozenten hat, aber dann kann man eins nicht machen, dann kann man das nicht machen mit der Geschichte mit ein paar Workshops. Da brauchst Du einen Mann oder eine Frau die Dir über 3-4 Jahre sagt, so funktioniert es sonst funktioniert so was nicht.*(ed.)

Die meisten Experten erhoffen sich eine bessere Ausbildung für die Wirtschaft und auch einen Schub von Existenzgründungen, der von einer Einrichtung ausgehen könnte. *„(...) ich weiß diese Rock und Musikbusiness Seminare am Anfang die waren ganz gut vom Ansatz her ich bin mir nur nicht sicher, ob so ein Blockseminar reicht. Ich will jetzt einen Politiker auch mal ausnehmen nämlich den Staatsminister Palmer, der nämlich der die Idee von der Popakademie ins Spiel gebracht hat und was ich respektvoll finde dass er drüber nachdenkt, weil das tatsächlich einen gewissen Sinn macht allerdings nur dann wenn man gleichzeitig eine Infrastruktur schafft. weil im Filmbereich sieht man das es ausgesprochen schwierig für die Leute ist hier zu produzieren. Das heißt ich kann nicht nur Leute ausbilden, sondern diese Popakademie müsste zugleich auch eine Art Produktionszentrum werden. – Also man müsste das kombinieren; was wir vorhin besprochen haben, also vielleicht kann die Stadt so etwas machen – also man kann nicht nur die Popakademie hinstellen, sondern man muss dann auch gleichzeitig daneben was stellen, wo die Leute direkt ins Studio gehen können. (Bernd Haasis, Stuttgarter Nachrichten)“* Es geht also auch gleich um die Bedingungen, die es in Stuttgart für Firmenansiedelungen und Neugründungen gibt. Dies wird als äußerst wichtig erachtet, dass der Übergang zwischen lernen und umsetzen ein fließender ist. *„(...) dass die Leute wissen, ich könnt hier ne Firma gründen. (...) Das kannst du am Beispiel Filmakademie auch sehen. Du hast Leute, die wirklich gut trainiert werden an der Akademie und dann nicht wirklich die Möglichkeit haben hier zu arbeiten. Was gut wäre denke ich, wenn kleine Indiefirmen gefördert werden würden, was heißt gefördert werden, wenn man denen einfach etwas unter die Arme greift, weil dadurch entsteht das, das die sagen hey hier kann ich ja doch vernünftig arbeiten und wenn die dann Erfolg haben und das ist immer drin*

für ne Band oder ne Firma. Nimm ne Plattenfirma, da hängt so ein Rattenschwanz an Zeug dran, wie Grafikbüros. Oben im Medienhaus hier, Feedback machen die Internetseite, das Layout machen Alice Schwarz & Co für irgendwelche Platten und so greift das Hand in Hand und die haben alle ihre Aufträge, weil die Firma Four Music sagt, wir haben ein neues Produkt, macht ihr das. Genauso kann das bei jeder anderen Firma passieren, nur dadurch dass man sie fördert, werden sie nicht automatisch berühmt. (Michael Setzer, Prinz)" Dafür sollte eine Ausbildungseinrichtung dieser Art auch gut mit einem regionalen Popularmusikförderkonzept verbunden werden. *„Solange die isoliert irgendwo hingestellt wird sicherlich nicht. Also wenn die eingebettet ist in irgendeine andere gute Struktur, dann kann ich mir das vorstellen. Zum anderen auch da: wie ist die gefüllt mit Inhalten, wer füllt die mit Inhalten und wie flexibel und variabel und mit wie vielen Möglichkeiten ist die ausgestattet.* (Regine Laun, Cumulus Kulturbüro)" Die Zusammenarbeit und die Notwendigkeit wird von der Wirtschaft sehr positiv eingestuft. „*Für uns wäre es schon toll, wenn es hier so eine Schule gäbe, wo bestimmte Leute, wo bestimmte Berufe ausgebildet werden in diesem Bereich, wo die Leute dann einfach sagen, da mach ich hier mal ein 600 DM Diplom und wenn die Schule rum ist, dann mach ich hier mal ein Jahr oder zwei Four Music und geh dann woanders hin. Allein diese zwei Jahre würden uns schon enorm helfen. Wir haben hier ja in unserer Internetseite, unsere Angestellten sind hier alle schön abgebildet auf einem Grundriss und dann gibt's noch die Hall of Fame. Da kommen alle verdienten Mitarbeiter rein, die aber aus Gründen gegangen sind – weil sie's hier nicht mehr ausgehalten haben (lacht) in der Stadt, die kommen da rein. Das waren für den Aufbau und den Start des Labels wichtige Mitarbeiter, die oft nur ein oder zwei Jahre da waren. Da haben wir gelernt mit umzugehen. Wir brauchen gar nicht unbedingt Zulieferer oder Mitarbeiter, die hier das ganze Leben mit uns verbringen, das ist vielleicht auch gar nicht so gesund, aber wenn es ein paar Leute nach Stuttgart schaffen und sich ausbilden lassen und dann gar hier hängen bleiben für eine begrenzte Zeit, wäre das schon für uns sinnvoll. Ganz großartig.*(Fitz Braum, Four Music)"

Auch als Teil der Musikerausbildung spielen musikwirtschaftliche Themen eine Rolle. "*Das ist absolut notwendig, ohne das läuft gar nichts mehr. Es gibt die tollsten Musiker, auch in Stuttgart also fantastische Weltklasseleute, die einfach noch nicht einmal wissen, wie man ein Konzert ausmacht. Die nicht wissen, wie man eine Gage aushandelt, die nicht wissen, wie man einen Vertrag unterschreibt, bzw. wie man einen selber macht und das ist natürlich tragisch. Sollte dies das Ziel der Popakademie sein, prima Sache, wenn man das dann noch vernetzten kann, wunderbar, aber wenn ich mir dann wieder angucke, so eine Situation wie die Hochschule und da wird ausgebaut und es gibt auch Räume und man soll jetzt ne Akademie bauen, wo wieder neue Räume benötigt werden, wer zahlt denn die ganzen Mietkosten? Das sind alles Kosten, die kommen und kommen und kommen. Ich meine, wir haben da nicht nur Kosten für irgendwelche Dozenten, wir haben einfach für die ganze Musik Drumherum ungeheuerliche Kosten. Du brauchst ein Sekretariat nur um die Koordination und die Kommunikation zwischen den Häusern herzustellen, das ist ein Kostenfaktor, da fragt sich es ob man nicht Sinnvollerweise lieber ein neues Tonstudio für das Geld einrichtet, das dann auch einen Output bringt, (...) Ich sehe auf der einen Seite, dass es verwaltungsmäßig ein wahnsinniger Aufwand ist und dann sehe ich, dass es zu viele Profilneurotiker in diesem Business gibt, die diese ganze Sache nicht zulassen werden. Und die sind wahrscheinlich die viel größere Hürde. Aber so ist das.*(Mini Schulz, Hochschule für Musik und Darstellende Kunst)" Hier scheint es besonders entscheidend zu sein, schon bestehende Studien- und Ausbildungsgänge miteinander zu verzahnen. Die Gefahr besteht, dass ein hoher Verwaltungsaufwand entstehen wird.

4.4.3 Qualifikationsangebote von Jugendeinrichtungen

Thematische Stichwörter: Musikrezeption Jugendlicher, Vermittlung von Musikgeschichte, Neue Instrumente „DJ, Rap“, Veranstaltungsmanagement, Know how Transfer, Beratung, Berufsfindung, Vernetzung, flexible Strukturen, Jugendkultur

In der Jugendarbeit geht es darum, Jugendlichen die Musik, die sie tagtäglich hören, näher zu bringen. *„Ja, ich meine das ist ein interessanter Aspekt: wer kennt B.B. King, außer dass er mal was mit U2 gemacht hat? Ich nehme es jetzt hier mal an meinen Azubis: da wurde neulich ein Song produziert mit einem Sample von James Brown, da sagt der: "geiler Sample, hab ich gesampelt". Da hat der den gesampelt von einem DJ Sample, der wiederum auch von einem DJ und der wiederum hat irgendwann mal von "Motown" gesampelt. Und da ist, so glaub ich, der Punkt wo ich sag: "Da ist der Ansatz". Dass man den Leuten einfach erklären muss, dass die Musik ein sehr großes Spektrum ist und dass es irgendwann mal angefangen hat von Gospel bis Blues bis Jazz bis Rock bis 60er bis Beatles, links, rechts und dann sind die jetzt oben an der Spitze, aber dass kann alles aufhören. Aber dass Interessante ist, die Menschen denen man das erklärt, sind einem dankbar, weil sie endlich mal wissen: oh ja, da kann man sich ja von der Musik bedienen, das hat mich schon immer interessiert; jetzt kauft der gerade alle 70er/60 er Jahre Platten auf.* (Daniel Requardt, Floridan Audioproduktionen)” Wenn man Popularmusik fördern will, dann sollte man also auch die Geschichte, die History an Jugendliche vermitteln und auch Musikstile fördern die jetzt nicht grade hip sind, sondern wo es wichtig ist diese kulturell zu erhalten.

Im Rahmen kulturpädagogischer Angebote werden Jugendlichen einfache instrumentelle Grundlagen beigebracht und Einstiegskurse in DJing, Rap und Gesang angeboten. Als dritter Bereich zählt der Know how Transfer zu Nachwuchsmusikern und Bands. *„(...) bei Cumulus ist das anders gelagert. Die gehen auch immer wieder einmal einen Schritt weiter. Da gibt es auch den Ansatz Bands zu pushen und zu unterstützen, und sie weiterzubringen. Was bei uns oft auf der Ebene Übungsraum bleibt. Sprich Veranstaltungsmanagement. Das wird also eher von Cumulus geleistet. Das macht der Mitarbeiter auch vor Ort und der kann dann auch vermitteln, aber das ist geringer ausgeprägt“* (Bernd Häberlein, Stuttgarter Jugendhaus e.V.) Das Cumulus Kulturbüro ist die Einrichtung, die sich um den Nachwuchsbandbereich in Stuttgart kümmert, Künstler und Multiplikatoren qualifiziert, erprobt, vermittelt und weiterbildet. Die Arbeit bezieht sich im Qualifizierungsbereich nicht nur auf Musiker und Bands sondern in der konkreten Zusammenarbeit auch auf Mitarbeiter einzelner (Jugendhilfe)Einrichtungen.

Unter Qualifizierung wird auch das vermitteln von Informationen und Möglichkeiten (Ressourcen) verstanden. Hierfür werden Informationen aus dem Bereich Popularmusik gesammelt und katalogisiert. *„Einen Großteil habe ich von der Generation davor mitbekommen und dann hab ich ja mit dir geredet bei CUMULUS, das war auch ganz hilfreich, so dass man erst mal die ersten Pressekontakte bekommt, was eigentlich sehr viel ausmacht, dass man mal die Anschreiben rausschicken kann und du einfach die 50 Adressen hast, wo du deine Pressemitteilung hinkriegst, weil das ohne fremde Hilfe rauszukriegen ist recht schwer und mühselig und sonst hat es einfach, dass man mit der Zeit – jetzt gibt es einen Verbund der Umsonst & Draußen Festivals, wo man sich praktisch austauschen kann. Ich denke, dass es ganz wichtig ist auf Veranstalterebene, wenn man so etwas organisieren möchte, dass man sich austauscht und Tipps gibt und das nicht immer mit Geld verbunden ist, wenn man einfach, also ich hab die und die Frage und dann kann man sich gegenseitig helfen.* (Martin Gerlich, Rohrer Club)“ Diese Informationen dienen auch als Grundlage für die Beratung und den Support von Jugendlichen und Musikern bei Fragen und Projekten und von Organisation. Die Qualifizierungsmaßnahmen laufen auch „verdeckt“ bei Musikprojekten mit. Der Nachwuchsförderpreis Noise Gate wurde zum Beispiel nicht nur auf der Grundlage konzipiert, möglichst vielen Hörern Nachwuchsmusik nahe zu bringen, sondern integrierte auf verschiedensten Ebenen Qualifizierungsmaßnahmen für die Bands: Fachleute gaben Feedbacks, Einzelcoachings wurden durchgeführt und konkrete Abläufe erprobt.

Aufgabe des CUMULUS Kulturbüros ist die Förderung der Kooperation und Vernetzung im Bereich der Musiknachwuchsförderung und der Jugendkulturarbeit. Dadurch soll der bestmögliche Einsatz von Know how, Personal und Geld gesichert werden. Für die Mitarbeiter wurden auch schon diverse Fachseminare, u.a. zum Veranstaltungsmanagement oder zur Nachwuchsmusikförderung angeboten. Die Qualifizierungsmaßnahmen langten aber auch schon in den Existenzgründungsbereich hinein: *„Also wir haben das ja zum Teil angeboten CUMULUS, auch so Qualifizierungsgeschichten also jetzt keine Ausbildung in den Sinne aber zumindest mal Workshops wo man mal bestimmte Basics mal lernen konnte. Wir habe das dann auch wieder aufgehört, das bietet ja auch jetzt die Rock-Stiftung an, weiß nicht wie die bei denen laufen. Ich weiß es nicht, das ist in dem ganzen Musikbereich immer die Frage wie weit man das institutionalisiert. Das sind ja oft auch Berufe in die rutscht man rein. Es gibt ja genügend Tontechniker die halt keine Lehre oder Ausbildung gemacht haben, die das einfach sind durch jahrelanges irgendwo mitmachen oder mitmischen oder sich das selber aufholen. Ich bin da immer ein bisschen ambivalent das ist genauso aber auch meine Position in der Nachwuchsförderung, dass ich denk, die muss man sich selbst entwickeln lassen, zum anderen muss man aber es zumindest anbieten, dass es auch einen anderen Weg gibt und das würde ich bei einer Ausbildung genauso sagen. Ich denk, man muss es anbieten, man muss es mit einem guten Konzept anbieten, mit so einem, was sich nicht irgendeiner einfallen lässt, sondern das wirklich gut ausgearbeitet ist und zwar mir kompetenten Leuten, die wissen, was da an Inhalten gefragt ist. (...) auch (im musikalischen Bereich) ist es wichtig, dass es sowohl kommerzielle Anbieter gibt wie auch nach wie vor die Musikschule, die ja jetzt auch versucht im Popularmusikbereich mehr anzubieten“* (Regine Laun, CUMULUS Kulturbüro). Man braucht also flexible Strukturen, um immer wieder neu auf die Anforderungen des Weiterbildungssektors und auf die Marktlage reagieren zu können.

Bei den Sozialpädagogen, oder Erziehern hat es oft etwas mit privaten Vorlieben zu tun, ob man sich mit dem Thema Popularmusik beschäftigt. In der Ausbildung findet das Thema fast nicht statt. *„Ich bin Sozialpädagoge und habe in meiner Zeit hier beim Jugendhaus e.V. in einzelnen Bereichen mit Fortbildungen, kleine Bruchstück abgedeckt, die dann aber eher musiktechnische Sachen angingen. z.B. Musik am PC, um eben mit den Jugendlichen auch da arbeiten zu können. Das andere war Umgang mit der großen Technik für Konzerte. Das sind Sachen, die dann dazukommen, aber es ist keine richtige Ausbildung. Da kommt dann noch Erfahrung dazu, zum Teil von Vorgängern, oder Erfahrungen aus früheren Arbeitsfeldern.*(Achim Wernsdörfer, KJH Untertürkheim)“ Die Frage nach guten Qualifizierungsmaßnahmen ist auch hier eine nach der Ausbildung und dem Studium.

Pädagogik mit einem jugendkulturellen Schwerpunkt kann man in der Region an der Fachhochschule für Sozialwesen Esslingen und an der Universität Tübingen studieren.

4.4.4 Qualifikationsangebote von Allgemein bildende Schulen

Thematische Stichwörter: Reform des Musikunterrichts, Berührungsängste, Lehrerfortbildung, Kulturfach

„Dann gibt's natürlich die Möglichkeit über Schulen dass zu erlernen, über Musikschulen, da geht's jetzt aber nur um den Bereich Musik selber: ich will Instrumente erlernen. Dann kann man natürlich auch schon in der Schule anfangen, ich kenne aber witzigerweise keinen Musiker, der sagt, der Schulunterricht hat mir viel gebracht, da sollte man sich auch überlegen: woran liegt das eigentlich. Dabei ist es was schönes, Musik. (Daniel Requardt, Floridan Audioproduktionen)” Die Schulen sind für die kommunale Nachwuchsförderung, wie auch in anderen Bereichen nicht sehr engagiert. Es wurde keine Schule gefunden, die ein entsprechendes „Qualifizierungsprogramm“ anbietet. Dem Musikbereich kann man bei gutem Willen aber natürlich eine grundlegende Funktion zur Auseinandersetzung mit Musik für Kinder und Jugendliche zuschreiben. *„Wenn man die Lehrpläne für das Fach Musik betrachtet, kann man feststellen, dass die eigentlich das Thema Popmusik in großem Umfang berücksichtigen. Allerdings bestehen sicherlich von Seiten der Lehrkräfte teilweise*

Berührungsängste, das Thema umfassend in den Unterricht zu integrieren. Auch außerhalb des Schulunterrichts, z.B. im Rahmen von Projekttagen oder Arbeitsgemeinschaften, werden meiner Meinung nach noch nicht alle Chancen optimal genutzt. Das betrifft dann z.B. auch solche Projekte, die gemeinsam mit anderen örtlichen Einrichtungen wie Jugendmusikschulen umgesetzt werden könnten. Ich denke da bestehen innerhalb der Kommunen schon so viele Kooperationsmöglichkeiten. Landesweit könnte man da eher an den Bereich der Lehrerfortbildung denken. (Janina Menrath, MFG)" *„Wenn ich eine Entscheidungsposition hätte, würde ich in der Schule anfangen, dort wo die jungen sitzen. Denen würde ich ein Kulturfach verpassen. Musik, Kunst, Literatur, Film, alles. Dort gute Lehrer aussuchen, die das wecken und die Jugendlichen damit reizen, mal wieder genau hinzuhören. (...) Für mich fängt es eben bei der Schule an. Das Gegenteil passiert. Noch schneller, noch tougher. Die Leute die ich kenne, die Erfolg haben sind kunstbeflissene Menschen und nicht Arbeitsviecher.* (Stefan Schütz, drum departement)"

4.4.2 Qualifikationsangebote von Firmen und Ausbildungsgänge

Thematische Stichwörter: Erfahrungen, Anstellungsart Musiklehrer, Preisgefüge, IHK Ausbildungsgänge, Nicht anerkannte Seminare und Ausbildungsgänge, Lebensläufe, Kristallisationspunkt Ausbildungseinrichtung, Zusammenarbeit mit öffentlichen Trägern

Der Musikunterricht an freien Schulen wird von den öffentlichen Bildungseinrichtungen gerne in der Qualität etwas zurückgestuft. *„Also, das was ich von der Stuttgarter Musikhochschule höre, also das was ich so mitbekomme, ist eigentlich sehr erfreulich, schöne Sachen, die da passieren, und dann gibt es noch eine ganze Menge Privatschulen, wobei da muss ich sagen, mit privaten Schulen habe ich keine so tollen Erfahrungen gemacht, weil diese ganzen Leute natürlich irgendwann mal an den Punkt kommen die wollen gern an der Hochschule studieren und du kannst so ein bisschen nachgucken, wer kommt woher, wer hat was gelernt und wo gelernt. Und du merkst z.B. wenn Leute von einer Musikschule kommen, haben sie eine sehr fundierte Ausbildung. Aber es gibt einfach eine ganze Menge Privatangebote, die ich für lange nicht so fundiert halte, wie das was z.B. an der Musikschule gemacht wird.(...)Das merkst du spieltechnisch, das merkst Du an der Art von der Vorbereitung, wie die Leute plötzlich sich selber präsentieren auf der Bühne, die sind unglaublich nervös oder sind unglaublich arrogant und das ist dann schon sehr, also das ist eine unangenehme Atmosphäre, und ein Musiker, der auf der Bühne steht oder in einer Performing Situation steht, und eine unangenehme Ausstrahlung hat, das wird nicht lange gut gehen, der hat keine Chance auf dem Markt, wenn man das marktwirtschaftlich einfach so sagen kann. Das wird nicht funktionieren.* (Mini Schulz, Hochschule für Musik und Darstellende Kunst)" Offensichtlich ist jedoch, dass die kommerziellen Bildungseinrichtungen den Bereich Popmusik schon viel länger in ihr Programm aufgenommen haben und auch erfahrene Dozenten zur Verfügung haben. *„Wir haben Verbindung zu Drummers Collective in New York. Wir bilden definitiv genau gleich aus. Wir haben einen regen Austausch und fliegen einmal im Jahr hin um mal wieder zu schauen, also genau gleiche Ausbildung wie in New York, aber die in New York haben so ein riesen Einzugsgebiet und alle Spitzenstars stationieren sich in New York, sprich die bieten unglaubliche Workshops an und haben es einfacher tolle Gastdozenten zu bekommen als wir. Wir müssen uns erst immer publik machen. Im Prinzip bekommen wir auch alle. Also den Drummer von Phil Collins kann ich in Stuttgart genauso kriegen wie in New York. Weil die Schleyer-Halle doch die großen Konzerte ermöglicht. Das ist für uns wichtig wenn der Star hierher kommt, haben wir die Möglichkeit an ihn ran zukommen, wenn er nur nach Köln kommt, kommt er natürlich nicht nach Stuttgart.* (Stefan Schütz, drum departement)" Sie sind in eine Lücke gestoßen, weil die öffentlichen Musikschulen ihr Angebot sehr auf Kinder und Klassik ausgerichtet haben. *„(...) Eine zentralgesteuerte, geförderte Schule wird nie den Biß haben wie eine Private. Ich war selber schon an einer Schule und bin auch an der Musikhochschule. Das ist eine andere Nummer. Dort eine Dozentenbesprechung und eine Dozentenbesprechung im Drum Department ist ein Unterschied wie schwarz und weiß. Der Selbstständige hat Existenzangst und Feuer unter dem Hintern. Bei einer Festanstellung, an der Musikschule sagen sich viele,*

was ich heute nicht mach, mach ich morgen. Die Musikschule wirbt ja auch nicht groß um die Plätze. Eine städtische Musikschule könnte Sozialschwache fördern, das können wir ja nicht. Wie sollten wir das überprüfen? Ich kann mir ja von den Eltern keinen Gehaltszettel vorlegen lassen und dann sagen, o.k. dann kriegt mein Dozent jetzt mal keine Kohle. Wir sind eine Spezialschule und die Musikschule hat ja einen anderen Auftrag. Die Leute kommen zu uns, weil sie zu uns kommen wollen und nicht weil sie an der Musikschule keinen Platz bekommen. (...) Wir gucken nicht so was die Musikschule macht. Wir gucken nur was und wie wir es machen und was wir wollen unabhängig was die Musikschule macht. Musikschulen waren früher immer ziemlich zäh. Und Popmusik ist alles andere als zäh! Privatschule heißt auch: kurze Wege, schnelle Entscheidungen. Ich hab mein eigenes Budget und muss niemanden fragen. Wenn mich jemand anruft, er sei in der Stadt und würde einen Workshop anbieten und verlangt 1.500 Dollar. Kann ich in zwei Sekunden entscheiden ob ich es mache. Die Musikschule natürlich nicht. Bei der Musikschule muss ja sogar der neue Notenständer für DM 70.— beantragt werden. Es ist eine komplett andere Struktur. Der Popbereich ist meiner Meinung nach durch uns privaten Leute und private Schulen in guten Händen. Es gibt doch für die Stadt keinen Bedarf den Popbereich zu stärken. Es gibt ja auch eine gute Hochschule. Letztendlich fragt man sich ja auch, wenn wir das zu professionell machen, wo sollen denn die ganzen Drummer unterkommen, als Berufsausbildungszweig jetzt? Gründen die dann auch alle eine Musikschule? Ich finde die Stadt sollte für die Leute da sein, die sich so was nicht leisten können. Das finde ich eine wichtige Aufgabe für die Stadt, denn die Bildung sollte allen zustehen.(ed.)“ Derweil ist im Bereich Popmusikausbildung ein großer Markt im Segment Grundausbildung und Unterricht für Fortgeschrittene entstanden, der von breiten Bevölkerungsteilen genutzt wird. „*Wenn ich parallel die Entwicklung der Musikschulen sehe, die auch, gut da sondieren sich auch einige, die einen Schulen werden immer größer, die anderen immer kleiner oder schliessen, aber im großen und ganzen scheint da schon ein Bedarf zu sein. (...)* (Daniel Requardt, Floridan Audioproduktionen)” Dieses gegenseitige “nett beschimpfen” ist mit der Tatsache verbunden, dass beide Seiten ihre Pfründe verteidigen wollen. Es ist aber nur in zweiter Linie eine Frage nach höherer Qualität, denn weder die Angebote der öffentlichen Musikschulen noch die der kommerziellen müssen als Maßstab die Aufnahmeprüfung der Hochschule anlegen. Dies macht die Frage nach einer Qualitätskontrolle nicht überflüssig. Es wären viele Zusammenarbeitsformen vorstellbar. Eine Art Gütesiegel könnte zum Beispiel den von der öffentlichen Hand für gut befundenen kommerziellen Musikunterricht auszeichnen und die Popmusiker, die an den kommerziellen Musikschulen unterrichten könnten im Austausch auch mal Gäste an öffentlichen sein. Nicht zuletzt könnte ein Preisreglement (Bezuschusst?) Zugänge für alle Bevölkerungsgruppen offen halten.

Für Bands ist die Qualifizierungsfrage eine doppelte. Es müssen die einzelnen Musiker ihre Fertigkeiten verbessern und die Bands als „Gruppe“ muss Know how über Show, und Musikbusiness bekommen. Dies beschreibt oft den Punkt an dem der Schritt in die Professionalität gewagt wird. *„(...) Und diese Rockstiftung war am Anfang, ja man hat halt ein bisschen was einbezahlt, aber es kam einfach nichts raus. D.h. nichts in der Form von Auftritten, nicht in der Form von der Führung der Musiker, nicht in der Form von Unterstützung in jeglicher Hinsicht. Es war einfach bloß, man hat was einbezahlt aber nichts heraus bekommen.(Andreas Brenner)“* Da dies das einzige öffentliche Angebot im Land ist haben sich mit der Zeit noch andere kommerzielle Anbieter diesem Themenbereich angenommen. Beratungsagenturen und Weiterbildungsinstitute bieten didaktisch ausgefeilte Kursangebote und Seminare an. Diese gehen nahtlos in Ausbildungsgänge über, die die „neuen“ Berufsfelder abdecken wollen.
Im Popularmusikbusiness finden sich sehr unterschiedliche Berufsprofile wieder. Auf den Bereich spezialisierte Ausbildungen, wie den Kaufmann für audiovisuelle Medien/Kauffrau für audiovisuelle Medien (Music and more, FMZ Ludwigsburg), den Veranstaltungstechniker, Veranstaltungskaufmann (Medien- und Eventakademie Baden-Baden) oder den Mediengestalter Bild/Ton gibt es noch nicht sehr lange. *„Also, wir sind erst mal ne Audioproduktionsfirma. Bei uns arbeiten momentan 8 Leute, wir bilden auch aus. In dem Beruf des Mediengestalters Bild und Ton, da haben wir 3 Azubis. Des weiteren haben wir ein Berufsfeld, das ist Verlagskauffrau, da bilden wir auch aus“* (Daniel Requardt, Floridan Audioproduktionen). Insgesamt gibt es in der Region aber sehr wenig Ausbildungsplätze. „

Ich muss auch sagen, ich glaube schon dass die Nachfrage nach dem Beruf nicht gering ist, wir hatten auf eine Stelle 1000 Bewerber. davon mind. 60% hier von dieser Gegend. Ich glaube aber, dass da oft auch eine Verzerrung stattfindet von dem was will ich eigentlich, wie ereiche ich's und was muss ich dafür alles geben. Darf man auch nicht vergessen. Unser Beruf ist jetzt halt "in" oder der Musiker oder der DJ oder der Produzent. Ist halt super "hip" das jetzt zu machen.(ed.)" Es ist also ein enormes Interesse an dem Berufsfeld da. Der Bedarf liegt dabei oft noch eher auf Seiten der Auszubildenden, während viele Firmen die Notwendigkeit einer spezialisierten Ausbildung (noch) nicht erkennen können. *„Für unseren Bereich müsste das nicht sein, es geht um die Bereitschaft sich mit dem ganzen Umfeld und so auseinander zu setzen, Verständnis dafür aufbringen zu können, damit leben zu können und so. Diese spezielle theoretische Ausbildung in dem Bereich Veranstalter als zweitrangig ansehen. Viel eher „Learning by doing“"* (Hans-Peter Haag, Music Circus)"

Nicht nur im Verwerterbereich, sondern auch im Live Segment wird allmählich auf eine Professionalisierung hin gearbeitet. Die Fachkraft und der Meister für Veranstaltungstechnik ist die inzwischen eingeführte Berufsbezeichnung in den Fachbereichen Bühne, Beleuchtungstechnik, Halle, Tontechnik. Studieren kann man lediglich Lichtdesign in München.
Zum Veranstaltungstechniker führen viele Wege. *„Es hat jeder seinen Werdegang meistens über eine Band gemacht oder Musik gemacht und ist irgendwie zu diesem Job gekommen. Die Berufsausbildung kommt aus allen möglichen Ecken.(...) Meistens wachsen die Leute rein. Die sind mit der Band unterwegs, die diesen Bereich kennen lernen und das Problem haben: wir wollen auftreten, unsere Band, wir brauchen Technik, wie gehen wir damit um. Sie mieten das und kommen damit mit der Technik, mit diesem ganzen Job erst mal in Kontakt. (...) Es gab früher nichts anderes (*als Learning bei doing*). Es gab früher Ausbildungsberufe, die aber nicht unseren Bedarf getroffen haben. Es gab einen Tonmeister, einen Toningenieur und einen Tontechniker. Die waren alle sehr spezialisiert auf Hörfunkbelange eigentlich. (...) es ist nicht möglich auf einem Job learning by doing zu machen, also nicht mehr; die Zeiten sind lange vorbei. Man greift wirklich auf diesen Pool der erfahrenen Techniker zurück. Muss sich rechtzeitig regen, guckt im Umkreis von 50 bis 100 km und stellt dann dementsprechendes Personal zusammen. Dann gibt es natürlich die Möglichkeit, man hat ja immer Stagehands (...), manche sind einfach nur Stagehands und bleiben es. Das ist wie wenn man zum Arbeitsamt geht und sagt, wir haben hier einen Tageslöhnerjob. Kisten schleppen hin und Kisten schleppen retour; die bleiben auch dabei und haben kein weiteres Interesse. Es gibt aber auch welche, die ihr Wissen vertiefen, also die sehr interessiert mit dabei sind und die kann man sich über längere Zeit ranziehen, dass sie also angelernt werden und bei denen kann man auch zum Teil das Interesse wecken, dass man sagt, eventuell guck mal nach einer Ausbildung; also die Eignung, die Fähigkeiten wären prinzipiell da und da überlegt es sich auch der eine oder andere, damit er aus diesem Stillstand des Statements “Kisten schleppen rein, Kisten schleppen raus” weg kommt“* (Conny Simon, Soundworkshop Stuttgart). Andi Brenner über seinen Werdegang: *„Also angefangen hat es mit Bands. Schon in meinem Jugendhaus. Es ging eigentlich los mit elf, zwölf. Da hat man in einer Band gespielt. Da war ich auch immer dabei und dadurch, dass ich nicht so der große Musiker war, ich doch aber irgendwie was machen wollte, hab ich damals schon immer geguckt, nach Sound, Lichteffekten. Komplett halt die Veranstaltung irgendwie mitgemacht. Und das hat sich dann soweit raus kristallisiert, dass dann irgendwann mal halt, wo sich eine neue Band formiert hat, mich gefragt hat, ob ich das zugehörige Management übernehmen will. Das war zu der Zeit, wo ich auch Zivi war im Jugendhaus, in der Teestube Rohracker und so hat das alles angefangen. Und da hat man sich halt mehr autodidaktisch an die Sache hin bewegt, da hat man gelernt was ist überhaupt ein Mischpult, hat damit halt angefangen. Und nach drei, vier Jahren hat man es halt soweit drauf gehabt, dass man auch schon hat größere Sachen machen können. Und dadurch, dass die Band einigermaßen gute Auftritte hatte, damals auch schon beim Rocktest Cumulus 88/89, damals hieß die Band noch No Vision, da haben wir auch mitgemacht, damals den dritten Platz belegt. Und dann haben wir halt immer weitere Konzerte bekommen. Ich habe mich dann halt immer mehr um das ganze Außenrum gekümmert, d.h. versucht Auftritte zu bekommen, lokal und auch überregional, aber es war halt schon immer schwierig zur damaligen Zeit, als eigentlich No-Name-Bands überhaupt Auftritte irgendwo zu erhaschen.*

(...) *Man hat sich Bücher gekauft. PA für Musiker. Handbuch der PA Technik und "Der Verstärker, das unbekannte Wesen" und so hat man sich da halt reingearbeitet. Erst mal mit sehr minderwertigen Geräten und dann eigentlich immer eine Stufe höher gestiegen. (...)ich sage immer, man kann Tontechniker nicht irgendwie theoretisch lernen. Also d.h., man muss diese Entwicklungsschritte mitgemacht haben, man muss es selber gehört haben und nicht von irgendeinem Lehrer hören, wenn Du das machst, klingt es scheiße. Weil man hat das Gefühl nicht dafür, man hat das Gespür nicht. (...) Techniker an sich dürfen die letzten fünf bis zehn Jahre nach Planung der IHK, dürfen solche Veranstaltungen nur noch gemacht werden, von geprüften Veranstaltungstechnikern. Und da hab ich mir gesagt, lieber mach ich das jetzt noch mit Ende zwanzig, wie später mal mit 35. Oder ich muss mir jedes mal einen holen, der diese Befähigung hat."*
Der Ausbildungsgang zum Veranstaltungstechniker ist sehr breit angelegt, aber organisatorisch noch etwas schwierig für die Firmen. „*(...) Diese Ausbildung ist umfassend. Ich betrachte sie als sinnvoll. Auch als praxisorientiert. Was den früheren Ausbildungsmöglichkeiten gefehlt hatte. Der Toningenieur war nicht praxisorientiert. Der konnte genau einen kleinen Teilbereich und mehr nicht. Dieser Blockunterricht ist natürlich nicht ganz ideal, weil die Leute immer nach Baden-Baden fahren müssen. Es ist einfach aufwendig. Und wir können nicht auf sie zugreifen. Jetzt sehe ich auch das Problem, es ist kein Riesenbereich. Wenn jetzt jede kleine Stadt das in der Berufsschule anbieten würde, könnte es wahrscheinlich nicht die Kompetenz anbieten. Da muss man die Waage finden. Die Ausbildung muss schon eine fachliche Kompetenz bieten, sonst ist es ziemlich schnell verpufft. Früher hat man immer das Kreuz geschlagen, wenn einer reinkam und hat gesagt er sei Toningenieur und möchte gerne arbeiten. Dann musste man sagen: vergiss es. Der kann im Tonstudio arbeiten, aber nicht live; wird er nie hinkriegen. In diese Schiene darf die Ausbildung nicht rutschen, sonst findet sie wieder keine Akzeptanz"* (Alex Katsaros, Soundworkshop Stuttgart).
Auch die Firmen die ausbilden haben teilweise anscheinend noch nicht erkannt, wie wichtig guter Nachwuchs für Sie ist. *„(...)Also, ich hab das ja jetzt selber am eigenen Leib spüren müssen. Man wird dort eigentlich nur als billige Arbeitskraft gesehen, als Veranstaltungstechniker. Ich weiß auch von den Medien, Leuten, die das auch lernten, dass da auch bloß die billige Büroarbeit gemacht wird, aber eigentlich nicht an das heran geführt werden, wo sie eigentlich herangeführt werden sollten. (...) Das fängt schon ganz oben an. Man zieht einfach einen gewissen Standard. Wenn man sieht, die ganzen großen Plattenfirmen, wie alles gefaked ist, wie alles gemacht wird, auch von Fernsehläden, wie der Kirchgruppe, mit allem Pipapo, was da alles zusammen hängt. Es gibt heute sag ich mal, keine Ehrlichkeit mehr in diesem Business. Und dadurch, dass diese Ehrlichkeit verloren geht, ist auch diese Bodenständigkeit oder dieser Wille eigentlich auch fähige Leute nach zu züchten, einfach nicht da. Weil sonst würde man sich ja selber praktisch sein Ruhm oder sein Monopol untergraben.*(Andreas Brenner)"

4.5 Fazit Bestandsaufnahme

Die Popularmusikszene stellt sich als sehr vielschichtiger Bereich mit äußerst komplexen Beziehungen und Zusammenhängen dar. Für die Akteure selbst ist er auch nicht vollständig durchschaubar. Einschätzungen über eine kulturelle Bedeutung oder die Marktsituation können nie als absolute Wahrheiten gezählt werden. Dennoch ergibt sich aus den subjektiven Einschätzungen der Experten ein Gesamtbild der Popularmusikszene in der Region Stuttgart. Viele Themen haben Akteure aus verschiedenen Sparten ähnlich gesehen. Die Aufgaben die der Stadt zugeschrieben werden, beziehen sich vorrangig auf Rahmenbedingungen: Imagefördernde Maßnahmen und Aufbau einer funktionsfähigen Infrastruktur. Viele Befragte haben geäußert, dass es wichtig für sie ist, in konkreten Zusammenhängen, mehr über andere Bereiche in der Popmusikszene zu erfahren, Know how zu bündeln, um so eine bessere und objektivere Einschätzung der Popmusikszene in der Region treffen zu können. Wir fassen dies im Überbegriff Kommunikation. Das Bild, das die Stadt in der Popularmusikszene von sich selbst erzeugt, kann zwischen den beiden Polen „Dienstleister“ und „Ordnungsmacht“ eingeordnet werden. Abhängig von den Erfahrungen der Akteure werden beide Funktionen positiv, wie auch negativ wahrgenommen. Die Mehrzahl nimmt die Stadt eher als Ordnungsmacht war. Städtische Einrichtungen, wie die Musikschule oder die Jugendhäuser sind im Zusammenhang mit „Stadt“, eher weniger Bestandteil dieser Zuschreibungen.

Fassen wir die kommunalen Aktivitäten noch einmal zusammen. Es gibt in Stuttgart niemanden, der für den Bereich Popularmusik zuständig ist. Die Belange der Popularmusikszene können bisher weder zentral behandelt, noch durch einen Verbund verschiedener Zuständigkeiten innerhalb der Stadtverwaltung gelöst werden. In jedem Referat/Amt haben verschiedene Personen den Bereich Popularmusik mit zu erledigen. Im Kulturhaushalt ist der Anteil der Institutionellen Popmusikförderung bei unter 5% (Musikerinitiative Rock Stuttgart e.V.) und bei der Musikschule hat Popularmusik einen geschätzten Anteil von etwas über 5%. Das Medienteam ist nur am Rande, durch die Verantwortung einer möglichen Ansiedelung der Popakademie betroffen und setzt sonst andere Schwerpunkte. OB-PR-Int (Abteilung Internationale Beziehungen / Städte / Partnerschaften) ist durch die Förderung internationalen Austauschprogramme am Rande tangiert. Unter dem Referat SJG ist das Jugendamt durch das CUMULUS Kulturbüro direkt mit Popularmusik beschäftigt, allerdings nur mit einem Mitteleinsatz von geschätzten 40.000,- DM pro Jahr. Mittelbar wird vom Stadtjugendring Stuttgart 50% Personal, ca. 4.500,- DM pro Jahr in den Bereich investiert und beim Stuttgarter Jugendhaus werden im Rahmen jugendkultureller Angebote Ressourcen in knapper Millionenhöhe eingesetzt. Beim Stuttgarter Jugendhaus e.V. lassen sich diese aber bis auf das CUMULUS Kulturbüro und ein paar Stellen und Projektmitteln in verschiedenen Jugendhäusern nicht eindeutig dem Bereich Popularmusikförderung zuordnen. Die Wirtschaftsförderung hat keine Angaben gemacht, wie viel Budget sie für die Musikindustrie einsetzt.

An den eingesetzten Ressourcen gemessen, ist Popularmusik für die Stadt Stuttgart anscheinend weder wertvolles Kulturgut, noch ein zukunftsträchtiger Wirtschaftszweig. Sie befasst sich nur dort damit, wo sie gesetzlich dazu verpflichtet ist, nämlich als Teil des Jugendhilfeplans, in dem Musik als Ausdruck jugendlicher Identität im Rahmen der Jugendarbeit bearbeitet wird. Außer aus der Jugendarbeit liegen auch bis jetzt keinerlei konzeptionelle Überlegungen zur Strukturierung des Bereiches vor.

Wenn wir im nächsten Kapitel mögliche Bausteine für eine Förderung des Nachwuchses im Bereich Popularmusik entwerfen, muss diese Grundlage klar sein. Es geht nicht um eine Umorganisation, sondern um den Aufbau der Popularmusikförderung, vor allem in den Bereichen Kultur und Wirtschaft. Dass hierfür erhebliche Mittel notwendig sein werden, liegt auf der Hand.

5. POPULARMUSIK IN STUTTGART – BAUSTEINE FÜR EIN FÖRDERKONZEPT

Im folgenden Kapitel werden wir in einzelnen Blöcken verschiedene „Bausteine“ darstellen, die einen kreativen und erfolgreichen Popularmusikstandort ausmachen. Anhand der Kategorien Infrastruktur/Raum, Know how und Kommunikation wird auf der Bestandsaufnahme aufbauend jeweils ein Tätigkeitsbereich dargestellt. Wenn man sich so tief mit dem Thema befasst hat, ist man leicht dazu geneigt, bestimmte Präferenzen einfließen zu lassen. Auf den ersten Blick sollte man zum Beispiel vermuten, dass das wichtigste ein zentraler Ansprechpartner bei der Stadt wäre. Aber warum? Davor sollte doch geklärt sein, wo die Zuständigkeiten bisher liegen und welche Aufgaben so ein zentraler Ansprechpartner zu erfüllen hätte, auf welche Ressourcen er zugreifen können sollte und letztendlich welche Entscheidungskompetenzen zugeordnet werden müssen. Ein Verfahren nach dem Motto: „Da haben wir jetzt jemanden und dann klappt es auch“ ist nicht zu empfehlen. Die Erfahrungen mit dem Medienteam zeigt aus unserer Sicht deutlich, dass es notwendig ist, einen neuen Zuständigkeitsbereich grundlegend und nachhaltig zu konzipieren.

Wir hoffen, dass die „Bausteinmethode“ einen wesentlichen Beitrag dazu liefern kann. Ein besonderes Augenmerk legen wir auf die Perspektive der Künstler, weil die Untersuchung ja vor allem auf die Möglichkeiten von Nachwuchsmusikförderung abzielt. Wir nehmen an dieser Stelle also bewusst keine Zuschreibung von Zuständigkeiten oder Bewertungen der Notwendigkeit bestimmter Teile vor, weil dies in der Stadt erst anhand der vorhandenen oder neu zu schaffenden Aufgabengebiete erfolgen kann. Das kann in der Konsequenz auch bedeuten, dass nicht jeder dieser „Bausteine“ eine kommunale Aufgabe beschreibt, sondern die Aufgabe der Stadt auch darin liegen kann, den Einsatz von Ressourcen und Engagement von außen (Wirtschaft, Land B-W, Region Stuttgart, ...) zu initiieren und zu fördern.

Block I: Raum - Infrastruktur

Baustein 1: Proberäume
Als ersten Baustein beschreiben wir Proberäume als das zentrale Element zur Nachwuchsmusikförderung. Besonders jungen Bands, die ganz am Anfang stehen und über wenig Geld verfügen, sollten Räume im Niedrigpreissektor zugänglich sein. Als Richtlinie schlagen wir einen Mietpreis von 10,- DM pro Bandmitglied vor. Besonders diese Bands sollten gute Rahmenbedingungen zur Musikproduktion vorfinden. Auch für Bands, die schon länger bestehen, sollten Räume vermittelt werden können. Anforderungen an einen Proberaum sind: Schallisolierung, Heizung/Lüftung, gute Zugänglichkeit (ganzjährig, Lasten = Anlagen, Boxen etc. müssen problemlos hinein und heraus transportiert werden können) gute Schließbarkeit/Einbruchschutz.
Vorschläge zu Baustein 1: Es könnte ein Informationssystem für die Region Stuttgart installiert werden (z.B. im Internet), in dem alle freien Proberäume veröffentlicht werden. Basis könnte eine Sammlung aller regional zur Verfügung gestellten Räume sein (Musikerinitiativen, Liegenschaftsämter, Jugendhäuser, etc.). Potentiellen Vermieter könnte man dadurch ein attraktives Werbeangebot machen. Für die Proberäume könnte ein Preiskatalog festgelegt werden, der als eine Art „Mietspiegel“ für Vermietungen zu Rate gezogen werden kann (Evtl. Vereinbarung mit dem Haus und Grundbesitzerverein). Es wäre auch sinnvoll, wenn es einen Ansprechpartner für alle kommunal zu vergebenden Proberäume gäbe, der die Vergabe nach Förderkriterien steuern kann. Musiker, die schon mehr verdienen, bzw. älter sind, sollten nach ihrem Einkommen mehr für einen kommunal geförderten Proberaum bezahlen, um so das Angebot für die jüngeren solidarisch mit zu tragen. Man sollte versuchen viele neue und günstige Proberäume einzurichten.

Baustein 2-1: Veranstaltungsorte Indoor
In Stuttgart und der Region gibt es sehr viele Veranstaltungsorte. In diesen sollten für Nachwuchsbands auch ausreichend Auftrittsmöglichkeiten geschaffen werden. Eine „Grundausstattung" von Veranstaltungsorten jeglicher Größe, die auch für Konzerte nutzbar sind, sollte erreicht werden. Besonders in Stuttgart fehlen zentral Auftrittsorte. Immer wieder erwähnt wurde hierbei ein Zentrum für Popkultur, an das ein großer Veranstaltungssaal angegliedert sein sollte. Im Stuttgart zentral fehlt ein Veranstaltungsort für bis zu 2.500 Leute, in dem Popkonzerte stattfinden können. Die zeitliche Begrenzung von Popkonzerten sollte angemessen sein. *„(...) Auf den Punkt gebracht, wäre das Geilste eine superfette, amtliche Konzertlocation, wo es zwei Hallen drin gibt, die eine ist eine bis 2.500, die aber trotzdem nicht verloren aussieht, die man absperren kann und wo es noch einen Extrabereich gibt, wo man auch ein Konzert für nur 1000 Leute machen kann mit einer separaten Bühne, die halt variabel ist. So eine variable Konzertlocation, die gut mit öffentlichen Verkehrsmitteln zu erreichen ist und Stuttgart zugehörig ist. Die in der Form subventioniert ist, dass sie sich von den Kosten her tragen kann und nicht unbedingt auf den Supergewinn ausgerichtet ist, sprich das die Mietpreise auch o.k. sind und so.* (Johannes Strachwitz, 07111 Büro)"
Vorschläge zu Baustein 2-1: Öffentliche Veranstaltungsräume in Stuttgart und der Region zu einer „Grundlage" für Live Konzerte ausbauen. Veranstaltungen mit Popularmusik an ausgewiesenen Orten, grundsätzlich bis mindestens 24 Uhr genehmigen. Die „Röhre" könnte in einen Popkulturbetrieb umgewandelt werden, da der Betreiber seinen im Pachtvertrag vorgeschriebenen „Kulturauftrag" nur sehr eingeschränkt wahrnimmt. Wenn man eine räumliche Möglichkeit für eine Veranstaltungshalle in Zusammenhang mit einem Zentrum für Popularmusik einrichten kann, wäre es sinnvoll, solche alten Verträge zu überprüfen und gegebenenfalls mehr Pacht zu verlangen, damit neue Räumlichkeiten finanziert werden können. *„Die Röhre macht keine Konzerte mehr mit lokalen Bands, d.h. sie würde es machen, aber nach meinen Informationen bist du gezwungen für 1000 Mark Eintrittskarten abzunehmen, sprich du musst eine Miete zahlen und du hast dieses Pay to play und das finde ich eine Zumutung, vor allem für einen Club, der eigentlich vom Pachtvertrag her verpflichtet ist, lokale Bands zu fördern.(...) Die Stadt hat damals so einen Pachtvertrag mit dem Wirt gemacht, dass er lokale Bands fördern muss und da hat er sich eigentlich dran zu halten.(...) Das könnte man ganz gut überprüfen, weil er zahlt auch ganz entsprechend viel weniger Pacht. Er zahlt meines Wissens nach um die 5000 Mark Pacht für diesen Club wo andere 30.000 Mark zahlen müssten.* (Stefanie Wider-Groth, M.I.R.)"

Baustein 2-2: Veranstaltungsorte Outdoor
Es gibt in Stuttgart sehr wenige gute Veranstaltungsflächen unter freiem Himmel. Wenn es Flächen gibt, dann sind so viele Auflagen an den Veranstalter gestellt, dass es oft nicht mehr attraktiv erscheint ein Open Air durchzuführen. Gleichzeitig sind aber Open Airs die Veranstaltungen, die Nachwuchsbands am besten bekannt machen können.
„Schönes Beispiel ist es der Pavillon beim Berger Sprudler. Nachdem der Pavillon stand, dieses kleine Zelt, ist er an die Wohnbebauung ziemlich nah rangerückt. Jetzt gibt es sehr schnell Theater mit den Anwohnern. Als Ergebnis gibt es dann eine Auflage, dass am nächsten Wohnhaus nur 65dB erreicht werden dürfen. Das ist ein Lärmpegel, den die Straße schon übersteigt. Die B14, die aus dem Schwabentunnel rauskommt. Dann kam man auf die schlaue Idee, auf die Bühne muss ein Kasten drüber, Traversensystem, da kommt ´ne schwere Decke drauf und dann wird es leiser. Das hat natürlich auch nicht so richtig geholfen, weil die Boxen strahlen ja immer noch ab. Also gut, bestimmte Musik wird nun mal verstärkt. Dann kam die Auflage, da habe ich dann ziemlich drüber grinsen müssen, dass die Lautsprecher innerhalb von dieser Überbauung der Bühne sind. Das ist aber die Konstruktionsweise der Box, dass sie genau Richtung Publikum strahlt. Es ändert also gar nichts an diesem Problem. Da dreht sich dann irgendwann die Katze im Kreis. (Alex Katsaros, Soundworkshop)"
Vorschläge zu Baustein 2-1: Es sollte möglichst zentral ein Platz geschaffen werden, an dem Popmusik und Kultur gleichermaßen günstig präsentiert werden können. Dabei sollte eine unerwünschte Belästigung der Anwohner vermieden werden und die technischen Voraussetzungen sollten dauerhaft installiert sein.

Baustein 3: Gewerbeflächen / Büroflächen
Gewerbeflächen gibt es in Stuttgart meist ausreichend. Gewerbeflächen die für Popmusikfirmen attraktiv sind, sind aber keine Paläste, sondern es wird eher die Nähe zu kreativen Szenen gesucht, alte Fabriken, Hinterhöfe, etc.. Man sollte versuchen nicht alles gleich wegzusanieren, sondern den meist jungen Firmen Wachstumsmöglichkeiten bieten. Von Vorteil sind hierbei Zentren, in denen verschiedene Firmen Platz finden können und Synergieeffekte auftreten können. Es ist sinnvoll solche Räume für Existenzgründer zu fördern.*„(...) Subkultur gehört dazu, Radio Barth z.B. als Keimzelle für bestimmte Sachen, das waren alles Sachen, die nicht geplant waren, von keinem Stadtplaner und niemandem sonst, auch von keiner Wirtschaftsförderung, sondern die sind einfach entstanden. So etwas müsste man halt fördern, anstatt abzureißen und dann wieder neu aufzubauen.* (Hans-Peter Haag, Music Circus)“
„*Das 0711 Büro hat es geschafft groß zu werden ohne eine große Unterstützung und das ist für mich so ein Beispiel, es geht. Es ist jede Menge Arbeit, nur leichter wäre es wenn man die Leute dahingehen subventioniert, anstatt dass man jemand 50.000 DM auf den Tisch legt und jetzt mach (klapp,klapp), sagt O.K. du zahlst wenig Miete und so haben sie quasi schon mal ihre Einsparung, man gibt ihnen quasi auch Geld damit, in dem Moment, wo sie ne schöne Fläche mieten und auf ner schönen Fläche arbeiten können. Ich selbst find das schöner als jemand einen Koffer Geld hinzustellen und zu sagen los jetzt arbeite mal. Besser fände ich es dann, wenn gewährleistet würde, dass solche Firmen auch mal städtische Aufträge zugeschanzt bekämen. Dass es so ne Schnittstelle gibt.*(Michael Setzer, Prinz)“
Vorschläge zu Baustein 3: Man könnte versuchen an einigen Stellen in der Stadt kreative Standorte zu erhalten. Diese sollten nicht unbedingt saniert werden, sondern Platz für viele kreative Szenen liefern. Gewerbeflächen könnten in Zusammenhang mit einem Popmusik/Kulturzentrum der Stadt stehen. *(...) Bei uns kam ja z.B. der Vorschlag bei der Kaserne am Hallschlag vielleicht das zu Tonstudios und Proberäumen umzubauen und ein Teil dieses riesigen Geländes zu Tonstudios macht, die da bündelt, so eine kleine Community plus Proberäume. Wo jeder seinen abschließbaren kleinen Bereich hat, der immer für sich funktioniert aber trotzdem, dass man einige Gegebenheiten vor Ort gemeinsam nutzen kann. Als Beispiel einen großen Aufenthaltsraum (...) wo dann vielleicht auch noch so kleine Wohnungen für Künstler wären, die von Außerhalb kommen zum Aufnehmen. Wenn man hier so einen guten Aufnahmekomplex baut, dann könnte das wirklich eine Alternative sein, für Künstler wirklich hier nach Stuttgart zu kommen.(...) Konkurrenzfähigkeit, der Austausch und die Attraktivität für Stuttgart.* (Johannes Strachwitz, 0711 Büro)

Baustein 4: Räume für Jugendliche
Stuttgart verfügt in fast allen Stadtteilen über ausreichend viele Treffpunkte für Jugendliche. Kleine, eigenverfügbare Räume für Feste und kleine Konzerte, die die Jugendlichen selber machen wollen, sind etwas rar. Was auch etwas fehlt ist ein großer Treffpunkt für Jugendliche (1.000), der jugendkulturell ausgerichtet ist. Das Jugendhaus Mitte ist für viele Veranstaltungen für Jugendliche schon zu klein. Die Bedeutung der Jugendhäuser kann nicht hoch genug eingeschätzt werden. Leider sind noch zu wenige Häuser auf Popularmusik und Nachwuchsförderung ausgerichtet.
Vorschläge zu Baustein 4: Die Stadt sollte den Bereich Nachwuchsmusikförderung in die Leistungsvereinbarungen mit den Jugendeinrichtungen mit hineinnehmen. Es könnte zudem eine großes jugendkulturelles Zentrum geplant werden, das für die Jugendlichen viele Zugangsmöglichkeiten zur Popularmusik bieten kann. So ein Zentrum, vielleicht nicht nur für Jugendliche, wäre auch in Kombination mit Ausbildungseinrichtungen, Räumen für Bands und Existenzgründer und einer großen Veranstaltungshalle ein Kristallisationspunkt der noch fehlt. „*Also nicht schön, sondern rotzig. Nicht Schleyer-Halle en miniature, das mit Sicherheit nicht. Das brauchen wir nicht mehr. Wir sind ja auch am überlegen, weil der Standort Cannstatt, Jugendhaus Anna, spätestens in fünf Jahren aufgegeben werden muss, wir müssen da raus, könnte ich mir vorstellen, dass man so was in Cannstatt ansiedelt, so eine Halle. Und nach allem, was es bisher gegeben hat, ist es zumindest so weit, dass ich eine*

Bedarfsanalyse in Auftrag geben darf. Das hat unser Vorstand beschlossen, unabhängig von einer Halle, sondern das was ich jetzt schon gesagt habe, dass da einen Bedarf gibt, sondern ob dies auch tatsächlich so ist. Oder ob das nur in den Köpfen von den Cumulus - Leuten, von meinem Kopf oder Achims Kopf stattfindet. (...) da geht es schon um Millionen bei der Halle (...) 15 Millionen. Zum Hinstellen, für den Betrieb. Das muss natürlich auch eine Mischstruktur haben. Ich kann mir vorstellen, dass da auch mal ein Auto präsentiert wird. (Bernd Häberlein, Stuttgarter Jugendhaus e.V.)

Baustein 5: Künstlerwohnungen
Mit besonders wenig Konzerten sind mittel bekannte Bands aus anderen Ländern und Bundesländern vertreten. Damit ein Austausch und eine Präsentation dieser Musik möglich ist, muss man den Veranstaltern helfen die Produktionskosten niedrig zu halten. Die günstigsten Übernachtungsmöglichkeiten liegen bei ca. 50 DM pro Musiker.
Vorschläge zu Baustein 5: Es sollte überlegt werden ob man nicht ein paar städtische Künstlerwohnungen einrichtet, die an Kultureinrichtungen angegliedert sind.

Baustein 6: Ausstattung bestehender Räume , Technik Pool
Schon bestehende Veranstaltungsräume sollten mit guter Licht- und Tontechnik ausgestattet sein. Dies ist im Hinblick auf die Wichtigkeit der „Show" von Nachwuchsbands sehr wichtig, denn eine schlechte Technik bedeutet ein schlechtes Konzert.
Vorschläge zu Baustein 6: Die Stadt könnte einen Fond zur technischen Ausstattung von Musikclubs einrichten, der die Veranstalter zur Nachwuchsförderung verpflichtet. Technik und Ausstattung in kommunalen Einrichtungen sollte immer auf dem neuesten Stand gehalten werden (vgl. Strukturprogramm Rock / Sachsen). Kurzfristige Abhilfe könnte das Einrichten eines Technik Pools geben, in dem verschiedene Einrichtungen ihre transportable Technik gemeinsam nutzen.

Baustein 7: Mobilität
Stuttgart verfügt über ein gutes Netz im Öffentlichen Personennahverkehr. In Hinblick auf Popularmusikkonzerte ist darauf hinzuweisen, dass auch unter der Woche Veranstaltungen länger gehen, als die letzte Verbindung besteht. Vor allem eine Anbindung an die Region in der Zeit zwischen 1 und 3 Uhr morgens ist nicht vorhanden. *„wichtig wäre eben , dass die Sachen vernünftige Anbindungen haben und ein vernünftiges Image. Man hat z.B. den Eindruck, der Stuttgarter ist leichter zu bewegen nach Stuttgart zu fahren, als jetzt nach Waiblingen oder Leonberg wegen einer Veranstaltung; was von der Entfernung jetzt kein Hemmschuh wäre. (*Hans-Peter Haag, Music Circus)" Eine Verbesserung der Mobilität ist nicht nur auf Konsumentenseite wichtig, sondern auch für die Künstler.
Vorschläge zu Baustein 7: Einrichtung einer Regionalverbindung im ÖPNV an allen Wochentagen bis 3 Uhr, Einrichtung einer dritten Nachtbuslinie an den Wochenenden in Stuttgart. Öffentlicher Bandbus für Bands aus der Region Stuttgart, der als Förderung für die Durchführung von Tourneen an junge Bands vergeben wird (Beispiel: Volkswagen Soundfoundation).

Block II: Know how

Baustein 8: Bandentwicklung als Prozess
Nachwuchsmusikförderung kann als Begleitung der Musiker auf einem Weg verstanden werden. Es geht vom ersten Mal das Instrument in Händen halten bis hin zu einer professionellen Popgruppe (oder Berufsmusiker, oder,....). Auf diesem Weg qualifizieren sich die Musiker weiter und sie sind an vielen Stellen auf Know how von außen angewiesen. Dieser Prozess ist nicht immer gleich, sondern verläuft individuell und muss ergebnisoffen bleiben. Die Bands können Musik als Hobby machen, eine erfolgreiche Live Laufbahn anvisieren, Tonträgerbestseller werden oder auch in Randbereiche oder die Musikpädagogik wechseln. Viele Wege zu vielen Zielen. *„Man muss es in jedem Fall im Verbund sehen, also man muss es einfach. Ich gehe mal von einer Gärtnerei aus, es ist einfach so, du setzt irgendwann einen Samen in die Erde und der muss wachsen. Also die Erde wäre jetzt im ersten Fall einfach mal Stuttgart, das bietet den Nährboden, das betrifft Proberäume, Möglichkeiten zum Auftreten, dass man Feedback von, vom Publikum (...) im Endeffekt sieht (...) gehen wir weiter; dieser Samen dann bisschen sprießt, dann trägt der endlich mal Früchte, und diese Früchte müssen dann so positiv vermarktet werden, dass sie auch wiederum ans Volk kommen, und das gibt sich eigentlich alles die Hand. Also es ist auf jeden Fall wichtig zu fördern, dass die jungen Bands, oder jungen Musiker einfach die Chance haben überhaupt ihr kreatives Potenzial an die Öffentlichkeit zu bekommen und auch weiter zu entwickeln.* (Ralf-Christian Mayer, Tucan)“
Vorschläge zu Baustein 8: Prozessartige Nachwuchsförderung installieren, Soziales, kulturelles und wirtschaftliches Know how den Bands zugänglich machen, Zentrale Anlaufstelle für Bands einrichten; Jugendeinrichtungen, Kultureinrichtungen und Firmen vernetzen, Vermittlungsfunktionen aufbauen, Beratungsangebote konzipieren, Projekte entwickeln

Baustein 9: Learning by doing
Kulturelles Lernen wird oft als Lernen mit Herz und Hand bezeichnet. Wissen wird hier weniger vermittelt, als „erfahren“. Nach diesem Prinzip eignen sich viele Musiker und Bands ihr Wissen an. Tontechniker haben früher in Bands gespielt oder Eventmanager haben Partys organisiert, es werden also Erfahrungen gesammelt, die sich allmählich hin zu einer „Qualifikation“ verdichten. Im Prozess der Wissensvermittlung sollte also darauf geachtet werden, dass ein ausgewogenes und ausreichendes Angebot von „Erfahrungsmöglichkeiten“ und „Lernangeboten“ zur Verfügung steht.
Vorschläge zu Baustein 9: Strukturierte Lehrangebote (Musikschulen, Seminare, Workshops, Popakademie,...) und nicht regulierte Erfahrungsräume (Proberäume, Auftrittsmöglichkeiten,...) als „ganzheitliches“ Lernangebot konzipieren. Austausch und Kooperation quer durch alle Sparten und Anbieter anstreben: Runde Tische, gemeinsame Projekte von Musikfirmen, Clubs, Schulen und Jugendeinrichtungen zur Qualifizierung von Nachwuchsmusikern anbieten.

Baustein 10: Musikalisches Know how
In Stuttgart gibt es mit der Stuttgarter Musikschule eine gute Ausbildungseinrichtung in der Kinder und Jugendliche musikalische Grundfertigkeiten vermittelt bekommen. Dies erfolgt vorrangig durch das Erlernen klassischer Musikstücke. Im Bereich der weiterführenden Ausbildung der Jugendlichen im Bereich Popularmusik haben dagegen freie Musikschulen eine weitaus stärkere Position. Hier gibt es keine Richtlinien oder gar eine Qualitätssicherung. Auch die Musiklehrer haben keine einheitliche Qualifizierung. Für die musikalische Spitzenförderung bietet die Hochschule für Musik und Darstellende Kunst einen geeigneten Rahmen. Hier verzahnt sich die „Begabtenförderung“ der Musikschule gut mit dem Studium.
Vorschläge zu Baustein 10: Es könnte ein Lehrplan zur Ausbildung im Bereich populärer Musik erstellt werden. Hier könnte durchaus über eine Zusammenarbeit zwischen

öffentlichen und privaten Ausbildungs- und Jugendeinrichtungen nachgedacht werden. *„Fast nicht. Also punktuell. Im Jugendhaus West gibt es einen Versuch wo wir es versucht haben, auch anfangs mühsam versucht haben und ein Projekt gemacht haben, das sich zeigen lassen kann und mit dem man nach Außen gehen kann.(...) Es wäre sinnvoll, aber da müsste man auf beiden Seiten erst ein paar Kästchen aufknacken.(...) Dieses Schuldenken der Musikschulen mehr öffnen, auf Technik lernen, lernen, lernen und etwas unsere Rangehensweise aufnehmen, und wir müssten deren Weise etwas aufnehmen und denen entgegenkommen.(...) Bei uns ist die Technik erst mal sekundär. Ich finde auch, dass es wichtig ist, denn ich finde auch, dass nicht jede Band gleich ihren Auftritt bekommen muss. Man muss auch Qualitätsmaßstäbe drin haben. Die hat die Musikschule sicherlich, da wird bei uns weniger darauf geachtet. Da wird jedem das ermöglicht, manches sollte man auch verhindern, finde ich.* (Bernd Häberlein, Regionalleitung Stuttgarter Jugendhaus e.V.) Dadurch könnte die Musikschulen unter Umständen ihr schlechtes Image in Bezug auf Popularmusik abstreifen. Interessant könnte hierfür auch die Konzentration von Musikausbildung in einem Zentrum sein, damit unterschiedliche Instrumentenausbildungen örtlich verbunden sind. Für populäre Musik benötigt man einen flexiblen Einsatz von Musiklehrern, weil auf Trends und kulturelle Strömungen reagiert werden muss. Es sollte daher auch an öffentlichen Bildungseinrichtungen die Möglichkeit geben, Dozenten nur für einen begrenzten Zeitraum anzustellen. Unerlässlich ist es jedoch auch über einen festangestellten Mitarbeiterstamm zu verfügen.

Baustein 11: Nicht musikalisches Know how

Wenn von Popularmusikförderung gesprochen wird, wird damit oft nur musikalische Ausbildung verbunden. Dies ist aber nur ein Teil. So sollte auch Know how in den Bereichen Technik, Multimedia, Musikbusiness (Recht, Betriebswirtschaft, Marketing), Show/Tanz/Bühnenbild vermittelt werden. Dies sollte auch prozessartig in der Jugendarbeit, in der Phase der Berufsvorbereitung und Berufsfindung, in Praktika, Ausbildungen und Studiengängen erfolgen. *„Cumulus ist auf jeden Fall für die Basisleute wichtig, also Cumulus hat schon auch für uns einiges gemacht und das waren die Einzigen, die uns unterstützt haben.* (Johannes Strachwitz, 0711 Büro)“

Vorschläge zu Baustein 11: Genau wie in der Musikwirtschaft kann man auch im Rahmen der Förderung von Nachwuchsbands die „Zulieferer und Randbereiche“ berücksichtigen. Besonders für Jugendliche könnten Angebote konzipiert werden, die als Ergänzung der Musiker in den Bands weitere „Bandmitglieder“ in den anderen Bereichen aufbaut. So braucht jede Band irgendwann einen Booker, einen Bandmanager (Business), einen Bandleader (musikalisch) und Leute, die sich um Technik, Bühnenbild und Merchandising kümmern. Die Musiker selber sollten auch im Bereich Bühnenpräsenz/Show und später im Bereich Interviewtraining Angebote nutzen können. Dieses Know how sollte nicht erst Profibands vermittelt werden, sondern besonders auch jungen Bands angeboten werden. Es sollte versucht werden, Ausbildungseinrichtungen in allen Bereichen in Stuttgart anzusiedeln, weil dies die Menschen hier bindet und neue Firmen am Standort entstehen können. Dies erleichtert auch langfristig den Übergang zwischen Ausbildung und Beruf.

Baustein 12: Teamgeist

Der Baustein „Teamgeist“ mag vom Begriff her etwas seltsam im Block „Know how“ anmuten. Gemeint ist damit die Förderung soziale Kompetenzen. Jede Nachwuchsband durchläuft Gruppenphasen in denen unglaubliche Aushandlungsprozesse zu bewältigen sind. Man bemerkt das „Scheitern“ dieser Aushandlungsprozesse an der hohen Anzahl von Bandumbesetzungen und Neugründungen. Diese Umbesetzungen sind oft mit einem großen Verlust an Repertoire und damit von Arbeit verbunden. Sehr viel Kreativität und „Schaffenskraft“ der jungen Musiker geht dadurch verloren. Auch nach außen hängt der Erfolg einer Band davon ab, wie gut sie mit ihren Partnern (Veranstaltern, Agenturen, Plattenfirmen) umgehen kann, wie gut sie kommunizieren und verhandeln können. Kern dabei bleibt immer das Team, die Band selbst.

Vorschläge zu Baustein 12: Eine „pädagogische Begleitung“ von Nachwuchsbands, Bandcoachings, Beratungen und „geschützte“ Räume sollten vor allem in der

Bandgründungsphase bereitgestellt werden. Hier bieten die Jugendhäuser einen geeigneten Rahmen und das notwendige Fachwissen. Dieses Aufgabengebiet könnte auch in einer Leistungsvereinbarung zwischen dem Jugendamt und den Trägern Platz finden. Den Erfolg solcher Arbeit kann man am Durchhaltevermögen der Bands ablesen. Ein Beispiel wäre hier die Band „Laconic Star“, die aus der Mädchenmusikwerkstatt in Birkach kommt und sich sehr tapfer durch den Musikmarkt „durchbeißt“.

Baustein 13: Vermittlung von Popmusik und ihrer Geschichte

Im Lehrplan des Faches Musik an allgemein bildenden Schulen ist Popularmusik durchaus enthalten, nur wird das Themengebiet oft unzureichend aufgearbeitet. Diese Berücksichtigung auch von jugendkulturellen Themen könnte helfen, die Schüler mehr für Musik zu begeistern und ihre Rolle als Konsumenten kritisch zu hinterfragen. Im Grunde genommen sind „mediale Kompetenzen“, das heißt das Erfassen medialer Informationsstrukturen ein wichtiger Teil der Allgemeinbildung.

Vorschläge zu Baustein 13: Jugendliche sollten an allgemein bildenden Schulen genauso Popmusik und ihre Geschichte vermittelt bekommen, wie Klassik und Jazz gelehrt wird. An den Schulen könnte dies in einem Themenkomplex „Popkultur“ behandelt werden, der, quer über alle kulturellen Medien, die Geschichte von Jugend- und Popkultur vermittelt. Besondere Funktion könnten dabei Musiksoftware haben, die den Jugendlichen einfachste Musikproduktionsmöglichkeiten liefert. Es könnte hierbei eine engere Kooperation zwischen Schulen, Jugend- und Kultureinrichtungen und der Musikwirtschaft angestrebt werden. Wenn man Möglichkeiten hat auf die Lehrerfortbildung Einfluss zu nehmen, könnte man hier Experten aus der Popmusikszene als Dozenten vermitteln. Falls dies durch die Länderkompetenz für die Schulen zu schwierig umzusetzen ist, kann versucht werden über kommunale Projekte und Preisausschreiben „Jugendkultur und Popmusik“ zu thematisieren.

Baustein 14: Expertenwissen bündeln

Nachwuchsmusikförderung, wie schon öfters dargestellt, muss sich auf verschiedene Themengebiete beziehen. Nachwuchsförderung sollte von daher vorhandenes Expertenwissen aus den Bereichen Soziales, Kultur/Bildung und Wirtschaft nützen. Das heißt umgekehrt, dass es keine diplomierten Nachwuchsförderer geben kann, sondern die Aufgabe nur durch eine Bündelung von Experten gelingen kann: Sozialpädagogen, Musiklehrer, Vertreter von Musikfirmen und Kulturarbeiter sollten ihr Know how an die Bands weitergeben können. „A*lso bei uns ist es so, dass wir natürlich rechtlich durch die Anbindung an die drei Jugendhilfeträger angebunden sind im Jugendhilfebereich zu agieren. Also wir werden da immer wieder gebremst, weil wir erstens mit kommerziellen Einrichtungen arbeiten aber auch mit anderen Institutionen, das muss man immer absichern beim jeweiligen Träger, d.h. wir haben nicht die Möglichkeit mit Schulen zusammenzuarbeiten, was für uns sehr, sehr wichtig wäre, weil da einfach die Jugend sitzt. Zum anderen einfach auch mit dem Kulturamt zusammenzuarbeiten, auch da bedarf es immer eine Nachfrage und es wäre für uns natürlich sehr hilfreich, wenn da Kooperation einfacher laufen würde.* (Regine Laun, Cumulus Kulturbüro)“

Vorschläge zu Baustein 14: Die Stadt Stuttgart sollte die Chance nutzen und bei der Konzeption und bei der Durchführung der Nachwuchsmusikförderung auf das Know how der Experten zurückgreifen. Viele der befragten Experten sind dazu gerne bereit*. „Wenn das so klar wäre, dass die Musik eine Säule für unsere Arbeit wäre, wäre ich mir sicher, dass wir noch interessanter würden für Mitarbeiter, die Quereinsteiger sind. Die nicht unbedingt eine pädagogische Ausbildung haben, sondern so ein Team befruchten. Ein unkonventionelles Arbeiten entsteht.* (Bernd Häberlein, Stuttgarter Jugendhaus e.V.)

Block III: Kommunikation

Baustein 15: Bereitschaft , Popkultur zuzulassen
Dies bezeichnet die Notwendigkeit einen übergreifenden Konsens in der Stadt herzustellen, dass Popkultur und Popmusik wichtig für die Stadt und ihre Bürger ist. Damit ist in der Folge auch verbunden, Stuttgart und die Region als Medien- und Musikstandort aufbauen zu wollen. *„Wenn sich einfach bestimmte Institutionen mit dem Thema auseinandersetzen sprich Stadtverwalter und so, oder wenn sie von vorneherein sagen würden, das Thema Subkultur, Medien etc. interessiert uns nicht, Stuttgart ist ein Standort für Technik etc. alles andere interessiert uns nicht, das wäre eine klare Aussage mit der man leben könnte. Und es gibt sicherlich Contraargumente, aber immer von dem Medienstandort zu faseln und dann nichts zu tun, oder das Gegenteil zu tun, das bringt keinen weiter.* (Hans-Peter Haag, musiccicus)“
Vorschläge zu Baustein 15: Breite Diskussion über das Thema Popmusik in der Region Stuttgart in der Öffentlichkeit führen, Veranstaltungen/Podiumsdiskussionen durchführen, eine begleitende Medienkampagne starten.

Baustein 16: Dialog zwischen Künstlern, Beschäftigten, Verwaltung und Politikern in Stuttgart und der Region
Popularmusik- und speziell Nachwuchsmusikförderung ist ein breites Thema. Es sollte ein langfristiger Dialog zwischen allen Beteiligten in der Region angestrebt werden. So sollten die Bedürfnisse und Meinungen aus möglichst vielen Perspektiven heraus einfließen und gegenseitige Wertschätzung vermittelt werden. In den folgenden Bausteinen wird dies etwas detaillierter dargestellt.
Vorschläge zu Baustein 16: Kontakte mit den Verantwortlichen in der Region aufnehmen und gemeinsame Vorgehensweise planen

Baustein 17: Austausch innerhalb der Musikszene
Eine Popularmusikszene benötigt Zeiten und Orte an denen sie sich manifestieren kann. Austausch und Kontakte zwischen Künstlern, Presse und Musikfirmen verbessern die Chancen, dass Kreativität umgesetzt und erfolgreich werden kann. *„Das Problem in Stuttgart ist, das es in der gesamten Kulturszene keine wirklichen Treffpunkte gibt. (...)Dass man sagt, O.K. ich geh da hin ohne jetzt so richtig fest verabredet zu sein, man muss ja immer verabredet sein, und dann weiß ich genau ich treffe irgendwen. Von Strachi vom 0711-Büro bis hin zum Andreas Sauer von Loretta oder vom Micha Schmidt bis hin zum Hans Peter Haag oder so, das gibt ´s nicht. (...) Vielleicht doch für Kultur. Ich würde es nicht auf Musik beschränken, weil Kultur, nimm die Filmemacher dazu, hier wird ja der Medienstandort Stuttgart immer beschworen. Wenn er sich nicht treffen kann, kann er sich ja nicht entwickeln. D.h., wenn eine Band irgend einen Projekt macht, braucht ´s eventuell einen Filmemacher, einen Online-Auftritt, einen Medienberater, ich weiß nicht was. D.h. wenn es da Kontakte gäbe, oder wenn unsereins, Du z.B. , wer auch immer, vermitteln kann, könnte, weil wir uns da treffen, weil ich hab gehört, der macht das und das, hättste ´ne Idee, wer könnte ein Video machen oder so. Kennst jemanden der für Low Budget usw., die Band klingt so und so, so was findet ja gar nicht statt.* (Arne Braun, Lift Stuttgart)“
Besondere Notwendigkeit liegt an der Schnittstelle zwischen Künstlern und Musikbusiness. „*Das Problem in Stuttgart ist einfach, dass die Businessschnittstelle fehlt.* (Micha Setzer)“ *„Wenn man die Leute nicht selber kennt, bei den Produktionen nicht mit den Leuten zu tun hat, ist es sehr, sehr schwierig an die richtigen Leute hinzukommen. Weil durch einen Telefonanruf oder so was kommt man da nicht hin. Eine Broschüre dafür gibt es ja auch nicht. D.h. entweder ich habe die Information, durch irgend jemand anderes bekommen, oder ich lern die Leute halt direkt bei der Veranstaltung kennen.*(Andreas Brenner)“
Vorschläge zu Baustein 17: Bestehende Treffpunkte sollten gestärkt und neue aufgebaut werden (Zentrales Zentrum für Popkultur und Popmusik einrichten), durch Veranstaltungen Anlässe schaffen, Austauschplattform im Internet einrichten, Who is who der regionalen Musikszene veröffentlichen.

Baustein 18: Werbung und Medienpräsenz
Die Werbung für Musik aus der Region braucht gute Rahmenbedingungen. Dabei ist darauf zu achten, dass hier zwar Marktgesetze berücksichtigt werden, aber trotzdem zusätzliche Zugänge zu Werbemöglichkeiten gesichert werden. Besonders wichtig ist es dabei kleine, nicht kommerzielle Anbieter und Künstler im Blick zu haben und unter Umständen Reglementierungen lockerer zu handhaben.
„Bei so Sachen wie Förderung denk ich immer, das ist so ein zweischneidiges Ding, es schaffen irgendwie immer wieder Konzerte im Hammerschlag in Schorndorf, die haben keine Öffentlichkeit und eigentlich auch nicht wirklich Werbemittel, aber wenn da ne Underground-Band spielt, ist der Laden rappelvoll. (...) es spielen aber kommerzielle Bands da drinnen. Hardcore, Underground, da denk ich dann immer, die brauchen eigentlich keine Förderung. Ich denk ein guter Moment so Leute zu fördern ist es, sie bei der Öffentlichkeitsarbeit zu unterstützen. Also, dass sie ihre Konzerte bewerben können. Was in Stuttgart zum Beispiel immer noch Thema ist, sind diese komischen Schaltdinger,..(Michael Setzer, Prinz)“
Vorschläge zu Baustein 18: Weitere öffentliche Plakatierflächen schaffen, wildes Plakatieren durch Umlenkung auf legale (nicht kommerzielle) Flächen in freies Plakatieren umwandeln (Kultursäulen massiv vermehren, Schaltkästentafeln einführen), Genehmigungen für kostengünstige Plakatiermöglichkeiten (Gehwegabschrankungen, Plakatständer) freier handhaben, Rabattvereinbarungen mit den Pächtern der Werbeflächen aushandeln, wöchentlichen City Guide als Angebot der Touristikinformation, unter Umständen in Kooperation mit den Stadtmagazinen auflegen (englisch/deutsch), Grundsatzvereinbarungen mit Radiostationen über Sendung regionaler Popularmusik treffen, unter Umständen gemeinsam mit dem Land Baden-Württemberg eine Quotenregelung anstreben. Honorierung von Radiostationen, die Nachwuchsmusik aus der Region Stuttgart spielen

Baustein 19: Schnittstellen zwischen Wirtschaft und Künstlern
Den großen Unternehmen aus der Region könnten Zugänge zu Popularmusik aufgezeigt werden. Dies wäre ein wichtiger Punkt regionaler Identität des Wirtschaftsstandortes Stuttgart. Dabei kann versucht werden regionales Know how so zu bündeln, dass Künstler und Kultur wechselseitig von einer Zusammenarbeit profitieren können (z.B. im Marketingsegment). *„Da ist jetzt wahrscheinlich die Kommunikation nicht da, das heißt so eine Firma wie Daimler Benz, die haben natürlich einen riesengroßen Firmenbereich und die trauen sich natürlich an so was nicht so sehr ran, weil sie für so was, weil sie nicht genau wissen, wie kann ich einschätzen, ob das nachher auch funktioniert, ja. Das heißt die müssten eigentlich mal so drei oder vier so Geschichten machen und dann gucken was läuft, also ähnlich wie das eine Plattenfirma macht. (...) Ja zumindest haben die keine Konversation miteinander, ich möchte es mal gar nicht werten, ob das jetzt eine Imagegeschichte ist. Das weiß ich nicht, das hat wahrscheinlich jeder in seinem Kopf so drin, aber es ist ein Problem, dass man überhaupt nichts aufgreift und weil die Leute da in diesem Fall nicht miteinander reden. Weil, ich meine, Daimler hat ja auch schon progressive Werbung gemacht, also können sie auch mit den jungen Leuten umgehen (...).* (Ralf-Christian Mayer, Tucan)“
Vorschläge zu Baustein 19: Round table zum Thema Popkultur und Wirtschaft einrichten, Gespräche mit Spitzenvertretern der regionalen Wirtschaft zum Thema Popularmusik aus der Region und Marketing führen. Ein Festival mit Nachwuchsbands, zum Beispiel begleitend zur „Arena of Sound“ in vielen Stuttgarter Clubs („Catch the Bus“-Prinzip, Lange Nacht der Live-Musik) in Verbindung mit einer Messe/Branchenmeeting mit Vertretern aus der Musikbranche, den Medien, Künstlern, Politik und Wirtschaft.

Baustein 20: Kommunikation zwischen der Stadt und jungen Firmen
Existenzgründer und junge Firmen sollten eine bedeutende Zielgruppe für die dienstleistungsorientierte Stadtverwaltung sein. Die Qualität der Zusammenarbeit zwischen Stadt und Firmen hängt entscheidend von einer gelingenden Kommunikation ab. Letztendlich ist eine langwierige unzufriedenstellende Kommunikation für die Stadt uneffektiv, für die Firmen nicht nur lästig, sondern teuer und kein Anreiz für junge

Firmengründer in Stuttgart tätig zu werden. *„(...) weil man nie so richtig weiß wo man sich hinwenden soll. Das hab ich schon von vielen Leuten gehört, die gesagt haben, ich werde von Schreibtisch zu Schreibtisch verbunden, ich weiß nie wo ich da hin soll und viele Leute die dann sagen, ne das machen die eh nicht, die von vornherein schon abblocken. Boah Stadt, das klingt immer halt nach oben gucken und sagen: Duuuu, bitte. Da fällt vielen Leuten schon die Motivation sich da dran zu wenden und die Leute die die Motivation haben verlieren sie, wenn sie zum fünften Mal hören; Neh, da sind wir nicht 100% zuständig dafür, kann ich nicht sagen, versuchen sie es bitte mal hier.* (Michael Setzer, Prinz)“

„Wir wissen zumindest jetzt, wo die Probleme liegen und haben uns deswegen schon mal entschieden mit einem Standort nach Ludwigsburg zu gehen. Man muss es wirklich so sagen, ich glaube es gibt hier die M.F.G. und es gibt die Leute, es gibt die Bettina Klett zum einen, von der Wirtschaftsförderung Region Stuttgart, die greift auf jeden Fall jetzt wenn ich eine Internetfirma habe, die hier 100 Angestellte hat, dann greift die WRS, dann greift auch die WRS mit all den Strukturen, wenn's mehr in den Bereich Technik geht. Auf jeden Fall, wenn ich jetzt ein Zulieferungsprogramm hab, jetzt für Bosch und jetzt mal Intranet oder Internet mal irgendwie besser zu frisieren dann greift des, weil dann kann der Entscheider sich natürlich sich ganz klar sagen: Das ist was, System, Intranet für Bosch und des kapiere ich. Natürlich machen wir was, das auch für Leute schwer greifbar ist, wenn ich jemand erzähl: "Ich mach Filmmusik" oder "Ich mach Musik für Events", dann könnte ich genauso gut sagen: "Ich bin Bankräuber", das ist so die selbe Ebene. (Daniel Requardt, Floridan Audioproduktionen)

„Das Ordnungsamt ist grundsätzlich richtig präsent, sag ich mal, nur bei allem was größere Veranstaltungen angeht. Die sind in der Schleyerhalle präsent, die sind bei allem präsent was in der Messe oder auf dem Killesberg so passiert. Alles was größere Veranstaltungen angeht und ich glaub von der Seite her decken die das auch gut ab. Der Herr Nastold, der ist ja vom Ordnungsamt, da kann man auch jederzeit auch anrufen, wenn irgendetwas ist. Sag ich Herr Nastold, ich brauch das und das und das und wir müssen das in diesem Fall ausnahmsweise so und so und so aufbauen, weil das ist von Künstlerseite aus so gewünscht, dafür sind wir aber auch bereit die und die und die Sicherheitsaspekte zu berücksichtigen. (Christian Doll, KVL Ludewig)“ *„Also, es gibt mit Sicherheit Leute, der Herr Dr. Petersen, der bemüht sich auf jeden Fall, aber ich bin nicht so überzeugt. Wo fängt man an, wenn man letztendlich dann beim Baurechtsamt hinkommt und dann heißt es: Ja, wollen wir nicht, macht man nicht, gehen Sie weg.* (Daniel Requardt, Floridan Aidioproduktionen)“

Vorschläge zu Baustein 20: Damit die Kommunikation besser gelingt, ist es von Vorteil Verwaltungsabläufe und bestehende Reglementierungen transparent zu machen. Dafür könnte gewissermaßen ein „Seitenwechsel“ im Kopf hilfreich sein: Empathievermögen ist gefragt. Besonders auffällig ist diese Problematik im Bereich des Ordnungsamtes, wo zum Beispiel Herr Nastold und seine Kollegen bemüht sind, ein dienstleistungsorientiertes Angebot zu installieren. Es wäre dennoch hilfreich bei Auslegungsfragen schneller verschiede Hierarchiestufen in der Verwaltung überspringen zu können. *„Wenn es so jemanden gäbe oder wenn es möglich wäre irgendwie innerhalb der Behörde gäbe eine Abteilung gäbe, die sich aus den verschiedenen Fachleuten zusammensetzt und für solche Sachen auch ansprechbar wäre. Die verschiedenen Ämter spielen sich so den Ball hin und her und man selbst rennt dem Ball dann immer hinterher und rennt sich dann immer den Kopf dabei ein (...).* (Roland Brömmel, Umsonst & Draußen)

Baustein 21: Austausch zwischen Öffentlichen Fördereinrichtungen

Die öffentlichen Einrichtungen, die mit Nachwuchsmusikförderung zu tun haben arbeiten noch nicht gut zusammen. Trennungslinien verlaufen zwischen verschiedenen Trägern und kommunalen Bereichen. Es wäre sinnvoll, wenn hier ein Austausch auf Träger und auf Einrichtungsebene erfolgen würde, damit in Zukunft das Feld Popularmusikförderung gemeinsam bestellt werden kann. *„(...) So etwas zu verordnen ist immer schwierig. Man kann nicht Kooperation verordnen, wird nicht funktionieren. Zumindest nicht mit Herzblut, das lebt ja auch vom Engagement und der Kreativität der beteiligten Mitarbeiter, und man muss erkennen, dass man eigentlich voneinander profitiert und einen Schritt weiter nach vorne kommt, durch die Kooperation. Die braucht nicht auf ewig festgeschrieben zu werden, sondern es kann sich auch durchaus ändern. Es kann ja einen ganz lose Geschichte sein.*

Und wenn man weiß, da kann man sich andocken an bestimmte Sachen, aber man kann auch mal wieder loslassen. Ich würde gegen eine starre Struktur sprechen.(...) Man sieht es ja allein schon durch die Beziehung Kulturamt und Jugendamt, dass da kaum durchlässig ist und man versucht die Claims abzustecken. Das eine sind die Sozial-, das andere die Kulturleute. Diese Abgrenzung funktioniert so eben nicht mehr.(...) Die zieht ganz durch, rundherum. Ich möchte mir das jetzt nicht anmaßen, ich kann nicht die Internas beurteilen, aber natürlich ist das so eine Sache, wenn man das von Oben mehr forcieren würde, dann würde da unten mehr Lockerheit und Leichtigkeit entstehen. Und das sehe ich gerade nicht.(Bernd Häberlein, Regionalleitung Stuttgarter Jugendhaus e.V.)

Vorschläge zu Baustein 21: Es könnten verschiedene thematische Arbeitskreise zwischen den Einrichtungen und zwischen den Trägern eingerichtet werden, um den Austausch zu fördern und mögliche Zusammenarbeit auszuloten. Zumindest sollten aber alle Verantwortlichen mit einer Kurzvorstellung den andern bekannt gemacht werden. *„Also ich bin auch immer vorsichtig was die Schaffung von neuen Runden angeht, aber zumindest grundsätzlich müsste das Kommunikationsdefizit in sofern behoben werden als dass man mal einen klaren Ansprechpartner bräuchte, ja, das die Aufgabenverteilung klarer ist, das man weiß, in der Stadt ist der und der zuständig wenn es um das und das geht und dass das auch nach außen hin in irgend einer Form veröffentlicht wird so das irgendwie die Zugänge leichter sind, das ist ein riesiges Wirrwarr und jeder arbeitet für sich hin und es gibt eigentlich keine gemeinsame Linie, also da wäre eine Angleichung oder ein Austausch grundsätzlich erst mal notwendig ohne das man da jetzt eine regelmäßige Runde schafft.* (Regine Laun, Cumulus Kulturbüro)“

Baustein 22: Außenwahrnehmung - Imagebildende Maßnahmen nach Außen

Stuttgart wird vom „Rest der Republik“ nicht als Popmusikregion wahrgenommen. Man verbindet Stuttgart oft noch mit Kehrwoche und Maultaschen. Gleich anschließend aber mit Daimler-Chrysler, Porsche und die junge Generation mit HipHop. „*Nicht umsonst ist VW in Wolfsburg und nicht in Stuttgart. Hier wird eben Porsche gebaut und Mercedes – vom Feinsten und so muss es auch in der Musik sein. (...) Das ist ja auch die Mentalität, das passt dann auch wieder, dass man so was installiert und dass man eher sagt, darüber wird berichtet, weil Image, wenn’s um imagebildende Maßnahmen drum geht sich auszudenken, was könnte das Image dieser Stadt werden, da gibt’s ja wohl keinen besseren, weil wir machen den ganzen Tag nichts anderes als Image schaffen mit den Bands, die wir machen. Warum unsere Platten sexy sind? Wir machen das den ganzen Tag.* (Fitz Braum, Four Music)” Popularmusik aus Stuttgart sollte also nach außen so transportiert werden, wie sie ist: Von hoher Qualität. „*Wo Plattenfirmen auf jeden Fall drauf abfahren oder die große Industrie, ist eine Stadt in der was passiert. Und wenn man das Bild von Stuttgart raustragen könnte, dass hier was passiert, dann wird die Stadt automatisch interessanter, auch für die Leute und vielleicht kommen sie dann auf die Idee hier ein Büro aufzumachen. Dazu braucht man eine vitale Untergrundszene und da gibt es im Elektronikbereich zum Beispiel Onitor ein, ein kleines Label aus Stuttgart, die veröffentlichen hauptsächlich Leute, die aus Köln kommen oder sonst woher aber eben auch aus Stuttgart. Das sind teilweise deutschlandweit angesehene Labels, aber halt wieder im Underground. Und wenn man das irgendwie bündeln kann, um wirklich den großen Städten klar zu machen, hey es ist zwar Stuttgart und der Kessel ist kleiner als Berlin, aber hie passiert jede Menge dann wird Stuttgart automatisch attraktiver für die Leute.* (Michael Setzer, Prinz)

Vorschläge zu Baustein 22: Fürs Image des Standortes sind Fachleute verfügbar, nämlich die Musikfirmen. An sollte nach außen bescheiden mit etwas „angeben“ was Popularmusik aus Stuttgart gerade ist. Dies sind eben nicht a-ha, sondern die Stuttgarter HipHops. Es wäre auch vorstellbar das „Arena of Sound“ Festival mit einem Musikfestival zu verbinden (vgl. Baustein 19) *"(...) Imagemäßig ist es ja etwas schwierig, darüber brauchen wir gar nicht reden und dass es besser wäre ein besseres Image zu schaffen, dass es dann besser wäre sich hinzusetzen und zu sagen wir bilden mal so einen Arbeitskreis, eine Interessensgemeinschaft, Schießmichtot und widmen uns mal nur dem Thema Image und erarbeiten Vorschläge. (...) Was wir gerne mal machen wollen ist aus diesem HipHop Open etwas mehr zu machen als einfach ein 1 Tages Festival. Da würden wir gerne eine Convention draus schmieden, die weltweite Bedeutung hat, als Ziel, als Fernziel, wo man sagt, dass ist eine kleine Veranstaltung, die wird auch bewusst klein gehalten, sie ist*

qualitativ hochwertig und da geht es nicht darum, dass man 100.000 Leute mehr nach Stuttgart lockt, sondern es geht darum, dass man 5 oder 10 Fernsehteams mehr nach Stuttgart lockt, die darüber berichten, weil es Qualität hat. Es geht nicht darum nur den Stuttgartern irgendwas zu bieten, es geht ums Image. (...) Ich habe hier eher einen kulturpolitischen Ansatz. Ich fände es einfach mal gut, wenn man eine Idee die wir mal hatten und im Staatsministerium vorgetragen hatten ist so eine, mit dem was wir haben ein bisschen anzugeben, nämlich HipHop made in Stuttgart, die Wiege des deutschen HipHop ist nun mal hier in Stuttgart, wenn man da was machen könnte, wie zum Beispiel dieses HipHop Event auf internationaler Ebene, nicht wie die Popkomm oder die Loveparade angesiedelt, sondern eher die Größe wie ein bisschen Jazzfestival von Montreaux. (Fitz Braum, Four Music)"

Baustein 23: Binnenwahrnehmung – Imagebildende Maßnahmen in Stuttgart

Der Standort Stuttgart leidet an einem wirklichen Minderwertigkeitskomplex. Man schaut immer nach Köln, Hamburg oder Berlin, dabei hat man selbst unglaubliches Potential vor der Haustüre. Es scheint fast so, dass die Äpfel in Nachbars Garten immer schöner zu sein scheinen. Wir haben beim Vergleich mit den anderen Medienstandorten im Theorieteil schon gezeigt, dass es an anderen Standorten nicht besser, sondern eher noch schlechter für Nachwuchsmusik aussieht. Es sollte erreicht werden, dass jeder Politiker und Entscheider selbstverständlich sagt: Popularmusik, Na klar, Stuttgart. Und auch nicht Mannheim, Karlsruhe oder Freiburg. *Standort Stuttgart ist: Aufklärungsarbeit vor den Entscheidern, ich vermute, dass sehr viel in der Politik laufen wird, auf Politikebene, und dass dort halt die, dass dort halt klar wird, dass wir jetzt in einem Medienzeitalter sind, dass sehr viel getragen wird über Imagetransfer: wie viel Geld wird ausgegeben für Image, zum Beispiel in der Werbung, und genauso muss sich die Stadt jetzt mal als Imageträger sehen. Die Popmusik birgt ein unheimliches Imagepotential in sich, wo das Verhältnis Investition zu Image 1000-fach zurückkommen wird. (...) Und das ist mein größter Wunsch, dass da was getan wird und da würde sogar auch ich Zeit investieren, um da mal ein bisschen mit den dementsprechenden Herren zu reden, weil ich glaube auch, dass die letztendlich, dass die Leute das auch sehen würden.* Ist. (Daniel Requardt, Floridan Audioproduktion)"

Vorschläge zu Baustein 23: (siehe Baustein 16)

Baustein 24: Zentraler Ansprechpartner / Anlaufstelle:

Wichtig ist es auf jeden Fall, dass Informationen gesammelt, gebündelt und zentral abrufbar sind. Ein Ansprechpartner, bzw. eine Anlaufstelle sollte für alle vorhanden sein, für Bands, für Musikfirmen, wie auch für Mitarbeiter von Einrichtungen. In diesem Baustein haben wir etwas mehr Zitate erwähnt, weil hier am meisten Bedarf gemeldet wurde. *„Also es wäre gut, wenn sich Künstler sowie Manager und alle Leute, die mit Musik zu tun haben in Stuttgart und mit Musikproduzenten, da wäre es gut, wenn sie eine Anlaufstelle hätten, zu der sie gehen könnten und sich informieren können und ihre Fragen beantwortet bekommen (...) Einfach Beratung, z.B., Beratung, vertragliche Seite, d.h. wenn die Bands, die ja kein Geld haben, einen Plattenvertrag oder so was angeboten bekommen von irgend jemandem, von irgendeiner Firma, dann wäre es gut, wenn jemand da wäre, der mit ihnen den Vertrag checkt, weil so'ne Vertragsprüfung die kostet halt leicht mal 1000,00 DM normalerweise, in diesem Fall, damit sie mal ein bisschen Musikrecht, über's Musikrecht ein paar Sachen erfahren, eventuell auch ne Stelle die weitere Kontakte zu Plattenfirmen herstellt, (...) Eine Schnittstelle, direkte Kontakte, die dann zu Plattenfirmen Kontakte hat, äh, die eventeull dann mal jemanden kennt, die dann sagt: hey, hör mal das Band an, das könnte interessant sein, was könnte man da machen. (..) Müsste schon jemand sein, der mit Musik auch schon früher zu tun hatte, also ich meine es würde wahrscheinlich nicht reichen, wenn man in Stuttgart auf dem Königsplatz einen kleinen Office aufstellt und da steht ein Typ, der kann Verträge und der kann alles machen, sondern da müsste man schon ein kleines, kleines Kreativzentrum, das kann man ja ausweiten, das muss ja nicht nur für Musik sein, das kann ja auch für Bildkünste sein oder für solche Dinge. Das ist auf jeden Fall wichtig zu fördern. (...) Ich glaube sowieso, dass das irgendwie in einem Umfeld sein müsste, wo die Musiker sich nicht gleich wieder wie in einer Plattenfirma fühlen, sondern es muss irgendwie was sein*

wo sie sich wohlfühlen, wo sie sich auch wirklich getrauen zu sagen, was sie wissen möchten und wovor sie Angst haben, also es muss irgendwas sein wo sie sich wohlfühlen. Also irgendeine Institution wo man einfach hingehen kann, wo man in dem Stil, wie halt die Jugendlichen oder die jungen Leute sind einfach sich hinsetzen können, auf einem Ledersessel, oder was weiß ich irgend einen alten, keine Ahnung, auf jeden Fall irgendwas, wo sie sich wohlfühlen, das sie auch wirklich mit dem rausgehen, rauskommen, was sie auf dem Herzen haben. (Ralf-Christian Mayer, Tucan)“

„(...) weil man nie so richtig weiß wo man sich hinwenden soll. Das hab ich schon von vielen Leuten gehört, die gesagt haben, ich werde von Schreibtisch zu Schreibtisch verbunden, ich weiß nie wo ich da hin soll und viele Leute die dann sagen, ne das machen die eh nicht, die von vornherein schon abblocken. Boah Stadt, das klingt immer halt nach oben gucken und sagen: Duuuu, bitte. Da fällt vielen Leuten schon die Motivation sich da dran zu wenden und die Leute die die Motivation haben verlieren sie, wenn sie zum fünften Mal hören; Neh, da sind wir nicht 100% zuständig dafür, kann ich nicht sagen, versuchen sie es bitte mal hier. (...) Ein Ansprechpartner wäre auf jeden Fall sehr hilfreich und auch den ASP so publik machen, dass man ihn kennt, dass die Leute wissen, wenn ich ein Problem in der Art habe, kann der mir weiter helfen, auch wenn er selber das Problem nicht lösen kann, kann er mir sagen an wen ich mich wenden muss. (Michael Setzer, Prinz)

Vorschläge zu Baustein 23: (siehe Handlungsempfehlungen)

6. HANDLUNGSEMPFEHLUNGEN UND SCHLUSSWORT

Wir hatten im Rahmen dieser Studie nicht den Auftrag eine Förderkonzeption zu entwickeln. Dennoch haben wir uns in den vielen Diskussionen und in den Fachgesprächen mit den Experten über vieles Gedanken gemacht. Letztlich fragt man sich auch immer, welches Resultat so eine Studie nach sich zieht. Deshalb haben wir uns entschlossen, der Stadt Stuttgart unsere Ideen zur Entwicklung einer kommunalen Popularmusikförderung mit auf den Weg zu geben.

Bei allem Sammeln und Katalogisieren von Informationen und Aussagen zur Popularmusikszene darf man eines nicht vergessen – die Bands selbst. Aus Sicht einer Band sind oft andere Sachen wichtig, als solche, die von außen betrachtet hilfreich erscheinen. Bands selektieren aus Angeboten der Nachwuchsförderung auch aus und dies erfolgt nicht nach der Qualität des Angebotes, sondern nach Wahrnehmungsprozessen der Bandmitglieder. Inwieweit sinnvolle Nachwuchsmusikförderung von den Bands angenommen wird, ist somit eine Frage des Marketings. Die Bands sollten als Kunden kommunaler Nachwuchsförderung betrachtet werden. Diese (schmerzliche) Erfahrung musste schon bei manchem Projekt gemacht werden. So wurde zum Beispiel das Bandcoachingprogramm der Musikschule nicht angenommen, weil der Musikschule im Popularmusikbereich nicht die Kompetenzen zugeschrieben wurden, die die Bands wollten. Das Angebot an sich war perfekt konzipiert. Die Musikbusinessseminare Sound Gate des CUMULUS Kulturbüros waren nicht so gut besucht wie die ersten, weil die Rockstiftung Baden-Württemberg die Bands schneller angesprochen hatte. Dabei waren die Sound Gate Seminare (nach Aussage von Teilnehmern beider Seminarreihen) inhaltlich und didaktisch viel besser angelegt. Diese Reihe ließe sich beliebig weiterführen. Wenn man die Nachwuchsbandförderung als Dienstleistung versteht und bei der Konzeption der Produkte die Marketingstrategie gleich mitentwickelt, kann man sich bestimmte Misserfolge ersparen. Die Entscheidung der Jugendhäuser kein Konkurrenzangebot zu den Stuttgarter Clubs im Techno/Housesegment anzubieten, ist eine solche. Man verfügt weder über die notwendigen Räume, noch die entsprechende Technik, es fehlt der Kontakt zur Szene, die zeitlichen Rahmenbedingungen sind nur schwer herzustellen und letztendlich verbindet niemand Jugendhaus mit „Jugendhouse“.
Aus Perspektive der Bands gibt es vier Dinge, die sie weiterbringen: Motivation/Spaß, Geld/Unterstützung, Bekanntheit/Werbung und Know how/Erfahrungen. Meistens ist dies auch die Abfolge in der man es am liebsten hätte: Am liebsten will man Spaß haben und Erfahrungen macht man eher ungern. Der Nachwuchsmusikförderpreis Noise Gate hat diese 4 „Bandwünsche“ zum Beispiel bis ins Detail berücksichtigt. Zuerst wurde ein positives Image aufgebaut, dann wurde den Bands sehr viel Unterstützung angeboten, es wurde für die Bands sehr viel Werbung und Pressearbeit gemacht. Dass sie was bei dem Projekt lernen würden, haben die meisten erst erkannt, als sie auf den Veranstaltungen anfingen sich mit den Fachleuten auseinander zusetzen. Auch die Marketingstrategie ging auf: Noise Gate war kein Wettbewerb, sondern der erste Musiknachwuchspreis der Region Stuttgart. Durch die positive Wahrnehmung bei Musikern und Besuchern hat sich das Projekt als vertrauenswürdig und gut durchgesetzt. Noise Gate ist definitiv der Marktführer unter den Nachwuchsbandprojekten in der Region. Durch das Eingestehen von Fehlern und die Bescheidenheit der Organisatoren gegenüber den Bands wurde eine längerfristige Bindung erreicht.
Es lohnt sich also für die Stadt bei der Entwicklung von neuen Angeboten die „Marktlage“ und die „Trends“ ganz genau zu analysieren. Eine so verstandene Zielgruppenorientierung wird auf jeden Fall effektiver sein, als das in der Kulturpädagogik oft propagierte „Try and error“ Verfahren. Der gute Kontakt zu den Bands ist für die Nachwuchsmusikförderung also sehr wichtig.
Die kommunale Förderung von Popularmusik kann infrastrukturelle Maßnahmen, wie auch die Förderung von Bildungsangeboten enthalten, die es erlauben, dass dauerhaft und nachhaltig aus einer Förderung kulturelle, soziale und nicht zuletzt wirtschaftliche Impulse entstehen können. Hier bietet sich ein sehr gelungener Vergleich. Popularmusikförderung kann als eine Art Fischzucht gesehen werden: Die Kommune sorgt für eine entsprechende

Infrastruktur. Es gibt also einen Teich mit frischem Wasser, eine finanzielle Förderung des Bereiches (Fischfutter), eine inhaltliche Förderung des Bereiches (Der Fischzüchter) und ein (jugend)kulturelles Klima, das in der Popularmusik bestimmt, welche Fischsorte (Künstler, Firmen) sich in diesem Teich am wohlsten fühlen. So wird also gefördert, bis aus den kleinen Fischlein große Karpfen (wahlweise Barsche, Forellen,..) geworden sind, die sich die Wirtschaft herausangeln kann und dann die weitere Förderung unterstützen kann. Es gilt also zu versuchen, dass sowohl die großen Fische gute Rahmenbedingungen bekommen (In Stuttgart ist dies zur Zeit zum Beispiel HipHop), aber auch der andere Nachwuchs gefördert wird. Generell sollte man auch versuchen Freiräume zu schützen und unreguliertes Wachstum zu ermöglichen (Biotop).

Wenn man auf die verschiedenen Bereiche und Bausteine Bezug nimmt, ergibt sich die Frage, auf welche Zielgruppen sich die kommunale Nachwuchsmusikförderung beziehen sollte:

1. Bands und Einzelkünstler
2. Offene und verbandliche Jugendarbeit
3. Kultureinrichtungen und –Initiativen
4. Weitere kommunale Verwaltungseinheiten (Baurechtsamt, Ordnungsamt,...)
5. Hochschulen/Ausbildungseinrichtungen
6. Musikwirtschaft
7. Regionalvertreter

Alle diese Zielgruppen, auf die sich ein kommunale Nachwuchsförderung im Popularmusikbereich beziehen soll, haben eine ganz unterschiedliche inhaltliche Ausrichtung. Eines ist ihnen aber gleich, sie haben alle etwas mit Popularmusik zu tun. Sie spielen sozusagen alle Variationen über das gleiche Thema.

Die Frage nach der Anbindung der Popularmusik- und Nachwuchsförderung, wer diese Aufgabe übertragen bekommen soll, ist eine sehr komplexe. Wenn wir davon ausgehen, dass man verschiedene Kompetenzen und ganz unterschiedliches Fachwissen aus den Bereichen Kultur, Jugend, Wirtschaft und Bildung dafür benötigt, muss nach einer Organisationsform mit einer Struktur gesucht werden, die eine Kombination ermöglicht. Eine zentrale Stelle, z.B. beim Kulturamt angesiedelt (Popmusikbeauftragter), kann diese Aufgaben weder von ihren Kompetenzen, noch von ihrem fachlichen Know how und ihren Zugängen übernehmen. „*Ich glaube, dass so ein Popularmusikbeauftragter auf einer Ebene arbeitet, die schon wieder zu weit weg ist. Die hat mit der Basis nichts zu tun erst mal. Entweder dieser Popularmusikbeauftragte arbeitet ganz eng mit der Basis zusammen wobei ich mir fast nicht vorstellen kann, dass so was funktioniert. Aber ich glaub erst mal grundsätzlich, dass ein Popularmusikbeauftragter wieder auf einer ganz abstrakten Ebene im Rathaus ist, im Vierten Stock agiert das mit der Realität und auch mit einer Subkultur oder auch mit einer Szene oder mit Räumen wo sich irgendwas entwickelt ist das hunderttausende von Kilometern entfernt.* (Regine Laun, Cumulus Kulturbüro)“ Es gibt also keine „Eier legende Wollmilchsau“ (Nichtsdestotrotz fehlt eine zentrale Stelle beim Kulturamt, die für Popularmusik zuständig ist).

Die Struktur könnte ein Netzwerk darstellen. *„Weil man braucht die alle, da Stuttgart noch nicht groß genug ist, dass da irgendwelche Einzelgeschichten funktionieren würden, - ich glaub man muss da versuchen möglichst viele zusammen zu kriegen, die dann da auch in so einer Art „Pool“ zusammen mit drin sind und man muss ausloten, in wie weit die bereit sind sich dafür einzusetzen.*(Bernd Haasis, Stutgarter Nachrichten)“
Vernetzung kann horizontal oder vertikal erfolgen (vgl. Wendt 1991, S. 50). Von einer horizontalen Vernetzung spricht man, wenn sich gleichberechtigte Einrichtungen/Personen (gleiche Hierarchiestufe) aufeinander abgestimmt haben. Eine vertikale Vernetzung meint die Zusammenarbeit von Einrichtungen/Personen verschiedener Hierarchiestufen. Auch ein solches Netzwerk funktioniert nicht hierarchisch - direktiv, sondern gleichberechtigt und pluralistisch.

Bei einem Netzwerk für Popularmusikförderung sollten folgende Punkte geklärt werden:

- Der Inhalt (Motiv, Thema)
- Die Ausrichtung (hierarchisch, dezentral, wechselseitig,...)
- Die Zugänglichkeit (geschlossen oder offen)
- Die Verankerung (Personen zentriert oder kollektiv)
- Die Dichte (Kontakte eng oder weit)
- Die Weite (Wie viele Institutionen sind beteiligt)
- Die Dauerhaftigkeit (Stabilität im Zeitverlauf)
- Die Häufigkeit der Kontakte
- Die Intensität

Die Vernetzung bezieht sich kommunal auf Ressourcen (Know how, Finanzmittel, Personal) unterschiedlicher Träger (insb. Kulturförderung, Jugendförderung, Wirtschaftsförderung) und auf privatwirtschaftliche Organisationen. Bei einem Netzwerk zur Popularmusikförderung ist es wichtig von gleichberechtigten Partnern auszugehen. Zwischen den Einrichtungen dürfen keine Hierarchien bestehen. Dies betrifft vor allem auch die Möglichkeit unterschiedliche Ressourcen in eine Kooperation mit einzubringen. In der Praxis ein schwieriges Thema, da zum Beispiel „Know how" oft gegen Personal steht.

Netzwerke können zentralisiert oder dezentralisiert angelegt sein. Zentralisierung meint die Zusammenarbeit in bezug auf eine einzige Stelle. Hier besteht die Gefahr des Aufbaus neuer „Know how" - Hierarchien, der Vereinheitlichung der Angebote durch den monozentristisch angelegten Informationszugang und der möglichen Folge der Fremdregulierung unter Ausschluss der Beteiligten und der Zielgruppe. Dezentral meint die Vernetzung der Einrichtungen/Akteure untereinander. Es muss einerseits die Verbindung mit allen Zielgruppen möglich sein und andererseits muss eine Verbindung zur hierarchisch aufgebauten kommunalen Verwaltung ermöglicht werden. *„Dass alle wirklich zusammen arbeiten wollen. Weil nur dann sehe ich die Möglichkeit. D.h. mit gestandenen Musikern, mit Leuten der Industrie, mit Stadt, mit allen. Warum nicht das als runden Tisch sehen, als Gremium sehen. Gut man braucht einen Vorsitz, das ist klar. Oder man braucht da jemand, der da die Hand drauf hat. Aber der müsste sich ja dann nicht so arg um den künstlerischen Bereich kümmern, sondern mehr um dieses Organisatorische. (...) (Ein Popularmusikbeauftragter beim Kulturamt) kann da ja auch gar nicht objektiv ran gehen. Er hat eine subjektive Meinung und die wird er dann immer auf alles auch anlehnen. Und man kann niemand sagen, dass er es komplett auslassen kann. Das funktioniert nicht. Das schaff ich auch nicht.* (Andreas Brenner)"

Beteiligte an einem Stuttgarter Netzwerk zur Nachwuchsmusikförderung könnten sein:

1. Künstler: Musikinitiative Rock Stuttgart e.V., freie Musikinitiativen (z.B. Motor City Sonic)
2. Jugend: CUMULUS Kulturbüro, Jugendamt (51-54), Stuttgarter Jugendhaus e.V., Stadtjugendring Stuttgart e.V., weitere freie Jugendhilfeträger
3. Kultur: Kulturamt, Stuttgarter Musikschule, Medienteam, Soziokulturelle Zentren (z.B. Merlin, Theaterhaus), Staatstheater/Theater im Depot, freie Kultur- und Veranstaltungsinitiativen, Musiklehrerverbände
4. Schule: Oberschulamt, Hochschule für Musik und Darstellende Kunst (Kultusministerium B-W),
5. Wirtschaft: Wirtschaftsförderung (OB 82), Interessensvertretungen von Firmen (z.B. Four Music/0711 Büro, M1/M1 Recordings, Pauls Musique, Kommerzielle Musikschulen, Music Circus/SKS Russ/KVL Ludewig), IHK Stuttgart, IG Medien

Es sollte außerdem eng mit folgenden Institutionen zusammenarbeiten:

1. Künstler: Landesarbeitsgemeinschaft Rock Baden-Württemberg e.V. (LARI),
2. Jugend: Jugendämter in der Region, Regionale Jugendeinrichtungen, Arbeitsgemeinschaft Jugend- und Freizeitstätten (AGJF), Landesjugendring
3. Kultur: Kulturämter und Kultureinrichtungen in der Region, Kunstministerium B-W
4. Bildung: Popakademie, Kultusministerium B-W
5. Wirtschaft: Medien- und Filmgesellschaft Baden-Württemberg, Wirtschaftsförderung Region Stuttgart, Interessensvertretungen von Firmen aus der Region
6. Weitere kommunale Verwaltungseinheiten (Baurechtsamt, Ordnungsamt,...)
7. Landesweite und bundesweite Stellen zur Nachwuchsmusikförderung (Rockstiftung Baden-Württemberg e.V., BA Rock, Kulturbüro NRW, ...)
8. Sponsoren (Volkswagen Soundfoundation, ...)
9. Stiftungen (Jugendstiftung B-W,...)

Die äußerst angespannte Haushaltssituation der Kommunen macht das Einfordern von Wirtschaftlichkeit und Effektivität unumgänglich. Durch eine Vernetzung können Prinzipien, wie sie die KGST formuliert hat gut berücksichtigt werden. Die Eckpunkte sind:

- Die Möglichkeit auf die sich rasch veränderte gesellschaftliche Umwelt schnell und adäquat zu reagieren
- Die Veränderung der Kommunalverwaltung von einer Behörde hin zu einem Dienstleistungsunternehmen
- Der Wettbewerb mit privaten Anbietern
- Wirtschaftliches Handeln (wegen rückläufiger Einnahmen)
- Spontaneität in Planungsbereichen sichern
- Effektivitätssteigerung der Verwaltung
- Beschränkungen, zum Beispiel durch die „Jährlichkeit“ abbauen
- Weniger Bürokratie
- Flexible Strukturen
- Effektives Erbringen von Leistungen
- Kosten- und Leistungsdenken

(Vgl. zur „Neuen Steuerung“ in der Jugendhilfe: Flösser / Otto 1996; KGSt 9/1994)

Hier schließt sich die Frage an, welche Organisationsform einen Rahmen für ein solches Netzwerk bieten kann. Es muss auf jeden Fall eine Koordinationsstelle für das Netzwerk geschaffen werden. Die zentralen Aufgaben der Koordinationsstelle sind die Koordination und Abstimmung der Angebote (horizontale Vernetzung), die Schnittstelle zur Verwaltung und Politik (vertikale Vernetzung, das heißt die Eingliederung des Netzwerkes in den verwaltungsmäßigen Zusammenhang der Kommune) und die Evaluation des Netzwerkes, besonders unter dem Gesichtspunkt der Zielkonvergenz. Weitere Aufgaben können die Verwaltung eines Projektefonds, Beratungsfunktionen, Agenturfunktionen (Sammlung, Aufarbeitung, Nutzbarmachung von Adressen und Informationen / die Verantwortung der netzwerkrelevanten Öffentlichkeitsarbeit), ein Kurs- und Weiterbildungssystems oder die Planungsverantwortung der Jahreshöhepunkte sein. Wichtig dabei ist, dass die Koordinationsstelle durch die Übernahme der Aufgaben nicht auf eine höhere hierarchische Ebene gehoben wird. Dies Gefahr besteht um so mehr, je mehr Aufgaben an eine Koordination gekoppelt werden. Dies ist im übrigen nicht nur der Fall, wenn es eine eigene Einrichtung für die Koordination gibt, sondern genauso, wenn ein temporär zusammentreffender Arbeitskreis diese Aufgaben übernehmen sollte. Die zentrale Koordination ist also, durch die Aufgaben bedingt, sehr hierarchieanfällig.

Die Koordinationsstelle kann unterschiedlich organisiert sein: In einem Amt, einem Kulturpädagogischen Dienst (vgl. Schäfer 1988, S. 51-52), einer Kooperative (vgl. CUMULUS Kulturbüro 1998), einer Firma oder bei einem Freien Träger. „Die in der Regel zentralen Stellen sind personell, finanziell und logistisch am ehesten in der Lage, Vernetzungen zu erwirken. Zudem werden sie normalerweise als neutrale Stellen problemlos

anerkannt“ (Morr 1997, S. 9). Langjährige Erfahrung hat man in Stuttgart mit dem CUMULUS Kulturbüro als Netzwerk zwischen dem Jugendamt, dem Stuttgarter Jugendhaus e.V. und dem Stadtjugendring Stuttgart e.V. sammeln können. Hier wurde eine zentrale Koordinationsstelle angelegt, die den Aufbau eines Netzwerkes zwischen den Einrichtungen der Träger fördern konnte. *„(...) wir, die wir an der Basis arbeiten und CUMULUS arbeitet ja auch an der Basis, wir haben beides, wir arbeiten mit Multiplikatoren und wir arbeiten direkt mit Bands, also wir wissen ja eigentlich wie es aussieht, wir wissen wo gerade Bedarf besteht, wo gerade Unterstützung angesagt wäre, wir können sozusagen das Bindeglied sein zwischen dem Ansprechpartner der Stadt, die was in Bewegung setzten können oder auch strukturell was verändern können, und den Bands und da fehlt irgendwie auch für uns jemand, der sagt, o.k. das greife ich auf und versuch das umzusetzen. Dafür haben wir keinen Zeit. Unsere Aufgabe ist eine andere als gute Strukturen zu schaffen für einen guten Musikstandort, wirtschaftlich betrachtet.*(Regine Laun, CUMULUS Kulturbüro)“

Da ein Netzwerk zur Popularmusikförderung sehr groß ist, muss eine Koordinationsstelle sehr genau entwickelt werden. Welche Nähe und Distanz hat sie zu den Beteiligten, insbesondere zur Kommunalverwaltung? Wer formuliert die Zielvorgaben? Wer finanziert hauptsächlich? Wo wird das Controlling angesiedelt?

Sobald an der Koordinationsstelle nicht nur die öffentliche Verwaltung beteiligt ist, muss eine privatrechtliche Organisationsformen gewählt werden. Die Rechtsfähigkeit der Organisation und der Grad ihrer Verselbständigung gegenüber der Kommunalverwaltung muss sensibel gewählt werden. Rechtsfähigkeit bedeutet die Fähigkeit, Träger von Rechten und Pflichten sein zu können. Der Grad der Verselbständigung gibt zugleich Auskunft über den Verlust von Steuerung und Kontrolle durch Rat und Verwaltung. *Im Finanzbereich ist die Ämterorganisation in die relativ starre Kameralistik eingebunden. Zwar haben hier Budgetierung und dezentrale Ressourcenverantwortung erhebliche Verbesserungen gebracht, dennoch bleibt es dabei, dass die Kameralistik von ihrem Prinzip her auf den Haushaltsplanvollzug ausgerichtet ist. Es lohnt sich daher durchaus über alternative Organisationsformen nachzudenken, um Betriebsabläufe zu optimieren.* (Cronauge, 1997, S. 61)

Folgende Rechtsformen könnten für eine Koordinationsstelle gewählt werden:

- Gemeinnützige GmbH
- Verein
- GbR/Arbeitsgemeinschaft
- Stiftung

Eine Stiftung ist für eine Koordinationsstelle zu unflexibel, weil die Stiftungsmitglieder nicht wechseln können. Die anderen drei Rechtsformen bieten jeweils Vor– und Nachteile. Obwohl es uns im Moment so erscheint, dass eine gGmbH bessere Möglichkeiten bietet, lässt sich doch auch ein Verein so anlegen, dass er fast deckungsgleiche Möglichkeiten bieten. Da die Organisations- und Rechtsform der Koordinationsstelle eine gelingende Arbeit wesentlich bedingt, schlagen wir einen Zwischenschritt vor.

Die kommunalen Verwaltungseinheiten (Kultur, Jugend, Wirtschaft) bilden mit ausgewählten Interessenten (s.o.) eine Arbeitsgemeinschaft und statten diese mit 3 Stellen (von jedem Referat eine) und einem Budget von 250.000,- DM aus. Diese Arbeitsgemeinschaft hat zum Ziel eine Förderkonzeption für den Bereich zu entwickeln, eine passende Organisationsform zu finden und insbesondere den weiteren Personal- und Finanzbedarf für die kommunale Nachwuchsmusikförderung zu benennen und Drittmittel zu akquirieren. Sie soll –und das ist sehr wichtig- schon damit beginnen die einzelnen Elemente einer entworfenen Förderkonzeption (z.B. Imagekampagne, Veranstaltungen,...) umzusetzen, damit Überprüfungen erfolgen können. Nach einem Jahr soll diese Arbeitsgemeinschaft in eine gGmbH oder einen Verein übergehen. Über die weitere Ausstattung dieser Koordinations-

und Förderstelle für Popularmusik entscheidet der Gemeinderat nochmals bei der Festlegung der endgültigen Rechtsform.

Wenn man so vorgeht, kann man eine sehr hohe Effizienz und Qualität erreichen. Wenn man zur Nachwuchsmusikförderung zum Beispiel einfach den bestehenden Jugend- oder Kultureinrichtungen die Zuschüsse erhöhen würde, damit sie den Bereich an der Basis ausbauen können, hätten sie das natürlich sicherlich verdient und würden die Mittel auch sinnvoll einsetzen, es wäre aber kein Ziel definiert und somit auch nicht erreichbar. Viele kommunale Förderungen im Popularmusikbereich funktionieren nach diesem Schema – oder sie funktionieren eben nicht.

Wir haben uns sehr gefreut, diese Untersuchung durchführen zu können, weil wir uns persönlich schon sehr lange mit dem Thema befasst haben und quasi unser „Herzblut“ daran hängt. Wir wollen uns an dieser Stelle nochmals bei allen bedanken, die an dieser Studie mitgewirkt haben, den befragten Bands und insbesondere den Fachleuten, die sich sehr viel Zeit für uns genommen haben. Wir wünschen der Stadt Stuttgart und der Region, allen Beteiligten und Künstlern viel Erfolg und viel Spaß.

Für das Projektteam

Paul Woog

7. LITERATUR

Adler, Guido, Hg.: Handbuch der Musikgeschichte. 4.Auflage. 3.Band. München: DTV, 1981.

Adorno, Theodor W. : Ästhetische Theorie. Frankfurt am Main, 1971

AG Cumulus - Stuttgarter Jugendhaus e.V., Jugendamt der Landeshauptstadt Stuttgart - Dienststelle Offene Jugendarbeit, Stadtjugendring Stuttgart e.V. (Hg.) : AG Cumulus - Rahmenkonzeption und Geschäftsordnung, 1994, Stuttgart,

AG Cumulus - Stuttgarter Jugendhaus e.V., Jugendamt der Landeshauptstadt Stuttgart - Dienststelle Offene Jugendarbeit, Stadtjugendring Stuttgart e.V. (Hg.) : Cumulus - ein frühes Netzwerk, Stuttgart, 1993, Eigenverlag

Aleida Assmann, Zum Problem der Identität aus kulturwissenschaftlicher Sicht, in: Die Wiederkehr des Regionalen. Über neue Formen der kulturellen Identität, hrsg. von Rolf Lindner, Campus Verlag Frankfurt a.M./New York 1994, 31

Arbeitsgruppe Bielefelder Jugendforschung / Heitmeyer, Wilhelm / Olk, Thomas (Red.) 1990: Das Individualisierungs – Theorem. Bedeutung für die Vergesellschaftung von Jugendlichen. In: Heitmeyer, Wilhelm / Olk, Thomas 1990: Individualisierung von Jugend. Weinheim / München

Baacke, Dieter: Der sozialökologische Ansatz zur Beschreibung und Erklärung des Verhaltens Jugendlicher. 1980 In: deutsche jugend 6/1980, S.493ff.

Baacke, Dieter / u.a. (Hrsg.): Am Ende postmodern? Next Wave in die Pädagogik, Weinheim / München, 1985

Baacke, Dieter: Jugend und Jugendkulturen. Weinheim / München, 1987

Baacke, Dieter / u.a.: Jugend und Mode. Kleidung als Selbstinszenierung. Opladen, 1988

Baacke, Dieter / u.a. : Medienwelten Jugendlicher. Opladen, 1991

Baacke, Dieter: Jugend und Subkultur. 3. Auflage. Weinheim und München, 1993

Baacke, Diete : Neue kulturelle Gemengelagen. Bielefeld, 1993-1

Baacke, Dieter (Hrsg.) : Jugend und Musik, Opladen, 1997

Baacke, Dieter : Jugend und Jugendkulturen. Darstellung und Deutung. 3. überarbeitete Auflage. Weinheim / München, 1999

Bähr, Johannes ; Jank, Werner ; Schmitt, Rainer (Hrsg.): Kooperation von Musikschulen und allgemeinbildenden Schulen, Endbericht des Modellversuchs des Landes Hessen und des Bundesminsteriums für Bildung und Forschung im Rahmen der Förderung durch die Bund-Länder-Kommission für Bildungsplanung und Forschungsförderung ; BMBF-FKZ: A 6597.00 / BLK-Nr. 22/95; Endbericht 1996-1999. Wiesbaden. 2000

Bäßler, Hans (Hrsg.): Musikpädagogik erlebt : Gespräche über ein künstlerisches Fach ; 50 Jahre Verband Deutscher Schulmusiker. Mainz, 1999

Bastian, Hans Günther: Musik(erziehung) und ihre Wirkung - eine Langzeitstudie an Berliner Grundschulen. Mainz, 2000

Batel, Günther: Musikverhalten und Medienkonsum. Wolfenbüttel, 1984

Bauer, Ulrich; Freund, Wolfgang; Domdey, Gerald: Rock und Pop in Stuttgart, Stuttgart, 1991

Baur, Angelika; Stuttgarter Jugendhaus e.V. (Hrsg.): Modellprojekt Musikwerkstatt für Mädchen und junge Frauen, Stuttgart, o.J., Selbstverlag

Beck, Ulrich / Beck - Gernsheim, Elisabeth (Hrsg.): Riskante Freiheiten. Zur Individualisierung von Lebensformen in der Moderne. Frankfurt am Main, 1994

Beck, Ulrich / Giddens, Anthony / Lash, Scott: Reflexive Modernisierung. Eine Kontroverse. Frankfurt am Main, 1996

Beck, Ulrich: Risikogesellschaft. Auf dem Weg in eine andere Moderne. Frankfurt am Main, 1986

Behrens, Inge: Karriereführer Multimedia. Neue Berufe in den Neuen Medien. München, 2000

Behrens, Roger; : Pop Kultur Industrie. Zur Philosophie der populären Musik, Würzburg,1996

Bekanntmachung der Verordnung über die Berufsausbildung zum Kaufmann für audiovisuelle Medien, zur Kauffrau für audiovisuelle Medien nebst Rahmenplan. Bonn, 1998

Berger, Hartwig / Clarke, John / Arbeitskreis Kommunikationsverhältnisse (Hrsg.): Jugendkultur als Widerstand: Milieus, Rituale, Provokationen. 2. Auflage. Frankfurt

Berger, Peter A. / Hradil, Stefan (Hrsg.): Lebenslagen, Lebensläufe, Lebensstile. Göttingen, 1990

Bielefelder Jugendring (Hrsg.): Jugendkulturen und jugendliche Lebensstile. Bielefeld. 1990

Binas, Susanne: Popmusik im regionalen Kulturprozeß - Soziale Verantwortung auf wirtschaftlichen Grundlagen, Hauptreferat zur Konferenz Jugend-Kultur-Struktur-Musik, Meißen, Januar 1997

Bindhardt, Heiner: Der Schutz von in der Popularmusik verwendeten elektronisch erzeugten Einzelsounds nach dem Urheberrechtsgesetz und dem Gesetz gegen den unlauteren Wettbewerb . Frankfurt am Main, 1998

Birmes, Angela / Vermeulen, Peter: Kursbuch Kulturförderung – Ein Finanzierungsleitfaden zur Jugend- und Kulturarbeit. Unna, 1991

Blank, Ingo; Schäfer, Axel : Highlight - Das neue Handbuch für die Musikszene, Weil im Schönbuch. 1990

Böhnisch, Lothar / Münchmeier, Richard: Wozu Jugendarbeit? Orientierungen für Ausbildung, Fortbildung und Praxis. Weinheim und München, 1987

Böhnisch, Lothar / Münchmeier, Richard : Pädagogik des Jugendraums. Zur Begründung und Praxis einer sozialräumlichen Jugendpädagogik. 2. Auflage, Weinheim und München, 1993

Böhnisch, Lothar / u.a. (Hrsg.): Handbuch der Jugendverbände. Weinheim und München, 1991

Bourdieu, Pierre : Die feinen Unterschiede. Kritik der gesellschaftlichen Urteilskraft, Frankfurt am Main, 1984

Brake, M. : Soziologie der jugendlichen Subkulturen, Frankfurt, 1981

Brennicke, Thomas: Hitmacher & Mitmacher: Streifzüge durch den Popmusik-Dschungel. München: Deutscher Taschenbuch Verlag, 1982

Bronfenbrenner, Urie 1981: Die Ökologie der menschlichen Entwicklung, Stuttgart

Bucher, Willi / Pohl, Klaus (Hrsg.) 1986: Schock und Schöpfung. Jugendästhetik im 20. Jahrhundert. Darmstadt / Neuwied

Buchholz, Goetz: Ratgeber für Lehrkräfte an Musikschulen. Stuttgart: Industriegewerkschaft Medien - Druck und Papier, Publizistik und Kunst, 1999

Büsser, Martin : If the kids are united - von Punk zu Hardcore und zurück, Erweiterte Auflage, Mainz, 1996

Büsser, Martin: Antipop - Essays und Reportagen zur Popkulktur in den Neunzigern, 1998

Büsser, Martin: Popmusik . Hamburg : Europ. Verl.-Anst., Rotbuch-Verl. , 2000

Bullinger, Martin: Die Aufgaben des öffentlichen Rundfunks: Wege zu einem Funktionsauftrag; Studie im Auftrag der Bertelsmann Stiftung. Gütersloh, 1999

Bundesministerium für Familie, Senioren, Frauen und Jugend (Hrsg.) Dezember: Kinder- und Jugendhilfegesetz (Achtes Buch Sozialgesetzbuch). 7. Auflage. Bonn, 1995

Bundesverband der Jugendkunstschulen und kulturpädagogischen Einrichtungen e.V. (Hrsg.) : Modellhafte Erhebung für einen Jugendkulturentwicklungsplan für die Stadt Dessau. Gefördert vom Bundesminister des Inneren. Unna, 1994

Bundesvereinigung Kulturelle Jugendbildung e.V. (Hrsg.) / Bockhorst, Hildegard: Kinder und Jugendkulturplanung. Grundlagen, Planungspraxis, Beispiele, Remscheid, 1992

Bundesvereinigung Kulturelle Jugendbildung e.V. (Hrsg.) : Das Neue Steuerungsmodell - Auswirkungen auf freie Träger in der Jugendkulturarbeit. Remscheid, 1996

Bundesvereinigung Kulturelle Jugendbildung e.V. (Hrsg.)/ Liebald, Christiane: Wirkungen der Kinder- und Jugendarbeit. Rahmenbedingungen für eine Evaluation in der kulturellen Kinder- und Jugendarbeit im Rahmen des Kinder- und Jugendplans des Bundes, Remscheid, 1995

Burkart, Roland, Hg.: Wirkungen der Massenkommunikation: Theoretische Ansätze und empirische Ergebnisse. Wien: Braumüller, 1987.

CDU/CSU-Fraktion, Große Anfrage (14/4290): Über Rock- und Popmusik in Deutschland informieren, Deutscher Bundestag * Pressezentrum * Platz der Republik 1 * 11011 Berlin. Nr. 259, 2000

Chapple, Steve; Reebee Garofalo: Wem gehört die Rockmusik? Geschichte und Politik der Musikindustrie. Reinbek bei Hamburg: Rowohlt, 1980.

Clarke, John / u.a.: Jugendkultur als Widerstand. Frankfurt am Main, 1979

Cohn, Nick: AwopBopaLooBop AlopBamBom - Rock-History, Reinbeck 1971

Culture, creativity and markets. Paris: Unesco Publ., 1998

CUMULUS Kulturbüro (Hrsg.); Rau, Sibylle; Kilgus, Martin(Red.) : Stuttgart meets San Fransisco 1994. Dokumentation eines Jugendkulturaustausches, Stuttgart,1995

CUMULUS Kulturbüro / wgb? media promotion : Sound gate - Seminare für den Nachwuchs der Musikwirtschaft – Konzeption. Stuttgart (nicht veröffentlicht), 1999

CUMULUS Kulturbüro: Stuttgart meets San Franzisko. Dokumentation eines Jugendkulturaustausches. Stuttgart (Eigenverlag),1995

CUMULUS Kulturbüro : Noise Gate - Nachwuchspreis der Stuttgarter Musikszene, Konzeption und Auswertungspapier, Stuttgart (nicht veröffentlicht), 1998

Cronauge: Kommunale Unternehmen, Berlin, 1997, S. 61ff

Deese, Uwe (Hrsg.): Jugend und Jugendmacher: Das wahre Leben in den Szenen der Neunziger. Düsseldorf, 1996

Der Bundesminister für Jugend, Familie, Frauen und Gesundheit (Hrsg.); : Achter Jugendbericht - Bericht über Bestrebungen und Leistungen der Jugendhilfe, Bonn, 1990

Verband deutscher Musikschulen (Hrsg.): Der Weg zur Musik durch die Musikschule. Bonn, 1998

Dethlefs, Beate Christiane : Musik nur in der Schule. 2000. In: PÄD-Forum 28 (2000), Nr. 4, S. 275-315

Deutsche Shell (Hrsg.). Fischer, Arthur ; Fritzsche, Yvonne (Hrsg.): Jugend 2000, 13. Shell Jugendstudie. Opladen, 2000

Deutsche Stiftung Musikleben: Deutscher Musikinstrumentenfonds 1999. Hamburg: Deutsche Stiftung Musikleben

Deutscher Kulturrat (Hrsg.): Konzeption Kulturelle Bildung. Bonn, 1988

Deutscher Sprachdienst 3/2001, S.115: Pop

Diederichsen, Diedrich: Freiheit macht arm - Das Leben nach Rock´n Roll; Köln, 1993

Dollase, Rainer: Musikpräferenzen und Musikgeschmack Jugendlicher in Baacke, Dieter (Hrsg.) 1997: Handbuch Jugend und Musik. Opladen, 1997, S. 341-368

Elkin, Frederick / Westley, Willliam A.: Der Mythos von der Teilkultur der Jugendlichen. 1967. In: Friedeburg, Ludwig von (Hrsg.) 1967: Jugend in der modernen Gesellschaft. Köln / Berlin, S.99ff

Evangelische Akademie Bad Boll (Hrsg.): Zukunftsforum 2000. Jugendliche als Wirtschaftsfaktor. Protokoll der Tagung vom 19. - 21. Februar 1990 in der Evangelische Akademie Bad Boll. Bad Boll, 1990

Ferchhoff, Wilfried / Neubauer, Georg 1989: Jugend und Postmoderne: Analysen und Reflexionen über die Suche nach neuen Lebensorientierungen. Weinheim

Ferchhoff, Wilfried / Neubauer, Georg : Patchworkjugend. Eine Einführung in postmoderne Sichtweisen. Opladen, 1997

Ferchhoff, Wilfried / Sander, Uwe / Vollbrecht Ralf : Jugendkulturen - Faszination und Ambivalenz. Einblicke in jugendliche Lebenswelten. Weinheim / München, 1995

Ferchhoff, Wilfried: Jugendkulturen im 20. Jahrhundert. Von den sozialmilieuspezifischen Jugendsubkulturen zu den individualitätsbezogenen Jugendkulturen. Frankfurt am Main / Bern / New York / Paris, 1990

Flender, Reinhard; Hermann Rauhe: Popmusik: Geschichte, Funktion, Wirkung und Ästhetik. Darmstadt: Wissenschaftliche Buchgemeinschaft, 1989.

Flösser, Gaby / Otto, Hans - Uwe (Hrsg.) : Neue Steuerungsmodelle für die Jugendhilfe. Neuwied / Kriftel / Berlin, 1996

Forschungszentrum Populäre Musik der Humboldt-Universität zu Berlin (Hrsg.): Projektbericht PopScriptum 4 - sounds like berlin. 'round club table' - Diskussion im WMF (16.06.1999). Akteure, Strukturen und Probleme der lokalen Musikwirtschaft in Berlin

Fuchs, Harry; Gröbchen, Walter (Hrsg.): „Austropop: Vom Auf- und Abstieg einer Trademark“. In: Heimspiel: Eine Chronik des Austropop. St.Andrä-Wördern, 1995

Fuchs, Harry: „Von Austroszene bis Zukunftschancen“. In: Juke Box 41a/Rockhaus, 3-Jahre-Buch. (September 1992), S.75-90.

Fuchs, Max / Bundesvereinigung Kulturelle Jugendbildung (Hrsg.) : Kultur lernen - Eine Einführung in die allgemeine Kulturpädagogik. Remscheid, 1994

Fuchs, Max / Liebald, Christiane : Wie mißt man Bildung und Kultur? 1995. In: Infodienst Kulturpädagogische Nachrichten Nr. 36 / April 1995

Fuchs, Max: Jugend, Jugendkultur und Gesellschaft. Rahmenbedingungen von Jugendkulturarbeit. Remscheid, 1992

Gerhard, Anselm (Hrsg.): Musikwissenschaft, eine verspätete Disziplin? Die akademische Musikforschung zwischen Fortschrittsglauben und Modernitätsverweigerung. Stuttgart und Weimar, 2000

Gerstenberger, Peter (Red.): Planning for Real. Ein ganzheitlicher Ansatz gemeinwesenorientierter Projektentwicklung, Berlin, Potsdam, Eigenverlag, 1994

Gorny, Dieter: Kulturförderung und Wirtschaftspolitik. Das Modell Nordrhein-Westfalen. In: Dokumentation der internationalen wissenschaftlich-kulturpolitischen Konferenz in Oybin, 6.-8. November 1992

Glöckler, Ulrich: Hip-Hop, Hardcore, Heavy, Punk, türkisch-Pop, Rap und Funk. Musiksozialarbeit mit Jugendlichen in Stuttgart, Eigenverlag Stuttgarter Jugendhaus e.V.

Groß, Torsten; Röbke, Thomas: Modelle regionaler Kulturarbeit. Bonn: Institut für Kulturpolitik der Kulturpolitischen Gesellschaft, 1998

Habermas, Jürgen: Individualisierung durch Vergesellschaftung. In: Ders.: Nachmetaphysisches Denken. Philosophische Aufsätze. Frankfurt / Main. 1988

Hagedorn, Friedrich: Netzwerkimpulse für die Bildungs- und Kulturorganisation. Adolf - Grimme Institut Marburg, 1994

Hahn-Joecks, Gabriele: Zur Problematik der Besteuerung ausländischer Künstler und Sportler . Baden-Baden, 1999

Hammerich, Kurt / BDKJ NRW (Hrsg.): Kinder- und Jugendkulturarbeit als integraler Bestandteil katholischer Jugendarbeit. Landesausschuß katholischer Jugendarbeit. Unna, 1994

Theobald, Udo; Goldmann, Susanne (Hrsg.): Handbuch der Kulturarbeit. Karlsruhe

Handbuch Kulturmanagement, Sammelband: Die Kunst Kultur zu ermöglichen. Band 1-4, Stuttgart

Hartung, Andreas: Controlling in öffentlichen Kulturbetrieben - sinnvolle Steuerung vorhandener Mittel unter Berücksichtigung des kulturpolitischen Auftrags. Bonn : Kulturpolitische Gesellschaft e.V., 1998

Hartwig, Helmut: Jugendkultur. Ästhetische Praxis in der Pubertät. Reinbek bei Hamburg, 1980

Haselauer, Elisabeth: Berieselungsmusik: Droge und Terror. Wien/Köln/Graz, 1986.

Hauk, John: Boygroups! Teenager, Tränen, Träume. Berlin, 1999

Hautmann, Peter; Leipold, Georg; Popp, Michael; Reiss, Silvia; Röbke, Thomas; Strobel, Matthias; Vierheilig, Otto: Reformprojekt Kulturverwaltung - ein praktischer Leitfaden und Erfahrungsbericht am Beispiel Erlangen und Nürnberg. Bonn : Kulturpolitische Gesellschaft e.V., 1998

Heitmeyer, Wilhelm/ Olk, Thomas: Individualisierung von Jugend. Weinheim / München, 1990

Held, Jutta: Kunst und Alltagskultur. Köln, 1981

Henkel, Olivia / Wolff, Karsten: Berlin Underground. Techno und HipHop zwischen Mythos und Ausverkauf. Berlin. 1996

Henninger, Dirk: Audiovisuelle Codes. Eine Untersuchung über die Beziehungen zwischen Videoclips, Jugendkulturen und modernen Musikgenres, Marburg, 1996

Hentschel, Christian: Der Musiker-Guide. Tips für Musiker vom ersten Konzert bis zum Plattenvertrag. Berlin, 1999

Hilberger, Manfred: CD-Herstellung von A-Z : Homerecording, CD-Brenner, Vertrieb, Internet, Booklet, GEMA, MP3. Bonn, 2000

Hilberger, Manfred: Das Rock- & Pop-Business. Bonn-Bad Godesberg : Voggenreiter, 1998

Holert, Tom / u.a.: Mainstream der Minderheiten - Pop in der Kontrollgesellschaft. Berlin. 1996

Honig, Christoph / Zacharias, Wolfgang: Kulturpädagogisches Netzwerk. Visionäre Chancen, Strukturelle Hindernisse und konkret - praktische Handlungsanleitung für ein kinder- und jugendkulturelles Netzwerk auf kommunaler Ebene. Expertise 4 zum Projekt „Kinder- und Jugendkulturarbeit in Nordrhein-Westfalen: Bestandsaufnahme - Perspektiven - Empfehlungen. 1993

Hörmann, Stefan ; Muth, Burkhard: Zum Magisterstudium der Musikpädagogik und seinen beruflichen Perspektiven. Fernwald, 2000

Hörning, K.H. / Michailow, M.: Lebensstil als Vergesellschaftungsform. Zum Wandel von Sozialstruktur und sozialer Integration. In: Berger, Peter A. / Hradil, Stefan (Hrsg.) 1990: Lebenslagen, Lebensläufe, Lebensstile. Göttingen, 1990, S. 501 – 521

Institut für qualitative Markt- und Wirkungsanalysen 1996: Jugendkultur und Mediennutzung. Eine qualitativ - morphologische Untersuchung. Köln

Internationales Handbuch für Hörfunk und Fernsehen 2000/2001.Baden-Baden.

Jacob, Günther: Agit-Pop - Schwarze Musik und weiße Hörer. Berlin, 1993

Jahnke, Marlis: Der Weg zum Popstar : vom Demoband bis in die Top 10 ; das Handbuch für Musiker, Bands, Produzenten . Mainz, 1998

Janke, Klaus / Niehues, Stefan: Echt abgedreht. Die Jugend der 90er Jahre. 3. unveränderte Auflage. München, 1995

Jogschies, Rainer (Hrsg.): Rock & Pop 89, Kritische Analysen – Kulturpolitische Alternativen (II), Hagen, 1991

Kneif, Tibor: Einführung in die Rockmusik: Entwürfe und Unterlagen für Studium und Unterricht. Wilhelmshaven. 1979

Kneif, Tibor: Rockmusik: Ein Handbuch zum kritischen Verständnis. Reinbek bei Hamburg, 1982.

Kommunale Gemeinschaftsstelle für Verwaltungsvereinfachung KGSt (Hrsg.): Bericht Outputorientierte Steuerung der Jugendhilfe. Köln, 9/1994

Krekow, Sebastian ; Steiner, Jens ; Taupitz, Mathias: HipHop-Lexikon. Berlin. 1999

Kriese:, Konstanze: Musik, Kultur und Wirtschaft, in: Popmusik als regionaler Wirtschaftsfaktor. Report des Internationalen kulturpolitisch-wissenschaftlichen Kolloquiums, Schellerhau 1993

Krone, Christian: Neue Töne, alte Strukturen. Infrastrukturelle Bedingungen lokaler Jugendkulturarbeit am Beispiel der Rock- und Popmusik. Dortmund: Institut für Landes- und Stadtentwicklungsforschung des Landes Nordrhein-Westfalen, 1999

Krüger, Heinz Hermann (Hrsg.) 1988: Handbuch der Jugendforschung. Opladen

Läsker, Andreas: In: Projekt Zukunft: Kopf des Monats Juni 2001: Andreas Läsker, Def Jam Germany. http://www.berlin.de/Land/SenWiTech/ProjektZukunft/aktuell/kopf/laesker.htm

LAKS Baden-Württemberg (Hrsg.) : Soziokulturelle Initiativen und Zentren in Baden-Württemberg. Situation und Perspektiven. Pforzheim, 1991

Landeshauptstadt Stuttgart, Presse- und Informationsamt in Zusammenarbeit mit dem Kulturamt (Hrsg.) 1997: Kultur für Kinder und Jugendliche. 2. überarbeitete Auflage Stuttgart

Landeshauptstadt Stuttgart, Referat Soziales, Jugend und Gesundheit, Jugendamt (Hrsg.) o. J., vermutlich 1994: Jugendarbeit in Stuttgart. Bericht der Planungsgruppe Jugendarbeit, Stuttgart

Landesmusikrat: Landesmusikplan Bremen 2000. Bremen, 2000

Landesmusikrat Hessen: Parteien des Hessischen Landtages zur Musikpolitik in Hessen. Frankfurt a. M.,1999

Landesmusikrat Mecklenburg-Vorpommern: Landesmusikplan. Schwerin. 1998

Landesmusikrat Rheinland-Pfalz: Landesmusikplan Rheinland-Pfalz. Mainz: Landesmusikrat Rheinland-Pfalz

Landesregierung Baden - Württemberg 1996: Jugendpolitische Konzeption der Landesregierung. Stuttgart

Landesvereinigung KulturelleJugendbildung Baden-Württemberg e.V. (Hrsg.): Rau, Sibylle,,Kinder- und Jugendkulturarbeit in Baden-Württemberg Annäherung an die kulturpädagogische Landschaft, Stuttgart, 1996

Lenzen, Dieter: Kunst und Pädagogik. Darmstadt, 1990

Levi - Strauss, Claude: Das Wilde Denken. Frankfurt am Main, 1979

Liebich, Haimo / Mayerhofer, Hans / Zacharias, Wolfgang (Hrsg.) 1991: Kommunale Kinder- und Jugendkulturarbeit im Aufwind? Soziokulturelle Topographen – urbane, kulturpädagogische Netzwerke. Grundlagen, Konzepte, Handlungsansätze, Beispiele, Praxis. Materialien Spiel- und Kulturpädagogik. München

Litterst, Gerhard: „Jazz meets Hip-Hop - zwei schwarze Seelen umarmen sich". in: Jazz Live, 11.Jg. Nr.107/1995: S.4-11.

Lösch, Brigitte: Fachtag Technokultur und Drogenkonsum am 29. Oktober 1996. Göppingen, 1996

Luhmann, Niklas: Individuum, Individualität, Individualismus. In: Luhmann, Niklas 1989: Gesellschaftsstruktur und Semantik. Studien zur Wissenssoziologie der modernen Gesellschaft Bd.3. Frankfurt / Main, 1989

Lyng, Robert : Die Praxis im Musikbusiness. München. 1990

Lyng, Robert: Musik & Moneten: wirtschaftliche Aspekte von Künstler-, Bandübernahme- und Produzentenverträgen . Bergkirchen, 2000

Meuler, Christof 1997: Pop und Bricolage. In: SPoKK (Hrsg.) 1997: Kursbuch Jugendkultur. Mannheim, S.32-39

Ministerium für Kultus, Jugend und Sport / Landeskuratorium für außerschulische Jugendbildung: Leitfaden. Kooperation zwischen Jugendhilfe und Schule, Stuttgart, 1997

Ministerium für Kultus, Jugend und Sport / Landeskuratorium für außerschulische Jugendbildung: Leitfaden 2. Kooperation zwischen Jugendhilfe und Schule, Stuttgart, 1998

Mischke, Jörg / Müller, Lothar: Untersuchung zur musikkulturellen Infrastruktur des Freistaates Sachsen, hrsg. vom Forschungszentrum Populäre Musik der Humboldt-Universität zu Berlin und dem Verein zur Förderung der Populären Musikkultur e.V., Berlin,1994

Mitlehner, Christine; Baak, Ulrike: Berlin für Musikfreunde: Service, Geschichte, Adressen. Berlin, 2000

Mollenhauer, Klaus: Umwege über Bildung, Kunst und Interaktion. Weinheim, 1986

Mollenhauer, Klaus: Die vergessene Dimension des Ästhetischen in der Erziehungs- und Bildungstheorie. Darmstadt, 1990

Morr, Markus: Verplante Kultur? Die Rahmenbedingungen kultureller Planungen. Bonn, Essen, Kulturpolitische Gesellschaft, 1999

Mörth, Ingo / Fröhlich, Gerhard (Hrsg.) : Das symbolische Kapital der Lebensstile. Zur Kultursoziologie der Moderne nach Pierre Bourdieu. Frankfurt am Main, 1994

Moser, Dr. Rolf; Scheuermann, Dr. Andreas : Handbuch der Musikwirtschaft, Josef Keller GmbH & Co Verlags-KG, 1992

Müller, Lothar ; Mischke, Jörg: Rockmusik im föderalen System der Bundesrepublik Deutschland : Förderkonzepte und Förderungsmöglichkeiten ; Studie im Auftrag der Kulturstiftung der Länder. Berlin, 1999

Neubauer, Jan ; Wenzel, Silke (Hrsg.): Nebensache Musik : Beiträge zur Musik in Film und Fernsehen. Hamburg, 2001

Neumann-Braun, Klaus (Hrsg.): VIVA MTV! : Popmusik im Fernsehen. Frankfurt am Main, 1999

Oswald, Daniel: RumS – Rock ums Seeufer, Adressbuch für die Rockszenen rund um den Bodensee. Riedhausen, 2000

OUTBÜRO - Agentur für Popkultur und Kommunikation im Ruhrgebiet: OUT4 – Der Kongress, Abschlußbericht und Dokumentation, Oberhausen, 1999, Selbstverlag

Peter Wicke, Popmusik und Politik. Provokationen zum Thema, in: Dokumentation der internationalen wissenschaftlich-kulturpolitischen Konferenz in Oybin, 6.-8. November 1992

PhonoNet GmbH: Music Info Disc. Hamburg, 3. Auflage, 2001

Poschardt, Ulf; : DJ Culture, Hamburg, 1995

Rauhe, Hermann: Grundprobleme der Ausbildung und Fortbildung von Künstlern und Musikpädagogen im Popularmusikbereich, in: Institut für Jazz-Forschung der Hochschule für Musik und darstellende Kunst, Graz, 17/1985

Reichert, Carl- Ludwig. In: Kneif, Tibor: Rockmusik: Ein Handbuch zum kritischen Verständnis. Reinbek bei Hamburg. 1982. S.228

Richard Jakoby; Egon Kraus (Hrsg.): Musikstudium in Deutschland. Mainz, 1999

Rieger, Eva: Frau und Musik: Bibliographie 1970-1996. Hildesheim, 1999

Ries, Al; Trout, Jack: Die 22 unumstößlichen Gebote im Marketing. 3. Auflage, München und Düsseldorf, 1999

Rockbüro Süd: Know how für nichtkommerzielle Veranstalter, München, 1992

Rösing, Helmut ; Petersen, Peter: Orientierung Musikwissenschaft : was sie kann, was sie will. Hamburg, 2000

Sandner, Wolfgang (Hrsg.): Rockmusik: Aspekte zur Geschichte, Ästhetik, Produktion. Mit Beiträgen von Hans-Jürgen Feurich, Tibor Kneif, Ulrich Olshausen und Wolfgang Sandner. Mainz. 1977.

Schäfer, Sven ; Schäfers, Jesper ; Waltmann, Dirk: Techno-Lexikon. Berlin.1998

Scheuer, Walter: Jugendkulturen. Handreichung für den Unterricht in Klasse 9 zum fächerverbindenden Thema. Stuttgart, 1997

Schulten, Maria Luise (Hrsg.): Medien und Musik - musikalische Sozialisationen 5-15jähriger. Münster, 1999

Schulze, Gerhard: Die Erlebnisgesellschaft. Kultursoziologie der Gegenwart. Frankfurt am Main / New York, 1992

Silbernagel, Esther: Musik im Internet. 1999

Spahr, Wolfgang (Hrsg.): Musik & Multimedia. Bad Segeberg

SPoKK (Hrsg.): Kursbuch Jugendkultur. Stile, Szenen und Identitäten vor der Jahrtausendwende. Mannheim, 1997

Stadtjugendamt / Jugendkulturwerk München (Hrsg.) 1988: Kinder- und Jugendkulturarbeit in München, München

Stadtjugendring Stuttgart e.V. (Hrsg.): Arbeitsgemeinschaft Stuttgarter Jugendverbände. Stadtjugendring Stuttgart e.V. Stuttgart (Selbstverlag), 1996

Stark, Jürgen : Überlebens-Kunst - Tips & Tricks für Musiker, Zebulon Verlag, Düsseldorf. 1995

Stark, Jürgen: Die Hitmacher : die Traumjobs in der Musikindustrie . München : Econ , 1999

Stüdemann, Jörg: Eine Chance für die Soziokultur: Kulturelle Jugendarbeit in sozialen Netzwerken. Vortrag auf der Tagung »Prinzip Hoffnung — kulturelle Jugendarbeit in den neuen Bundesländern«, Dresden 07.05.1996

Stuttgarter Jugendhaus e.V. (Hrsg.) : 50 Jahre Stuttgarter Jugendhaus e.V.. Stuttgart, 2000, Selbstverlag

Terhag, Jürgen: Populäre Musik und Jugendkulturen. Über die Möglichkeiten und Grenzen der Musikpädagogik. Regensburg, 1989

Terhart, Ewald (Hrsg.): Perspektiven der Lehrerbildung in Deutschland : Abschlussbericht der von der Kultusministerkonferenz einge- setzten Kommission. Weinheim, 2000

Thew, Lisbet ; Haberkamp, Gertraut: Musikalische Form- und Gattungsnamen. Berlin. 1998

Tonkünstlerverband Baden-Württemberg: Musikland Baden-Württemberg. Stuttgart: Tonkünstlerverband Baden-Württemberg, 1999

Verband Deutscher Schulmusiker: Weimarer Erklärung zur Lage des Musikunterrichts in Deutschland. Mainz. 1999

Vermeulen, Peter: Kommunale Kulturpolitik in Zeiten knapper Kassen. 1995. In: Kommunale Kulturpolitik in Zeiten knapper Kassen. In: Infodienst - Kulturpädagogische Nachrichten, Nr. 36, April 1995, S. 12-14

Vollbrecht, Ralf : Von Subkulturen zu Lebensstilen, 1997, In: SPoKK (Hrsg.) 1997: Kursbuch Jugendkultur. Mannheim, S.22-31

Wagner, Bernd (Hrsg.): Den Wandel durch Fortbildung begleiten - Dokumentation des Projekts "Neue Steuerungsformen und MitarbeiterInnenqualifikation in kommunalen und freien Kultureinrichtungen". Bonn, Kulturpolitische Gesellschaft e.V., 1998

Wagner, Bernd / Sievers, Norbert: Public Private Partnership. Begründungen und Modelle kooperativer Kulturpolitik. 1998. In: Handbuch Kulturmanagement, Sammelband 2: Die Kunst Kultur zu ermöglichen. Stuttgart, C1.6, S.1-30

Weber + Partner : Gutachten über Angebot und Besuch der Stuttgarter Jugendhäuser im Auftrag der Landeshauptstadt Stuttgart / Jugendamt. Stuttgart, 1989

Wegner, Manfred: Musik und Mammon: Die permanente Krise der Musikkultur. Baden-Baden, 1999

Wendt, Wolf Rainer: Ökosozial Denken und Handeln. Grundlagen und Anwendungen in der Sozialarbeit. Freiburg, 1990

Wendt, Wolf Rainer 1991:Zur Ökologie sozialer Vernetzung und kultureller Netzwerke. In: Liebich, Haimo / Mayerhofer, Hans / Zacharias, Wolfgang (Hrsg.) 1991: Kommunale Kinder- und Jugendkulturarbeit im Aufwind? Soziokulturelle Topographen - urbane. kulturpädagogische Netzwerke. Grundlagen, Konzepte, Handlungsansätze, Beispiele, Praxis. Materialien Spiel- und Kulturpädagogik. München, S. 49ff

Wicke, Peter: Popmusik und Politik - Provokationen zum Thema. Hauptreferat zur Konferenz Popmusik und Politik, Oybin, November 1992

Willis, Paul: Jugend-Stile. Zur Ästhetik der gemeinsamen Kultur. Hamburg / Berlin, 1991

Woog, Paul / Lange, Terje: Netzwerk Im-Puls. Subjektive Stilinszenierung Jugendlicher als Grundlage für die Jugendkulturarbeit in der Großstadt, Diplomarbeit an der Universität Tübingen, IFE, 1999

Zirkel, Uwe: Konzertierte Aktion Pop, 2000. In: http://www.igmedien.de/ publikationen/ kunst+kultur/ 1999/09/33a.html

Zacharias, Wolfgang: Schöne Aussichten? Ästhetische Erziehung in einer technisch - medialen Welt. Essen, 1991

Zacharias, Wolfgang: Kulturpädagogisches Netzwerk; Visionäre Chancen, strukturelle Hindernisse und konkret-praktische Handlungsanleitung für ein Kinder- und Jugendkulturelles Netzwerk auf kommunaler Ebene, erschienen in der Reihe Kinder und Jugendkulturarbeit, Unna, 1993

Zombik, Peter: Die Musikwirtschaft in Deutschland, o.O., 2000

Homepagehinweise:

- www.Barock.org
- www.Bestbands.de
- www.Db.allmusic.de
- www.Deutscher-musikrat.de
- www.Igmedien.de
- www.Jahrbuchpop.de
- www.John-lennon-foerderpreis.de
- www.Kulturbuero-rlp.de
- www.Lari.de
- www.Laut.de
- www.Mfg.de
- www.Miz.de
- www.Musicbiz.de
- www.Musikrat.de
- www.Musikregion.de
- www.Out.de
- www.Popforum.de
- www.Rockbuero-backstage.de
- www.Rockbuerohamburg.de
- www.Rums-net.de
- www.Saarsound.de
- www.Sound.de
- www.Walktofame.de

ANLAGE 1: FRAGEBÖGEN

ERFASSUNG VON EINZELKÜNSTLERN UND MUSIKGRUPPEN AUS DER REGION STUTTGART

(die grau eingefärbten Felder sind für die Internetpräsenz notwendig)

Bandname	
Agentur (Name1)	
Gewünschte Anrede	□ Hallo □ sehr geehrter Herr □ sehr geehrte Frau
Ansprechpartner	
Straße	
Postleitzahl	
Ort	
Land	Deutschland
Region	Stuttgart
Telefon	
Telefax	
eMail	
Homepage	
Handy/Alternativtelefon	
Handybesitzer	
Bild/Logo	□ nein □ ja, wenn ja bitte mitschicken
Information	□ nein □ ja, wenn ja bitte möglichst als Textdatei mitschicken
Pressetext	□ nein □ ja, wenn ja bitte möglichst als Textdatei mitschicken
Biographie/Geschichte	□ nein □ ja, wenn ja bitte möglichst als Textdatei mitschicken
Demo/CD vorhanden	□ nein □ ja, wenn Tonträger vorhanden, dann bitte mitschicken
Link Soundfile	www.
Link Video	www.

Was für einen Musikstil hat Eure Band? (bitte ankreuzen, Mehrfachnennung möglich)

Rock	□	Grunge	□
Hard Rock	□	Jazz	□
Deutsch	□	Klassik	□
Hip Hop	□	Punk	□
Ska	□	Frauenmusik	□
Mainstream	□	Dancefloor	□
Hard Core	□	Folk	□
Liedermacher	□	Comedy	□
Funk	□	Soul	□
Latin/Salsa	□	Techno	□
Crossover	□	Drum 'n Bass	□
Blues	□	Alternative	□
Pop	□	Ragga	□
Reggae	□	Ethno	□
Volksmusik	□	Elektro	□
Schlager	□	Sonstige	□
Independent	□	Anderer Musikstil:	

Abfrage von qualitativen Informationen von Einzelkünstlern und Musikgruppen aus der Region Stuttgart:

Seid Ihr mit Stuttgart als Popularmusikstandort zufrieden?	□ Sehr	□ Wenig	□ Gar nicht
Wie lange gibt's Euch schon?	□ >1 Jahr	□ >5 Jahre	□ >10 Jahre
Wie groß ist die Band (Besetzung)?			
Eure Stilrichtung (Cover/Eigen)?			
Programmdauer?	□ <30 Minuten	□ <60 Minuten	□ >60 Minuten
Wie viele Auftritte im letzten Jahr?	□ >5	□ >20	□ >40
Euer Bewegungsradius derzeit (km)?	□ >10km	□ <10km	□ <50km

Habt Ihr ein eigenes Demo/CD/Video?	□ **ja**	□ **nein**
Nehmt Ihr in einem professionelles Tonstudio auf?	□ **ja**	□ **nein**
Lasst Ihr CD`s/Tonträger pressen?	□ **ja**	□ **nein**
Habt Ihr einen Proberaum?	□ **ja**	□ **nein**
Nehmt Ihr Musik-/Gesangsunterricht? Instrument:	□ **ja**	□ **nein**
Habt Ihr eigenes Equipment?	□ **ja**	□ **nein**
Seid Ihr Stammkunde im Versandhandel oder in einem bestimmten Geschäft?	□ **ja**	□ **nein**
Habt Ihr Equipment gebraucht gekauft?	□ **ja**	□ **nein**
Habt Ihr schon mal Equipment gemietet (PA, Licht, Backline)?	□ **ja**	□ **nein**
Habt Ihr eigenen Sound- & Lightmixer?	□ **ja**	□ **nein**
Baut Ihr Eure Backline / PA selber auf?	□ **ja**	□ **nein**
Habt Ihr ein geeignetes Transportmittel?	□ **ja**	□ **nein**
Habt Ihr ein PR-Konzept?	□ **ja**	□ **nein**
Habt Ihr Merchandising?	□ **ja**	□ **nein**
Habt Ihr schon mal Drucksachen erstellen lassen? Plakate...	□ **ja**	□ **nein**
Habt Ihr das Layout selbst gemacht?	□ **ja**	□ **nein**
Macht Ihr selber die Werbung für Eure Konzerte?	□ **ja**	□ **nein**
Berät Euch jemand in rechtlichen Fragen?	□ **ja**	□ **nein**
Verfügt Ihr über einen PC-Arbeitsplatz für Bürokram?	□ **ja**	□ **nein**
Habt Ihr eine eigene Homepage ?	□ **ja**	□ **nein**
Habt Ihr selbst ein Studio oder nen Musik-PC?	□ **ja**	□ **nein**
Seid Ihr versichert? Haftpflicht, Elektronik,....	□ **ja**	□ **nein**
Habt Ihr einen Manager?	□ **ja**	□ **nein**
Seid Ihr beim Finanzamt angemeldet? (bleibt vertraulich)	□ **ja**	□ **nein**
Wer besorgt Euch Auftritte?	□ **ja**	□ **nein**
Könnt Ihr von Euren Gagen leben?	□ **ja**	□ **nein**
Wie viel Gage bekommt Ihr ca. im Jahr?		
Was ist Euer Ziel?		
Hattet Ihr schon mal Probleme mit Veranstaltern?	□ **ja**	□ **nein**
Seid Ihr GEMA-Mitglieder?	□ **ja**	□ **nein**
Habt Ihr Kontakte zu Plattenfirmen/Labels?	□ **ja**	□ **nein**
War jemand von Euch schon bei einer Persönlichkeits/Stilberatung?	□ **ja**	□ **nein**
Habt Ihr eine Choreographie?	□ **ja**	□ **nein**
Löst Ihr interne Unstimmigkeiten immer selbst?	□ **ja**	□ **nein**
Habt Ihr eine Bühnenanweisung?	□ **ja**	□ **nein**
Habt Ihr einen juristisch geprüften Vertrag?	□ **ja**	□ **nein**
Werdet Ihr gesponsert?	□ **ja**	□ **nein**
Wollt Ihr mehr Know how über das Musikbiz?	□ **ja**	□ **nein**
Habt Ihr Interesse an Fachseminaren?	□ **ja**	□ **nein**
Findet Ihr Musikmessen/Ausstellungen gut?	□ **ja**	□ **nein**
Anregungen, Sonstiges		

ANLAGE 2: INTERVIEWS

Interview Nr.1 Prinz Stuttgart, Musikredaktion, Michael Setzer
am 30.04.01, 15:00 16:30 Uhr
bei Prinz im Medienhaus Heslach

I: Zuerst einmal ein paar grundsätzliche Fragen zu Prinz Stuttgart. Seit wann gibt es Prinz eigentlich schon?
M.S.: Prinz gibt es in Stuttgart seit 11 Jahren, wenn mich nicht alles täuscht, Moment ich hab irgendwo die erste Ausgabe...ja in Stuttgart seit März 1990
I: Und Prinz allgemein?
M.S.: Seit ca. 15 Jahren
I: Und in wie vielen Städten?
M.S.: In 10 deutschen Städten, Hamburg, Bremen, Hannover, Berlin, München, Frankfurt, Stuttgart, Köln, das Ruhrgebiet, so was hab ich noch vergessen?
I: Also ziemlich viele Großstädte...
M.S.: Ja
I: Wie viele Mitarbeiter sind in Stuttgart beschäftigt?
M.S.: 1,2,3,4,5 feste Leute und noch einmal 5-6 freie Mitarbeiter
I: Und wie viele bei der Musikredaktion?
M.S.: Da bin ich im Prinzip allein, krieg aber, also es ist ganz normal, dass wenn einem anderen Redakteur irgend 'ne Band auffällt und der zu der aufn Konzert geht, und sagt „wow" dann sagt der mir das auch und dann guck ich mir das an, weil bei der Menge kannste eh nicht alles 100% sehen
I: Also zuständig?
M.S.: Zuständig bin im Prinzip ich dafür und hab dann also ein paar Leute, die mir hin und wieder zuarbeiten.
I: Was würdest Du aus dem Bauch raus sagen, wie viele Mitarbeiter überhaupt, also wie viele Musikjournalisten es überhaupt in Stuttgart gibt?
M.S.: Also ich glaub reine Musikjournalisten gibt's vielleicht 10 oder 12 glaub ich, die das fest für eine Zeitung machen.
I: Hauptberuflich?
M.S.: Ja hauptberuflich.
I: . Und nebenberuflich?
M.S.: Nebenberuflich gibt es sehr viele, also bei mir war das zum Beispiel so, dass ich während dem Studium habe ich für mehrere Zeitungen so nebenher geschrieben, weil ich natürlich Geld verdienen musste.
I: Wie viele meinst Du gibt es ungefähr?
M.S.: Also ich denk da kommst Du garantiert auf 40 Leute, noch mal, die deutschlandweit irgendwelche Magazine, jetzt seit das Internet auch boomt, also 40 bis 60 Leute würde ich sagen, die da noch aktiv wirklich an so was arbeiten
I: Sind das dann meistens auch Leute, also die Du kennst, sind das Leute, die auch in einer Band spielen?
M.S.: Die meisten haben entweder mal in einer Band gespielt oder sind von Haus aus Musikverrückte, also ich denk das gehört dazu, dass man Liebe an Musik hat. Egal in welcher Form, ob das selber machen oder Musik einfach nur anhören ist. Ich denk die meisten von denen haben garantiert Banderfahrung. Und wenn's das nur mal mit 14 war, dass se Lust hatten in einer Band zu spielen. Und ich denk das ist so ne Grundvoraussetzung bei Musikredakteuren im allgemeinen, dass sie halt wirklich Musik lieben – egal in welcher Form und sich so mit auch in Ihrer Jugend garantiert auch musikalisch eingebracht haben. Sei es in einer Band, Kumpels in einer Band spielen und denen bisschen helfen oder selber in einer Band spielen
I: Ja ist klar. Wie ist es bei Prinz – bist du nur für regionale und lokale zuständig. Oder, also der Radius von Prinz ist ja regional
M.S.: Also wir haben die Zweiteilung. Es gibt einmal meinen Zuständigkeitsbereich, der ist klar Stuttgart und die Hamburger Redaktion zählt natürlich auch auf mich, was manche Bands dann angeht. Also wir sind ein loser Verbund aus 10 Musikredakteuren aus Allen Städten, die sich dann über die Schnittstelle Hamburg auch koordinieren, das ist ganz klar, wenn Thomas D. ne neue Platte macht, ist es geschickter, wenn ich das gleich mach, weil der Kerl hier eh immer hier rumrennt dann red ich mit dem und beliefere die anderen mal mit dem gleiche Text. So erspar ich mir Arbeit in dem Fall wenn ich was über Fury in the slaughterhouse will, dann macht das der Hannoverahnische Redakteur und beliefert mich damit und genauso ist es dann, dass die Musikredakteure in Hamburg die wissen auch welche musikalischen Präferenzen die Leute in den Lokalredaktionen haben. Wenn die wissen, dass mir die Band gefällt oder dass ich die Band kenn, dann rufen die an und fragen machst du das. Also hauptsächlich regional aber es geht halt dann wieder deutschlandweit raus.

I: Eine Kann Frage: Also eine Einschätzungsfrage: Was denkst Du was Musikjournalisten im Printbereich für eine wirtschaftliche Bedeutung haben? Also eher viel in Stuttgart und der Region oder ist es eher was, was man vernachlässigen kann?
M.S.: Ich denk, dass es regional egal ist, ob irgendein Musikredakteur schreibt, die Band find ich Kacke.
I: Ich mein jetzt nicht für ne Band, sondern für die Zeitung selbst. Hat des eine wichtige Bedeutung, wird da viel umgesetzt?
M.S.: Also es sollte viel umgesetzt werden, prinzipiell, weil ich der Meinung bin, dass jeder mit Musik irgendwas anfangen kann, jeder verbindet was mit Musik und jeder hört mal wieder gern neue Musik. Im Radio, oder seins Leute, die im Underground aktiv arbeiten und ich denk da ist es wichtig dass äh die Musikredakteure so ‚ne Position einnehmen, dass sie für Leute auch mitdenken stellenweise, dass es bei denen besser klappt.
I: Das mein ich aber grad nicht, denkst Du, dass du für Prinz ein sehr wichtiger Part bist, ohne den es nicht funktionieren würde? Ohne den ihr keine Käufer finden würdet?
M.S.: Ich denke wir hätten weniger Käufer, wenn wir keine Konzerte im heft hätten. Das ist völlig klar. In dem Moment, wo wir nicht mehr über Konzerte, Platten oder so was schreiben würden, wäre ein wichtiger Teil von der Information weg.
I: Wie groß würdest Du den Anteil schätzen?
M.S.: Ich denk, dass Prinz auf jeden Fall mehr Party lastig ist, also was Nightlife Veranstaltungen angeht und an zweiter Stelle kommt dann auf jeden Fall Musik
I: Und wenn man jetzt Nightlife und Musik zusammentut?
M.S.: Dann denk ich es ist so 60, 40. Also es geht beim Nightlife eh so dass es stellenweise ineinander reingreift also die Band spielt, DJ' s legen auf
I: Also das ist klar aber vom gesamten Lifestyle Ding, Partys, Disco und Musik. Wie viel Prozent vom Inhalt macht das bei Prinz aus?
M.S.: Partys, Disco und Musik, also sind mindestens 80%
I: 80%. Das heißt also, wenn Stuttgart eine musikalische Brache wäre, würde es Prinz hier nicht mehr geben.
(Gelächter)
M.S.: Also wenn hier keine Partys mehr wären, hätte ich nichts mehr zu arbeiten. Witzlos, hätte kein Vergnügen in meinem Leben. Das wäre ganz schön schlecht. (Gelächter)
I: Hiermit beschließen wir den "lockeren" Einführungsteil mit Fragen zur Institution. Ja, was hältst Du von Stuttgart als Popularmusikstandort?
M.S.: In den letzten Jahren war immer so ein bisschen Goldgräberstimmung dadurch, dass es immer wieder einige gepackt haben auch deutschlandweit rauszukommen. Es ist klar für ne regionale Band geht immer wieder ein bisschen was. Es ist nur die Frage, ob die Band dann aus dem regionalen Bereich rauskommt oder ob sie immer die Bands bleiben die in Jugendhäusern und Clubs hier spielen. Und grad durch die HipHop Erfolge dies gab, war schon so ne Goldgräberstimmung da: Woah jetzt, es kann was gehen. Und die Leute vom 0711 Büro haben gezeigt, dass es machbar ist von hier aus deutschlandweit zu operieren. In den anderen Bereichen ist es eher schlecht, also Bands wie die Farmer Boys heben zwar auch die Möglichkeit, oder auch Stone the Crow haben auch die Möglichkeit mittlerweile deutschlandweit wirklich auch den Mainstream auf sich aufmerksam zu machen, aber es klappt nicht so gut, wie im HipHop und das ist da halt auch ein Problem.
I: woran liegt das meinst Du?
M.S.: mein das kann zum einen, auf jeden fall ist 'ne Band nicht automatisch gut, wenn Sie aus Stuttgart kommt. Also die Farmer Boys oder Stone the Crow machen immer noch ne extreme –sagen wir mal Nischenmusik- das ist völlig klar, dass im Alternative Rock oder Metalbereich ist es dann halt so, dass das dann vom Prinzip her schon keine 100.000 Hörer anspricht. Bands wie Pur haben es geschafft, sich also wirklich flächendeckend irgendwie auszubreiten und das Auge flächendeckend nach Stuttgart, in diesem Falle nach Bietigheim zu lenken. Was es sehr viel gibt hier an Bands sind wirklich kleine Underground Bands, die es durch eigenes zeug, ganz schön deutschlandweit raus geschafft haben, aber eben nicht im Mainstream. Also Du hast zum Beispiel Bands wie Monochrome aus Stuttgart, wenn die nach Frankreich fahren, sind die ganz klar eine Headliner Band, da sind manchmal MTV Acts sogar im Vorprogramm von denen, weil die im Hardcore Underground einen sehr guten Namen haben.
I: Also würdest Du sagen, dass sich der Popularmusikstandort Stuttgart durch qualitätsvolle Nischen auszeichnet?
M.S.: Ja. Ich denke, dass es hier in allen Nischen wirklich sehr gute Künstler gibt, die nur keinen Mainstream - Erfolg haben, die halt im unteren Bereich arbeiten. In einem Bereich wo es wirklich nur für Kenner und Liebhaber ist, aber da wirklich einen sehr guten Namen haben in ihrer Szene
I: Zieht sich das stilistisch durch, also wie ist das zum Beispiel im Dance Segment oder nur im HipHop?

M.S.: Also der HipHop Bereich hat weniger das Kunststück geschafft im Underground drin zu bleiben, so wie es vor 5 oder 6 Jahren war und gleichzeitig sich nach oben auszudehnen, dass auch der Mainstream Notiz davon nimmt. Im Dance Bereich hast du nur Leute wie Tiefschwarz oder Marco Zaffarano, der mit seinen Techno - Produktionen das ist schon ewig her, dass der deutschlandweit wirklich angesagt war. Aber halt nicht wirklich der Mainstream. Aber hier hat es wirklich in jeder Nische Leute, die was Gutes können und denen fehlt es dann halt auch hin und wieder daran sich deutschlandweit auszubreiten oder internationaler auszubreiten. Aber an der Qualität mangelt es hier auf jeden Fall nicht.
I: Du meinst also die Qualität der künstlerischen Produktionen ist kein Manko, es ist eher ein Manko wie die Leute bekannt werden?
M.S.: Ja, wie die Leute rauskommen, ob se die Möglichkeit haben es durch ne große Plattenfirma zu machen, weil da darf man sich nichts vormachen, es gibt hier wenige Talent Scouts, die extra nach Stuttgart fahren, um zu sagen, jetzt kuck ich mir mal die Band an, damit ich die unter Vertrag nehme und die durch mich zu Popstars werden. Ich denke Bands die momentan in Stuttgart sitzen heben es eher schwierig in der Art sich auszubreiten einfach, sich auch ein Gehör zu verschaffen. Wenn so ne Band wie Solar Star in Stuttgart spielt ist der laden voll und das Publikum liebt es, aber das wird derjenige bei Motor Music, Polydor wird das nicht so mitkriegen, sondern er muss extra hier her fahren. In einer Stadt wie Hamburg sitzt halt die Industrie und da ist es für solche Bands auch einfacher sich entsprechend Gehör zu verschaffen.
I: Hast Du eine Idee was man da machen könnte? Dies Künstler/Firma Frage ist ja wohl so ein bisschen wie Henne oder Ei?
(Das Telefon klingelt, es werden ein paar Scherze zum knarrenden Lederstuhl gemacht,....)
I: Wenn die Leute über Stuttgart als Popularmusikstandort reden, dann ist es immer so, dass sie sagen wir haben doch unglaublich viel kreatives Potenzial und es geht aber nicht weiter, den Eindruck hat man ja schon öfters bekommen, das ist ja auch das was du gesagt hast, aber weißt du was für die Firmen zählt? Wenn Du eigentlich einen sehr guten kreativen Pool hast, der stilistisch breit gefächert ist, wäre es doch eigentlich ein super Ort sich anzusiedeln? Oder nicht?
M.S.: Prinzipiell schon, ich denk nur in einer Stadt wie Hamburg, na Hamburg ist ein schlechtes Beispiel, weil Hamburg eine ausgesprochene Medienstadt ist, aber in einer Stadt wie Hamburg ist eben noch mehr da, weil auch Leute mit Absicht nach Hamburg ziehen, um da musikalisch aktiv zu werden.
I: Dann ist also das kreative Potenzial hier doch geringer.
M.S.: Im Vergleich zu Hamburg natürlich. Du hast in Hamburg auf jeden Fall mehr Bands und damit auch mehr gute Bands, also das fällt automatisch wie durch so ein Sieb durch, aber du findest automatisch mehr Bands, die gut sein können, weil einfach viele Leute nach Hamburg ziehen, um da Musik zu machen oder nach Berlin jetzt mittlerweile, weil sie wissen, dass da jetzt eher die Chance besteht entdeckt zu werden. Hier arbeiten viele Leute darauf hin, auch sei es auch businessmäßig oder künstlerisch, die arbeiten darauf hin hier irgendwann wegzugehen. Um sich's leichter zu machen und das ist halt auch ein Problem.
I: Dann wäre also die Frage, die sich berühmte Menschen auch schon gestellt haben, ich investier was in Stuttgart zurück, um die Leute hier zu halten, mit Four Music zum Beispiel, aber das funktioniert ja auch nicht wirklich oder?
M.S.: Four Music wird halt nur einen gewissen Teil von der Musik. Die es in der Stadt gibt abdecken können. Das Problem ist, früher gab es ja Firmen wie die Intercord und das ist ganz klar ein Anreiz für ne Band, weil ich mach ein Demo und sag: HEY, da hab ich gleich ne große Plattenfirma sitzen und da steig ich in die Straßenbahn ein, fahr nach Sillenbuch und sag hört euch das an. Und hier ist es für ne Rockband,... die kommt meistens nicht auf die Idee an Four Music irgendwas zu schicken oder da hin zu gehen und sagen wir haben ein Tape gemacht, findet ihr das gut. Das Problem in Stuttgart ist einfach, dass die Businessschnittstelle fehlt. Du hast das Potenzial von Bands auf jeden Fall hier, die gut sind, die müssen sich aber automatisch an andere Labels orientieren, weil's hier in Stuttgart nicht wirklich die Möglichkeit gibt, des im großen Stile das Business durchzuziehen. Du hast viele Indielabels, dies hier gibt, Leute die aus Idealismus oder auch weil's auch keine anderen Firmen mittlerweile mehr gibt –große Firmen- sagen, ich mach die eigene Firma und geh damit raus und versuch da damit dann auf mich aufmerksam zu machen. Aber in Stuttgart fehlt definitiv, ja der Ansprechpartner einfach für die Bands
I: Was könnte dann so ne Entwicklungsmöglichkeit sein? Was könnte man tun, um das positiv zu beeinflussen?
M.S.: Dass Problem ist, ich glaub, dass viele Züge mittlerweile abgefahren sind, mit denen man was hätte machen können. Das firmen wie Intercord hier weggeht liegt sicherlich mit daran, dass die Firma ein betriebsinternes Missmanagement hatte. Da kann man nicht mal sagen: Oh, da hätte Stuttgart was tun müssen, ich geh einfach nur davon aus, dass es für eine große Firma einfach nicht mehr attraktiv ist nach Stuttgart zu gehen, weil jetzt grad Berlin der Ort ist, wo alle hinwollen. Jetzt zieht Universal Music von Hamburg nach Berlin, um sich da breiter zu machen.

I: Du redest immer so, als ob es wichtig wäre, dass die Künstler und die Plattenfirma nah beieinander sind. Ist es wirklich so, in Zeiten des Internet?
M.S.: Es ist klar, mit einem mp3 file kannst Du sofort Kontakt zu einer Plattenfirma in Texas aufnehmen, ich denk aber, dass es besser ist, das die Plattenfirma die band auch Live sehen will.
I: Aber wenn die Band wirklich gut ist, fahren die doch auch von München her.
M.S.: Es ist schwieriger. Wenn ne Band aus Kassel anruft und sagt, wir sind saugut und dann sagt noch jemand hey die sind saugut, dann ist trotzdem die Frage, fahr ich jetzt nach Kassel, um eine anscheinend saugute Band anzukucken oder bleib ich in Berlin und entscheide mich zwischen 40 Konzerten, wo garantiert auch eine saugute Band spielt. Das ist so ne Motivationsfrage, ob jemand sagt, ja den Weg nehme ich auf mich. Weil von Berlin nach Stuttgart fahren und dann zu sagen na ja, die sind gut, aber...
Ich glaub, dass das nur unter direkter Beobachtung, zum Beispiel von, ich geh davon aus, dass ne Firma wie Motor Music hier ein Büro hätte, einen Talentscout oder so was irgendjemand, der das süddeutsche Geschäft regelt und der sitzt in Stuttgart, hast du automatisch schon eher ne Bezugsperson. Und auch jemand der die Bands auch mehrmals angucken kann. Und somit ist der Kontakt zwischen Business und Musiker eher da. Und auch der Moment wo sich einfach jemand persönlich vorstellen kann: das ist meine Band und wir sind verdammt gut. Komm vorbei auf unser Konzert. Wir spielen dann und dann im Limelight, Merlin oder sonst wo. Es ist eine Frage der Wege.
I: Wenn die Entwicklung aber dann so ist, was soll man gegen die Medienmetropolen entgegensetzen? Sonst kann man ja nur noch sagen, wir bleiben Provinz oder wie ist es zum Beispiel mit den Independent Labels? Es gibt doch viele Independents, die gute Aufbauarbeit leisten, wo Acts auch rausgebracht werden. Wäre es sinnvoll, wenn man mehr die Independent Szene fördert?
M.S.: Wo Plattenfirmen auf jeden fall drauf abfahren oder die große Industrie, ist eine Stadt in der was passiert. Und wenn man das Bild von Stuttgart raustragen könnte, dass hier was passiert, dann wird die Stadt automatisch interessanter, auch für die Leute und vielleicht kommen sie dann auf die Idee hier ein Büro aufzumachen. Dazu braucht man eine vitale Untergrundszene und da gibt es im Elektronikbereich zum Beispiel Onitor ein, ein kleines Label aus Stuttgart, die veröffentlichen hauptsächlich Leute, die aus Köln kommen oder sonst woher aber eben auch aus Stuttgart. Das sind teilweise deutschlandweit angesehene Labels, aber halt wieder im Underground. Und wenn man das irgendwie bündeln kann, um wirklich den großen Städten klar zu machen, hey es ist zwar Stuttgart und der Kessel ist kleiner als Berlin, aber hie passiert jede Menge dann wird Stuttgart automatisch attraktiver für die Leute.
I: zähl doch einfach mal auf wodurch Stuttgart attraktiver werden könnte.
M.S.: Im musikalischen Bereich wäre es auf jeden Fall, die Unterstützung der Bands durch Proberäume, dass sie die Möglichkeiten haben Live zu spielen, das geht in Stuttgart mittlerweile ist aber immer noch die Hauptarbeit von Jugendhäusern also hauptsächlich auch in der Region es ist ein großer Austausch da, an Leute die spielen können und das ist wichtig, dass die Bands hier die Möglichkeit haben sich zu gründen. Wenn Leute ne tolle Idee haben ne Band zu machen aber keinen Proberaum haben, ist die Idee sofort vom Tisch. In dem Moment wo du Proberäume hast, hast du automatisch mehr Bands. Du hast mehr Bands, die sagen ja jetzt haben wir geprobt jetzt wollen wir rausgehen, wenn sie dann noch die Möglichkeit haben in Jugendclubs zu spielen, dann hast du auf jeden fall schon mal was vitaleres.
I: Das macht das Image ja nicht besser.
M.S.: Das macht das Image soweit besser, Seattle ist so ein Beispiel gewesen. Seattle ist ne total verpennte Stadt in Amerika, in der eigentlich nie jemand wirklich Notiz genommen hat von der Stadt, bis es eine Band geschafft hat, da rauszugehen und die hat die anderen Bands mitgezogen hieß es , hey bei uns geht noch mehr außer uns, wie es die HipHopper machen. Die HipHopper gehen raus, die Massiven Töne waren so mit die ersten, die im Untergrundbereich richtig Erfolg hatten, die haben gesagt, hey wir haben noch jede Menge Kumpels, die riesig gute Musik machen und so fing das dann an, dass Leute auf einmal nach Stuttgart kamen, um sich HipHop anzuhören, weil sie von einer Band gehört haben, hey hier passiert was. Dann haben sie ein paar Sachen gehört und haben gesagt, hey nicht schlecht, in der Stadt passiert was. Man muss das den Leuten in Hamburg oder Berlin einhämmern, weil die gucken sich Stuttgart an, haha, was ist das?
I: HipHop ist also für Stuttgart der Imagefaktor schlechthin?
M.S.: HipHop ist momentan der Marktzweig, der Stuttgart am besten repräsentiert in ganz Deutschland, weil die Jugend guckt. Es gibt Leute, die extra in den 0711 Club fahren und das entsteht nur durch eine jahrelange Basisarbeit. Jahrelang haben die allen erzählt, dass die Stuttgarter die Besten sind und dann haben die Kölner irgendwie gesagt, jetzt erzählen uns die seit 3 Jahren, dass sie die besten sind, das wollen wir mal sehen und dann sind sie hergekommen und da fahren wirklich Freitags Leute aus Köln ins Prag um sich HipHop in Stuttgart anzuhören und das können wirklich nur wenige Musikzweige von sich behaupten in Stuttgart, dass sie das geschafft haben, das ist aber nur durch ne harte Basisarbeit vom 0711 Büro machbar gewesen. Von den ganzen Leuten, die sich

selber vielleicht auch ein bisschen besser finden, als sie eigentlich sind, aber es hat diesen Schneeballeffekt.
I: Es ist aber doch nicht so, dass Four Music und das 0711 Büro die Startups, vergleichbar zur Medienbranche sind? Bei Kopfnicker records ist eher Krisenstimmung angesagt und der nächste Act ist Karibik Frank, da hört es ja dann auch schon wieder auf, oder? Heißt das, dass es ab einer gewissen Größe hier nicht mehr funktioniert?
M.S.: Ab einer gewissen Größe stehen die Leute vor dem Problem, mach ich's von hier mit viel Mehrarbeit oder geh ich gleich weg. Das ist einfach eine Motivationssache, Leute wie das 0711 Büro werden auf jeden fall probieren, die Leute aus ihren eigenen reihen zu fördern, damit sie selber ihren Nachwuchs da haben. Du merkst selber, das es jetzt etwas dünner wird, also mit nachwuchs, der da ist. Es sind immer noch viele Leute da, die O.K. sind, aber nicht so gut sind, dass man mit Ihnen Platten veröffentlichen müsste. Aber dann...
I: … ist es bei Four Music doch auch so, dass die so Acts wie die Sugarbabies aus Berlin nehmen, weil sie denken, ah die hatten einen Hit, die nächste Platte kaufen auch noch 50.000 Leute. Die kommen ja auch nicht aus Stuttgart...
M.S.: das ist doch klar, ne Plattenfirma muss immer zuerst mal kommerziell denken, das ist normal, das ist ne Firma und die muss verkaufen. Das Gute, was Indielabels jahrelang gut hingekriegt haben, ist, durch den einen, der sich verkauft, die anderen nachzuziehen. Das funktioniert, denke ich in der HipHop Szene immer noch ausgesprochen gut, weil viele Leute einfach von dem Namen profitieren. Wenn Du auf die Platte hinten Kopfnicker draufschreibst, nehmen mehr Leute Notiz von der Platte, weil se sagen Kopfnicker? Und weil's einfach ein Markenzeichen ist und dieses Markenzeichen ist über Jahre hinweg entstanden.
I: Das ist also ein Label, dass man für gesamt Stuttgart auch finden und aufbauen sollte? Warum ich so etwas nachbohre ist, weil wir ja die Frage klären wollen, wie man Popularmusikförderung irgendwie anlegen sollte, bis zu einem bestimmten Level? Es gibt wie du sagtest an der Basis schon ganz gute Ansätze, nur wenn die Leute anfangen Geld zu verdienen, gehen sie weg und damit wird dann dieser Kreis durchbrochen, dass der Nachwuchs wieder mit hoch gefördert wird
M.S.: Ja es ist kein richtiger Kreislauf in Stuttgart. Es läuft nur bis zu einem gewissen Punkt und dann ist die Frage äh, bleib ich da oder geh ich?
I: Dann ist aber doch die wirtschaftliche Frage berechtigt, warum ich lauter Apfelbäumchen Pflanzen soll, wenn ich nachher die Äpfel nicht ernten kann.
M.S.: Das kannst du am Beispiel Filmakademie auch sehen. Du hast Leute, die wirklich gut trainiert werden an der Akademie und dann nicht wirklich die Möglichkeit haben hier zu arbeiten. Was gut wäre denke ich, wenn kleine Indiefirmen gefördert werden würden, was heißt gefördert werden, wenn man denen einfach etwas unter die Arme greift, weil dadurch entsteht das, das die sagen hey hier kann ich ja doch vernünftig arbeiten und wenn die dann Erfolg haben und das ist immer drin für ne Band oder ne Firma. Nimm ne Plattenfirma, da hängt so ein Rattenschwanz an Zeug dran, wie Grafikbüros. Oben im Medienhaus hier, Feedback machen die Internetseite, das Layout machen Alice Schwarz & Co für irgendwelche Platten und so greift das hand in Hand und die haben alle ihre Aufträge, weil die Firma Four Music sagt, wir haben ein neues Produkt, macht ihr das. Genauso kann das bei jeder anderen Firma passieren, nur dadurch das man sie fördert, werden sie nicht automatisch berühmt.
I: Die Fantastischen Vier haben ja gesagt sie machen hier einen Standort. Also müsste man, um das zusammenzufassen, Independent Firmen fördern und dann sagen, ihr müsst mindestens erst 5-10 Jahre hier bleiben und dann dürft ihr gehen.
M.S.: So wie ihr kriegt das Büro, aber…ihr kommt hier nur raus, wenn ihr Konkurs anmeldet
I: Wenn wir mal von den Tonträgern weggeht, wie ist es denn im Live Segment, hast du den Lift Artikel vom April gelesen, über die Live Szene in Stuttgart? Ist ja anscheinend sehr bedrückend.
M.S.: Ja ich hab seit Jahren das Gefühl, alle Bands, die ich nicht sehen will, die kommen her und die Bands die ich gern sehen würde, da muss ich nach München oder Frankfurt fahren, aber da ist es dann auch wieder klar, ich hab es mit dem Hans-Peter Haag vom Musiccircus und auch mit Olaf Danner von SKS Russ mal darüber gehabt, die haben gesagt, O.K. der Künstler sagt, ich möchte 5 Konzerte in Deutschland spielen und die Konzertagentur sagt, 5 Konzerte, was ist für uns wichtig: Auf jeden Fall Köln, da sitzen die Fernsehsender, dann Hamburg, da sitzt meistens die Plattenfirma, Berlin mittlerweile Hauptstadt und Stuttgart kommt dann automatisch am unteren Ende, weil wenn Sie dann noch in Frankfurt und München spielen denken die sich, müssen wir Stuttgart für Süddeutschland noch mitnehmen? Was die Batschkapp in Frankfurt für Konzerte hat, da wird ich neidisch. Ich schlag das Prinz Heft aus München auf und denk ahh, schlag Frankfurt auf und denk, das kann ja wohl nicht wahr sein. Ich mein genauso gibt's Bands die nicht in Frankfurt spielen, dafür aber in Stuttgart, aber es ist in letzter Zeit wirklich auffällig, dass viele Bands nicht hier her kommen und dann ausgerechnet nach Karlsruhe gehen und da frag ich mich dann schon, warum spielen die Meedels in Karlsruhe? Warum kommen die nicht nach Stuttgart? Jahrelang haben die in Stuttgart gespielt und jetzt plötzlich fahren sie nach Karlsruhe und da ist ein Punkt einfach da, wo, vielleicht

liegt es am örtlichen Veranstalter, dass die nicht hart genug dahinter her sind es kann auch mal sein dass irgendein Veranstaltungsbüro einen Namen von einer Band einfach nicht kennen, obwohl es eigentlich ein guter Künstler ist, der hier ruhig spielen könnte. Mir fällt seit Jahren auf, dass ist eigentlich traurig, so gesehen vor ein paar Jahren hatten Metallica ihr einziges Deutschlandkonzert in Stuttgart. Das ist auch ne große Sache gewesen. Nur ist es auffällig, dass viele Bands hier einen Bogen drum rum machen, weil sie hier zwar ein Publikum ansprechen, aber sonst nichts davon haben. Keine großen Medien noch Außenrum, die deutschlandweit wichtig sind.
I: Aber in Karlsruhe ja auch nicht…
M.S.: das ist allerdings wahr, deswegen frag ich mich… Karlsruhe ist für mich echt schleierhaft. Ich vermute, dass in Karlsruhe jemand hart daran arbeitet, dass Bands Station in Karlsruhe machen
I: Hier also das selbe Problem, wie bei den Plattenfirmen, man muss den Leuten, die bei den großen Agenturen arbeiten in Hamburg, in Köln und in Berlin....
M.S.: denen klar machen, nehmt Stuttgart mit auf euren Tourplan, hier geht was, hier gehen die Leute auf Konzerte. Vor Jahren gab es des hat mir H-P Haag erzählt, bei den Britpopbands, ganz schlimm, je weiter du weg von England bist, desto weniger Leute interessiert es – außer in München, weil da ein Markt dafür da war. Da sind dann auch gute Bands, wie die Stereophonics, die haben schon in der Röhre gespielt und da waren 100 Leute und das ist kläglich, da sagt der Tourneeveranstalter, da gehen wir nicht mehr hin. 100 Leute, interessiert niemand, in München kommen plötzlich 600 aufs Konzert, also das ist viel besser. Wenn man einmal den Ruf versaut mit so was ist es auch klar, da kann Stuttgart nichts dafür.
I: Wenn du die Konzerte dann siehst, würdest du sagen, dass die Konzerte in der Größenordnung zwischen 500 und 1500 Leuten fehlen?
M.S.: Eher das Segment der Bands, die jetzt heiß sind, über die jeder schreibt wo viele Leute die Platten kaufen, das sind schon noch Underground Bands, die hier wahrscheinlich 1000 Leute in ne Halle holen – locker. 1000 er Halle, da muss ich halt nach Reichenbach fahren, LKA ist ganz OK noch, das ist eher die Röhre Kategorie. Es gibt viele Konzerte, die dann in Karlsruhe im Substage stattfinden, mit denen man die Röhre auch wirklich vollgekriegt hätte. Das letzte Beispiel war die Band „AT THE DRIVE IN“, das war das Thema in der Musikpresse im letzten halben Jahr und dann hab ich den Tourneeplan gesehen – ahh natürlich nicht Stuttgart und Frankfurt war ausverkauft. Also die Batschkapp, Röhre Kategorie bis 1000 Leute.
I: Da ist es also schon so, dass wir Hallen haben, wo so was geht. Es geht in der Röhre, es geht im LKA....
M.S.: LKA denk ich dann schon wieder ne Stufe weiter, das LKA und die Röhre, da ist für mich irgendwie so ne Trennung, weil das LKA noch mal satte 500 bis 800 Leute mehr reinkriegt. Ne Band wie Sepultura, die sind für die Röhre eindeutig zu groß. Das sind Bands, die machen das LKA auf jeden Fall voll und solche Bands kommen auf jeden Fall auch immer wieder nach Stuttgart. In der LKA Kategorie ist es denk ich gar nicht so schlecht.
I: Die HipHops sagen aber doch immer, dass die Halle so um die 2500 Leute irgendwie fehlt…das es da irgendwie einen großen Bedarf geben würde, würdest du da auch sagen ja, was zwischen Messe Kongresszentrum und LKA oder noch was zweites?
M.S.: Ich denk dann immer ans Theaterhaus, das ist dann so ein Mittelding. Ich find nicht das eine 2500 er Halle fehlen würde. Find ich nicht wirklich. Ich mein nach Reichenbach fahren ist manchmal doof in dieses H2O,
I: Wenn man es jetzt mal lokalpatriotisch sehen würde, Reichenbach ist auch nicht Stuttgart…
M.S.: …das ist ganz klar Umland. Da muss man dann ganz klar feststellen, dass die Manufaktur in Schorndorf über Jahre hinweg fast attraktivere Konzerte in der Manufaktur hatte, als hier in Stuttgart. Also wirklich so die coolen, die angesagten IN Bands, die waren alle in der Manufaktur in Schorndorf
I: fehlen dann vielleicht einfach nur die Leute? Wo würdest du das denn sehen, warum das so ist?
M.S.: Ich mein es hat auch viel mit Beziehungen zu tun, die Veranstalter über die Jahre hinweg mit ... du musst dir das so vorstellen, der Deutschlandveranstalter sagt O.K., wir haben jetzt die und die Band und die wollen so und so viele Konzerte in Deutschland spielen und dann gehen sie in die einzelnen Städte und reden da mit ihren „Kontaktmännern“. Die gucken, welche Kapazität, wo tun wir das rein das Konzert und dann ist es ganz klar, wenn der eine gute Erfahrungen mit der Manufaktur hatte, dann wird er immer wieder in der Manufaktur in Schorndorf anrufen. Das sind 30 Kilometer, ich denk das geht auch immer noch so. und das ist auf den meisten Tourplänen, da hab ich jetzt einen (M.S. angelt aus seinem vollgepackten Schreibtisch mit Grinsen im Gesicht einen Tourneeplan hervor...) :Stuttgart – Manufaktur. In der Redaktion in Hamburg hat man das auch schon gemerkt, die rufen an und sagen, hey die spielen gar nicht bei euch. Dann sag ich, doch die spielen bei uns in der Manufaktur in Schorndorf – ah ja das gehört also auch noch zu euch. Das ist das Glück, was Stuttgart hin und wieder hat, dass es im Umland Leute gibt, die gute Konzerte machen und sei es beinahe Ulm.
I: Würdest du dann auch sagen, dass man die Live Sache als regionale Stärke nach außen verkaufen sollte, von der Stadt aus, in der Region Stuttgart sind so und so viele Leute, so und so viele Konzerte und das gehört alles zu uns, also so wie das Ruhrgebiet?

M.S.: Im Ruhrgebiet profitieren die davon, dass viele Städte nah beieinander sind und du hast hier Zentren wie Schorndorf, in Tübingen ist jede Menge Potenzial an Leuten da, die auch Konzerte sehen wollen und ich glaub es ist oft so, man setzt das Konzert nach Stuttgart und dann kommen die Leute dann auch dahin. Nur ist der Stuttgarter Städter dann hin und wieder so, dass er sagt, ohh, bis nach Tübingen fahren. Ich glaub jemand von Tübingen kommt eher auf ein Konzert nach Stuttgart, als umgekehrt. Das ist auch klar, dass das ne Veranstaltersache ist, ich bin zum Beispiel froh, dass es Läden wie das Limelight gibt. Das Limelight hat zwar ne Größe von maximal 250 Leuten, aber es gibt mittlerweile viele Bands, die da gespielt haben und auf ihrer nächsten Tournee ist die Frage, wo gehen sie hin? Das Limelight ist zu klein, die Röhre ist vielleicht noch ein bisschen zu groß die Röhre könnt man wagen, aber dann fängt es schon immer an, dann les ich Karlsruhe – Substage.
I: Das ist klar. Glaubst du dann, dass man keine weiteren –oder anders geartete- Livespielstätten bräuchte?
M.S.: ich denk das ist eigentlich O.K. ist, wie es ist. Eine 2500 er Halle fehlt in Stuttgart direkt – im Umland findest du die Halle. Wie viel gehen eigentlich in die Filharmonie rein in Filderstadt?
I: O.K., aber die Nutzbarkeit ist doch auch das Thema. HipHop Konzert in der Filharminie geht halt nicht oder?
M.S.: Sie probieren es aber ab und zu mal wieder, Sammy deluxe hatten se mal, jetzt kommt die 60Hertz Tour und das ist dann schon immer ein bisschen merkwürdig, auch wenn du dir in einem solchen Ambiente so ein Konzert anguckst. Ich find auch selbst noch die Villa Berg merkwürdig auf ein Konzert zu gehen, drin denk ich dann immer Aohh so schön und so grün. Aber du hast in München klar ne größere Auswahl allein schon im Kunst- und Kulturpark Ost – an einem guten Abend finden da schon mal vier Konzerte von wirklich hochkarätigen Bands statt – in jeder großen Klasse. In Stuttgart ist es nicht so gebündelt. Es ist halt schwieriger hier, aber dadurch, dass die Röhre hier ist, das LKA, das Theaterhaus, das Messekongresszentrum, die Liederhalle für die etwas – nenn es „gesetzteren“ Konzerte...
I: Wenn man es jetzt im Ganzen betrachtet, würdest du sagen, dass es für jede Stilrichtung, für jede Publikumszahl eine geeignete Halle in der Region, auch mit dem richtigen Ambiente gibt?
M.S.: HipHops kommen sich wohl immer ein bisschen blöd vor, wenn sie ins LKA müssen, wegen der vielen Fantasy Airbrushs an der Wand, aber ich denk das LKA ist auch O.K. für einen HipHopper um da aufn Konzert zu gehen. Solln sich nicht so anstellen (Gelächter). Ich denk, dass das Potenzial da ist.
I: Wir haben jetzt ja viel über den Live-Bereich gesprochen, es gibt ja öffentlich geförderte und nicht geförderte Geschichten. Glaubst du das der ganze Live-Bereich ohne Förderung geht? Oder bis zu welchem Punkt eine Förderung Sinn macht? Kann man das vielleicht an Publikumszahlen festmachen? Oder muss man mehr Infrastruktur fördern, oder muss man gar nichts fördern?
M.S.: Bei so Sachen wie Förderung denk ich immer, das ist so ein zweischneidiges Ding, es schaffen irgendwie immer wieder Konzerte im Hammerschlag in Schorndorf, die haben keine Öffentlichkeit und eigentlich auch nicht wirklich Werbemittel, aber wenn da ne Underground-Band spielt, ist der Laden rappelvoll.
I: Der Hammerschlag ist aber ja kein kommerzieller Betrieb..
M.S.: es spielen aber kommerzielle Bands da drinnen. Hardcore, Underground, da denk ich dann immer, die brauchen eigentlich keine Förderung. Ich denk ein guter Moment so Leute zu fördern ist es, sie bei der Öffentlichkeitsarbeit zu unterstützen. Also, dass sie ihre Konzerte bewerben können. Was in Stuttgart zum Beispiel immer noch Thema ist, sind diese komischen Schaltdinger,...
I: Plakatierungsmöglichkeiten….
M.S.: Plakatiermöglichkeiten, dass nicht auf jedem blöden Bauzaun draufsteht, hier Plakatieren verboten. Ich find es macht ein Stadtbild nicht kaputt, wenn Plakate hängen, ich find das belebt das eher. Ich find das wunderschön in einer Stadt wie Seattle rumzulaufen und zu sehen, dass da noch an irgendwelche alte Masten die Plakate hingetackert worden sind. Du hast andererseits in irgendwelchen Kunst- und Kulturkneipen stapelweise Flyer, du kannst gar nicht durchkommen, was ist da welcher Flyer, was gehört da wo dazu aber Plakate findest du auf der Straße kaum noch.
I: Dem würdest du also auch eine große Bedeutung auch zumessen.
M.S.: Ja auf jeden Fall, in dem Moment, wo ich 15 mal an einem Plakat vorbeifahre, wo irgendwas draufsteht, irgendwann denk ich ah das schon wieder.
I: Wie ist es insgesamt mit den Informationsangeboten, was würdest du sagen, was da am besten funktioniert? So ne Rangfolge, was ist am wichtigsten, um die Leute auf Musikangebote aufmerksam zu machen? In Reihenfolge Print, Radio, Internet, Plakate, Handzettel,...
M.S.: Es greift auf jeden Fall immer Hand in Hand. Die beste Sache ist, du hörst im Radio davon, schlägst die Zeitung auf, du stolperst über den Flyer und siehst da noch ein Plakat irgendwo.
I: Und die Möglichkeit das zu setzen?
M.S.: Die Möglichkeit das zu setzen ist in Stuttgart auf jeden Fall gegeben. Klar es ist die Frage, macht der SWR mit, macht bigFM mit, macht DASDING mit, dann hast du die Radioschnittstellen. Du

hast zwei große Stadtmagazine Prinz und Lift, du hast sehr viele kleine Magazine subculture, reflect, Partisan, die alle eine bestimmte Ecke beackern
I: Ist das dann alles relativ gut aufgegliedert, ist eigentlich alles da?
M.S.: Es ist eigentlich alles da. Ich glaub zum Beispiel nicht, dass man eine extra Musikzeitung für Stuttgart bräuchte., das wäre irgendwie zu viel des Guten. Jeder der Informationen haben will, kann die hier jederzeit bekommen, er muss ein bisschen suchen danach, aber dazu sind auch Stadtmagazine da. Ich sehe unseren Job auch darin die Leute darüber zu informieren, was passiert. Und die geschickteste Möglichkeit ist dann auch andere Kulturangebote mit rein zu bringen, so kannst du im Heft ja auch lesen, wo ich ins Kino gehen kann, du kriegst das alles auf einen Schlag. Das ist in Stuttgart auf jeden fall gut. Ich glaub noch mehr Stadtmagazine braucht kein Mensch. Fernsehen wäre noch toll....
I: Du hast vorhin, was die Musikproduktion anbelangt gesagt, dass du den Proberaumbedarf auch noch siehst.
M.S.: Auf jeden Fall, ich kriege es halt mit, weil Bands mich anrufen und fragen, sag mal, weißt du wo es einen Proberaum gibt. Da kann ich dann auch nur sagen, frag andere Bands, fragt ob ihr mit denen zusammen.....
I: Wie oft kommt das denn so vor?
M.S.: Das ist mindestens einmal die Woche, das irgendeine Band fragt. Auf jeden fall.
I: und du bist jetzt nicht unbedingt jemand, der Proberäume vermittelt?
M.S.: (Gelächter) Da hab ich nicht das nötige Know how dazu. Ich merke es selber wenn ich mit der eigenen band was such, dann Oh Gott, jetzt geht das wieder los.
I: Wie ist es so bei Tonstudios und Presswerken?
M.S.: Studios sind denke ich auch vorhanden hier, auch nicht überteuert. Man kann in Stuttgart auf jeden fall aufnehmen.
I: Von den Orten her. Wie sieht es denn mit Produzenten aus? Gibt's da auch über die Stile verteilt gute Produzenten für jedes Segment oder gibt's da einen Schwerpunkt?
M.S.: Ich mein im Dance bereich ist es eh meistens so, dass die Leute eh gleich selber ihren Scheiß produzieren – das ist mein Ding das mach ich....
I: Klar
M.S.: Im Rock Bereich hat man auf jeden fall auch, ja Bietigheim. Du hast klar die Möglichkeit, musst zwar manchmal etwas weiter rausgehen, aber das ist für ein Studio auch die beste Lage.
I: Wieder regional?
M.S.: Ja. Es ist für ein Studio auch besser irgendwo auf dem Land zu sein, wo du weniger Leute damit störst, als Stadtmitte.
I: Und du findest einen guten HipHop Produzenten, einen guten Hardcore Produzenten?
M.S.: Ja, für jede Musik etwas, das ist auf jeden Fall da.
I: und auch die Leute, die das machen können?

M.S.: Ja es sind auf jeden Fall richtige Fachkräfte dafür da. Mein Favorit ist nach wie vor in Bietigheim.
I: Böni von E.L.C.H. Productions?
M.S.: Ja, weil der Böni, was den Rockbereich angeht wirklich saugut arbeitet. Das klingt alles international.
I: Wie ist es so was Presswerke und so anbelangt, da gibt es eigentlich nichts wirkliches?
M.S.: Da fällt mir wiederum nur Ludwigsburg mit den Bauerstudios ein.
I: Die haben ein eigenes Presswerk???
M.S.: Die haben mittlerweile. Ich weiß zum Beispiel, dass Four Music da immer ihre Promo CD 's machen lassen. Also die Bauers sind da wirklich sehr aktiv. In Stuttgart fällt mir da gar niemand mehr ein, der das macht.
I: Wie ist es so im Ausbildungsbereich, kannst du da irgendeine Einschätzung abgeben? Wir haben ja die Diskussion mit der Popakademie, würdest du noch einmal bei dem Thema Henne oder Ei, kreative Künstler, aber keine Firmen die das bekannt machen, würdest du sagen , das Stichwort Filmakademie hast du schon eingebracht, würdest du sagen, dass es für den Popularmusikstandort wichtig wäre, eine große Ausbildungsinstitution da zu haben und viele Leute herzuziehen um dadurch Innovation und auch einen wirtschaftlichen Schub durch die Neugründungen zu bekommen oder würdest du einfach sagen, man macht es so wie gehabt und muss nur die Verbindungslinien (gemeint sind die Verbindungen zwischen Künstler und Firmen, Anm. d. Verf.) stärken?
M.S.: Wenn die Leute danach auch hier bleiben würden, wäre es eine gute Idee das zu haben, nur wenn die Leute hier ausgebildet werden, um dann eh wieder nach Hamburg, Köln oder Berlin zu gehen, dann ist es verlorene Liebesmüh denke ich. Wenn man den Leuten eine Alternative, also lern hier und du kannst hier auch arbeiten, dann wäre da was machbar. Die Frage ist nur, ob die Leute die Motivation dann auch wirklich haben.

I: Das heißt also man müsste –ich versuch es noch mal zusammen zu fassen- den Leuten gleichzeitig Stuttgart schmackhaft machen und gleichzeitig wirtschaftliche Existenzgründungshilfen in entsprechendem Maße bieten.
M.S.: Ja zum Beispiel, dass die Leute wissen, ich könnt hier ne Firma gründen. Ich hab hier an der Schule, man lernt sich an der Schule ja auch kennen, wenn sich nur 4 Leute zusammen tun, eine Perspektive finden.
I: Wie glaubst du dass man sie binden könnte? Risikokapital, billige Büroflächen?
M.S.: Die Büroflächen wären auf jeden Fall was, denn jeder, der ein eigenes Business aufziehen will, hat als erstes das Problem, um Himmels Willen, wo mach ich das und was kost mich das. Ich merke es zum Beispiel an meinem Mitbewohner, der hat sich selbstständig gemacht als Fotograf hier und er ist immer noch auf der Suche nach einer relativ billigen Fläche, die ihn nicht soviel Miete kostet, weil in dem Moment, wo deine monatliche Arbeit erst einmal dafür bestimmt ist, die Miete zu zahlen, weil du sonst gleich wieder platt gemacht wirst, dann ist es mit der Kunst auch nicht soweit her. Das ist kein schönes Arbeiten. Wenn man den Leuten dahingehend helfen könnte, dass sie wenigstens einen Grund und Boden haben, auf dem sie arbeiten können und weniger Miete bezahlen denke ich ist vielen schon geholfen. Das Kreative sollen sie selber machen, da bin ich selber auch der Meinung das derjenige der ne Firma gründet auch was dafür tun sollte und nicht nur dastehen ich will jetzt aber des und des und des das ich gescheit arbeiten kann, sondern dass man ihn einfach unterstützt. Da denke ich wäre es am geschicktesten das durch Mieten zu machen. Du hast ne Grundlage auf der du arbeiten kannst und der Rest liegt an den Leuten selbst.
Das ist übrigens auch bei den Bandproberäumen so, am Anfang wo ich vom Rockhaus der MIR gehört habe, dachte ich, klasse, ein Vorstoß in die Richtung, aber wenn die Bands für einen Proberaum soviel zahlen müssen, wie für ein WG Zimmer ist das doch nutzlos.
I: Glaubst du dass man großartig Kapital einsetzen müsste, um so start up Förderung zu machen? Also wenn einer ne Agentur machen will, hier haste mal 50.000 DM, leg mal los oder glaubst du dass es mit nicht öffentlichen Mitteln genauso geht? Oder gibt's da Unterschiede?
M.S.: Es gibt auf jeden Fall Unterschiede und das liegt auch immer an den Leuten selbst, die diese Firma hochziehen wollen. Das 0711 Büro hat es geschafft groß zu werden ohne ne große Unterstützung und das ist für mich so ein Beispiel, es geht. Es ist jede Menge Arbeit, nur leichter wäre es wenn man die Leute dahingehen subventioniert, anstatt dass man jemand 50.000 DM auf den Tisch legt und jetzt mach (klapp, klapp), sagt O.K. du zahlst wenig Miete und so haben sie schon mal ihre Einsparung, man gibt ihnen auch Geld damit, in dem Moment, wo sie ne schöne Fläche mieten und auf einer schönen Fläche arbeiten können. Ich selbst find das schöner als jemand einen Koffer Geld hinzustellen und zu sagen los jetzt arbeite mal. Besser fände ich es dann, wenn gewährleistet würde, dass solche Firmen auch mal städtische Aufträge zugeschanzt bekämen. Das es so ne Schnittstelle gibt.
I: Genau, wie ist es mit der Schnittstelle mit städtischen Aufträgen und so? Glaubst du das es eine Kommunikationsschwierigkeit zwischen Stadt und jungen Firmen gibt?
M.S.: Ja auf jeden Fall, da ist ein riesengroßes Loch dazwischen.
I: Woran liegt das?
M.S.: Zum einen daran, weil man nie so richtig weiß wo man sich hinwenden soll. Das hab ich schon von vielen Leuten gehört, die gesagt haben, ich werde von Schreibtisch zu Schreibtisch verbunden, ich weiß nie wo ich da hin soll und viele Leute die dann sagen, ne das machen die eh nicht, die von vornherein schon abblocken. Boah Stadt, das klingt immer halt nach oben gucken und sagen: Duuuu, bitte. Da fällt vielen Leuten schon die Motivation sich da dran zu wenden und die Leute die die Motivation haben verlieren sie, wenn sie zum fünften Mal hören; Neh, da sind wir nicht 100% zuständig dafür, kann ich nicht sagen, versuchen sie es bitte mal hier.
I: Fehlt also ein spezieller Ansprechpartner?
M.S.: Ein Ansprechpartner wäre auf jeden Fall sehr hilfreich und auch den ASP so publik machen, dass man ihn kennt, dass die Leute wissen, wenn ich ein Problem in der Art habe, kann der mir weiter helfen, auch wenn er selber das Problem nicht lösen kann, kann er mir sagen an wen ich mich wenden muss.
I: Alles klar. Als abschließende Frage, Eingangsfrage war, was du vom Popularmusikstandort Stuttgart hältst, kannst du in einer Wertigkeit sagen, welcher städtische Bereich, also Kultur, Jugend/Soziales oder Wirtschaft die Popularmusik am stärksten repräsentiert?
M.S.: Den wirtschaftlichen teil würde ich als kleinsten sehen, ich denke das es von der künstlerischen, also Kunstseite aus, was Clubs und auch Jugendzentren angeht, da passiert jede Menge. Dem würde ich die höchste Wertigkeit einräumen. Jugendhäusern und auch Clubs, wo DJ 's auflegen, Bands spielen, Limelight, Travellers Club, es ist auf jeden Fall da und die haben den größten Anteil daran, dass in der Stadt auch wirklich was passiert.
I: Im Kulturbereich, so Musikschule und so was?
M.S.: Musikschule tu ich mir schwer das einordnen zu können inwiefern das …..
I: Da hast du wenig Information?

M.S.: Ich weiß wenig, was mit den Abgängern los ist, die wieder woanders hingehen, ich weiß, dass der Gitarrist von „HELMET“ einer Amiband in Stuttgart studiert hat, an der Hochschule für darstellende Kunst und Musik und er hat deswegen hier studiert, weil er gehört hat, gute Schule und das hat mich wirklich umgehauen. Die haben zum Beispiel auf jeder Tour in Stuttgart gespielt, weil er gesagt hat, hier hab ich studiert, hier hat es mir gefallen, da müssen wir hin und er grüßt bei jedem Konzert hier artig seinen Vermieter aus Heslach. Das ist ein Zeichen, dass auch Leute wieder irgendwann zurückkommen..
I: Wer würdest du sagen, hat in den letzten fünf Jahren am meisten für den Popularmusikstandort Stuttgart getan?
M.S.: Das 0711 Büro, die HipHopper
I: Gut, vielen Dank. Michael Setzer von Prinz.

Interview Nr.2 Bernd Haasis, Stuttgarter Nachrichten, Feuilleton
am 03.05.01, 18:00 –19:30 Uhr im Pressehaus in Stuttgart-Plieningen
I: Hallo Bernd
B.H: Hallo Paul.
I.: Zuerst ein paar institutionelle Fragen: Weißt du wie lange die Stuttgarter Nachrichten bestehen?
B.H. Gute Frage
I.: Wie viele Mitarbeiter sind hier beschäftigt?
B.H.: alle Mitarbeiter? Kann ich leider momentan nicht sagen.
I.: Über Hundert oder?
B.H.: Hm, ich könnt es nachschlagen so achtzig, neunzig Redakteure, schätz ich mal.
I.: Wie viele sind im Feuilleton oder Musikbereich? Oder schränken wir es ein auf Popularmusikbereich?
B.H.: Einer.
I.: Einer? Du?
B.H. Also ich rechne jetzt S-Trip nicht mit, weil S-Trip zu beiden Zeitungen gehört.
I.: Wie viele Mitarbeiter sind insgesamt in Stuttgart im Popularmusikbereich tätig? Also im Printbereich.
B.H.: Also im Printbereich – Bei der Stuttgarter Zeitung sind es zwei, bei Lift einer und bei Prinz einer... na ja mehr als zwanzig sind das nicht. – Auf keinen Fall.
I.: OK. Also feste. Und wie viele freie?
B.H.: Also so in der ganzen Region das weiß ich nicht . ich hab allein schon fünf oder sechs. Also sagen wir mal dreißig vielleicht.
I.: Also du hast halt eine Lokalzeitung, regional, oder Süddeutschland bezogen, oder was hast du da für einen Aktionskreis mit den Nachrichten?
B.H.: Also es ist im Wesentlichen eine Regionalzeitung, so ne Mantelzeitung auch für viele Zeitungen im Umkreis, gibt's aber Bundesweit. Ist also nicht so positioniert wie die Stuttgarter Zeitung, als überregionale Tageszeitung, hat schon den Kernsitz hier aber gibt's überregional trotzdem.
I.: Kannst du einschätzen, wie viel Umsatz oder Geld der Popularmusikteil der Tagespresse SN ausmacht und was für eine Bedeutung der Hat? Also wie viele die Zeitung deswegen kaufen?
B.H.: Kann ich überhaupt nicht einschätzen.
I.: Andersherum gefragt: Hätten die SN weniger Leser, wenn sie nicht über Popularmusik berichten würden?
B.H.: Das könnte ich mir durchaus vorstellen.
I.: (Lacht) Ich hab nichts anderes erwartet.
B.H.: Ja das ist halt so. Wenn mich Leute darauf ansprechen –also wenn ich ein Feedback kriege, dann sind das natürlich Leute die das gelesen haben – und die es eben nicht lesen von den weiß ich auch nichts. Ich weiß nicht wie viele das sind und wer das ist; aber die Konzerte sind voll und die Leute interessieren sich für Popularmusik. Und wenn eine Tageszeitung gekauft wird dann ist die Wahrscheinlichkeit recht groß, dass auch genau solchen dabei sind die genau das lesen wollen. Also wenn sich die Leute dafür interessieren, dann wollen sie auch mal was drüber lesen.
I.: Also ist es ein bedeutsamer kultureller und wichtiger Teil von Stuttgart, wo natürlich auch die Presse profitiert und darüber berichtet und informiert.
B.H.: Absolut ja, man muss sich nur die Zuschauerzahlen anschauen der Konzerte.
I: Die Eingangsfrage wäre dann, was du so allgemein vom Popularmusikstandort Stuttgart hältst.
B.H.: Ich glaub, dass Stuttgart im Bundesvergleich nicht schlecht das steht- nicht nur wegen dem HipHop, sondern auch wegen der „alternative" Szene, die gar nicht so schlecht ist – mit Gallery und Basement 6 und den ganzen Geschichten. – Hab fünf Jahre in Berlin gelebt und hab festgestellt, dass dort eigentlich weniger läuft als in Stuttgart z.B.; also hier hab ich halt den direkten Vergleich. Das sieht zwar immer toll aus von weitem, aber passieren tut da eigentlich gar nichts – von wenigen Ausnahmen mal abgesehen; da ist Stuttgart mit Fanta vier und dergleichen wesentlich besser dran - vom Stellenwert her.
I: Vom Stellenwert (überlegt)- was heißt Stellenwert ?

B.H.: Also von der Wahrnehmung Bundesweit; also wie viele Leute hören diese Musik, wie viele Leute kriegen davon was mit – ich würde mal sagen in Berlin gibt's halt die Ärzte – ich kenn' halt Berlin, deswegen red ich halt viel von Berlin –ich war auch schon in München und hab da so Sachen gesehen, da wurde ziemlich lang die melodische Rockschiene gefahren.
Man kennt halt auch wenig Bands aus München – man kennt Bands aus Hamburg z.B., und in Berlin kennen alle Leute Bands aus Stuttgart. Das ist so ne gegenseitige Geschichte; wenn ich hier jemanden frag, wo kommen Bands her, na ja, aus Hamburg kommt noch was, vielleicht auch noch bisschen Köln, aber ansonsten, wenn ich eben außerhalb von Stuttgart bin, dann kennen die Leute die Bands von hier - Freundeskreis z.B. das kennt inzwischen jeder. Und natürlich PUR,- ich mein, PUR kann man mögen oder nicht, aber es gibt hier eben so ein paar Größen, die sind einfach so

groß, dass Stuttgart einen festen Platz hat, würde ich sagen, was jetzt nicht bedeutet dass es für kleine Bands leichter wäre, aber es hat sich etabliert als Musikstandort, würde ich mal behaupten.
I: Wenn du sagst Wahrnehmung von Außen, würde mich schon interessieren, -hm der Arne hat grad einen Liftartikel über die Livemusik –ich weiß nicht, ob du ihn gelesen hast?
B:H:. Nee hab ich nicht.
I: Da hat er geschrieben, dass die großen Konzerte auch immer an Stuttgart vorbeigehen, dass es kein attraktiver Spielort ist sozusagen und dass viele Sachen erst gar nicht mehr herkommen, also das heißt dass das Image von Stuttgart – äh heißt das – ist das Image von Stuttgart nach Außen hin wirklich so gut?
B:H: Also ich bin mir nicht sicher, ob man da jetzt nicht zwei Sachen durcheinander bringt – das Eine ist was bietet diese Stadt selbst an Musik, was gibt es hier für Gruppen, was gibt's für Musiker und wie bekannt sind die. Und das Andere ist, - jemand veranstaltet eine Tournee und schickt seine Bands durch Deutschland, und wo er die gastieren lässt hat glaub ich nichts mit dem Image der Stadt zu tun, sondern damit dass Leute kommen und bezahlen. Und wenn irgendwo Leute sitzen und z.B. der Schwenko war hier als Redaktionsgast und hat erzählt, warum er die Rolling Stones auf dem Wasen veranstaltet hat – nämlich unter anderem deswegen, hier ein zahlungskräftiges Klientel sitzt, - die Stones - Fans sind an die fünfzig – Bankkaufleute, die ziehen mal wieder ihre Lederjacke an und zahlen gern hundertfünfzig Mark für eine Karte. Das heißt hier ein Konzert zu machen –super, genialer Standort! Also aus rein kommerziellen Überlegungen ist es nicht zu begründen warum Leute was Bestimmtes nicht veranstalten in Stuttgart, weil es gibt hier viel Publikum- großer Einzugsbereich und die Leute haben mehr Geld als anderswo in Deutschland. Das heißt, wenn Band nicht hier her kommen liegt das an anderen Geschichten. Dann sind das meiner Ansicht nach eher organisatorische Sachen. Das die vom Terminplan nicht klar kommen - dass die halt sagen, machen wir lieben in München oder Köln als Stuttgart, weil es eben doch größer ist; - oder die werden schlecht beraten und spielen dann in Frankfurt und kriegen dann gesagt ja, ja die aus Stuttgart kommen da auch hin...was natürlich nicht so funktioniert. Aber erfahrungsgemäß ist es so, dass die Halle also auch bei größeren Geschichten doch immer so voll wird, bei bekannteren Sachen, dass es irgendwie geht; also ne halbleere Halle hab ich lang nicht mehr gesehen- bei größeren Geschichten jetzt. Ich weiß jetzt nicht worauf der Arne angespielt hat-
I: ja ich weiß nicht, wenn man noch mal so zur Wahrnehmung zurückgehen, es sagen ja viele die von hier weggehen sagen ja sie gehen deswegen weg, weil sie woanders bessere Möglichkeiten hätten und ja, und wenn du jemanden fragst von Außerhalb, he was hast du davon mitbekommen, dann ist es so, dass die Außenwahrnehmung von Stuttgarts Standort für Popularmusik und wohl auch für Popularmusikwirtschaft einen schlechteren Ruf hat als Köln, Hamburg, Berlin ?
B:H: Es ist natürlich schon so, dass du hier nicht die Ressourcen findest. Du hast hier ein paar Studios und so ein paar Leute, die was gebacken kriegen und das sind praktisch die, die auch in den Fanta vier Netzwerken integriert worden sind über die Jahre-
I: Wer ist das?
B:H: Ja z.B. Ralf Christian Meyer (Tucan Tonstudios), der jetzt für die mischt , ne Platte, den es aber schon seit Jahren gibt, der sich jahrelang eingesetzt hat, der auch jahrelang mit kleinen Bands gemacht hat usw. und es gibt so ein paar Leute die jetzt so oder auch dieser Graphiker Jogi Hug usw. also so Leute die praktisch jetzt mit rauskommen. Es gibt die Benztown Leute und es gibt das Bauer Tonstudio in Ludwigsburg – großes, altes Jazzstudio so ein richtig gutes Tonstudio – und im Prinzip haben wir's damit auch schon fast; also es gibt hier einfach nicht viel und wenn du in einer Stadt bist wie Köln oder Berlin, dann gibt's da schon jede Menge Sachen. Es gibt einfach mehr Angebot - ob das dann aber bessere sein muss, das weiß ich nicht.
I: O.K., wenn wir mal bei der Anzahl bleiben - was gibt es denn nicht?
B:H: Es gibt hier alles glaub ich. Was es hier nicht gibt ist eine Plattenindustrie – also es gibt hier keine Anbindung - also es gibt keine Medien, keine große Musikzeitschrift, es gibt keine große Plattenfirma mehr, wobei ich mir auch nicht mehr sicher bin, ob Intercord der Szene so viel gebracht hat; da geht es vielleicht um fünf Acts,. die für die irgendwie interessant wären, und viele davon sind gefloppt wie Zam Helga oder auch Freundeskreis mit der ersten Single – Intercord war auch nicht die Plattenfirma, die vielen helfen konnte. Aber das ist natürlich anders, wenn du in Hamburg lebst und du hast die Plattenfirmen und du triffst auch ständig die Leute von den Plattenfirmen und es kann gut sein, dass du über persönliche Kontakte irgendwann auch mal ne Chance kriegst bei einer Plattenfirma – und hier ist es eher schwierig, weil wenn jemand aus Stuttgart nach Hamburg fährt und dann möglicherweise auch noch schwäbisch spricht, dann kann das ein großes Handicap sein. Er kennt niemand, da hocken die Leute in ihren Büros und sind sowieso schwer zugänglich, also so Jemand der so echt durchstarten wollte in bestimmten Bereichen, der würde sich in Hamburg sicher leichter tun, könnt ich mir vorstellen. Einfach weil Hamburg auch eine andere Art von Szene ist.
I: Wenn man den Standort fördern will, was müsste man denn da tun? – das ist immer so ein bisschen die Frage wo man hin will; ich hab auch in der Untersuchungskonzeption hab ich auch geschrieben, dass die Frage ist, ob du konkurrieren willst mit den großen Medienstandorten Hamburg, Köln, Berlin,

München, oder was du sonst machst –Also was könnte man tun um den Bereich zu vergrößern – oder sollte man ihn gar nicht vergrößern?
B:H: Also ich glaube, dass man den Standort an sich nicht viel größer kriegt, weil die Sache mit der Livemusik ohnehin schwierig geworden ist. Es ist eine wahnsinnige Inflation an Konzerten, ständig sind überall Konzerte, das heißt für die lokalen Bands ist es ohnehin schwierig noch ein Publikum zusammen zu kriegen, weil die Leute müde sind – das Publikum kann jeden Abend irgendwo hingehen und ein Konzert sehen. Das war vor zehn oder gar zwanzig Jahren mit Sicherheit nicht so schlimm wie jetzt; das heißt es ist eine totale Überflutung jetzt schon in Stuttgart. Was für die Band wichtiger wäre glaub ich - es gab in Berlin früher so ein Modell als die Mauer noch stand, da gab es einen Senatsbus, Bands konnten diesen Bus nehmen und mal nach Westdeutschland fahren um Konzerte zu spielen. Letztendlich ist Stuttgart in einer ähnlichen Situation, weil abgesehen von den kleineren Städten drum herum also diesem Speckgürtel praktisch, gibt's ja dann erst mal lang gar nichts mehr – dann kannst du gleich nach München oder Frankfurt gehen wenn du in eine nächst größere Stadt willst – oder eben auf dem Land spielen. Aber auf dem Land ist es was anderes, weil ich glaub wenn du raus willst ist es wichtig, dass du auch in anderen Städten spielst- auch in Städten die größer sind, wo die Leute noch verwöhnter sind oder das Publikum auf eine andere Art anspruchsvoll und die Szene anders- einfach mal um als Musiker auch eine bessere Selbsteinschätzung zu kriegen, weil immer in der selben Stadt zu spielen ist für ne Band ab einem gewissen Niveau nicht mehr hilfreich.
I :Aber ist es nicht so, dass Bands ab einem gewissen Niveau erst gar nicht mehr nach Stuttgart kommen, auch von außen? also wenn wir beim Live - Bereich mal bleiben, ums daran fest zu machen, die mittelgroßen Konzerte die sind doch oft gar nicht da – und wenn sie da sind, -
B:H: Sag mal ein Beispiel-
I: Also ich würde sagen, wenn man das Konzertprogramm der Manufaktur anguckt oder von der Batschkapp oder so, dann sieht man da sind mehrere größere Bands drin, die einfach nicht nach Stuttgart kommen.
B:H: Ja, aber die Manu würde ich jetzt noch zu Stuttgart dazu rechnen.
I: ja O.K., regional betrachtet-
B:H: Aber das ist das was wir vorhin hatten, die Bands machen nicht den Bogen um Stuttgart wegen Stuttgart, sondern weil in der Manufaktur Leute sitzen, die sich darum bemühen ein bestimmtes Profil als Veranstalter zu gewinnen – das sich über Jahre zu erarbeiten, die Bands kennen die und gehen lieber in die Manu, als nach Stuttgart, weil sie wissen dass da so ein Programm ist und dass da auch so ein Publikum hingeht – das heißt die Veranstalter, wie z.B. in der Manu die leiste sehr wertvolle Arbeit – oder z.B. das Tollhaus in Karlsruhe hat auch ein sehr gutes Programm –
I: Ja, das Substage hat auch ein sehr gutes Programm-
B:H: Ja, genau.
I: Ja fehlt es denn dann an Leuten? Oder was ist mit der Röhre –
B:H: Die Röhre hat ja auch ein gewisses Profil, aber das ist halt in so einen ziemlich harten Bereich, der vielleicht nicht so wahrgenommen wird, weil er nicht so populär ist – aber trotzdem ein großes Following hat; also diese ganzen Metal und Hardcore Geschichten die so in der Röhre mal ne ganze Weile liefen, (ich weiß gar nicht wie es jetzt im Moment ist –ich bin nicht so richtig auf dem Laufenden – weil die es manchmal auch nicht schaffen ein Programm zu schicken , also die sind auch gar nicht so wahnsinnig wild drauf, dass man über ihr Zeug was schreibt, aber trotzdem gehen ja da Leute hin, sonst könnten die es ja gar nicht machen, also es funktioniert halt so, weil es über diese ganzen &??? und Metalzeitschriften also dieses Netzwerk verbreitet wird, also die brauchen uns z.B. gar nicht mehr - es kommt auch immer auf die Musikrichtung an, es ist ein riesen Unterschied, ob du über HipHop oder Metal sprichst, ja oder über Pop –
I: Ja gehen wir mal auf die Stile, meinst du, dass in Stuttgart alle Stile, alle wichtigen populären Musikstile vertreten sind? Entsprechend?
B:H: Ja, (zögert) Entsprechend ist ein großes Wort, also ich glaub schon, dass es fast alles gibt, und zum Teil ist es eben auch entsprechend der Situation in Stuttgart eher klein, wir z.B. Punk war in Stuttgart nie so ein großes Thema, obwohl es natürlich Bands von hier gab, aber es war nie so ein großes Thema, weil es den Leuten im Verhältnis sehr gut ging eigentlich. Punk war in Städten wie Berlin ein ganz anderes Thema, weil halt in Kreuzberg und Wedding Leute leben; also a) solche die aus Stuttgart weggezogen sind, um in Berlin Randale zu machen, ums mal zugespitzt zu formulieren, (lacht) aber auch andererseits eine andere soziale Realität da ist- es ist einfach ein bisschen härter und ein raueres Klima und hier geht's den Leuten im Verhältnis sehr gut, das heißt Punkrock ist hier ne schwierige Sache. Also Jemand der wirklich wütend ist, - wenn ich mit jetzt die Ursprünge des englischen Punk vorstelle, also diese Kids in England die Bestimmt nicht so die Tollsten Perspektiven hatten, die hatten wirklich noch was zu sagen – die hatten ein Anliegen – und dieses Anliegen das gibt es hier gar nicht, weil wir hier natürlich in Stuttgart hier auf so einer Insel der Glückseligen leben.
I: Also was würdest du dann auf der Insel der Glückseligen als die meist verbreitetste Stilart sehen?
B:H: - am meisten verbreitet?

I: - am erfolgreichsten?
B:H: Also im Moment würde ich vermuten ist es HipHop. Aber ich bin mir da nicht sicher. Es gibt auch so ne alternative Szene, die ziemlich gut ist, aber wie viele das immer sind kann ich gar nicht so genau sagen, weil ich ja wirklich nur die wenigsten kenn', also die, die tatsächlich mal in Erscheinung treten, die mal ne CD machen, mal auftauchen irgendwo – also das UD z.B. das ist so das kleinste was ich noch mitkriege außerhalb wie so was wie Noise Gate. Also ich geh zum UD und guck mir halt an was gibt's an lokalen Bands, oder Sommermusik im Merlin, da spielen dann viele Bands, das sind dann aber auch fünfzehn oder so, jedes Jahr; -aber mehr sind's dann halt auch nicht – und die anderen kenn' ich nicht also ich kann das quantitativ nicht sagen, was im Moment das Stärkste ist – es wirkt aber so, dadurch dass natürlich die ganzen Jüngeren am HipHop dranhängen, als ob es nach wie vor das Stärkste ist, könnt ich mir vorstellen. Das Interesse ist einfach am Größten; HipHop ist ja auch ne Jugendkultur und nicht nur ne Musik, von daher ist es das, was am prägensten ist auch auf der Straße.
I: Kann man das vielleicht unterscheiden, dass man sagt irgendwie so von Künstlerseite was tonträgermäßig besonders erfolgreich ist - was von der Kultur besonders erfolgreich ist – Besucher, Live, Zuschauer - kann man da eine Unterscheidung machen, oder geht das Hand in Hand?
B:H: Schwer zu sagen, weil ich nicht weiß wie aussagekräftig das ist, wenn einer einen Hit in den Charts hat, aber vom Album nix verkauft; also das sind so Sachen wo ich über die Zusammenhänge auch nicht so genau genug informiert. Das ist ja eine sehr komplexe Geschichte, über die wir gerade reden, also vielleicht müssten wir über konkretere Sachen reden.
I: Ja, also mir geht es eigentlich nur darum rauszufinden, was so die Ansätze sein könnten, weil wir müssen ja überlegen, wenn wir etwas für den Standort tun wollen für wen wir was tun und was wir tun. Das heißt, wenn man jetzt bei den Stilen ist, würdest du, wenn ich das zusammenfassend sagen kann, würdest du auch sagen ,dass man nicht sagen kann man sollte eine stilistisch zugeschnittene Forderung machen, sondern eher eine breite Förderung, weil es auch schon viel gibt.
B:H: Ich würde das auf keinen Fall stilistisch unterteilen, weil erfahrungsgemäß solche Unterteilungen lange Bestand haben – über das bestehen der Stile hinaus.
I: Also eine flexible Geschichte.
B.H.: Es muss flexibel bleiben, weil wer weiß, wie lange HipHop noch den Stellenwert hat und Gitarrenmusik gibt's nach wie vor die ist halt nicht mehr so präsent, nicht mehr so dominant, aber jetzt die Turntablerockers die spielen jetzt mit einer Band, also das geht jetzt auch wieder in ne andere Richtung, das heißt die eigentlichen Musiker, die Leute die Instrumente spielen, die am HipHop nicht so wichtig waren ne lange Zeit, die müssen so oder so gefördert werden und da ist es auch wurscht ob die jetzt, was weiß ich so funky - fusion spielen oder Heavy Metal- das muss davon unabhängig sein. Die Förderung muss darauf basieren, dass diese Bands ein bestimmtes Ziel haben und dass die ernsthaft bei der Sache sind und entsprechend auch gecoacht werden, wo es sein muss.
I: Also wenn wir jetzt wissen, dass wir das flexibel handhaben müssen, muss man sich überlegen was man tut, wenn man die Einteilung Livesegment und Tonträgersegment nimmt, also was könnte man tun um den Standort voranzubringen – und an welchen Punkten wäre vielleicht ein Ansatz sinnvoll?
B.H.: Wenn wir mal bei Live bleiben, hab ich festgestellt, dass ich es z.B. mal geschafft hab Bands dem Musikzirkus zu empfehlen, einfach so mal telefoniert – er sagt zu mir du ich kenn' da ne Band die ist echt ganz nett, hm – wenn ihr mal ne Vorgruppe braucht so, könnt ihr euch ja mal überlegen, worauf hin diese Band – ich hab dann mal gesagt schick denen mal was – die haben denen was geschickt und die haben dann im Vorprogramm von –hm- weiß ich nicht mehr, na es war auf jenen Fall im LKA – es war ein anständiges alternative Konzert. Ich weiß nicht mehr welche Band das war, aber es war eine amerikanische Band, so Mittelfeld, die gar nicht schlecht ist. Weatherman war das und im Vorprogramm hat Spoon gespielt; das ist jetzt ein klassisches Beispiel , Spoon war eine Band, die schon relativ reif war, sag ich mal, zu dem Zeitpunkt, also schon relativ gut unterwegs und ich bin mir sicher dass da auch mehr gehen könnte, ich glaub, dass die lokalen Veranstalter durchaus bereit wären so was zu Machen; wenn sie sich darauf verlassen könnten, dass es dann halt auch funktioniert.
I.: Noch mal zurückgegriffen, du bist der Meinung, dass im Mittelfeld und in der– wie soll man sagen, in der Oberklasse der Bands die kommen, also auch die superzahlenmäßig betrachtet von der Größe von der Bekanntheit, dass da eigentlich das Gesamtangebot in Ordnung ist -?
B.H.: In Stuttgart?
I.: Ja.
B.H.: In Stuttgart ? Das Konzertangebot? Ha ja, das ist ja mehr als man gucken kann, wenn man ehrlich ist. Und ich rechne da z.B. Sachen wie Limelight dazu, wo ja durchaus Punkrock läuft – und es ist ja so, dass es alles gibt –trotz allem, ja.
I.: Das heißt im Livebereich , wenn ich es richtig verstanden habe, so der Ansatz, dass du sagst, die lokalen Bands durch die überregionalen oder internationalen Bands mitziehen und an mehr Publikum heranbringen. So?

B.H.: Auf jeden Fall, weil die lokalen Bands alleine Schwierigkeiten haben ein Publikum zu ziehen, weil wenn die zehn mal in Stuttgart gespielt haben, dann ist das Publikum durch – dann hat die jeder gesehen und dann wird's schwierig.
I.: Wie ist es so im Tonträgerbereich und was die ganze Musikwirtschaft anbelangt? – was könnte man da tun? – wenn wir noch mal an Vorher denken, was gibt es was gibt es nicht ?
B.H.: Schwierig, die Bands brauchen eigentlich einen vernünftigen Tonträger heut zu Tage, um überhaupt irgendwo anzukommen, das bedeutet, dass sie eigentlich wissen müssen, wie man einen vernünftigen Tonträger macht, weil das ist ja alles auch viel selbst machbar, - man muss ja nicht immer ins Studio zwei Wochen und einen Haufen Geld hinlegen, sondern man kann ja viel Geld sparen, in dem man z.B. im Übungsraum die Basictracks aufnimmt und so Geschichten, und das sind glaub ich Informationen, die die Leute einfach noch nicht haben. Und du kriegst ja auch einen günstigen Rechner heut zu Tage und kannst mit dem Rechner sehr viel machen und kannst dir aber auch ein altes acht Spur Tonbandgerät kaufen für fünfhundert Mark – gibt's überall gebraucht – also nur als Beispiel jetzt mal, das Zeug anfangen selber aufzunehmen, dann ist es natürlich so, -
I.: Wie ist es, wenn man das ganze von der nicht Künstler Seite sieht? Also du hast jetzt sehr viel über Bands geredet, wenn man jetzt das Ganze sieht was man –müsste man sich darum kümmern, dass wir –keine Ahnung ne große Fernsehstation nach Stuttgart bekommen oder glaubst du wir brauchen noch eine Musikzeitschrift?
B.H.: Glaubst du das ist realistisch? (lacht)
I.: Das ist mir erst mal egal, was realistisch ist, das ist nur ne Frage was wir tun sollten. Also du argumentierst sehr von Band-Seite aus, was ich grundsätzlich sehr befürworte.
B.H.: -Ja aber, ich glaub das ist der Punkt, wo man ansetzen muss; man kann sich nicht darauf verlassen, - ja wir hatten es gerade vom Filmstandort – dass irgend jemand von Außerhalb da irgendwas tun wird; Der SWR wird z.B. nichts für den Filmstandort tun und das ist jetzt mal klargeworden – und der SWR wird auch nichts für den Musikstandort tun, weil der SWR ein Sender ist, der sich politisch positionieren will gegenüber Kirch und Bertelsmann und sonst wem und in der ARD die große Nummer machen aber an dem Standort Stuttgart haben die null Interesse. Und wir reden ja vor allem über Stuttgart jetzt.
I.: Ja und über die Region.
B.H.: und diese Region ist praktisch von dem einzigen großen Sender mehr oder weniger abgekoppelt worden – wir haben praktisch keinen lokalen Radiosender in dem Sinn –Antenne 1 macht sowieso nur Mainstream - Programm das heißt ist auch keine Hilfe in dem Fall, es gibt also keine Medien und man wird aber auch die Medien nicht so einfach an den Start kriegen, das ist ein großes Problem; man kann auch das freie Radio nicht dafür nehmen, weil das sind so viele Redaktionen drinnen, da kriegst du kein stringentes Programm zusammen, was wirklich jetzt zugeschnitten sein könnte auf nur Musik oder so.
I.: wenn man aber jetzt ne Künstlerförderung machen würde ist es dann nicht so, dass man das kreative Potential, wo du vorher auch schon gesagt hast, dass es da unglaublich viel gibt und die Qualität auch O.K. ist, ist es da nicht so, dass du für andere Firme, für andere Standorte die Produkte produzierst und förderst und selber nichts davon hast?
B.H.: Ja das ist dann wie mit der Filmakademie- die Absolventen gehen auch alle weg und das ist das Problem.
I.: Und wie könnte man das verhindern –oder sollte man das gar nicht verhindern?
B.H.: Man kann das verhindern indem man, wie die Fanta vier das gemacht haben, bestimmte Leute aufbaut, wo die Firmen wissen, z.B. Sony in Frankfurt weiß jetzt in Stuttgart da gibt's ein paar Leute die arbeiten sehr professionell und machen ein gutes Produkt. Das heißt man muss praktisch dann die Firmen überzeugen, dass es trotzdem hier produziert wird auch wenn sie in Hamburg sitzen oder in Frankfurt oder in Berlin.
I.: Also mit dem Beispiel, dass du sagst, so was wie die Fanta Vier ist ein Glücksfall dass du solche Leute überzeugst, dass sie ihre Sachen hier in Stuttgart machen und dadurch was Kleines aufbauen, wo dann andere Große darauf zurückgreifen –
B.H.: was die Fanta Vier für Stuttgart getan haben das kann man überhaupt nicht hoch genug bewerten, meiner Ansicht nach, weil sowohl die Labelgründung Four Music die bestimmte Dinge hier herzieht, die es hier vorher nicht gab, auch hier Leute heranzuziehen und einzusetzen, die ein gewisses Know how haben und die dadurch ins Gespräch zu bringen auch bundesweit, das ist ne Leistung die sie in der Form gar nicht hätten machen müssen. Die hätten ja auch sagen können, he das ist uns alles Wurscht oder so - aber die haben tatsächlich Stuttgart positioniert und haben sich auch bemüht mit dieser 4/99 Scheibe auch intensiver als bisher zu machen. Das heißt diese Leute, die da jetzt aufgebaut wurden das sind ja Marken und diese Marken praktisch auch zu nützen, und auch als Fond einzusetzen und die durchaus auch mit einzubinden und zu sagen pass auf, wir versuchen hier den Musikproduktionsstandort aufzubauen im Sinne aller, deswegen muss man sicher auch mit allen reden und das muss denen auch allen klar sein was da passiert; also man kann da nicht einfach anfangen, da irgendwas zu fördern ohne dass man mit denen allen mal vorher

gesprochen hat. Weil man braucht die alle, da Stuttgart noch nicht groß genug ist, dass da irgendwelche Einzelgeschichten funktionieren würden, - ich glaub man muss da versuchen möglichst viele zusammen zu kriegen, die dann da auch in so einer Art „Pool“ zusammen mit drin sind ; und man muss ausloten, in wie weit die bereit sind sich dafür einzusetzen.
I.: Ich wollte grad sagen, glaubst du dass das was die Fanta Vier mit Four Music gemacht haben, dass das auch durch ein Förderprogramm von der Stadt gelingen könnte?
B.H.: Hab ich deswegen meine Zweifel, weil wenn die Stadt das macht das nicht mehr unter realen Bedingungen stattfindet, weil die Stadt nicht wie Four Music auf einem freien Markt konkurriert, sonder dadurch dass sie von öffentlichen Geldern finanziert wird nicht darauf angewiesen ist, dass am Ende was dabei rauskommt. Das ist wie mit allen Förderprogrammen, wie mit der Filmförderung – das ist alles sehr gut gemeint und das hilft auch sehr vielen Leuten grade, aber ich glaub nicht, dass da viel zurückkommt. Eigentlich ist das ja ein Darlehen, aber da kommt natürlich nie was zurück, weil das öffentliche Geld immer das ist, welches am leichtesten ausgegeben wird und am schlechtesten zurückkommt... Ich glaube die Stadt müsste eine Firma gründen um halbwegs realistische Bedingungen zu schaffen und es kann nicht sein, dass Leute in einem Amt sitzen und das machen, weil das funktioniert nicht, weil die Leute in dem Amt eigentlich eine andere Aufgabe haben die verwalten bestimmte Dinge, aber das sind nicht Leute die vorne dran in dem knallharten Wettbewerb und Musik ist sicher und vor allem Popularmusik ist sicher einer der Härtesten die es überhaupt gibt – und das kann man nicht nur mit gutem Willen machen, sondern das muss man richtig machen. Also man bräuchte dann eben auch die entsprechenden Leute die das machen. Und ich kann mir durchaus vorstellen, dass es so was geben könnte – aber ich kann mir nicht vorstellen, dass das nur ne Stadt macht, sondern da müssten auch Beteiligte rein und zwar eben Profis. Also es müssten Leute, die tatsächlich in der Musikbranche drin sind da in irgendeiner Form dran beteiligt werden. Um ihr Know how rein zubringen und diese Wettbewerbsituation immer wieder klar zu kriegen; weil sonst wird das so ein Ding wie öffentliche Sachen oft laufen, alles ganz nett, aber es kommt nie über ein gewisses Niveau hinaus, weil der Druck sozusagen fehlt.
I.: O.K. Wenn wir diese Wirtschaftsvertreter da rein haben wollen und das mit sehr großem „Wirtschaftseinbezug“ machen wollen, hast du eine Idee was man den Leuten anbieten könnte, damit sie sich an so etwas beteiligen und das in Stuttgart machen und das Geld rückinvestieren? Also wie könnte so eine Förderung aussehen? Was würdest du sagen was man fördert? Soll man etwa 50 000 Risikokapital oder ein günstiges Haus oder sagen ihr werdet drei Jahre von der Steuer befreit, oder fehlt es an Informationen...
B.H.: Also das find ich ganz schwierig, aber ich bin betriebswirtschaftlich auch nicht fit genug um das einzuschätzen, - was man da machen kann – äußerst schwierig, ich weiß auch nicht genau, wie die da überhaupt dazu stehen, also man müsste natürlich erst mal mit den reden und sich dann überlegen, was könnte die interessieren ich kann das aber so nicht einschätzen, weil das auf den ersten Blick so aussieht, als müssten die erst mal in die Vorleistung gehen mit allem was die tun.
Weil, ob aus den lokalen Bands, die sie dann fördern auch was rauskommt das weiß man ja auch immer nicht.
I.: Kannst du so eine Einschätzung geben wie es mit den Räumlichkeiten aussieht – In welchen Bereichen ist viel oder wenig da?
B.H.: Also was fehlt ist so eine mittlere Halle in Größe der SKF Kantine,
I: Bis wie viele Leute?
B.H.: hm, na so drei – ja die Größenordnung die die Sporthalle Böblingen hat, die ja eigentlich unsäglich ist als Konzerthalle...
I.: wie wär’s mit dem Messekongresszentrum B ?
B.H.: Ja aber das ist ja so schmuck und schnieke, mit Garderobe und allem und das ist irgendwie keine Atmosphäre für ein Rockkonzert, das kann man z.B. machen, wenn da z.B. Styx spielt, aber wenn da jetzt was ernst zu nehmendes spielt, aus der aktuelleren Zeitgeschichte, dann kommt des immer komisch – also wenn da Korn spielt, dann passt das einfach nicht.
I.: Das heißt man braucht Räume, die auch vom Ambiente stilistisch zu den Popularmusikangeboten passen?
B.H.: Auf jeden Fall.
I:. O.K.. Sonst noch irgendwas was fehlt?

B.H.: Was fehlt ist natürlich der Wille der Politiker oder auch ist es vielleicht nicht nur der Wille sondern auch die Wahrnehmung .Wenn ich an das klassische Beispiel denke Fanta Vier auf dem Schloßplatz, das nie stattgefunden hat, die werden zehn Jahre alt, die sind einer der größten Popakts in Deutschland und es wird ihnen nicht gestattet auf dem Schloßplatz ein kostenloses Konzert zu geben, dann ist das einfach der größte Witz, weil diese Stadt einfach , oder auch die Landesregierung und die Leute im Rathaus offensichtlich sich nicht bewusst sind, was das für ein Imagegewinn ist für diese Region, weil die ja an einem Image kleben, das natürlich konträr ist zu dem was die Fanta Vier

verkörpern in vielen Punkten. Das heißt vielleicht wollen die das auch gar nicht oder sie haben es noch nicht ganz verstanden – aber diese Offenheit die fehlt denen absolut.
I.: Das heißt der Imagefaktor den die Popularmusik der Stadt an sich bietet., würdest du auch als extrem groß und wichtig betiteln?
B.H.: Im Fall der Fanta Vier auf jeden Fall. Und Image Gewinn ist ja das Einzige, was man Politikern anbieten kann , da springen sie ja drauf.. Also wenn man die Politik zu etwas kriegen will, dann muss man ihr klar machen, was sie in dem Moment verschenkt; weil dann haben sie irgendwelche Marketingfirmen am Machen, die da Werbespots drehen für Baden-Württemberg, da hätte einmal Fanta Vier auf dem Schlossplatz viel mehr gebracht und es hätte nichts gekostet außer den Blumenbeeten, um die sie sich immer so sorgen, weil es wäre in den Tagesthemen wahrscheinlich gekommen. Also man muss es einfach mal in eine Relation setzen und es ist denen bis heute nicht klar. Herrn Schuster war's auch nicht klar, sonst wäre er nämlich ins Staatsministerium gelaufen und hätte gesagt, das müssen wir machen, da ist einfach noch eine riesengroße Kluft, hab ich den Eindruck.
I.: OK Wie würdest du die Kompetenz im Ausbildungsbereich sehen? Also von den Künstlern wie auch von der Businessausbildung her? Glaubst du dass es da in der Region gute Möglichkeiten gibt?
B.H.: ja es gibt so Möglichkeiten, aber in der Zwischenzeit ist es sehr konfus geworden weil es verschiedene Anbieter gibt und man schon gar nicht mehr weiß wer da jetzt was anbietet; und ich kann es auch nicht einschätzen was davon was taugt und was nicht; ich weiß diese Rock und Musikbusiness Seminare am Anfang die waren ganz gut vom Ansatz her ich bin mir nur nicht sicher, ob so ein Blockseminar reicht. Ich will jetzt einen Politiker auch mal ausnehmen nämlich den Staatsminister Palmer, der nämlich der die Idee von der Popakademie ins Spiel gebracht hat und was ich respektvoll finde dass er drüber nachdenkt, weil das tatsächlich einen gewissen Sinn macht allerdings nur dann wenn man gleichzeitig eine Infrastruktur schafft. weil im Filmbereich sieht man das es ausgesprochen schwierig für die Leute ist hier zu produzieren. Das heißt ich kann nicht nur Leute ausbilden, sondern diese Popakademie müsste zugleich auch eine Art Produktionszentrum werden. – Also man müsste das kombinieren; was wir vorhin besprochen haben, also vielleicht kann die Stadt so etwas machen – also man kann nicht nur die Popakademie hinstellen, sondern man muss dann auch gleichzeitig daneben was stellen, wo die Leute direkt ins Studio gehen können.
I.: Was gehört zu so einer Infrastruktur?
B.H.: na ja das fängt an beim Tonstudio über Graphiker Fotografen und was halt so alles dazu gehört, wenn ich eine CD mach.
I.: Würdest du sagen,. dass die Information in dem Musikbereich ausreicht?
B.H.: In welcher Hinsicht?
I.: Information von Zielgruppen und Information der Musikszene untereinander und die Kommunikation zwischen Stadt und Produzierenden.
B.H.: Also bei der Stadt glaub ich, dass sich alle gern in so Sachen wie Pop sonnen, aber dass sie eigentlich gar nicht wissen um was es dabei geht. Das sieht man an diesem Rockquartier an der Herzogstraße 0711 Büro das war zwar nett gemeint und so find ich super, aber jetzt haben die Schwierigkeiten einen Platz zu finden für ein HipHop Openair, das kann ja irgendwo auch nicht war sein, es ist nach wie vor nicht so, dass es für die einfach wäre so was zu organisieren und die haben das letztes Jahr praktisch allein geschultert nachdem Herr Teufel dann sein eigenes Openair brauchte auf dem Schloßplatz auch noch am selben Tag wie das HipHop Open. Aber da ist wieder das Problem mit der Wahrnehmung. Natürlich ist HipHop nur ein Segment und ich glaub auch dass es da nur wenig Verbindungen gibt, aber man hat ja gesehen auf dem Schloßplatz war es trotzdem voll wo da halt Mainstream lief ich glaub nicht ,dass sich die Zielgruppen sich überschneiden oder so, ich glaub dass HipHop schon was sehr spezielles ist und etwas was sehr viel mit dieser Jugendkultur zu tun hat –
I: Aber wie du vorher schon gesagt hast schon der Bereich mit dem größten Imagefaktor für die Stadt-
B.H.: Ja schon, aber die Fanta Vier die hätten grade so auf dem Pragsattel noch als Gäste auftreten können so viel Credibility haben sie wahrscheinlich ,aber sie hätten auf jeden Fall auf dem Schloßplatz als Headliner spielen können, weil sie eben auch Mainstream sind – sie sind beides. – Aber das ist ein Sonderfall.
I.: Wenn du den größten Wunsch für die Popularmusik in Stuttgart äußern würdest/ könntest was würdest du sagen?
B.H.: ..den größten Wunsch? hm...dass Universal seine Zentrale nach Stuttgart verlegt. (lacht)
Ne, also realistischer Wunsch, das kann ich jetzt so nicht beantworten aus dem hohlen Bauch raus – müsste ich ein bisschen drüber nachdenken.
I.: Vielen Dank, Bernd Haas von den STN.

Interview Nr. 3 mit Hans-Peter Haag vom Musiccircus Konzertbüro
am 11.05.01, 17:00 –18:00 Uhr im Alten Waisenhaus, Stuttgart

I: Zum Anfang ein paar Fragen zur Firma. Seit wann gibt's denn den musiccircus?
H.-P. H: Seit September 1977.
I: Wie viele Mitarbeiter habt Ihr zur Zeit?
H.-P. H: fest angestellte Mitarbeiter sind es acht, dazu Aushilfen und freie Mitarbeiter.
I: Wie viele sind das ungefähr?
H.-P. H: Aushilfen im Bereich Ordnungsdienst sind ca. 50, freie Mitarbeiter, die regelmäßig für uns arbeiten, das sind auch noch mal 5.
I: Kannst Du einschätzen, wie viele Mitarbeiter es insgesamt in der Branche gibt? Vielleicht kannst Du auch noch kurz skizzieren, was Ihr eigentlich macht.
H.-P. H: In der Branche in Deutschland?
I: Nein, eher auf die Region Stuttgart bezogen?
H.-P. H: Wir sind örtlicher Veranstalter und richten Konzerte in der Region aus. Veranstalten heißt Hallen mieten, Karten verkaufen, Werbung machen, abrechnen. Neben uns gibt's hier, die privatwirtschaftlich arbeiten, im Bereich örtliche Veranstalter, vielleicht noch 5 bis 6 andere. Wenn man davon ausgeht, dass wir eine durchschnittliche Größenordnung haben, kann man unsere Zahlen mal 5 nehmen.
I: Die haben, die selbe Größe, wie Ihr?
H.-P. H: teils größer, teils kleiner.
I: Welche Künstler veranstaltet ihr?
H.-P. H: Wir veranstalten fast ausschließlich im Bereich Unterhaltungsmusik, unterteilt in E- und U-Musik, das heißt es geht von Volksmusik, Schlagern zu Rock, Punk, Heavy Metal.
I: Im Popbereich, kannst Du als Beispiel mal fünf nennen, die ihr letztes Jahr veranstaltet habt?
H.-P. H: Pur, die Toten Hosen, die Ärzte, Janet Jackson,..
I: und in was für Locations?
H.-P. H: Größenordnungsmäßig ist alles vertreten. Es geht los beim Limelight, bis zur Schleyerhalle.
I: Ihr veranstaltet nur in Stuttgart und in der Region oder…
H.-P. H: In der Region. Die Region geht bei uns bis Göppingen und Pforzheim, in Einzelfällen auch einmal bis Karlsruhe.
I: Das ist jetzt eine heikle Frage, wie viel wird ungefähr umgesetzt in der gesamten Branche (örtliche Veranstalter, Anm. des Verf.), kann man das ungefähr abschätzen? In der Region Stuttgart?
H.-P. H: An Karten, das ist immer schwer zu sagen, von meiner Umsatzzahl kann ich nicht ausgehen, weil wir als Konzertveranstalter immer mit Partnern, mit Tourneebüros zum Beispiel zusammen arbeiten und da ist es so, dass alle Varianten, wer welche Einnahmen versteuert, welcher Subunternehmen, da sind alle Variationen möglich.
I: Kann man das anhand von Besucherzahlen
H.-P. H: Ich hab da keine Statistiken darüber geführt.
I: Wenn man jetzt fragen würde, wie viele Leute schauen sich pro Jahr in Stuttgart Pop Konzerte an? Einschätzung.
H.-P. H: Das fällt mir jetzt ganz schwer. Es gibt ja nicht nur die, die ich kenne, es gibt ja noch Vereine und Institutionen, die auch veranstalten, die Hallen selber veranstalten. Bei uns, schwer zu schätzen, ganz grob eine Richtung vielleicht zwischen 500.000 und einer Million.
I: das hat aber dann ja schon eine erhebliche wirtschaftliche Wirkung.
H.-P. H: Ja
I: Dann als Einstieg: Was hältst Du vom Popularmusikstandort Stuttgart?
H.-P. H: Für uns als örtlicher Veranstalter, ich betrachte das immer aus meiner Sicht muss ich sagen, wir haben den Nachteil in Deutschland, dass wir nicht zu den sogenannten Medienstätten gehören. Es gibt viele Tourneen, viele Konzerte, die wir ganz gerne hier machen würden, die sich dann aber nur auf wenige Tage beschränken und Stuttgart kommt eigentlich in die Planung immer erst wenn die Tournee 6,7,8 tage mindestens umfasst. Die ersten 5 Tage werden immer in Hamburg, Berlin, Köln/Düsseldorf/Oberhausen, Frankfurt und München passieren. In zweiter Linie kommen dann Städte, wie Hannover, wie Stuttgart, wie Leipzig.
I: Was heißt das Medienstädte, also was ist ausschlaggebend, dass Hamburg, Köln und Berlin zuerst kommen?
H.-P. H: Die heißen zwar Medienstädte, also im Prinzip nimmt man an, dass dort die Medien konzentrierter vorhanden sind, um dies dem Künstler geht. Eine Tournee macht man ja zum einen um Geld zu verdienen und zum anderen um Öffentlichkeit zu haben, Medienresonanz zu haben und zum anderen sind es Städte, die einfach größer oder international bekannter sind. Ein Amerikaner kennt halt Börlin oder Munich wegen dem Oktoberfest und Frankfört, weil da der Flughafen ist.
I: Also könnte man das auch als Imageproblem bezeichnen?

H.-P. H: Mit auch. Zum Einen ist es sicher die Größenordnung, die anderen Städte und Regionen sind einfach größer, einwohnerstärker, wie zum Beispiel in NRW und um anderen ist es auch ein Imageproblem.
I: Was könnte man denn dagegen tun, kann man da irgendwas dagegen tun?
H.-P. H: Kurzfristig glaube ich nicht, man könnte theoretisch versuchen das mit Geld zu überspielen, wenn in Stuttgart die Bedingungen so gut und so toll wären, wenn dort die Gagen doppelt so hoch wären, wie es Veranstalter in Berlin haben oder in München bezahlen, würde ich aber nicht sagen das sei sinnvoll. Ein Image ist einfach nicht von heute auf morgen zu ändern, es ist eine langfristige Entwicklung, über 10, 20 30 Jahre.
I: Was sind so Eckpunkte, die neben dem Image wichtig sind? Was müsste man verkaufen?
H.-P. H: Es müsste Medienindustrie aus dem Umfeld Musik, Unterhaltung, Show, Radio, Fernsehen mehr in Stuttgart angesiedelt sein, dass es zwingend wird bestimmte Leute, die bestimmte Medien, die auch die Trends vorgeben hier zu erreichen, dass man sich hier zeigen muss und auftreten muss und es hilft natürlich immer, wenn die Bedingungen, die Spielstätten, das Umfeld so gut ist, dass man sagt hier sind die Voraussetzungen so ideal, da möchten wir nicht dran vorübergehen.
I: Wie sind denn die Voraussetzungen in Stuttgart?
H.-P. H: Ich würde sie mal als durchschnittlich einstufen. Es kommt immer auf den bereich darauf an. Es gibt andere Städte, die haben in anderen Bereichen Vor- und Nachteile, das hat sich bis jetzt in Stuttgart nicht als Nachteil, als Hemmschuh erwiesen.
I: Wie ist es so von der Größenordnung her, ihr macht ja Konzerte vom Limelight bis zur Schleyerhalle, gibt es in diesem Spektrum von Besucherzahlen, gibt es da Schwierigkeiten immer die richtige Halle zu finden?
H.-P. H: Hallen finden tut man eigentlich in allen Größenordnungen es gibt Probleme mit der Ausstattung, manchen Hallen sind halt einfach nicht ideal. Es gibt eben viele Hallen, die für was ganz anderes gebaut worden sind, als für Popkonzerte, da muss man halt Kompromisse eingehen. Sicherlich gut leben kann man mit Hallen wie der Schleyerhalle oder der Liederhalle und mit bestimmten Clubs
I.: mit welchen?
H.-P. H.: Ganz in Ordnung ist es mit dem Theaterhaus, dort gibt es eben Terminprobleme, weil die eben in erster Linie ihre Theatersachen machen, die wären aber ganz gut ausgestattet für Konzerte, Röhre und Limelight, damit kann man auch ganz gut leben. Was vielleicht fehlt ist wirklich ein Club, der sich als Konzertclub definiert - das Longhorn z.B. ist im Prinzip eine Diskothek, in der hin und wieder Konzerte stattfinden, das Zapata genauso, also es gibt eben nicht den Konzertclub, der sagt das Konzert steht im Vordergrund.
I.: Würdest du sagen, dass so ein spezieller Liveclub für Stuttgart die Bereitschaft der Leute in kleinere Konzerte zu gehen fördern würde? Also war das früher so, als zum Beispiel das Maxim noch als Livemusicclub da war?
H.-P. H.: Schwer zu vergleichen, schwer zu pauschalisieren, die Zeiten ändern sich auch, es ist sicherlich ein Vorteil, wenn ein Club da ist, der sich als Liveclub sieht, weil er auf die Bedürfnisse der Künstler, der Veranstalter und des Publikums besser eingehen kann, und es kann schon eine Kernzelle sein für eine lokale Szene, wenn so bestimmte Sachen da sind, wie z.B. so ein Club. Für eine Szene, für eine Stadt, für eine Medienstadt sind eben nicht nur die ganz großen Bands und Events wichtig, sondern auch das was sich innerhalb dieser Szene im kleineren Bereich abspielt. Eine Stadt wird eher durch diese Szene geprägt, als durch das, was in der Schleyerhalle passiert.
I.: Hast du den Eindruck, dass eine Liveszene da ist?
H.-P. H.: Es gibt immer wieder Ansätze dazu, aber ich sehe es nicht unbedingt so aufregend und toll in Stuttgart.
I.: Habt ihr Erfahrungen damit gemacht, ob die Leute eher nach Stuttgart auf ein Konzert kommen, oder ob ihr die Hallen genauso voll bekommt, wenn ihr z.B. eine Halle in Reichenbach oder sonst wo außerhalb mietet? Also kommen die Leute dann aus Stuttgart dorthin?
H.-P. H.: Also alle wollen in das Zentrum, in die Großstadt. Das gilt für die Künstler, wie auch für die Besucher. Wenn wir internationale Künstler nach Reichenbach jetzt im Clubbereich oder in die Kongresshalle nach Böblingen holen, dann verkaufen wir das immer als Stuttgart. Jemand der aus USA oder England kommt, der möchte in Stuttgart auftreten und nicht irgendwo in der Peripherie oder im Umland. Die Sachen in der Region kommen einfach dann zustande, wenn Stuttgart nicht die richtige Halle bieten kann, dann weichen wir eben in die Region aus, aber wenn es das gleiche Angebot an Hallen in Stuttgart gibt, dann natürlich hier.
I.: Wenn so ein Act in die Peripherie geht, wie ist das dann mit den Besuchern? Kommen dann auch Besucher aus Stuttgart dahin?
H.-P. H.: Hängt von der Stadt ab, hängt vom Programm und vom Künstler ab. Ein Mitarbeiter, der damals in Heilbronn studiert hat, hat mal eine Untersuchung gemacht in der er als Befragung die Besucher von drei großen Konzerten befragt hat, Status quo, Metallica und B52's. Und es hat sich herausgestellt, dass der Anteil der Besucher aus der Region, ich glaube in allen drei Fällen über 50 %

lag und bei Metallica über 90 %. Gegenüber dem Anteil der Leute die direkt in Stuttgart wohnen. Also das heißt, dass die Leute aus der Region es gewohnt sind nach Stuttgart ins Zentrum zu fahren, und nicht unbedingt nach Böblingen oder nach Ludwigsburg oder anderswohin. Als großer Trend kann man sagen: Je zentraler, desto besser.
I.: Aus eurer Sicht, wäre es also am besten, wenn ihr in der Innenstadt Hallen in jeglicher Größe hättet – überspitzt gesagt?
H.-P. H.: Theoretisch ja, mit Parkplätzen dazu und wenn die Rahmenbedingungen und die Infrastruktur stimmt.
I.: Was machen die dann in der Region? Mann könnte da ja auch anders rangehen, ich bin jetzt mal ein bisschen gemein, wir könnten ja auch versuchen die Region Stuttgart, also dass wir so ein ähnliches Image, das im Ruhrgebiet nicht so richtig funktioniert hat aufbaut – also nicht mehr Manufaktur Schorndorf, sondern Manufaktur Stuttgart. Also dieses Label, würde das was bringen auch gegenüber internationalen –
H.-P. H.: Letztendlich was bringen, glaub ich nicht, weil die hiesigen wissen es ja so oder so, wichtig wäre eben , dass die Sachen vernünftige Anbindungen haben und ein vernünftiges Image. Man hat z.B. den Eindruck, der Stuttgarter ist leichter zu bewegen nach Stuttgart zu fahren, als jetzt nach Waiblingen oder Leonberg wegen einer Veranstaltung; was von der Entfernung jetzt kein Hemmschuh wäre. Dieses Image einer Stadt baut sich ja über einen längeren Zeitraum auf und kann jetzt nicht von heute auf morgen verändert werden, aber so was ist nicht zu unterschätzen.
I.: Gibt es Stilrichtungen in der Musik, die besonders erfolgreich sind?
H.-P. H.: Besonders erfolgreich in Relation zu anderen Städten oder absolut erfolgreich?
I.: Ich meine, was man so spezifisch für Stuttgart feststellen könnte.
H.-P. H.: Es ist immer schwer einen eindeutigen Trend zu finden, es gibt immer Beispiele die diese Annahme bestätigen oder eben auch die Ausnahmen, die eben auch wieder die Regel bestätigen. Ganz grob kann man sagen, Stuttgart lag früher in der amerikanisch besetzten Zone, man hat hier AFN gehört, im Westen und im Norden hat man einen britischen Radiosender gehört und das scheint immer noch nachzuwirken. Bands, die vom Musikstil her eben Amerikaorientiert sind, die laufen hier unten im Süden generell gut. Man kann fast sagen die laufen im Süden besser wie im Norden, und alles was britisch ist läuft in den Regionen besser, die einfach näher an der Insel dran sind. Mit allem was Brittpop ist haben wir in Stuttgart Schiffbruch erlitten, das hat hier keinen Menschen interessiert, gut Oasis war nicht da, aber Oceancolourszene oder Blur in Relation zu anderen Städten immer unter “ferner liefen“ oder Paul Weller oder so, da hat man dann schon gesagt, spiel lieber in Berlin und nicht hier. Zu Kansas kommen dann hier in Stuttgart deutlich mehr Leute, als in Berlin z.B. Was auch gut geht sind so die härteren Sachen, wie Heavy Metal oder Hard Rock, das liegt allerdings an dem Publikum aus dem Umland, und wo man auch den Eindruck hat, dass es ganz gut geht das sind die Black Music Themen; Puff Daddy war in der Schleyerhalle das bestbesuchteste Konzert auf Deutschlandebene.
I.: Sind für euch Künstler aus der Region irgendwie relevant?
H.-P. H.: Ja auf jeden Fall. Wir sehen das natürlich immer unter einem wirtschaftlichen Aspekt als Veranstalter, aber es ist immer schön, wenn sich Sachen aus der Region herauskristallisieren und dann in ein Level aufrücken, wo es für uns als Veranstalter einfach interessant wird.
I.: Macht ihr da auch was dafür, oder freut ihr euch nur?
H.-P. H.: Teilweise machen wir in unserem Rahmen was dafür, überwiegend freuen wir uns nur darüber. Z.B. Dieter Thomas Kuhn, mit dem haben wir sein erstes Konzert in Stuttgart gemacht, der ist ja davor nur in Tübingen aufgetreten, den haben wir hier ins Theaterhaus reingebracht und da lief das ja dann auch sehr gut, bis hin zu dem Abschiedskonzert in der Schleyerhalle.
I.: Und Bands aus der Region als Vorband für größere Acts?
H.-P. H.: Das ist ein schwieriges Thema, weil die Bands zum Großteil ihre Vorbands für die ganze Tour mitbringen und ich denke es bringt den Bands nicht so viel wie man immer denkt jetzt vor so und so viel Leuten gespielt zu haben, wenig Platz auf der Bühne, kein Soundcheck, kurze Auftrittsdauer usw. Das gibt es natürlich auch hin und wieder, aber die Erwartungshaltung der Bands, was der Vorprogrammauftritt bringen soll ist einfach viel zu hoch, als das, was er wirklich bringt.
I.: Wie ist so die gesamte Infrastruktur für den Bereich, also gibt es gute Rahmenbedingungen für euch in den Bereichen Kartenverkauf, Zulieferer usw.?
H.-P. H.: Also die Rahmenbedingungen sind sehr gut, es ist nicht so dicht gesät, wie in anderen Regionen, ich mein die Firmen, die halt Technik, Ton und Licht etc. anbieten, gibt’s in anderen Regionen mehr, es sind halt keine großen Tourneeveranstalter angesiedelt, aber nee, kein Problem.
I.: Was so die geschäftlichen Kontakte angeht, ist der Standort da entscheidend?
H.-P. H.: Der Standort spielt keine Rolle, die Rangordnungen oder die Bedingungen sind einfach in Deutschland gegeben –
I.: Es würde für euch also keinen Vorteil bedeuten eine Außenstelle in Hamburg zu haben?
H.-P. H.: Dann müsste ich in Hamburg Veranstaltungen machen, nur das Büro dort zu haben bringt nichts.

I.: D.h. die Tourneeveranstalter kommen auf euch ganz automatisch zu?
H.-P. H.: Man hat die Partner, man weiß und spricht sich ab, was geht in Stuttgart, was passt zur Stadt, was ist überhaupt finanzierbar usw. Also in dem Rahmen bewegt sich das Veranstaltungsprogramm manche Sachen, die wir gerne machen würden kommen dann nicht zustande; manchmal liegt das an finanziellen Rahmenbedingungen, manchmal ist die Sache musikalisch interessant, aber rechnet sich nicht wirtschaftlich und da muss man dann halt Abstriche machen. Wir machen manchmal aus Versehen Sachen, die wir besser nicht gemacht hätten das passiert manchmal, aber wir versuchen es zu vermeiden.
I.: Noch mal kurz zurück zur Struktur. Ist es schon so, dass ihr immer sehr eng mit den Tourneeveranstaltern zusammenarbeitet?
H.-P. H.: Der örtliche Tourneeveranstalter ist die Bank des Tourneeveranstalters, das Risiko trägt der örtliche Veranstalter überwiegend, das heißt es ist auch hier unsere Aufgabe zu schauen, was verträgt der Markt, mit welchen Veranstaltern lassen sich zumindest die Kosten decken oder manchmal auch im Schnitt auf lange Sicht decken. Manchmal funktioniert das halt und manchmal muss man einfach vom Tourneeveranstalter her Sachen machen, die man besser nicht gemacht hätte – aber aus bestimmte Konstellationen ist es halt erforderlich das zu machen. Manchmal macht man Sachen, weil man sie interessant findet und weil man denkt es wäre schade, wenn die an Stuttgart einfach so vorbeigehen würden, wenn man auch nicht unbedingt der Meinung ist das es wirtschaftlich interessant wäre, aber die Fälle müssen wir zwangsweise minimieren.
I.. Wie ist das mit Personal, also mit den vielen Ordnungskräften und so?

H.-P. H.: Ordnungskräfte sind ein Sonderfall bei uns. Mittlerweile gibt's für alle Bereiche genügend Subunternehmer, die das abdecken, von Technik von Pressearbeit usw. Hier in der Region hat sich das auch entwickelt – vor zwanzig Jahren gab es das natürlich noch nicht, da musste der Veranstalter das alles selber organisieren und Ordnungskräfte sind noch ein Relikt aus dieser Zeit es gibt natürlich genügend Security - Firmen und so –
I.: Ihr tut also schon relativ viel outsourcen und die Mitarbeiter die zentral beschäftigt sind, würde es hier einen qualifizierten Nachwuchs geben? Also gibt es Leute die da Ahnung haben aber jetzt nicht die perfekte Ausbildung und so?
H.-P. H.: Das gibt es mit Sicherheit. Wir haben aus bestimmten Studienrichtungen immer wieder Anfragen nach Praktikumstellen, die wir aber aus Platzgründen so gar nicht befriedigen können. Es gibt sicher genug qualifizierten Nachwuchs aber wir haben dafür einfach nicht genügend Stellenangebote.
I.: Was für Personal habt ihr und was für Ausbildungen haben die?
H.-P. H.: Die kommen alle aus branchenähnlichen Bereichen Auch Leute die schon lange dabei sind wo es diese Studiengänge noch gar nicht gab.
I.: Würdest du sagen dass so eine spezifische Musik-Live-Veranstaltungsausbildung gar nicht sein müsste?
H.-P. H.: Für unseren Bereich müsste das nicht sein, es geht um die Bereitschaft sich mit dem ganzen Umfeld und so auseinander zu setzen, Verständnis dafür aufbringen zu können, damit Leben zu können und so. Diese spezielle theoretische Ausbildung in dem Bereich Veranstalter als zweitrangig ansehen. Viel eher „Learning by doing"
I.: Gut. Vielleicht kannst du noch ganz spezifisch sagen, wenn du dich so umschaust, denkst du dass es in Stuttgart gute Rahmenbedingungen für Künstler, für Produzenten für Plattenfirmen und Agenturen und Tourneeveranstalter da sind? Oder woran könnte es da haken, was könnte da so ein bisschen schwierig sein? Die Tourneeveranstalter sitzen alle in Hamburg oder in Berlin?
H.-P. H.: Ja das verteilt sich mittlerweile ganz gut, eben in den Medienstädten. Die sitzen halt da weil sie dort her sind und weil sie Szene da dichter ist und einfach auf einem kleineren Level mehr geht und natürlich können sie viel mehr machen, weil sie einfach dichter dran sind. Die Plattenfirmen sitzen am Ort, die Medien sitzen am Ort, viele Künstler sitzen hier, die sich eben dann auch an diesem Schwerpunkt orientieren. Wenn einmal ein Schwerpunkt vorhanden ist da ballt sich dann immer mehr dazu. Es muss immer ein Kern da sein, dass sich die anderen Sachen da rum sammeln kann und wenn der Kern fehlt, dann kommt nichts dazu. In Stuttgart ist vielleicht so ein Kern HipHop entstanden durch die Szene hier, aber definitiv nur in diesem Bereich und in keinem anderen.
I.: Und wie könnte eine Wachstumsmöglichkeit aussehen?
H.-P. H.: Da muss eine Bereitschaft da sein ein Wachstum zu ermöglichen und das ist in Stuttgart nicht da. Die Bereitschaft- Ja es muss einfach eine Art Boden vorhanden sein, dass etwas gedeihen kann und dieser Boden wird in Stuttgart immer schnellstmöglich abgegraben. Man muss halt einfach eine gewisse Subkultur zulassen, damit daraus etwas entstehen kann. Sobald irgendwo in Stuttgart eine Subkultur entsteht, wird sofort alles plattgemacht oder zubetoniert, eben aufgeräumt wie es hier halt so üblich ist. Stuttgart ist ein Schwerpunkt, wo Sicherheit und Ordnung eine große Rolle spielen, da spielt eben nicht dieses Entfaltenlassen einer Subkultur eine Rolle und das vermisse ich hier.
I.: Wenn wir das mit dem Image "saubere Stadt" verbinden wollen, gibt's erst mal ein Problem, oder?

H.-P.H.: Es passt halt nicht immer unbedingt zueinander, es ist nichts gegen eine saubere Stadt einzuwenden, aber was mir einfällt, es gibt hier keine Bereiche, wo das was man so unter einem Club oder einer Szene sich vorstellen kann, passiert, es gibt immer so Einzelpunkte, was mir einfällt z.B. Südmilch oder so, aber das wurde abgerissen und man hat dann wieder künstlich im Zapata da was versucht und nun gut, das funktioniert ja auch so einigermaßen. Und Stuttgarts Güterbahnhof wurde abgerissen. Das wäre halt ein Umfeld, wo Clubs oder ne Szene entstehen könnte. Sicherlich auch einfach ungeregelt passieren und ich glaub solche Sachen haben's hier schwer. Alle Sachen, die nicht reguliert sind oder öffentlich beaufsichtigt laufen, da hab ich den Eindruck, dass die hier eben schwer umzusetzen sind.
I.: Das heißt ich könnte das sozusagen als Veto gegen öffentliche Förderung betrachten, sondern eher für ein Ausweisen von Freiräumen zum Gedeihen ansehen?

H.-P.H.: Unbedingt ja. Spezifisch an der Popmusik ist auch diese Rückkopplung zwischen kreativem Künstler und Geschäft, Musikgeschäft, Plattengeschäft etc. Jeder hat zwar eine eigene tolle Idee und will Musik machen aber man muss die Musik halt auch verkaufen und wenn da zuviel Subvention passiert, dann fehlt der Zwang das, was man produziert auch verkaufen zu müssen, dann geht das, mein ich, in eine falsche Richtung; dann ist es nicht mehr Popmusik. Popmusik muss populär sein und muss verkaufbar sein, sonst ist es irgendwas anderes.
I.: Wenn wir jetzt versuchen, das vorsichtig zu fordern, wäre dann da so eine Raumsubvention so eine Möglichkeit? Z.B. dass man in dem Medienzentrum wirklich billige Räume anbietet für Existenzgründungen und kombiniert das mit einem Freiraum, der relativ ungeordnet wachsen kann?
H.-P.H.: Wäre auf jeden Fall ne gute Richtung
I.: O.K.
H.-P.H.: Also ich glaub ja nicht gerade so Themen wie Medienzentrum, es macht wenig Sinn jetzt noch einmal auf das Südmilchareal zu kommen, das alte Gelände abzureißen mit den Sachen die da entstanden sind, die Firmen raus und so, dann wird ein Neubaukomplex hingebaut, den nennt man dann Medienzentrum, es siedeln sich halt komischerweise keine Medienfirmen an, weil das uninteressant ist weil das nicht das Umfeld ist, wo sie hinwollen. Die wollen halt nicht in ein Neubaughetto, das den schönen Namen Medienzentrum trägt, sondern sie wollen irgendwo hin, wo was entsteht- Abenteuer gehört dazu, Subkultur gehört dazu, Radio Barth z.B. als Keimzelle für bestimmte Sachen, das waren alles Sachen, die nicht geplant waren, von keinem Stadtplaner und niemandem sonst, auch von keiner Wirtschaftsförderung, sondern die sind einfach entstanden. So etwas müsste man halt fördern, anstatt abzureißen und dann wieder neu aufzubauen.
I.: Also diese zarten Pflänzchen gießen anstatt sie umzutopfen. Ja, schönes Schlusswort fürs Interview. Letzte Frage: Was wäre denn dein größter Wunsch für den Medienstandort Stuttgart?
H.-P.H.: Wenn sich einfach bestimmte Institutionen mit dem Thema auseinandersetzen sprich Stadtverwalter und so, oder wenn sie von vorneherein sagen würden, das Thema Subkultur, Medien etc. interessiert uns nicht, Stuttgart ist ein Standort für Technik etc. alles andere interessiert uns nicht, das wäre eine klare Aussage mit der man leben könnte. Und es gibt sicherlich Contraargumente, aber immer von dem Medienstandort zu faseln und dann nichts zu tun, oder das Gegenteil zu tun, das bringt keinen weiter.
I.: Gut, vielen Dank H.-P.H. für das Interview.

Interview Nr. 4 mit Johannes Strachwitz „Strachi“, 0711 HipHop Büro, Kolchose
am 15.05.01, 16:45 –18:00 Uhr im Medienhaus Mitte „Headquarter“

I.: Seit wann gibt es denn das 0711 Büro?
J.ST.: Seit 1996 in der Form, dass wir erst mal den Club gegründet haben und dann das Büro dazu. Übrigens genau heute vor vier Jahren.
I.: Helau! Herzlichen Glückwunsch dazu. Und was macht ihr so?
J.ST.: Das 0711 Büro macht Management, z.B. für Massive Töne, hat eine Verlagsedition noch mit der BMG (Bertelsmann Music Group) zusammen, das fällt auch unter die Firma 0711 Büro, macht den 0711-Club und verschiedene Events rund um Stuttgart. Dann gibt es 0711-Booking, das ist noch einmal eine eigene Gesellschaft, eine eigene Firma mit einer eigenen Buchhaltung, die macht das HipHop Open einmal im Jahr, verschiedene Tourneen und generell bucht das 0711-booking Künstler aus Stuttgart, aus Restdeutschland und USA, in Deutschland, Österreich und der Schweiz. Und dann gibt es noch Schultz-Ritter, das ist eine Firma, die Dirk, Tobias und Schowi und ich zusammen gegründet haben, um auch die Merchandising Sachen autark und selber zu machen, anstatt die abzugeben, die Hand drauf zu haben, dass da keiner Bullshit baut und so. Mittlerweile haben wir uns ja noch mit drei weiteren zusammengetan mit Michi Beck (DJ Hausmarke) von den Fanta vier, dem Fitz Braum von Four Music und dem Alex Richter von Four Artists. Wir sind jetzt eine GmbH und machen Merchandise - Vertrieb, über Internet Mailorder und noch einen eigenen Vinyl-Vertrieb, damit wir da auch ein bisschen selbstständiger sein können. Als viertes Ding haben wir noch Kopfnicker Records, das ist unsere eigene Plattenfirma- gehört auch dem Schowi und mir, mit dem ich auch die anderen Sachen gegründet hab und das ist einfach ein klassischer Label Deal mit einem Major Partner, also wir haben einen Major Partner (eastwest) der sich um den Vertrieb kümmert und uns Geld zuschießt für Marketing und, und, und..
I.: Wie viele Mitarbeiter habt ihr in dem gesamten „Firmenimperium“?
J.ST.: Insgesamt 22. Davon sind drei Praktikanten. Mit allen freien Mitarbeitern, also auch Türstehern, Graphikern, Web-Designern, die alle super viele für uns arbeiten sind es bestimmt vierzig Mitarbeiter.
I.: Das heißt, ihr gebt so ca. vierzig bis fünfzig Leuten einen Arbeitsplatz. Wie ist euer Aktionsradius? Arbeitet ihr bundesweit, oder Europaweit? Ist das sehr unterschiedlich, ist es eher regional-lokal?
J.ST.: Ich würde sagen, sehr geballt natürlich im Großraum Stuttgart, in Baden-Württemberg was Veranstaltungen und Events angeht, genauso natürlich Deutschland-Österreich-Schweiz weit, überall Tourneen machen, überall Leute hinbuchen; von daher gibt es da eigentlich keine Grenzen. Was Plattenveröffentlichungen angeht sind wir jetzt erstmals mit einem Album, das wir im Herbst herausbringen auch in Frankreich, Kanada und Belgien vertreten, aber schwerpunktmäßig ist es auf jeden Fall Deutschland. Und innerhalb Deutschlands auch noch einmal Schwerpunkt B-W., wegen den lokalen Veranstaltungen und so.
I.: Also deutschsprachiger Raum?
J.ST.: Ja kann man so sagen.
I. Kannst Du so eine ungefähre Einschätzung geben, so in dem Bereich was ihr macht, so im HipHop Bereich, wie viel Umsatz da so gemacht wird?
J.ST.: Deutschlandweit?
I.: Also diese Existenzgründer, die da jetzt hochgekommen sind?
J.ST.: Sicher im zweistelligen Millionenbereich auf jeden Fall, das ist wirklich schwierig zu sagen.
I.: Das war der Einführungsteil zur Institution. Nächste Frage: Was hältst du vom Popularmusikstandort Stuttgart?
J.ST.: Ausbaufähig- Ich find halt hier fehlt es an vielen Infrastrukturen. Das fängt im Livemusikbereich an; wir sind halt generell in einer schlechteren Situation wie jetzt z.B. Hamburg oder Berlin, weil hier halt keine ortsansässigen Medien sind. Plattenfirmen sind Kopfnickerrecords und noch einen andere übrig und es gibt wenig Anlass für Künstler jetzt nach Stuttgart zu kommen, begünstigt einfach durch die schlechten Bedingungen, die es hier gibt für Bands - halt die Röhre, die aber auch nicht Jedermanns Sache ist. Dazwischen gibt es das LKA und dazwischen gibt es dann wieder nichts, Zapata vielleicht noch, aber da kann man auch nicht immer Konzerte machen. Das ist einfach schwierig und dieser ganze Livebereich prägt halt ganz, ganz arg so einen Standort. Das ganze kulturelle Drumherum gehört eben auch dazu und spielt eine wichtige Rolle für so einen Standort. Jetzt kam endlich mal das Jugendradio, das gibt es jetzt wenigstens.
I.: Wenn wir beim Livebereich bleiben, wo siehst du da die Schwierigkeiten, was müsste her?
J.ST.: Ich finde es müsste eine bessere Auswahl an Konzertlocations geben, weil öfters gibt es so Bands, wo ich aus eigenem Erfahrungsbereich weiß, dass Stuttgart nicht so ideal ist, weil es gerade zu groß für eine sechshunderter Location ist und das LKA kann man Freitag/Samstag nicht mieten, da fehlt ein bisschen was, gut, die Lücke wird vielleicht das Theaterhaus da oben schließen, hoff ich, bin mir aber auch nicht ganz sicher. Da fehlt eine Auswahl, weil dadurch einige Künstler erst gar nicht hier her kommen. Nach Hamburg und Köln muss ja jeder gehen, weil da halt die Presse sitzt, da haben

die natürlich einen Vorteil, aber das muss man halt einfach kompensieren halt einfach ausgleichen in Stuttgart. Ich weiß nicht was es da für Möglichkeiten gibt.
I.: Noch einmal zurück zu der Halle. Eigentlich gibt es doch in der Region Hallen ohne Ende. Manufaktur in Schorndorf, das H2O in Reichenbach, wir haben die Reiterkaserne in Ludwigsburg,...Es gibt doch Hallen in der Größenordnung bis zwei oder dreitausend Leute in der Region
J.ST.: In der Region schon, aber so zentral in Stuttgart nicht.
I.: Ist es entscheidend, dass die Halle in Stuttgart ist, in der Stadt?
J.ST.: Ich finde schon, wobei teilweise es auch Fälle gibt, die definitiv das Gegenteil beweisen. Die kleine Halle in Reichenbach und das H2O die beweisen ab und zu das Gegenteil aber ich denke dass die halt ziemlich viel Leute aus ihrer Region anziehen und ich kenn halt dann doch viele Leute, denen das dann echt einen Tick zu weit ist und Stuttgart ist in der Region schon so ein Anziehungspunkt, weil es die größte Stadt ist und so. Am Beispiel H2O, da kommen halt dann die ganzen Leute aus Nürtingen, aber die ganzen Anderen aus der Richtung Ludwigsburg und so Waiblingen für die ist das halt schon wieder einen Tick zu weit. Nach Stuttgart zu fahren, darauf können sich halt alle einigen. Da gibt's halt nicht richtig viele Locations. Es ist natürlich auch nicht so, dass wir hier die absolute Öde haben, aber das ist auf jeden Fall ein Punkt, der verbessert werden könnte, oder einfach unterstützt werden könnte. Ich weiß ja nicht, was da für Mittel zur Verfügung stehen.
I.: Beschreib das noch einmal, also wo macht ihr Konzerte?
J.ST.: Wir machen im Jugendhaus Mitte Konzerte bis vierhundert und in der Röhre bis vierhundert und dann gibt's nur gähnende Leere. Da gibt es Sachen die ziehen so ca. 800 Leute aber nicht mehr, dann weißt du nicht wohin.
I. Ins LKA oder so?
J.ST.: Ja, das LKA ist schon immer so eine ganz gute Lösung, aber da passen halt auch 1700 Leute rein alles drunter sieht leer aus, kommt keine Stimmung auf. Und es ist eine Disco.
I.: Und das Messezentrum?
J.ST.: Viel zu teuer.
I.: Was heißt das?
J.ST.: Bei dem Abschlusskonzert der Kolchose Tour kamen drei, viertausend Leute und wir haben durch Glück noch eine Location gefunden, weil ein Konzert ausgefallen ist und wir Glück hatten, dass wir da rein konnten, aber das Ding ist nicht so das Klassische für so Jugendkultursachen. Es ist schwierig, weil die Location da oben einfach viel zu seriös ist, auch wenn's mal was gibt, diese ganzen Schmierereien an den Wänden usw.
I.: Wenn ich das zusammenfasse, denkst du dass es eine spezielle Konzertlocation geben sollte?
J.ST.: Auf den Punkt gebracht, wäre das Geilste eine superfette, amtliche Konzertlocation, wo es zwei Hallen drin gibt, die eine ist eine bis 2.500, die aber trotzdem nicht verloren aussieht, die man absperren kann und wo es noch einen Extrabereich gibt, wo man auch ein Konzert für nur 1000 Leute machen kann mit einer separaten Bühne, die halt variabel ist. So eine variable Konzertlocation, die gut mit öffentlichen Verkehrsmitteln zu erreichen ist und Stuttgart zugehörig ist.
I.: Nicht so seriös und so sauber, wie die Messe?

J.ST.: Genau. Die in der Form subventioniert ist, dass sie sich von den Kosten her tragen kann und nicht unbedingt auf den Supergewinn ausgerichtet ist, sprich das die Mietpreise auch O.K. sind und so.
I.: Kannst du mir so eine Hausnummer sagen, für ein Konzert bis 1000 Leute, was wäre ein realistischer Mietpreis? - Der auch kleinere Geschichten ermöglicht?
J.ST.: Schön wäre tausend Mark.
I.: Was wäre machbar?
J.ST.: Gut, das LKA hat halt wenn man es voll macht, zahlt man gar keine Miete, außer Freitag/ Samstag, da geht das halt nicht, sprich die nehmen die Gastronomie und finanzieren sich so.
I.: Zur gesamten Raumsituation für die Popularmusik in Stuttgart, was würdest du da sagen? Auch Büroräumlichkeiten und so? Was habt ihr da für Erfahrungen gemacht?
J.ST.: Da gibt es auf jeden Fall Defizite. Ich will da aber nicht zu laut schreien, weil es sein kann, dass wir uns nicht richtig umgeschaut haben. Bei uns kam ja z.B. der Vorschlag bei der Kaserne am Hallschlag vielleicht das zu Tonstudios und Proberäumen umzubauen und ein Teil dieses riesigen Geländes zu Tonstudios macht, die da bündelt, so eine kleine Community plus Proberäume. Wo jeder seinen abschließbaren kleinen Bereich hat, der immer für sich funktioniert aber trotzdem, dass man einige Gegebenheiten vor Ort gemeinsam nutzen kann.
Als Beispiel einen großen Aufenthaltsraum mit Playstation, Relaxen und glotzen und so, ich sag jetzt mal unsere Wunschträume, wo dann vielleicht auch noch so kleine Wohnungen für Künstler wären, die von Außerhalb kommen zum Aufnehmen. Wenn man hier so einen guten Aufnahmekomplex baut, dann könnte das wirklich eine Alternative sein, für Künstler wirklich hier nach Stuttgart zu kommen.
I.: Was wäre der Vorteil eines solchen Zentrums? Die Konkurrenzfähigkeit?

J.ST.: Ja, die Konkurrenzfähigkeit, der Austausch und die Attraktivität für Stuttgart. Und dass man so die örtliche Musikszene fördert und z.B. wenn du im klassischen Bereich internationales Niveau schaffen willst, dann musst du auf so einem super Cello üben, das mehr als eine halbe Million kostet, dann gibt es da ja so eine Klassikförderung von der LBBW, und die kaufen das halt und stellen das demjenigen zur Verfügung und wenn er dann den Vanessa May-Status erreicht hat, dann wird es halt wieder zurückgegeben und dann bekommt das der Nächste. Wenn es da schon so Programme gibt, dass Banken in der einen oder anderen Form solche Projekte unterstützen, dann könnten für diese riesigen Summen einfach auch mal ein High-end Studio eingerichtet werden, für dreihunderttausend, das reicht schon. Das wäre doch super, wenn die Stadt Stuttgart da mal ein paar Millionen rein steckt und solche Sachen ermöglicht. Und qualitativ gute Künstler bekommen hier die Möglichkeit gute Demos aufzunehmen, mit welchen sie sich dann bei Plattenfirmen bewerben können und nicht komplett ausgelacht werden.
I.: Jetzt gehen wir über zur Künstlerförderung, wie sollte oder wie könnte die Künstlerförderung aussehen? Wenn du sagst, für die die schon so ein bisschen amtlich sind, also wer entscheidet das? Wer könnte das z.B. im HipHop Bereich entscheiden? Das ist doch immer so eine Frage, ob das so eine Förderinstitution macht, oder die Wirtschaft. Wenn es die Wirtschaft macht, muss ich doch eigentlich kein Tonstudio einrichten. Eine Vorproduktion ist eine Vorproduktion
J.ST.: Du kannst auf jeden Fall schon so einigermaßen amtlich produzieren, wenn du echt mal so ein bisschen Sachen verfeinern willst, oder du gehst ins Studio um auch mal ein bisschen professionelle Luft zu schnuppern, um zu gucken, wie wird dort gearbeitet, um auch einfach Studioerfahrung mit Professionellen zu sammeln, mit Musikern und Toningenieuren oder mit was weiß ich was allem, wenn es die Möglichkeit gibt und du ein gewisses Level hast und ein gewisses Level muss halt vorhanden sein, das ist natürlich das Hauptproblem, dass da einer sitzen muss, der das entscheidet, aber ich glaub das ist das kleinere Problem Es geht einfach darum, all die, die mit einem Konzept kommen, die wirklich was erreichen wollen, die sich vorstellen wollen,
I: Ihr gebt doch auch diese 0711-Tapes raus, wo immer auch so Neuvorstellungen sind. Ich weiß jetzt zufällig, dass die Qualitätsanforderungen, um jetzt bei euch auf das Tape drauf zu kommen unglaublich hoch sind von der Qualität her, das ist ja aber letztendlich euer Tape, wenn ihr so etwas macht, dann müsstet ihr euch doch auch darum kümmern, dass die Qualität stimmt?

J.ST.: Ja das ist nicht ganz so, weil die Tapes sind halt so Sachen, die stehen halt im Endeffekt vom Gesicht her stehen da die einzelnen DJ 's dafür, die das machen und ich weiß halt von den meisten DJ 's, die wollen halt nur für gute Musik stehen und die würden keine Newcomer, die sie nicht gut finden draufnehmen, das ist zwar genau das Ding, das man ankreiden kann, aber auf der anderen Seite sagen die halt, die Sachen die wir gut finden, die muss ein bestimmtes Qualitätslevel haben, z.B. weiß ich von vielen DJ 's in Deutschland, die auf ihren Mixtapes kaum deutsche Sachen auflegen, weil die halt einfach sagen das meiste ist scheiße oder ist zu großes Mittelmaß um neben den Amisachen zu bestehen. Es muss einfach fett klingen, von den Abmischungen und da gibt es halt nur sieben oder acht Gruppen in Deutschland. So ein Tape ist einfach ein kommerzielles Ding. Wir machen das a) natürlich um unseren DJ zu puschen aber b) um Tapes zu verkaufen.
I.: Aber was nehmt ihr denn als Standart? Wenn ihr immer vertretet, dass ihr für den deutschen HipHop steht und da seid und das euer Ding ist, dann haltet ihr euch auf der einen Seite an Qualitätsstandards, wo ihr aber auf der anderen Seite nicht helft, dass die erfüllt werden.
J.ST.: Das Problem ist bei dieser Tapegeschichte, dass wir nicht die Kapazitäten hätten da noch irgendwelchen Leuten unterstützend zur Seite zu stehen ihre Musik auf einem bestimmten Level abzumischen oder so.
I.: Aber ihr hättet ja die Qualifikationen ihr könntet das ja.
J.ST.: Was wir rein theoretisch machen könnten, wäre denen zu sagen, kommt zu uns ins Studio, nehmt das bei uns auf, nehmt es noch einmal auf, dass Stück hat gute Ansätze, aber so wie es jetzt ist wird es unseren Maßstäben nicht gerecht zum Mixtape. Das ist einfach Competition, ganz knallharte HipHop Competition. Die besten Stücke schaffen es da drauf und ich kann die DJ 's verstehen, die sagen he, das ist mein Gesicht, wenn jetzt ein DJ Emilio und ein DJ Hank ein Tape machen dann wollen die einfach - das wird deutschlandweit vertrieben und steht für ihren Musikgeschmack und das just ihr Gesicht –
I: Das ist dann wie ein Album?
J.ST.: Ja das ist wie ein Album und da nimmst du nichts drauf, was nicht diesem Anspruch nachkommt - das ist dein Gesicht. Dann heißt es zwar hey die Band ist scheiße, aber dann denken die sich auch, hey was ist mit DJ Emilio - zusammengefasst ist das einfach auch eine finanzielle Frage. Unser Studio kostet uns pro Tag so und soviel, wir kommen einfach auch mit unseren eigenen Sachen kaum hinterher, sprich uns unterstützt niemand, wenn das dann mal so wäre, dann könnten wir so was machen. Das mein ich eben mit so Studios und so wie wir vorher besprochen hatten - wir können das nicht machen, wir sind kein Jugendhaus und kein Wohlfahrtsverein, warum sollten wir das machen? So Geld verschenken. Bei uns ist es eh so, dass wir bei ganz vielen Sachen die wir machen

aus ideologischen Gründen, wo wir echt teilweise drauflegen oder Acts holen, von denen wir gern wollen, dass sie hier spielen und so mit Künstlersteuer, das ist der größte Schwachsinn echt - aber wir holen die, weil wir wollen, dass z.B. ein BastaRymes in Stuttgart spielt. Wir haben da 15000 Mark Miese gemacht und wussten von vorne herein, dass es eigentlich nicht zu schaffen ist na auch egal, scheiß Beispiel, aber gerade so jungen Künstlern zur Seite zu stehen, das können wir halt machen. Bei den Acts, die bei uns auf dem Label sind, um die kümmern wir uns dann auch und haben Verpflichtungen denen gegenüber und sind ein Vertragsverhältnis mit denen eingegangen, aber für mehr können wir nichts machen.
I: Wir waren jetzt grad beim Know how, wenn ihr das machen würdet, dann bräuchtet ihr Geld dafür, oder eine Studio oder die Räume?
J.ST.: Wir haben definitiv nichts zu verschenken, sondern brauchen selber Geld.
I: Ich versuch das mal zusammenzufassen, das heißt, wenn ihr mehr in diesen Förderbereich reingeht, müssen auch öffentliche Gelder für diesen Bereich freigestellt werden, das würde ja auch einen guten Übergang zwischen dem jungen Künstler hin zu dem Musikerbusiness-Ding erlauben. Wäre das so ein Modell, welches funktionieren könnte?
J.ST.: Ja das wäre eines das funktionieren würde, wobei dann immer noch das Problem ist das wir halt - angenommen wir hätten zu dem momentane Zeitpunkt einen Act z.B. Kesselkost, junge Stuttgarter Band- die kommen an und wir würden sagen, hey Jungs wir würden euch gerne auf dieses Mixtape draufnehmen, aber wir finden es wird den Maßstäben nicht gerecht weil das der DJ XY nicht auf sein Tape drauf haben will und das ist seine Entscheidung, weil er sagt ich repräsentiere dabei mein Gesicht -jetzt können wir aber sagen, wir sehen da super viel Potential drin, kommt noch mal zu uns ins Studio, wir geben euch Tipps dazu und ein bisschen Knowledge dazu wie ihr das besser abmischt, benutzt eine andere Basedrum eine andere Snare, das kickt einfach nicht genug usw. - im Endeffekt eine klassische Producertätigkeit und so was kostet einfach Geld. Aber was ich sagen wollte, wenn es dann Mittel dafür gäbe, hätten wir in unserem Fall gar nicht die Zeit dafür, das ist das nächste Problem, dass man dafür halt so Plätze schaffen muss und solche Leute nach Stuttgart lockt.
I: Gute Fachkräfte
J.ST.: Ja genau, man braucht Budgets , um solche Fachkräfte zu holen.
I.: Wie sieht es denn mit solchen Fachkräften aus? Findest du Leute?
J.ST.: Das ist das nächste Problem auf lange Sicht in Stuttgart. Ich hab das hier an unserem Büro gemerkt, wir sind ja ziemlich schnell gewachsen, aber du weißt ja selber, gute Fachkräfte, die sich auch in diesem Bereich auskennen, die sitzen halt in Hamburg, Berlin oder Köln und wenn du die abwerben willst, dann sagen die halt ich hab super Bock auf den Job, aber mich bringen keine zehn Pferde nach Stuttgart
I: Warum?
J.ST.: Weil es denen halt hier einfach nicht weltstädtisch genug in vielen kulturellen Angeboten-
I: Ein Imageproblem?
J.ST.: Auf jeden Fall hat Stuttgart ein Imageproblem, aber in diesem HipHop-Ding hat es ja auch einen enormen Imageaufschwung bekommen. Ich kenn einige Kids die sind nach Stuttgart gezogen nur wegen HipHop. Also zwei beim Dirk im Laden, die eine ist aus dem Ruhrpott, weil sie halt irgendwo hinwollte, wo sie mehr mit HipHop in Kontakt kommen wollte; also bei uns im Club merke ich das auch, dass Leute mehr als hundert Kilometer fahren das ist echt krass.
I.: HipHop ist für Stuttgart schon der Imagefaktor?
J.ST.: Das auf jeden Fall, aber das Ding ist, dass Stuttgart auf lange Frist gesehen, es scheiße schwer haben wird, weil verglichen mit Berlin wohnen hier einfach viermal weniger Leute. Wir haben halt einfach einen Vorsprung gehabt, weil wir uns einfach Strukturen geschaffen haben, die andere Städte noch nicht hatten und weil wir uns zu Nutze gemacht haben, dass wir nicht in dieser Anonymität versackt sind und dass man sich hier gegenseitig geholfen hat und dieses Family - Ding, das in den großen Städten halt fehlt, weil jeder so sein eigenes Süppchen kocht. Das ist ein Vorteil den Stuttgart hat, aber auf lange Sicht kann aus Stuttgart gar nicht so viel Output kommen, wie jetzt aus Berlin. Irgendwann wird Stuttgart immer mehr zurückstecken und das merkt man jetzt auch schon, ja es wird halt immer schwieriger, wenn man das nicht weiter vorantreibt und weiter puscht, dann ist es irgendwann vorbei mit der HipHop Hauptstadtgeschichte.
I.: Ja aber diese HipHop Hauptstadtgeschichte, da muss ich noch mal nachbohren, was das Konzept anbelangt, ihr arbeitet ja ziemlich künstlerorientiert, das heißt die Künstler haben ziemlich viel zu sagen, stimmt das?
J.ST.: Ja.
I: Und dann ist natürlich eine berechtigte Fragestellung, dass wenn ihr Künstler habt, die nicht in der Bravo - Supershow oder bei Popstars oder sonst wo in den Medien auftreten, die mit HipHop schwer vereinbar sind, also diese Credibility, aber die natürlich Verkaufszahlen bringen würden, die ins Unermessliche steigen würden, würde ich schon fragen, warum macht ihr das dann nicht? Ist nicht so, ich sag das jetzt mal ein bisschen böse, ist nicht dieser HipHop, diese Credibility in der Szene ist das

nicht genauso eine Provinzialität wie sie Stuttgart auch schon in anderen Bereichen schon zeigt, so wir machen unser Ding und niemand soll uns reinreden?
J.ST.: Ja es ist im HipHop schon auf jeden Fall so, dass viele sich selber im Weg stehen, definitiv- aber halt auch ganz bewusst - unsere Philosophie ist die, dass wir keinen Künstler zu irgendwas zwingen oder so, wir hatten für einige Künstler das Angebot, hey spielt bei der und der Show oder wurden angefragt für Top of the Pops, das macht dann halt auch immer gleich 15 Chartplätze aus, aber es gibt halt auch viele Künstler, die sich sagen, wenn das der Preis ist, dann möchte ich das so nicht, was ja auch straight ist und man kann das sehen wie man will. Ich sehe halt teilweise, dass je mehr Leute man erreicht, desto mehr Leute kann man so ein bisschen zu dem HipHop bekehren, oder wenn man was zu sagen hat, dann ist es scheiß egal wo man es sagt, das ist ja nicht nur in Stuttgart so.
I.: Die Anerkennung, und warum Stuttgart diesen Ruf hat, hängt natürlich auch damit zusammen, dass du und der Schowi so mit Argusaugen darüber wachen, was da passiert, ist es das, was HipHop Kultur ausmacht? Und wenn wir Stuttgart als Standort sehen, wo so was gut geht, auch mit diesem Familiycharakter und der Kessellage- wir kennen uns alle- usw., was wäre denn dann ein Weg für Stuttgart, wie man da rauskommt? Muss man Existenzgründungen wie bei euch, so Independentsachen fördern, oder muss man im Großen mit den anderen Städten Hamburg München Köln konkurrieren oder sollten wir uns deiner Ansicht nach eher auf so Nischen beschränken?
J.ST.: Vielleicht die Nischen, aber auf der anderen Seite fände ich es auch toll, wenn hier ein, zwei Fernsehsender hier wären ein paar fette Zeitschriftenverlage und ein paar mehr Labels.
I.: Wenn ich das richtig interpretiere, bräuchten wir eine bessere Förderung in dem Bereich, eine bessere Kommunikation zwischen Stadtverwaltung, Förderern und den Kreativen und Existenzgründerszene?
J.ST.: Ja genau.
I: Wie findest du diese Medienstabstelle mit dem Herrn Petersen, findet ihr euch da gut abgeholt?
J.ST.: Ja das gibt's halt.
I: Und was wäre denn wünschenswert? Was fändet ihr toll? So was wie das Cumulus Kulturbüro? oder so was ausgesiedeltes wie die Medien und Filmgesellschaft?
J.ST.: Cumulus ist auf jeden Fall für die Basisleute wichtig, also Cumulus hat schon auch für uns einiges gemacht und das waren die Einzigen, die uns unterstützt haben und das war auf jeden Fall wichtig und drüber hinaus ist es natürlich wichtig, generell besser, wenn du irgendwas vor der Haustür sitzen hast. In Berlin oder Hamburg lernst du eben Leute kennen, wo der eine dann mal hier bei dem Verlag arbeitet, der nächste bei der Zeitung usw. das ist halt in der Branche so ein gegenseitiges Austauschen und so und wenn du das alles vor der Haustür hast ist es natürlich viel einfacher für dich . Es wäre klasse wenn plötzlich MTV hier nach Stuttgart käme oder so.
I. Du vermutest dann, dass die kleinen Musikbusiness Unternehmen dann Stück für Stück auch rauskämen?
J.ST.: Ja auf jeden Fall, vor der Haustür kehrt man immer am besten oder so ähnlich (lacht)
I: Du bist hier so ein Startup, du bist ja schon durchgestartet mit dem 0711 Büro und allem was da so dazugehört, hast viele Erfahrungen mit dem Standort Stuttgart gemacht und bist hier geblieben, was ja nicht unbedingt typisch ist, es gibt ja auch Leute, die Sachen dann auslagern, aber für euch ist das ja so ein bisschen so eine homebase hier- ist das richtig?
J.ST.: Ja auf jeden Fall
I.: Wenn du das jetzt siehst, seit vier Jahren bist du in dem Bereich, was wäre denn dein größter Wunsch an den Popularmusikbereich Stuttgart?
J.ST.: Ja echt vor Ort hier Musikszene ansiedeln, einfach so mehr Medien hier anzusiedeln und zwar echte Medien, die uns schnellere Datenanbindungen umsonst zur Verfügung stellen (lacht) ich weiß nicht, halt so generell in dem ganzen Livebereich alles ein bisschen präsenter zu machen und den Stock aus dem Arsch zu ziehen, das ist das allerwichtigste. Die Stadt Stuttgart ist echt, verglichen mit anderen Städten, zieht den Stock aus dem Arsch. Das wäre mein größter Wunsch.
I: Also Stuttgart: Stock aus dem Arsch und her mit der kreativen Liveszene.

Interview Nr. 5 mit Kai Kirchhoff, Kopfnicker Records
am 15.05.01, 14:00 –15:00 Uhr im Medienhaus Mitte „Headquarter“
I: Also der Strach hat schon einiges zu 0711 und Kopfnicker und so gesagt, das ganze Konglomerat kannst du dir jetzt ersparen.
K.K.: Schön.
I: Dafür würde ich dich gerne persönlich zu deinem Werdegang befragen, weil du ja die Intercord verlassen hast, also vielleicht kannst du auch was Intercord betrifft kurz was sagen.
K.K.: Warum die Intercord dann zwischendurch auch den Gedanken hatte nach Berlin zu gehen? Dazu auch?
I: Ja und was hast du dann gemacht?
K.K.: Ich hab die Alternation geleitet, ich sag mal das alternative Leben im Rahmen der Intercord. Halt so Bands wie Fettes Brot, die Schweisser usw.. Viele, viele Bands halt hauptsächlich aus dem Alternative Bereich. Also ein sehr imageträchtiges Ding, vielleicht nicht umsatzträchtig, aber imageträchtig. Ich hab mir dann halt die Sachen so angeschaut, gesamtes Labelmanagement, das selbe, was ich auch hier mache. Also alles was man bei einem Label machen muss: Businessaffairs, Marketing, Legalaffairs,... Hier eben im kleinen Team, aber dafür am Kunden dran.
I: Wie ist das dann mit Intercord so gelaufen? Warum gibt’s die nicht mehr?
K.K.: Also sagen wir es mal so: Als ich damals zur Intercord kam bin ich ganz gut entlohnt worden, weil es ein ziemliches Risiko war zur Intercord zu gehen, das war mir damals schon bewusst, dass so ein finanzielles Damoklesschwert immer über Intercord hing. Wenn der Konzern (EMI) nicht weiter an die Firma geglaubt hätte und man die Firma noch hätte weiter durchbringen können, das Geschäftsjahr wäre ja ganz gut geworden. Wie es die Umsätze von der EMI ja zeigen, aber es war halt besser die EMI weiter gesund zu schrumpfen und die Aktienvalues zu erhöhen. Da hat man dann halt einen 60 Leute Laden dicht gemacht, der was den Medienstandort Stuttgart angeht – Intercord hat sich Gedanken darüber gemacht dadurch dass nicht wirklich Musikmedien oder Popularmusikmedien in Stuttgart vorhanden waren, die auch überregionale Bedeutung haben, einfach aus der Stadt wegzugehen und sich eben dahin zu bewegen, wo alle anderen auch hingehen, eben mit Fokus auf Berlin halt. So nach dem Motto: In Berlin wird alles besser und Intercord wird gut und auch erfolgreich.
I: Es war also eine Konzernentscheidung der EMI?
K.K.: Ja, es war eine Konzernentscheidung.
I: Und die Entscheidung gegen den Standort Stuttgart wurde aber schon getroffen bevor die Firma gestorben ist?
K.K.: Ja. Es gab sogar schon Mietverträge. Es ging sogar soweit, dass Mitarbeiter gekündigt worden waren, die nicht mit nach Berlin gehen wollten. Von 60 waren es erst 13 die mit wollten. Es wurden sogar schon neue Mitarbeiter aktiviert, die aus Berlin teilweise nach Stuttgart kamen, 3 Tage da waren und dann kam eben das Aus für Intercord. Also so für persönliche Schicksale war das oft ganz schön krass.
I: Ich hab jetzt schon von verschiedenen Stellen gehört, dass du als sehr engagierter A&R (Artist & Repertoire) zu betrachten bist, mit viel Einsatz auch für die Künstler.
K.K.: Danke
I: Schmeichel, aber trotzdem die Entscheidung in Stuttgart zu bleiben. Warum hast du dich auf dieses Experiment eingelassen?
K.K.: Na, ein Experiment war es ja nicht wirklich. Ich wusste ganz genau worauf ich mich da einließ. Dazu kenne ich die Spielregeln der Musikindustrie zu gut als dass ich nicht wüsste, worauf ich mich einlasse. Dass ich jetzt schon wieder gehe bei Kopfnicker ist keine Überraschung. Ich habe im Rahmen meines Vorstellungsgespräches mit Strachi & Co schon bei der Durchsicht der Verträge darauf aufmerksam gemacht, dass dieser Fall eintreten wird, sofern da nicht irgendwelche erzkonservativen Erfolge anstehen und insofern habe ich den Jungs angeboten das Label so weit auf zu bauen wie es geht, dass es läuft, dass es wie man sagt ein Amt für Musik ist, das nur noch am Laufen gehalten werden muss. Das ist mir glaube ich ganz gut gelungen. Jetzt ist es die Aufgabe die Jungs auf die Zukunft vorzubereiten und meinen Abgang dann so gut wie möglich hinzulegen, dass die Jungs dann immer noch Spaß haben werden.
I: Hat das Spaß gemacht?
K.K.: Ja, es macht immer Spaß solche Sachen aufzubauen, das ist jetzt nicht ganz ein eigenes Ding von mir wie ich es Damals bei der Intercord oder Sony und so machen konnte, aber mit Strachi und Co zusammen zu arbeiten, die jeder so ein unglaubliches Potential jeder für sich im Kopf haben, das findest du in der Republik echt kaum. Wenn Du dann mit diesen Menschen zusammen arbeiten und deine Ideen mit einbringen kannst – manchmal musste man sie auch ausbremsen, wenn die Ideen zu teuer oder einfach nicht umsetzbar waren – eben in so einer Familie zu arbeiten, also wirklich in einer Familie und das auch dementsprechend aufzubereiten, dass es eine Chance hat. Das ist eine Möglichkeit, die man nicht häufig bekommt.
I: Was hältst du denn vom Popularmusikstandort Stuttgart?

K.K.: Was so Bands angeht und so das Musikerpotential ist es glaube ich prozentual gesehen eines der massivsten Bundesländer, wo wirklich was passiert, wo richtig viele engagierte Musiker da sind und eine gut funktionierende Künstlerszene, leider wie ich festgestellt habe abseits der HipHop Szene nicht wirklich existiert. Ja auch wenn das hier eine 600.000er Stadt ist, nach dem dritten Konzert in der Röhre kennt man die Gesichter halt einfach – und das sind wirklich immer dieselben – im Gegensatz zu Großstädten, wie Hamburg oder Berlin, da kann das schon mal 4 oder 5 Konzerte dauern, bis man dasselbe Gesicht noch einmal sieht. Also die bewegliche Masse abseits des HipHop, wie ich es immer nenne, würde ich in Stuttgart mit 2.000 oder 2.500 Leuten beziffern. Das ist nicht wirklich viel.
I: Also im kleineren Konzertbereich?
K.K.: Ja, was natürlich den Megakommerz angeht, wenn Puff Daddy die Schleyerhalle voll macht oder AC/DC oder Aerosmith, klar das kann man in jeder Stadt schaffen. Nur dass halt mal kleinere Bands die Möglichkeit bekommen in einer 2 ½ tausender Halle zu spielen, die es in Stuttgart ja nicht mal gibt. An Stuttgart geht so viel vorbei meiner Meinung, gerade deswegen, weil eine 2500 er Halle fehlt. Das sind so die Hallengrößen, die man haben möchte, wenn die Chartplätze zwischen 5 und 40 loslegen.
I: was ist mit der Halle in Reichenbach, dem H2O?
K.K.: Tja, das ist halt ein bisschen weit draußen oder täusch ich mich da?
I: Muss die zentral sein?
K.K.: Fände ich ganz angenehm.
I: Was ist mit dem Messe- und Kongresszentrum B?
K.K.: Das ist eine Halle, die mit 3500 Plätzen einfach zu groß ist. Die letzte Band, die das da oben voll gemacht hat, waren die Sisters of Merci, die waren 8 Jahre lang nicht mehr hier und Monster Magnum die waren Top 5 mit ihrem Album.
Aber was ist mit so Bands aus denen sich dann auch so die lokale Bandszene rekrutiert, es gibt ja ne Musik im Punkbereich, da gibt's Musik im E-Bereich, aber nichts ist derzeit hier so organisiert, wie es der HipHop ist, halt mit so Leuten, wie dem Strachi oder Fitz oder so, dass man halt sagen kann, da gibt das eine dem anderen die Hand. Es gibt einige Einzelkämpfer, die sehr weit gekommen sind und den HipHop mit ihren Charterfolgen weit herausgetragen haben – weiter als alles andere. Wenn du das jetzt mal mit einer Stadt wie Berlin vergleichst, Berlin, ob man es mag oder nicht, aber Berlin ist zum Beispiel dafür bekannt eine sehr intellektuelle Musikszene zu haben, die immens groß ist, aber von diesen Platten geht doch keine in die Charts. Das ging früher mit Bands wie Einstürzende Neubauten los oder was auch immer, es wurde sogar so als Kreativzentrum gesehen, dass sich so Leute wie Nick Cave oder David Bowie oder U2, die haben in Berlin gewohnt und da ihr Album produziert, weil das so ein kreatives Zentrum ist.
I: Was wäre denn wichtig, damit Stuttgart zu einem kreativen Zentrum werden kann?
K.K.: Ich sag mal überregional interessante Medien hierher ziehen, weil die Medien in der Regel so einen Rattenschwanz nach sich ziehen, Künstler, Management, etc.,... Eine gute internationale Verkehrsanbindung könnte für so etwas wichtig sein. Wenn ich an den Flughafen Stuttgart denke, der jetzt ja wohl nicht erweitert werden soll, ich kann nur sagen, dass der Standort Stuttgart für Firmen und Industrien, die hier nicht schon sind, einfach nicht interessant werden wird. Die Konzerthalle ist für mich ein sehr wichtiges Argument, weil die Agenturen, die machen in der Regel einen schönen 200 Kilometer-Bogen um Stuttgart. Für mich, wenn es mich privat musikalisch interessiert, muss ich meistens nach München oder Frankfurt fahren.
I: Liegt das nur an der Halle oder auch an etwas anderem?
K.K.: Das liegt mit Sicherheit auch an Personen und Persönlichkeiten. Ich denke mal der einzige Grund warum Frankfurt und konzerttechnisch immer bevorzugt worden ist, war weil die Sony in Frankfurt ansässig war, eben war bis vor kurzem. Es gibt wirklich keine Berechtigung für Konzerte, in Frankfurt stattfinden zu müssen, weil ich denke, dass Stuttgart Frankfurt da gut den Rang ablaufen könnte, die haben nämlich ein ähnliches Hallenproblem, können es aber deichseln, weil sie auf Offenbach zurückgreifen können. Aber hier in Stuttgart, ich nenne Stuttgart immer das Las Vegas Baden-Württembergs, weil in der Mitte ist eine große Stadt und drumrum ist nur Wüste, also nicht wirklich was. Deswegen könnte man das wirklich gut zentralisieren.
I: Du hast von den kreativen Szenen gesprochen, den jungen Unternehmern und der Ansiedelung von Medien. Wer sollte sich um so etwas kümmern, wie viel Geld sollte man da reinstecken und was sollte man genau fördern?
K.K.: Ja, das ist die Frage was man fördern sollte. Vielleicht sollte man erst einmal, wie du es gerade machst ein Bild davon machen, was eigentlich alles da ist, mal alles analysieren und so. Eine Pro/Kontra Regel aufstellen, also wie wenn man sich selbst fragen würde als Firmenbesitzer, so würdest du gerne nach Stuttgart kommen und dein Business von hier aus machen anstatt von weiß der Geier wo. Wahrscheinlich geht das nur durch Subventionen und so. Medienstandort Stuttgart was ist denn das? Zum einen ein wirtschaftlicher Faktor und zum anderen was die Politik angeht, dann ist das vor allem ein Imagefaktor und Image ist in der Regel sehr teuer. So leid es mir tut das sagen zu

müssen. Das haben uns so Städte wie Hamburg und Köln ja schon vorgemacht, wenn ich dran denke, Köln vor 10 Jahren. Was war Köln? RTL ist nach Köln gegangen, weil es da nichts anderes gab.
I: Ja, Stuttgart oder Baden-Württemberg ist ein relativ reiches Bundesland, d.h. Fördermittel von extern würde man wohl kaum bekommen. Mir stellt sich eben auch die Frage, wenn wir in Berlin, Hamburg, München oder Köln große Medienstandorte haben, auch als große Ballungszentren im Ruhrpott ist es vielleicht sinnvoll, wie es der HipHop hier vorgemacht hat, Nischen aufzuwerten. Sachen, die von unten herausprießen individuell zu fördern. Sollte man diesen Kampf aufnehmen, wir stellen uns jetzt gegen Hamburg und Berlin, wow, was könnte denn umgekehrt ein Profil für Stuttgart sein?
K.K.: Ich glaub man brauch die großen Städte gar nicht anzugreifen, weil die gerade in sich selber verlieren, also wenn ich die letzten Meldungen aus Hamburg höre, Hamburg hat Angst darum als Medienstandort nicht mehr existent zu sein, weil mittlerweile auch Universal nach Berlin ist. Deswegen denke ich mir ist diese Distanz zwischen den Städten, jetzt außer München mal, dass die Distanz von Stuttgart nach Berlin so groß ist und diese Zentralisierung, die die da grad machen, meiner Meinung nach so fatal ist, dass man neben dem Zentrum Berlin auch immer mehr Außenzentren braucht. Da würde ich Stuttgart als eines sehen. Was du eben sagtest mit den Nischen, ich bin kein Freund von hier viel Geld aus dem Fenster schmeißen und einzelne bereichern sich und alles hat nichts gebracht, so mehr an den persönlichen Vorteil denken, als an das Land Baden-Württemberg, da bin ich dann doch eher ein Freund davon das gesund aufzubauen und das muss laufen über diese Nischen. Man muss jede einzelne Nische stark machen und Szene supporten und dann nicht HipHop = Baden-Württemberg, nein es gibt zu viel anderes, als dass man sich nur auf HipHop versteifen sollte. Vielleicht ist es mit dem HipHop ja auch einfach mal vorbei, wer weiß das schon? Musik ist so vielen Trends und Änderungen und Kurzfristigem unterworfen, dass man am besten alles unterstützt. Wenn sich dann mal eine Spitze gebildet hat, dann muss man nicht darauf umschwenken, sondern hat es bereits auf dem Schirm.
I: Das heißt eine breite Künstlerförderung, die auch Spitzen hervorbringen kann?
K.K.: Ja, was muss denn beim HipHop noch groß gefördert werden?
I: Eine Halle?
K.K.: Aber für Stuttgarter Bands würde es sich ja wohl nicht lohnen eine 2000er Halle hinzustellen, die die es gibt, wie Fanta 4, usw.
I: Aber Bands, die sich so im mittleren Markt befinden, würden dann ja auch herkommen und diese Vielfalt steigern?
K.K.: Ja, genau.
I: Wenn Du Fördermittel zu vergeben hättest, was würdest du tun?
K.K.: Ich sag das jetzt mal so, wie du das bei der AG im Staatsministerium gesagt hast. Man muss die vorhandenen Ressourcen nutzen, vielleicht miteinander verbinden und austauschen, dass vielleicht auch mal der HipHop Musiker aus XY aus seiner HipHop Umgebung rausgeht und auch Grenzen überschreitet, mal was neues probiert, so ist Crossover entstanden. Dass man eben das gesamte Potential fördert und nicht nur die Nischen, die wir eben ansprachen. Das ganze von der wirtschaftlichen Seite aus betrachtet, also Industrien hierher zu holen ist meiner Meinung nach eine logische Konsequenz einer guten Basisarbeit. Das heißt, wenn wir eine gute Basisarbeit leisten wird alles weitere sich von selber bilden. Entweder aus der Szene heraus oder Leute, die von außen darauf aufmerksam werden und dann sagen: Hier passiert was, hier müssen wir hin.
I: Heißt gute Basisarbeit, gute Künstlerförderung?
K.K.: Gute Künstlerförderung, den Leuten die Möglichkeit zu bieten auch was so Umgebung angeht, Produzenten, Manager zu entwickeln und was eine industrielle Anbindung angeht eine Promotionfirma hier hin zu setzen.
I: Wie könnte so ein Support aussehen? Risikokapital?
K.K.: Da geht es nicht um so was, sondern um Vernetzung und Anbindung an die Szene, gläserne Strukturen auch verwaltungstechnisch, genau zu wissen an wen man sich wenden muss, wenn man hier in Stuttgart loslegen will, Ja.
I: Vielen Dank, Kai Kirchhoff
K.K.: Keine Ursache

Interview Nr. 6 mit Andreas Brenner, Agentur X-Punkt, Veranstaltungstechniker, Bandmanagement
am 17.05.01, 16:45Uhr bis 18:00 Uhr im Jugendhaus Mitte, Stuttgart

I: Erzähl doch noch mal genau, was Du so in den letzten Jahren so gemacht hast in Stuttgart.
A.B.: Also angefangen hat es mit Bands. Schon in meinem Jugendhaus. Es ging eigentlich los mit elf, zwölf. Da hat man in einer Band gespielt. Da war ich auch immer dabei und dadurch, dass ich nicht so der große Musiker war, ich doch aber irgendwie was machen wollte, hab ich damals schon immer geguckt, nach Sound, Lichteffekten. Komplett halt die Veranstaltung irgendwie mitgemacht. Und das hat sich dann soweit raus kristallisiert, dass dann irgendwann mal halt, wo sich eine neue Band formiert hat, mich gefragt hat, ob ich das zugehörige Management übernehmen will. Das war zu der Zeit, wo ich auch Zivi war im Jugendhaus, in der Teestube Rohracker und so hat das alles angefangen. Und da hat man sich halt mehr autodidaktisch an die Sache hin bewegt, da hat man gelernt was ist überhaupt ein Mischpult, hat damit halt angefangen. Und nach drei, vier Jahren hat man es halt soweit drauf gehabt, dass man auch schon hat größere Sachen machen können. Und dadurch, dass die Band einigermaßen gute Auftritte hatte, damals auch schon beim Rocktest Cumulus 88/89, damals hieß die Band noch No Vision, da haben wir auch mitgemacht, damals den dritten Platz belegt. Und dann haben wir halt immer weitere Konzerte bekommen. Ich habe mich dann halt immer mehr um das ganze Außenrum gekümmert, d.h. versucht Auftritte zu bekommen, lokal und auch überregional, aber es war halt schon immer schwierig zur damaligen Zeit, als eigentlich No-Name-Bands überhaupt Auftritte irgendwo zu erhaschen.
I: Wie bist Du dann zum LKA gekommen?
A.B.: Das war eigentlich bloß, weil ich da Stammkunde war. Man hat sich halt gekannt. Man wusste halt, dass ich mit Bands zusammen arbeite. Und der Mick hat zur damaligen Zeit aufgehört hat mit seiner DJ-Tätigkeiten da drin und da wurde mir halt dieser Posten angeboten, weil ich ja schon mit drei, vier Bands diese Erfahrung hatte, so wie man das managet und alles weil ich schon selber Konzerte veranstaltet habe. Das habe ich dann zwei Jahre gemacht. Habe dann, das war während der Zeit, wo ich eine Ausbildung zum Vermessungstechniker bei der Stadt gemacht habe, wo ich leider nicht übernommen wurde. Und danach stand ich dann da, hatte keine Lehre bzw. hatte eine abgeschlossene Lehre aber keine Stelle und dachte halt so, jetzt mach ich mich selbständig. Habe dann das im LKA noch gemacht und habe dann nebenher schon für Verleiher gearbeitet als Tontechniker.
I: Also sozusagen learning by doing!?
A.B.: Alles komplett. Man hat sich Bücher gekauft. PA für Musiker. Handbuch der PA Technik und "Der Verstärker, das unbekannte Wesen" und so hat man sich da halt reingearbeitet. Erst mal mit sehr minderwertigen Geräten und dann eigentlich immer eine Stufe höher gestiegen.
I: Ist das so der normale Ausbildungsweg für Tontechniker, ist das so normal passiert?
A.B.: Ich glaube nicht. Ich sag mal, es wäre besser wenn es so der Weg wäre. Weil ich sage immer, man kann Tontechniker nicht irgendwie theoretisch lernen. Also d.h., man muss diese Entwicklungsschritte mitgemacht haben, man muss es selber gehört haben und nicht von irgendeinem Lehrer hören, wenn Du das machst, klingt es scheiße. Weil man hat das Gefühl nicht dafür, man hat das Gespür nicht.
I: Wie bist Du dazu gekommen Veranstaltungen zu machen?
A.B.: Das hat auch schon damals mit Bands, wo ich halt dann gemerkt hab, wenn wir selber keine Auftritte bekommen, muss ich dann halt selber ein Konzert veranstalten, d.h. man sucht sich Räumlichkeiten, in denen man was machen kann. Und sucht dann halt Bands, die wo man weiß aus dem Umkreis, dass die auch einigermaßen gut Leute ziehen. Und versucht dann halt eine Veranstaltung aufzubauen. Und so hab ich damals halt angefangen. Und das ist dann einigermaßen gut gelaufen. Mit Out Of Independence sowieso. Und später war es dann halt so, dass ich dann natürlich anhand des LKA natürlich die Möglichkeiten hatte, da drin auch größere Sachen zu machen.
I: Das war aber bezahlt?
A.B.: Das war bezahlt.
I: Wie weit war so Dein Aktionsradius zu der Zeit, wo Du veranstaltet hast. Du warst einer dieser kleineren Independent-Veranstalter?

A.B.: Sozusagen. Es ging eigentlich bloß Großraum Stuttgart. Plus 50 km außen herum.
I: Und die Entwicklung hat sich abgespielt innerhalb der letzten zehn Jahre, oder?
A.B.: Ungefähr zehn Jahre.
I: Die Ausbildung die Du gemacht hast, warum hast Du die Ausbildung zum Veranstaltungstechniker gemacht in Baden-Baden?
A.B.: Das liegt daran, weil ich schon gehört habe, dass es neue Richtlinien in diesem Berufsbild gibt. D.h. Techniker an sich dürfen die letzten fünf bis zehn Jahre nach Planung der IHK, dürfen solche Veranstaltungen nur noch gemacht werden, von geprüften Veranstaltungstechnikern. Und da hab ich

mir gesagt, lieber mach ich das jetzt noch mit Ende zwanzig, wie später mal mit 35. Oder ich muss mir jedes mal einen holen, der diese Befähigung hat.
I: Du warst jetzt grad auf der Medien- und Eventakademie. Wie viele gibt es da aus dem Großraum Stuttgart die das wirklich als Ausbildung gewählt haben, pro Jahr?
A.B.: Also bei uns in der Klasse waren es jetzt aus Stuttgart von Verleihern ungefähr 15 Leute und aus besten Häusern, d.h. aus Staatstheatern oder Mehrzweckhallen ungefähr auch so 15 Leute.
I: Aus dem Raum Stuttgart, jedes Jahr?
A.B.: Ja aus dem Großraum Stuttgart, Ludwigsburg bis sag ich mal Böblingen, so grob.
I: Was hältst Du von Stuttgart als Popularmusikstandort?
A.B.: In gewissen Bereichen gut, in manchen Sachen auch schlecht. Also was HipHop und so angeht, können sich die Leute glaub nicht mehr beklagen. Es gibt viele Möglichkeiten. Es gibt auch viele Veranstalter, die was machen. Und es gibt auch viele Plattenfirmen, die sich dafür interessieren. Für andere Musikrichtungen auch in diesem Bereich wird ´s dann schwieriger.
I: Kannst Du das ein bisschen näher erläutern?
A.B.: Also ich sag mal, es gibt ja auch, so wie die Gitarrenmusik, und da wird ´s schwierig
wirklich ein Label zu finden, Unterstützung zu finden, selbst sogar Konzerte zu finden.
I: Wie schätzt Du so die Ausbildungsmöglichkeiten ein für Musiker, für Bands, für Leute aus dem Business?
A.B.: Ziemlich schlecht. Also, ich hab das ja jetzt selber am eigenen Leib spüren müssen. Man wird dort eigentlich nur als billige Arbeitskraft gesehen, als Veranstaltungstechniker. Ich weiß auch von den Medien, Leuten, die das auch lernten, dass da auch bloß die billige Büroarbeit gemacht wird, aber eigentlich nicht an das heran geführt werden, wo sie eigentlich herangeführt werden sollten.
I: Und woran liegt das?
A.B.: Gute Frage.
I: Was könntest Du Dir denken, was man dagegen tun kann?
A.B.: Das fängt schon ganz oben an. Man zieht einfach einen gewissen Standard. Wenn man sieht, die ganzen großen Plattenfirmen, wie alles gefaked ist, wie alles gemacht wird, auch von Fernsehläden, wie der Kirchgruppe, mit allem Pipapo, was da alles zusammen hängt. Es gibt heute sag ich mal, keine Ehrlichkeit mehr in diesem Business. Und dadurch, dass diese Ehrlichkeit verloren geht, ist auch diese Bodenständigkeit oder dieser Wille eigentlich auch fähige Leute nach zu züchten, einfach nicht da. Weil sonst würde man sich ja selber praktisch sein Ruhm oder sein Monopol untergraben.
I: Was heißt Ehrlichkeit?
A.B.: Ehrlichkeit heißt für mich, dass die Sachen fair ablaufen, dass es eine richtige Jury ist, z.B. wenn es um irgendeinen Wettbewerb geht und nicht irgendwie hinten rum gemauschelt wird. Oder halt dieses berühmte Vitamin B, das dann doch mit die größte Rolle spielt.
I: Wie würdest Du Dir das vorstellen. Wenn man auf ehrlichem Weg für die Popularmusik in Stuttgart, was gehört da alles dazu?
A.B.: Also ein ehrlicher Weg wäre für mich: Es gibt von der Stadt oder auch von Plattenfirmen aus ein Contest in denen Fachleute danach gucken, dass dieser Contest von der Bewertung her so läuft, dass das Publikum mit entscheidet und die Jury mit entscheidet. Und nicht dass man, dann halt z.B. wie es beim Emerganza so läuft, die Bands praktisch mehr oder weniger dazu zwingt eigentlich Karten zu kaufen, damit sie überhaupt eine Chance haben weiterzukommen. Weil das ist für mich nämlich reine Geldmacherei.
Wenn es dann wirklich so laufen würde, dass man sagt O.K., man macht hier Veranstaltung, vielleicht mit der Stadt zusammen, und guckt wirklich aus einem gewissen Potenzial, was ja ohne Zweifel wirklich vorhanden ist, ich mein wir sind hier in einer Region wo, sag ich mal, mehrere tausend Bands oder mehrere tausend Musiker gibt, die aber dann halt schon ein bisschen geführt werden sollten.
I: Was heißt geführt?
A.B.: Geführt heißt für mich, dass sie z.B. gerade durch irgendwelche Organisationen halt die Möglichkeit haben sich schlau zu machen wie weit sie schon sind und was sie eigentlich machen könnten, um Erfolg zu haben.
I: Wer sollte das machen?
A.B.: Am besten ein Zusammenschluss oder ein runder Tisch von eigentlich diesen Plattenfirmen, von der Stadt, die dann auch ein bisschen bezuschusst, und halt von Leuten, die dann halt wirklich an den Leuten dran sind. Weil es wird kein Plattenproduzent oder kein A&R - Manager in ein Jugendhaus gehen und sich da irgendwas angucken. Oder nur sehr, sehr selten.
I: Du warst jetzt beim Bereich Künstlerförderung. Wenn Du es jetzt mal aus einer anderen Perspektive betrachten würdest, was müssten die Kulturleute der Stadt und auch die Musikfirmen, die damit zu tun haben, Agenturen, Plattenfirmen tun, damit der Standort Stuttgart besser wird? Können die was tun?
A.B.: Es wäre auf jeden Fall was möglich. Die Stadt Stuttgart, indem sie mehr Geld zur Verfügung stellt, um solche Talente auch zu fördern bzw. um Einrichtungen zu fördern, weil man muss es so

sehen, es ist ja dann auch vom sozialpolitischen her ganz geschickt, wenn man jemand direkt von der Straße hat und sie in einer Form Musik machen lässt und sie dafür austoben lässt.
I: Bleiben wir mal bei diesen städtischen Fördergeschichten. Wer macht da was in Stuttgart?
A-B.: Hauptsächlich das Cumulus Kulturbüro und die Jugendhäuser, die eigene Veranstaltungen machen, aber sind halt relativ wenig. Ich weiß nicht, ob es überhaupt was gibt zumal zu damaliger Zeit bei mir, hab ich gewusst, dass Cafe Ratz ´ne Reihe drin hatte, wo sie sonntags morgens Brunch gemacht haben, und dann Bands haben spielen lassen. Und vier mal im Jahr Veranstaltung gefahren haben. Genauso war das Fasanenhof, dass eine Sache läuft und Jugendhaus Areal oben in Leinfelden-Echterdingen.
I: Was ist mit den Musikerinitiativen? Was hast Du da für Erfahrungen mit den Musikerzusammenschlüssen?
A.B.: Muss ich sagen, habe ich sehr wenig Erfahrungen. Weil die einzige Sache die ich damals gekannt habe, das war die Rockstiftung. Und diese Rockstiftung war am Anfang, ja man hat halt ein bisschen was einbezahlt, aber es kam einfach nichts raus. D.h. nichts in der Form von Auftritten, nicht in der Form von der Führung der Musiker, nicht in der Form von Unterstützung in jeglicher Hinsicht. Es war einfach bloß, man hat was einbezahlt aber nichts heraus bekommen.
I: Wenn man jetzt die Firmen nimmt, die sich mit Musik beschäftigen. Was denkst Du, was die so für den Standort tun können, oder was könnte man andersherum gesagt dafür tun, dass Firmen sich engagieren. Also was wären das für Grundlagen, die man schaffen müsste?
A.B.: Zuerst muss ich noch sagen, zu dieser ganzen Industrie, die ganze Musikbranche, dass da ein Umdenken statt finden sollte und nicht alles selber in die Tasche rein zu scheffeln und andere Bands dann wieder fallen zu lassen. Sondern dass man dann halt auch Geld hortet und dann vielleicht junge Künstler damit aufbaut. Weil das ist dann einfach das Potenzial für Morgen.
I: Hast Du da Erfahrungen ob Firmen, die hier ansässig sind , das machen?
A.B.: Nicht dass ich wüsste. Ich habe eigentlich nur negative Beispiele.
I: Also auch Four Music würdest Du da nicht mitzählen?
A.B.: Also, das was ich so mit Four Music mitbekommen habe, war das auch nicht so eine rechte Sache. Es ist einfach Abschreckungsgeschichte, d.h. die Band bekommt Geld, ihr könnt euch Sachen kaufen, werden unter Vertrag genommen und dann halt nach einem Jahr fallen gelassen. Ohne irgendwie Unterstützung, ohne gar nichts.
I: Im Livebereich, wie siehst Du da die Situation Stuttgart. Was Auftrittsorte anbelangt, was Führung anbelangt?
A.B.: Für Auftrittsorte, sag ich mal, ist Stuttgart sehr, sehr schlecht. Auch gerade für junge Bands, weil bis man überhaupt nach oben irgendwo eine Auftrittmöglichkeit bekommt, muss man schon sehr lang danach gucken. Und wenn man eine hat, dann ist es immer nicht geregelt mit dem Geld, mit der Finanzierung, mit allem. D.h. viele Leute verlangen eigentlich ein wahnsinniges Geld dafür, dass man überhaupt spielen darf. Und dann gibt ´s vielleicht noch drei, vier Geschichten wo noch gut sind. Das ist einmal Star Club im LKA, wo Bands umsonst sich noch so auf einer Bühne präsentieren können. Es gibt noch verschiedene Jugendhäuser, die wo ein ganz klein bisschen was machen können. Aber dann hört ´s auch schon auf. Weil wenn ich mir überlege, wenn ich in der Röhre einen Auftritt machen will, muss ich 1.200 DM bezahlen. Welche junge Band kann sich das leisten?
I: Wie ist das so in dem mittleren und oberen Segment?
A.B.: Da sieht es schon wieder besser aus. Weil, wer diese 1.200 bis 1.500 DM für die Sachen aufbringen kann, der hat natürlich schon gute Auftrittsmöglichkeiten in Stuttgart.
I: Ist da eine Versorgung in Stuttgart mit Auftritten von mittel bekannten und sehr bekannten Musikgruppen da, ist es ausreichend oder gibt es auch ein Manko?
A.B.: Sagen wir so, für Stuttgart finde ich es eigentlich ausreichend. Vielleicht die ganz großen Sachen, gut Schleyer Halle, nicht so der Hype. Man kann nicht erwarten, dass nach Stuttgart genau soviel kommen wie in den Ruhrpott, weil einfach die Bevölkerungszahl nicht so groß ist und man muss natürlich auch so denken, wenn ich jeden Tag eine Veranstaltung habe, jede Karte 80 DM kostet, irgendwann können die Leute das auch nicht mehr bezahlen.
I: Kann ich daraus schließen, dass Du annimmst, dass in der Region Stuttgart es relativ wenig Publikum für Popularmusik gibt.
A.B.: Das stimmt.
I: Kannst Du das für den Bereich, gerade für Nachwuchsmusik oder für mittel bekannte Bands oder auch für große Bands?
A.B.: Die Leute geben das Geld für die großen Bands aus. Und dann haben sie kein Geld mehr für die mittleren und leider ist es, ich habe die Erfahrung in Stuttgart gemacht, typische alte schwäbisch Motto: “Was der Bauer net kennt, das frisst er nicht”. D.h. also wenn dieser Bandname nichts sagt, dann geht man auch nicht hin. Weil es könnte ja schlecht sein. Man geht nicht hin, um vielleicht zu sagen, ich könnte da ein gutes Konzert sehen. Sondern man sagt, ich kenn es nicht, ich geh da nicht hin, weil es könnte ja schlecht sein.
I: Fehlt denn eigentlich eine lebendige Musikszene in der Stadt?

A.B.: Ja.
I: Kann man das wieder ein bisschen einordnen, nach Musikstil, wo es viel gibt, wo es wenig gibt?
A.B.: Also ich denke gerade mal in diesem HipHop-Bereich, was ich ja schon vorhin gesagt habe, ist sie da. Sie ist vorhanden. Aber in anderen Bereichen fehlt sie.
I: Was würdest Du machen, nach HipHop welcher Stil am meisten, am besten funktioniert?
A.B.: Nach HipHop würde ich eigentlich sagen, dass es dann diese DJ- und Technogeschichte, aber das sind keine Musiker finde ich, für meinen Geschmack.
I: Wie schätzt Du die Möglichkeiten ein, was so Produktionen angeht? Tonstudios, Proberäume, Presswerke, alles was dazu gehört?
A.B.: Proberäume sind immer ein Problem. Einfach von der Finanzierbarkeit her. Wobei ich sagen muss, da sieht es in Stuttgart und Umkreis, im Gegensatz zu anderen Städten, was ich auch von anderen Bands gehört habe, noch einigermaßen gut aus. Weil ich sag mal, man kann hier in manchen Bürogebäuden Räume für 120 DM im Monat bekommen. Und wenn sich zwei Bands zusammen tun, dann sind das pro Musiker 10 DM im Monat. Und das sollte schon jedem ein Proberaum wert sein. Mit Tonstudios ist man hier auch relativ gut bedient. Wir haben einige gute kleine, die auch fair sind vom Preis her. Und dann gibt es auch verschiedene Jugendhäuser, wo man die ganz kleine Bands, weil die ganz kleinen Bands haben ja auch nicht das Geld um einen Tagessatz von 450 bis 600 DM zu bezahlen. Aber dafür gibt es ja dann die Jugendhäuser die Möglichkeit, da erst mal die kleine Aufnahme zu machen, sich ja überhaupt mal für irgendwas zu bewerben, weil das ist ja auch ein irrsinniger Teufelskreis. Hab ich kein eigenes Material, bekomme ich keine Auftritte, kann ich mich auch nirgendwo bewerben. Wenn ich keine Auftrittsmöglichkeiten hab, weil ich ja noch keine Demo hab, hab ich natürlich auch kein Geld um mir irgendwo ein gescheites Demo zu finanzieren. Höchstens mal bei Papa, aber auf das kann natürlich nicht jeder spekulieren.
I: Du hast jetzt einen großen Schwerpunkt auf Nachwuchsmusikförderung gelegt. Was glaubst Du, was am wichtigsten wäre um die neuen Nachwuchsmusikgruppen voran zu bringen. Was für Kriterien gäbe es da, die wichtig wären.
A.B.: Also, vor allem wäre eine richtige Führung sinnig.
I: Kannst Du das noch mal ein bisschen erläutern?
A.B.: Also, indem man halt heut mal gestandene Musiker oder Musiker aus der Szene, oder erfahrene Leute hinsetzt, die auch, denk ich mal, so was ich gehört habe, Lust dazu hätten, auch junge Bands mit zu fördern. Ihnen Sachen zu erklären, ihnen auch den Weg so ein bisschen zu erklären, wie sie vorzugehen haben, um dann überhaupt mit ihrer Musik etwas zu erreichen.
I: Und jetzt mal von dem Musikalischen bisschen weggegangen, was passiert danach? Ich denke, wir haben relativ viele Bands in der Region Stuttgart, hast Du vorhin auch zum Ausdruck gebracht, wofür?
A.B.: Es ist natürlich so eine Sache. Ich mein, man muss natürlich erst mal gucken, was will man?! Will man Musik machen als Hobby, nebenher, als Freizeitgestaltung oder will man damit Geld verdienen.
I: Ist es eigentlich legitim, es als Hobby zu machen?
A.B.: Natürlich. Ich sag mal Sport ist genauso legitim als Hobby und der Staat strebt an, es soll jeder Sport betreiben. Warum soll nicht jeder Musik machen? Es ist eine Freizeitgestaltung, wo ich sage, es ist eine sehr sinnige Freizeitgestaltung. Und gerade da kann man auch die Leute dazu bewegen, auch in Gruppen miteinander zu arbeiten und es ist einfach eine Sache. Jeder der mal Musik gespielt hat, der mal auf der Bühne gestanden hat, der weiß, was das für ein Hype ist. Warum soll man das nicht nebenher machen können?
I: Das heißt, Du setzt neben diesem kulturellen Wert diese soziale Bedeutung der Musik.
A.B.: Absolut.
I: Wie ist es mit diesen Bands, die darauf hin arbeiten, damit ihr Geld zu verdienen? Woran scheitert es, oder wie könnte es funktionieren, dass es wirklich tut?
A.B.: Zuerst mal muss man sagen, dass da erst mal vielleicht auch eine Auswahl unter den Bands stattfinden sollte. Weil, nicht wenn man dann 2 oder 3 mal ein einigermaßen großes Konzert gehabt hat, ist man gleich schon ein Weltstar. Es ist ein langer Weg, bis man da ist. Man muss natürlich auch sehr viele Opfer bringen. Und das ist bei manchen auch nicht so bewusst. Das heißt finanzielle Opfer, das heißt auch zeitliche Opfer. Würde ich dann halt auch wirklich sagen, ich möchte den Weg wirklich bestreiten. Und der ist nicht einfach. Und man muss dann auch sehen, dass die Chance, wirklich mit seiner Musik Geld zu verdienen, ungefähr bei 2 zu 98 liegt.
I: Warum?
A.B.: Weil der Markt schon einigermaßen gesättigt ist und wenn man keine richtig gute Idee hat, man sollte da nicht Trittbrettfahrer sein und irgendein Stil kopieren, sondern man muss dann schon gut sein. Ich sag mal, jeder hat eine Chance, wenn er einen Beruf erlernt. Und in diesem Beruf natürlich auch sehr weit vorzuschreiten und damit auch eine gehobene Position zu erreichen. Und genauso ist es halt mit der Musik. D.h. wenn ich mich wirklich dahinter klemme, hab ich auch die Chance.
I: Aber Du hast grade gesagt 2 %. Schätzt Du das kreative Potential so schlecht ein in Stuttgart oder Region?

A.B.: Nein, das Durchhaltevermögen schätze ich so gering ein.
I: Also die Künstler, es ist schon sehr viel kreatives Potenzial da, aber es ist schwierig dass die gecoacht werden und ein bisschen bei Stange gehalten werden sozusagen. Interpretiere ich das richtig?
A.B.: Richtig. Um mal ein Fazit zu ziehen: Es ist also so eine Sache. Du lernst einen Beruf, du hast eine Scheiß-Ausbildung. Du hast zwar das Potenzial, in dem Beruf gut zu sein, aber durch deine Ausbildung macht dir der Beruf keinen Spaß. Also polierst du die Lust da dran und deshalb schaffst du das nicht, oder kriegst du eine schlechte Note und kommst in diesem Beruf nicht weiter. Das fängt ja an den Wurzeln schon an. Das ist das Problem. Und die, die nachher dann durchkommen und sich trotzdem noch behaupten und das dann halt alles in Eigeninitiative machen. Das mein ich, das sind dann vielleicht noch die 2%. Die dann drauf scheißen und sagen, mein Gott ich hab zwar jetzt viel dafür aufgegeben, hab das und das versucht, ich gebe nicht auf, ich mach immer, immer wieder weiter. Und da dran zu bleiben, das sind sehr, sehr wenige.
I: Wird eine Einrichtung wie die Popakademie in Stuttgart dazu beitragen können, dass das besser wird.?
A:B.: Ich denke schon. Ich muss sagen, es ist immer schwierig bei solchen Sachen theoretisch das richtig gut zu planen. Ich denke, man muss einfach auf die Sachen reagieren. Das ist das Problem. Weil auch die Musik, das hat man ja auch gemerkt, ich allein in den letzten zehn Jahren, wie sich die Musikstile geändert haben. Und auch die Schwerpunkte geändert haben. Damals, weiß ich noch, war es wichtig ein Demotape zu haben. Dann kam die CD. Heute ist es so, wenn man nicht irgendwie im Internet eine Homepage hat und sich nicht mit Songs präsentiert, die man dann runterladen kann, ist man nicht mehr up to date. D.h. man ist für die anderen Leute schlecht.
I: Also d.h. eine Künstlerförderung müsste flexibel und innovativ sein.
A.B.: Sehr. Und immer auf dem neuesten Stand. Und das ist wieder das Problem, weil setzt man jetzt jemand hin, der die Sache macht, dann hat er seine Gedanken oder seine Richtlinien, die wo für ihn wichtig sind, von diesem Zeitpunkt an, wo er es macht. Was ist aber zehn Jahre später? Dann hat er vielleicht immer noch diese Ideen und immer noch diese Werte und es sind schon wieder ganz andere Sachen gefragt.
I: Also das heißt, Beteiligungsmöglichkeiten von Künstlern, von Firmen usw., bei so einem Konstrukt beachten und es müsste eine breit angelegte Geschichte sein, Wirtschaft...
A.B.: Genau das meine ich. Dass alle wirklich zusammen arbeiten wollen. Weil nur dann sehe ich die Möglichkeit. D.h. mit gestandenen Musikern, mit Leuten der Industrie, mit Stadt, mit allen. Warum nicht das als runden Tisch sehen, als Gremium sehen. Gut man braucht einen Vorsitz, das ist klar. Oder man braucht da jemand, der da die Hand drauf hat. Aber der müsste sich ja dann nicht so arg um den künstlerischen Bereich kümmern, sondern mehr um dieses Organisatorische.
I: Also ein Popularmusikbeauftragter beim Kulturamt?
A.B.: Was soll das bringen? Ich mein, er kann da ja auch gar nicht objektiv ran gehen. Er hat eine subjektive Meinung und die wird er dann immer auf alles auch anlehnen. Und man kann niemand sagen, dass er es komplett auslassen kann. Das funktioniert nicht. Das schaff ich auch nicht.
I: D.h. eine Struktur suchen, die das unabhängig von Personen ermöglicht??
A.B.: Richtig.
I: Gehen wir noch mal zurück. Du hast sehr viel im Livebereich gemacht. Woran, würdest Du sagen, hängt das am meisten, dass der Livebereich in Stuttgart so schlecht ist? Dass wenig Publikum erreicht wird, dass wenig gute Spielstätten gibt, warum?
A.B.: Ich denke fangen wir erst mal bei der Qualität an. Für die Bands ist es sehr, sehr schwierig, das Geld aufzubringen, um richtig eine gute Veranstaltung zu machen. Das ist Punkt eins. Die Technik ist teuer, die Locations sind teuer, die Werbung ist teuer. Hab ich Sponsoren, kann ich die Werbung vielleicht ein bisschen billiger gestalten. Das zweite Problem ist das, wenn jetzt einer mal ein schlechtes Konzert von einer Band gehört hat, kommt der kein zweites Mal. Das ist auch wieder so ein Teufelskreis. Dann ist immer das Problem, dass sich auch hier viele Bands in Stuttgart tot spielen. D.h. sie spielen innerhalb von einem Jahr zehnmal im Umkreis von Stuttgart. Und man kann nicht erwarten, dass dann die Leute, die sie gerne hören, jedes Mal kommen. Weil sie erreichen kein neues Publikum.
I: Wäre da eine Erweiterung des Aktionsradius.....
A.B.: Auf jeden Fall. Hab ich schon immer mit anderen Bands, oder auch selber schon versucht zu machen. D.h. man versucht eine Band in Stuttgart eine Kooperation z.B. mit einer aus Pforzheim, mit einer aus Karlsruhe, aus Tübingen, noch weiter, aus Münsingen oder weiß Gott was zu machen und sich gegenseitig Auftritte zu verschaffen. D.h. ich lade eine Band hierher ein, die wo bei mir im Vorprogramm spielt, dafür spiele ich bei denen unten im Vorprogramm. D.h. im mach ein Konzert aus, für beide Bands und habe nachher zwei Konzerte.
I: D.h. dass die Nachwuchsmusiker auch Stuttgart regional und dann aber auch Baden-Württemberg als Vernetzung gesehen werden sollte?

A.B.: Ja, also im Umkreis von 100 km wäre schon drin. Einfach auch ist es oftmals zu weit weg. Was bringt mir das, wenn ich ein Tag oder ein Wochenende in Untertürkheim spiele und eine Woche drauf in Cannstatt.
I: Wie siehst Du so von den Informations- und Werbemöglichkeiten für Popmusik? Erfährt man gut von den Konzerten oder von den Angeboten, hat man gute Werbemöglichkeiten, gibt ´s auch gute Informationsmöglichkeiten über Förderung, über Kontakte, wie sieht es da aus?
A.B.: Also sich zu informieren find ich, ist befriedigend. Durch die Stuttgarter Zeitung , wie Prinz und Lift, durch die lokalen. Wobei man aber auch sagen muss, was ich aber leider auch als Veranstalter anmerken muss, dass da manchmal doch ein Fax verloren geht, wenn man da eine Veranstaltung angibt. Und das da zum richtigen Zeitpunkt abgeschickt hatte und es dann doch nicht erschienen ist.
I: Also die Stadtmagazine haben schon die zentrale Bedeutung .
A.B.: Ja, auf jeden Fall.
I: Wie ist es so im Informationsbereich für Bands, für Künstler, für Leute die in dem Bereich arbeiten. Ist da der Austausch gut? Also, sagen wir mal dieses Vitamin B.
A.B. Wenn man die Leute nicht selber kennt, bei den Produktionen nicht mit den Leuten zu tun hat, ist es sehr, sehr schwierig an die richtigen Leute hinzukommen. Weil durch einen Telefonanruf oder so was kommt man da nicht hin. Eine Broschüre dafür gibt es ja auch nicht. D.h. entweder ich habe die Information, durch irgend jemand anderes bekommen, oder ich lern die Leute halt direkt bei der Veranstaltung kennen.
I: D.h. dass ein Austausch der Leute, die in jedem Bereich arbeiten, durchaus auch sinnvoll wäre.
A.B.: Das wäre sehr, sehr sinnvoll.
I: Ja, da sind wir schon am Ende. Was wäre Dein größter Wunsch für den Popularmusikstandort Stuttgart?
A.B.: Mein größter Wunsch? Das sind so viele. Ich würde mir wünschen, dass es wieder Auftrittsmöglichkeiten für Bands gibt, die dann auch wirklich mit guter Technik ausgestattet sind, mit guten Leuten ausgestattet sind. D.h. die wo das auch betreuen. Weil, ich sag mal, wenn man die runde Veranstaltung hat, dann muss man sich auch ums Publikum keine Gedanken machen. Nur wenn es schlecht beworben wird, wenn schlecht drauf hin gewiesen wird, wenn ich dann am Abend meinen Scheißsound hab, dann interessiert es die Leute nicht mehr. Und so kann man die Leute auch wieder weg bekommen von den Diskogeschichten. Man muss natürlich auch gucken, es soll natürlich auch Geld einbringen. Aber da muss man dann auch gucken, dass man den Preis halt so hält, dass er fair ist. Ich kann, sag ich mal, keine zwei Bands spielen lassen im Jugendhaus und 25 DM dafür verlangen. Das funktioniert nicht.
I: Was kann man dafür verlangen?
A.B.: Also ich sag immer so grob über den Daumen für zwei Gruppen sind so 12 bis 15 DM, wenn sie einen Namen haben, durchaus fair. Einfach auch um die Unkosten für die Beteiligten einigermaßen so zu halten, dass dabei eine Null-auf-null-Rechnung nachher rauskommt. Verdienen kann dabei niemand. Das ist auch klar. Aber ich sag auch mein Plädoyer an die jungen Bands, versucht wirklich überall zu spielen, auch wenn ihr kein Geld dafür bekommt. Weil ich hab das damals schon mitbekommen, Bands, die meinen, sie sind halt schon was und horrende Forderungen stellten, was Gagen anbetrifft. Ich muss dann sagen, Leute seit doch froh, dass ihr überhaupt Popkonzertmöglichkeiten habt und da sollte man auch umdenken, wenn das mit jungen Bands stattfindet. Aber das ist dann auch wieder gesteuert von dieser Industrie. Weil, wenn man da hört, was da für andere Summen im Gespräch sind, immer, und was das mittlerweile, wie die vermarktet werden. Ist doch klar, dass dann die Jungen sagen, ich will so werden.
I: Ganz zum Abschluss, als Perspektive für Dich persönlich, wo geht ´s hin?
A.B. : Ich habe mich mit drei anderen Leuten zusammen geschlossen und wir haben jetzt eine Agentur am Start, wo sich hauptsächlich um Technik kümmert, um Veranstaltungstechnik. Wobei ich dann auch einen Schwerpunkt für mich persönlich klar für Livegeschichten legen werde. In was für einer Form, ist noch nicht ganz schlüssig, aber auf jeden Fall möchte ich dann auch weiterhin als Veranstalter auftreten. Möchte auch wieder dieses „Stuttgart brennt“ wieder aufleben lassen. Ein-, zweimal im Jahr mit Lokalbands und halt gucken, ob man da dann halt wirklich irgendwas erreichen kann, am runden Tisch auch mit der Plattenindustrie wie der Stadt, um da wirklich zu gucken, was man da machen kann.
I: Also Du gehst nicht nach Köln, Hamburg, München oder Berlin?
A.B.: Ich bleib erst mal in Stuttgart.
I: Alles klar. Vielen Dank Andi Brenner!!

Interview Nr. 7 mit Stefan Schütze, Drum departement (Schlagzeugschule), Musiker
am 18.05.01, 17:15 –18:00 Uhr im drum departement in Stuttgart Wangen

I.: Was ist denn das Drum Department?
S.SCH.: Schlagzeug-Schule mit Bass und grundsätzlicher Weiterbildungsmöglichkeit für alle Instrumentalmusiker im rhythmischen Bereich. Vorwiegend Bands.
I.: Seit wann gibt es das Drum Department?
S.SCH.: Seit Frühjahr 1993.
I.: Wie viele Mitarbeiter, wie viele Musik-Lehrer arbeiten bei euch?
S.SCH.: Acht Freie neun zusätzliche Gast-Dozenten.
I.: Wie viele ungefähr?
S.SCH.: Es waren sicherlich schon 25 da.
I.: Wie viele solcher Schulen gibt es in Stuttgart und der Region?
S.SCH.: Zu viele. Es Stuttgart gibt es eine Drum Focus, dann natürlich die Musikschule Stuttgart, in Schorndorf Drums Only in Esslingen gibt es eine in Reutlingen. Wir haben ein riesen Einzugsgebiet. In Waiblingen gibt es noch was. Schon einige. Nur Schlagzeug gibt es nur noch Drum Focus und Drums Only.
I.: Könntest du schätzen wie viele Leute sich als Schlagzeug betätigen, in der Region Stuttgart?
S.SCH.: Wir haben 240 Schlagzeug-Schüler hier, Drum Focus wird auch um die 180 haben, die Musikschule Stuttgart hat sicherlich auch noch ungefähr 150 Schüler, da haben wir schon ungefähr 600 Drummer.
I.: Wie ist euer Einzugsbereich?
S.SCH.: Der weitest Gereiste kommt aus Rosenheim. Achtzig Kilometer hinter München. Aus Ulm, Freiburg, Crailsheim, Pforzheim, Schwäbisch Hall, kommen andere.
I.: Jede Woche?
S.SCH.: Ja, manche nur 14-tägig.
I.: Der Kern ist schon Stuttgart?
S.SCH.: Ja, oder näheres Umfeld.
I.: Kannst Du einschätzen wie viel Umsatz mit Schlagzeug-Schulen gemacht wird?
S.SCH.: Nein. Ganz schwer. Ich weiß unsern Umsatz, aber den werde ich hier nicht wiedergeben.
I.: Ja, das ist klar.
S.SCH.: Auf jeden Fall viel.
I.: Viel? Kann man sagen eine Million?
S.SCH.: In welchem Zeitraum?
I.: In einem Jahr?
S.SCH.: Im Ganzen Raum? Locker mal 10. 10 Millionen auf jeden Fall, mindestens.
I.: Ein riesiger Bereich demnach, jetzt auch von der wirtschaftlichen Bedeutung.
S.SCH.: Würde ich sagen.
I.: Was hältst Du vom Popularmusikstandort Stuttgart.
S.SCH.: Für mich gibt es zwei Sichtweisen, Stefan Schütz als Schulleiter und als Musiker. Als Schulleiter finde ich es gut. Wir fühlen uns hier wohl. Der Region geht es gut meinen Kollegen bundesweit, die ich kenne, denen geht es nicht so gut wie uns, was die Schülerzahl und Liquidität der Kunden angeht. Als Musiker fand ich es eigentlich auch immer gut hier. Ich hab auch Angebote in anderen Städten, aber das hat private Gründe, das nicht zu tun. Und mit einem Umzug verbunden wäre. Ich sag mir immer, je kleiner eine Region ist, um so weniger gibt es gute Konkurrenz. Für einen guten Musiker ist es leichter dadurch in Stuttgart zu etwas zu bringen, als in Hamburg oder Berlin. Wobei in Köln die Konkurenz noch einmal eine ganz andere ist, als in Stuttgart.
I.: Warum?
S.SCH.: Wir haben Verbindung zu Drummers Collective in New York. Wir bilden definitiv genau gleich aus. Wir haben einen regen Austausch und fliegen einmal im Jahr hin um mal wieder zu schauen, also genau gleiche Ausbildung wie in New York, aber die in New York haben so ein riesen Einzugsgebiet und alle Spitzenstars stationieren sich in New York, sprich die bieten unglaubliche Workshops an und haben es einfacher tolle Gastdozenten zu bekommen als wir. Wir müssen uns erst immer publik machen. Im Prinzip bekommen wir auch alle. Also den Drummer von Phil Collins kann ich in Stuttgart genauso kriegen wie in New York. Weil die Schleyer-Halle doch die großen Konzerte ermöglicht. Das ist für uns wichtig wenn der Star hierher kommt, haben wir die Möglichkeit an ihn ran zukommen, wenn er nur nach Köln kommt, kommt er natürlich nicht nach Stuttgart.
I.: Aber es kommen doch auch viele auch nicht nach Stuttgart. Viele kommen 3-/4-mal nach Deutschland.
S.SCH.: Es gibt genügt die kommen Stuttgart. Ich sag auch nicht den hätte ich gerne hier, sondern wer kommt her, also frag ich den. Jetzt kommt zum Beispiel BonJovi. Im Prinzip sind die Großen auch da. Da hab ich nicht das Gefühl, daß das für uns ein Manco ist. Ich denke eher, eine Überschaubarkeit der Szene hat ja natürlich auch was für sich, das ist ja nicht immer schlecht. In New

York, da weiß ja der eine Laden nicht was der Nachbar-Laden macht, die kennen sich nicht mal. Da läufst du aus dem einen Laden raus und gehst nebenan in einen anderen, neue Leute, neues Leben, irgendwie. Viel zu viel, viel zu groß. Aber es gibt auch viele persönliche Gründe, warum es mir hier gut gefällt. Ich kenne hier viele nette Leute.
I.: Wie findest Du die Kreativität? Sind die Musiker in Stuttgart sehr kreativ? Gibt es eine lebendige Musikszene? Oder ist es eher, böse gesagt, provinziell?
S.SCH.: Sie könnten kreativer sein. Provinziell ist es, Hinsicht darauf, dass es wenig gute Auftrittsorte gibt, was aber nicht an den Musikern liegt. Jeder Club muß auch betriebswirtschaftlich denken, wenn Du eine Band nimmst, die kein Mensch kennt, dann kommt auch kein Mensch, und somit auch keine Kohle. Das ist für mich dieser ganz direkte Zusammenhang. Wenn eine Band wie Pur, dreimal die Schleyer-Halle voll macht, gibt es ja genug Leute, die DM 70.—für eine Karteausgeben, bloß gehen sie dann nicht mehr zu einer Nachwuchsband in die Röhre, wo es vielleicht DM 15.—kostet. Das Taschengeld ist verbraucht oder das Budget ist weg, oder sie schon ein Konzerte gehabt haben, wo.... was weiß ich.
I.: Hast Du Dir schon mal Gedanken warum gemacht? Gibt es Lösungen? Oder eine Idee woran es liegt? Was man da machen könnte oder dafür machen könnte?
S.SCH.: Das ist jetzt eine Vermutung von mir, dass das mit dem Venusgefühl, derjenigen zu tun hat, die die Musik machen, als was es vorherrschend jetzt in der Szene gibt. Du wirst Dich erinnern als man diese friedensbewegte Szene hatte, gab es innerhalb dieser Friedensbewegung ja auch die Bands, z.B. Ton/Steine/Scherben, die konnten spielen ohne Ende, weil sich die Bewegung ohne Ende getroffen hat, das war ja voll hipp. Wenn jetzt heute eher hipp ist Techno tanzen zu gehen, dann ist das eher Gesellschaft Konkurrenz Problem, oder ein spezielles Musikerproblem.
I.: Kann man zusammenfassen, dass das Angebot der Nachwuchsbands an der Nachfrage des Publikums vorbeigeht?
S.SCH.: Ja.
I.: Kann man dann auch schließen, dass die Musik gemacht wird aus Hobby, aus Spaß und nicht um damit Geld zu verdienen, oder berühmt zu werden?
S.SCH.: Das hat sicherlich auch was mit der Qualität der Unterhaltung zu tun. Beispiel: ich geh als Ottonormalverbraucher in ein Konzert, in die Schleyer-Halle, egal, ein großes Konzert, ich krieg richtig was geboten für mein Geld. Janet Jackson z.B., eine Mega-Show, unabhängig von der Musik, ob die mir überhaupt gefällt. Ein Megaevent wird um die Ohren geknallt. Jetzt geh ich zu der Nachwuchsband, da wäre vielleicht die Kreativität da, nicht aber das Geld. Da müssen die mit ganz einfachen Mitteln versuchen, auch nur annähernd die Leute zu packen. Das Publikum ist unglaublich verwöhnt, was diesen Unterhaltungscharakter angeht. Das erklärt diese geringe Zuschauerzahl bei den Jazzern. Da ist einfach nichts geboten. Wir haben hier eine schöne, große Videosammlung, wenn man sich Videos ansieht von 1978, da hab ich ein tolles Video von Deep Purple wie die im Fernsehstudio spielen. Das ist halt, wie wenn eine Band in der Röhre spielt und vier Lampen oben und dann tut das genauso. Jetzt ist das natürlich für jemanden, der ein normaler Musikkonsument ist, kein Musiker, ein Musikkonsument geht zum Konzert aus Unterhaltungsgründen. Der geht da nicht hin um zwei Leute Gitarre spielen zu sehen, der will da gut unterhalten werden. Dann ist das nicht mehr die Frage nach guter Musik, sondern wie werden die Leute gut unterhalten. Und bei Pur werden sie halt nun mal gut unterhalten. Und dadurch hat es heutzutage eine Nachwuchsband so viel schwieriger, weil die ganzen Spannungsverläufe eines Konzertablaufs, wenn sie es richtig machen wollen, müssen sie es im Griff haben, wenn sie es nicht im Griff haben, rennen ihnen die Leute weg. Also kriegt die Nachwuchsband doch tatsächlich nur die Leute, die an der Musik interessiert sind. Da kann ich mir auch sagen die Musik die die machen ist gut, die Show ist ein bischen komisch und wie die Sängerin die Titel ansagt, na ja, aber die Musik, die die machen find ich gut. Und deswegen hör ich mir das an.
I.: Ist der Rückschluss richtig , dass das musikalische Können eigentlich nicht wichtig ist?
S.SCH.: Doch. Weil das musikalische Können, es kommt jetzt drauf an, ist das jetzt das handwerkliche, oder?
I.: Um Erfolg zu haben, nicht um gute Musik zu machen.
S.SCH.: Nein, das hat damit nichts zu tun. Definitiv hat musikalisches Können, natürlich ist im Hintergrund immer jemand, der es kann, der einen Song schreiben kann, der dann für Slatko paßt, der kann natürlich nicht singen, aber es gibt ja einen Markt für Slatko-Musik, diese einfache Nummer, insofern gibt es auch Leute, die viel Geld dafür verlangen, dass sie so eine Produktion machen. Die ist dann auch amtlich. Insofern ist Handwerk natürlich von Nöten. Was das Problem bei einer Nachwuchsband ist, ist nicht einmal unbedingt das Können, sondern einfach das die mit ihrer Musik niemand so ansprechen, dass die Leute sagen, da musst Du unbedingt hingehen, da hast du einen tollen Abend.
I.: Es liegt daran, dass die Band nicht so eine Szene um sich gruppieren kann.
S.SCH.: Entweder gibt es diese Szene und dann klappt es relativ leicht, gibt es die Szene nicht muss sich die Band was einfallen lassen, dass die Leute sagen, das ist aber cool. Und dann ist man

natürlich in einem ganz schwierigen Prozess. Dann muss man nämlich was Neues machen. Eines funktioniert nämlich nicht, ich bekomme unzählige Tapes, auch von Bands, die einen Drummer suchen, oder auf Nachwuchswettbewerben, was man halt so macht, da ist halt das meiste Musik, die wir schon kennen, gut nachgemacht. Da klingt das immer wie. Da könnte man schon sagen, das geht an die Musiker und nicht das Publikum, Leute ihr müsst mal versuchen was Neues zu machen. Ihr müsst mal versuchen die Kreativität zu fördern. Das hat natürlich auch wieder was mit der Fähigkeit am Instrument was zu tun. Die Branche zielt letztendlich nicht im Schwerpunkt auf die Entwicklung der Kreativität , sondern ich möchte gerne berühmt werden, Star werden! Ich war beim Pop-Forum neulich. Da geht es nur darum, nur da drum! Es geht nicht um: wie entwickeln Menschen Kommunikationsformen mit Hilfe von Musik? Sondern wie kriegen wir das hin, dass die Leute, die Musik machen auch einen Plattenvertrag kriegen. Der Plattenvertrag wäre ja die Spitze der Entwicklung einer Band, denn mit einem 0-8-15-Titel bekommt man keinen Plattenvertrag. Eine Band, die gut ist, die kreativ ist und abgeht und das ist ja mal knackig, die kriegt sowieso einen Plattenvertrag. Da muss sich gar kein Pop-Forum sich dazwischen schalten und wir helfen euch, weil wenn jemand gut ist bekommt er einen Vertrag. Das war in der Branche schon immer so und wird in der Branche auch so bleiben. Die Band, die gut und knackig ist und keinen Plattenvertrag bekommt, die kenne ich nicht. Ich hab sie noch nicht getroffen. Viele Bands sind auf der Kippe, man könnte es sich das vorstellen, aber unbedingt braucht es Welt auch nicht. Es ist oft so ein Zwischending, ganz gut gemacht und auch witzig, aber man braucht es nicht, und da ist es für die Industrie schwierig zu entscheiden.
I.: Stuttgart hat relativ wenig rausgebracht.
S.SCH.: Wobei zumindest die Region Stuttgart stark ist. Pur, hat Mega-Erfolg, die Fantastischen 4, müssen wir nennen, Fools Garden, Freundeskreis, Massive Töne, die ganzen HipHops.
I.: Was war in der Vergangenheit? Vor ungefähr zehn Jahren?
S.SCH.: Da war nicht viel, stimmt.
I.: Und davor? Wir sind also eine relativ junge Musikstadt, was die Erfolge bei den Künstlern angeht?
S.SCH.: Ja, das stimmt. Mir fällt noch die Die Gilde, Schwoisfuas, Anyones Daughter, Wolle Kriwanek, ein.
I.: Die Idee eine Band zu gründen ist die eine Idee. Die zweite, berühmt zu werden, hat mit der ersten eigentlich nur bedingt was zu tun. Ich kenne so viele junge Bands, da geht es nur da drum. Es ist völlig wurscht wie sie an den Plattenvertrag rankommen. Die jungen Drummer hier: Ich will einen Indorsment - Vertrag. Ja bei welcher Firma? Ja. völlig egal. Da kauft man sich von seinem Taschengeld ein Edel-Drum-Set, aber die nehmen dann die übelste Firma, denn Hauptsache man hat einen Indoorsment-Vertrag. Manchmal denk ich über meine früheren Zeiten nach und kann mich nicht erinnern, daß wir auf einen Plattenvertrag hingearbeitet hätten. Wir haben nur dran gedacht gute Musik zu machen. Es ist richtig drüber nachzudenken beim Thema Medienstandort und wie bekommt man an Gewerbesteuer als Stadt, da mag das ja stimmen, aber von Musikerseite würde ich es gerne verwirklicht sehen, dass die Leute versuchen was zu entwickeln. Mal eine eigene musikalische Identität aufzubauen. Und nicht zum x-ten mal eine Band zu machen, die wie Nirwana klingt, oder zum x-ten mal einen Rap zumachen, der wie Die Fantastischen 4 klingt oder wie Freundeskreis.
I.: Ist es denn so, dass die Motivation Deiner Schüler ist, daß sie kommen, weil sie berühmt werden wollen, oder wollen die Schlagzeug lernen?
S.SCH.: Die wollen Schlagzeug lernen. Einige wollen mit ihrem Schlagzeugspiel berühmt werden, aber das ist ein ganz kleiner Teil.
I.: Sind die Schlagzeuger die Ausnahme?
S.SCH.: Du wirst lachen, ich glaube ja. Ein Schlagzeuger ist ein anderer Musiker, wie ein Gitarrist. Jetzt kommen wir zu einer tieferen Betrachtungsweise warum lerne ich welches Instrument? Die Wahl eines Instrumentes fällt ja nicht vom Himmel, es hat innere Gründe, warum ich mich zu dem oder dem Instrument hingezogen fühle. Wenn jemand in einer Band Schlagzeug spielen will, dann hat der schon so viele Widrigkeiten mit seinem Instrument erlebt, es ist groß, es laut, er hat keinen Proberaum, er hat immer Ärger, wenn er es dazu bringt ein Schlagzeug zu haben, hat er es schon weit gebracht. Ein Bassist ist ein ganz anderer Typ, Ausnahmen bestätigen die Regel, der Sänger ist natürlich scharf, der ist exhibitionistisch veranlagt, sonst ist er kein guter Sänger. Die Musik, die Musiker, die Eltern, alle können sich dem gesamtgesellschaftlichen Trend nicht entziehen. Es ist nun mal sehr hipp berühmt und reich zu werden. Und dann betrifft es logischer Weise gleich alle.
I.: Sind denn die Chancen in Stuttgart genauso groß berühmt zu werden wie in Köln, Hamburg, Berlin?
S.SCH.: Gute Frage. Wenn einer gut ist würde ich sagen spielt es keine Rolle. Wenn ich eine Band rekrutiere hole ich mir die Leute aus ganz Deutschland, denn es spielt da dann keine Rolle. Wenn eine Band nur regional Erfolg hat kriegt sie keinen Plattenvertrag. Wenn sie einen Plattenvertrag will muss sie bundesweit Erfolg haben, sonst macht es keinen Sinn. Denn es gibt kein Label, das sagt, wir verkaufen die Platten eben nur in Stuttgart. Jetzt kommt das Übliche Raster: Wie krieg ich einen Plattenvertrag?, diese Sachen müssen wir ja jetzt nicht besprechen. Jetzt das Radio. Wie kommt man

ins Radio? Weil wenn das Radio den Song spielt, dann können es die Leute hören. Stimmt! Aber damit es das Radio spielt musst Du denjenigen kennen, der sagt, ich bringt das Lied ins Radio. Also einen A&R oder einen Musikredakteur. Wenn der Musikredakteur das Lied anhört und sagt: Unfug! abgesehen davon, dass er täglich 1m50 CDs erhält, und das ist ein riesen Problem, wenn er sagt: Geil! wird es auch gespielt.
I.: Diese Kontakte bräuchte man also. Aber in Stuttgart schwierig, weil der Sender sitzt ja jetzt in Baden-Baden.
S.SCH.: Selbst wenn der Funk hier wäre, würde es nicht viel ändern, weil die lieber die Großen reindrücken. Eine Stunde hat nur 14 Titel. Und die Major wollen natürlich ihre Titel drinnhaben, ist ja auch klar. Für eine Band ist meiner Meinung nach der Weg ein ganz anderer, wenn sie Erfolg will, nämlich sich ein Publikum zu erspielen. Sich diese Mühe zu machen, haben die bloß keine Lust mehr. Eine Band hat das so gemacht, und die heißt Pur.
I.: Ich höre relativ oft, dass viele Bands, Musikprodukte nicht diesen Weg gegangen sind. Wie denn?
S.SCH.: Das frage ich mich schon auch manchmal. Aus der Retorte, keine Ahnung. Es kommt plötzlich so ein Projekt raus.
I.: Aber die Leute, die das tun sitzen ja auch nicht in Stuttgart.
S.SCH.: Man muss an der Quelle sitzen, dann kann man das live promoten. Diese No Angels zum Beispiel.
I.: Was heißt an der Quelle sitzen?
S.SCH.: Die Kontakte haben.
I.: Die Kontakte sind ja Standort abhängig. In Köln hat man Kontakte zu Fernsehleuten, oder wie?
S.SCH.: Wenn ich aber in Stuttgart sitze und ein gutes Produkt mache, rufe ich den Ebertshaber von Kick an und dann sende ich es ihm, wenn er es gut findet macht er es dann auch.
I.: Eine Agentur zu gründen, eine Produktionsfirma, und so weiter, wäre also auch in der Region Stuttgart genauso gut möglich, wenn man Kontakte hat?
S.SCH.: Das verrückte ist die Medien machen uns vor, dass es dank der neuen Medien egal ist wo man sitzt, aber ich glaube der Kontakt von Mensch zu Mensch ist doch wirkungsvoller. Daher ist der Standort Köln, wenn man zum Fernsehen will, eben doch besser. Die Musiker, die ich in Stuttgart kenne, die deutschlandweit spielen, die setzen sich ins Auto. Da ist Stuttgart nicht so schlecht. Man ist schnell in München, in Frankfurt. Wenn man mehr im Norden unterwegs ist, ist Stuttgart schlecht. Der Daniel spielt in der Band von Barbara Dennerlein und die ist unglaublich viel unterwegs. Oft auch in Österreich. Und für ihn ist Stuttgart perfekt. Als ich bei PE Werner gespielt habe, kam ich aus Stuttgart und der Gitarrist aus Hamburg. Da ist es denn egal. Für eine Firma ist es anders. Der Kontakt über Email funktioniert erst dann, wenn ich den Kontakt schon habe. Wenn eine tolle Band aus dem tiefsten Schwarzwald kommt muss sie sich halt auch ins Auto setzen oder ins Flugzeug. Eine Band wie Nirwana kommt auch aus Seattle. Von Seattle hat man vorher auch nix gehört, als Musikstandort, und die haben die Musikgeschichte revolutioniert. Wenn die Musik toll ist, dann läuft es.
I.: Kann man das fördern, dass die Leute was an den Start bringen? Du hast eine Ausbildungsstätte für junge Musiker. Kann man Kreativität fördern oder nur Technik lehren? Ab wann kann man Kreativität fördern und wie?
S.SCH.: Kreativität braucht erst mal eins: Raum, wo sie stattfinden kann. Wenn Raum geschaffen wird dafür, sowohl inhaltlich, als auch räumlich, dann kann es entwickelt werden.
I.: Kannst Du das anhand eines Beispiels zeigen? Was heißt das?
S.SCH.: Beispiel: unser Schulsystem. Ich hab hier eine Schülerin, die ist an einem Musik-Gymnasium in Stuttgart. Die nimmt an einem Wettbewerb teil, bei dem man zwei Stücke vorspielen muss, aus zwei Epochen. Ihr Instrument ist Schlagzeug, mit dem macht sie Abitur. Jetzt geht sie zur Musik-Lehrerin und erklärt, es gebe wenig Literatur, sie möchte gerne was Eigenes schreiben. Dann sagt die: wenn Du ein eigenes Stück machst, musst Du gegen Bach und Beethoven konkurrieren. So viel zum Thema wie man Kreativität fördert. Da wird kein Raum gegeben. Es gibt in der gesamten Ausbildung unserer nachwachsenden Mitbürger kein Platz für Kreativität. Kunst-Unterricht findet in der Schule höchstens zwei Stunden die Woche statt. Ansonsten werden wir mit Informationen gefüttert, die wir wieder abrufen können. Ich sehe Kreativität im Musikbereich genauso wie in anderen Bereichen. Die Fähigkeit Neues zu schaffen mit Hilfe von Kombinationen von Bestehendem. Nichts Anderes ist es. Ich halte es für unterentwickelt. Die Leute, die es machen, die kriegen es ja auch immer hin, aber das muss man für sich selbst privat lernen. Wir bieten in unserem Unterricht diese Einheit an, die gehört immer dazu, kreative Konzepte zu lernen. Aber wenn eine Band keinen Proberaum hat, wird sie es nicht machen können. Aber wenn es daran scheitert, dass eine Band keinen Proberaum findet, ist es traurig. Ich finde die Gemeinde muss keine Proberäume bauen, alle Schulen sollten ab 17h den Bands zur Verfügung gestellt werden. Bei meiner ersten Band haben wir es so gemacht, wir sind so lange zu unserem Rektor am Gymnasium, bis wir durften. Mein Vater hat sich damals dafür verbürgt, dass nichts passiert. Ich finde es auch nicht gut, wenn die Leute alles hingestellt bekommen, und so jetzt macht mal.
I.: Auf gar keinem Fall eine Überbetreuung?

S.SCH.: Genau, denn das ist kreativitätshemmend. Man kann Räume schaffen, aber man es nicht erzwingen. Ich kenne es, dass Leute zeitweise keinen Proberaum haben, aber wer einen finden will, findet auch einen. Sie müssen selbst aktiv werden. Bei Unternehmen klingeln nach leer stehenden Räumen fragen, die man mieten darf.
I.: Ihr seit eine kommerzielle Musikschule, die Musikschule in Stuttgart hat eine Abteilung musikalische Früherziehung, Gruppenunterricht bis Bandgründung, etc. und das ist doch nicht schlecht. Warum geht man zu euch und nicht dort Schlagzeug lernen?
S.SCH.: Weil wir besser sind.
I.: Aber ihr seit auch teurer.
S.SCH.: Fast gleich. Das ist die Kunst für einen kommerziellen Betrieb diesen Gebühren zu konkurrieren. Wir kriegen keine Zuschüsse, keine Mark, im Gegenteil wir müssen noch zahlen dafür. Speziell Drum Department als Institution, wo acht Leute den ganzen Tag nichts anderes tun als Schlagzeug zu lehren, zu üben, zu unterrichten, zu erarbeiten, wie man das unterrichten kann, kann natürlich mehr leisten, als eine städtische Musikschule, wo es nur zwei Lehrer gibt und das an zwei Nachmittagen machen.
I.: Wenn die Musikschule konkurrieren will, müsste sie also richtige Abteilungen für diesen Bereich gründen um zu bestehen?
S.SCH.: Das wird trotzdem nicht funktionieren. Eine zentralgesteuerte, geförderte Schule wird nie den Biß haben wie eine Private. Ich war selber schon an einer Schule und bin auch an der Musikhochschule. Das ist eine andere Nummer. Dort eine Dozentenbesprechung und eine Dozentenbesprechung im Drum Department ist ein Unterschied wie schwarz und weiß. Der Selbstständige hat Existenzangst und Feuer unter dem Hintern. Bei einer Festanstellung, an der Musikschule sagen sich viele, was ich heute nicht mach, mach ich morgen. Die Musikschule wirbt ja auch nicht groß um die Plätze. Eine städtische Musikschule könnte Sozialschwache fördern, das können wir ja nicht. Wie sollten wir das überprüfen? Ich kann mir ja von den Eltern keinen Gehaltszettel vorlegen lassen und dann sagen, o.k. dann kriegt mein Dozent jetzt mal keine Kohle. Wir sind eine Spezialschule und die Musikschule hat ja einen anderen Auftrag. Die Leute kommen zu uns, weil sie zu uns kommen wollen und nicht weil sie an der Musikschule keinen Platz bekommen.
I.: Die Musikschule macht wohl ein nicht so attraktives Programm. Der Markt ist groß, der Bedarf ist ja auch sehr groß.
S.SCH.: Solche Schulen wie unsere machen, glaube ich, eine Bedarfsdeckung. Au, das gibt`s könnte ich ja auch mal machen.
I.: Und die Musikschule?
S.SCH.: Wie gucken nicht so was die Musikschule macht. Wir gucken nur was und wie wir es machen und was wir wollen unabhängig was die Musikschule macht. Musikschulen waren früher immer ziemlich zäh. Und Popmusik ist alles andere als zäh! Privatschule heißt auch: kurze Wege, schnelle Entscheidungen. Ich hab mein eigenes Budget und muss niemanden fragen. Wenn mich jemand anruft, er sei in der Stadt und würde einen Workshop anbieten und verlangt 1.500 Dollar. Kann ich in zwei Sekunden entscheiden ob ich es mache. Die Musikschule natürlich nicht. Bei der Musikschule muss ja sogar über neue Notenständer für DM 70.— beantragt werden. Es ist eine komplett andere Struktur. Der Popbereich ist meiner Meinung nach durch uns privaten Leute und private Schulen in guten Händen. Es gibt doch für die Stadt keinen Bedarf den Popbereich zu stärken. Es gibt ja auch eine gute Hochschule. Letztendlich frägt man sich ja auch, wenn wir das zu professionell machen, wo sollen denn die ganzen Drummer unterkommen, als Berufsausbildungszweig jetzt? Gründen die dann auch alle eine Musikschule? Ich finde die Stadt sollte für die Leute da sein, die sich so was nicht leisten können. Das finde ich eine wichtige Aufgabe für die Stadt, denn die Bildung sollte allen zustehen.
I.: Man könnte vielleicht ja auch Förderprogramme machen, die es solchen Schulen wie euch ermöglichen würde zu fördern.
S.SCH.: Ja, gab es sogar mal. Wir hatten einmal ein blindes Mädchen, da hat es das Sozialamt übernommen. Mein Wunsch an die Stadt wäre, dass sie Schulen wie unsere als offizielle Bildungseinrichtung anerkennt. Und auch mit allen Privilegien einer Schule ausstattet.
I.: Das wäre Landessache.
S.SCH.: Ja, aber für ist es auch so o.k., wie wir das hier machen. Eine Ausbildung steht und fällt mit der Institution und den Leuten, die da drin sind. Wenn Du an der Musikschule einen tollen Dozenten hast, kannst Du auch dort einen tollen Unterricht bekommen, der engagiert ist und sich den Belangen seiner Schüler annimmt, sie coacht und über schwere Zeiten hinweghilft.
I.: Kontakte scheinen sehr wichtig zu sein. Bekommen die Schüler denn Kontakt zu den alten Hasen? Kommen die den auch an Adressen, Auftritte, etc. oder gibt es da noch Informationsbedarf?
S.SCH.: Ich glaube, dass es da genug gibt, und dass auch das System der Musiker - Community nicht funktioniert. Weil es einfach semi-professionell ist. Und dadurch ein unglaubliches Konkurrenz-verhalten an den Tag gelegt wird und sie sich extrem um Erfolg beneiden.
I.: Siehst Du das Ellenbogen-Verhalten als etwas Positives?

S.SCH.: Konkurrenz belebt das Geschäft. Wenn andere gut sind, müssen andere Gute noch besser werden. Es liegt meistens in der Persönlichkeit warum es dann doch nicht geklappt hat. Man kann ja auch meist erklären, warum es so ist. Der Musiker macht es aus seiner inneren Überzeugung,. Wenn einer mit zwanzig ein Instrument gut spielt hat er nicht mit siebzehn angefangen, sondern mit zwölf. Er betreibt die Sache also schon lang. Jetzt drängen die auf den Markt, wollen Auftrittsmöglichkeiten. Im Laufe der Popgeschichte wurden Strukturen eingeführt, die sagen das ist unser Produkt. Das Produkt Band, und an diesem Produkt verdienen wir Geld. Durch mp3, peoplesound ist das ja noch diffiziler ist, die Bands verstehen es gar nicht, wie sie ausgenutzt werden. Das scheint mir das größere Problem zu sein. Es ist ja keine Seltenheit, wenn eine Promo-Tour startet, von der Plattenfirma, dass die Techniker, Tourmanager, etc. alle eine Rechnung stellen, bloß die Band kriegt nichts. Es lässt sich schon damit erklären, dass die Bands so scharf darauf sind. Mit junger Musik kann man zwar viel Geld verdienen, aber nicht die Musiker. Das hat auch was mit der Publikumssituation zu tun. Wenn es wieder hipp wäre, abends zu einer Liveband zu gehen und die Leute bereit wären DM 15 für eine 0815-Band zu zahlen, dann...
I.: Das sind sie eben nicht. Was kann man da tun? Es gibt Fernsehen, man kann sich die ganzen Titel aus dem Netzt runterladen. Es gibt ja viele Möglichkeiten an Musik ranzukommen, ohne dass ich hingehen muss. Also, was kann man tun?
S.SCH.: Einen Nachwuchsband konkuriert halt mit den ganz Großen. Das war früher nicht so. Z.B. am gleichen Abend spielt BonJovi und in der Röhre spielt halt auch eine Band. Dann gehen die Leute, weil sie anspuchsvoll, verwöhnt sind, gewohnt sind gut gemachte Musik zu hören, gehen sie eben zu BonJovi. Je größer der Unterschied wird, je spektakulärer der Act, desto schwerer hat es die Nachwuchsband. Mir hat eine Situation wirklich zu denken gegeben. Ich hab mal mit einen 180-Mann-Orchester im Rosengarten/Mannheim eine Musical-Gala gespielt, zwei Tage ausverkauft. Die Sänger haben die Szenen nur angedeutet und die Musik stand im Vordergrund. Danach waren wir essen und ich halte einem älteren Ehepaar die Tür auf, und frage: Waren sie auch im Musical? Ja. Und hat es Ihnen gefallen? Die Ausstattung und die Technik waren nicht so toll. Das ist es, dachte ich mir. Der Unterhaltungswert für die Musiker war so extrem hoch, da geht jeder Musiker mit Gänsehaut raus. Aber der Otto-Normal-Verbraucher geht lieber zu Miss Saigon mit Hubschrauber, bunten Lampen und freut sich wie ein Kind.
I.: Junge Musiker müssen also mehr den Unterhaltungswert berücksichtigen.
S.SCH.: Wenn sie das nicht berücksichtigen werden sie scheitern.
I.: Dann bräuchte man ja ein Show-Schule.
S.SCH.: Eine Schule in der man lernt, wie kreiert man einen Spannungsverlauf. Wer clever ist guckt sich vieles an und kann das dann vielleicht auch machen. Man könnte jedoch auch sagen, die Hörkultur der Leute muss ändern. Nicht nur Knall und Fall, ob es raucht, 1000 Lampen da sind. Die Show war super, aber die Musik hören sie gar nicht mehr. Man muss den Leuten wieder Kultur zeigen und dafür Raum geben. Die brauchen Zeit. Und das ist heutzutage auch wieder nicht hipp.
I.: Wie kann man Stuttgart Raum für Kultur geben?
S.SCH.: Wenn ich eine Entscheidungsposition hätte, würde ich in der Schule anfangen, dort wo die jungen sitzen. Denen würde ich ein Kulturfach verpassen. Musik, Kunst, Literatur, Film, alles. Dort gute Lehrer aussuchen, die das wecken und die Jugendlichen damit reizen, mal wieder genau hinzuhören.
I.: Interessierte Leute sind ja nicht das Problem, sondern die, die keinen Zugang finden, die nicht wissen was dahinter steckt, keine Zugänge zur Musik haben. Und Leute die keine Hörkultur haben.
S.SCH.: Für mich fängt es eben bei der Schule an. Das Gegenteil passiert. Noch schneller, noch tougher. Die Leute die ich kenne, die Erfolg haben sind kunstbeflissene Menschen und nicht Arbeitsviecher.
I.: Das ist schwierig zu realisieren. Gibt es andere Möglichkeiten? Müssen wir Live-Kultur mehr fördern, mehr Räume schaffen?
S.SCH.: Was nicht sein darf ist, dass man dem ganzen ein Label aufzwingt. Ich bin Verfechter des Bundesrockmusikerverbandes, das ist mir persönlich zu viel geklüngel. Was eine gute Sache ist, die Jugendhäuser zu unterstützen. Die sind schon da, denen mehr Geld geben, zielgerichtet vielleicht für Konzerte und Proberäume.
I.: Wer macht zur Zeit Popmusik-Nachwuchsförderung in Stuttgart?
S.SCH.: Cumulus, Cafe Ratz, Zentrum Zinsholz, Baden-Württemberg Rockt, Rockstiftung. Forum müssen ja keine Wettbewerbe sein. In jedem Jugendhaus eine gute Anlage und jeden Samstag können Bands spielen.
I.: Also nicht in Leute, sondern Infrastruktur investieren.
S.SCH.: Klar. Aber damit die Jugendlichen auf die Idee kommen eine echte Band zu machen, muss wohl erst Hollywood auf die Idee kommen ein riesen Videoclip zu machen, in Stuttgart. Dann vielleicht. Aber sonst die grundsätzlichen Strukturen sind ja schon da. Wenn man das publik macht, dass das ein echter Wirtschaftsfaktor ist, ist dem ja schon gedient. Vielleicht wissen auch viele nicht, dass sie für DM 400.--/500.—im Monat ihren Keller als Proberäume vermieten könnten.

I.: Man bräuchte einen Mittler zwischen Musikern und der Wirtschaft.
S.SCH.: Weiß ich nicht. Anderes Beispiel: Peoplesound, das ist doch die Idee wie sauge ich Bands aus auf die Spitze getrieben. Peoplesound verkauft übers Netzt, Bands stellen sich rein und peoplesound verkauft deren CDs, die normalerweise über Konzerte verkauft werden. Als mp3 haben sie 50.000 Bands. Von diesen Bands werden im Monat 25.000 Platten im Monat verkauft. Das heißt pro Band eine halbe CD. Für peoplesound heißt das die Hälfte von den verkauften Platten. Wenn eine Platte im Schnitt $20 kostet sind das $250.000. Da können die groß tönen, wenn eine Band einen Plattenvertrag bekommt, geben wir sie sofort frei. Die Idee im Internet sind alle gleich, dann geh ich zu peoplesound und da gibt es eine Hitparade von ihnen selbst. peoplesound empfiehlt. Jetzt bin ich doch wieder beim gleichen System, was die Plattenfirmen auch tun: Hitparaden. Glaubst Du eine Rock`n`Roll-Band, Soulband oder Independent-Band auf Platz 425 von der Sparte steht, wird gehört? Wer hört die denn an? Das ist doch das gleiche Massengrab wie vorher! Eines müsste man machen, es dürfte keine zentrale Stelle geben, die Macht besitzt. Das ist das was die Bands bemängeln. Wenn es Stellen gibt, die entscheiden, Jury, beim Radio die Redakteure, bei der Plattenfirma der A&R-Manager.
I.: Eine basisdemokratische Struktur reinbringen?
S.SCH.: Da bin ich Realist genug zu wissen, dass das nicht geht. Bei mir ruft eine Hammerband an, sagt sie braucht für zwei Auftritte einen Drummer. Ich hab vielleicht fünf Leute von denen ich weiß die könnten es, wie entscheide ich jetzt? Es liegt in meiner Hand, weil die Information bei mir zusammenläuft. Und das ist das grundsätzliche Problem: die Kunst wird gewertet. Bei einem Club genauso. 50 Bands kommen mit CDs nur zwei dürfen spielen, einer muss entscheiden.
I.: Man sollte also, wenn man so was in Stuttgart machen will immer wieder nachfragen was passiert an der Basis? Was ist los und wo?
S.SCH.: Die Möglichkeit der Bands zur Kreativität, dass das ausgebügelt wird ist ganz wichtig. Das gute Produkt setzt sich sowieso durch.

Interview Nr. 8 mit Arne Braun, Chefredakteur Lift Stuttgart
am 17.05.01, 17: 15 –18:00 Uhr in der Redaktion PV Projektverlag, Stuttgart-Mitte

I: Hallo Arne! Zuerst ein paar Fragen zu der Institution, zur Firma, zu LIFT. Seit wann gibt es Lift Stuttgart?
A.B.: Seit nahezu zehn Jahren- LIFT Stuttgart. Der P.V. Projekt-Verlag, der Lift herausgibt, ist ein unabhängiger Verlag, gehört keinem Großkonzern an, wir gehören uns selber. Lift Stuttgart als Produktbeschreibung, ist ein Stadtmagazin mit kulturellem und kulturpolitischem Hintergrund. Wir versuchen unseren Lesern ein Leitfaden durch den Kulturdschungel in der Stadt zu geben und Lebenshilfe anzubieten. Der Kern ist der Veranstaltungskalender und alles was mit Service, Adressen usw. zu tun hat, darüber hinaus ein Online-Auftritt der sich mit allem was in der Stadt passiert beschäftigt und noch diverse andere Veröffentlichungen, wie der Uni-Tipp der zweimal im Jahr sich an die Zielgruppe Studenten richtet und da auch wieder Hilfe bietet „Neu in der Stadt“, usw.. Das so als Beschreibung was Lift eigentlich ist.
I: Wie viele Mitarbeiter habt ihr?
A.B.: Festangestellte sind es zehn oder elf glaube ich.
I: Und freie?
A.B.: Freie Mitarbeiter sind es eine ganze Reihe. Journalistisch sind bei uns sehr viele Fotografen usw. Schätzungsweise ca. 30, insgesamt. Aber da sind noch die dabei die ab und zu einmal im Monat einen Beitrag abliefern oder auch alle drei Monate mal. 30 bis 35 freie Mitarbeiter.
I: Was ist euer Aktionsradius? Seit ihr regional oder lokal?
A.B.: Wir sind ein Regionalmagazin, klar. Wir kommen aus Stuttgart, machen für Stuttgart und betreuen genau so gut die Region. Die Region geht so von Göppingen bis Leonberg, Böblingen, Ludwigsburg, Heilbronn, Mannheim, Pforzheim, Tübingen. Mittlerer Neckarraum sagt man so, aber das trifft es nicht so ganz. Einzugsgebiet sind 1,8 Mio. Einwohner.
I: Wie groß ist die Musikberichterstattung , alles was mit Musik zutun hat, wenn man es in Prozent ausdrücken will. Wie viel Prozent macht den Inhalt aus?
A.B.: Einen sehr wichtigen Stellenwert hat Musik neben Film im Moment, was die Kulturgenres angeht: den größten, zweitgrößten, wenn man die Nightlife-DJ-Ecke und Houseszene noch dazu nimmt ist es mit Abstand die größte. Die größte Kultursparte bei uns im Heft. Dadurch dass wir noch Musikthemen anders aufbereiten, nicht nur Musikteil mit Plattenrezension da und Konzertankündigung da, sondern auch ein Magazinteil im vorderen Heftteil , taucht da ein Interview mit Afrob auf oder mit Turntablerocker oder ein Einseiter-Interview Thomas D. oder so, das gehört ja auch alles zum Thema Musik und lokale, regionale Musikszene.
I: Wie viel Prozent ungefähr?
A.B.: Wenn man den Service mit rein nimmt, Ankündigung, Veranstaltungsankündigung, Tagestipps, Musik - ABC würde ich insgesamt schätzungsweise auf 20 bis 25 Prozent kommen.
I: Und wie viele Leute habt ihr, die für diesen Musikbereich arbeiten? Im Stellenprozent ausgedrückt.
A.B.: Also es gibt einen Zuständigen hier für dieses Thema Musik , auch lokale/regionale Musik. Das bin ich. Dann gibt es die Nicole bei uns, Volontärin , die kümmert sich um Nightlife. Die hat auch die Kontakte zu Diskothekenbesitzern und Clubmachern und Partymachern. Dann gibt es diverse freie Mitarbeiter, die regelmäßig für uns musikalische Themen aufbereiten. In Stellen ist es natürlich ganz schwer auszudrücken. Ich kümmere mich zu 30 Prozent meiner Stellung Musik oder um 25, es ist ganz schwer zu sagen. Wenn man die freien Mitarbeiter dazu nimmt, die natürlich auch Input und Anregungen bringen und auch schreiben usw. kann man sich vielleicht so auf zwei einigen.
I: Es kommt die Frage nach den Finanzen. Was hat es für eine geldmäßige, finanzielle Bedeutung , überhaupt diese Veröffentlichung, Musik-Berichterstattung, also alles was Print betrifft. Wie groß würdest Du da den Umsatz schätzen in der Region. Ist es bedeutsam oder ist es eher ein kleiner Teil?
A.B.: Also die Musikszene, die Musikecke insgesamt?
I: Die Berichterstattung über Musik, die Ankündigung von Musik.
A.B.: Also welchen Umfang die Berichterstattung über Musik in der Region...

I: Ja, ist es ein großer Teil in der Regionalmedienlandschaft oder eigentlich ein relativ geringer?
A.B.: Nein, es ist eher ein Stiefkind eigentlich, also insgesamt in der regionalen Berichterstattung. Es gibt abgesehen von der Motorpresse, kein reines Musikmagazin hier aus der Region. Um ehrlich zu sein Audio und Stereo....usw. wollen sich raushalten , weil sie mit der regionalen Musikszene ja nichts zutun haben, wenn man ehrlich ist.
I: Kannst Du mal einschätzen, wie viele Leute Du denkst, dass in der Region sich pressemäßig um Musik kümmern?
A.B.: Das kann man gar nicht schätzen. Weil ich kenne Leute, die in Reutlingen beim Fancine was machen. Ich kenne Leute die in Ludwigsburg im Scala - Heft Tagestipps schreiben oder was auch immer. Es ist ganz schwierig.
I: Ja, alle Leute sind es über 100, über 1000?

A.B.: Das ist die Millionen-Frage. Über hundert würde ich natürlich sagen, klar. Bei den Tageszeitungen gibt es auch oft Beauftragte dabei. Bei den Stuttgarter Nachrichten oder so die kümmern sich da auch drum. Es sind so Sachen, die kann man quantitativ glaube ich nicht festlegen. Da interessiert sich ein Redakteur bei der Böblinger Zeitung er hat eine Affinität zur Jazzmusik. Schreibt ab und zu Kritiken. Gehört er dazu oder gehört er nicht dazu? Schwierig! Also, da kannst Du natürlich sagen, wenn Du die alle dazu nimmst, die sich auch privat für Musik interessieren und das Einfluss hat in ihre Arbeit, dann sind es von mir aus auch 500.
I: Es sind eigentlich relativ viele Leute in der Region, die sich damit beschäftigen.
A.B.: Es ist ein Thema über das man redet, sagen wir mal so. Also ein Thema wo man auch den Austausch sucht, auch in den Diskos sucht.
I: Was hältst Du von Stuttgart als Popularmusikstandort?
A.B.: Stuttgart ist ganz spannend. Ich will weg von dieser HipHop-Kiste, weil die HipHop-Kiste wie sie im Moment läuft, finde ich eigentlich das unspannendste überhaupt an der ganzen Musikszene. Weil das was Thomas D. letztens im Interview, was ich gemacht hab, sehr deutlich gesagt hat, sehe ich auch so. Weil im Moment wird jeder der irgendwie .... Baggytrousers trägt und kiffen kann, wird von der Straße weg gecastet und darf dann irgendwie im Studio rumhoppeln und rum rappen und so, Samir und so weiter. Ich möchte denen nicht zu nahe treten, um Gotteswillen, aber ich finde das musikalisch, qualitativ am uninteressantesten. Ich find dann die Szene House, Jazz, diese Orbit Experience Geschichte zusammen mit dem Kammerorchester musikalisch viel spannender. So was. So Grenzberührungen. Kann ich die neue Thomas D. auch dazu nehmen, obwohl ich die persönlich nicht wahnsinnig spannend finde. Aber so Discos, Pop von mir aus, find ich spannend und die Indieszene auch. Womit ich wenig anfangen kann und was ich auch gar nicht einschätzen kann ist dieser Mainstream - Rock. Von Funk über, ich glaub auch sehr viele Mitglieder von der M.I.R., die so halt rocken, Langhaarige, Gitarre usw. das kann ich überhaupt nicht einschätzen.
I: Wo würdest Du die Stärken im Künstlerbereich sehen? Was gibt `s Gutes und was gibt es Vieles?
A.B.: Das was gut ist, ist das Risikofreudige. Also das was ich mit Grenzerfahrung, Grenzberührung meine. Also Orbit Experience z.B., Ich will jetzt auf dem Ding nicht rumreiten. Aber daraus entsteht wieder was ganz Anderes. Und da kommt Pauls Musique um die Ecke machen einen Sampler, wo es wiederum Berührungspunkte gibt mit der Szene in Wien, die dann remixen oder auch im Le Fonque, der Blowshop usw. was auch so house, kleines bisschen Techno, aber eigentlich Popmusik ist. Da passiert unglaublich viel. Also die Szene finde ich vital und komplett unterschätzt. Die machen auch jetzt zum ersten Mal Sampler und gehen an die Öffentlichkeit. Wird aber selten zur Kenntnis genommen, was eigentlich schade ist. Wie gesagt überbewertet sowohl in Anzahl der Menschen , die da HipHop machen als auch qualitativ ist diese HipHop-Kiste. Aber das war klar, dass ein Erfolg zu einer Inflation führt. Das ist ja nahe liegend und dadurch, dass die Radiosituation, die Radiosender landschaftlich verändert hat, hat HipHop eine viel größere Breitenwirkung bekommen. Eigene Sendungen im BigFM, bei Das Ding spielen sie eine große Rolle, es wirkt einfach viel breiter. Was schade ist, bei Das Ding gibt es ein bisschen, jetzt sind wir bei der Radiolandschaft...Was ein bisschen schade ist, was ich eben angesprochen habe, sind die Grenzgänger die etwas Crossover sind, die etwas anders sind, abseits von Mainstream sind, dass die wenig Platz haben, sich zu präsentieren. Pressemäßig findet es bei uns ein bisschen statt, klar, auch viel zu wenig, dafür haben wir auch tausend andere Themen im Heft, aber auch bei den Tageszeitungen, bei der normalen Presse und vor allen Dingen im Radio. Also es ist ein echtes Manko, das muss man echt sagen, dass die öffentlich-rechtlichen Programme hier, Das Ding nehme ich ein bisschen aus...
I: positiv...
A.B.: ...dass bei SWR 3 und Ersten sowieso nicht, nix stattfindet. Die kommerziellen, wie Antenne 1 und Big-EM auch noch ein bisschen, weil sie halt Jugendkultur abbilden wollen. Aber ansonsten haben die keinen Platz, die haben keinen Sendeplatz. Es gibt ja einen festen Sendeplatz, wie gesagt Das Ding nehme ich jetzt aus, wo diese Bands sagen können, es gibt jetzt diese Newcomer-Ecke oder diese junge Ecke.
I: Warum gibt es keinen Platz?
A.B.: Ich habe mich mit Radiomachern darüber unterhalten. Die sagen, es ist für diese Zielgruppe völlig uninteressant. Wir brauchen Masse. Die öffentlich-rechtlichen sagen, wir müssen bei der Umfrage, die zweimal im Jahr stattfindet, so und so abschneiden. Es ist völlig uninteressant Orbit Experience zu spielen, wir müssen Robby (Robbie Williams) spielen, wir müssen Melanie C. spielen, wir dürfen keine Experimente eingehen. Und mein Argument immer dagegen, dann macht es doch wenigstens in einer Sendephase wo sowieso keiner zuhört, macht ´s doch Montagsabend von 11 bis 12 Uhr, wie es HR 3 mit Klaus Waltermann macht. Das ist doch wunderbar. Da hört doch sonst keiner Radio, ja aber die Fernfahrer schalten dann ab. Der Argumentation kann ich dann einfach nicht folgen. Das tut mir dann leid. Ein Jugendfunk oder eine jüngere Welle machen zu wollen wie SWR 3 und keine jungen Themen spielen zu wollen, behandeln zu wollen. Der einzige Lichtblick ist Das Freie Radio-Quiz Stuttgart, das den aktiven die Möglichkeit gibt, einzugreifen. Zwar nicht alle, aber da gibt es ab und zu mal , merkt man die Szene, beispielsweise wir machen eine Sendung einmal im Monat,

das sind die Harakiris, die machen eine Sendung, die abseits von der Mainstream Hörgewohnheiten stattfindet. Thorsten B. und Co. machen ja auch für Flüssigkeiten und Schwingungen usw. die dürfen sich da präsentieren. Aber da ist wiederum der Fall, dass die Frequenz natürlich viel zu schwach ist. Also mit dem Freien Radio, das da nur in der Innenstadt ca. 100.000 Haushalte erreichen kann, aber eigentlich eine Wirkung haben müsste, die über Stuttgart hinaus strahlt. Ob Esslingen, Böblingen oder sonst was. Da kann es natürlich keine Wirkung erzeugen.
I: De facto hört es ja auch niemand, oder?
A.B.: (lacht)
I.: Wenn man jetzt überlegt, SWR 3 Stuttgart hat glaube ich 600.000...nicht Sendegebiet sondern Hörer . Das ist schon sechs mal mehr, was Das Freie Radio hat.
A.B.: Ja, das Potential...Da beist sich die Katze in den Schwanz, das ist ja das Problem. Das Freie Radio wird nie im Leben eine relevante Position haben. Aber für Szene als Multiplikator, könnte Das Freie Radio eine wichtige Rolle spielen. Der Endverbraucher wird weiterhin Tina Turner hören wollen.
I: Wie ist denn die Repräsentationsmöglichkeit an sich?
A.B.: Dass auch die Szene untereinander Kontakt aufnimmt. Mensch da hab ich was gehört und der macht das und das und da können wir mit dem mal zusammen oder der erzählt von einem Konzert im High, wo ist denn das High. Warum treten wir da nicht auf? Kann man da mal Kontakt knüpfen? Wir machen in unserer Sendung Veranstaltungsankündigungen. Also das hat mit Lift relativ wenig zu tun, wir machen das mehr oder weniger, Nicole und ich, als Hobby. Aber wir machen dann auch Ankündigungen, Veranstaltungen von Bands in der Region, die wir dann auch spielen. Also wir machen das nicht so wie SWR 3, die machen Rock heute Abend, Röhre blabla usw. Sondern wir sagen jetzt spielt heute Elektrolochmann im High. Und dazu gibt es die Musik, dann kann sich derjenige, der eventuell der sich das anhört und dann auch überlegen. Diese Funktion könnte z.B. Das Freie Radio haben.
I: Jetzt gehen wir mal auf Lift zurück. Wenn man da bei Lift den Musikteil durchblättert, kennt man ja ein paar Bands die da sind. Beim Intro ist es so, da blättere ich halt durch und da kennt man halt fast keinen. Ihr habt aber auch nicht so unglaublich viel in dem Bereich.
A.B.: Das ist ein Problem, dass wir ein kommerzielles Unternehmen sind. Wir müssen auch an unsere Leser denken.
I: Auch an die Fernfahrer denken...

A.B.: Auch an die Fernfahrer denken, die natürlich gerne das Magazin an der Tanke dafür zweimal mitnehmen. Wir müssen auch davon leben. D.h. ich muss dem 48 jährigen Lehrer, der Lift seit zehn Jahren liest und vorher Stuttgart Live gelesen hat, und hier in der Stadt groß geworden ist, der mittlerweile Kinder hat in dem Alter, früher usw. Es ist Mehrgenerationenprojekt Lift, dass es auch vergleichbar ist mit anderen Projekten, wie TAZ oder die Grünen oder so was, die ja auch alle älter geworden sind. Wenigstens genauso befriedigend, mit dem was ich im Heft mache, wie die Teenies, die sagen, O.K., ich will jetzt nicht absolut ein Special Information zur HipHop-Szene, weil dafür kauf ich mir was anderes.
I: Ich sehe schon richtig, dass Lift sich selbst ein bisschen als alternativ, kulturell aus den 68er geprägt entstanden, modernes Stadtmagazin, versteht. Wenn wir das mal wirklich angucken und wir legen jetzt Prinz daneben, was ganz klar ein kommerzielles Heft ist, zack, zack, zack, deutschlandweit und überhaupt und riesiger Mitarbeiterstamm, eine wunderschöne Struktur, kann man viel damit machen, dann wäre es eigentlich doch ganz sinnig wenn man was machen würde, was sich ganz deutlich davon abgrenzt. Aber es grenzt sich ja nur deutlich davon ab, dass ihr keine bundesweiten Madonna-Interviews oder Partnertests drin habt. Oder bin ich da zu böse?
A.B.: Nein, jetzt muss ich aufpassen was ich sage. Dabei unterscheiden wir uns schon von unseren Mitbewerber, dadurch dass wir Themen anders aufbereiten. Die Themen selber überschneiden sich zum Teil. Das hat wohl damit zutun, dass wir eine vergleichbare Zielgruppe damit ansprechen wollen. Ich muss über Zielgruppendefinition, über Kontakte muss ich auch Anzeigen verkaufen. Nicht ich, aber unser Verlag , d.h. davon leben wir ja. Das ist unser Potential. Wir können den Laden auch dicht machen. Wenn ich ein wohlmeinendes, gutes Blättle, wie das Extrablatt, vor zehn Jahren hier in Stuttgart machen will, weil ich politisch bewegt bin, dann kann ich den Laden dicht machen. Oder aber ich hab viel Geld geerbt und kann das Geld reinstecken. Wenn ich aber sage, ich muss kommerziell überleben, dann muss ich mich orientieren und wie gesagt dann brauche ich die Zielgruppe. Prinz macht viel Halligalli und viel bunten Wirbel um die Veranstaltungen, die sie präsentieren, die sie anbieten. Themen vertiefen oder tatsächlich Themen hinterfragen, eine Satire, Kommentare, politische Kommentare finden bei Prinz nicht statt. Dadurch unterscheiden wir uns schon. Und wir haben eigentlich auch eine ganz gute Position, dadurch dass wir in der Medienstadt Stuttgart , wo es eigentlich keine Printmedienvielfalt gibt, in meinen Augen, im Vergleich zu anderen Ballungsräumen, da eine ganz gute Position haben. Also wir dürfen mehr, wir dürfen fast alles außer gegen den journalistischen Ethos verstoßen. Wir dürfen wirklich alles was die Stuttgarter Zeitung, Nachrichten sich nie erlauben würden oder S-Trip von mir aus auch als Beilegerle, was Prinz nicht kann oder nicht

will oder wie auch immer und das ist doch unsere Stärke, in dem wir das Thema Crossgolfing als erster in Stuttgart aufgreifen auf einer Doppelseite, ist es Satire oder nicht, und da rufen mich die Leute an und die Sender rufen an, schickt mir mal den Crossgolfer vorbei, wir wollen ein Interview machen. Und das ist ein Thema, es ist jetzt kein wichtiges politisches Thema, klar, gebe ich zu. Aber andere Sachen wie Kulturpolitik in dieser Stadt ist bei uns immer ein Thema. Ob die Reiterkaserne vermarktet wird oder nicht.
I: Also politisch anspruchsvoller? Für den etwa anspruchsvolleren Leser, der etwas mehr über Dahinter wissen will?
A.B.: Nein, der kann sich auch aus der Stuttgarter Zeitung das Hintergrundwissen holen. Wir bereiten die Informationen ein bisschen anders auf, d.h. wenn wir sagen wir ergreifen Partei, das dürfen wir genauso wenig. Unsere Schreibe ist schon ein Stück weit kommentierender. Was man eigentlich darf, mein Artikel darf ich nicht kommentieren, das ist klar. Nehmen wir das Beispiel Reiterkaserne. Es wurde immer darüber gesprochen, wie viel Kohle gibt es, wie viel wird investiert, wer ist der Investor, wie sieht es aus, kommt diese blöde Popakademie oder nicht. Über die Leute, die da wohnen wurde überhaupt nicht gesprochen. Die da arbeiten, die ihren Fuhrpark eingerichtet haben, ihre Werkstätten eingerichtet haben, hat nicht einer eine Zeile darüber geschrieben. Mit Mike Tier, Workpool oder den anderen Leuten hat nie einer gesprochen, bis auf wir. Wir sind hoch, haben mit denen gesprochen, haben deren Sichtweise auch abgebildet und das meine ich, das ist so die Sicht, die in der normalen Presse hier fehlt. Das verdeutlicht so ein bisschen die Position, wo wir stehen.
I: Du hast gesagt, Szenen sind wichtig. Gibt es eine Musikszene in Stuttgart?
A.B.: Musikerszene oder Musikszene?
I: A und dann B.
A.B.: Das Problem in Stuttgart ist, das es in der gesamten Kulturszene keine wirklichen Treffpunkte gibt. Das bemängeln wir seit Jahren, kritisieren wir seit Jahren und werden das immer wieder zum Thema machen, dann hätte es mal Das Filmhaus werden können, dann hätte es mal ein anderes Haus werden können, dann hätte es auch mal ´ne Kneipe werden können. O.K. ich treffe die Leute im Travellers Club, ich treffe Musiker oder... in Schlesinger treffe ich den und den und dann die Agentur XY und den X treffe ich dann da usw. Aber es gibt kein Treffpunkt. Das ist ein absolutes Manko in Stuttgart. Dass man sagt, O.K. ich geh da hin ohne jetzt so richtig fest verabredet zu sein , man muss ja immer verabredet sein, und dann weiß ich genau ich treffe irgendwen. Von Strachi vom 0711-Büro bis hin zum Andreas Sauer von Loretta oder vom Micha Schmitt bis hin zum Hans Peter Haag oder so, das gibt ´s nicht.
I: Was müsste das sein? Was für eine Musik...?
A.B.: Vielleicht doch für Kultur. Ich würde es nicht auf Musik beschränken, weil Kultur, nimm die Filmemacher dazu, hier wird ja der Medienstandort Stuttgart immer beschworen. Wenn er sich nicht treffen kann, kann er sich ja nicht entwickeln. D.h., wenn eine Band irgend einen Projekt macht, braucht ´s eventuell einen Filmemacher, einen Online-Auftritt, einen Medienberater, ich weiß nicht was. D.h. wenn es da Kontakte gäbe, oder wenn unsereins, Du z.B. , wer auch immer, vermitteln kann, könnte, weil wir uns da treffen, weil ich hab gehört, der macht das und das, hättest eine Idee, wer könnte ein Video machen oder so. Kennst jemanden der für Lowbudget usw., die Band klingt so und so, so was findet ja gar nicht statt.
I: Ist so was örtlich oder als Person nicht überholt durch die neuen Medien, Internet?
A.B.: Glaube ich nicht. Also es gibt nichts spannenderes als persönlich in Discos... Das könnte auch so passieren. Da könnte es Institutionen geben, die so was anbieten. Zum Teil könnten wir auch die Funktion übernehmen, wenn wir nicht das Platzproblem hätten. Man kann so was nicht als online, Chat oder Kleinanzeigenabteilung zum Thema Musik, suche den und den und das und das. Aber wenn man sich persönlich kennt, läuft da ne ganz andere Kiste. Und örtlich könnte tatsächlich ein Veranstaltungsort sein, wo auch aktiv Musik stattfindet, d.h. wo Veranstalter was machen. Es muss nichts großes sein, darf auch nicht das Longhorn sein oder so was, das ist falsch. Aber es muss diesen Bereich haben oder die Möglichkeit anbieten miteinander zu reden. Auch Veranstaltung zu machen, Diskussionsveranstaltung zu machen. Popakademie... gutes Thema, was immer noch auf meiner Tagesordnung steht und machen werde...
I: Denkst Du, dass die Popakademie hierher kommen müsste?
A.B.: Es könnte z.B. für dieses Problem, so eine Art Lösung sein. Ob jetzt im Hallschlag dann der Treffpunkt stattfindet oder nicht, weiß ich nicht. Aber dadurch würde eine Szene entstehen. Dadurch würde irgendwas entstehen.
I: Wie?
A.B.: Jetzt muss ich aufpassen, was ich zur Popakademie sage...Ich lehne die Popakademie aber aus anderen Gründen ab.
I: Erkläre es.
A.B.: Ich möchte meinen den Pop kann man nicht lernen. Das Business kann man lernen, aber Pop selber kann man nicht lernen.
I: O.k. sagen wir mal Popbusiness-Akademie.

A.B.: Damit bin ich ein Stück weit mit einverstanden. Ich bin da wahrscheinlich auch meiner Zeit hinterher. Ich bin da ein Stück pur Konservativer, immer den Rock ´n´ Roll-Gedanken eigentlich verfolgend. Jeder ist ein Künstler. Und als Musiker stell ich mich hin und mach so wie Ende der 70er Jahre Musik und dann funktioniert das. Das ist natürlich ein Irrglaube, das weiß ich auch, aber das ist so ein bisschen naiv verträumt, romantisch verklärt. Auf der anderen Seite definiert die Popakademie für mich Musik nahezu ausschließlich über einen kommerziellen Wert. Und das ist für mich ein Problem. Weil, das meine ich mit romantisch verklärt, Kultur hat natürlich einen kulturellen Nährwert, als jetzt zusagen, wir haben ´ne Plattenfirma, ich hab einen Manager, ich mach einen Vertrag über drei CDs und werde dann einen Umsatz von XY machen. Er macht das Video für die und die Kohle, ich lauf auf Viva, MTV usw. Das ist für mich nähere Begleiterscheinung. Worum es eigentlich geht, ist der Inhalt. Und der kommt bei dieser, wenn es mal eine Konzeption gäbe, oder wenn ich davon mal was erfahren würde, wenn mir Herr Palmer mir das mal zukommen lassen würde, dann könnten wir auch darüber reden. Aber so wie ich das bisher mitbekommen habe, kommt mir der Inhalt zu kurz. Das ist das Problem bei der Popakademie.
I: Was ist eine Popförderung für Stuttgart? Würde das dann heißen, dieses Kulturgut Musik, dass diese Kreativität in der Breite fördern muss oder geht es letztendlich nicht jedem drum, dass er wirtschaftlich Erfolg hat?
A.B.: Richtig, ich glaub es geht nicht jedem darum, wirtschaftlich erfolgreich zu sein.
I: Ist das legitim?
A.B.: Es geht jedem darum, ohne es jetzt so zu meinen, sich selber zu verwirklichen Es geht jedem darum tatsächlich, wenn ich jetzt Musik machen will, ich hab ein gewissen Talent von mir aus, oder eine Affinität, ich brauche einen Proberaum und ich brauch eventuell einen Auftrittsort, weil nur für mich allein...macht natürlich keinen Sinn. Ich brauch auch Möglichkeiten der Öffentlichkeit zu präsentieren. Dafür muss es einen Rahmen geben, gar keine Frage.
I: Aber in dem Moment, wo man an die Öffentlichkeit geht oder Live-Auftritt hat es ja eigentlich schon ´ne wirtschaftliche Bedeutung.
A.B.: Nein, natürlich nicht. Natürlich, wenn Du fünf Mark Eintritt nimmst, hat es schon eine wirtschaftliche Bedeutung, weil das geht Geld hin und her. Aber das ist nicht das primäre Ziel, die Umsätze zu machen. Das primäre Ziel von Rockmusik, da können wir noch philosophieren, das Thema könnten wir noch stundenlang debattieren.
I: Also, ich versuch es so zu greifen: Das Ziel mit Deiner Musik ist ein Lebensgefühl, eine Nachricht, Musik als Medium zu begreifen und was weiter zugeben und nicht um nachher nach dem Auftritt 1000 DM mehr in der Tasche zu haben.
A.B.: Richtig. Dann haben die Musikmacher nicht eine Karriere als Boygroupmitglied, nur weil ich geil darauf bin im Fernsehen aufzutreten und viel Kohle zu machen, sondern ich mache Musik weil ich mich für Musik interessiere.
I: Geht das so, das man irgendwie so gecastet wird ....
A.B.: Die ganzen BigBrother - Leute haben Verträge über die nächsten vier Jahre und sind festgelegt auf die und die Firma, dürfen keinen Auftritt ohne Absprache und ohne Kohle abzuführen, ohne nicht Kohle abzuführen. Endemol usw. durften ja nichts machen, das hat ja mit dem wohl gar nichts mehr zu tun. Das ist ja eine Geldvermehrungsmaschine. Und diese Popindustrie ist ja eigentlich in erster Linie darauf angelegt, Geld zu vermehren. Damit sind sie ja vor zehn Jahren auf die Nase geflogen, weil sie neue Medien nicht entdeckt haben, weil sie den Fall der Mauer falsch eingeschätzt haben, und weil sie sich um falsche Künstler gekümmert haben. Also Intercord ist das beste Beispiel, ist ja von hier, dass man halt einerseits Künstler vernachlässigt hat, Helga Pictures usw., die Geschichte ist altbekannt, andererseits Trends überhaupt nicht erkannt hat, Fanta 4 und HipHop, Dieter Thomas Kuhn, die ja alle wollten, und Intercord: nee, kein Thema für uns. Und drittens dann noch, würde ich erwähnen, sind traditionelle Sachen, wie Pur und Reinhard May usw. Die auch den Bach runtergegangen sind. Das war verfehlte Geschäftspolitik, die man auf zehn Jahre ansehen konnte. Jede Entscheidung war klar, es führt irgendwann zum Fiasko.
I: Wo sind denn diese Artists und Repertoires, die nachher von der Kultur zum Kommerz führen, diese Brücke schlagen? Wenn die Großen das nicht machen, was wäre dann gut, oder was wäre eine Lösung. Wie könnte man es schaffen, dass die Region Stuttgart, besser vertreten ist oder dass sie sich besser vertritt im Musikbereich. Wie? Was soll man tun?
A.B.: Egal was ich jetzt sage, Ihr werdet mir immer wiedersprechen. Weil, dieses romantisch Verklärte klammer ich jetzt aus, wie sind jetzt wieder auf der anderen Schiene, dass wir sagen was können wir tun, damit Bands doch besser betreut werden oder dass Bands eine Chance haben und die Musiklandschaft hier verbessern. Stuttgart hat ja einige Tiefschläge hinnehmen müssen in der Hinsicht und davon hat sich gerade die musikproduzierende Industrie nicht wirklich erholt. Four Music ist das einzige relevante Label hier, die Intercord und die kleineren, Deshima usw., die eher uninteressant sind. Sind nicht wahrnehmbar hier. Die Firmen sind in Berlin. Damit sind wir wieder beim Ausgangspunkt Berlin, Hamburg oder von mir aus auch Köln, München und die haben ganz andere Kriterien nach denen sie entscheiden, wen sie unter Vertrag nehmen. Ich glaub, wir müssen

zu dem Punkt kommen, dass wir versuchen rauszukriegen, was Politik und Verwaltung und Administration machen könnten um die Situation zu verbessern. Also ganz konkrete Hilfestellungen. Lametieren darüber, warum die Musikindustrie Fehler vor zehn Jahren gemacht hat und dadurch haben es die Bands heute vielleicht schwerer einen Plattenvertrag zu kriegen, um es mal wirklich so zu sagen. Für viele aber auch zum Glück, weil dann werden sie so schnell auch nicht so blöd gedroppt. Siehe das beste Beispiel Helga Pictures, Zam Helga, große Talente, die es nicht geschafft hat, weil sich nie jemand wirklich ernsthaft um sie gekümmert hat, bei der Vermarktung usw.
I: Wenn wir jetzt diese Grundlagenforschung jetzt mal irgendwie beenden. Wenn ich jetzt Stuttgart gegenüber Hamburg, München, Köln, Berlin sehe; wo ist denn da der Punkt, wo man sich als Stadt, als Region auch musikalisch irgendwie, irgendwo verorten kann. Soll man versuchen mit dem Standort zu konkurrieren oder soll man eher auf Nischen setzen? Es gibt ja immer das Problem, dass man Künstler fördert oder mit Künstlern was macht und die sind dann weg.
Also z.B. Freistil (ehem. Känguru, Steinweich) haben wir jetzt gehabt, jetzt BMG (Bertelsmann Music Group) München, Vorgruppe von PUR, von daher zurückgeführt, aber es ist eigentlich ein Glücksfall. Sag mal vielleicht abschließend was zu diesem Grundansatz, ob Du so was verspürst, was das sein könnte.
A.B.: Fitz Braum hat es ja eigentlich ganz gut auf den Punkt gebracht. Den haben ja auch alle für verrückt erklärt, als er gesagt hat, er geht nach Stuttgart und macht Four Music. Die ganze Branche hat sich angeblich tot gelacht über ihn, und eigentlich hat ihm die Erfahrung recht gegeben, das sagt er auf jeden Fall. Weil Stuttgart eine unglaublich spannende Stadt ist, die mit vielen Klischees zu kämpfen hat. Hier gibt es eine vitale Szene, hier ist viel möglich, aber man hat so nach außen, ich mein das ist ja der ganze Medienbereich, es trifft ja nicht nur .... es ist ein echtes Imageproblem, das wir uns selber, ich bin ja kein Schwabe, aber lange genug da, dass ich sagen kann , wo wir auch zuwenig dagegen tun. Die Medien tun zuwenig dagegen nach außen, die Politik tut gar nichts dagegen. Der Ministerpräsident ist das beste Beispiel dafür, wie man ein biederes, langweiliges Stuttgart oder Baden-Württemberg in die Welt verkauft und der SWR, unglaublich ja. Mit was für Themen wir uns nach außen präsentieren, wird die Kehrwoche gemacht, wie alle Klischees, die es irgendwo gibt. Es ist ein absolutes Manko, weil es ist abschreckend für jeden. Für jeden, der in dem Business arbeiten will. Für jedes größere Unternehmen, sei es Bertelsmann oder was auch immer, oder wo es ja wirklich irrelevant ist bei Werbeagenturen, machen wir die Dependencen in Stuttgart oder Agenturen von hier, die sagen, gehen wir weg aus Stuttgart. Die Imagekampagne ist so ein bisschen ein echter Treppenwitz. Es wird genau das Gegenteil geredet, genau den gegenteiligen Effekt den es haben soll. Die Ironie die da rüber kommen sollte, funktioniert in der Breitenwirkung überhaupt nicht.
I: Also dieses „Wir können alles außer hochdeutsch“?
A.B. : Ja, genau. Das ist auch nicht lustig, das ist auch nicht ironisch. Es ist zwar so gemeint, aber es funktioniert nicht. Und das ist schade, darunter leiden wir. Wir könnten wirklich anders mit uns umgehen, auch anders mit unseren Werten, mit unseren kulturellen Errungenschaften in Anführungszeichen.
I: Kehrwoche...
A.B.: Nee, ich meine das jetzt positiv. Mit kulturellen Errungenschaften meine ich jetzt in dem das schöne Beispiel, was immer wieder gebracht wird, was aber stimmt, die Fantastischen Vier feiern zehn Jahre Bestehen und die Stadt und das Land geben den Schlossplatz nicht frei. Das ist so ein Imagekiller hoch zehn. Das ist so schade.
I: Was ist ein Imageförderer? Wenn wir jetzt mal von dem Klagegeschrei wegkommen, sozusagen. Was ist der größte Imageträger?
A.B.: Mittlerweile ist es ja so, dass die Politik, auch die konservative Politik, mit HipHop nach außen geht und selbst der Schuster sagt HipHop hoch, hoch usw. Von daher haben die das schon übernommen und die sollen es auch weitermachen. Das ist auch gut. Was wir machen, da sind wir wieder beim Ausgangspunkt, was wir machen sollten, wären so ganz spannende Sachen größer zu verkaufen, besser zu verkaufen. Spannende Sachen im Filmbereich, die hier stattfinden, die Filmakademie, das könnte auch die Popakademie. Da gibt es Ergebnisse, die muss man zeigen, die muss man präsentieren. Man muss Möglichkeiten geben, sich zu präsentieren. Bei dem Thema waren wir auch schon mal. Betrifft auch Bands oder Projekte die dann auch auftreten können. Filme, die man zeigen muss, Filme, die man...
I: Also da passiert zu wenig insgesamt...
A.B.: Man muss sich selber feiern, es ist überhaupt keine Frage. Wenn es eine Filmpremiere gibt, wie Lost Killers oder so was, dann muss man hingehen, es passiert ja auch zum Glück zum Teil, dann muss man da ein Event daraus machen, eine Party daraus machen. Damit alle drüber was schreiben und sagen echt geil, ich krieg so was gebacken. Wenn Promialarm ist, wenn Ben Becker nach Stuttgart kommt und alle schreien und das zeigt ja schon was für ein Understatement hier herrscht, was für ein Minderwertigkeitskomplex hier herrscht, dann müssen alle aufspringen, weil irgendwie ein Schauspieler, kann man drüber streiten, ob er gut ist oder nicht, das zeigt eigentlich so diesen

Minderwertigkeitskomplex, der hier herrscht. Statt man sagt, dass haben wir hier, das machen wir hier. Die Fantas sind zehn Jahre alt, Aushängeschild. Die feiern auf dem Schlossplatz. Und dann gibt es trotzdem im Gustav-Siegle-Haus Berührungen, die sonst nirgends stattfinden. Kleine Tierschau muss hier stattfinden, die müssen wir unterstützen. D.h. für die Kleine Tierschau gibt ´s diesen Ort, wo sie auftreten, siehe Gustav-Siegle-Haus, werde ich noch weiterreden, denn jetzt bin ich bei meinem Lieblingsthema. Also wir helfen den Betreffenden unter die Arme, wenn ´s darum geht, dass sie Proberäume .... Auch die haben das Problem, die haben Kruscht, die wissen nicht wo sie proben sollen, wo sie ihre Sachen unterbringen sollen.
I: Gibt es da ein Raumproblem?
A.B.: Also ich weiß nicht, ob es wirklich ein Raumproblem gibt...Es gibt...
I: Ein Vermittlungsproblem...
A.B.: Vermittlung, natürlich, klar. Also ich glaube schon, dass es Räume gibt. Immer wieder entstehen überall völlig abgefahrene Kneipen und das zeigt ja auch wie vital Stuttgart ist. Ich bin immer wieder fassungslos, da und da wird das und das aufgetan.
I: Also, es ist weniger ein Raumproblem oder ein Räumlichkeitsproblem als ein Informationsproblem?!
A.B.: Ich glaub ja.
I: OK. Wie ist es so, was so Auftrittsorte live, Livemusik, anbelangt. Ist ein regionales Ding, ist es ein Stuttgartding oder gibt ´s da ein Defizit?
A.B.: Es ist einerseits, was die großen Sachen angeht ein regionales Ding mit Defiziten. Wenn ich die großen Hallen angucke, ich glaub auch Megaakts das interessiert mich auch nicht, ob da 20.000 in die Halle kommt oder nicht, das ist mir relativ wurscht. Was fehlt, ist so die Kapazität dazwischen. Viele Bands, ich hab das auch in einem Artikel letztens mal ein bisschen gebrandmarkt, kommen nicht nach Stuttgart, weil es die richtige Hallengröße nicht gibt. Oder man muss nach Böblingen in die Sporthalle, die alle hassen, die auch die Zuschauer hassen, die auch wirklich schlecht geeignet ist für anspruchsvolle Popgeschichten. Das wäre jetzt so die Kapazität um 4 bis 5.000 fehlt in Stuttgart. Darunter gibt es natürlich dieses Longhorn.
I: Die Halle in Reichenbach hat nicht so viele...
A.B.: Das ist kleiner, zweieinhalb. Das ist nicht ganz so groß. Reichenbach gehört zur Region dazu, ist man eigentlich auch in 20 Min. mit dem Auto, aber so ähnlich wie bei der Manu in Schorndorf, das ist ja so weit weg, schwingt immer mit.
I: Ist es so, dass Konzerte in Stuttgart besser laufen, als in der Region?
A.B.: Nein. Also das ist ganz unterschiedlich, mal so, mal so.
I: Wie ist es dann vom Publikum? Ich habe immer so das Gefühl, dass wenn ein Konzert in der Region ist, Esslingen, Ludwigsburg , kommen Leute aus der Region aber da kommt niemand aus Stuttgart.
A.B.: Das kommt darauf an. Wenn es Sachen sind, die eigentlich in Stuttgart stattfinden hätten müssen oder sollen, aber da nicht statt gefunden haben, weil der Booker gesagt hat, ich geh heute lieber in die Manufaktur in Schorndorf, dann kommen viele Stuttgarter. Wir präsentieren relativ viel an Konzerten aus der Manufaktur in Schorndorf. Man sieht es auch an Anzeigen, wenn dann die Agenturen Anzeigen aufgeben, dann schickt Schorndorf immer Querstrich Stuttgart oder umgekehrt, Schorndorf bei Stuttgart oder Stuttgart (Schorndorf). Es wird von außen, von ganz außen, wird es Stuttgart zugeschlagen.
I: Habt Ihr schon so ein Region Stuttgart-Image im Musikding? Dass man sagt, Ludwigsburg, Esslingen usw. das gehört schon dazu?
A.B.: Nein, das ist schwierig. Das sehe ich nicht so. Ich glaub da kommt es auf die Qualität der Veranstaltung an, dann fährt man da hin. Dann nimmt man das in Kauf. Aber es gibt keinen so regionalen Musikauftritt. Dass man sagt OK, wir machen, du hattest mal die Idee, oder Thorsten Schulz auch, so ein regionales Ding von Schorndorf über Esslingen bis nach Stuttgart, Leonberg, Ludwigsburg usw. machen . So eine Tour, Lange Nacht der Musik oder so aus der Region. Ich glaub das funktioniert nicht, weil die einzelnen Szenen von Nürtingen die haben nichts mit Leonberg zutun. Die kennen sich nicht wirklich.
I: Es wäre aber kulturell spannend?
A.B.: Es wäre vielleicht spannend. Aber daran hat man eigentlich kein Interesse, weil die in Nürtingen haben die genau Probleme, wie die in Leonberg, aber die haben die Probleme in Nürtingen nicht. Kein Auftrittsort zu haben und kein Proberaum zu haben, oder nicht ernst genommen werden von der Kulturadministration. Unter ferner liefen.
I: Ist dieser Zustand, auch was Räumlichkeiten live, was Künstler betrifft, kann man das auf die ganze Region ausdehnen, so ähnlich wie im Kernbereich von Stuttgart?
A.B.: Da maß ich mir kein Urteil an. Aber was ich so höre, was sie da..... , ja kann man schon sagen, liegt die Tendenz so. Die Ursache liegt darin, dass, ich komm wieder aufs politische, es gibt keinen echten Kulturzweig Rock-Pop und -Denken von Politik und Verwaltung.
I: Gut, prägen wir es noch mal runter. Wir waren gerade bei den Hallen und bei der regionalen Geschichte, ob man dieses ganze Liveszene regional sehen kann. Eine viereinhalbtausender Halle

fehlt, Messe- und Kongresszentrum ist drei. Du sagst eine Halle zwischen Messe-Kongresszentrum B und Schleyerhalle?
A.B.: Die Schleyerhalle 2 ist glaub ich so ab und zu mal genutzt. Es ist ungefähr die Kapazität.
I: Was gehört zu einer Livelocation dazu? Ist es egal was für ein Raum ist, Hauptsache es passen viertausend Leute rein?
A.B.: Nein, eben nicht. Deswegen ist die Böblinger Sporthalle auch so unbeliebt. Weil sie keine Atmosphäre, keine Akustik hat.
I: Kennst Du ein Beispiel aus einer anderen Stadt, Kommune, wo es eine richtig gute Halle gibt, in der Größenordnung?
A.B.: Also ich kenn das E-Werk aus Köln. Ich weiß nicht wie groß das ist, aber ich war da ein paar mal, die würde mir jetzt so automatisch einfallen. Ja, gut, es ist egal, aber eine Halle, wo auch das Umfeld so wirkt, die Gastronomie so halbwegs funktioniert.
I: Was nicht so was wie ein Gemeindezentrum hat, oder Messe oder Bahnhof oder Flughafen.
Bin ich da richtig?
A.B.: Ja, genau.
I: Du hast vorher gesagt, es sei mehr ein Imageproblem. Ich frage andererseits zurück, ist es wirklich so, dass wir eine kreative Szene haben?
A.B.: glaub schon...
I: Aber andersrum. Das Image ist doch irgendwie Schwoisfuaß, Wolle Kriwanek.
A.B.: Ja, genau, also andersherum. Ich werd ja bemustert. Auch von vielen regionalen Bands. Die schicken mir zu, weil sie eine Besprechung erwarten oder erhoffen und ich hör mir auch relativ viel davon an. Ich hab da oben einen Stapel von irgendwelchen regionalen CDs oder das Noise-Gate-Festival. Da sind ja oft genau diese Stellvertreter da, da muss ich die CD anhören, weil ich war ja leider nicht auf dem Konzert. Es spricht von einem außerordentlich hohen Niveau, was da passiert. Das ist hörbar, das ist O.K.. Normalerweise ist es so, mein Gott da kommen die Landbubenrocker. Man kriegt da soviel Scheiß zugeschickt, warum muss ich mir die auch noch antun. Ist aber nicht der Fall. Bei vielen bleib ich hängen und das find ich ein Zeichen dafür, dass die Musik im Bauch bei mir ankommt und nicht im Kopf. Regional, wie klingen die, Schublade auf, Schublade zu, wer spielt noch mit oder so was. Sondern ich höre es mir an und es erreicht meinen Bauch und das funktioniert. Und es spricht eigentlich dafür, dass die regionale Szene intakt ist. Was auch intakt ist, ist diese klein-heilige Veranstalterszene. Diese kleinen Veranstaltungen, ich meine jetzt nicht die Fünftausender. Ich meine auch jetzt nicht diesen unbedingt Musikzirkus, obwohl die ja auch Verbindung untereinander haben, ich mein so was wie der Travellers Club ist eine tolle Einrichtung. Das Limelight ist für eine bestimmte Klientel und für die Konzerte die da Micha z.B. macht, oder Harald selber, ganz toll, super geeignet. Diese kleineren Ort, die sind gut. Das High z.B.
I: Kleiner, bis wie viel Leute?
A.B.: 200, 150 bis 200. Das Schützenhaus ist völlig überflüssig, das braucht kein Mensch mehr, Das Alte Schützenhaus. Das hat die Größenordnung von 500 etwa. Die Röhre, die machen selber nur noch auf deutsch gesagt, Drecksveranstaltungen. Machen nur noch Punk und Heavy und keine anspruchsvolleren Sachen jetzt subjektiv aus meiner Sicht. Was schade ist, außer Fremdveranstalter gehen rein, wie MC (Musiccircus) und andere.
I: Kommen eigentlich Bands, jetzt von Publikumszahlen, so Größenordnung von 100 bis 10.000. Ist da bis 5.000 jede Band präsent?
A.B.: Nein, überhaupt nicht. Das ist ja auch der große Streit gewesen bei dem Thema „Warum kommen viele interessante Projekte, Bands, Künstler nicht nach Stuttgart. Ich habe mich unterhalten mit Target, einer Touragentur, die meint es interessiert sich keiner dafür in Stuttgart. Es interessiert sich keiner dafür, deshalb gehen sie immer nach Karlsruhe
I: Es gibt kein Publikum dafür?
A.B.: Nein. Es interessiert sich keiner dafür heißt, kein Veranstalter will das vor Ort machen.
I: Aber Publikum würde es geben.
A.B.: Eigentlich ist der Großraum Stuttgart super interessant. Bei den alten Themen ist es wurscht, weil die alten Säcke (im übertragenen Sinne) setzen sich auch ins Auto und fahren nach Karlsruhe. Für die macht es jetzt keinen großen Unterschied.
A.B.: Das Problem ist, dass die Struktur hier in Stuttgart eine andere ist als in Karlsruhe. In Karlsruhe gibt's das Substage usw. und der ehemalige Substage - Mitarbeiter arbeitet bei dieser Agentur, vermittelt natürlich und die können in Karlsruhe anders rechnen, was jetzt die Kohle angeht. D.h. die konnten die Gastronomieeinnahmen noch mit reinrechnen, d.h. die konnten das Konzert billiger machen. Für die Künstler attraktiver machen, für die Touragentur auch, d.h. sie sind nach Karlsruhe gegangen. An Stuttgart ging es vorbei. Stuttgart hat auch kein Image als Medienstadt. Das ist ein Problem.
I: Ist Stuttgart eine Medienstadt?
A.B.: Stuttgart gehört nicht zu den großen Medienstädten, muss man ehrlich sagen. Man muss auch sagen, dass der SWR nach der Fusion maßgeblich dazu beigetragen hat, dass Stuttgart da verloren

hat an Boden. Ich bin eigentlich ziemlich sauer auf den SWR, das sie den Bonus den die hatten, komplett aufgegeben haben. Auch ohne Not, man hätte das auch trotz Fusion, politisch du musst usw., aber, man hätte da mehr draus machen können, als das heute ist. Und wenn Du heute mit Künstlern oder Plattenfirmen sprichst, bestes Beispiel Nick Cave der kommt nicht nach Stuttgart. Der SWR interessiert sich für den Künstler nicht. Wenn so ein Künstler hier her kommt, dann braucht er die Anbindung an die Medien, großen Medien usw.
I: Wir müssen im Umkehrschluss eigentlich wieder versuchen große Medien herzuholen?
A.B.: Ja oder das große Medium dafür zu interessieren. Das große Medium ist der SWR, aber die Stadt zu interessieren.
I: Fehlt wieder Information, Kommunikation und Werbung, Marketing für den Bereich?
A.B.: Wenn Du neue Medien hier her holen willst, also neue Medien im Sinne von neuen Sendern, ja. Beim SWR ist es glaub ich, eine ziemliche Arroganz aus Baden-Baden. Was die Entscheiderebene angeht, dass die sagen Stuttgart ist doch, scheißegal, ob sie Landeshauptstadt ist oder nicht, ... Baden-Baden ist ein Dorf und das macht es halt super schwierig, weil auch viele Künstler sagen, oh, wenn ich in Stuttgart auftrete, muss ich dann mein Interview an den Sender Baden-Baden geben und das ist ein logistisches Problem noch dazu, also ziemlich verheerend, der SWR hat da viel Scherben hinterlassen. Und es ist ein Trugschluss zu erwarten, dass neue Sender nach Stuttgart kommen.
I: Ja wie ist das, ich hab das noch nicht so richtig greifen können bei Dir. Hast Du noch keine Visionen wie das gehen könnte, also kann so was wieder wachsen?
A.B.: Man hat hier, erst die Rückschau, dann die Vorschau. Man hat hier in den letzten zehn Jahren, was die Medienpolitik angeht, alles falsch gemacht. Man hat auf große Medien gesetzt, man hat auf große Vermarktung gesetzt, man hat auf große Politik gesetzt und man hat beispielsweise das Media Forum dahin gebastelt und man hat dafür aber die gewachsenen Strukturen, die ja auch mit Kulturen und Medien zu tun hatten, Südmilch-Areal, hat man verjagt. Hat man wirklich durch die Stadt geprügelt, mal dahin oder dahin oder gar nicht mehr akzeptiert. Das war falsch. Zum Teil hat man das auch erkannt. Ich mein, das Desaster, das Südmilch-Areal, das musst Du Dir angucken, das geht ja noch weiter. Da ziehen ja die einzigen Mieter, die es gibt, ziehen wieder aus. Und in meinen Augen wird es den Ufa-Palast auch nicht mehr lange geben. Diese Konzepte sind gescheitert. Wenn man jetzt daraus die richtigen Schlüsse ziehen würde, als Politiker, als Wirtschaftsansiedler, als Medienexperte und Leute aus der Kultur, müsste man sagen kleinteilig und ein bisschen Räume Schaffen. Das ist ganz einfach. Das ist so meine Vision. Man muss Räume schaffen...

I: Was heißt Räume schaffen? Du hast vorher gesagt, dass es eigentlich Räume gibt.
A.B.: Ja, nee. Es gibt Proberäume vielleicht. Aber Räume schaffen heißt, indem man nicht jedes leerstehende Büros abreißt und vermarktet für teuer Geld. Büroräume der Innenstadt. Dass man nicht jede Sanierung, Kronen-Karree oder Zeppelin- Karree oder so was, nur für die hochpreisigsten Mieten anschließend vermarkten kann, weil das so teuer auch gebaut wird. Dass man sagt, so wie Das Unbekannte Tier damals entstanden ist. Da gibt ´s einen leerstehenden Raum, da gibt ´s Radio Barth, auch ein schönes Beispiel, da geht man rein, auch nur übergangsweise, auch nur für drei oder vier Jahre. Muss danach, das hat in dem Fall Radio Barth auch gemacht und das ist auch gut so. Dann in die Herzogstraße, ins Hauptquartier. Dann die 0711, die Gruppe, dann eingezogen. So muss man ´s machen. Man muss die Räume schaffen, man muss Möglichkeiten schaffen. Man muss gar nicht groß subventionieren, auch nicht groß kaufen, mieten.
I: Kein Risikokapital und kein Geld ?
A.B.: Ja natürlich kann man auch Kapital zur Verfügung stellen. Aber das ist Aufgaben der Banken find ich, als der Stadt, für eine Gründerfirma dann zusagen, es gibt verbilligte Kredite oder so. Das müssen Banken eigentlich anbieten. Die haben sowieso genug Geld. Räume schaffen. Das kann die Stadt machen. Es gibt genug Brachland. Das muss auch nicht die ganz zentrale Innenstadt sein. Kann auch da und da sein. Wirklich das einfachste von der Welt, Köln ist mit dem Media Park auch gescheitert und da, wo sie haben was wachsen lassen, aus versehen oder auch gewollt, da gibt ´s blühende Landschaften in Sachen Medien. Der Media Park ist genauso, wie das Südmilch-Areal, verkokst, steht leer, das ist falsch. Das ist die einfachste Antwort auf das Thema.
I: Muss man aber dann trotzdem versuchen, dass es irgendwie zusammenhängt, also dass diese verschiedenen Musiksparten, dass die Künstler mit den Firmen irgendwie und vielleicht mit der Popakademie ausbildungsmäßig irgendwie zusammenhängt, oder ist das eigentlich räumlich nicht so entscheidend?
A.B.: Glaub ich nicht. Glaub nicht, dass das zusammen hängen muss. Was ich aus dem Medienhaus von Four Music höre, sind die berühmten Synergieeffekte, die da entstehen sollten, eigentlich, arbeiten auch an einander vorbei. Wenn man sich kennt, kann man austauschen und ein Mail schicken und kurz rüberfahren. Dafür sind die Wege in Stuttgart relativ kurz.
I: Der Austausch ist wichtig, aber das ist nicht unbedingt eine räumliche Anbindung.
A.B.: Eine räumliche Anbindung, dass die Popakademie, das sich jetzt drum rum alles gruppieren sollte, was jetzt mit ihrer Musik zutun hat, sehe ich nicht.

I: Also nur was die Stadt betrifft, also nicht was in Karlsruhe, Baden-Baden ....
A.B.: Nee, klar. Es muss dann schon hier, in der Stadt passieren. Selbst Ludwigsburg, Böblingen könnte schon problematisch werden, obwohl es vielleicht auch funktionieren würde. Aber wie gesagt, Karlruhe, Freiburg nicht.
I: Noch mal versuchen zusammen zufassen würde ich sagen, Du drückst ein bisschen aus, von unten wachsen lassen, Künstler und Firmen, möglichst frei, möglichst durch Raumangebote fördern, d.h. sehr frei, sehr flexibel lassen und auf der anderen Seiten Informationen, Kontakte vermitteln, austauschen, also diese Problematik.
A.B. :Auch die Möglichkeit eben die Räume anzubieten. Also Räume, immer im übertragenen Sinne auch, d.h. nicht der komplette Raum, es kann der konkrete Raum sein, es kann aber auch nur die Möglichkeit bedeuten, dass eine Disko stattfindet...
I: Und insgesamt, alles drum rum sozusagen, das Image von Stuttgart oder von dem Medienstandort und Musikstandort Stuttgart insgesamt, das Image zu verbessern.
A.B.: Selbstbewusster nach außen zu gehen. Wir haben hier auch einiges anzubieten und die Stadt ist super....
I: Als Abschlussfrage: Was wäre Dein größter Wunsch an den Popularmusikstandort Stuttgart?
A.B.: Ein Szenario oder ein ganz konkreter Wunsch?
I: Das ist egal.
A.B.: Dass ich irgendwo hin komme und die Leute treffe aus der Szene die ich treffen will, damit dieser Austausch statt findet. Ganz konkret könnte diese Funktion oder hätte diese Funktion das Filmhauses erfüllen können, das Literaturhaus wird es leider nicht machen, vielleicht gibt es mal so was wie ein Rockhaus, wie auch immer, wo eine Gastronomie ist usw. das wäre ein ganz konkreter Wunsch von mir, was auch der Szene gut tun würde, wo ich Leute treffe, das was ich eben schon gesagt habe, wo man die und die zusammen bringt oder selber was erfährt. Newsbörse hat, was sich dann wiederum unserem Produkt auch wieder niederschlägt. Das könnte ich mir ganz spannend vorstellen.. Wo ich auch hingehen kann, ohne Verabredung und zu sagen, ich treffe dann Paul oder ich treffe dann Andreas oder ich treffe dann Strachi. Das wäre ein ganz konkreter Wunsch.
I: Gut, vielen Dank.
A.B.: Ja, bitte.

Interview Nr. 9 mit Regine Laun, Cumulus Kulturbüro/Stadtjugendring Stuttgart, Nachwuchs- und Mädchenmusikförderung
am 22.05.01, 17:00 –18:00 Uhr im Cumulus Kulturbüro im Jugendhaus Mitte, Stuttgart

I.: Hallo Regine. Wir fangen mal an mit ein paar Fragen zur Einrichtung, du bist vom CUMULUS Kulturbüro, kannst Du mal kurz erzählen was das ist und was Ihr macht?
R.L.: Das CUMULUS Kulturbüro ist eine Arbeitsgemeinschaft unter der Trägerschaft von drei Trägern, nämlich dem Stadtjugendring Stuttgart e.V., dem Stuttgarter Jugendhaus e.V., und dem Jugendamt. Insgesamt arbeiten beim CUMULUS Kulturbüro drei Mitarbeiter mit insgesamt 1,75 Stellen. Alles sind Teilzeitstellen. Wir haben einen Jahresetat von ca. 100 000 Mark zur Verfügung und unser Auftrag ist Kinder- und Jugendkulturarbeit zu machen in den Bereichen Tanz, Theater, Musik und Spiel.
I.: Seit wann gibt es das CUMULUS Büro?
R.L.: Seit 1976 besteht CUMULUS und seit 1994 gibt es ein gemeinsames Büro im Jugendhaus Mitte. Das heißt wir sind nicht kommerzieller Veranstalter, und das heißt, wir sind auch eine Koordinationsstelle für alle Jugendhilfe Einrichtungen, d.h. wir machen vor allem Kooperation mit Jugendhilfe Einrichtungen aber auch mit anderen Einrichtungen, zum Teil auch mit kommerziellen Partnern.
I.: Also was macht Ihr im Musikbereich genau?
R.L.: Im Musikbereich handeln wir nach vier folgenden Aufgabengebieten: Rezeption, Qualifikation, Produktion und Präsentation.
I.: ja was macht Ihr konkret?
R.L.: Also konkret ist es so, dass wir vor allem Nachwuchsförderung machen, wir fördern die Nachwuchsbands in Stuttgart und der Region, wir veranstalten Konzerte, wir machen Workshops, wir versuchen die Musiker zu qualifizieren, wir machen zum Teil Produktionen, wir schicken die ins Tonstudio, wir coachen die, wir fördern auch Frauen, und Mädchen, also vor allem Musikerinnen in der Szene. Da haben wir einen Sampler produziert, also so ist unsere Bandbreite.
I.: Gibt es da ein paar Highlights vom CUMULUS Büro?
R.L.: Ein Highlight ist sicherlich Noise Gate was jetzt zwei mal stattgefunden hat, das heißt an sich gibt es diesen Nachwuchspreis schon fast Jahrzehnte, man ist nur mit einer neuen Konzeption an diesen Preis herangegangen, hat den verändert und ihn unter neuem Namen vor zwei Jahren eingeführt und damit hat man auch den Förderpreis der Region gewonnen dieses Jahr, letztes Jahr, und ein anderes Highlight letztes Jahr war sicherlich auch der Südfrüchte - Sampler mit Frauen und Mädchenbands und das dazugehörige Release-Konzert.
I.: Wie viele Mitarbeiter beschäftigen sich mit dem Musikbereich bei euch, oder wie viel Stellenprozent, kann man das irgendwie sagen? Wie viel Etat, wie viel Leute?
R.L: Ich würde sagen die Hälfte, fast mehr als die Hälfte passiert in Musikbereich, also knapp eine Stelle und vom Etat her vielleicht auch die Hälfte.
I.: Gibt es was Vergleichbares in Stuttgart oder in der Region?
R.L.: Was die Nachwuchsförderung angeht oder was die Netzwerkfunktion angeht?
I.: Beides.
R.L.: Also ich denke Nachwuchsförderung findet zum Teil, was jetzt die freien Träger angeht oder die Jugendhilfe Träger, findet zum Teil in Jugendhäusern statt, dass es immer mal wieder Auftrittsmöglichkeiten für Bands gibt, dass kleine Konzerte organisiert werden, das gibt es, eine Netzwerkstelle in Stuttgart gibt es nicht, nicht was die Koordination der Jugendhilfeaktivitäten angeht.
I.: Was ist das besondere an der Art der Arbeit, warum gibt es das Büro?
R.L.: Also zum einen durch das, dass wir nicht kommerzieller Veranstalter sind haben wir immer noch in allen Veranstaltungen den Pädagogischen Ansatz drin , d.h., das zeichnet sich, wenn ich das jetzt exemplarisch an Noise Gate darstellen soll, dann ist das so, dass wir sehr genau überlegen wie wir so einen Preis gestalten, wir haben z.B. versucht da möglichst konkurrenzfrei heranzugehen eine konkurrenzfreie Atmosphäre zu schaffen. Hinter jedem Projekt steht auch eine pädagogische Intention oder Zielsetzung, die vorab auch diskutiert wird im Team.
I.: Also Ihr verbindet mit dem kulturellen auch den sozialen Aspekt und macht das mit vielen verschiedenen Partnern zusammen.
R.L.: Ja genau.
I.: das heißt, nicht festgelegt auf einen Partner?
R.L.: Ne.
I.: Was hältst denn Du denn von Stuttgart als Popularmusikstandort?
R.L.: Es ist sicherlich so, das weiß ja mittlerweile jeder und das wurde auch sicherlich schon oft gesagt, das man natürlich weiß, die Firmen wandern ab, Labels wie Four Music überlegen sich immer wieder nach Berlin zu gehen das ist natürlich ein Problem, weil da fehlt sozusagen ein direktes Umfeld für den Nachwuchs, was die Wirtschaft angeht. D.h. es scheint eine Unzufriedenheit da zu sein und es gibt auch immer wieder Klagen darüber, dass es keinen Ansprechpartner gibt, das ist auch eine alte Geschichte. Es gibt natürlich ein Medienteam, aber da weiß man auch nicht so richtig was die

eigentlich tun und ob man sich an die wenden kann und was die eigentlich anbieten und was die fördern und für was die da sind, d.h., wir, die wir an der Basis arbeiten und CUMULUS arbeitet ja auch an der Basis, wir haben beides, wir arbeiten mit Multiplikatoren und wir arbeiten direkt mit Bands, also wir wissen ja eigentlich wie es aussieht, wir wissen wo gerade Bedarf besteht, wo gerade Unterstützung angesagt wäre, wir können sozusagen das Bindeglied sein zwischen dem Ansprechpartner der Stadt, die was in Bewegung setzten können oder auch strukturell was verändern können, und den Bands und da fehlt irgendwie auch für uns jemand, der sagt, o.k. das greife ich auf und versuch das umzusetzen. Dafür haben wir keinen Zeit. Unsere Aufgabe ist eine andere als gute Strukturen zu schaffen für einen guten Musikstandort, wirtschaftlich betrachtet.
I.: wie sieht es denn kulturell und sozial aus? Gibt es in Stuttgart eine gute musikkulturelle Landschaft? Gibt es gute Szenen, wie ist der soziale Musikwert einzuschätzen?
R.L.: Ich glaube das ist in den letzten zwei drei Jahren einen Aufschwung gab was die Livemusik angeht, also es passiert wieder ein bisschen was, d.h. kleinere Liveclubs entstehen, da gehen die Menschen auch hin, gucken sich das an, wobei es ja immer noch so ist, wenn man jetzt das Limelight nimmt, dass die viele internationale Bands auch holen, aber da passiert irgendwie was. Anscheinend gibt es doch wieder ein Publikum, das sich auch in einem kleineren Rahmen solche experimentelleren Sachen angucken will und nicht nur irgendwelche Headliners. Trotzdem ist es für uns was das CUMULUS angeht immer noch schwierig Nachwuchsbands zu zeigen und zwar so, dass mehr wie fünfzig Menschen kommen. Da muss man immer noch so agieren, dass man vor eine kleine Nachwuchsband einen Headliner setzt damit die mal die Möglichkeit haben für mehr Menschen zu spielen, oder man macht ein Projekt wie Noise Gate, wo man dann je nach Stilrichtung einfach auch noch gute Konzerte machen kann, an guten Orten, das muss man dann auch sehr mit Bedacht auswählen aber ich finde, dass was in Bewegung gekommen ist. Es gibt keinen regelmäßigen Ort, das ist natürlich das Problem. Es gibt sozusagen keine Orte, wo das Publikum weiß, o.k., da hab ich die Möglichkeit, da gibt es ein Haus, das ist zentral, da spielen regelmäßig auch junge Bands und da bewegt sich sozusagen eine Szene in diesem Haus, ja nicht nur musikalisch sondern auch da komprimiert sich irgendwas, kulturell betrachtet.
I.: Gibt es für Nachwuchsmusik kein oder nur wenig Publikum? Oder anders rum gefragt: geht die Musik, die junge Bands produzieren, geht das am Bedarf und Geschmack des Publikums weitestgehend vorbei?
R.L.: Es ist halt einfach so, dass bestimmte Stilrichtungen immer hipp sind und dass es schwierig ist halt, z.B. eine Hardcore - Band unterzubringen, das interessiert in Stuttgart sehr wenig, auf dem Land sieht das schon wieder anders aus, aber hier in Stuttgart interessiert das einfach niemand. Hier interessiert gerade HipHop auch nicht mehr so, da verändert sich auch was aber das ist sicher ein Problem.
I.: Sind die jungen Musiker denn weniger kreativ?
R.L.: Ne, das glaub ich nicht. Auf keinen Fall. Also man merkt es auch an Noise Gate wie viele sich da beworben haben. Und das es immer noch komischer Weise eine sehr starke Fraktion ist an Bands, wo die Stielrichtung eben nicht hipp ist, sondern die halt Crossover und Hardcore machen und sonstige Sachen. Nee das würde ich nicht sagen, sogar eher, dass die Qualität gestiegen ist was das musikalische angeht, was die Bands mittlerweile liefern, also das fiel auch uns auf an dem Material was die eingeschickt haben, dass das qualitative musikalische Niveau und das Zusammenspiel und die Arrangements und die ganze Promotionsgeschichte, dass es da einen riesigen Unterschied gibt zu vor ein paar Jahren.
I.: Ich hatte jetzt eher auf die Kreativität abgezielt.
R.L.: Kreativität hat auch etwas mit Qualität zu tun, wie kanalisiere ich Kreativität, das kann ich chaotisch machen, aber das kann ich aber auch sehr kanalisiert bündeln.
I.: also ist Qualität und Kreativität da?
R.L.: Ja, auf jeden Fall.
I.: Wie stellt ihr einen Bedarf fest, was es in Stuttgart zu fördern gibt?
R.L.: Also zum einen über die Multiplikatoren und zum anderen über Bands die uns direkt anfragen, die nach Proberäumen oder sonst was fragen und durch konkrete Gespräche mit den Bands selber.
I.: Wie viele Nachwuchsbands gibt es in Stuttgart gerade, oder sagen wir mal überhaupt Bands.
R.L.: Also wir haben 600 aktuell im Verteiler. Keine Ahnung ob die noch alle existieren, aber das wären mindestens 3000 Leute.
I.: Die Musikfrage ist, wie Du auch schon gesagt hast auch eine kulturelle und wirtschaftliche. Denkst Du, dass ihr als CUMULUS Büro eine geeignete Institution seid um Nachwuchsmusik zu fördern und wo liegen dann bei euch die Probleme?
R.L.: Also bei uns ist es so, dass wir natürlich rechtlich durch die Anbindung an die drei Jugendhilfeträger angebunden sind im Jugendhilfebereich zu agieren. Also wir werden da immer wieder gebremst, weil wir erstens mit kommerziellen Einrichtungen arbeiten aber auch mit anderen Institutionen, das muss man immer absichern beim jeweiligen Träger, d.h. wir haben nicht die Möglichkeit mit Schulen zusammenzuarbeiten, was für uns sehr, sehr wichtig wäre, weil da einfach

die Jugend sitzt. Zum anderen einfach auch mit dem Kulturamt zusammenzuarbeiten, auch da bedarf es immer eine Nachfrage und es wäre für uns natürlich sehr hilfreich, wenn da Kooperation einfacher laufen würde.
I.: Wie ist es denn von der Größe her, Ihr seid ja jetzt recht klein, wenn man überlegt einen Stelle für ganz Stuttgart, eigentlich für dir ganze Region weil es ja nichts anderes gibt, langt da eure Koordinationsarbeit, eure Förderarbeit, ist diese kleine Größe da geschickt oder ist das eher schwierig? Wäre es gut wenn es größer wäre, wenn mehr Ressourcen da wären, wenn mehr Leute da wären oder ist es eigentlich ganz geschickt, das es klein ist?
R.L.: Ne, also ich würde eher sagen, dass zumindest die festen CUMULUS Mitarbeiter dringend Aufstockung benötigen würden um auch solche Großprojekte in Ruhe durchziehen zu können, das ist immer so an der absoluten Grenze der Belastbarkeit. Und es würde für uns es einfacher machen. Also zum einen wäre für uns natürlich eine Erhöhung der Arbeitskapazität wichtig zum anderen würde es uns einfacher machen zu arbeiten, wenn wir freier agieren könnten, d.h., wenn wir noch stärker Impulse aufnehmen könnten was in der Szene abgeht und wo der Bedarf ist und das vielleicht auch unabhängiger von den Trägern.
I.: Gut, also diese Musikförderung, die Ihr betreibt, da interpretiere ich jetzt rein, dass es Kommunikationsschwierigkeiten und Informationsdefizite gibt. Also innerhalb der Region innerhalb der Leute, die damit beschäftigt sind. Gibt es da irgendwie ein Modell, eine Idealvorstellung wie man so was aufziehen oder eine Idee wie man so was machen könnte?
R.L.: Also ich bin auch immer vorsichtig was die Schaffung von neuen Runden angeht, aber zumindest grundsätzlich müsste das Kommunikationsdefizit in sofern behoben werden als dass man mal einen klaren Ansprechpartner bräuchte, ja, das die Aufgabenverteilung klarer ist, das man weiß, in der Stadt ist der und der zuständig wenn es um das und das geht und dass das auch nach außen hin in irgend einer Form veröffentlicht wird so das irgendwie die Zugänge leichter sind, das ist ein riesiges Wirrwarr und jeder arbeitet für sich hin und es gibt eigentlich keine gemeinsame Linie, also da wäre eine Angleichung oder ein Austausch grundsätzlich erst mal notwendig ohne das man da jetzt eine regelmäßige Runde schafft.
I.: Wäre das so was wie ein Popularmusikbeauftragter, oder müssen das mehr Menschen sein?
R.L.: Das glaub ich nicht. Ich glaube, dass so ein Popularmusikbeauftragter auf einer Ebene arbeitet, die schon wieder zu weit weg ist. Die hat mit der Basis nichts zu tun erst mal. Entweder dieser Popularmusikbeauftragte arbeitet ganz eng mit der Basis zusammen wobei ich mir fast nicht vorstellen kann, dass so was funktioniert. Aber ich glaub erst mal grundsätzlich, dass ein Popularmusikbeauftragter wieder auf einer ganz abstrakten Ebene im Rathaus ist, im Vierten Stock agiert das mit der Realität und auch mit einer Subkultur oder auch mit einer Szene oder mit Räumen wo sich irgendwas entwickelt ist das hunderttausende von Kilometern entfernt.
I.: Also kommen wir zur Infrastruktur. Wie sieht es denn mit den Räumen aus? Gibt's genügend Räumlichkeiten, also gibt es genügend Probenräume, genug Veranstaltungsräume?
R.L.: Ne, also da würde ich sagen nein. Also Proberäume sind immer so ein Manko, vor allem billige. Es gibt immer wieder mal welche, die für ganz junge Bands auch nicht leistbar sind. Da muss was getan werden.
I.: Ja und so bei den Veranstaltungslocations ?
R.L.: Also es fehlt dieser Ort, wo sich auch die Szene trifft und wo auch für Nachwuchs klar ist, o.k. an die kann ich mich wenden, da ist nicht nur irgendwie ein Veranstaltungsort, sondern da gibt es auch Proberäume oder da gibt es auch irgendwie einen Ansprechpartner der mir weiterhilft, wenn ich mich informieren oder weiterbilden will . Also irgendwie so ein zentraler Ort.
I.: Das war das Konzept vom Rockhaus im Grunde genommen. Gibt es was Hallengrößen anbelangt für Publikum, gibt es da irgendwie Schwierigkeiten , also gibt es da bei 500 oder bei 1000 , 2000...
R.L.: In dem Segment fehlt natürlich auch was. Das ist auch für uns vom CUMULUS schwierig. Auch sozusagen ein Veranstaltungsort in der Größe fehlt, dass wir auch auf Locations zurückgreifen müssen, die für uns sehr teuer sind anzumieten. Also auf kommerzielle Locations, die für uns sehr teuer sind.
I.: Wie schätzt Du die Ausbildungsmöglichkeiten ein im Musikbereich, also erst mal musikalisch und auf der anderen Seite was so Musikbusiness anbelangt?
R.L.: Also wir haben das ja zum Teil angeboten CUMULUS, auch so Qualifizierungsgeschichten also jetzt keine Ausbildung in den Sinne aber zumindest mal Workshops wo man mal bestimmte Basics mal lernen konnte. Wir habe das dann auch wieder aufgehört, das bietet ja auch jetzt die Ruck-Stiftung an, weiß nicht wie die bei denen laufen. Ich weiß es nicht, das ist in dem ganzen Musikbereich immer die Frage wie weit man das institutionalisiert. Das sind ja oft auch Berufe in die rutscht man rein. Es gibt ja genügend Tontechniker die halt keine Lehre oder Ausbildung gemacht haben, die das einfach sind durch jahrelanges irgendwo mitmachen oder mitmischen oder sich das selber aufholen. Ich bin da immer ein bisschen ambivalent das ist genauso aber auch meine Position in der Nachwuchsförderung, das ich denk, die muss man sich selbst entwickeln lassen, zum anderen muss man aber es zumindest anbieten, dass es auch einen anderen Weg gibt und das würde ich bei

einer Ausbildung genauso sagen. Ich denk, man muss es anbieten, man muss es mit einem guten Konzept anbieten, mit so einem, was sich nicht irgendeiner einfallen lässt, sondern das wirklich gut ausgearbeitet ist und zwar mir kompetenten Leuten, die wissen, was da an Inhalten gefragt ist.
I.: Wie ist es im musikalischen Bereich? Also in so einer Band muss man erst mal spielen können . Oder ist das nicht so wichtig?
R.L.: Doch natürlich und auch da ist es wichtig, dass es sowohl kommerzielle Anbieter gibt wie auch nach wie vor die Musikschule, die ja jetzt auch versucht im Popularmusikbereich mehr anzubieten.
I.: Funktioniert so was , eine Musikerausbildung für Popularmusik ?
R.L.: Ich denke, dass sich das jeder individuell überlegen muss ob er das machen will oder nicht. Ob er sich das daheim beibringt seine drei Gitarrengriffe oder ob er sich das beibringen lässt. Und es muss für alles eine Möglichkeit geben.
I.: Also man bräuchte für die Ausbildung sehr flexible Strukturen?
R.L.: Ja.
I.: Würdest Du in diesem Zusammenhang sagen, dass so was wie diese Popakademie in Stuttgart sein müsste, also würde das was für den Standort bringen?
R.L.: Solange die isoliert irgendwo hingestellt wird sicherlich nicht. Also wenn die eingebettet ist in irgendeine andere gute Struktur, dann kann ich mir das vorstellen. Zum anderen auch da: wie ist die gefüllt mit Inhalten, wer füllt die mit Inhalten und wie flexibel und variabel und mit wie vielen Möglichkeiten ist die ausgestattet.
I.: Würdest Du die Standortfrage als eine kommunale oder als eine landesweite sehen? Also es gibt ja im Land Baden-Württemberg viele Einrichtungen, die sich auch mit dem Bereich beschäftigen. Wäre es sinnvoll so ein Netz gleich landesweit aufzubauen oder brauen wir ein landesweites Netzwerk oder kann man es auf Stuttgart beschränken oder soll man es regional ansiedeln?
R.L.: Also ich würde erst mal regional denken, weil da auch die ersten Verknüpfungen da sind. Aber lokal fände ich zu wenig und landesweit ist mir schon wieder zu abstrakt. Wenn ich jetzt von dem Bandmitglied ausgehe, das bewegt sich eher erst mal regional als auf Landesebene. Das ist für ihn näher .
I.: Was würdest Du denn sagen welche Stilrichtungen am besten funktionieren zur Zeit?
R.L.: HipHop natürlich Ska ist auch komischerweise so ein Ding was immer läuft, relativ gut läuft, dann denke ich elektronische Musik ist auch im Start, d.h., House, Techno, obwohl da live, das ist noch mal eine andere Geschichte, und was leider immer noch nicht oder seit ein paar Jahren nicht gut läuft ist Alternative, Grunge die ganzen Geschichte. Punk ist schwierig, ja höchstens, es gibt da ganz witzige Punkbands die dann irgendwie von außerhalb oder aus internationalen Kreisen kommen, wenn die veranstaltet werden ist das auch noch mal was anderes, das ist aber für uns immer schwierig.
I.: Gibt es in der Region Stuttgart einen Unterschied, was Stile anbelangt und was auch so Intensität, Szene anbelangt?
R.L.: Ja. Also wie ich vorher schon gesagt habe, das was wir erlebt haben ist tatsächlich, dass die Szene, also die Jugendlichen, die auf dem Land Musik machen, machen eigentlich Hardcore, Crossover, machen Rock, ganz klassisches Zeugs, und die haben da ihre Fans und haben da ihr Stammpublikum das auch irgendwie mitreißt und da gibt es sicherlich ein ganz starkes Gefälle, was Großstadt und Land angeht; was die Musikstil und auch wie die Konzerte besucht sind angeht.
I.: Gibt es da auch einen Unterschied was live läuft und was als Produktion läuft? Also von den Stilen her? Also gibt es was, was auf Platte gut funktioniert und was, was live gut funktioniert, oder ist das deckungsgleich? Du hast HipHop angesprochen als gutes Ding, das läuft in beiden gut?
R.L.: HipHop läuft in beiden gut. Aber das kommt auch drauf an, aber HipHop läuft normalerweise relativ gut, es flacht im Moment auch ein bisschen ab, aber Punk ist zum Beispiel eine starke Live-Szene.
I.: Wie ist es so was Information anbelangt über Musik? Gibt es genügend Informationsangebote in Stuttgart und der Region, die über Musik informieren oder gibt es da relativ wenig.? Oder was sind da die größten Instrumente?
R.L.: Also ich glaube schon , dass zum einen übers Netz wahnsinnig viel läuft, dass auch viele Bands das schon am Start haben, ihre eigene Homepage und das auf der anderen Seite natürlich auch wir versuchen irgendwie da mit einzusteigen, d.h. wir haben ja jetzt eine Homepage mit der Jugendstiftung Baden- Württemberg inszeniert www.musikregion.de und da ist jetzt mal alles was wir über Jahre gesammelt haben an Daten an Infos und an Know how wird sozusagen publiziert das erste mal kann jetzt jeder drauf zurückgreifen. d.h. jede Band kann sich da reinklicken, die es interessiert, wie mach ich eine Veranstaltung oder wo kriege ich Equipment her oder wo gibt's Proberäume. Also das ist glaube ich eine zentrale Geschichte, wie sich die Information auch ein bisschen verteilt. Auf der anderen Seite, das ist ein Medium, das andere ist denke ich z.B. dass in der Presse noch viel zu wenig Geschichten da sind, was läuft eigentlich in der Szene, wo passiert was, dass das auch mehr nach außen getragen wird durch die Presse . Was passiert eigentlich mit HipHop, das wurde auch ein bisschen versäumt das nach außen zu tragen. Einfach

geschichtenmäßig. Warum entwickelt sich komischerweise hier so eine Szene? Warum ausgerechnet in Stuttgart? Und warum ausgerechnet in einem Jugendhaus? Also, dass so was auch mehr publiziert wird.
I.: Also die Stuttgarter HipHopper haben sich aus einem Jugendhaus heraus entwickelt?
R.L.: Ja, zum Beispiel. Aus den Jugendhäusern und natürlich auch aus CUMULUS.
I.: Und wie ist es, was Werbung anbelangt für Veranstaltungen, wie macht Ihr das ?
R.L.: Das ist auch wahnsinnig kompliziert, da gibt es natürlich auch wieder mit der Stadt Ärger. Die Möglichkeiten zu plakatieren, das ist alles besetzt mit Konkurrenz und schwarz Plakatiererei, und da weiß man ja auch, da gab es die Diskussion mit den Stromkästen, da dürfen wir ja auch nicht plakatieren. Und da sollen wieder Möglichkeiten geschaffen werden, die sind dann wieder teuer und nur für manche vorbehalten, also auch das sind lauter so kleine Bausteine, wo es keinen Ansprechpartner gibt oder wo Sachen schief laufen. Das sind so Streitpunkte mit denen man besser umgehen könnte.

I.: Heißt das, das diese Aktion saubere Stadt ...
R.L.: Das bremst uns alle natürlich, macht die Kreativität kaputt und nicht nur die saubere Stadt, sondern, dass immer wieder Zentren, wo sich eine Subkultur bildet zugemacht werden, an allen Ecken und Enden der Stadt. Also wenn ich es jetzt mal umdrehe: ein positives Beispiel ist ja der Radio Barth, wo sich so eine subkulturelle Szene entwickelt hat, wo auch verschiedene Stätten drin waren, d.h. da gab es ein kleines Label, da gab es Läden, da gab es Grafiker und sonstiges. Dann wurde das Ding ja abgerissen, man hat ihnen was anders angeboten und mittlerweile tut sich da ja auch was. Und da kann man sagen: weiter so und nicht nur in der Hip-Hop-Szene wo man ja weiß, die Stadt liebäugelt mit der Szene weil sie sehr populär ist und weil sie natürlich auch so ein Imageträger ist, sondern auch was für Stilrichtungen zu tun , die gerade nicht so hipp sind.
I.: Weil die in Zukunft hipp werden könnten?
R.L.: z.B., ja, weil sich die Szene natürlich auch wahnsinnig schnell verändert und weil da so eine Fluktuation drin ist, dass das nicht steuerbar ist , was heute nicht hipp ist kann morgen hipp sein und darauf muss man auch bauen.
I.: Das heißt aber, dass man eher Freiräume bauen muss, anstatt zu versuchen riesengroße Medienzentren zu bauen?
R.L.: Absolut!
I.: Wenn man so im Know how Bereich ein bisschen die Kenntnisse der Szene voraussetzt, gibt es da bei der Stadt irgendwelche Leute, die in diesem Bereich eine gute Förderung machen könnten oder gibt es da relativ wenig?
R.L.: Also zumindest wüsste ich nicht wer im Kulturamt zur Zeit für Popularmusik zuständig ist.
I.: Was ist mit der Medienförderung? Mit der Medienstabstelle, habt ihr da irgendwie Kontakt gehabt?
R.L.: Nee, also wir wurden bisher noch nicht angerufen, wir haben uns allerdings auch noch nicht vorgestellt. Ich weiß auch nicht in welcher Phase sich der Herr Petersen befindet, ob er mal das Feld abgräbt, was überhaupt existent ist, ich weiß gar nicht in wie weit es da eine Verbindung gibt.
I.: Ich leite nun zur Abschlussfrage und frage Regine mal, was ihr größter Wunsch wäre für den Popularmusikstandort Stuttgart.
R.L.: Also was ich, jetzt mal abgesehen von der ganzen Struktur, die verbesserungsfähig ist, und so würde ich mir vorstellen, dass man einfach z.B. mal ein geiles Kulturfest macht, Open Air, wo man mal zeigt, was es in Popularmusik eigentlich alles gibt. Keine Ahnung wie so was aussehen könnte, aber dass sozusagen mal die Stadt bebt, und das man mal damit representet.
I.: Gut, vielen Dank Regine Laun, CUMULUS Kulturbüro.

Interview Nr. 10 mit Bernd Häberlein, Achim Wernsdörfer, Stuttgarter Jugendhaus e.V.
am 22.05.01, 17:00 –18:00 Uhr im Kinder- und Jugendhaus Cafe Ratz, Untertürkheim, Stuttgart

I.: Seit wann gibt es den Stuttgarter Jugendhaus e.V.?
B.Hä.: Seit 50 Jahren, wie man in der Presse lesen konnte.
I.: Wie viele Mitarbeiter sind dort derzeit beschäftigt?
B.Hä.: ca. 180 pädagogische Mitarbeiter und 100 im technischen Bereich sowie Zivildienstleistende, also man kann sagen 316 Mitarbeiter.
I.: Zur Frage Popularmusik- wenn man es auf Stellenprozente umrechnet, wie viele sind davon mit Musik beschäftigt?
B.Hä.: Das ist schwierig. Das so zu beantworten - mit Musik beschäftigt -, das heißt ja Alles. das heißt bei uns auch Musik im Cafe-Bereich, aus der Konserve. Aus meiner Sicht müsste eigentlich in jedem Haus eine Person mit Musik beschäftigt sein. Das sagt aber nichts über die Intensität aus. Das ist nochmals separat zu betrachten, dahinter steht, wenn Musik nicht im Jugendhaus mehr stattfindet, hat es auch keine Existenzberechtigung mehr.
I.: Das heißt ungefähr 30-40 Mitarbeiter?
B.Hä.: Das würde ich so sehen, ja. Die Bandbreite ist natürlich vom Plattenaufleger, CDs einwerfen oder sich etwas damit ein bisschen beschäftigen bis zu so wie hier, im Jugendhaus geht es um Übungsräume bis zum Großkonzert.
I.: Was haben diese Personen für eine Ausbildung? Sind es vorrangig Sozialpädagogen?
B.Hä.: Vorrangig. Wobei ich sagen würde, ich nehme auch gerne immer wieder einmal Menschen, die hier in der Szene tätig waren. GAW (Sex Angels) z.B., der hier auch zwei Jahre gearbeitet hat, der keine pädagogisch Ausbildung hat, diesen Bereich hier begleitet hatte und durchaus weiterprofiliert hat. Das ist nicht das Kriterium. Eine Stellenausschreibung hat, denk ich durchaus den Blick auch über das Sozialpädagogische hinaus haben. Speziell in diesem Bereich.
I.: Könnt ihr sagen wie viele Mitarbeiter , im Jugendhilfebereich, in der Stadt oder in der Region, was man ungefähr vermuten kann, wie viele Leute sich mit dem Thema Musik beschäftigen für Jugendliche? Einschätzung?
A.W.: Schwierig. Bei den verbandlichen Trägern fallen mir jetzt nur zwei ein. Das heißt die Musikinitiative Rock und das Evangelische Jugendwerk, zu denen ich Verbindung habe, und ich weiß, dass sich dort intensiver mit Musik beschäftigt wird. Mehr fällt mir spontan nicht ein.
I.: Bei anderen Trägern, z.B. bei der Mobilen Jugendarbeit, ist es in diesem Bereich eher wenig?
B.Hä.: Also bei den Mobilen, würde ich aus meiner Sicht sagen, sehr wenig. Im Prinzip Musik dort nur eine untergeordnete Rolle spielt. und auch vom Profil her. Sie haben sich sehr stark in den letzten Jahren natürlich auf ihre neuen Aufgaben Schul-/ Sozialarbeit, und, und, und, gestürzt und da bleiben solche Dinge auf der Strecke. Da gibt es sicherlich auch die eine oder andere Gesellschaft, die auch mal Übungsräume anbietet. Bei der Inzel weiß ich, dass dort immer wieder was versucht wird in diesem Bereich. Da die Inzel ja auch eine Mischform darstellt. Man kann es nicht so sauber abtrennen, ob es jetzt zum offenen Bereich zuzuordnen ist oder zum mobilen Bereich.
I.: Kann man sagen, dass in Stuttgart, im Bereich Jugendliche, Jugendarbeit, Musik, also im sozialen Kontext, der Stuttgarter Jugendhaus e.V. der Größte, auf jeden Fall, aber auch fast der einzige Träger ist, der relevant ist?
B.Hä.: Würde ich so sehen, ja.
I.: Der Stuttgarter Jugendhaus e.V. arbeitet nur auf Stuttgart bezogen? Also hat keine regionale Verbindungen?
B.Hä.: Nein. Nicht als Jugendhaus e.V., dann als Cumulus. Cumulus ist dieses Kooperationsprojekt, da gibt es natürlich regionale Verbindungen. Als Jugendhaus e.V. würde ich sagen punktuell mal.
I.: Also thematisch? Wie lauten die Themen? Mädchenarbeit, Erlebnispädagogik, ist dies auf Stuttgart auf den Bezirk begrenzt?
A.W.: Im Live-Musikbereich, Bandbereich kann ich hier für unser Haus sprechen, wir haben die direkte Nachbarschaft zu Fellbach, nicht nur Stadt Stuttgart, und da findet zumindest ein loser Kontakt statt, weil auch eine Band zwischen den beiden Bereichen pendelt. Sie probt bei uns, hat aber noch einen Kontakt zum Fellbacher Jugendhaus, in dem sie früher Auftritte hatten und so entstehen lose Kontakte, aber nicht mehr.
I.: Also geht in den Randbereichen die Kooperation hinaus, aber es ist nicht so, dass es einen regionalen Zusammenhang gibt.
A.W.: Von einer richtigen Kooperation kann man in diesem Fall auch nicht sprechen.
B.Hä.: Nicht geplante Kooperation. Im Gegensatz zu Cumulus.
I.: Die Frage nach den finanziellen Mitteln für den Bereich Musik ist wahrscheinlich schwer zu beantworten. Kann man von einem Betrag von 1,5 Millionen DM ausgehen?
B.Hä.: Ja, das kommt hin.
I.: Was macht für euch den Popularmusikstandort Stuttgart aus?

B.Hä.: Ganz klar die HipHops. Das ist das was über Stuttgart hinaus an Bedeutung gewonnen hat. Der andere Bereich ist relativ unterrepräsentiert.
A.W.: Wir arbeiten in unserem Haus, im Live-Bereich, hauptsächlich mit Pop-Bands. Da läuft sehr wenig HipHop, wenn überhaupt, und da stell ich in den letzten Jahren fest, ist es schwierig. Wir machen eine Konzertreihe mit Nachwuchs-Bands, die hier ihre ersten Auftritte haben können und zu dem Bereich will sich wohl entweder niemand mehr zugehörig fühlen, zu dem schönen Wort Nachwuchs-Band, oder es wirklich grad nichts da, oder es läuft sonst was schief, weil es einfach immer weniger wird, was ich mitbekomme, an Bands, die Auftrittsmöglichkeiten im kleineren Rahmen als erste Auftrittsmöglichkeit suchen. Also aus dem Rock-/Popbereich.
I.: Ihr arbeitet grundsätzlich im Rock-/Popbereich, schon mit Jugendlichen und Bands zusammen, die da was machen, aber ist von der Relevanz und den Besuchern ist es nur im HipHop-Bereich, dass es wirklich funktioniert, oder?
A.W.: Was ich auch schon an Erfahrungen gemacht habe, sind die Punk-Konzerte noch als andere Sparte, wo einfach eine Szene da ist, die dann auch verstärkt zu Konzerten gezielt kommt und die Musik einfach ein Bestandteil der Szene ist. Das ist Punk ein wichtiger Bereich, wenn ich mir nur die Besucherzahlen anschaue.
B.Hä.: Auch Technobereich, aber da scheitert es oft an den Häusern, an den Einrichtungen. Auch an der Risikobereitschaft so was mal durchzuziehen. Es gab ja zwei/drei Jahre, wo dies sehr intensiv in Neugereut gelaufen ist, bis morgens um sechs, durchaus mit enormen Zuspruch, also 800 bis 1000 Besuchern, das Jugendhaus Fasanenhof versucht das ja im Moment auch gerade zu etablieren, da muss man eben die Nebenerscheinung auch in Kauf nehmen. Genauso wie beim Punk, das ist ja das, was sich in den Teams schwierig diskutieren lässt, und auch schwierig ist für den Mitarbeiter, der so einen Musikbereich vertritt, dass man da auch mal Abstriche machen muss, von seinem Regelwerk. Also man kann meines Erachtens nach kein Punkkonzert ohne Dosenbier machen, das funktioniert nicht, man kann auch sagen: Dosenbier ist es nicht, aber irgendwie kann man es dann auch gleich lassen. Ich kann auch nicht verhindern, dass irgendwelche Techno-Geschichten ganz ohne Drogen ablaufen. Das wird nicht gehen.
I.: Also gibt es bei der Durchführung auch intern immer wieder Schwierigkeiten, Verhandlungsschwierigkeiten?
B.Hä.: Ja, wenn das Sozialpädagogische in der Diskussion überwiegt, dann kann man solche Sachen gleich lassen.
A.W.: Das ist das Interne, aber da kann ich für unser Haus sprechen, äußere Rahmenbedingungen, die es uns auch nicht unbedingt leicht machen. Wenn man mitten im Wohngebiet eingebettet ist, kann man nicht ewiglange Konzerte machen.
I.: Kannst Du das ein bisschen erklären, wie die Rahmenbedingungen sind? Wir Ihr arbeitet?
A.W.: Wir, heißt Jugendhaus Untertürkheim, das heißt ein Haus, das mitten in einem Wohngebiet liegt, die Nachbarschaft direkt am nächsten Gartenzaun ist. Und wenn unsere Konzerte mal über den Zeitpunkt 23.30h rausgehen, können wir sicher sein, dass unsere Nachbarn, trotz vorheriger Benachrichtigung u.s.w., erst hier anrufen und wenn sich daraufhin nicht das Konzert, für manche sofort, als beendet rausstellt, die Polizei informieren und dann über die Schiene versuchen die Sache zu beenden und das dann natürlich auch mit der Folge, ich werde hier, mitten im Wohngebiet, nie eine Ausnahmegenehmigung bekommen ein Konzert über den Zeitpunkt raus auszudehnen. Das bindet uns natürlich auch. 23h dulden unsere Nachbarn, da machen sie mit, 23.30h ist die Schmerzgrenze und dann ist Ende. Eigentlich offiziell wäre dies schon 22h.

I.: Gibt es da eine Rahmenvereinbarung über Öffnungszeiten?
B.Hä.: Erlaubt ist bis 22h. Hängt aber mit der Gastronomie zusammen, alles Andere müssten wir eigentlich nochmals zusätzlich jedes Mal beantragen. Machen wir natürlich nicht. Man weiß ja auch, dass dies mit Kosten verbunden ist, für jeden Einzelantrag werden inzwischen Gebühren erhoben. Und für solche Geschichten lassen wir das einfach so laufen, es wird kein Einzelantrag gestellt. Es wird dann einer gestellt, bzw. es bietet sich auch oft an ihn nicht zu stellen, in Neugereut z.B. haben wir das intern abgesprochen mit dem dortigen Polizeirevier, zuerst mit dem Jugend-Sachbearbeiter und dann mit dem Revierleiter und der hat es geduldet. Das ist natürlich die beste Lösung. Denn wenn dies erst mal über das Amt für öffentliche Ordnung läuft, dann ist die Chance nur sehr gering. Speziell das was auch schon Achim sagte hier wird das auf gar keinem Fall genehmigt.
I.: Gibt es keinen entsprechenden Ansprechpartner dafür?
B.Hä.: Beim Amt für öffentliche Ordnung? Natürlich gibt es da Leute, aber die halten sich streng an ihre Vorschriften.
A.W.: Die Antwort, die ich schon oft bekommen habe ist, dass sie uns die Schankgenehmigung verlängern können, sie können uns die Gastronomie verlängern, aber sie können uns keine Ausnahmegenehmigung für eine nächtliche Ruhestörung geben. Und das heißt für uns im Klartext: 22h ist der Zeitpunkt, der uns rein rechtlich einschränkt. Unsere Nachbarn sind zum Glück bereit das noch, einen gewissen Zeitraum, etwas zu dulden.

I.: Was wären denn optimale Rahmenbedingungen für euch?
B.Hä.: Bis 1h überall, plus/minus einer Stunde. Denn die Techno-Feten wird man nicht jeden Tag machen, das ist ja vom Aufwand gar nicht leistbar, aber für den normalen Konzertbereich. Wenn man um 17h anfangen muss – bitte wer geht denn um 17h auf ein Konzert?
A.W.: Das war definitiv auch schon mal unser Problem gewesen. Wir haben ein Konzert im Dezember speziell auf Nachwuchsband-Förderung zugeschnitten, und sind am Überlegen, ob man das Konzert weiter nach hinten verlegt, bzw. weniger Bands spielen lässt, denn die Erfahrung zeigt, dass um 17h/18h kein Mensch kommt, außer dem persönlichen Bekanntenkreis der Band.
B.Hä.: Auf politischer Ebene wird das ja auch immer oft gesagt, ja, ja, das sehen wir... hat sich verändert, klar. Das ist ja auch nicht mehr nur am Wochenende, man kann ja auch in der Woche was aufziehen, wo auch dort ein Bedarf da ist oftmals länger zu machen. Diese Geschichte im Jugendhaus Mitte, Mittwochs HipHop-Battle, wäre auch zeitlich nach hinten ausdehnbar.
I.: Die Ressourcen sind also vorhanden, um einen guten Nachwuchs im Jugendmusik-Bereich zu haben, aber die Rahmenbedingungen und Auflagen schränken das alles etwas ein. Wie ist es denn mit den Zielgruppen, die mit der Musikarbeit angesprochen werden, sind das auch die Zielgruppen, die mit der normalen Jugendhaus-Arbeit, im Alltag, angesprochen werden? Oder tut das sich sehr unterscheiden? Könnt ihr diese Szenen, Techno-, Punk-, HipHop-Szenen, habt ihr die alle auch als Besucher, oder ist das vermehrt so, dass die von Außen dazu kommen und wieder weggehen? Sehen die das nur als Auftrittsort, als Location nutzen?
A.W.: Bei uns im Haus ist ein Proberaum integriert, der abends an Bands vermietet wird, dadurch haben wir verschiedene Musikrichtungen da, aus dem Bereich Rock und Pop. Unser Haus-Publikum hört verstärkt HipHop und Black-Music. Da ist es für uns schon etwas schwierig da in wirklich kreative Geschichten, außer dem Auflegen von Musik als DJ zu arbeiten. Da sind wir am überlegen, wie wir da einsteigen können, das mitrein zunehmen und auch da die Leute zufördern. Bei Konzerten verändert sich unser Publikum hier, von der Zusammensetzung des Musikgeschmackes auf jeden Fall.
B.Hä.: Das finde ich persönlich gut, weil das ist unser Auftrag. Man soll nicht nur einen Kopierer der Stadt bedienen, sondern wir haben einen breiteren Auftrag. Wir haben auch nicht den Auftrag, dass jeder Jugendliche von 14h bis 22h bei uns sitzen muss und sich pädagogisch belagern lassen muss, das haben wir auch nicht, sondern es sind nach wie vor Freizeitorte, erst mal Treffpunkte und natürlich, um das überhaupt realisieren zu können, dass unterschiedliche Musikstile auch dort toleriert werden, das ist ja immer das Problem, dass man sich kulturell ausgrenzt, dass auch ein Musikstil ausgrenzt, dafür muss eine gewisse Atmosphäre im Haus sein und muss auch eine Toleranz da sein. Dies ist Aufgabe der Mitarbeiter dies zu gestalten. Ich kann mir sehr gut vorstellen, dass ein Haus mal Punk, mal Techno und natürlich auch HipHop macht.
I.: Ihr benutzt also die Musikarbeit und das Musikangebot um neue, andere Zielgruppen in die Häuserreinzubekommen?
B.Hä.: Ja, und das könnte man noch viel gezielter machen.
I.: In wie vielen Jugendhäusern gibt es denn solch einen dezidierten Live-Musikbereich?
B.Hä.: Bad Cannstatt, Untertürkheim,....Schwierig. Alle mit Proberäumen, gibt es, kann man nicht sagen, wobei ich jetzt auch wiederum sagen würde, auch da muss man etwas steuern, das ist dann meine Aufgabe, zu sehen, wie ist es regional angelegt. Es müssen ja nicht drei Häuser nebeneinander das Gleiche anbieten., sondern man kann ja versuchen einen anderen Schwerpunkt zu setzen.
I.: Klar, wo noch? In Stammheim vielleicht noch manchmal?
B.Hä.: Ja, wobei das geht ja schon eher in die gesellige Musik.
I.: Im Erwachsenbereich?
B.Hä.: Ja, das ist zwar auch O.K., das möchte ich ja nicht bewerten. Stammheim ist durch den Förderverein sehr stark in den Stadtteil eingebunden und das bekommt dadurch schon eher einen Fest-Charakter.
I.: Sind die Besucher schon älter?
B.Hä.: Ja, aber es kommen auch Jüngere. Es mischt sich.
I.: Was gibt es noch? Jugendhaus Mitte fällt mir noch ein.
B.Hä.: Richtig, Jugendhaus Fasanenhof, Jugendhaus Neugereut wieder verstärkt. Das ist ein Haus, das Tradition hat, aber auch da von der Mitarbeiter abhängig. Gibt es ein Bruch in der Mitarbeiterschaft oder einen Wechsel. Achtet dann niemand darauf ist das Thema auch wieder schnell verschwunden. Gerade als es vor acht Jahren seitens der Stadt eine Kürzung von zwanzig Stellen gab, bzw. die Kürzung von 1,4 Millionen DM, war natürlich auch hier die Überlegung den Musik-Bereich aufzugeben. Da habe ich vehement dagegen gehalten.
I.: Ist das von Region zu Region unterschiedlich? Wovon hängt es ab? Gibt es keine durchgängige Konzeption, bzw. Richtlinien, dass dies zur Jugendhausarbeit dazugehört?
B.Hä.: Ich finde, dass es ein zentrales Thema ist! Das ist meine Meinung.
I.: Gibt es aber für den gesamten Jugendhaus e.V. nicht?
B.Hä.: Nein, gibt es nicht.

I.: Das heißt, gibt es engagierte Mitarbeiter im Haus und eine dahinterstehende Regionalleitung, dann funktioniert es, ansonsten weniger?
B.Hä.: Wenn die andere Themen belegen gibt es weniger Musik.
I.: Dann ist das also keine gute Planungsgrundlage, um für Gesamt-Stuttgart zu sagen, im Jugendbereich wird Musik erarbeitet?
B.Hä.: Ja, das ist richtig. Die Schwerpunkte ändern sich sehr stark.
I.: Wenn wir mal auf die Mitarbeiter zurückgehen, findet ihr gute Mitarbeiter im Musikbereich? Die vom Band-Proberaum, DJing bis Live-Konzerte, also alles was so im Nachwuchsbereich dazu gehört, gibt es da gutes Personal? Und was heißt das?
B.Hä.: Ich würde sagen, bei den Sozialpädagogen, oder Erziehern, ist der Achim die Ausnahme, aber das hat ja was mit privaten Vorlieben zu tun, ob man sich da auch selbst beschäftigt.
I.: In der Ausbildung ist es also nicht verankert?
B.Hä.: Da findet das gar nicht statt.
A.W.: Ich bin Sozialpädagoge und habe in meiner Zeit hier beim Jugendhaus e.V. in einzelnen Bereich mit Fortbildungen, kleine Bruchstück abgedeckt, die dann aber eher musiktechnische Sachen angingen. z.B. Musik am PC, um eben mit den Jugendlichen auch da arbeiten zu können. Das andere war Umgang mit der großen Technik für Konzerte. Das sind Sachen, die dann dazukommen, aber es ist keine richtige Ausbildung. Da kommt dann noch Erfahrung dazu, zum Teil von Vorgängern, oder Erfahrungen aus früheren Arbeitsfeldern.
B.Hä.: In Cannstatt gibt es einen Mitarbeiter, der gar keine pädagogische Ausbildung hat, aber Erfahrungen in dem Bereich aus ehrenamtlicher Basis mitbringt, der die nötigen Voraussetzungen auch mitbringt, und wenn man den unterstützt und bestimmte Rahmenbedingungen zur Verfügung stellt, halte ich es für ausbaubar. In Neugereut ist ein Mitarbeiter, der früher Praktikant bei Cumulus war, und der dort sein Aufgabenfeld gefunden hat, das einfach passt. Er ist Kulturwissenschaftler.
I.: Es bestehen also für den Bereich keine durchgängigen Qualitätskriterien und keine ganzheitliche Konzeption. Es gibt eigentlich keine Ausbildung, die die Qualifikation geben einen Musikbereich im Jugendhaus zu machen. Sondern es sind sehr individuelle Geschichten und die sind sehr schwierig zu finden, die Leute. Auf der anderen Seite sagst Du, dass es ein existenzieller Bereich im Jugendhaus ist.
B.Hä.: Meine Meinung ist nicht die des Jugendhaus e.V., das ist meine Meinung. Qualitätssicherung hin und her. Ich schau mir das genau an wie Musik im Haus stattfindet. Ich kann das genau nachvollziehen.
I.: Zur Zeit gibt es aber noch keine Grundlage auf die man sich stützen kann, eine Berechtigung, konzeptionell inhaltlich.
B.Hä.: Nein, weil die Leute frei sind. Als Regionalleiter hab ich die Möglichkeit zu intervenieren. Das hab ich damals auch gemacht, weil ich das nicht zulassen wollte, dass die sich da ausklinken. Ein anderer Regionalleiter, für den das nicht den Vorrang hat, vielleicht denkt er muss die Mädchenarbeit pushen oder Erlebnispädagogik, da bekommt das ein Übergewicht.
I.: Aber wenn die Stadt sagt, uns ist wichtig, dass der Nachwuchsmusikbereich flächendeckend in Stuttgart gemacht wird, könnte es doch soweit kommen.
B.Hä.: Ich finde es gehört sogar zu Leistungsvereinbarungen zwischen dem freien Träger und dem Jugendamt hinein. Da gehört es hinein. Das ist meine Auffassung.
I.: Dann könnte man also ruhig eine grundsätzliche Vereinbarung darüber finden?
B.Hä.: Ja, finde ich. Darüber wird ja auch gerade geredet. Denn die Stadt will ja schon wissen, was wird mit dem Geld eigentlich gemacht.
I.: Wenn man etwas weitergeht, was für einen Bereich von Musik deckt ihr ab? Wo muss man euch im Popularmusikbereich stecken?
A.W.: Für unser Haus würde ich sagen Nachwuchsbereich.
I.: Und für den Gesamt-Jugendhaus e.V.?
B.Hä.: Würde ich sagen auch, wobei punktuell auch mal größere Veranstaltungen, die auch mal außerhalb stattfinden können, bei Cumulus ist das anders gelagert. Die gehen auch immer wieder einmal einen Schritt weiter. Da gibt es auch den Ansatz Bands zu pushen und zu unterstützen, und sie weiterzubringen. Was bei uns oft auf der Ebene Übungsraum bleibt. Sprich Veranstaltungsmanagement. Das wird also eher von Cumulus geleistet. Das macht der Mitarbeiter auch vor Ort und der kann dann auch vermitteln, aber das ist geringer ausgeprägt.
I.: Das spezielle Fachwissen für die sehr spezielle Begleitung von Nachwuchsbands ist also bei Cumulus als Unterstützungseinrichtung angesiedelt, für die anderen.
B.Hä.: Richtig.
A.W.: Zurückkommend auf die Ausbildung der Mitarbeiter, ich hab hier Bands im Proberaum, kann aber persönlich den Leuten im Instrumentalbereich nichts beibringen oder zeigen, da sind die viel weiter als ich. Ich kann in ihnen in manchen Fällen schon was geben, oder hab Vermittlerrollen, der oder der kann euch helfen, dort könnt ihr die Infos die ihr braucht bekommen, etc.

I.: Klar. Mich interessiert aber mehr das Spektrum. Kommt jemand ins Cafe und will Schlagzeug lernen? Bis zur einer Band die einen Plattenvertrag braucht?
B.Hä.: Plattenvertrag, ist der Schritt, den wir nicht machen.
I.: Wann würde eine Band aus dem Proberaum rausfliegen? Wenn sie eine Altersgrenze erreicht haben? Wenn sie Chart-Erfolg haben? Hört es auf, dass ihr jemanden den Raum bietet?
A.W.: In die Situation, dass wir einen Band rauswerfen, weil sie Chart-Erfolge haben und einen Plattenvertrag, werden wir nie kommen, weil sie dann eh nicht mehr bei uns proben würden. Dann müssen wir viel Glück haben, dass sie noch an uns denken und an ihre Anfänge und überhaupt bei uns auftauchen.
B.Hä.: Genau. Das wird oft vergessen, das ist auch ein Thema wo ich glaube das sollte man auf eine vertragliche Grundlage bringen. Immerhin tun wir für Einige im untersten Level sehr viel. Ohne Jugendhaus West, das sehr viel, nicht nur räumlich, für die Kolchose getan hat, sich so entwickelt hätte? Vielleicht ein schlechtes Beispiel, weil die sich ja durchaus noch daran erinnern und das auch sagen. Aber andere vergessen es schon. Wegen mir könnten die gerne hier weiterhin proben, wenn sie auch mal ab und an ein Konzert geben, bei dem dann die Einnahmen beim Haus bleiben.
I.: Das heißt, dass die Bands, die Erfolg hatten sich für die Nachwuchs-Geschichten rückengagieren.
B.Hä.: Ja, richtig.
I.: Es gibt jetzt auch noch kommerzielle Einrichtungen, Kultureinrichtungen die eigentlich auch in dem Nachwuchsbereich mit Jugendlichen die Musik machen arbeiten, also z.B. Musikschule, kommerzielle Musikschulen, Einrichtungen vom Kulturamt, oder geförderte Einrichtungen wie die Musikinitiative Rock, arbeitet ihr dann mit denen zusammen, oder gibt es wenig Verbindungen? Gibt es zwischen den Stadtteil-Musikschulen und euch eine Kooperation?
B.Hä.: Fast nicht. Also punktuell. Im Jugendhaus West gibt es einen Versuch wo wir es versucht haben, auch anfangs mühsam versucht haben und ein Projekt gemacht haben, das sich zeigen lassen kann und mit dem man nach Außen gehen kann.
I.: Wäre es sinnvoll?
B.Hä.: Es wäre sinnvoll, aber da müsste man auf beiden Seiten erst ein paar Kästchen aufknacken.
I.: Was heißt das?
B.Hä.: Dieses Schuldenken der Musikschulen mehr öffnen, auf Technik lernen, lernen, lernen und etwas unsere Rangehensweise aufnehmen, und wir müssten deren Weise etwas aufnehmen und denen entgegenkommen.
I.: Das ist jetzt inhaltlich gesprochen?
B.Hä.: Bei uns ist die Technik erst mal sekundär. Ich finde auch, dass es wichtig ist, denn ich finde auch, dass nicht jede Band gleich ihren Auftritt bekommen muss. Man muss auch Qualitätsmaßstäbe drin haben. Die hat die Musikschule sicherlich, da wird bei uns weniger darauf geachtet. Da wird jedem das ermöglicht, manches sollte man auch verhindern, finde ich.
I.: Mit Firmen ein PublicprivatePartnership, wäre so was vorstellbar? Es gibt ja z.B. Projekte in denen Instrumenthersteller Proberäume einrichten, Indorsement- Verträge für Einrichtungen.
B.Hä.: Projektbezogen haben wir so was schon gemacht, was an Unterstützung da ist, bei den Berger Sprudlern haben wir Saxophon-Firmen hinter uns gehabt, die uns da unterstützt haben. Speziell in den Einrichtungen spielt es einen sehr untergeordnete Rolle. Da könnte man mehr machen.
I.: Wie könnte man da mehr machen. Liegt das an der Struktur? Gibt es da Kommunikationsschwierigkeiten oder liegt es daran, dass man einen zentralen Ansprechpartner bräuchte, der Kontakte vermittelt? Müsste man grundsätzlich eine Rahmenvereinbarung, oder Konzeption, für Nachwuchsförderung treffen, die alle betrifft, an der alle andocken können, egal von welcher Sparte sie kommen, in der Stadt? Oder muss es von unten rauswachsen und man eigentlich gar nichts tun?
B.Hä.: Bräuchte man einen Doctor Musik für Stuttgart?
I.: Einen Musikbeauftragten, braucht man den?
B.Hä.: Ich weiß es nicht, ich bin mir unschlüssig. Es gibt ja Städte, die über Jahre hinweg mit den Rockbeauftragten Erfahrungen gemacht haben, durchaus nicht nur positiv. Ich bin mir unschlüssig. Ich könnte für mich nicht sagen, dass es in die Richtung gehen soll. Es ist oftmals auch keine Zeitressource ständig da für diesen Bereich vor Ort.
I.: Das müsste man dann schaffen können, durch Freistellen?
B.Hä.: So etwas zu verordnen ist immer schwierig. Man kann nicht Kooperation verordnen, wird nicht funktionieren. Zumindest nicht mit Herzblut, das lebt ja auch vom Engagement und der Kreativität der beteiligten Mitarbeiter, und man muss erkennen, dass man eigentlich voneinander profitiert und einen Schritt weiter nach vorne kommt, durch die Kooperation. Die braucht nicht auf ewig festgeschrieben zu werden, sondern es kann sich auch durchaus ändern. Es kann ja einen ganz lose Geschichte sein. Und wenn man weiß, da kann man sich andocken an bestimmte Sachen, aber man kann auch mal wieder loslassen. Ich würde gegen eine starre Struktur sprechen.
I.: Liegt es an den Leuten, die in diesem Bereich beschäftigt sind? Muss man denen ein Angebot machen, dass die sich annähern?

B.Hä.: Man sieht es ja allein schon durch die Beziehung Kulturamt und Jugendamt, dass da kaum durchlässig ist und man versucht die Claims abzustecken. Das eine sind die Sozial, das andere die Kulturleute. Diese Abgrenzung funktioniert so eben nicht mehr.
I.: Ist das auf der Basisebene, in den Einrichtungen genauso? Ist es auf Referats-, bzw. Amtsleitungsebene verfestigter diese Abgrenzung?
B.Hä.: Die zieht ganz durch, rundherum. Ich möchte mir das jetzt nicht anmaßen, ich kann nicht die Internas beurteilen, aber natürlich ist das so eine Sache, wenn man das von Oben mehr forcieren würde, dann würde da unten mehr Lockerheit und Leichtigkeit entstehen. Und das sehe ich gerade nicht.
I.: Es fehlt als etwas die Leichtigkeit. Wie findet ihr allgemein den Standort Stuttgart? Findet ihr, dass man überhaupt von einem Popularmusikstandort sprechen kann?
B.Hä.: Genauso wie zum Medienstandort. Der wird ja auch immer beschworen und findet nicht statt. Ich kann es nicht sehen, tut mir leid. Auch da masse ich mir nicht an, zu wissen voran es genau liegt, aber wenn man die Beteiligten und Betroffen fragt, sagen die natürlich, zum einen ist Stuttgart nicht der Nabel der Welt, dass die Kontakte woanders besser laufen, ob das jetzt nun Hamburg, Berlin oder Köln ist, da läuft das besser, weil die internationale Dimension eher gegeben ist. Hier ist alles en miniature. Bei der Kriminalität angefangen bis zum Medienstandort, alles en miniature. Das hat natürlich Vorteile, es ist überschaubarer, aber hat auch Nachteile. Das wird ja immer wieder auch von diesen Klein-Labels Versuche gestartet von Stadt mehr Unterstützung zu erhalten, aus dem Bereich Wirtschaftsförderung und, und, und. Das bleibt immer schon in den ersten Schritten stecken. Woran das liegt kann ich nicht sagen.
I.: Wird einfach zu wenig Geld in den Bereich investiert? Oder andersrum, was müsste man eigentlich fördern? Können wir überhaupt mit Hamburg, München, Berlin, in der Anlage überhaupt konkurrieren?
B.Hä.: Muss ja nicht sein.
I.: Und wenn man etwas fördern möchte, direkt mit den Jugendlichen, wäre es ein Weg, dass man sagt, das ist unsere Grundlage, da sind wir relativ gut, denn der Jugendhaus e.V. ist ja ein riesiger Träger auch über den Stadtbezirk hinaus, wir nehmen das als Basis und müssen nur kombinieren, dass daraus etwas entsteht? Oder müssen wir doch versuchen einen großen Musiksender herzuholen? Was wäre gut?
B.Hä.: Um den Gedanken von vorher nochmals aufzunehmen wirklich zu sagen, das ist unser einer unserer entscheidenden Aufträge, der Musikbereich, die Nachwuchsförderung. In dieser Förderstruktur seitens der Stadt, nochmals präzisiert werden muss was sind unsere entscheidenden Aufgaben. Ich verstehe, auch unsere gesetzliche Grundlage gibt es nicht her, dass Jugendarbeit nur Randstättenarbeit ist. Das Kinder- und Jugendhilfe-Gesetzt sieht das ganz anders. In der politischen Diskussion werden wir sehr stark auf Randstätten- und die klassische Sozialarbeit reduziert. Wir haben hier die mobile Säule und wir haben wir haben den Jugendhaus e.V.. Für die Mobilen ist das ein klarer Auftrag, die Sozialarbeit bei uns finde ich auch, aber es ein Teilbereich, und sollte auch ein Teilbereich bleiben. Dieser andere Aspekt Jugendkulturarbeit, im Bereich Prävention durchaus sehr sinnvoll, sehr offen angelegt, wo man erst mal die positiven Eigenschaften der Besucher aufnimmt und rauskitzelt, und mit den Stärken arbeitet, auch da eine solche Vereinbarung zu machen und in der Leistungsvereinbarung das festschreibt. Das mal explizit gesagt wird, das ist eine Aufgabe und das hat soviel Umfang und da muss man auch die notwendigen Mitarbeiter fördern, unterstützen und auch intern vielleicht die Strukturen öffnen, dass Kooperationspartner hinzugezogen werden sehr sinnvoll wäre. Aber das sehe ich immer mal wieder, wie die politischen Wellen hochkommen, ist das untergeordnet. Das die was machen ist unbestritten, aber das muss man doch noch ausbauen. Wenn man die Rahmenbedingungen verändern würde und wenn von politischer Seite klarer wird, das ist auch explizit gewünscht. Das lässt man dann auch, man tut ja nicht ein Jahr mal diese, ein Jahr mal jenes.
I.: Es muss also ein längerfristiger Prozess starten, weil man die Leute ranholen muss und Standorte ausbauen muss. Wir haben über die Ressourcen gesprochen, die offene Jugendarbeit ist gerade in Stuttgart gegenüber anderen Städten sehr offen und ein echter Standpfosten. Wenn man das jetzt grundsätzlich konzipieren würde, eine Musik- und Popularmusikförderung, wenn man von einer möglichen Leistungsvereinbarung ausgeht, muss in diesem Prozess auch das Kulturamt und die Wirtschaftsförderung verzahnt werden, oder ist es vorstellbar, dass es sehr gut in Teilbereichen funktioniert, dass man das segmentiert machen kann? Braucht man eine starke Verbindung oder reicht ein loser Austausch?

B.Hä.: Ich würde den losen Austausch bevorzugen.
A.: Ich schließe mich an.
I.: Es muss flexibel und frei bleiben?
B.Hä.: Genau. Es ist ja auch die Sache, es gibt nicht nur Jugendhaus e.V., dieser HipHop-Bereich findet ja auch sehr stark außerhalb statt. Sobald es auch finanziell interessant wird. Da müssen wir das nicht auch noch belegen. Da gibt sicherlich auch Unterstützungsbedarf, aber da muss man sagen

das wissen wir auch seitens des Kulturamts oder seitens der Stadt, dass das Jugendhaus einfach einen anderen Auftrag hat. Der bis dahin geht und danach eine andere Förderung stattfinden muss.
I.: Das heißt, wenn man das rausarbeiten würde, muss man erst mal schauen, welche Bereiche wo sind und wer die bearbeitet, wo Zusammenarbeit gebraucht wird und wo es sich prozessartig entwickelt, auch vom Alter und der Ausbildung her. Entwicklung einer Band z.B. bis wohin die verschiedenen Ansätze gehen und an den Schnittpunkten austauscht. Also ihr habt eine Band, die macht gute Musik und die braucht eine Agentur, wie man dieser Schnittstelle arbeiten kann. Nicht, dass jeder alles macht, sondern, dass man diese Überschneidungen und temporären Überlappungen, wo die im Prozess liegen.
A.W.: Das fände ich im Interesse von den Bands auf jeden Fall wichtig.
B.Hä.: Wenn das so klar wäre, dass die Musik eine Säule für unsere Arbeit wäre, wäre ich mir sicher, dass wir noch interessanter würden für Mitarbeiter, die Quereinsteiger sind. Die nicht unbedingt eine pädagogische Ausbildung haben, sondern so ein Team befruchten. Ein unkonventionelles Arbeiten entsteht.
I.: Wie ist es denn mit der Ausstattung der Jugendhäuser? Gibt es Aufnahmemöglichkeiten? Wie sind die Proberäume ausgestattet? Sind es gute Veranstaltungsorte?
A.W.: Innerhalb der Einrichtungen finde ich es im Großen und Ganzen völlig in Ordnung. Wenn man sich dann noch kurzschließt und für bestimmte Sachen zusammentut, dann auf jeden Fall in Ordnung. Wenn ich im Haus kein Material habe, welches eine Band zur Weiterbearbeitung bräuchte, kann ich schauen, welcher Kollege im Nachbarhaus die Möglichkeiten hat.
I.: Es gibt also einen Materialpool, der flexibel einsetzbar ist. Wie ist denn mit dem Image von den Jugendhäusern, das Image ist ja nicht immer so toll? Ist das ein Problem gerade für den Musikbereich um bestimmte Zielgruppen zu erreichen? Gibt es einen Bereich wo man sagen müsste man muss an dem Image Jugendhaus, Nachwuchsmusik in Bezug auf die Jugendlichen noch arbeiten?
B.Hä.: Klar. Wenn das Haus aus welchen Gründen auch immer nicht in der Lage ist eine angenehme Atmosphäre zu gewährleisten, dass es klar ist, wenn Stammbesucher da sind, die an Musik nicht interessiert sind, die nicht in die Lage kommen von denen, die dann kommen, angepöbelt zu werden. Es muss klar sein, dass man das nicht einfach so einleiten kann, sondern es müssen Gespräche stattfindend, wie man so was intern umsetzt. Dass man den Besuchern vermittelt, dass heute einfach was anderes angesagt ist. Oder die mit einbaut. Warum sollte es nicht gelingen da den Horizont zu öffnen? Und den einen oder anderen dadurch hinzubringen, dass es für ihn auch was wäre. Vielleicht für den Aufbau oder Mithilfe für die Durchführung einer Veranstaltung, vom Plakatieren angefangen. Das ist zu wenig, aber das hängt ganz klar auch mit den Mitarbeitern zusammen.
A.W.: Nochmals Thema Image. Da ist das bei uns im Haus ganz klar. Wenn Konzert ist, ist Konzert. Die Besucher, die es nicht interessiert sind nicht da. Der offene Bereich für sie, den sie sonst besuchen läuft in der Zeit nicht. Die Barriere ist nicht bei uns da, sondern in der Köpfe von vielen Leuten. Auch manche Konzertbesucher haben Angst, dass sie zum Konzert kommen und draußen quatscht sie jemand blöd an.
I.: Man müsste also um den Live-Bereich zu fördern, in dem die Jugendhäuser ja viele Auftrittsorte stellen, erst mal eine Art Imagekampagne starten, durchs Internet, Werbekampagnen?
.B.Hä.: So schlecht sehe ich das Image nicht.
I.: Ein Live-Club bekommt aber ein anderes Publikum. Glaubt ihr, dass insgesamt in Stuttgart, ein großer Live-Musikclub fehlt?
B.Hä.: Ja.
I.: Wie müsste der aussehen? Die ganze Woche Live-Musik von Montag bis Sonntag? In allen Stilrichtungen, in allen Größenordnungen?
B.Hä.: ich könnte mir vorstellen, eine Halle zu haben, mit einer Mischung aus Konzert, Sportevents, wo wirklich jeden Tag was anderes ist. Eine Mischung, wo auch verschiedene Existenzgründer angesiedelt sind, die auch mit dem Tenor zu tun haben.
I.: Nicht nur Live-Bereich, sondern auch Produktion, Agenturen und alles Mögliche. Proberäume, Studio?
B.Hä.: Das könnte ich mir gut vorstellen.
I.: Was für eine Größenordnung?
B.Hä.: Man bräuchte hier eine Hallengröße für 1000-2000 Besuchern, damit man was machen könnte. Aber auch eine Kleinere die man flexibel gestalten könnte mit Bühne.
I.: Mit einem jugendgemäßen Ambiente?
B.Hä.: Also nicht schön, sondern rotzig. Nicht Schleyer-Halle en miniature, das mit Sicherheit nicht. Das brauchen wir nicht mehr. Wir sind ja auch am überlegen, weil der Standort Cannstatt, Jugendhaus Anna, spätestens in fünf Jahren aufgegeben werden muss, wir müssen da raus, könnte ich mir vorstellen, dass man so was in Cannstatt ansiedelt, so eine Halle. Und nach allem, was es bisher gegeben hat, ist es zumindest so weit, dass ich eine Bedarfsanalyse in Auftrag geben darf. Das hat unser Vorstand beschlossen, unabhängig von einer Halle, sondern das was ich jetzt schon gesagt

habe, dass da einen Bedarf gibt, sondern ob dies auch tatsächlich so ist. Oder ob das nur in den Köpfen von den Cumulus-Leuten, von meinem Kopf oder Achims Kopf stattfindet.
I.: Ihr versucht das jetzt also objektiv zu überprüfen?
B.Hä.: Sollte man in diesem Bereich einfach tun, denn da geht es schon um Millionen bei der Halle.
I.: Wie viel Millionen?
B.Hä.: 15 Millionen. Zum Hinstellen, für den Betrieb. Das muss natürlich auch eine Mischstruktur haben. Ich kann mir vorstellen, dass da auch mal ein Auto präsentiert wird.
I.: Eine nicht normale Rückfinanzierung, da wären wir wieder bei PublicprivatePartnership.
Glaubt ihr, dass Jugendliche gut über Musikangebote informiert werden? Habt ihr genug Möglichkeiten Werbung zu machen, wenn ihr ein Konzert veranstaltet und Proberäume anbietet? Was ist gut, was ist schlecht? Wo gibt es viel, wo wenig?
A.W.: Was für die Veranstaltungen in Untertürkheim gut funktioniert ist die Arbeit über die Presse, die Ankündigungsarbeit. Mit der lokalen Zeitung, die Zusammenarbeit funktioniert gut und darüber hinaus haben wir unser eigenes Programmheft, das drei mal im Jahr erscheint, wo die Konzerte drin sind und in Untertürkheim über die Schulen verteilt wird. Die Jugendlichen im Stadtteil, bekommen die Informationen, allerdings mit Breitenstreuung, ansonsten läuft es über Plakate und Handzettel, Flyer, Presse. Plakate und Handzettel, sind dann schon ein Lotteriespiel. Wo macht es mehr Sinn mehr auszulegen? Wie kriegen wir sie gezielter an die Leute?
I.: Gibt es Möglichkeiten sie aufzuhängen und auszulegen?
A.W.: Die Möglichkeiten gibt es im Stadtteil schon, da sind es dann die Plakatierungsmöglichkeiten, die im Prinzip jeder Veranstalter zur Verfügung hat. Über die Geschäftsleute im Ort, beim Bäcker z.B., in den Schulen, etc. Das zu kontrollieren, ob es überall wirklich hängt, kann ich allerdings nicht leisten. Bei großen Veranstaltungen wird da gezielter draufgeschaut, bei kleineren Veranstaltungen müssen wir da Abstriche machen.
I.: Vom Zeitaufwand her?
A.W.: Genau, ganz klar.
B.Hä.: Bei größeren Geschichten machen wir ja daraus Gehwegabschrankungen, kombinieren das Paket Kultursäulen, die man ja dann kostenlos hängen kann, wenn man es rechtzeitig anliefert. Da muss aber auch überlegen, dass das von der Zielgruppe abhängt. Passt diese Werbung auf unsere Zielgruppe. Es gibt Dinge, die man da nicht bewerben braucht, die andere Kanäle haben, dort auslegt, wo die sich sowieso immer treffen. Bestimmte Multiplikatoren mitfüttert. Im Punkbereich muss ich nicht Litfasssäulen bekleben. Da ist das Image ein Problem.
I.: Gibt es ein zentrales Informationsangebot des Jugendhaus e.V., wo man alle Live-Konzerte, die stattfinden erfragen kann?
B.Hä.: Auf unser Homepage soll das stattfinden, da sind Versuche das zu aktualisieren. Das hängt auch mit der Trägheit verschiedener Einrichtungen zusammen, die das auch nicht rechtzeitig an die Jugendinformation und Cumulus geben. Das ist ein Punkt, den man immer wieder ansprechen muss. Die interne Vernetzung, um die man weiß, aber an der Umsetzung scheitert es.
I.: Aber grundsätzlich sind Personen da, die für Informationen zuständig sind? Es wird auch Material produziert und weitergegeben?
B.Hä.: Richtig.
I.: Was Informationen für Musiker und Bands betrifft ist es da ähnlich? Cumulus hat ja im Zuge der Untersuchung die Musikregion-Seite reingestellt, in der relativ viel drinsteht. Gibt es da insgesamt genügend Informationsangebote, oder müsste man da auch noch tun. Damit die Jugendlichen mehr Grundinformationen bekommen?
A.W.: Ein Medium wäre ja das Internet, Homepage Jugendhaus e.V., darauf Links, die die Leute weiterbringen. Das heißt von der Musikseite des Cafe Ratz weiter auf die Veranstaltungsseite Jugendhaus e.V., wo gibt es noch Veranstaltungsorte, wer bietet sonst noch Proberäume an. Da muss ein Konkurrenzdenken aus den Köpfen raus.
I.: Mit dem Internet genauso arbeiten, wie vor Ort?
A.W.: Ja.
I.: Neue Medien, Internet, sind das Medien, über das es organisiert werden sollte?
A.W.: Irgendwann hast du deine Veranstaltungen auf dem Handy. Wir hinken ja hinterher, das ist ja das Problem. Wir sind keine Trendsetter.
I.: Würdet ihr das gerne sein?
B.Hä.: Ja und Nein. Wir haben schon noch einen anderen Auftrag.
I.: Was wäre Dein größter Wunsch für den Popularmusikstandort Stuttgart, Bernd?
B.Hä.: Die Leichtigkeit der Zusammenarbeit. Es gibt hier gut funktionierende Strukturen, es gibt Probleme in der Zusammenarbeit verschiedener Organisationen, dass man auch mal von Oben Signale sendet, Kooperation sollte ermöglicht werden und von Unten auch beginnen. Man sollte nicht mit großen Verträgen und großen Vereinbarungen anfangen, sondern erst mal die Freiheit geben unterschiedliche Qualitäten und Kompetenzen zusammenzubringen. Und mal wieder was Neues zu machen. Das wäre mein Wunsch. Dinge einzureißen, nicht alles platt zu machen, überhaupt nicht, es

passieren ja auch gute Dinge. Das gilt auch für uns, internes Konkurrenzdenken und Ängste die da sind, sich zu öffnen und beizutragen, dann funktioniert es besser oder gar von alleine. Auch mit der Wirtschaft projektbezogen mehr zusammen zuarbeiten. Uns mehr als Partner anbieten. Über den Bandbereich durchaus interessant sein könnte. Wir können inzwischen genauso gut ein Konzert organisieren wie eine Agentur, wir müssen nur die richtigen Leute zusammenstellen.
I.: Dein größter Wunsch, Achim?
A.W.: Für einzelne Bands die gradlinige Struktur, die einer Band hilft, vom Anfang durchzukommen, diese Schnittpunkte zwischen dem, was der Jugendhaus e.V. oder das einzelne Haus leisten kann, und dem, was die Band in Folge an Unterstützung braucht , dass es einfach eine nahtlose, schlüssige Sache ist. Und das andere für den Nachwuchsbereich, dass man anfangs mit den Rahmenstrukturen, die schwer aufzubrechen sind, Zeitbeschränkungen und solche Dinge, die uns schon in den Startlöchern die Fesseln anlegen. Man kann nicht das eine ohne das andere wollen.
I.: Vielen Dank für das Gespräch.

Interview Nr. 11 mit Dr. Hans-Joachim Petersen, Medienteam der LHS Stuttgart
am 01.06.01, 14:15 –18:00 Uhr im Rathaus, Stuttgart

I: Guten Tag Herr Dr. H.-J. P., was halten Sie vom Popularmusikstandort Stuttgart?
H.-J. P.: Ich denke, der Musikstandort ist durch das süddeutsche Bildungsbürgertum in Stuttgart geprägt, was sich beispielsweise in der Musikausbildung in den Elternhäusern niederschlägt. Die meisten Jugendlichen, die Instrumente in der Schule oder anderswo erlernen, wollen dann selber Musik machen. Dies geschieht wohl hauptsächlich in den Jugendhäusern, aus denen die meisten Initiativen kommen und die in der Regel sehr gut ausgestattet sind bis hin zu Musikerübungsräumen und Auftrittsmöglichkeiten. Natürlich gibt es in Stuttgart weitere Initiativen der freien Szene, die Auftritte ermöglichen, die Röhre zum Beispiel oder dergleichen. Dazu kommt, dass Stuttgart im Bereich der klassischen Musik durch seine Orchester und Institutionen wie die Bach-Akademie eine starke Basis hat. Oder denken Sie an die experimentelle Musik, die Zwölfton-Musik, die hier lange sehr stark vertreten war. Diese Struktur hat sich dann erfolgreich durchgesetzt auch auf dem kommerziellen Markt. Durch Clubs und gute Bands wurde dann schließlich Stuttgart die HipHop Hauptstadt. Allerdings hat sich das ja mittlerweile etwas gedreht, weil einige der großen Köpfe der Branche ihren Lebensmittelpunkt entweder nach Berlin oder anderswo hin verlegt haben. Geblieben ist die starke Affinität. Ich schätze das Potenzial an kreativen Musikern insgesamt als sehr groß ein.
I: Ihre Tätigkeit hier für die Stadt Stuttgart steht auch in diesem Zusammenhang. Können Sie einfach mal erklären, was die Medienförderung genau macht?
H.-J. P.: Das Medienteam beschäftigt sich mit kommerzieller und nichtkommerzieller Medienförderung. Das sind im nichtkommerziellen Bereich die Förderung von Film- und Medienfestivals. Im kommerziellen Bereich die Betreuung und Vernetzung von Gewerbetreibenden auf dem Gebiet neue Medien und die Erschließung von neuen Gewerbeflächen und deren Implementierung am Markt, bzw. Erstellung eines neuen Gründerzentrums, und der dritte Bereich ist die Beratungsleistung innerhalb der kommunalen Verwaltung, d.h. für die Stadt Stuttgart.
I: Ist die Arbeit des Medienteams rein auf Wirtschaft ausgerichtet?
H.-J. P.: Nein, wie ich schon sagte. Unser Arbeitsgebiet liegt in der Schnittmenge zwischen kommerzieller und nichtkommerzieller Medienförderung. Dazu kommt der Aufbau von lokalen und nationalen Netzwerken für die Medienbranche, Beratungsleistungen, Veranstaltungen etc..
I: Spielt da Musik auch eine Rolle?
H.-J. P.: Musik spielt für uns eine untergeordnete Rolle. Das Thema Medien zum Beispiel hat in der Kooperation des Stuttgarter Kammerorchesters und der Band „Orbit Experience“ eine große Rolle gespielt. Das Medienteam hat „Orbit“ zur Filmschau eingeladen, weil die Gruppe eine Präsentation dort mit einem Videoloop verknüpft hatte. Das war sehr spannend und technisch interessant gemacht. Ansonsten geht es ausschließlich um die Ansiedelung der vom Staatsministerium geplanten Pop-Akademie, die für Stuttgart eine schlagkräftige Institution wäre. Solchen Initiativen wollen wir möglichst rechtzeitig Raum und Platz schaffen, damit sie sich in Stuttgart etablieren können.
I: Wer macht außer dem Medienteam in der Stadtverwaltung etwas für Musikszene in Stuttgart?
H.-J. P.: Der wichtigste Ansprechpartner auf dem Gebiet ist das Kulturamt.
I: Ist das Kulturamt auch auf dem Gebiet der Popularmusikförderung tätig?
H.-J. P.: Bis jetzt wohl nicht, aber dieses Interview und Ihre Konzeption zur Förderung der Popularmusikszene in Stuttgart soll ja auch Handlungsempfehlungen für das Kulturamt liefern.
I: Also wenn jetzt das 0711 Büro, die Kolchose oder Kopfnicker Records ein Bürogebäude suchen, welche Stelle würde sich darum kümmern?
H.-J. P.: Das Medienteam und die Abteilung der Wirtschaftsförderung der Stadt Stuttgart.
I: Ist das dann die Abteilung von Herrn Dr. Pfeiffer?
H.-J. P.: Ja. Wir bündeln die Anfragen, koordinieren sie und leiten sie weiter, das ist klar. Wir sind ja die zentrale Anlaufstelle für die Bedürfnisse der Medienschaffenden.
I: Was ist zum Beispiel mit einer Musikzeitschrift, mit Printgeschichten, Stadtmagazinen, die haben ja alle auch eine große Musikaffinität, was ist mit Musikproduzenten, Agenturen, mit so Sachen wie Zone 7, die das Kolchmag herausbringen? Gibt es da Richtlinien, ab wann ist das Medienteam zuständig, oder ab wann ist es nicht mehr zuständig?
H.-J. P.: Im Bereich Musikwirtschaft gibt es Schnittstellen, wenn es sich um Medienschaffende handelt. Wenn ein Plattenlabel oder ein Musikverlag zum Beispiel Interesse hat, hier nach Stuttgart zu kommen, und uns das bekannt wird, werden wir uns gemeinsam mit der Wirtschaftsförderung um geeignete Flächen bemühen, damit es gelingt das Unternehmen hier anzusiedeln. Gleichzeitig gilt es natürlich die ansässigen Unternehmen und Personen zu halten. Dies ist klar vom Bereich der Musikausbildung, Musikaufführung, Musikerweiterbildung etc. zu trennen. Dafür sind wir nicht zuständig.
I: Was machen Sie da genau? Von den Flächen mal abgesehen, gibt’s da eine Art Konzeption, wie man vorgeht, wenn ich jetzt eine große Plattenfirma wäre aus Köln, die unbedingt nach Stuttgart kommen wollte?

H.-J. P.: Wenn diese Absicht bekannt würde, müssen wir gemeinsam in der Verwaltung und der Politik überlegen, welche Anreize wir schaffen können. Sie kennen das Beispiel von Universal-Music, dem größten deutschen Label, dass jüngst mit einem Paukenschlag von Hamburg nach Berlin umgezogen ist. Wir müssten ein maßgeschneidertes Angebot erarbeiten. Selbstverständlich können wir nicht wie beispielsweise Berlin oder Leipzig Gelder aus dem Länderfinanzausgleich oder dem Solidaritätszuschlag ausgeben.
I: Geht es also auch um Kapital oder geht es nur um Räume und Flächen die bereitgestellt werden?
H.-J. P.: Das Medienteam kann neben der Suche nach geeigneten Räumlichkeiten und dem Angebot an die neue Firma, sie in die Stuttgarter Netzwerke zu integrieren, keine direkte finanzielle Förderung vornehmen. Dies wird im Rahmen des bundesweiten Städtewettbewerbs wohl auch nur selten und dann ausschließlich bei prominenten Unternehmen wie MTV, Universal Music oder Onyx gemacht. Bei Schwergewichten müsste der Gemeinderat entscheiden, ob zusätzliche Mittel für eine solche Ansiedlung aufgebracht werden können.
I: Es geht also eher um eine infrastrukturelle Förderung?
H.-J. P.: Ja, es geht in der Praxis meistens um Infrastruktur, um Raumfragen, in einem oder anderem Fall auch um Existenzgründerförderung, wenn sich jemand ausgliedert aus einem bestehenden Unternehmen, aber wir können keine Firmenansiedelung subventionieren.
I: Macht das die Wirtschaftsförderung der Stadt Stuttgart?
H.-J. P.: Da müssten Sie dort nachfragen.
I: Bezieht sich die Arbeit des Medienteams hauptsächlich auf Film und Neue Medien?
H.-J. P.: Film und neue Medien, ja ganz sicher. Beispielsweise heißt das, die Film- und Medienfestival GmbH wird gefördert, das Stuttgarter Filmhaus mit seinen drei Vereinen wird gefördert, die französischen Filmtage werden gefördert, das Festival Medienkunst wird gefördert. Das sind alles nicht kommerzielle Einrichtungen, die wir stärker positionieren wollen, um den Film- und Medienstandort Stuttgart stärker zu profilieren und auch in der regionalen und überregionalen Bandbreite mit einer stärkeren Strahlkraft, einer stärkeren Positionierung nach außen hin zu verbinden. Aber wie schon erwähnt, wird uns auch die Ansiedlung der Pop-Akademie beschäftigen.
I: Da muss ich jetzt doch noch nach der kulturellen Ausrichtung fragen. Im Bereich der Jugendkulturarbeit sagt man, dass die kulturellen Medien zusammen gehören, also Musik, Theater, Tanz, Literatur, Film/Video, Kunst, neue Medien. Gehört das auch alles zu Ihrem Aufgabengebiet dazu. Was liegt der Unterschied zwischen dem Kulturamt und dem Medienteam bei dieser Aufgabenstellung?
H.-J. P.: Wenn ein direkter Bezug zu Medienanwendung besteht, ein Theater eine Multimediaoper plant, eine Band, eine Kapelle, eine Performance-Gruppe eine Medienaufführung plant mit multimedialen Effekten, mit einem anderen virtuellen Raum, in einer anderen Form, dann ist zu überlegen, ob wir das fördern können. Alles andere fällt in die einzelnen Ressorts des Kulturamtes.
I: Gibt es eine Grundlage, von der Entwicklung her, warum der Film hier in Stuttgart so eine starke Rolle spielt? Und zum Thema Neue Medien gehört die Musik doch genauso dazu?
H.-J. P.: Die Strahlkraft der Filmakademie in Ludwigsburg ist sehr stark und hat wesentlich zum Ausbau der Filmindustrie hier beigetragen. Film ist ein Medium, das ja immer mehr in den digitalen Bereich hinein geht, und da sind die Tendenzen der Konvergenz doch sehr stark, das heißt, dass es dort zu Überschneidungen kommt. Beispielsweise im Bereich Trickfilm, die FMX im Juni hat es ja wieder gezeigt.
I: Auch die Musik spielt im digitalen Bereich eine Rolle.
H.-J. P.: Ja, das stimmt. Aber wie schon gesagt. Das Medienteam kann kein Einzelunternehmen fördern, wie etwa Ejay, die Musiksoftware produzieren. Das Medienteam kann auch keine einzelnen Musiker fördern. Wir können höchstens Freiräume schaffen, Räume und Infrastrukturvernetzungen anbieten und Veranstaltungen ermöglichen, die letztlich der Öffentlichkeit zugute kommen. Zum Beispiel ein Musikfestival, das sich dezidiert dem Thema neue Medien verschrieben hat. Wenn eine Musikinitiative also ein virtuelles Medienmusikfestival 2002 durchführen wollte, dann wäre das sicher etwas, dessen sich das Medienteam intensiv annehmen würde.
I: Die Verbindung von Neuen Medien mit diesen Alten Medien, kann man das Interesse des Medienteams kulturell auch so umfassen, das es klar wird?
H.-J. P.: Machen wir mal einen Vergleich aus dem Printbereich mit den klassischen Verlagen hier vor Ort. Da haben sich bei fast allen Verlagen Abteilungen zum elektronischen Publizieren herausgebildet. Diese wiederum fallen direkt in unseren Bereich. Wobei ein Buch natürlich ebenso ein Medium ist wie eine Schallplatte oder eine CD. Also auch da entsteht eine Schnittmenge. Wenn man diesen Bereich jetzt grob zusammenfasst, würden natürlich alle die, die Tonträger, Print oder Filme herstellen, unter den Medienbereich fallen. Das sind letztlich alles Medienschaffende. Jetzt geht es aber speziell in dieser Zielgruppe darum, den Bereich Medien und Neue Medien enger zu fassen.
I: Haben Sie persönlich einen großen Wunsch an den Popularmusikstandort Stuttgart?
H.-J. P.: Eine HipHop-Messe, eine funktionierende und angenommene Pop-Akademie und bald den nächsten Chart-Erfolg einer Stuttgarter Musikgruppe.

I: Vielen Dank für das Gespräch.

Interview Nr. 12 Cony Simon, Alex Katsaros, Soundworkshop Stuttgart
am 01.06.01, Uhr in Stuttgart-Obertürkheim

I: Der Soundworkshop Stuttgart – was seid Ihr für eine Firma, was macht Ihr?
C.S.: Wir vermieten, verkaufen, installieren Lautsprecheranlagen. Dann haben wir noch einen Reportage-Ü-Wagen für schnelle Einsätze und dann sind wir auch etwas im Licht tätig.
A. K.: Sicher mehrere Bereiche... Der Veranstaltungstechnikbereich, das ist doch der interessanteste für das Interview, ist eigentlich die Durchführung von Veranstaltungen in technischer Hinsicht. Sie können mit einer Bühne losgehen, wobei nicht die Bühne unser Kerngeschäft ist, die Ausstattung mit Ton- und Lichtmaterial, noch viel Organisation drum herum, von Infrastruktur mit Schaffen oder mit Beraten, Stromanschlüsse und solche Sachen, Security – haben wir Kontakte oder können damit steuern. Im Prinzip der ganze technische Ablauf von einem Konzert.
I: Wie viele Mitarbeiter habt Ihr gerade beschäftigt?
C.S.: Acht feste und noch zehn bis zwanzig freie.
I: Kannst Du einschätzen, in Eurer Branche, wie viele Firmen es gibt in der Region Stuttgart ungefähr und wie viele Mitarbeiter da insgesamt beschäftigt sind, so über dem Daumen?
C.S.: Wo stecken wir die Region ab?
I: Landkreise Ludwigsburg, Esslingen, Göppingen, Rems-Murr, Stuttgart, also knapp 30–40 Km Umkreis.
C.S.: Schätzungsweise 15 bis 20 relevante Firmen.
I: Was heißt da relevant?
C.S.: Also mit Festangestellten, zumindest ein Festangestellter und eigener Tätigkeit des Betreibers, also nicht nur eine Garagenfirma mit ab und zu da sein, was vermieten oder verschicken...
A.K.: Also Geschäftstätigkeiten und Geschäftsfolgen, die als Full–Time–Jobs gelten, da sind einige Amateurverleiher -
C.S.: Die machen ´s hobbymäßig, wichtig ist mit Konzession und Angestellten und täglicher Verfügbarkeit oder Erreichbarkeit.
I: Und wie viele Mitarbeiter ungefähr? Kann man es hochrechnen? 300-400 Leute?
C.S.: Nein, ich schätze eher um die maximal 50 Mitarbeiter.
I: Fest?
C.S.: Ja.
I: Das ist jetzt etwas kitzelig, wenn man das jetzt nicht für Euch beantworten will, sondern insgesamt, mit wie viel Umsatz von der Branche kann man insgesamt pro Jahr in der Region Stuttgart rechnen?
C.S.: Schätzungsweise 40 bis 50 Millionen DM. Es kommt aber daher, dass ein paar ganz große dabei sind, nur deshalb.
I: Wer sind die ganz großen?
C.S.: Sound & Light, Leonberg, Müller & Müller. Die haben ja viele Filialen.
I: Was machen die z.B.?
C.S.: Veranstaltungstechnik generell, also mit AV-Technik, mit Beschallungs- und Beleuchtungstechnik, Produktionsplanung, Durchführung, komplett und zwar nur noch Industrie.
I: Die haben auch bei der Olympiade irgendwie gemacht, oder?
C.S.: Da waren sie mitbeteiligt.
A.K.: Sound & Light hat mitgeliefert bei der Olympiade. Die Olympiade wurde von procon gemacht, einer Firma aus Hamburg und die haben nach Sydney geliefert und von Sound & Light kam relativ viel Material. Sound & Light hat einen sehr großen Materialbestand und tritt aber eigentlich nur im Industriebereich auf.
I: Wie ist Euer Aktionsradius, also wie weit arbeitet Ihr?
A.K.: Der Schwerpunkt ist Baden-Württemberg würde ich sagen, wo der Großteil der Veranstaltung läuft. Es geht aber auch bis nach Italien oder Richtung Berlin und Norddeutschland. Frankreich ist eigentlich fast nie dabei, Österreich und die Schweiz immer wieder.
I: Und wo liegt so der Hauptumsatz?
C.S. Regional.
A.K.: Ja, wir sind nicht auf Tourneen spezialisiert sondern eher auf Einzelveranstaltung und da decken wir schon viele regionale Geschichten ab.
I: Darf ich Euch nach dem größten Kunden fragen?
C.S.: Sagen wir mal so: aus der Industrie.
I: Was haltet Ihr überhaupt vom Popularmusikstandort Stuttgart?
A.K.: Es tut sich einiges hier, es ist schon ziemlich lebhaft. Allerdings sind einige verschiedene Strömungen, die alle für sich so hinwerkeln, habe ich so den Eindruck.
I: Was heißt das?
A.K.: Andersrum erklärt: organisiert ist überhaupt die HipHop-Szene, durch die Kolchose, durch Four Music, die ziehen an einem Strang. Bloß meiner Meinung nach ziemlich zersplittert ist der ganze

Bereich Jazz, weitere Rockmusik. Da sehe ich keinen richtigen Zusammenhang mehr, die wursteln überall vor sich hin im Prinzip.
I: Ihr arbeitet vor allem im Livebereich. Was für einen Anteil hat dieser Musik-Livebereich von Eurem Gesamtgeschäft? Ist auch bei der Industrie viel Livemusik dabei?
A.K.: Da ist auch schon immer wieder Livemusik dabei aber da sind mehr so Tanzcombos, sogenannte Showbands, die irgendwie Top 40 spielen, also das ist mehr als Unterhaltung, irgendwie „klassische Tanzmusikkapelle". Die spielen aber aus einer anderen Motivation heraus.
I: Kommen die Bands, Tanzgruppen für die Industrieevents aus der Region oder auch von außerhalb?
A.K.: Es ist unterschiedlich. Es kommt darauf an, wie die jeweilige Veranstaltung geprägt ist. Z.B. bei einer Veranstaltung in Italien, da wird das ganze Programm von jemand aus Kassel organisiert und der hat dann natürlich lauter Acts, d.h. Kleinkunst und eine Band, die hat er aus seiner Gegend gebucht.
I: Könnte man es irgendwie sagen, bei wie vielen Aufträgen sozusagen regionale Musik eine Rolle spielt bei Euch?
A.K.: Schon eine Großzahl würde ich sagen, so 70 bis 80 %.
I: Also im Livemusikbereich, mit was für Künstlern oder Agenturen arbeitet Ihr mehr zusammen, mit wem habt Ihr Kontakt, wer tritt an Euch heran und was für Sachen sind das? Also sind das auch größere Tourneen, die Ihr mit ausstattet oder sind es eher viele kleinere Konzerte oder sind es regionale Festivals? Beziehungsweise welche Schwerpunkte, wo Ihr sagen könntet, das ist eigentlich so, das kommt sehr oft vor?
A.K.: Es gibt einige Schwerpunkte. Also einer ist z.B. der Südfunk, wobei da natürlich der Programmbereich ziemlich zurückgegangen ist. Da sind nur eigentlich übriggeblieben die Klubkonzerte in der Villa Berg. Da solange keine Tournee-PA dabei ist, wird es von uns betreut. Da kommen natürlich alle möglichen Acts durch, von Nick Kershaw über Brings, XXX (Shobock?), also diese Kategorie an Livemusik. Also da sind auch internationale Bands sogar. Hier haben wir Kontakte zu Four Music. Wir haben z.B. die Turntablerocker ausgestattet, für die Festivals, auch für die Tour, wobei auf der Tour nur ein Teilmaterial dabei war, die hatten eigenes Monitoring dabei aber keine PA. Also da ist der Kontakt zu den lokalen Agenturen, also Four Music oder eben Freundeskreis-Management. Und in der Ecke ergeben sich da immer wieder Kontakte. Was nachgelassen hat ist der klassische, wie sagt man, Festivalbereich . Das Konzert irgendwo auf der grünen Wiese oder in irgendeiner kleinen Halle, wo 2-3 Bands spielen, dieser Bereich, der ist ziemlich eingebrochen.
I: Und woran liegt es, wisst Ihr das?
A.K.: Ich habe den Eindruck, dass normale Konzerte interessieren keinen mehr. Entweder ist ein richtig großer Name, der auf dem Plakat steht oder
I: Also es liegt nicht daran, dass Ihr nicht mehr liefert sondern daran, dass die Sachen weniger stattfinden.
A.K.: Die Sachen finden weniger statt. Es hat sich mehr verschoben Richtung Discos, oder Sessions, HipHop - Sessions. Es sieht eher so aus, dass ein DJ auflegt und eine große Party gefeiert wird. Das sieht man auch in den Jugendhäusern, wie sich da die Veranstaltungen verschieben. Das ist meine Sicht. Das klassische Konzert, wo irgendwie 2-3 Bands spielen, das klassische Popkonzert, das findet so kaum noch statt.
I: Wer sind aus Eurer Sicht die größten Veranstalter für Musik aus der Region?
C.S.: Also aus dem Umkreis von 50 Km?
I: Ja
A.K.: Da muss man unterscheiden, nach kommerzieller Musik oder nach kommerzieller Veranstaltung und nach nicht kommerzieller Veranstaltung, würde ich sagen.
I: Ja, und für die beiden Bereiche? Also, wo läuft viel, wo läuft wenig? Oder könntet Ihr es schwer sagen?
A.K.: Also, ein bisschen schwierig zu sagen. Also im kommerziellen Bereich, da sind natürlich die Agenturen, wie Russ oder Music Circus, die viel durchführen, die die ganzen Tourneen machen.
I: Ja, das sind aber die größeren Bands, also Größenordnung ab 5.000 Leuten ungefähr.
C.S. Ab 2.000.
A.K. Ja, ab 2.000. Das betrifft schon Longhorn und solche in der Größenordnung. In dem Bereich haben wir naturgemäß relativ wenig zu tun., weil diese Acts meistens die Tour-PA dabei haben. Das ist ein kleiner Bereich, den wir noch abdecken, bei solchen Konzerten, die vom Südfunk in der Villa Berg gebucht werden. Es ist sehr schwierig das einzugrenzen.
C.S.: Ja, in kleineren Bereichen wie HipHop gibt ´s noch die Veranstalter, die recht rege sind.
I: Wer?
C.S.: Das 0711 Büro, die machen auch nicht wenig. Die machen auch ihre Partys, die machen ´s regelmäßig. Und wo nichts geht, also meiner Meinung nach ist im Rock´n´Roll-Bereich, für Publikum, was weiß ich, um die 500 Leute, da ist einfach tote Hose, da geht gar nichts.
I: Also das heißt, die erfolgreichste Stilrichtung live ist auch gerade HipHop oder?
C.S.: HipHop oder große Namen, die sich gehalten haben, bzw. die Hitparade rauf und runter.

I: Wie ist für Euch die Situation, also in den letzten 10 Jahren hat es sich irgendwie komplett verändert, also auch vom Geschäftsfeld her? Also gibt es irgendwelche interessante Entwicklungen irgendwie, die für Euch Sachen erschwert haben oder erleichtert haben oder die insgesamt für den Bereich relevant sind?
A.K.: Ja, da hat sich Einiges verändert. Insgesamt sind die Ansprüche sehr stark gestiegen.
I: An die technische Ausstattung oder?
A.K.: An die gesamte Präsentation von dem Konzert eigentlich. Es kommt daher, dass die Leute immer größere Shows sehen, in der Schleyer Halle z.B., also die großen Tourneen, die auch den finanziellen Etat haben. Im Fernsehen sieht man immer größere Shows, aufwendigere Shows, Musicals. Die Stella-Musicals werden mit einem enormen Aufwand ausgestattet und da müssen natürlich auch kleinere Veranstaltungen mitziehen. Und sei es, dass man jetzt auf ein relativ kleines Konzert mit einem ganz ordentlichen Material anrückt um dem Publikum was bieten zu können, dass nicht jeder rausgeht und sagt: das war wohl gar nix.
I: Das würde heißen im Umkehrschluss, dass eine Band aus der Region, um sich gut zu präsentieren, eigentlich auch einen sehr hohen technischen Aufwand hat bei Konzerten, bzw. auch sich eine sehr gute Präsentation überlegen muss damit sie mithalten kann.
C.S.: Ja.
A.K.: Auf jeden Fall, ja. Also das Ding, also gerade auf der kleinen Bühne 2 Boxes links und rechts und irgendeine Band spielt ,das tut nicht mehr, da muss mehr geboten sein.
I: Könntet Ihr ein bisschen umschreiben was das heißt? Wie sieht so eine Bühnenshow dann aus, damit es ein bisschen vorstellbar ist?
A.K.: Das sieht so aus: Wenn jetzt eine Band, z.B. aus dem HipHop-Bereich kommt, oder ein interessantes Beispiel auch Beat-Betrieb, die auch eine halbe Tanzshow machen und die haben eine richtige Choreographie und die haben sich ein Lichtkonzept überlegt. Das heißt sie haben ein bestimmtes Outfit aufgebaut, die bewegen sich auf einer bestimmten Art und Weise, sie haben darauf aufgestimmte Lichtshow, zwar mit kleinen Mitteln aber sie haben eine. Teilweise sind auch solche Elemente wie z.B. einen eigenen Vorhang dabei haben, also der hinter der Band hängt. Es geht weiter, wie bewegen sie sich auf der Bühne und da geht es natürlich auch um die Qualität der Darbietung an sich.
I: Gut, also nicht was die Musik betrifft sondern was das Drumherum betrifft.
A.K.: Ja, die ganze Optik, dass das Ganze ansprechen wird.
I: Ja. Verbraucht Ihr dann mehr und vermietet Ihr mehr als früher? Also macht Ihr einfach mehr Geld, weil ein größerer Bedarf da ist?
A.K.: Nicht unbedingt, weil das Problem ist für kleinere Veranstalter, dass sie sich das nicht oft leisten können.
I: Das heißt, die werden dann unattraktiv oder wie wird das dann gemacht?
A.K.: Ah ja, das ist schwierig. Man versucht mit kleineren Mitteln das Maximum daraus zu holen. Oft scheitert es auch an solchen Sachen: man könnte zwar viel Licht mitbringen, auch für einen kleinen Preis aber dann braucht man auch entsprechende Stromanschlüsse, die ganze Infrastruktur muss stimmen.
I: Heißt das, dass nur Livekonzerte stattfinden, gerade im kleineren Bereich, dass die relativ schlecht ausgestattet sind, auch was so Infrastruktur, Strom, Bühnentechnik usw. angeht oder gibt es eigentlich schon sehr gute Rockkonzerte, ausreichend.
C.S.: Gar nicht, Mangelware.
A.K.: Da fehlt ´s dran.
I: Was sind also die Hauptorte in Stuttgart, wo was passiert?
A.K.: Jetzt gerade im kleineren Bereich?
I: Ja, sagen wir mal Konzerte bis 400 Leute oder so.
C.S.: Zum einen Die Röhre, aber da ist das Programm auch sehr zielgerichtet oder ein spezielles Publikum. Man kann da nicht alles platzieren.
I: Auf was ist es, auf Hardcore oder?
A.K.: Independent, Rave…
C.S. ...und eher Hardcore . Longhorn, also LKA ...
A.K.: ...es ist zu groß, viel zu groß
C.S.: Da ist es auch mittlerweile so, dass nur noch Acts gewünscht sind, die mindestens 1.500 Personen anziehen. Alles andere ist nicht lukrativ für den Betreiber. Dann gibt es Prag, da weiß ich nicht, wie viele reinpassen.
A.K. Die haben auch keine richtige Infrastruktur.
C.S. Das Schützenhaus, da gibt es kaum mehr Konzerte soviel ich informiert bin.
A.K.: Da gibt es Veranstaltungen aber da geht es mehr auch Richtung DJ, Disco. Warum soll man sich eine Band antun, wenn in die Disco mehr Leute kommen?
I: Das waren alle kommerzielle. Gibt es auch im öffentlichen Bereich Auftrittsorte, die funktionieren, die einigermaßen ausgestattet sind?

C.S.: Da gibt es einige Jugendhäuser, die ganz gut ausgestattet sind: das Jugendhaus Mitte, das Jugendhaus Untertürkheim, da finden auch regelmäßig Konzerte statt.
A.K.: Neugereut hat eigentlich auch einen schönen Saal, der auch z.B. über Stromanschlüsse verfügt. Also da sind einige Jugendhäuser, die sind nachgerüstet worden , z.B. dass es am Stromanschluss nicht mehr scheitert. Natürlich sind da immer noch räumliche Gegebenheiten, die teilweise schwierig sind, z.B., dass die Einfahrt eng ist oder die Nachbarn dagegen sind, die dann...
C.S.: Das Jugendhaus Fasanenhof vielleicht.
I: Ist dieses Teilthema relevant, also wäre es wichtig, dass die Sachen länger bespielbar sind irgendwie in den Abend, in die Nacht hinein?
A.K.: Das ist für manche Veranstalter vom Erfolg her sicher schon wichtig. Wenn der Veranstalter sagt: um 22:00 Uhr fällt der Löffel, dann ist es eben unattraktiv für die Leute. Das Publikum hat schon erwartet, dass am Wochenende bis Minimum 24:00 Uhr Programm geboten bekommen.
C.S.: Ich glaube, das ist auch das Problem in Heslach draußen, im Feuerwehrhaus, das zwar schöne Auftritte hat, zeitlich sind die mittlerweile auch begrenzt.
A.K.: Da läuft ja kaum noch was, soweit ich weiß.
I: Ja.
A.K.: Das ist eigentlich schon ein idealer, fast ein idealer Auftrittsort. Die haben eine Bühne, die haben so eine Struktur drin, es gibt auch ein paar Bühnenzüge, Stromanschlüsse, Akustik ist gut da drin, da könnte man schöne Sachen machen.
C.S.: Die Größe stimmt: es ist nicht zu groß, nicht zu klein, da scheitert es an den Anwendungen.
I: Die Rahmenbedingungen sind oft so, dass so Konzerte, so Sachen daran scheitern sozusagen, obwohl die Gegebenheiten eigentlich da wären.
A.K., C.S.: Ja.
I: Wie ist es denn mit Personal? Gibt ´s genügend Leute, die sich in dem Bereich auskennen, also was Tontechniker angeht, was Lichttechniker angeht, was gibt ´s noch, Veranstaltungs-...
C.S.: Veranstaltungstechniker, ja.
I: Also ist da ein ausreichender Pool, gibt ´s erst mal genug und ist die Fachkompetenz in dem Bereich ausreichend oder ist es eher eigentlich ein bisschen im Argen?
A.K.: Da ist eigentlich notorischer Personalmangel, würde ich mal sagen, schon seit Jahren in der Szene. Der Bedarf ist auch gewachsen durch die größer gewordene Industrieproduktion, die einiges an Personal binden.
I: Ich muss jetzt noch mal nachfragen: diese Industrieproduktion, die nimmt wirklich 80 % von Eurem Anteil ein?
A.K.: Also in dieser Größenordnung, mittlerweile ja.
I: Gut.
A.K.: Industriepräsentationen sind z.B. Messen und irgendwelche Firmenjubiläen und solche Sachen.
I: Also dieser Eventbereich bei den Firmen, was Promotion oder auch was Internetgeschichten angeht, der wächst.
A.K.: Der wächst ganz gewaltig, weil die Firmen ihre Feste oder ihre Anlässe anders präsentieren.
Da wir auch an dieser Perfektion von anderen Veranstaltern gemessen werden, dürfen wir auch nicht zurückstehen.
I: Wie ist es dann mit dem Personal, also hat sich da was verändert, gab ´s früher mehr oder es ist so: der Bereich ist gewachsen, da braucht man mehr Leute?
A.K.: Der Bereich ist gewachsen meiner Einschätzung nach. Da werden mehr Leute gebraucht. Es gibt seit einiger Jahren, d.h. seit 2-3 Jahren, auch unseren Beruf offiziell, zu meiner großen Freude.
Es ist nämlich der Veranstaltungstechniker, in einigen Varianten ist das ein Ausbildungsberuf.
Da sind gerade einige in der Ausbildung, die sind bald fertig. Also da wird ´s sich jetzt auf dem Personalmarkt schon was tun.
I: Da geistert ja dieses Gespenst rum, dass irgendwann Veranstaltungen nur noch gemacht werden dürfen, wenn ´s so einen Veranstaltungstechniker gibt. Also wo man so eine offizielle Ausbildung braucht. Ist es richtig oder...
A.K.: Es gilt Heute schon. Eine Veranstaltungsordnung verlangt ab einer bestimmten Größenordnung die Anwesenheit von einem Bühnenmeister.
I: Ab wie vielen Leuten ist es?
A.K.: Oh je. Es hängt von der Bühnengröße ab.
I: Also, das heißt LKA bräuchte eigentlich einen Bühnenmeister?
A.K.: Ja. Wobei... haben die schon eine Bühnengröße? Da muss ich gestehen, ich habe die absoluten Maßen nicht im Kopf. Es gibt die Einteilung nach Klein-, Mittel- und Großbühne.
I: Und für die großen braucht man ´s dann?
A.K.: Ab 100 qm wird eine Bühne als Großbühne eingestuft, wobei der Probenbetrieb und die Aufführung nur in Anwesenheit von qualifizierten Leuten durchgeführt werden, also vom Bühnenmeister, vom Veranstaltungsmeister.
I: Wie ist es jetzt mit den Leuten, bildet Ihr jetzt auch aus oder?

C.S.: Noch nicht.
I: Wie ist es mit den Leuten, die Ihr eingestellt habt also? Wie sind die zu dem Beruf gekommen? Gibt es irgendwie so was wie eine Entwicklungsgeschichte, die irgendwie symptomatisch ist, also für den Tontechniker z.B.?
A.K.: Nein. Also von der Berufsausbildung her kann man das nicht sagen. Es hat jeder seinen Werdegang meistens über eine Band gemacht oder Musik gemacht und ist irgendwie zu diesem Job gekommen. Die Berufsausbildung kommt aus allen möglichen Ecken.
I: Aber sind schon Leute mit Vorgeschichte, mit einer musikalischen Vorgeschichte, öfters oder mit einer Veranstaltungsvorgeschichte?
C.S., A.K.: Ja.
I: Also kommt jemand nach dem Abi und sagt: ich mache ´s jetzt.
A-K.: Nein. Meistens wachsen die Leute rein. Die sind mit der Band unterwegs, die diesen Bereich kennen lernen und das Problem haben: wir wollen auftreten, unsere Band, wir brauchen Technik, wie gehen wir damit um. Sie mieten das und kommen damit mit der Technik, mit diesem ganzen Job erst mal in Kontakt.
I: Also, da ist viel Learning bei doing schon?
A.K.: Ja. Es gab früher nichts anderes. Es gab früher Ausbildungsberufe, die aber nicht unseren Bedarf getroffen haben. Es gab einen Tonmeister, einen Toningenieur und einen Tontechniker.
Die waren alle sehr spezialisiert auf Hörfunkbelange eigentlich.
I: Also auf, wie sagt man...
A.K.: Auf Radioproduktion. Die Tontechniker waren getrimmt auf Radio.
C.S.: Und überall mit Technik.
A.K.: Der Toningenieur war dann eher auf reine Mischpultbedienung getrimmt, der Tonmeister auf Partiturlesen und –hören. Im Livebereich braucht man aber ein sehr umfassendes Wissen.
I: Habt Ihr dann eine Idee, also wie handhabt Ihr das, wenn Ihr wenig Leute habt. Bringt Ihr es denen auch bei oder wie läuft es oder können die einfach bei Euch jobben und gehen irgendwann nach Baden-Baden auf die Medien- und Eventakademie oder wie läuft es?
C.S.: Man greift zuerst auf den erfahrenen Stamm zurück Und das ist ja auch nicht selten eine Kostenfrage. Und es ist nicht möglich auf ein Job learning by doing zu machen, also nicht mehr; die Zeiten sind lange vorbei. Man greift wirklich auf diesen Pool der erfahrenen Techniker zurück. Muss sich rechtzeitig regen, guckt im Umkreis von 50 bis 100 km und stellt dann dementsprechendes Personal zusammen. Dann gibt es natürlich die Möglichkeit, man hat ja immer Stagehands oder bei Filmproduktionen Stagehands dabei, manche sind einfach nur Stagehands und bleiben ´s. Das ist wie wenn man zum Arbeitsamt geht und sagt, wir haben hier einen Tagelöhnerjob. Kisten schleppen hin und Kisten schleppen retour; die bleiben auch dabei und haben kein weiteres Interesse. Es gibt aber auch welche, die ihr Wissen vertiefen, also die sehr interessiert mit dabei sind und die kann man sich über längere Zeit ranziehen, dass sie also angelernt werden und bei denen kann man auch zum Teil das Interesse wecken, dass man sagt, eventuell guck mal nach einer Ausbildung; also die Eignung, die Fähigkeiten wären prinzipiell da und da überlegt es sich auch der eine oder andere, damit aus diesem Stillstand des Statements “Kisten schleppen rein, Kisten schleppen raus” weg kommt.
I: Wie ist das Modell von der Ausbildung bisher. Ich habe gehört, man ist in einem Betrieb angesiedelt und die Berufsschule ist in Baden-Baden sozusagen. Oder wie funktioniert das?
A.K.: Das läuft im Blockunterricht ab.
I: Habt Ihr da schon ein Gehör drin wie das funktioniert? Oder findet Ihr das Konzept gut, oder könnt Ihr Euch ein anderes Konzept vorstellen? Ganz breit gesagt, könnte es in der Schule thematisiert werden, so was, oder wie früh muss man da ansetzen oder wie kann es organisiert sein? Oder muss die Ausbildungsstätte, müsste die näher sein oder müsste die übergreifender sein? Wie ist es mit dem, du hast vorher gesagt “breites Wissen” sozusagen, braucht man es für den Job? Ist es tatsächlich so, dass es über eine Ausbildungsinstitution vermittelt werden kann?
A.K.: Ja, beim Veranstaltungstechniker schon, weil da die ganzen Bereiche abgedeckt werden. Diese Ausbildung ist umfassend. Ich betrachte sie als sinnvoll an. Auch als praxisorientiert. Was den früheren Ausbildungsmöglichkeiten gefehlt hatte. Der Toningenieur war nicht praxisorientiert. Der konnte genau einen kleinen Teilbereich und mehr nicht. Dieser Blockunterricht ist natürlich nicht ganz ideal, weil die Leute immer nach Baden-Baden fahren müssen. Es ist einfach aufwendig. Und wir können nicht auf sie zugreifen. Jetzt sehe ich auch das Problem, es ist kein Riesenbereich. Wenn jetzt jede kleine Stadt das in der Berufsschule anbieten würde, könnte es wahrscheinlich nicht die Kompetenz anbieten. Da muss man die Waage finden. Die Ausbildung muss schon eine fachliche Kompetenz bieten, sonst ist es ziemlich schnell verpufft. Früher hat man immer das Kreuz geschlagen, wenn einer reinkam und hat gesagt er sei Toningenieur und möchte gerne arbeiten. Dann musste man sagen: vergiss es. Der kann im Tonstudio arbeiten, aber nicht live; wird er nie hinkriegen. In diese Schiene darf die Ausbildung nicht rutschen, sonst findet sie wieder keine Akzeptanz.

I: Wie sind so die Rahmenbedingungen für Eure Firma? Ihr habt hier einen neuen Standort aufgemacht und gab ´s da auch Wirtschafts- oder Rahmenbedingungen, also Entwicklungen quasi, die für Euch schwierig waren oder gut waren? Oder seid Ihr mal gefördert worden von der Stadt irgendwie, wegen dem Standort oder wegen irgendwas?
C.S.: Gefördert worden sind wir gar nicht. Wir haben uns jahrelang Gedanken gemacht, wie man den Betrieb vergrößern können, also wie man die Infrastruktur vergrößern könnte. Wir haben keinen passenden Ort gefunden. Wir sind auch zur Stadt, da haben wir gesagt: wir überlegen uns eventuell zu bauen, ob es da eine Fördermöglichkeit gibt und die haben uns in das Gebiet Schlachthof verwiesen und da waren die Fördermöglichkeiten so, dass sie nicht unseren finanziellen Vorstellungen entsprachen.
I: Wer war der Ansprechpartner?
A.K.: ...von der Wirtschaftsförderung ... Pfeiffer.
C.S.: Also das hätte unseren Etat, wir sind ein Kleinbetrieb, ums Vielfache gesprengt.
A.K.: Es ist auch die Situation, dass viele alte, interessante Industrieobjekte...
C.S.:... die man eigentlich günstig haben oder betreiben könnte, die gibt ´s leider nicht mehr. Die sind alle abgebrochen, so wie das Südmilch-Gelände.
A.K.: Darunter leidet aber auch die ganze Musikszene. Die wissen, dass günstige Räumlichkeiten fast nicht zu kriegen sind.
I: Das heißt, das wäre auch ein Förderaspekt, dass man günstige alte Industriebrachen sozusagen zugänglich macht und billig weiter gibt.
C.S.: Billig, ja.
A.K.. Hier ist eher die Tendenz jemand abzuweisen, dass es ordentlich ist, schön sauber aussieht aber...
I: Kann man „billig“ irgendwie in Zahlen fassen? Also wenn man den Quadratmeterpreis hat von..., also was würde so eine kreative Szene irgendwie fördern? Z.B. Miete?
C.S.: Ich würde sagen vier bis acht Mark. Je nach Zustand. Das wäre günstig. Das wäre bezahlbar. Ein normaler Preis liegt bei 12 bis 20 Mark. Und 12 Mark ist auch schon rar gesät.
I: Hier seid Ihr in Miete oder habt Ihr gekauft ?
C.S.: Hier sind wir in Miete.
I: Das ist ein sehr großes Gelände. Wie habt Ihr das finanziert? Habt Ihr Kredit oder Risikokapital bekommen von jemand oder wie?
C.S.: Zusammen mit der Bank finanziert.
I: Also hat niemand gesagt, das ist erfolgversprechend, da würde ich mich dran beteiligen.
A.K.: Nein.
I: Da könnte ja durchaus sein, wenn der Bereich so wächst, wie Ihr sagt, mit der ganzen Industriegeschichte, wäre es ja auch durchaus ein Investitionsfeld, oder nicht?
A.K.: Doch, ich denke schon. Aber das ist für viele noch schwer absehbar, was das für ein Feld ist, das wir bearbeiten.
I: Gibt es ein Imageproblem? Also, dass die Kreditinstitute und die Wirtschaftsförderer mit dieser Musikzuliefersache nicht so richtig viel anfangen können oder es nicht richtig einschätzen?
A.K. Ich würde es nicht Imageproblem nennen. Ich würde eher sagen, dass das ganze Feld noch zu unbekannt ist, dass es viele Leute gar nicht richtig wahrnehmen.
C.S.: Dann ist es aber ein Imageproblem.
I: Dann ist es ein Imageproblem.
A.K.: Na gut. O.k. Also die Leute sehen oft das Ergebnis unserer Arbeit, aber die wissen gar nicht was dahinter steckt. Das sind z. B. auch Praktikanten, die hier mal rein schnuppern. Wir haben immer wieder Schülerpraktikanten jede Woche da. Die sind immer ziemlich erstaunt, wie viel Aufwand hinter einer relativ klein erscheinenden Veranstaltung steckt. Manche Veranstalter sind auch sehr überrascht, gerade Firmen die das nicht einschätzen können. Wenn wir eine kleine Veranstaltung machen, rücken wir an, alles steht voll mit Kisten, dann sind die erst mal erschrocken, was sie denn jetzt da angeleiert haben.
I: Wenn wir jetzt bei diesem Imageproblem bleiben, das hängt ja auch mit der Größe zusammen. Es war schon ein relativ großer Bereich, aber vergleichsweise zu anderen, keine Ahnung, Verlagswesen oder den verarbeitenden Industrie ist er ja nicht so groß. Ist es aber vielleicht auch so ein Ding, dass die Produktion, die Ihr macht, dass die vom Image her nicht so gut dasteht, das Image vom Musikstandort, ist es auch ein bisschen schlecht sozusagen, ist der Ruf von Stuttgart, sozusagen und auch mit den Produktionen auf Euch zurückfallen, ist da der Ruf gut oder schlecht oder in welchen Bereichen ist er gut und in welchen ist er schlecht? Habt Ihr da so ein Gespür irgendwie?
A.K.: Ich würde mal so sagen: Musikproduktionen werden manchmal, oder dieser ganze Musikbereich wird teilweise nicht als seriöser Bereich betrachtet, habe ich so den Eindruck. Es ist irgendwie ein Künstlerbereich, den man nicht so genau einschätzen kann.
I: Gibt es was woran man das merkt?

C.S. Zum einen an den Veranstaltungsorten, die vorhanden sind. Dass es an bestimmten Größen, für bestimmte Publikumsgrößen eigentlich gar nichts gibt. Das heißt, es ist nicht erwünscht oder gefördert. Kleinere Auftrittsmöglichkeiten, so 500 bis 600 Personenkonzerte und da kann man natürlich den Schluss daraus ziehen, dass die großen, die wirklich kommerziellen Geschichten, die Megaunterhaltung, deren Durchführung oder Präsentationen wird auch hier gewährleistet und wie in anderen Städten auch, aber für die kleineren Geschichten auch für die mit Standort Stuttgart, da wird eigentlich nichts getan, sprich es ist kein Bedarf, kein Handlungsbedarf, es wird auch nichts angeboten, dass man das wahrnehmen könnte.
I: Was könnte denn angeboten werden? Fehlt es an Informationen, fehlt es an Ansprechpartnern, fehlt es an einer guten Presse oder woran liegt es? Ihr habt ja hier mit Veranstaltungskünstlern zu tun, deswegen, es ist nicht Euer Kernjob hier.
A.K. Es ist schwierig das einzuschätzen. Es ist mehr die allgemeine Akzeptanz, also das Interesse. Wenn man irgendwo eine kleine Veranstaltung machen will, dann kriegen wir immer wieder mit, dass diverse Schwierigkeiten auftauchen. Da kommen Auflagen, wegen Lärm. Es gibt sehr viele Auflagen, die einem die Durchführung erschweren. Das ist das, was wir immer wieder merken.
I: Also ganz konkret, bei der Durchführung von den Veranstaltungen.
A.K.: Ja. Es sind auch Probleme, wo auch der Veranstalter kämpft.
I: Und da seid Ihr ja beim technischen Bereich, das Ihr dann teilweise lösen müsst .
A.K.: Wir müssen es teilweise lösen, ja.
I: Also ich erinnere da an die Gummimatten auf Rampen, auf Lkws, damit es dann leiser wird...
A.K. Auf dem Schlossplatz wollen wir eine Veranstaltung machen; es sind dann sehr hohe Auflagen bezüglich Kabelwege, dass keiner stolpert.
C.S.: Oder die Lautstärke. Um 21.15 Uhr kommt dann die Polizei und bittet um Einstellung des Konzertes zwecks Ruhestörung.
A.K.: Schönes Beispiel ist es der Pavillon beim Berger Sprudler. Nachdem der Pavillon stand, dieses kleine Zelt, ist er an die Wohnbebauung ziemlich nah rangerückt. Jetzt muss natürlich bei jedem Konzert, das verstärkt wird, gibt es sehr schnell Theater mit den Anwohnern. Als Ergebnis gibt es dann eine Auflage, dass am nächsten Wohnhaus nur 65dB erreicht werden dürfen. Das ist ein Lärmpegel, den die Straße schon übersteigt. Die B14, die aus dem Schwabentunnel rauskommt. Dann kam man auf die schlaue Idee, auf die Bühne muss ein Kasten drüber, Traversensystem, da kommt ´ne schwere Decke drauf und dann wird es leiser. Das hat natürlich auch nicht so richtig geholfen, weil die Boxen strahlen ja immer noch ab. Also gut, bestimmte Musik wird nun mal verstärkt. Dann kam die Auflage, da habe ich dann ziemlich drüber grinsen müssen, dass die Lautsprecher innerhalb von dieser Überbauung der Bühne sind. Das ist aber die Konstruktionsweise der Box, dass sie genau Richtung Publikum strahlt. Es ändert also gar nichts an diesem Problem. Da dreht sich dann irgendwann die Katze im Kreis.
C.S.: Das Endergebnis ist einfach das, dass bestimmte Veranstalter aus dem Stuttgarter Osten, und vom Stuttgarter Osten ist ja diese Veranstaltungsstätte gedacht, einfach diese Veranstaltungsstätte nicht mehr wahrnehmen können. Sprich diese Veranstaltungen finden dort nicht mehr statt.
I: Würde es was bringen, wenn die Leute, die diese Verordnungen formulieren, wenn die auch jemand fragen, der tatsächlich was dort macht. Wenn jemand wissen will, wie die Lautsprecher abstrahlen, auch jemand fragen könnte der sich damit auskennt? Passiert das nicht?
A.K. Also da haben wir eigentlich nie einen Kontakt gehabt. Oder dass irgendwelche Fragen an uns heran getragen werden. Was gibt es denn für Möglichkeiten?
I: Es kam also niemand von der Stadt, der gesagt hat , wie sieht es aus?
A.K. Nein. Also wenn, dann kriegen wir nur die Auflagen unter die Nase gehalten, was man erfüllen muss, was aber oft nicht erfüllbar ist. Gerade beim Berger Sprudler, da sehe ich schon bisschen die Tendenz, dass es eigentlich nicht gewünscht ist, da wirklich was zu machen. Also da steht die Stadt oder die Öffentlichkeit nicht wirklich dahinter, dass sie sagen: klasse, dass da was geht und dass da Feste ohne Eintritt stattfinden.
I: Da sind wir wieder beim Raumproblem. D.h., man muss solche Räume auch sichern und nicht ein Wohngebiet nehmen und genehmigen.
A.K. Entweder das, oder man muss dann einen Ausweichplatz anbieten. Ich habe immer das Gefühl, es wird unter Duldung eine Konzertstätte zugelassen oder Veranstaltung zugelassen. Aber es ist selten so dass, es wirklich positiv da steht.
I: Ja, wir sind eigentlich schon durch. Was würdet Ihr Euch wünschen für Euch, als Firma Soundworkshop und auch für den ganzen Musikstandort Stuttgart, was wäre da Euer größter Wunsch?
C.S.: Dass die Stuttgarter interne Kleinkultur mehr Raum bekommt. Also einfach, es ist wieder der Raum im doppelten Sinne, wirklich die Möglichkeit hat sich zu präsentieren ohne schlechtes Gewissen und dass vor allem Platz dafür geschaffen würde. Das wäre mein Wunsch.
Dass die Stadt Stuttgart uns als Kleinfirma überhaupt irgendwann mal wahr nehmen würde. Ich bekomme es halt in anderen Städten mit. Wir nehmen an einer Ausschreibung teil, unser Angebot

wird positiv angenommen, aber es heißt dann oft, wir müssen leider den örtlichen Anbieter berücksichtigen und deshalb bekommt der dann den Zuschlag. So etwas haben wir von der Stadt Stuttgart noch nie erfahren bzw. wir werden gar nicht angefragt.
I: Ja, also Alex, größter Wunsch?
A.K.: An sich möchte ich mich der Conny Simon anschließen. Sehr wichtig, eine lebendige Musikszene, Kleinkunstszene, aus der entwickeln sich dann auch die größeren Sachen. Hat man jetzt auch in der Vergangenheit gesehen, bekannte Bands aus Stuttgart, die jetzt bekannt sind, haben auch irgendwo im Jugendhaus angefangen. Und es hat schon ziemlich lange gedauert, bis die Stadt die auch mal wahrgenommen hat. Es geht auch weiter in anderen kulturellen Bereichen, wo sehr viel passiert, ich sage Band 5 zum Beispiel. Es ist enorm, was die machen. Das wäre eigentlich mein Anliegen, dass da weniger Steine in den Weg gelegt werden.
I: Ich würde gerne noch mal nachhaken, wenn Du gesagt hast, diesen mehr Raum bieten, dann bezieht sich das von ganz unten, vom sozialen, vom Jugendhausbereich über die Kulturförderung bis dann zur Wirtschaftsförderung durch oder muss man in einem Punkt ansetzen, z.B. sagen mehr Kulturförderung für soziokulturelle XXX, die Musikangebote machen z.B. oder bräuchte man eher Künstlerförderung oder braucht man Wirtschaftsförderung oder braucht man alles?
C.S.: Ich denke, das eine bedingt das andere. Man sollte prinzipiell an der Basis beginnen. Die Möglichkeiten schaffen, dass sich Künstler und zukünftige Künstler überhaupt zusammen finden können. Genauso, gleichzeitig, dass sich kleine Firmen hier etablieren können und Fuß fassen können. Und dass sich da gemeinsam was entwickeln kann. Aber wo kein Raum, da kein Platz.
I: Gut. Trauriges Abschlusswort.
C.S.: Das Wort zum Sonntag.
I: Das Wort zum Sonntag. Alles klar.

Interview Nr. 13 Martin Gerlich, Rohrer Club, Organisationsleitung Rohrer Seefest
am 07.06.01, 17:00 –17:30 Uhr im Jugendhaus Mitte, Stuttgart

I: Hallo Martin.
M.G.: Hallo Paul.
I: Seit wann gibt's denn den Rohrer Club?
M.G.: Seit über 30 Jahren ungefähr.
I: Also schon eine ganze Weile.
M.G.: Ja.
I: Was ist der Rohrer Club eigentlich ganz genau. Sag mal was das ist.
M.G.: Der Rohrer Club ist ein selbstverwaltetes Jugendhaus in Stuttgart. Wir sind glaube ich das einzige Jugendhaus in Stuttgart, was ohne einen Zivi oder Sozialarbeiter auskommt. Wir organisieren alles selber, d.h. wir regeln die Finanzierung von unserem Jugendclub, mit Veranstaltungen mit irgendwelchen Sachen von der Stadt alles selber. Hervorgegangen ist der Jugendclub aus einer Jugendgruppe von der Kirche, irgendwann hatten die Leute keine Lust mehr auf die Jugendgruppe von der Kirche und haben sich abgespalten und dann ist ein Jugendhaus draus geworden.
I: Was macht ihr im Musikbereich?
M.G.: Im Musikbereich ist unser Hauptevent das Rohrer Seefest, das wir jedes Jahr veranstalten, dieses Jahr zum 27. Mal. Das ist ein Nachwuchsfestival, ein Open Air in Stuttgart. Dieses Mal sind es 11 Bands in 2 Tagen und das ist eigentlich unser Hauptding. Früher hatten wir viele Bands, die bei uns im Jugendclub gespielt haben, das ist aber ein bisschen zurückgegangen, weil wir Ärger mit den Nachbarn hatten wegen Ruhestörung. Jetzt dürfen wir nur noch bis 21:30 Uhr Konzerte machen und das ist natürlich recht witzlos.
I: Ihr seid alles nur ehrenamtliche Mitarbeiter?
M.G.: Alles nur ehrenamtlich.
I: Wie viele seid ihr da?
M.G.: Für die einzelnen Events sind natürlich unterschiedliche Leute zuständig. Insgesamt ehrenamtliche Mitarbeiter sind vielleicht 10 bis 15, aber jeder hilft mit. Wir haben ja keine Beauftragten, die sagen ich mach das und das, jeder hilft mit, bei Renovierung oder Einkauf oder irgendwelchen Sachen.
I: Sind das insgesamt noch viel mehr?
M.G.: Auf jeden Fall. Wir haben einen kleinen Förderverein, der aber nur dafür zuständig ist, dass wir das Geld von der Stadt bekommen und das das alles über einen Verein läuft, weil sonst bekommt man ja kein Geld. Der Jugendclub selber, die Leute, die da mitarbeiten, das wechselt auch.
I: Wie viel sind das ungefähr?
M.G.: 30 bis 40 würde ich sagen, die regelmäßig mithelfen, würde ich sagen.
I: Wie sind die Besucher und die Leute, die Mitarbeiten, kommen die nur aus dem Stadtteil Rohr?
M.G.: Also die Besucher kommen schon hauptsächlich aus Rohr und Vaihingen, dem ganzen Stadtbezirk oben und auf den Halbfildern und unsere Besucher kommen auch eher aus der Gegend. Bei Konzerten kommen Besucher natürlich auch von weiter her oder beim seefest ist es auch ganz verbreitet, wo die Leute herkommen.
I: Wie viel Etat habt ihr im Jahr?
M.G.: Wir haben einen Etat von 15.000,- DM im Jahr, davon müssen Versicherungen gezahlt werden, Renovierungsarbeiten und die ganzen anderen Sachen, also das ist kein so großes Budget.
I: Und beim Rohrer Seefest?
M.G.: Beim Rohrer Seefest haben wir gar kein Budget, das heißt wir sind ein nicht kommerzielles Open Air, wir haben keine Sponsoren und wir finanzieren uns praktisch nur durch den Verkauf von Essen und Getränken. Wir verlangen keinen Eintritt und wenn wir Einnahmen haben, spenden wir die an eine soziale Sache in Stuttgart. Dieses Jahr bekommt die Aidshilfe unsere Einnahmen, im Jahr zuvor war es Trottwar und so werden wir eben Projekte unterstützen.
I: Wie viel Umsatz macht ihr da so pro Jahr?
M.G.: Das ist recht unterschiedlich, so zwischen 10 und 20.000 DM.
I: An zwei Tagen?
M.G.: An zwei Tagen und nur durch Getränke und Essen. Gewinn bleibt da nicht viel übrig, normalerweise so zwischen 500 und 2.000 DM. Man muss dazu sagen, beim Seefest arbeiten viel mehr Helfer mit, als im Jugendclub tätig sind, weil auch die ganzen Ehemaligen kommen und helfen, sonst könnten wir das auch gar nicht machen, weil man brauch manchmal schon LKW oder solche Sachen und dann ist bei Jugendlichen natürlich Schluss.
I: Was hältst du denn vom Popularmusikstandort Stuttgart?
M.G.: Ich weiß nicht, ob man da groß von Standort reden kann. Bei uns gibt es viele Bands, die Interesse haben aufzutreten und was zu machen, ich denke, es ist unglaublich schwer für ne Band nach oben zu kommen und irgendwie ihre Musik zu verbreiten.
I: Gibt es hier wirklich so viele Bands und Kreative?

M.G.: Aus dem Raum Stuttgart gibt es recht wenige Bands, die sich bei uns beworben haben, vielleicht 25% kommen aus Stuttgart oder eher weniger und die restlichen Bands kommen aus Bayern, München, Augsburg oder sonst woher. Aus Stuttgart selber finde ich nicht, dass besonders viel hervorkommt an irgendwelcher Musik, wo ich sag, jahoo, das ist der Renner.
I: Gibt es denn in Stuttgart bestimmte Stilrichtungen, die besonders gut funktionieren?
M.G.: Ich denke die HipHop Schiene ist recht kommerziell und läuft gut. Ich weiß beim HipHop nicht so, wie es mit dem Nachwuchs läuft.
I: Ist das nicht so euer Ding?
M.G.: Es gibt halt weniger Bands bei uns aus der Gruppe raus, die irgendwie HipHop machen.
I: Das heißt euer Open Air ist eher Richtung Alternative?
M.G.: Ja wir haben auch HipHop drin, aber wir wollen keine Stilrichtung machen, wir wollen eher kucken, dass wir alle Stilrichtungen abdecken und von jeder Richtung was drin haben.
I: Du hast vorhin gesagt, dass ihr Livekonzerte nicht mehr machen könnt, weil ihr so früh aufhören müsst, wegen der Nachbarn, wie beurteilst du in gesamt Stuttgart die Auftrittsmöglichkeit für Bands?
M.G.: Ich denke es ist schwierig ohne Beziehungen eine Auftrittsmöglichkeit zu bekommen. Wenn es von mir aus eine offene Bühne geben würde, wo man einfach sagt egal welche Musikrichtung, da kann man spielen, auch wenn es nur eine halbe Stunde, einmal pro Woche ist, das fände ich schon ganz sinnvoll. Sonst gibt es halt das Limelight, die Röhre oder das LKA, wo man kurz vor einem Konzert spielen kann. Ich hab auch ein paar befreundete Bands für die ich versuch Auftrittsmöglichkeiten zu bekommen, das ist schon schwer in Stuttgart.
I: Sollte das dann ein reiner Musikclub sein?
M.G.: Das fände ich nicht schlecht, wenn man wirklich einmal sagt, dass am Wochenende da immer irgendwelche Bands spielen und es feststeht, dass dort immer welche spielen, dass ich nicht nur hingehe wegen irgendeiner Band, sondern dass ich hin gehe, weil ich einfach weiß da spielen Bands und da kann ich eine gute hören, das kann ja auch ganz nett sein. Das könnte ich mir schon ganz gut vorstellen.
I: Wie ist es mit der Open Air Situation? Gibt es in der Region gute Open Airs oder ist das auch eher schwierig?
M.G.: Open Air Flächen, also Open Air für Nachwuchsbands verlangt jetzt keine riesen Flächen, dass ich jetzt auf den Wasen muss. Auf der Freitreppe waren ja gute Sachen von CUMULUS und sonst gibt's das Umsonst & Draußen in Vaihingen oder in Leinfelden und so ein paar kleinere. Ich fände es halt gut, wenn das irgendwie etwas festes wäre, wo einmal im Monat irgendwelche Bands auftreten. Aber im Sommer ist es sicher auch schwer, gegen die ganzen Fest irgendwie anzukommen, dass man genug Publikum hat.
I: Wie ist es so was Ausbildung für die Musiker auch angeht, hast du da irgendwas mitbekommen? Wo hast du zum Beispiel auch dein Know how her. Du machst ein relativ großes Open Air, wie hast du das gelernt?
M.G.: Einen Großteil habe ich von der Generation davor mitbekommen und dann hab ich ja mit dir geredet bei CUMULUS, das war auch ganz hilfreich, so dass man erst mal die ersten Pressekontakte bekommt, was eigentlich sehr viel ausmacht, dass man mal die Anschreiben rausschicken kann und du einfach die 50 Adressen hast, wo du deine Pressemitteilung hinkriegst, weil das ohne fremde Hilfe rauszukriegen ist recht schwer und mühselig und sonst hat es einfach, dass man mit der Zeit – jetzt gibt es einen Verbund der Umsonst & Draußen Festivals, wo man sich praktisch austauschen kann. Ich denke, dass es ganz wichtig ist auf Veranstalterebene, wenn man so etwas organisieren möchte, dass man sich austauscht und Tipps gibt und das nicht immer mit Geld verbunden ist, wenn man einfach, also ich hab die und die Frage und dann kann man sich gegenseitig helfen.
I: Informationstreffen sind also auf jeden Fall gut.
M.G.: Gerne auch im Internet, was ich sehr sinnvoll finde, weil da möglichst viele Leute zugreifen können.
I: Braucht es in der Stadt eine zentrale Anlaufstelle für so etwas?
M.G.: Auf jeden Fall, das halte ich für sehr wichtig.
I: Was sollte die aus deiner Sicht oder für eure Bedürfnisse, für Aufgaben haben oder leisten können?
M.G.: Informationen zur Verfügung stellen, seien es Ansprechpartner oder irgendwelche Sachen, die sich geändert haben und die man jetzt beachten muss, es gibt ja immer größere Auflagen, wenn man ein Fest macht. Sei es wenn man Getränke verkauft WKD oder GEMA, dass einem da geholfen wird, weil ich denke, wenn man das zum ersten oder zweiten Mal macht gibt es viele Sachen, die man einfach nicht kennt. Dann denke ich einfach es wäre gut, wenn es einfach so ein Forum gibt, wo sich Veranstalter melden, welche Musikstilrichtung sie möchten, dass einfach der Kontakt zwischen Veranstalter und Bands nicht so ist, dass ich irgendwo lese, dass es ein Open Air gibt, weil wenn ich in der Zeitung lese ist die Bandliste meistens schon voll und die Band hat keine Chance mehr reinzukommen.
I: Also eine Art Agentur.
M.G.: Ja.

I: Ist euer Open Air denn gut besucht?
M.G.: Ja, wir haben normalerweise zwischen, das ist schwer zu schätzen, weil wir keine Eintrittszahlen haben, aber ich schätze so um 2.000 Leute an beiden Tagen. Das ist natürlich wetterabhängig, das ist bei einem Open Air ziemlich schwer, wenn du dich komplett selbst finanzierst, wenn du dann schlechtes Wetter hast, kann es schon einmal sein, dass du Miese einfährst.
I: Wer würde die dann übernehmen?
M.G.: Bei uns würde das der Jugendclub übernehmen.
I: Aber 2.00 Leute ist ja schon ganz kräftig.
M.G.: Na auf jeden Fall.
I: Glaubst du, dass es für die Bands, die ihr veranstaltet in der Klasse Nachwuchs- und kleine Newcomerbands, dass da attraktive Spielorte bestehen oder glaubst du, dass das eher schwierig ist, auch von der Präsentation her, für das Publikum. Ist das eher langweilig, generell gesehen ist es schwieriger für die Bands, was zum Beispiel die Bühnenshow angeht? Weil die Leute so MTV und VIVA verwöhnt sind oder hat das einen ganz speziellen Charme?
M.G.: Bei unserem Open Air ist es zum Beispiel so, dass wir von der Bühnenshow her fast nichts haben, also wir haben ein paar Spots und das war es eigentlich. Wir haben eine recht gute Musikanlage wir haben einen klasse Mischer, der macht das alles, aber ich denk einfach, das kommt auf das Ringsrum drauf an. Also ich gehe nicht wohin, weil da ne supertolle Bühne mit Lichtanlage ist, ich denke das ganze Ringsrum macht das aus. Uns wird immer gesagt, dass es bei uns relaxed wäre, wir haben einen großen Park, wo man sich hinlegen kann, einfach das die Musik nicht immer der Hauptact ist, sondern das noch was drum rum ist. Wenn du überlegst jeden Tag 5 Bands, wenn dir davon vielleicht nur 2 gefallen, dann vom Anfang bis zum Ende da zu bleiben ist ziemlich schwer und das du am nächsten Tag auch noch kommst. Ich denke einfach, dass die Musik schon ein Hauptbestandteil ist aber sie darf einfach nicht alles ausmachen.
I: Ja das war's von meiner Seite eigentlich schon. Was wäre denn dein größter Wunsch für den Popularmusikstandort Stuttgart?
M.G.: Mein größter Wunsch? Ich hätte wirklich gerne mehr Clubs, wo Bands auftreten und wie ich vorhin schon gesagt habe, dass ich irgendwo hingehe und dass es einfach, ich denke die meisten Bands wollen einfach auftreten, da geht es nicht darum, dass die möglichst viel Eintrittsgeld kriegen. Einfach wo Leute hinkommen, sich Bands anhören und es denen gefällt und das vielleicht darüber auch der Kontakt kommt, wenn ich die Band live höre, kommt spielt doch mal bei mir. Das fände ich schön
I: Gut alles klar.
M.G.: Klasse.
I: Noch irgendwelche weiteren…
M.G.: Es gibt natürlich viele Bands, die mit anderen zusammen eine Veranstaltung machen wollen, wo es einfach nur an einem Raum, einem Saal mangelt. Die würden selber Plakate organisieren, Flyer drucken und die ganze Organisation machen, aber es gibt einfach ganz wenige Auftrittsmöglichkeiten, dass ich als Band irgendwo hingehe und sag ich hab 4 Bands, das komplette Programm und ich brauch einfach nur einen Raum, möglichst günstig. Wenn es so was noch geben würde, das wäre Oberklasse. Ich denke da könnte man mit wenig Aufwand viel bewegen.
I: Dankeschön.
M.G.: So.

Interview Nr. 14 Roland Brömmel, Umsonst & Draußen
am 06.06.01, 22:05 –23:00 Uhr bei Stutengarten Kulturconsulting in Stuttgart

I: Hallo Roland.
R.B.: Hallo Paul.
I: Was ist denn das UD?
R.B.: Das Umsonst & Draußen ist eine Stuttgarter Institution. Ein Dreitagespolitik-, Kultur- und Musikfestival. Es findet in Stuttgart-Vaihingen statt an einem Wochenende im Sommer, es spielen Bands, vornehmend regionale Bands aus Stuttgart aber auch darüber hinaus. Das hat inzwischen 22 jährige Tradition in Stuttgart als linkes, alternatives Politik-, Musikfestival.
I: Ist es ein Verein, eine Initiative oder was ist es?
R.B.: es ist überhaupt keine Struktur. Es sind einfach ein Haufen Leute, die sich Treffen und dieses Umsonst & Draußen vorbereiten, organisieren und durchziehen. Das sind alles ehrenamtliche Leute, das heißt niemand verdient etwas beim Umsonst & Draußen. Es ist ein Team in wechselnder Besetzung von 10 bis 15 Leuten, die ein halbes Jahr lang vorbereiten und dann vielleicht 150 bis 200 Helfer, die während dem Umsonst & Draußen da oben arbeiten um es möglich zu machen.
I: Und wie lange geht das Festival?
R.B.: Es dauert von Freitag abends bis Sonntag Abend.
I: Die Bands hast Du gesagt sind regional und manche auch von weiter her, wie ist es von den Besuchern? Hauptsächlich aus Stuttgart oder kommen auch welche von weiter her?
R.B.: Hauptsächlich aus Stuttgart natürlich, es ist schon eine ziemlich regionale Veranstaltung. Es gibt auch Leute, die von weiter her auch kommen. Wir haben ein paar Stammgäste aus Hamburg und Berlin, in der Regel sind es aber Stuttgarter.
I: Wie viele Besucher kommen da?
R.B.: In letzter Zeit ist es rückläufig, es gab aber schon U&D's, die waren mit 15 und 16.000 Leute sehr gut besucht, inzwischen sind wir so bei 5 bis 6.000 angekommen.
I: Das ist ja eine ganze Menge.
R.B.: Schon. Klein ist es nicht, aber es ist schon deutlich kleiner als früher.
I: Wie viele Bands treten auf?
R.B.: es treten ungefähr 18 bis 19 Bands auf an diesen drei Tagen. Problem ist eben, dass wir relativ strenge Auflagen von der Stadt auch haben, was Veranstaltungszeiten anbelangt, wir müssen relativ früh aufhören und dadurch ist die Zeit einfach auch begrenzt.
I: Zu deiner Person. Was ist Dein Aufgabenbereich beim Umsonst & Draußen ?
R.B.: Ja, ich bin einfach bei der Gesamtorganisation dabei, da gibt es keine so strikte Aufgabentrennung, wie gesagt, unsere Strukturen sind eher locker und chaotisch.
I: Und seit wann machst Du das?
R.B.: Ich bin seit dem 4. UD dabei, also schon eine ganze Weile. Ich bin damals über die Uni zum Umsonst & Draußen gekommen, das ist eines unserer Probleme. Das Umsonst & Draußen hat früher eng mit der FaVeVe, also der FachschaftsvertreterInnenversammlung der Universität Stuttgart zusammen gearbeitet, es gab da immer eine enge Kooperation und wir hatte früher auch immer den Termin am ersten Juliwochenende, das letzte Wochenende vor Semesterschluss und das war gleichzeitig auch das Semesterabschlussfest. Es war aber nie ein reines Studentenfest und es war nie ein Nicht Studentenfest, es war immer so in enger Kooperation mit der Uni. Und das ganze lief eben, bis uns zum 12. UD das Amt für Umweltschutz der Stadt Stuttgart den Termin verboten hat mit Hinweis auf Vögel, die im nahegelegenen Naturschutzgebiet brüten und seitdem mussten wir an diesen August Termin ausweichen, was natürlich unserem Kontakt zur Uni sehr geschadet hat. Wir haben inzwischen nur noch einen (lacht), um es mal so zu sagen, sehr lockeren Draht zur Studentenvertretung.
I: Du kümmerst Dich ja auch sehr um die Programmauswahl von den Musikgruppen, natürlich auch mit den anderen gemeinsam, aber doch maßgeblich. Was hältst Du, mit der langen Erfahrung vom Popularmusikstandort Stuttgart?
R.B.: Wie, von den Möglichkeiten oder von ..?
I: Ja.
R.B.: (Überlegt)
I: ….definieren Sie die Anfrage neu (Lachen). Findest Du dass es einen Popularmusikstandort Stuttgart gibt? Findest Du, das Popularmusik in Stuttgart eine Rolle spielt?
R.B.: Na ja, ich weiß jetzt nicht was Du unter Popularmusik verstehst, es gibt halt eine Menge Bands, viele Leute, die Musik machen, einige Veranstaltungsorte, wo die spielen können, wahrscheinlich zu wenig und es gibt (zögert), ich weiß jetzt nicht worauf Du raus willst. Für meinen Geschmack gibt es eine Diskrepanz zwischen der Musik, die die Leute machen und Musik, die die Leute hören.
I: Gibt es eine gute und kreative Musikszene in der Stadt?

R.B.: es gibt sehr viel interessante Sachen. Auf jeden F all. Es könnte natürlich immer besser, schöner, bunter sein, aber es gibt schon viele interessante Sachen, also wir finden jedes Jahr immer wieder ein gutes Programm aus Stuttgarter Bands.
I: Wenn Du so gesagt hast, dass das was die Bands machen am Bedarf oder am Geschmack der Zuhörer zum größten Teil vorbei geht. Ist das richtig? Gibt es keine guten Live-Szenen, also Publikum, was sich im Live-Bereich auch tummelt?
R.B.: Gibt es schon, also das Stuttgarter Publikum gilt ja auch insgesamt als ziemlich schwierig. Bei Live Konzerten, bei Bands.
I: Gibt es besonders erfolgreiche Stilrichtungen?
R.B.: Von den Bands her oder was das Publikum angeht? Na es gibt halt unterschiedliche Szenen in Stuttgart. Stuttgart ist ja bekanntermaßen HipHop Hauptstadt und da gibt es dann halt diese Szene drumrum, von Bands auch. Es gibt einen ziemlich großen New Metal, Crossover und Grunge Bereich und es gibt für meinen persönlichen Geschmack zu wenig, die wirklich innovative Sachen, so Rock/Elektronik, so Grenzbereich Sachen. Die sind meistens gut, wenn man sie findet, aber meistens schwierig zu finden.
I: Heißt das, dass es aus deiner Sicht relativ viel Mainstream, also nicht stilistisch, sondern was grad so angesagt ist gibt?
R.B.: Das liegt in der Natur des Mainstreams, das viele Sachen Mainstream sind, klar. Sehr, sehr viele Rock, Grunge, Crossoverbands, also sehr viele Sachen, die sich sehr ähnlich sind, die sich auch wiederholen und immer wieder gleich sind und dann gibt es natürlich immer so die Perlen zwischendurch. Ich weiß jetzt aber nicht, ob das mit dem Standort Stuttgart zusammenhängt, ich glaube das ist überall ähnlich, oder?
I: Weiß ich nicht. Da müsste man nach Berlin, Hamburg Köln oder München gehen.
R.B.: Also wenn es halt insgesamt eine größere Szene gibt, da kann man Stuttgart einfach nicht mit Berlin vergleichen. Wenn es insgesamt eine größere Szene, mehr Vielfalt und auch mehr Möglichkeiten gibt, dann wächst da drin natürlich auch mehr. Stuttgart bietet schon etwas schwierige Bedingungen, um so Subkultur auch wachsen zu lassen.
I: Rein von der Anzahl her?
R.B.: Von der Anzahl der Leute her und auch von den Möglichkeiten live aufzutreten.
I: Was gibt es denn da in Stuttgart?
R.B.: Für kleine Gruppen?
I: Auch insgesamt.
R.B.: Es gibt natürlich die großen Veranstaltungen, aber an kleinen Sachen? Es gibt noch 2-3 Jugendhäuser wo Sachen laufen, regelmäßig Nachwuchsbands, im Ratz oder im Hallschlag, Degerloch manchmal. Das LKA mit der Starclubnight, das läuft ganz gut grad, da war ich jetzt öfters, die sind immer gut voll. Dann gibt's natürlich solche Contests, die in der Röhre und drum rum stattfinden. Da gibt es die angenehmen, wie Noise Gate und die eher Schwierigen, wie diese Emergenza Sachen. Wenn die Bands dann noch Geld zahlen müssen, damit sie mitspielen dürfen, was dann halt voll auf diese Kommerzschiene geht, was für Stuttgart ziemlich symptomatisch ist.
I: Was heißt das?
R.B.: das heißt, dass in Stuttgart Kultur sich schon, nach meiner Erfahrung, über Geld definiert.
I: Heißt das, das Reiche bessere Veranstaltungen…?
R.B.: Die offizielle Kultur und das was die Stadt unter Kultur versteht ist etwas völlig anderes, als das was die Jugend oder eine subkulturelle Szene so unter Kultur versteht. Es gibt halt einfach die etablierte, reich Bonzenkultur, das heißt die ganzen großen Häuser, die großen Theater und großen Opern, Bachakademien und was da alles so dazu gehört, wo das Geld dann reinfließt. Da hab ich auch nichts dagegen, aber es gibt einfach sehr wenig Möglichkeiten, dass von unten so autonome Subkultur wachsen kann. Das heißt einfach so an Clubs, um das mal aufzuzählen, was es an kleinen Möglichkeiten gibt für Bands einfach zu spielen, total wenig in Stuttgart. Das Arigato mit seinen Wochenendveranstaltungen...
I: Was könnte man da machen? Brauchen wir einen großen Musikclub? Oder muss man das in der breite fördern, fehlt eine Location mit einer bestimmten Größe? Oder fehlt es an den kreativen Leuten, an den Machern, die etwas umsetzen?
R.B.: Es fehl an einigem. An Veranstaltungsorten gibt es glaube ich auch nicht viel. Ich werde von Bands auch immer wieder gefragt, ob ich nicht was vermitteln könnte, wo sie noch spielen könnten. Es ist ja für uns beim Umsonst & Draußen, unsere Spezialität, so ein Tick von uns, dass wir unsere Bands, unser Programm nicht nach Demos zusammenstellen, sondern immer live anhören. Das heißt Bands bewerben sich bei uns, sagen uns wo sie auftreten und wir versuchen da hin zu gehen und uns das live anzusehen.
I: Ihr schaut jede Band einzeln an????
R.B.: Ja. Jede Band, die beim UD spielt haben wir live gesehen und für gut befunden. Und in diesem Zusammenhang werd ich natürlich immer von Bands gefragt, ob ich Ihnen kurz einen Gig vermitteln könnte oder so, ob sie irgendwo spielen können, damit wir sie ankucken können und ich hab dann

halt meine paar Clubs, das Limelight gehört dazu, das Che war eine ziemlich gute Einrichtung, aber die wenigen Clubs, die es gibt, die haben ihr Programm voll. Die sind zwei Monate im voraus ausgebucht, so eine spontane Live Szene gibt es in Stuttgart nicht oder ich kenne sie nicht.
I: Fehlen da vielleicht auch einfach nur Räume?
R.B.: Ja Räume und Leute, die diese dann auch betreiben.
I: Wie viele Bands schaut ihr dann insgesamt fürs UD an?
R.B.: Wir haben diese Jahr bestimmt 60 Konzerte angeschaut.
I: Wenn man also wissen will, was zur Zeit alles in der Nachwuchsmusikszene los ist, fragt man am besten das U&D Team, oder?
R.B.: Ich hab natürlich keinen umfassenden Querschnitt (lacht). Von denen, die wir kenn, die wir beurteilt haben, können wir schon dazu auch sagen, wie die sind und warum ja oder warum nein.
I: Kannst Du eine Einschätzung darüber abgeben, ob die Musiker, die in den Bands spielen eher gut oder eher schlecht sind?
R.B.: Das ist natürlich schwierig da alles über einen Kamm zu scheren.
I: Merkt man das es eine große Musikschule in der Stadt gibt, wo die Leute gelernt haben Klavier oder Gitarre zu spielen?
R.B.: man kann schon sagen, also 80 % der Bands, die ich höre, beherrschen ihr Handwerkszeug, können einigermaßen ordentlich spielen. Es kommt natürlich darauf an, wie sie es auch rüberbringen. Deswegen schauen wir uns die Bands ja auch an und gehen zu den Konzerten, um auch zu sehen, wie sie auf der Bühne kommen, wie sie auf der Bühne sind, wie sie mit dem Publikum umgehen können.
I: Das heißt zu einer Bands gehört noch mehr als gute Musik.
R.B.: Natürlich. Zu einer Band gehört gute Musik und Bühnenpräsenz, das die das auch spannen präsentieren. Vor allem auch, dass sie ihr eigenes Ding machen. Es gibt Bands, die kriegen einfach das große Flattern, wenn sie vor großem Publikum stehen, weil sie die Erfahrung nicht haben. Die schaust Du dann zwei oder drei mal an und siehst aber dann auch eine Entwicklung, wenn die dann einfach live spielen, dann gewinnen die gleich auch viel mehr an Selbstsicherheit und für mich ist das immer ganz wichtig, so der Spaß von den Leuten rüberkommt, beim Konzert, beim Publikum. Ich nehme es dann lieber in Kauf, dass eine Band dann musikalisch nicht so astrein ihre Sachen vorbringt, dass es vielleicht kleine Pannen gibt, aber dass Du einfach merkst, die haben Freude und sind bei der Sache und die haben Spaß auch für sich selber, wenn sie auf der Bühne spielen. Das ist mir lieber als so ne komplett stiere Band, die dann irgendwie verkrampft auf der Bühne steht, möglicherweise perfekt ihre Sachen runterspielen, aber einfach kein Soul dahinter ist.
I: Eine gute Weitbildungsmöglichkeit für die Bands ist einfach live zu spielen?
R.B.: Ja live zu spielen, auf der Bühne zu stehen.
I: Learning by doing.
R.B.: Das ist ganz wichtig. Wir gucken uns Bands ja auch über einen längeren Zeitraum an. Es kommt oft vor, dass sich eine Band bewirbt und wir sagen, sind schon ganz gut, aber sollten noch etwas spielen, sind noch zu verkrampft, zu verbissen, du guckst sie ein Jahr später an und zwei Jahre später spielen sie beim UMSONST & DRAUßEN und sind dann klasse.
I: Weißt Du wer in Stuttgart irgendwas für Nachwuchsbands macht? Kümmert sich sonst noch jemand um die? Wo proben die zum Beispiel, haben die ausreichend Proberäume zum Beispiel? Kümmert sich jemand um die, fördert die irgendjemand, wer sind deine Kollegen?
R.B.: Also meine Kollegen, die einzigen, die ich kenne, sozusagen die organisierten Proberaumbeschaffer ist die MIR, ansonsten, wie es mit Proberäumen abläuft, weiß ich nicht. Es gibt halt die kleinen Veranstalter für die Bands, Auftrittsmöglichkeiten also einfach, da gehören die Läden dazu, die ich vorher schon genannt hab und dann eben die kleinen Festivals, das UMSONST & DRAUßEN, das Rohrer Seefest und dann war's das schon in Stuttgart. Drumrum eben noch die Festivals Außenrum, in Gerlingen, das Ditzinger, ich glaube das Gerlinger hat aufgegeben dieses Jahr.
I: Blubb, blubb, blubb, abgesoffen, oder?
R.B.: Ja die hatten immer wieder Regenprobleme. Das Warmbronner dann natürlich, die jetzt auch von der Stadt gefördert werden. Das Rebstöckle in Fellbach früher.
I: Ihr werdet gar nicht gefördert?
R.B.: Nein, ganz im Gegenteil (lacht).
I: Das ist ja eine interessante Aussage, die hier gemacht wird, bringt mich etwas aus dem Konzept, weil ich da jemand sitzt, der super viel macht, auf der Gegenseite aber nicht viel kommt. Wollt ihr eigentlich irgendwas von der Stadt? Wäre das für Euch wichtig, dass ihr gefördert werdet, oder ist es für Euch wichtig ganz autark zu sein?
R.B.: Also einerseits sind wir auf unsere Unabhängigkeit natürlich schon stolz, andererseits haben wir natürlich massive Probleme mit Finanzierung inzwischen. Das liegt in erster Linie an dem Termin und dass wir von der Uni weg sind und weniger Studenten zu uns kommen, weil wir mitten in den Schulferien liegen, also unser Hauptproblem, was wir mit der Stadt haben ist diese Verbot Anfang Juli

unser fest da oben zu machen. Dann zahlen wir, wir werden von der Stadt nicht gefördert, sondern wir zahlen an die Stadt einfach an Genehmigungsgebühren, an Schankgebühren, an Liegenschaftsgebühren, usw., um die 2000,- DM, was für uns natürlich relativ viel ist. Die letzten UMSONST & DRAUßEN haben auch immer Defizit gemacht und wir hatten noch etwas Rücklagen, die wir aber die letzten Jahre aufgezehrt haben.
I: Wie viel Umsatz macht ihr dann an so einem Wochenende?
R.B.: Wie viel Umsatz?
I: Nein?
R.B.: Nein. (lacht)
I: Wie viel gewinn oder Verlust macht ihr?
R.B.: Wir haben das letzte Jahr knapp 10.000,- DM Defizit gemacht, das Jahr davor knapp 7.000,- DM Defizit und die Jahre davor auch knapp 2,3000,- DM Defizit
I: Ihr habt aber auch schon mal plus gemacht, oder?
R.B.: Wir hatten früher die Zeiten, aber das waren wesentlich noch die Zeiten, als es im Juli war. Da hatten wir noch richtig volle UD 's, die auch finanziell entsprechend gut gelaufen sind.
I: Da muss ich jetzt schon noch mal nachbohren. Wenn Ihr jetzt Finanzprobleme habt, ihr habt ja keinen Sponsor, warum versucht ihr nicht zum Beispiel eine große Bank zu finden, die sagt, O.K., finden wir gut, wir gehen da mit unserem Jugendclub drauf und finanzieren vielleicht noch einen Hauptact, dass vielleicht mehr Leute kommen und dann funktioniert das. Warum macht ihr so was nicht?
R.B.: Das sind jetzt zwei Sachen. Mit dem großen Hauptact, dass noch mehr Leute kommen, wollen wir eigentlich nicht so unbedingt. Also wir wollen jetzt ja auch nicht das Riesen Mammut Festival da oben veranstalten, sondern das eine Mal, als wir 15, 16.000 Leute oben hatten war unsere Infrastruktur auch knapp vorm zusammenbrechen. So riesig groß, wollen wir auch nicht sein und mit den Bands, kann ich vielleicht noch als Besonderheit dazu sagen. Wir haben so eine Gagenstruktur für die Bands. Wir haben so eine Einheitsgage, das heißt jede Band, die bei uns spielt, bekommt 100,- Dm pro Musiker und wenn eine Band von weiter weg ist, kommen vielleicht noch 100 bis 200,- DM Fahrtkosten dazu. Das sind aber einheitliche Konditionen für die alle Bands bei uns spielen und zwar egal ob die regional unbekannt sind und das ihr erster großer Gig ist und sie am Samstag Nachmittag as erste spielen, oder ob es am Samstag Abend der Hauptgig auf der Bühne ist.
Das andere mit dem Sponsor kommt vielleicht aus einer gleichen Mentalität raus. Das UMSONST & DRAUßEN ist immer noch ein politisches Festival, also nicht als reine Musikveranstaltung, sondern schon als Fest der Stuttgarter linken, alternativ-autonomen Szene und hat aus diesem Selbstverständnis heraus, gewisse idealistische Hirngespinste im Kopf rumgehen. Eines davon ist die strikte Nicht- Kommerzialität und dann würde es für uns auch keine Sponsoren geben. Kein Eintritt, kein Einlass, ein freies Festival. Einfach eine Wiese auf der frei und unabhängig einfach was abgeht.
I: das heißt, ihr habt im Programmheft keine Anzeige, kein Logo?
R.B.: Nö. Nur von Mitveranstaltern, also Leuten, die sich bei uns eingeklinkt haben, der MIR oder von Motor City Sonic.
I: Wer ist das?
R.B.: Motor City Sonic ist so ein Bandzusammenschluss in Stuttgart, besteht aus ca. 20 Stuttgarter Bands mit noch ein paar Kontakten darüber hinaus und ist ein Zusammenschluss, die sich einfach gegenseitig unterstützen und promoten. Eine ganz interessante Sache. Wir arbeiten mit denen zusammen, das heißt, die sind bei uns in der Vorbereitung einfach dabei. Das Umsonst & Draußen Team ist kein Verein, keine Partei, Stiftung oder Initiative, sondern einfach ein loser Zusammenschluss aus Leuten, ein offenes Plenum zu dem man kommen kann und sich einklinken und die Motor City Sonic sind eben, wie vorher auch schon die MIR gekommen, haben sich eingeklinkt und machen das mit uns zusammen.
I: Ich entnehme daraus, dass Ihr was das Know how anbelangt sehr viele Leute habt, die sich in den verschiedenen Bereichen sehr gut auskennen und dass wenn jemand Neues kommt, der da auch gut reinwachsen kann.
R.B.: Ja, Natürlich.
I: Ihr macht das eigentlich so, wie die Bands bei den Livekonzerten, wenn da jemand kommt, kann der auch gut reinwachsen.
R.B.: Ja, genau. Es gibt auch eine starke Fluktuation beim Plenum, also es bleiben immer wieder, ist natürlich auch ein 20 Jahre langer Zeitraum, es bleiben Leute weg oder steigen aus oder ziehen weg, wie sich so was eben ergibt und es kommen junge, neue Leute hinzu, die dann reinwachsen. Das Plenum heute, hat mit dem vor 10 Jahren nicht mehr viel gemeinsam und entsprechen ändert sich dann natürlich auch das Fest, die Musik und das Publikum.
I: Ihr seid also kein Team, das vor 22 Jahren mal gesagt hat, so und so wird das gemacht und so bleibt es, sondern es entwickelt sich ständig weiter.
R.B.: Genau. Das sieht man ja an unserem Programm schon.

I: Ihr seht Euch ja auch jedes Jahr eine Menge Bands an, das finde ich immer noch sehr beeindruckend.
R.B.: Das ist aber auch eine interessante Sache, also es ist natürlich eine große Lauferei, aber es ist eine spannende Sache, so zu gucken und zu sehen was geht. Ich denke natürlich wir können das machen, weil wir immer diese eine große Veranstaltung haben und darauf hin arbeiten. Es ist sicher etwas anderes, wenn Du...
I: Die Vorbereitung läuft durchgängig über ein ganzes Jahr?
R.B.: Ja wir fangen im Dezember an.
I: Also drei Monate nach Ende.
R.B.: Genau.
I: In bezug auf Informationsangebote über Musik und über Veranstaltungen, Werbemöglichkeiten, wie sieht es denn da aus?
R.B.: Na gut, es gibt das Internet und es gibt die Stadtzeitungen und was ganz fatal ist für uns, ist dieses Wildplakatierverbot, das vor 2 Jahren erlassen wurde. Das ist für eine Szene, die da wachsen sollte oder könnte, wie man sich's wünscht. Das ist eine höchst fatale Sache, dass Du irgendwo ein Plakat aufhängst und dann Angst zu haben die Bullen am Arsch zu haben und ein paar hundert oder tausend Mark Strafe zahlen zu müssen. Ich kenn da echt krasse Beispiele, wo Leute echt ein Ordnungswidrigkeitsverfahren an den Hals bekommen haben, weil sie mit Tesa ein Plakat an eine U-Bahnsäule geklebt haben. Das ist völlig absurd in einer Stadt wie Stuttgart, die gerne Großstadt wäre so eine Verordnung zu erlassen, ich versteh so etwas nicht. Wenn man wirklich vor hat solche Szenen irgendwie kaputt zu machen, dann ist dies ein richtig gutes Mittel-
I: Gibt es da irgendwelche Alternativmöglichkeiten, die man nutzen könnte, um as zu kompensieren?
R.B.: Von der Stadt aus oder von uns aus?
I: Von der Stadt aus und von Euch aus?
R.B.: Das Plakatieren wieder zulassen oder zumindest ausreichen Plakatierungsflächen zur Verfügung stellen oder die TWS Kästen oder U-Bahnsäulen einfach zur offiziellen Plakatsäule erklären. Wie ich das mitbekommen habe läuft das aber ja gerade umgekehrt, dass diese Flächen dann auch noch Geldbringend vermietet werden.
I: Geld das ihr aber nicht einsetzen könnt?
R.B.: Natürlich nicht. Wo sollen wir das hernehmen? Wir können das einfach nicht leisten. Wir sind ja schon bei unseren Verteilern und Druckern, also allen Leuten, die etwas für uns machen, das UMSONST & DRAUßEN könnte so heute gar nicht mehr neu initiiert werden. Es lebt voll von den Kontakten der Leute in die Szene rein, wo viele Leute ihre Dinge, die sie professionell machen für uns kostenlos zur Verfügung stellen, zum Selbstkostenpreis. Das fängt bei den Werbesachen an.
I: ich hör jetzt etwas raus, es läuft immer mehr aufs Geld raus. Die Stadt verlangt Gebühren, die Plakatflächen kosten viel Geld, das heißt das Geld, das die Stadt in dem Bereich einnimmt, fließt nicht wieder in diesen Bereich zurück, der die Möglichkeiten bräuchte. Man könnte diese Verschiebung ja auch wieder ausgleichen.
R.B.: Ich weiß nicht, ob die Kohle innerhalb der Stadtbehörden in irgendwelche Bereich fließt, die es nötig hätten, aber zu uns kommt auf jeden Fall nichts zurück.
I: Man hat also eine Verordnung hinterlassen und sich vielleicht nicht genau überlegt, welche kulturellen auch auf Musik bezogene Auswirkungen hat.
R.B.: Das bestimmt nicht. Das macht auf jeden Fall nicht den Eindruck, das die Leute die mit der Verordnung zu tun haben, ne Ahnung hätten von Leben.
I: Habt ihr schon einmal versucht das mit der Verwaltung zu klären?
R.B.: Nicht jetzt in Bezug auf Plakate. Das Problem ist, du stößt bei der Stadt immer auf Mauern. Du hast irgendein Problem. Unser Hauptproblem mit dem Termin zum Beispiel.
I: Ihr findet also keinen Ansprechpartner oder wie ist das?
R.B.: Entweder wir finden keinen, oder der, der für uns zuständig ist, verschanzt sich hinter Paragraphen und Formalie. Wir haben zum Beispiel, um das mal kurz zu erzählen mit dem Amt für Umweltschutz, was uns diesen Termin verboten hat: Das Problem, die Sache ist noch viel absurder. Die Sache da oben in Stuttgart-Vaihingen war früher mal grüne Wies. Dann haben sie angefangen da die Uni hin zu bauen. Aus dem ganzen Abraum der Erdaushubarbeiten für die Unibauten haben die so einen Hügel aufgeschüttet, das ist inzwischen unsere UMSONST & DRAUßEN Wiese. Die UMSONST & DRAUßEN Wiese wird von Jahr zu Jahr mehr von Beton eingezingelt, von der Uni, von den Studentenwohnheimen, vom Siedlungswasserbau, also der Beton wird immer mehr und mehr und so eine kleine Wiese, die da daneben ist, wurde vor ein paar Jahren mal als Naturschutzgebiet ausgewiesen. Rundrum wächst der beton also immer mehr und drinnen macht man sich ein Naturschutzgebiet.
I: Das nennt man doch ökologische Ausgleichsfläche.
R.B.: Ja, wahrscheinlich und unsere Wiese grenzt an dieses Naturschutzgebiet. In diesem Naturschutzgebiet hat es hohes Gras und da brüten irgendwelche Vögel drinnen. Das Amt für Umweltschutz argumentiert jetzt so, dass unsere Besucher nicht auf dem Festivalgelände bleiben

würden und zuhauf abseits von den Wegen das Gras niedertrampeln. Es ist also nicht der Lärm oder Krach, sondern es sind unsere Besucher.
I: Ist es denn wirklich so, dass die links-alternative Szene den Vögeln zu nahe getreten ist, oder war das Amt für Umweltschutz einfach nicht da?
R.B.: Ich denke das war einfach nicht da. Es wird Beschwerden von Leuten gegeben haben, die sich immer über uns beschweren, von Anwohnern denen der Krach nicht passt. Es gab von uns auf jeden Fall schon Angebote. Wir sind auf das Amt für Umweltschutz zugegangen und haben angeboten inhaltlich mit dem Problem umzugehen, d.h. das Gelände großräumig abzusperren und Infostände zu machen mit dem BUND oder dem Umweltamt und über die bedrohten Tierarten und Vögel zu informieren, also es gäbe ein Forum. Man hätte ja auch die Möglichkeit gehabt das zu nutzen und kreativ damit umzugehen und an Kreativität mangelt es bei uns gewiss nicht. Wir haben reichlich solche Vorschläge gegenüber der Stadt gemacht und alles was immer nur kam, war Verweise aus Paragraphen und Verordnungen aus denen heraus die Veranstaltung einfach nicht genehmigt werden könnte. Letztes Jahr haben wir nochmals einen kleinen Vorstoß gemacht, weil wir dachten, wir wollen mit dem Termin wenigstens an den Ferienbeginn rankommen und das letzte Juliwochenende bekommen. Die Vögel brüten also offiziell bis 31. Juli, 24 Uhr
I: (lacht herzhaft)
R.B.: Ja so ist das, ab 1. August darf man Festival machen. Wir hatten, als wir die Leiter dann einmal rauf und runter telephoniert hatten auch eine mündliche Zusage auf den Termin. Der wurde dann aber ohne inhaltliche Gründe auf einem Treffen im Februar durch Formalien gekippt.
I: Wenn ich das richtig interpretiere, wäre ein Anwalt, der Euch innerhalb der Verwaltung begleitet eine gute Sache, der einfach ansprechbar ist und weiß wohin man sich wendet.
R.B.: Wenn es so jemanden gäbe oder wenn es möglich wäre irgendwie innerhalb der Behörde gäbe eine Abteilung gäbe, die sich aus den verschiedenen Fachleuten zusammensetzt und für solche Sachen auch ansprechbar wäre. Die verschiedenen Ämter spielen sich so den Ball hin und her und man selbst rennt dem Ball dann immer hinterher und rennt sich dann immer den Kopf dabei ein und es ist jetzt halt so, wir sind nicht die professionellen Festivalveranstalter, wir haben alle Jobs und ziehen dort oben eine ganz gute Veranstaltung ab und ich hab nicht genug Zeit und nerv, um mich da Tage oder wochenlang auf so einen Kleinkrieg mit den Ämtern einzulassen. Ab und zu hat man da wieder so eine Phase, aber da rennt man so schnell gegen eine Wand.
I: Wenn der Stadt das auch wichtig ist und das ist ja zum Ausdruck gekommen, dann müsste sich die Stadt auch über die finanziellen Wirkungen ihrer Beschlüsse Gedanken machen und ob hier ein finanzieller Ausgleich geschaffen werden könnte und auf der anderen Seite müsste irgendein Arbeitskreis von Ämtern sich über die Problematik austauschen, um solche Sachen möglich zu machen.
R.B.: Wenn es ein Interesse gibt, das so etwas in Stuttgart stattfindet und das Stuttgart lebt schon, aber meiner Erfahrung nach, gibt's ein derartiges Anliegen nicht. Mich wundert jetzt auch, dass es diese Initiative gibt und das da sich offensichtlich doch jemand rührt, aber alles was da bisher läuft, in meinem und im UMSONST & DRAUßEN Umfeld passiert, sind nur Steine in den Weg legen.
I: Kommen wir noch mal auf die Werbung zurück. Wie geht ihr mit der veränderten Werbesituation um?
R.B.: Wir plakatieren halt in Kneipen und in Clubs, wir machen unsere Programmhefte, die Stadtzeitung ist uns wohl gesonnen. Die Möglichkeit nutzt man. Dann fast zwangsläufig diese Postkartenständer, die sich etabliert haben, wobei das aber wieder einen Haufen Kohle kosten. Kostet für eine Woche ein hübsches Sümmchen, muss man aber fast zwangsläufig mache, weil Plakatieren in der Stadt ja nicht mehr geht, Mund zu Mund Propaganda, Freies Radio.
I: Wie ist es denn mit größeren Geschichten, Du hast gerade Freies Radio gesagt, eine kleine Geschichte. In Bezug auf SWR, Antenne 1, Big FM, spielt das keine Rolle, ist das nicht Euer Zielpublikum oder kommt ihr da nicht rein?
R.B.: Ich würde mal sagen, du kommst in die Veranstaltungstipps rein, aber wenn es um eine typische SWR oder DASDING Veranstaltung geht – das Problem ist halt, dass sind die Grossen und damit gleich wieder etabliert und Kommerz andererseits.
I: Und das ist das, was ihr ja nicht wollt.
R.B.: Nein, es ist ja schon noch etwas anderes, ob ich mit Marlboro oder Coca Cola zugange bin oder einem Radio. Ich würde schon etwas mit dem Radio zusammen machen, aber die Radios sind natürlich auch daran interessiert selber sich auf so einer Veranstaltung darzustellen. Wenn Du also richtig groß, fett mit einem Radio zusammenarbeiten willst, will das Radio entsprechend einen Fuß in die Veranstaltung kriegen. Wir haben unsere Veranstaltung dann lieber auch selber im Griff. Also in dem Sinne des offenen Plenums. Wir wollen halt nicht übernommen werden von irgendjemand.
I: Was wäre denn Dein größter Wunsch für den Popularmusikstandort Stuttgart?
R.B.: (lacht) Rahmenbedingungen, in denen man sich entwickeln kann.
I: Schönes Schlusswort, vielen Dank Roland Brömmel

Interview Nr. 15 Karina Telle, Andreas Jäger, Musikschule Stuttgart
am 22.05.01, 17:15 –18:00 Uhr in der Musikschule im Treffpunkt Rotebühlplatz, Stuttgart

I: Die Stuttgarter Musikschule, was ist das eigentlich genau?
K.T.: Das ist eine freie Schule, in der Kinder und Jugendliche Musik machen lernen können.
I: Seit wann gibt es die Musikschule?
K.T.: Seit 1876, feiert aber jetzt 50 jährigen Geburtstag, sie feiert die Neugründung nach dem 2. Weltkrieg 1951.
I: Das ist aber eine lange Tradition. Man kann nicht sagen es gab Stuttgart und es gab die Musikschule aber in die Richtung geht es.
K.T.: Früher war es das Konservatorium in Stuttgart
A.J.: Aus dem Konservatorium sind dann die Schulen abgeleitet worden. Es hat sich einmal gespalten...
K.T.: ... in einen Jugendbereich und einen professionellen Bereich, in die Hochschule. Also die Hochschule führt sich genauso auf das Konservatorium zurück, wie die Musikschule.
I: Das Konservatorium gab es bis zum 2. Weltkrieg?
K.T.: Das gab es bis 1933 etwa und dann haben die Nazis daraus etwas anderes gemacht.
I: Hm. Wie viele Mitarbeiter beschäftigt die Musikschule denn heute?
A.J.: So ca. 150 Lehrer, die hier unterrichten, die sind verteilt auf etwa 82, 83 Stellen und wir haben 5 Stellen in der Verwaltung.
I: Was für Musikarten und welche Stilrichtungen spielen denn in der Musikschule eine Rolle? Wie viele Mitarbeiter sind denn in den einzelnen Bereichen, im groben Überblick?
A.J.: Also die Musikschule baut sich vom System her auf in die Bereiche Elementar/Grundstufe, in den Instrumental- und Vokalunterricht, der sich anschießt und ergänzend dazu gibt es Ergänzungsfächer, Ensemblefächer, Orchester und was du wahrscheinlich meinst ist die Verteilung Klassik / Popularmusik, da ist es so, dass der größte Teil sicher im klassischen Bereich. In Personen sind es etwa 10 Personen im Popularbereich gegen die anderen 140, die im klassischen Bereich tätig sind.
I: Wie viele sind etwa in dieser Grundstufe?
A.J.: Anteilmäßig etwa 20, 25.
I: Wie ist die Struktur von der Musikschule, also wie ist die aufgebaut? Ist alles zentral hier im Treffpunkt Rotebühl?
K.T.: Die Verwaltung der Musikschule ist hier zentral im Treffpunkt Rotebühlplatz und der Unterricht ist dezentral mit einem großen Schwerpunkt in der Stadtmitte, hier im Treffpunkt, aber auch noch an anderen Orten hier in der Stadtmitte. Insgesamt gibt es Musikunterricht an über 50 verschiedenen Orten in Stuttgart mit weiteren Schwerpunkten in sieben Bezirken mit größeren Außenstellen. Manche davon sind so groß, wie Musikschulen in anderen Städten.
I: Und wie ist die Altersstruktur der Schüler?
K.T.: Von 2 bis 80.
I: Gibt's da irgendwo Schwerpunkte?
K.T.: Ja.
A.J.: Pyramidenartig. Wir haben sicherlich den größten Anteil im Elementar und so bis 10 Jahre und dann bröckelt das nach oben allmählich auch, manche Kinder hören auf zu spielen und in so fern kann man das sich wie eine Pyramide vorstellen
I: Für Popmusik ist ja Jugend sehr wichtig, wie sieht es denn in der Altersgruppe zwischen 12, 14 bis 20, 21 aus.
A.J.: Etwa 1600 Kinder sind älter als 11 Jahre.
I: Habt Ihr eine Einschätzung wie viele Mitarbeiter oder wie viele Leute es noch in Stuttgart gibt, die sich auch mit Musikausbildung beschäftigen, als freie, freie Lehrer. Habt Ihr da so ein Gespür dafür, wie viele das sind?
K.T.: Es gibt natürlich freie, private Musikschulen. Da gibt es große und kleine an vielen Orten in Stuttgart und es gibt viele freischaffende Musiklehrer, sei es das sie wirklich privat sind oder dass sie von der Hochschule, Studenten von der Musikhochschule unterrichten. Ich denke, dass das viele sind, aber wie viele? Keine Ahnung, kann ich nicht einschätzen.
I: Über 1000?
K.T.: Das kann schon sein
A.J.: Ich nehme schon an, dass es über 1000 sind. Es gibt allein 700 Studenten an der Musikhochschule, plus der Lehrkörper dort. Es gibt drei große Orchester, die allesamt nebenher auch noch ein bisschen Geld verdienen. Es gibt einen großen Graubereich von Leuten, die überhaupt keine Musikausbildung haben und trotzdem was tun und es gibt die abgeschlossenen Leute, die frei arbeiten. Also ich denke, dass es über 1000 sein werden, aber ich kann es nicht sagen.
K.T.: Da könnte man den Tonkünstlerverein aber mal fragen.
I: gibt's da einen Dachverband?

K.T.: Da gibt es einen Dachverband der privaten Musiklehrer in Stuttgart und die könnte man einmal fragen. Die kennen ihre Mitglieder in Stuttgart. Zumindest ist das dann ein Teil, der organisierte Teil eben und die privaten Musikschulen haben auch einen Zusammenschluss, so eine Art Verband. Nicht die Stuttgarter, aber insgesamt sind sie in einem Landesverband organisiert, da müsste man mal den Herrn Winter fragen.
A.J.: Spannende Frage.
I: Arbeitet die Stuttgarter Musikschule nur auf Stuttgart bezogen oder geht das auch darüber hinaus?
K.T.: Nur Stuttgart, so hat es der Gemeinderat beschlossen, es gibt vereinzelt auch Schüler aus der Umgebung, die hier Instrumentalunterricht bekommen, wenn wir sie brauchen, z.B. als Konzertmeister in irgendwelchen Orchestern oder als wichtige Posaunisten in irgendeiner Band. (lacht)
A.J.: Oder es gibt die Einzelausnahme, dass wenn sie in ihrer Umgebung, also wenn sie so eine Orchidee als Lehrer haben wollen, die es in ihrer Umgebung nicht gibt. Da gibt es bestimmte Fächer die nur hier vorhanden sind.
K.T.: Musiktheoriekurse bieten wir zum Beispiel an, als Vorbereitung für ein Musikstudium, das machen halt die Musikschulen aus der Umgebung nicht.
I: Wie groß ist das Budget der Musikschule und wie hoch ungefähr der Umsatz?
K.T.: Wir haben einen Haushalt von 10 Millionen, der setzt sich zusammen aus 3,6 Millionen Mark Schulgeld und der Rest sind Zuschüsse von der Stadt und 1,5 Millionen etwa vom Land.
I: Noch so ein Schuss ins Blaue, könnt ihr etwa einschätzen, wie viel im Musikausbildungsbereich in gesamt Stuttgart umgesetzt wird?
K.T.: Nein, es kommt darauf an, was man einschließt, wenn man zum Beispiel den ganzen Noten und Instrumentenkauf mit einschließt, diese Läden, wie Lausch & Zweigle oder so..
I: Kann man das nicht einschätzen?
A.J.: Ich kann das wirklich nicht sagen.
I: Gut. Dann kommen wir mal von dem eher trockenen Teil der Fragen zur Einrichtung zum Thema, was haltet ihr grundsätzlich vom Popularmusikstandort Stuttgart?
K.T.: Ich kenn mich nicht aus, bin aber positiv gesonnen und ich besuche keine Popularmusikveranstaltungen in Stuttgart, kenne keine Popularmusik außer der, die ich hier in der Musikschule oder im Unterricht ab und zu höre.
A.J.: Popularmusik ist die Musik, die unsere Jugendlichen hauptsächlich hören. Also es ist durchaus normal, dass ein klassisch unterrichtetes Kind hier mit seinem Walkman auf den Ohren erscheint und moderne Popularmusik hört und nach dem Unterricht auch verstöpselt wieder das Haus verlässt. Popularmusikstandort Stuttgart, das ist ja bekannt, dass es HipHop Hauptstadt ist, Fanta 4 und so weiter, das ist klar. Ich weiß, auch von Dir, dass es zwischen 600 und tausend Bands in und um Stuttgart geben soll. Wir haben in unserer Schule natürlich auch einen Popularbereich drin. Wo die sich treffen und was die immer so machen, weiß ich so genau nicht. Musik ist die Hauptidentifikation für die Jugendlichen in der Regel. Die meiste Zeit, die Jugendliche statistisch hobbymäßig mit irgendetwas verbringen. Musik hören und in Konzerte gehen und so wird auch in Stuttgart das Verhalten wohl sein.
I: Wie ist es denn in der Musikschule? Wie wird denn da Popularmusik behandelt.
A.J.: Es gibt zum Einen den Fachbereich, der heißt Jazz/Popular und ist vor 10 Jahren entstanden. Ist Zunächst vor allem im Jazzbereich angesiedelt gewesen, da waren auch die Leute da. Es hat dann eben auch die ganz normalen Typen gegeben, es war nichts besonderes für einen Gitarristen auch E-Gitarre zu unterrichten, die gab's also schon immer und es gibt genauso eben Schüler hier die E-Gitarre, E-Bassunterricht im Popbereich machen. Wir haben etliche Bands, wo eben auch einzelne Kollegen von uns diese Stilrichtungen im Popularmusikbereich vertreten. Sei es reine Popmusik, es gibt auch eine Rockband, es gibt eine Salsa Band und solche Sachen. Die Musikschule versucht seit 2 Jahren auch andere Angebote zu machen eben auch in Verbindung mit CUMULUS einen Populargrooves Workshop. Wo wir uns noch ein bisschen schwer tun an das Klientel ranzukommen, wo wir aber versuchen an die Jugendlichen ranzugehen. Vorab mal noch eine Sache angeboten, das nannten wir Bandtraining und dachten es sei das Ei des Kolumbus, wo wir angeboten haben, dass unsere Kollegen zu den Bands in die Proberäume gehen ohne jegliche Unterrichtsvertragverpflichtung, haben Werbung auch gemacht über CUMULUS und haben keinerlei Reaktion bekommen. Wahrscheinlich hat man uns da als Wolf im Schafspelz verdächtigt (Gelächter).
I: Wenn ich noch einmal ein bisschen nachbohren darf, wenn wir Jazz und Pop noch einmal versuchen würden zu trennen, Jazz ist Jazz und Pop ist Pop. Jazz sagen ja viele ist für sie auch schon Klassik. Die Abgrenzung, wie viele Lehrer und wie viele Schüler gibt es denn im eigentlichen Popularmusikbereich?
A.J.: In diesem Bereich ist die Verteilung auf Popular sehr viel stärker, als auf Jazz. Wir haben 2, 3 von diesen elitären Jazzern da, Klaus Graf oder so. Alle anderen, die E-Gitarre, Bass und Schlagzeug unterrichten, die unterrichten eben im Popularbereich. Schülerzahlen müsste ich nachzählen.
K.T.: Aber es sind verschwindend wenig.
I: Wie viele sind es insgesamt an der Musikschule?

K.T.: Gesamtschülerzahl sind etwa 3.800 und Belegungszahl liegt bei 4.500.
I: Im Popularmusikbereich?
K.T.: Da sind es vielleicht 100, höchstens.
A.J.: Na ja es kommt darauf an, beim Schlagzeug sind es schon 90.
K.T.: Schlagzeug ist eben alles, das sind auch Pauken. Im wesentlichen ist es aber natürlich Set.
I: Kann man dann so sagen zwischen 100 und 200?
K.T./A.J.: Ja, so in dem Bereich.
K.T.: Wir würden das gerne in Zukunft auch ausbauen, aber es gibt da so ein paar Schwellen, die also so eine alt eingesessene Einrichtung nur schwer überwindet. Also zum Beispiel der BAT. Wenn wir Lehrer einstellen, werden die nach bestimmten Schlüsseln bezahlt und wenn sie ihre richtigen Diplome vorweisen, kriegen sie ein bestimmtes Geld. Popularmusiker können in Deutschland noch kaum so ein Diplom, ich weiß nicht, ob es das überhaupt gibt, also ein Jazzer ja, aber Popular das ist eine verschwindend kleine Anzahl und schon da ist ein Popularmusiker kommt nicht unbedingt an die Musikschule, weil man hier echt schlecht bezahlt wird, schlechter als die anderen.
A.J.: Räumlichkeiten sind auch ein Problem. Popularmusikbereich braucht halt noch besser schallisolierte Räume, weil sie halt noch lauter sind in der Regel und zum Hauptpunkt: Wenn man keine Stellen dazu bekommt, müsste man das Gewicht verschieben von Klassik auf Pop. Wir wollen das eigentlich nicht, sondern einen zusätzlichen Ausbau erreichen, dass man mehr Stellen hat und vielleicht ein Zentrum für Popularmusik mal angehen darf.
I: Ich muss da gleich noch einmal nachbohren. Ihr habt 3.800 Schüler und davon sind nur ca. 200 im Popularbereich. Auf der anderen Seite ist dies aber doch genau die Musik, die Jugendliche ab 10,11 Jahren tatsächlich hören. Da hört ja niemand mehr Klassik oder Jazz. Da sind ja die Zahlen eigentlich umgedreht. Wenn so viel für die Musikausbildung eingesetzt wird, warum nicht für Jugendliche ab 10,11,12 Jahren auch Angebote gemacht werden, die sie dann auch wirklich kulturell interessieren?
K.T.: Wir bemühen uns, aber dazu gehört natürlich auch ein Know how und das ist hier so eine gewachsene Einrichtung, die halt aus dem klassischen Bereich entstanden ist und natürlich sind die Jugendlichen, die hierher kommen, da wollen die Eltern genau das, die wollen Klavier, dass die da eine Beethovensonate lernen oder die wollen Geige oder sonst was machen. Wenn sie Popularmusik lernen wollen, melden sie sich erst gar nicht mal bei der Musikschule an, weil sie gar nicht vermuten, dass sie hier irgendwas ähnliches lernen könnten und natürlich können wir es auch nur bis zu einem gewissen Grad erfüllen.
I: Das ist ja auch schon eine Aussage, das war schon immer so, wie sollen wir da jetzt was ändern?
K.T.: Ja, das ist auch unheimlich schwer was zu ändern, wie er sagte. Wir haben unsere bestimmten Stellen und die sind besetzt von Klassikern, zum größten Teil. Wir können jetzt keinen Klavierlehrer rausschmeißen und einen Popmusiker einstellen. Das funktioniert einfach nicht.
A.J.: Und noch ein ganz anderer wesentlicher Punkt: Egal welche Stilrichtung ich nachher mache, ich muss mein Instrument beherrschen. Es geht also darum, dass man die instrumentalen Fertigkeiten aufbaut. Ich habe viele, viele Jahre auch in Bands verbracht und es ging auch darum, dass ich Gitarre spielen kann. Mit einer Basisfertigkeit kann ich letztendlich alles tun. Auch die Jazzer wollen eine fundierte Ausbildung haben, sonst können sie eben nicht ihre Skalen dudeln und entsprechend der E-Gitarrist muss seine Finger koordinieren können, ob er jetzt, letztendlich braucht auch der Keyborder und der Schlagzeug eine saubere Technik. Bei uns gibt es einfach sauberes, elementares Instrumentalwissen und darauf aufbauend ist sicherlich zu überlegen, ob man andere Mitspielmöglichkeiten noch anbietet.
I.: Ja ich versteh` den Ansatz schon, aber da kommt so ein bisschen raus dass man das Instrument spielen können muss und dann darf man Musik machen.
A.J.: Ja aber man macht von vornherein Musik beim Lernen, also so ist es nicht.
I.: Die Toten Hosen haben schon Platten herausgebracht –
A.J.: - da konnten sie noch gar nicht spielen.
I.: Ja, auf Seite fünf im Gitarrenbuch gewesen und dann haben sie es weggeworfen. Also das entsteht ja auch ganz anders; Jugendliche, die sich in der Bandszene bewegen, davon hat sicherlich ein Großteil eine Ausbildung genossen, egal in welcher Institution und sicher ein Teil auch in der Musikschule, aber viele haben es einfach auch gemacht. Z.B. im HipHop Bereich sind das ja ganz andere Mechanismen, im Dance Bereich und im Techno Bereich.
A.J.: Die wollen ja nichts von uns – die wollen auch nicht durch uns „kultiviert“ werden, sondern die wollen ihr Ding machen.
I.: Ja, „kultiviert“ ihr?
A.J.: (lacht) Nee, die Sachen die Du ansprichst sind sehr authentische Dinge; also wenn jemand drei Akkorde spielen kann und dann seine erste Punkband aufmacht, dann ist das o.k., der würde aber seine Identität verlieren, wenn er dann wirklich Gitarrenausbildung mit Melodie und so weiter lernt. Der würde auch was verlieren; und ob man Punk als solches so systematisch unterrichten kann, weiß ich nicht. Da würde man als Schule was kaputt machen.

K.T.: Also wir müssten uns als Schule zumindest so umkrempeln, dass wir nicht mehr als Schule in Erscheinung treten. Sondern das müsste dann was anderes sein, die Rockfabrik oder was weiß ich was, damit wir überhaupt akzeptiert werden, weil ich vermute, dass die jungen Leute die so was machen wollen, die kommen halt nicht zu uns um sich von uns belehren zu lassen.
I.: Gut, ich drehe das jetzt aber noch mal um. Ich versuch das noch mal so nachwirkend und ich weiß nicht ob das so richtig ist, aber ich stell mir vor ich bin fünf Jahre alt, bin im Kindergarten, werde von meinen Eltern in die musikalische Früherziehung gesteckt, lern Bälle werfen und Triangel spielen, dann komm ich irgendwann zur Blockflöte und darf mir ein Instrument aussuchen – ich nehme die Gitarre aber meine Eltern finden Klavier oder Geige besser, weil da lernst du nachher was das bringt dir was...dann kämpf ich mich da durch bis ich irgendwann mein Instrument einigermaßen beherrsche, dann bin ich zwölf und dann interessiert mich das weniger. Dann mag ich kein Beethoven haben und nichts. Ich kann zwar schön Klavier spielen, aber ich weiß nicht wirklich was ich damit machen soll. Dann orientiere ich mich um und will eigentlich irgendetwas anderes machen.
A.J.: z.B. zur E-Gitarre wechseln, oder Bass spielen, oder Schlagzeug das geht ja alles.
K.T.: oder zum Pop Klavier wechseln, das gibt's bei uns auch das bieten wir auch an.
I.: Dieser Punkt aber wo ich das Instrument beherrsche, oder zumindest einigermaßen beherrsche und wo ich dann einfach was anderes damit machen will – also ich hab jahrelang irgendwelche Sonaten geträllert, wo ich nachher aber überhaupt nicht machen will.
A.J.: Ja wenn man mal diese Alterspanne sieht, wann ein Kind ein Instrument beginnt ist in der Regel so sechs bis sieben Jahre; da ist dieser enge Blick auf die Popmusik noch nicht so vorhanden, sondern es geht wirklich um eine Ausbildung auf einem Instrument, die findet für einen sechsjährigen der später mal eine Punkband macht wahrscheinlich auch mit Liederbuch und Liedern statt und findet das noch schön.
K.T.: Der findet Bruder Jacob noch schön.

A.J.: Ja und wenn dann dieser Punkt kommt mit zehn oder zwölf, dann kann sein dass er sich schon wunderbar aufgehoben fühlt im Orchester und da auch gerne mitspielt und Beethoven auch nett findet, also die die da kommen, die kommen wirklich ich hoffe zumindest die meisten freiwillig und dann gibt's sicher diejenigen die in der klassischen Musik nicht Zuhause sind und die was anderes machen wollen.
I.: Die gehen dann ja oder?
K.T.: Die müssen leider manchmal gehen. Das müssen wir schon ehrlicherweise sagen, weil wir ihnen nicht das alles anbieten können, was sie möglicherweise bei uns suchen würden: Sie suchen es ja gar nicht erst, weil sie schon wissen dass sie es hier nur zum Teil finden werden. Ja also es fängt an in kleinen Schritten und es ist auch en Ziel von uns – wir haben es auch in unseren neuen Strukturplan reingeschrieben, da gibt es eine Schule für Popmusik und Popularmusik, die irgendwie lose angegliedert ist und wo man einiges von diesem schultypischen Gepäck den man da anhat abstreift.
I.: Was ist denn dieses schultypische Gepäck?
K.T.: Die Ausbildung, man muss erst spielen können dann kann man irgendwo mitmachen, wobei das auch nur in bestimmten Kreisen gilt, weil jemand der ein Bassinstrument spielt kann auch schon nach einem halben Jahr in einem Orchester mitmachen, oder mit einem Streichinstrument in den Orchestern, das gibt es ja alles, halt nur schon so bereit für die Kids da zum mitspielen. Und dann das Ganze durch ein Kollegium das klassisch ausgebildet worden ist und das ist einfach der Großteil des Kollegiums, das sich mit der popularen Musik überhaupt nicht auskennt das ist das ganze Gepäck, das ganze Bildungsgut das man da mitbringt.
I.: Könnte man das nicht verändern? Können Lehrer nur festangestellt werden, oder mit Zeitverträgen?
K.T.: Nein mit Zeitverträgen eben nicht.
I.: Projektweise?
K.T.: Ja klar.
A.J.: Und Workshops. Das ist sicherlich auch noch ein Punkt: Was will der Jugendliche in dem Alter eigentlich? Will er eine systematische E-Gitarren Ausbildung, die könnten wir ihm bieten wenn er die will, zwar haben wir nicht ausreichend Personal, aber in dem Bereich gibt es ausgebildete Leute. Also wenn ich mich an meine Zeit erinnere, das war eben dann so die Phase wo man mit zehn gekonnten Akkorden die erste Band gegründet hat und was uns interessiert hätte wäre glaub ich schon so ein Training der Band als Ganzes; das hätte ich spannend gefunden. Ich hätte jetzt nicht ständig jede Woche regelmäßig eine Stunde Unterricht haben wollen- das ganz bestimmt nicht. Und da muss man, glaub ich einfach auch die Form finden, die Jugendliche haben wollen; also sprich die Workshopausbildung ist eine feine Sache, aber sie reicht natürlich nicht aus, um systematisch zu trainieren und wirklich über einen Prozess von ein zwei Jahren oder auch drei Jahren Leuten zu helfen auf die Füße zu kommen und ihre Band so zu platzieren, dass sie gute Auftritte kriegen usw.

I.: Alles klar, ich muss noch mal in diese Stimmung reinhauen, weil ihr habt vorhin gesagt, dass die Alterspyramide nach oben zugeht. Das heißt habt ihr sehr viele junge Kinder und das wird dann nach oben immer weniger, also von elf zwölf, dreizehn, vierzehn, bis zwanzig, einundzwanzig und dann immer weniger. Auf der anderen Seite sagt ihr, dass dieser Popularmusikbereich eigentlich ein sehr wichtiges Ding ist und formuliert dann aber auch, dass dieser Klassikmusikbereich so erhalten sein sollte; nur wenn man das jetzt von den Schülerzahlen ansieht, dann sind das ja, keine Ahnung zwei Prozent, oder wie viel?
A.J.: Ja ungefähr unter 5%.um das vom Instrumentalbereich zu unterscheiden. Also im Instrumentalbereich sind es etwa 2700 Köpfe in etwa und davon sind ungefähr 100 bis 200, also zwischen 5 bis 10%, sind im Popularbereich aber mehr sind es nicht.
I.: Aber wenn man so etwas ändern wollte, würde das ja auch heißen dass ich mir die Alterstrukturen der Musikschule anschaue und überlege, wie könnte die Altersstruktur anders aussehen, weil ich würde jetzt einfach mal ins Gespräch werfen, dass diese Alterspyramide nicht mehr so eine starke Pyramide wäre, wenn man den Schwerpunkt oder einen anderen Schwerpunkt mehr auf die Popularmusik legen würde.
K.T.: Ja aber das sagen wir im Kulturamt bitte weiter, denn das ist nicht etwas das wir freiwillig so haben, sondern wir haben eine riesige Warteliste von fast 1000 Kindern im klassischen Bereich, für die normale Ausbildung, ich sag jetzt nicht klassisch, sondern die wollen einfach Instrumente spielen lernen, und selbst das können wir nicht abbauen und wir bekommen keine zusätzlichen Stellen, um irgendwelche neuen Dinge anzufangen.
A.J.: Der klassische, also der „normale“ Teil stirbt eben nicht aus. da ist ein riesiger Bedarf da, dem wir in vielen Stadtteilen gar nicht gerecht werden können. Wenn man mal die Statistiken für die Stadtteile anschaut, sieht man dass wir in vielen Stadtteilen kein angemessenes Angebot machen, weil die Nachfrage nach ganz „normalem“ Instrumentalunterricht wesentlich höher ist. Also wie sie schon sagt die Warteliste liegt bei 1000 Schülern etwa und auch der Bereich, der da existiert ja eine funktionierende Sache das beweist der ganze funktionierende Orchesterbetrieb mit Staffelorchestern und auch das beweisen auch diese Erfolge die man im Wettbewerbsbereich und so hat, also das ist ja kein Bereich der stirbt, sondern das ist eine Sache, die notwendig ist und die gut funktioniert. Die andere Sache ist auch notwendig, das sehen wir auch, bloß wollen wir es nicht auf Kosten des Bestehenden machen.
I.: Ich könnte jetzt auch fragen „warum ist das notwendig?, also wenn der Bedarf so im Klassikbereich liegt, warum macht man das nicht einfach und sagt, das ist unser Ding und das Andere lässt man anderen Leuten, die sich besser damit auskennen. Also es gibt ja auch freie Musikschulen, die hervorragenden Instrumentalunterricht anbieten, die Kapazitäten aus der Popmusik also richtige Popmusiker als Dozenten finden, ja wo auch richtig ein Zusammenhang besteht.
A.J.: Diese Leute würden auch zum Teil gerne bei uns arbeiten, wenn sie die Stellen kriegen würden, so ist es nicht, also die Leute, die wir im Popularbereich anstellen das sind ja nicht irgendwelche mutierten Klassiker, sondern das sind wirklich originale Popmusiker. Das sind anerkannte, hier in der Szene tätige Leute, die genauso bei Miss Saigon spielen und ihre Pop und Rock-Bands haben.
I.: Aber wenn ich hier noch mal nachfrage, also wenn man die kommerziellen Schlagzeugschulen anschaut, die haben ein Preisgefüge, was den Unterricht angeht, welche sich nicht sonderlich von dem Unterricht der Musikschulen unterscheidet- und die arbeiten kostendeckend. Ist so was bei der Musikschule nicht möglich? Oder ich sag jetzt mal, müssen da sehr viel mehr Fördergelder eingesetzt werden? Oder woran liegt das?
K.T.: Also ganz so stimmt es nicht, denn wir haben einen großen Bereich von Ermäßigungsmöglichkeiten. Also hier kann auch wirklich eine Familie kommen, die auf dem unteren Bereich ihres Familieneinkommens liegt-
I.: Die kommen auch?
K.T.: Ja klar, die kommen auch, die bekommen bis zu 90% Ermäßigungen, also fast freie Plätze und dann gibt es eine ganze Staffel von Ermäßigungen und das muss natürlich bezahlt werden und das bezahlen eben alle Schüler mit. Und natürlich bezahlen alle die ganzen Zusatzangebote mit, so z.B. die ganzen Orchester, die ganzen Bands, die kosten ja alle nichts. Natürlich kosten die eine Menge Geld, aber für die Schüler kosten sie nichts. Die machen da mit, aber trotzdem müssen Gehälter bezahlt werden.
I.: Wie muss ich mir das dann vorstellen? Die haben einen Proberaum mit Drumset stehen und können dann kommen und proben ? Und kommt dann noch jemand dazu?
K.T.: Ja, da ist ein Lehrer dabei und das kostet nichts.
A.J.: Das dürfen die einfach hier haben.
I.: Wie viel solche privilegierte Bands gibt es, die das goldenen Los gezogen haben?
A.J.: Also es gibt zwei Bigbands, das sind vierzig Leute und sechs Bands, die haben alle ihren Trainer, ihren Lehrer, der diese Bands betreut und die in unseren Räumen trainieren können und nichts bezahlen. Das heißt, sie müssen zwölf Mark zahlen und zwar für den Fall, dass sie ausschließlich in dieser Band sind und nicht noch im Instrumentalunterricht. Wenn sie aber noch im

Instrumentalunterricht sind, dann ist das wie bei jedem Anderen, der im Orchester spielt, dann ist das frei.
I.: Also wir haben in der Region Stuttgart ungefähr 600 bis 1000 Bands, die alle kräftig dafür arbeiten, damit sie ihren Proberaum finanzieren können, die niemanden haben, der sich um sie kümmert, und dann haben wir sechs Bands, die glücklich sein können, weil sie bei der Musikschule untergekommen sind?
A.J.: Wir haben das diesen 600 Bands angeboten, das wir zu ihnen kommen, aber die wollten uns nicht haben –
I.: Aber die hätten ja auch ein bisschen dafür zahlen müssen
.A.J.: Fünf oder zehn Mark.
I.: Pro Bandmitglied, immerhin.
K.T.: Ja und da wollten wir, das war ja unser Plan, leider ist er jetzt politisch noch mal zurückgestellt worden, eine Popularschule, wie immer sie heißt hier richtig anzugliedern wo man einfach viel mehr Leute mit solchen schönen Angeboten bedienen könnte.
I.: Was würde so ein Popularmusikangebot von der Musikschule ausmachen, was wäre die besondere Qualität? Warum sollte dies die Musikschule machen und nicht jemand anderes?
K.T.: Das könnte genauso gut jemand anderes machen, aber es kann auch die Musikschule machen, es ist ja nicht so dass die Leute nicht danach fragen, auch unsere Schüler wollen mal so was machen und fragen nach, aber wenn es irgendwie anders funktionieren würde, und wenn es so ein Zentrum gäbe, dann wäre das auch gut. Das muss nicht unbedingt die Stadt Stuttgart machen.
A.J.: Das sollte im Prinzip auch so ein Angebot aus einer Hand sein, wo man auf der einen Seite wirklich angefangen von der Ausbildung auf dem Instrument, sei es jetzt E-Gitarre oder Schlagzeug oder Bass, auch Bandtraining haben können muss und auch Möglichkeiten .erste Aufnahmen machen zu können und sich irgendwo vorstellen zu können, auch wo man Workshops mit anderen Leuten organisiert und das eben auch über alle Instrumentengruppen hinweg. Was es momentan in Stuttgart gibt, sind ja eher so spezielle Nischen, es gibt Schulen für Schlagzeug, eine für Gesang und eine für Bass und es wäre einfach die Idee für all diese Bereiche ein kompaktes Angebot aus einer Hand geben zu können; wo man sich unterstützt, vielleicht auch unterstützt im Ausleihen von Material und Sachen, die man eben zum Spielen braucht.
K.T.: Außerdem klammert man einen ganzen Bereich von Jugendlichen mit ihrer Musik und ihrer Musikkultur aus und das ist für eine Musikschule einfach unanständig. Also da sind wir genauso zuständig, wie für andere auch, nur wir können es nicht. Das hängt einfach mit unseren Ressourcen zusammen.
I.: Wäre es da sinnvoll, dass man mehr Projektmittel freigibt?
A.J.: Also wir haben die Möglichkeit Workshops zu machen, aber das bestehende Gebührensystem sieht einen kontinuierlichen Unterricht vor, das ist einfach in der Gebührenordnung so angelegt und alles andere, wenn man aus dem Ding raus will, muss man an eine Änderung der Gebührenordnung ran und das muss dann beschlossen werden.
I.: Wäre so etwas sinnvoll in diesem Bereich vorzuschlagen?
A.J.: Das wäre sicher sinnvoll.
I.: Habt ihr das schon gemacht?
A.J.: Wir haben in der nächsten Gemeinderatsvorlage, wo es genau darum geht, schon vor mehr Freiheiten zu bekommen in dem Workshopbereich jetzt zum Beispiel.
I.: In der Vorlage für den nächsten Doppelhaushalt?
A.J.: Ja. Der Großteil der Mittel, die für die Musikschule ausgegeben werden, geht halt zu einem Großteil in diese Festanstellung, das ist wirklich ein Anteil von über 80% der da in die Lehreranstellung hineingeht und die in diesem Sinne wirklich auch kontinuierlich unterrichten müssen. Und das ist der Punkt, wenn man mehr Workshop macht, dann braucht man an diesem Punkt einfach auch mehr Mittel.
I.: Würdet ihr das gerne machen?
K.T.: Wir würden das gerne machen, aber man braucht dazu dann auch z.B. Räume, die uns gar nicht zur Verfügung stehen, da gehört eben noch vieles andere dazu. Das in den Bereich reinzuquetschen, der schon da ist und der überquillt, das ist unmöglich und funktioniert nicht. Also das muss schon ein umfassendes Paket sein, das man zusätzlich benötigt.
I.: Gäbe es da irgendwelche Zusammenschlüsse oder Musikerverbindungungen mit denen ihr zusammen arbeiten könntet? Die Musikerinitiative hat ja viele Proberäume – da könnte man doch sicher auch an eine Zusammenarbeit denken, oder?
K-T.: Wir wollten gerade mit denen zusammenarbeiten. Als die angefangen haben, wären wir da sehr gerne mit im Boot gewesen. Letztenendes ist es daran gescheitert, dass die städtischen Wege, die wir gehen müssen, viel zu langsam sind.
I.: Was würde euch da helfen?
A.J.: Es gab eben genau die Adresse am Pragsattel, da wo auch Susanne Schempp ihre GoVocal Schule gemacht hat, genau in diesem Bereich gab es die Möglichkeit zwei Stockwerke anzumieten,

das war unsere Idee damals in Zusammenarbeit mit mir und Cumulus sogar auch, um eben bestimmte Dinge mal anzupacken. Aber das ist halt auf den langen Wegen der Verwaltung steckengeblieben.
K.T.: Das scheitert ja schon vorher, wenn man nicht schon ein Jahr vorher eine Gemeinderatsvorlage erarbeitet und seine Ansprechpartner im Kulturamt begeistert usw., dann macht man da halt eine Bauchlandung.
I.: Da könnte ja aber auch eine Stelle oder eine Person helfen, ein Zusammenschluss, vielleicht auch aus den Reihen der Stadtverwaltung, der für diesen Bereich zuständig ist, oder? Es geht ja um kürzere Verhandlungen und einen Lobbyaufbau oder?
K.T.: Ja
A.J.: Ja genau
K.T.: Man muss eben auch ein paar Spielregeln umwerfen. Denn die Musikschule hat sich hart diese guten Arbeitsplätze erkämpft, das war ja nicht immer so, sondern diese sicheren Arbeitsplätze, die es bei der Musikschule gibt, die ja auch ein Qualitätsmerkmal sind die gibt's seit 1978 und die sind hart genug erkämpft worden -da muss man sich sehr genau überlegen gibt man die auf und macht dann eine ganz andere Personalpolitik? Das entscheidet natürlich auch der Gemeinderat und nicht wir.
I.: Daher der Grund für dieses Interview. Wir reden ja speziell von diesem Qualifikationsbereich, gibt es da noch etwas was euch besonders wichtig wäre in Stuttgart ? Räume, Werbemöglichkeiten, Ansprechpartner, Angebote, Nebenqualifikationsangebote, die begleitend wichtig wären?
A.J.: Was natürlich für die Bands immer sehr wichtig ist, sind die Auftrittsmöglichkeiten. Also bei der Masse von Bands dümpeln halt immer noch viele so vor sich hin und haben noch nicht die Lobby um genügend Auftritte zu bekommen und soweit ich weiß ist die Auftrittsituation auch nicht gerade phantastisch.
I.: Hast du da eine Idee, was man da machen könnte?
A.J.: Jugendhäuser bieten ja die Möglichkeit dass Bands dort spielen können.
K.T.: Man kann aber ja auch institutionalisieren, ein Popularmusikfestival, das einmal im Jahr stattfindet an irgendeinem Wochenende, oder Wettbewerbe, aber man muss natürlich die Logistik dafür schaffen.
I.: Wären dies auch Bereiche, die für die Musikschule interessant wären?
K.T.: Ja klar, wenn das z.B. so ein Popularwochenende in Stuttgart gäbe, wie es die Tage der Alten Musik, der Neuen, Jazztage und vieles andere und so könnte es einfach auch ein Popularwochenende geben, das wäre natürlich interessant. So was würde sicherlich auf großes Interesse bei den Schülern der Musikschule stoßen, die würden da hingehen und mitmachen.
I.: Hättet ihr auch Interesse Angebote für angrenzende Bereiche zu geben, wie z.B. für Leute, die später als Produzenten tätig sein wollen, so im Bereich Tontechniker, Studiotechniker, Livetontechniker, eben Leute die so mehr in das Musikbusiness in die Musikvermarktung reingehen wollen?
A.J.: Also wenn man in den klassischen Bereich zurückkehrt, dann gibt es hier eine ganz saubere Trennung, denn alles was dann wirklich professionell wird ist dann letztendlich Aufgabe der Hochschulen, wenn es um die Berufsausbildung, aber in dem ganzen Bereich gibt es natürlich keine vorgeschriebenen Ausbildungswege, sondern es gibt ganz viele Leute, die einfach durch learning by doing dahinkommen und eben ganz klar Möglichkeiten bräuchten, so ein Podium, und das wäre eben so eine Schwelle, wo die Musikschule momentan eben noch nicht tätig ist, aber das wäre sinnvollerweise da angegliedert.
I.:Das könnte natürlich auch Richtung Webdesign, Richtung Neue Medien, Richtung Spoken Word eben auch Richtung Literatur oder Filmmusik und so gehen?
A.J.: Das Kerngeschäft bei uns ist Musik und alles was sich um diese Musik ansiedelt halte ich aus jetziger Sicht für sinnvoll – also alles, wo die Akustik eine Rolle spielt. Das andere weiß ich nicht, ob wir da die Richtigen dafür sind, oder ob es da nicht „ausfranst".
K.T.: Das kann ja sein ,dass das in fünfzig Jahren mal so ist und sich so entwickelt hat, und die Jugend einen da hinführt. Aber vom ganzen Material und vom ganzen Know how und den Personen sind wir im Moment nicht die Richtigen. Wenn wir es machen wollten müssten wir einen Bereich umkrempeln, der aber sehr gefragt ist, oder wir müssten es zusätzlich anbieten. Und dafür brauch man natürlich erhebliche Mittel.
I.: Was denkt ihr wie hoch jetzt im allgemeinen die Mittel sein sollten, die für den Popularmusikstanort ausgegeben werden sollten? Also was denkt ihr, was sinnvoll wäre? Es muss sich auch nicht nur auf die Musikschule beziehen, sondern die Musikschule könnte ja auch nur ein Teil von einem großen Ganzen sein.
K.T.: Wir haben z.B. hier in unsere Gemeinderatsvorlage hineingeschrieben ist ein Zentrum mit einer bestimmten Anzahl von Räumen, mit fünf Unterrichtsräumen, Probenräumen Aufnahme, Regie, Großer Raum für Big Bands und Schulungen und entsprechende Personalkapazitäten.
I.: In D-Mark oder Euro bitte?

K.T.: Also die Erstaustattung an Geräten und Material usw. beträgt so ungefähr vierhunderttausend Mark und insgesamt mit Personal und allem , würde das sicherlich eine Million kosten.
I.: Das wäre also die kleine Lösung?
K.T.: Ja das wäre die Kleine. Wie wäre die Große?
A.J.: Eine große Lösung wäre wahrscheinlich so groß, wie unsere Musikschule momentan auch schon groß ist.
K.T.: Das denk ich auch
A.J.: So ca. zehn Millionen?
(Lachen)
A.J.: Die Zuschüsse in diesem Popularmusikbereich sind einfach um ein Vielfaches höher, als in anderen Musikrichtungen, weil Jugendliche eben andere Musik machen wollen, als das, was Papa unterstützen möchte . Auch wenn unsere Angebote zu teuer werden, wenn wir Workshops in dem Popularmusikbereich anbieten, dann darf das eine bestimmte Summe nicht übersteigen, insofern ist der Zuschussbedarf hier einfach höher, als in dem normalen Ausbildungsbereich. Also, wenn man wirklich etwas tun will, ein richtiges Zentrum aufbauen will, dann sind die zehn Millionen schnell erreicht. Mit Gebäude und Personalkosten.
K.T.: Die Personalkosten sind jetzt hier in der Musikschule, also von den zehn Millionen hätten wir sozusagen neun Millionen Personalkosten. Und das könnte da dann natürlich einfach auch ein bisschen anders sein, weil auch nicht jeder der dann da unterrichtet oder ein Bandtraining oder was auch immer er machen will, das eben für einen Tausender am Wochenende macht. Es gibt sicher Leute, die man viel, viel höher bezahlen muss. Es ist ja nicht so, dass die Leute hier besonders gut bezahlt werden, aber wenn man wirklich qualifizierte Leute haben will, dann kosten die einfach Geld. Auch wenn man Leute aus der internationalen Szene einlädt, für Workshops oder so, dann muss man auch wirtschaftlich ganz anders arbeiten.
I.: Die große Frage ist, ob die Stadt Stuttgart in dem neuen Haushalt eben die zehn Millionen locker macht, um den Popularmusikstandort zu fördern (Lachen) -Aber dieser Weg den Popularenmusikbereich mit dem Klassik- und Jazzbereich zu verbinden und gleichzusetzen von der Wertung her, das ist durchaus vorstellbar, oder?
K.T.: Ja, auch in Kooperation mit anderen.
I.: Ich frag noch mal nach; wenn wir die zehn Millionen bekommen würden, (Lachen) wie hoch sind die Kosten, die momentan in der Musikschule für den Popularmusikbereich anfallen? Was kostet der Popularmusikbereich?
K.T.: Also wenn wir alles zusammen nehmen, was anfällt, -
A.J.: also vielleicht sind es zwischen vier und fünf Stellen, so in dem Bereich.
I.: Wenn wir sagen, es sind 5 % der Schüler und wir legen das auf den Gesamtetat um, dann wären wir bei ca 200.000 und das ist ja ganz schön heftig.
K.T.: Ja das hängt aber auch damit zusammen, dass das hier in einem Haus stattfindet, das ein wahnsinniges Geld an Miete kostet und jeder einzelnen Schüler zahlt natürlich an dieser Miete mit.
I.: Das heißt also, die Entwicklung eines Popularmusikangebotes ist mit der Musikschule als Kooperationspartner vorstellbar, und es besteht Interesse an einer räumlichen und organisatorischen Umstrukturierung, also kein Abbild der Musikschule jetzt, sondern was ganz Neues entwickeln und kostengünstige und flexible Sachen entwickeln.
K.T.: nach neuen Spielregeln.
I.: O.K.
I.: Meine Abschlussfrage an jeden von Euch: Was wäre euer Wunsch für den Popularmusikstandort Stuttgart?
K.T.: Ein Zentrum, eine Anlaufstelle, für jeden der sich für diese Musik interessiert treffen kann aber nicht muss und die entsprechend groß ist und gut ausgestattet ist mit Proberäumen und Auftrittsmöglichkeiten und vielleicht auch mit entsprechender Kneipenszenen usw.
A.J.: Gute Ansprechpartner, die diese Musikszenen und diese jungen Leute vertreten können und Zugang haben und wenn das so organisiert ist, dass das über diese normalen Strukturen läuft, dann muss eine gute Vertretung in diese Richtung vorhanden sein.
K.T.: Also, wenn so eine Einrichtung akzeptiert werden soll, dann muss sie auch von irgend jemandem gepflegt und in Ordnung gehalten werden und das werden die Jugendlichen nicht selber machen, insofern denke ich, dass es ganz schön schwierig ist einen behüteten Raum anzubieten, der nicht behütet wird, damit die sich da wohl fühlen und das annehmen.
I.: Also die Musikschule Stuttgart ist willig, aber will Geld. Vielen Dank für das Gespräch

Interview Nr. 16 mit Fitz Braum, Four Music, Geschäftsführer
am 21.06.01, 18:00 –19:00 Uhr im Medienhaus Süd

I: Four Music, was ist das eigentlich für eine Firma, was habt ihr für Geschäftsbereiche?
F.B.: Four Music, die Plattenfirma ist im Sommer 1996 gegründet worden. Wir haben angefangen als 3 Mann Firma. Drei Angestellt also neben den Fantastischen 4, die Labelinhaber sind und haben versucht ein kleines, aber feines Developement, ein Label zu sein. Für all die Talente, die hier in Stuttgart sich tummeln, die keinen oder einen schlechten Plattenvertrag auch hatten, wie zum Beispiel der Freundeskreis bei Intercord, was ja mal vorkommt, ist jetzt kein Diss an die Intercord, schade das se weg sind.
Mittlerweile sind wir ein Betrieb, der über 10 Millionen Mark Umsatz macht im Jahr. Voraussichtlich werden wir in den nächsten 2 Jahren über 20 Millionen Mark Umsatz machen, das ist jetzt ein kleiner Konzern geworden, wir haben eine Plattenfirma, wir haben einen eigenständigen Verlag, wir haben eine eigenständige Bookingagentur, wir haben einen Online Auftritt mit einem Internetradio und wir sind beteiligt an einem Vinyl- und Merchandisingvertrieb.
I: Das ist Schulz-Ritter.
F.B.: Das ist Schulz-Ritter. Das ist die eine Hälfte Four Music und die andere Hälfte Kopfnicker oder 0711 Büro, was auch sehr gut funktioniert. Das ist der Status quo. Wir haben 15 Künstler, davon sind 11 oder 12 als gebreakt zu bezeichnen, d.h., sie sind in irgendeiner Form charterfolgreich gewesen.
I: Kannst Du ein paar benennen?
F.B.: das fängt an mit den Fantastischen Vier selber, die jetzt mit MTV unplugged das erste Album auf dem eigenen Label gemacht haben, das ist Tomas D., das ist Hausmarke, bzw. Turntablerocker jetzt im Austausch, also entweder gibt es Hausmarke oder es gibt Turntablerocker, ich denke aber die Zukunft gehört Turntablerocker mit dem Thomilla noch dabei, dann haben wir Afrob, Blumentopf, dann haben wir Gentleman, dann haben wir Joy Denalane, das ist die Sängerin von Freundeskreis, dann haben wir Tiefschwarz jetzt hab ich bestimmt noch ein paar vergessen.
I: Ja, aber das langt für einen Eindruck. Die sind jetzt beim Label.
F.B.: Die sind alle beim Label.
I: Und wie sieht es beim Musikverlag aus?.
F.B.: Beim Verlag sieht es ähnlich aus. Ich sag mal 80% deckungsgleich. Beim Verlag haben wir auch noch Sachen, haben wir komplett Benztown, das heißt alles was aus der Ecke Benztown produziert wird, ist bei uns im Verlag, wenn Peter Hoff was produziert, also wenn Thomilla was produziert für andere Rapper oder andere Bands irgendwelche Songs schreibt, der ist bei uns im Verlag. Wir haben Rolf Goldkind von Lucylectric mit drin, der für Jan Plefka ein Album geschrieben hat beispielsweise der ist der Ex Selig Sänger, wir haben an Plefka selber im Verlag, der jetzt bei eastwest ne Platte macht, aber ich sag mal, so 80% ist deckungsgleich. Anders wieder aus, sieht es bei der Bookingagentur, da sind hauptsächlich die Fantas drin und die Solokünstler und dann hört es schon fast auf, da ist noch Tiefschwarz und Blumentopf drin, aber Künstler wie Afrob sind bei 0711 oder Freundeskreis sind bei anderen Agenturen, das ist historisch so bedingt, weil die alle ihre Bookingagenturen schon hatten, bevor wir uns gegründet haben.
I: Ihr habt aber schon Schwerpunkt HipHop.
F.B.: Ja, aber nicht bei der Bookingagentur, da haben wir noch die Söhne Mannheims, Echt, Seed und noch ein paar andere.
I: Wie viele Mitarbeiter habt ihr beschäftigt?
F.B.: 11 feste Mitarbeiter bei Production und Publishing und 7 Mitarbeiter bei der Bookingagentur.
I: Four Artist ist in Berlin angesiedelt?
F.B.: Ja, wir haben eine räumliche Trennung. Das hat verschieden Gründe. Wir denken, dass wir in Stuttgart einen Standortnachteil haben und haben deswegen noch Büros in Köln, da sitzt unsere Promotionchefin mit Assistentin, also Medienstadt Nummer 1, da gibt es keine Frage, da sollte man vertreten sein und das macht sich auch bezahlt. Die Bookingagentur ist in Berlin, um uns in Berlin zu vertreten, erstens und zweitens ist da die Sony hingegangen, was unsere Vertriebsfirma ist und drittens brauchte man in Stuttgart nicht noch eine Bookingagentur neben 0711 im Bereich HipHop. Da steht man sich eher so im Weg rum, das muss man nicht haben.
I: Wie groß ist euer Aktionsradius, arbeitet ihr Europaweit?
F.B.: Der Aktionsradius ist natürlich erst mal vorgegeben durch die Sprache. Wir arbeiten in Deutschland, Österreich, Schweiz oder für diese Märkte und ansonsten haben wir jetzt erst die ersten Produkte, die man international vermarkten kann, die Turntablerocker, was jetzt international rauskommt, Tiefschwarz hat internationale Releases und da werden hoffentlich noch ein paar andere kommen. Das kann man aber alles nicht selber machen, dafür hat man dann einen Majorpartner, wie die SONY, die dann für die Künstler die entsprechenden Türen öffnet.
I: Kannst du versuchen den Gesamtumsatz in der Branche Musikverlag, Label für die Region Stuttgart zu schätzen?

F.B.: Am Gesamtmarkt, also wenn ich sagen sollte, alle kreativen, die im Musikbusiness beschäftigt sind – ich würde sagen, das ist nicht unbedeutend, was hier generiert wird, wenn man allein die Ergebnisse von PUR sieht, das ist ja schon ein Haufen Holz. Wenn man jetzt Baden-Württemberg nimmt mit Söhne Mannheims, Xavier Naidoo mit Reamon vom Bodensee, Four Music, Kopfnicker Rekords, das ist nicht unbedeutend, was hier geleistet wird, aber ich hab nie nachgezählt, aber aus dem Bauch heraus ist es eher so, dass es besser sein könnte, weil noch eine Menge brach liegt und das was hier geleistet wird, wenn man jetzt mal nur die Plattenverkäufe sieht oder Ticketverkäufe ist das schon ganz ordentlich, aber was Zulieferer betrifft finde ich es einfach noch etwas schwach, das heißt, wer produziert die Videos, wer macht das Artwork, wo sind die Photographen, alle Kreativen, die man rund um eine Plattenveröffentlichung braucht, wo sitzen die, dann ist das sicherlich hier etwas schwach, das heißt es gibt eine Schieflage. Auf der einen Seite hast du hier eine Menge Talent, die wirklich was können und mit denen es auch Spaß macht zu arbeiten, auf der anderen Seite ist man eigentlich so ein bisschen in der Wüste, wir müssen weite Wege gehen.
I: Liegt das daran, dass es diese Zuliefere nicht gibt oder sind die nicht gut genug?
F.B.: Das sind alles für Four Music eigentlich nicht relevante Leute. Jetzt im Videobereich haben wir ja mit Schmerberg und Zoran Bihac zwei Leute hervorgebracht hier in Stuttgart, die viel für uns gemacht haben oder vielleicht auch groß geworden sind, weil sie was für machen konnten, die sind dann aber abgewandert. Das Abwanderungsproblem wäre eigentlich kein Problem, würde ich als Problem nicht sehen, ich meine wir leben im 21. Jahrhundert – man moved halt und das ist auch gut so. Ich bin auch ein Mover, ich bin ja keiner, der hier geboren ist, ich bin ja auch schon rumgekommen, was ich auch gut finde. Ich denke das das vielleicht auch nicht meine letzte Station war. Das Problem ist aber, das dieses Movement einseitig ist. Die Leute gehen weg, aber es kommen wenig Leute hierher, die diese Leute ersetzen könnten.
I: Ist es aber richtig, dass es wichtig ist, dass die Leute auch vor Ort sind? Die langen Wege machen es schwer?
F.B.: Die langen Wege machen es schwer. Es ist ein Peoples Business. Wenn ich in Berlin bin und ich gehe abends mit irgendwelchen Künstlern weg, treffe ich immer irgendwelche Leute, die mir irgendwas erzählen, was gerade für mich relevant sein könnte. Es gibt immer Impulse und es gibt immer irgendwelchen Austausch. Das ist schon einfacher. Es birgt auch so eine Gefahr, dass man überfüttert wird. Stuttgart hat auch einen Vorteil für uns: Wir können hier in Ruhe arbeiten, das Interview findet jetzt in relativ großer Ruhe statt, das wäre nicht möglich um 18 Uhr bei der Sony in Frankfurt gewesen, das wär völlig unmöglich gewesen, weil massenweise Leute reinstürmen würden, weil massenweise Telefon und kannste nicht und haste schon, also in der Wüste zu sein, hat auch gewisse Vorteile.
I: Bist Du zufrieden mit der Situation?
F.B.: Ich muss zufrieden sein, also jedem dem ich erzählen würde, ich sei unzufrieden, der würde sagen, was ist denn das für ein Arschloch, also wenn einer zufrieden sein kannn, dann bin ich's oder wir alle hier zusammen bei Four Music, aber ich glaube dass Stuttgart, die Region und das Land nicht so richtig zufrieden sein kann. Ich glaube dass es noch eine ganze Menge Kreativzellen und Bands gibt, die nicht bedient werden und da wir ein Genrelabel sind mit einer hohen Selbstbeschränkung, mit dieser Auflage wir wollen ein kleiner Laden bleiben, wir wollen kein Laden sein wie die Intercord, die jetzt 150 Leute beschäftigt und 80 Künstler haben. Wir wollen so klein bleiben oder zumindest ganz langsam wachsen und zwar nur in einem bestimmten Genre und zwar im Blackmusicbereich, aber es gibt ja nun mal auch verdammt viele gute Gitarrenbands hier oder Talente, es gibt ja auch noch anderes.
I: Gibt es da nichts
F.B.: Da gibt es keine wirklich gescheiten Umfelder dafür. Das könnte besser werden, das gesamte Klima für Popmusik wäre dann besser, wenn man das auch leben würde, wenn man auch Medien da hätte.. Wir müssen nicht darüber reden, dass wir Köln nach Stuttgart holen, das können wir eh knicken, der Zug ist abgefahren. Das hätte man vor 20 Jahren auf politischer Ebene entscheiden müssen. Wir kriegen hier auch keine Popkomm her, man muss auch gucken, dass es irgendwie passt.
I: Was würde denn passen? Du bist schon mitten dabei diesen Popmusikstandort Stuttgart zu beschreiben, das wäre meine nächste Frage gewesen. Die Frage ist ja, wenn man etwas machen will, muss und kann man mit diesen großen Medienstandorten konkurrieren oder wie könnte sich Stuttgart da gut positionieren, was könnte dieses „Stuttgart spezifische" sein? Quasi die Oase in der Wüste. Das was nach NRW an Strukturgeldern geflossen ist, steht hier ja nicht zur Debatte.
F.B.: Ja, das Elend hier ist auch nicht groß genug, dem Landstrich geht's ja gut, das Land zahlt halt im Länderausgleich, das ist ja klar, man kann ja auch wenig auf politischer Ebene bewegen, den Politikern sind ja zum Teil auch die Hände gebunden. Ich habe hier eher einen kulturpolitischen Ansatz. Ich fände es einfach mal gut, wenn man eine Idee die wir mal hatten und im Staatsministerium vorgetragen hatten ist so eine, mit dem was wir haben ein bisschen anzugeben, nämlich HipHop made in Stuttgart, die Wiege des deutschen HipHop ist nun mal hier in Stuttgart,

wenn man da was machen könnte, wie zum Beispiel dieses HipHop Event auf internationaler Ebene, nicht wie die Popkomm oder die Loveparade angesiedelt, sondern eher die Größe wie ein bisschen Jazzfestival von Montreaux.
I: Hat das den Hintergrund, dass man ein Imageproblem hat?
F.B.: Natürlich. Hier passiert halt nichts. Alle Leute außerhalb B-W haben immer noch die Vorstellung Stuttgart ist Spätzle, Stuttgart ist Kehrwoche und Stuttgart ist Auto und Häuslebauen und ansonsten ist das ne tote Stadt. Das stimmt ja gar nicht. Hier leben eine Menge interessante Leute. Ich hab schon meinen Spaß hier.
I: Ist es denn aber so, dass diese kreativen Szenen, die es hier geben soll, wenn man z.B. nach Berlin schaut, dass die von der Qualität und der Anzahl her viel geringer sind? In Berlin hab ich einfach mehr Bands zur Verfügung, da find ich doch vielleicht einfach auch eine bessere Band.
F.B.: Das ist Unsinn. Wovon ich rede ist ja ganz klar und dieser Grundsatz gilt auch, so was lernt man, wenn man etwas BWL oder VWL studiert, ich hab's mir ein bissel angelesen. Das Talent, die Verteilung des Talentes ist überall gleich. Wenn ich jetzt eine metallverarbeitende Industrie in Bangladesh habe oder in Esslingen, habe ich in etwa die gleiche soziale und Intelligenzstruktur und auch Talentstruktur im Betrieb. Die finde ich in Bangladesh genauso, wie hier auch, da kommt der notorische Zuspätkommer, wie soll ich sagen, das ist weltweit gleich, die Menschen sind leider nun mal im sozialistischen Sinne vom Talent her gleich und man kann hier alles machen. Ich brauch nicht nach Berlin gehen, ich war da schon und hab da nicht mehr Talent vorgefunden, als hier auch, also das ist eine Lüge. Das Ding ist nur, dass das Talent, was es in Berlin gibt leichter hat was daraus zu machen.
I: Was gehört denn da dazu?
F.B.: Das Umfeld, das komplette Umfeld, also alles was Popkultur betrifft, was passiert denn, Auftrittsmöglichkeiten, ne gewisse Kontinuität dabei, weil das ist so ein bisschen ein schwäbisches Ding, wenn ich sage da kannst du nachts nicht essen gehen, dann kommt die Antwort, dann geh doch gar nicht dahin, da gibt's dann ein Restaurant, wo ich nachts um vier noch was zu essen krieg. Das mein ich nicht, ich meine Essen gehen nachts, ich meine ein Konzert sehen nachts um 2, das kommt dann auch mal vor und das bekommt man dann auch schön vorgehalten, was willst du denn, da ist doch letzten Monat das und das gewesen. Ich mein, das was also ne Stadt ausmacht, die Sexyness, das da was passiert, weswegen kreative Leute ja gern in solche brodelnde Städte gehen.
I: Es brodelt also nicht?
F.B.: Es brodelt überhaupt nicht, nein.
I: Was würde denn dazu gehören, das es nachts brodelt, außer dass man nachts um 2 Essen gehen kann?
F.B.: Das ist das Nightlife, Veranstaltungen, alles eben.
I: Gibt es da etwas was dir besonders fehlt?
F.B.: Nein, das kann man so nicht sagen, die hab oft schon versucht, mir selber zu beantworten. Es fehlt an Grundhaltung, auch von der Bevölkerung her und da muss ich dann auch wieder einschränken, wenn ich sage, man müsste das und das machen, damit kreative Leute hier her kommen und es interessant finden, das kann ich gleichzeitig schon wieder wegdiskutieren, das kann man niemandem aufoktruieren, weil das Volk hier nicht so gebaut ist. Niemand, selbst die hippsten Leute vermissen nichts und wer nichts vermisst, der braucht auch nichts.
I: Dann haben wir aber natürlich ein Problem.
F.B.: Ein Mentalitätsproblem.
I: Dann haben wir ein Mentalitätsproblem, wenn Du sagst, dass ist nicht überwindbar. Da finden wir uns ja in der Wüste wieder.
F.B.: Klar und da müssen wir uns einen Sonnenschutz aufbauen und da weiß ich auch nicht genau, da kann ich vorschlagen, was ich will. Ich denke mal, wir können es grundsätzlich vergessen aus Stuttgart das swinging London zu machen. Das können wir grundsätzlich vergessen. Das schaffen selbst so Städte wie Berlin oder Paris nicht.
I: Das hört sich etwas so an, als sollte man sich nicht an Vorbildern orientieren, sondern unsere eigene Identität schaffen.
F.B.: Wir sollten nicht versuchen diese Arena of Sound hochzuhalten, was ich für einen kompletten Bullshit halte, was ich für eine absolute Geldverschwendung halte, von der keiner was hat. Da werden Acts umsonst präsentiert, für die die Leute sonst zahlen würden und Steuern reinkämen und es sind auch keinen wirklich kulturell wichtigen Bands, die da spielen. Das muss man nicht fördern. Das halte ich eben für einen Trugschluss so was aufzuziehen. Ich würde diese 500.000 DM, die da verbrannt werden, wahrscheinlich sinds noch vielmehr, es wird ja immer so dargestellt es seien nur 500, weil wir aber selber eine Bookingagentur haben und Veranstalter sind, wissen wir, dass es viel mehr sein müssen. Allein die Werbung hinter beleuchteten Glaslitfasssäulen.
I: Ich glaub 67.000 DM für 100 Plakate, 1 Woche.
F.B.: Wir haben auch einen Taschenrechner. Wir sollten eher kleine Dinge tun, kleine charmante Dinge, wir sollten versuchen diesen Muff, den es auf der anderen Seite wieder zu unrecht gibt, es ist

gar nicht so muffig hier, wie es von außen gesehen wird. Es sollte eher mehr so aussehen, mit kleinen gezielten Aktionen im Veranstaltungsbereich, wir sollten versuchen durchaus so eine Ausbildungsstätte im Bereich Medien zu schaffen.
I: Hätte so eine Ausbildungsstätte auch eine Bedeutung dafür, dass die Zulieferer besser werden könnten und sich hier aufbauen?
F.B.: Für uns wäre es schon toll, wenn es hier so eine Schule gäbe, wo bestimmte Leute, wo bestimmte Berufe ausgebildet werden in diesem Bereich, wo die Leute dann einfach sagen, da mach ich ier mal ein 600 DM Diplom und wenn die Schule rum ist, dann mach ich hier mal ein Jahr oder 2 Four Music und geh dann woanders hin. Allein diese zwei Jahre würden uns schon enorm helfen. Wir haben hier ja in unserer Internetseite, unsere Angestellten sind hier alle schön abgebildet auf einem Grundriss und dann gibt's noch die Hall of Fame. Da kommen alle verdienten Mitarbeiter rein, die aber aus Gründen gegangen sind – weil sie's hier nicht mehr ausgehalten haben (lacht) in der Stadt, die kommen da rein. Das waren für den Aufbau und den Start des Labels wichtige Mitarbeiter, die oft nur ein oder zwei Jahre da waren. Da haben wir gelernt mit umzugehen. Wir brauchen gar nicht unbedingt Zulieferer oder Mitarbeiter, die hier das ganze Leben mit uns verbringen, das ist vielleicht auch gar nicht so gesund, aber wenn es ein paar Leute nach Stuttgart schaffen und sich ausbilden lassen und dann gar hier hängen bleiben für eine begrenzte Zeit, wäre das schon für uns sinnvoll. Ganz großartig.
I: Noch mal im Detail, kannst du ein paar Leute, ein paar Firmen aufzählen, wo die denkst, dass die besonders gute Arbeit machen, also was Produktion angeht, was Ausbildung angeht, was Förderung angeht, was Live Sachen angeht. Gibt's da irgendwas wo man sagen kann, das sind vorbildliche Geschichten?
F.B.: Also ich bin da nicht so firm in diesen Dingen, weil ich da noch nicht so genau hingeguckt habe vor lauter Arbeit selber und vor lauter durch die Weltgeschichte reisen. Natürlich gibt's hier gute Firmen und gute Ansätze, aber ich finde mal abseits der Popmusikkultur fällt mir da sofort der Kollege Strachi ein, der eine unglaublich wichtige Rolle gespielt hat. Der Mensch tut gut, das ist ein super Typ, der bewegt was und der bindet auch Leute an sich, der tut so viel. Da gibt's auch so Institutionen wie die Mit freundlichen Grüßen, die ist auch großartig, wie die sich bewegt mit diesem Ansatz wir bringen Leute zusammen, weil Kohle haben wir nicht und das ist auch etwas, was ich gut finde, es geht hier nicht um Geld. Man muss hier nicht immer vorm Rathaus oder vorm Ministerpräsidenten stehen, gib mir Geld damit ich hier noch etwas Dampf reinlasse. Das ist Quatsch, ich glaube das ist so ein Subventionskulturkram, da wird schon genug Geld in die Oper und was weiß ich wo rein gesteckt, ins Ballett oder so, auch wichtig alles toll, aber das ist es nicht.
I: Aber letztendlich gibt es doch niemand innerhalb der Stadt oder auch außen, der sich für das Thema stark macht und es gibt auch kein Geld. Man könnte ja schon sagen, wenn die Stadt die Popakademie will, dann soll die Stadt die 10 Millionen für die Kaserne in die Hand nehmen.
F.B.: Ja genau, aber vielleicht gibt's da ja auch andere, modernere Lösungen. Ich hab keine Idee, aber da müsste man mal genau in die Planung reingehen, was hat man eigentlich vor. Ich könnte mir vorstellen, dass man mal Möglichkeiten hat Tonstudios beispielsweise. Nicht dass man sagt, man kauft dem Cumulus jetzt ein Tonstudio, damit Bands da aufnehmen können. So was geht in die Hose. Man könnte aber schon bestehende Tonstudios in dem man sagt ich kauf dir einfach mal 50 –100 Tage im Jahr ab, wo wir dir Bands hinschicken. Wo wir immer wieder ein Problem haben ist in der Außendarstellung. Da kenn ich zum Beispiel Modelle aus Berlin und Hamburg, also junge Unternehmen, die sich präsentieren müssen, die werden mal bezuschusst, wenn sie auf Messen fahren müssen. So was gibt's in Stuttgart nicht, also da könnte schon mal Geld fließen, aber das sind dann gezielte Geschichten, die Sinn machen und nicht so brauch mer mal ne Aktion und das Geld ist verbrannt. Da wo Geld rein gesteckt wird, da sollte dann auch eine nachhaltige Wirkung da sein. Wir haben immer noch, wir sind zwar recht erfolgreich, aber wir schwimmen nicht im Geld. Für uns ist so eine Popkommgeschichte ne ganz schwierige Sache. Die ganzen Medien erwarten von uns, dass wir genauso wie die großen Major Companies da aufschlagen. So eine Veranstaltung, wie wir sie jetzt da planen kostet 200.000 DM und wir haben dieses Geld nicht. Wir können es nicht ausgeben. Ne Major Company kann das machen und würde es auch sofort ausgeben mit den Künstlern die wir haben, aber wir haben die Künstler und die das Geld – zum kotzen. Um sich zu präsentieren, das Ding mal nach außen zu tragen, da kann man sicherlich mal die Töpfe aufmachen. Wir versuchen es über Sponsoring, geht natürlich wie immer schief, also wird das alles nicht stattfinden. Wir würden gerne uns auf der Popkomm noch stärker als Stuttgarter prässentieren.
I: Versteh ich das richtig, das du auch so einen Schulterschluß bei so was zwischen den Beteiligten willst?
F.B.: Ich versuch im Moment einfach nur ein bißchen meine Wehwehchen loszuwerden, ich denke das liegt auch in der Natur der Sache. Also, wo tut's weh? Ich krieg keine Mitarbeiter her, ich kann niemanden aus Hamburg hierher locken, das ist mir noch nie gelungen, selbst nicht mit wesentlich mehr Gehalt als sonst.
I: Aus Imagegründen?

F.B.: Da sag ich Image stimmt nicht, da sollte man was tun. Das andere ist, wir haben Standortnachteile, weil wir zu wenige Videoschnittstudios, da kann man den Preis nicht dumpen. In Berlin gibt es Dutzende und der Preis ist von sich aus schon gedumpt. Also gehen wir nach Berlin und schneiden dort unsere Videos und wir machen viele Videos und geben sehr viel Geld aus. Tonstudios ist was anderes, das ist nicht so problematisch, ist eher was für die Bands die noch keinen Plattenvertrag haben, dass die mehr Möglichkeiten haben.
I: Also Vorproduktionen?
F.B.: So was , ja und damit verbunden natürlich auch Proberaumsituation, ich weiß gar nicht ob es hier so was gibt, wie in Hamburg, die haben einen ganzen Luftschutzbunker umgebaut.
I: Gibt es hier auch.
F.B.: Das sind auch so Dinge, wo ich denke, das ist heutzutage vielleicht nicht mehr so relevant, weiß ich nicht genau. Früher haben wir gesagt, dass wenn es eine Band schafft sich einen Proberau zu besorgen, dann wird sie auch noch einen Schritt weitergehen. Wenn es eine nicht schafft ist sie für das Popmusikgeschäft vielleicht einfach nicht geeignet.
I: Ist das das Auswahlkriterium?
F.B.: (lacht) Natürlich eines von vielen, es gibt so gewisse Haltungen, etwas widersprüchlich was ich hier sage, aber es muss nicht alles immer so vorbereitet, so super, super, super sein, das ist kein wunder Punkt.
Medien ist ein wunder Punkt. Ich weiß gar nicht, wie der Gorny das schafft die Lizenz zu erhalten, wenn er einfach ständig so tut, als hätte er hier ein Büro, was es schon längst nicht mehr gibt, das war sogar hier im Haus.
I: Das war ja ne Farce, das war ja nur um die Lizenzen zu bekommen.
F.B.: Die Lizenz für VIVA, weil wenn du bundesweit senden möchtest, mußt du Regionalbüros haben, selbst ein Musiksender musste das. Das ist auch richtig. Medienmäßig haben wir hier einfach ein gewisses Problem, wir haben es hier mit zwei Jugendradios zu tun. Der eine ist großartig, das ist DASDING, der andere ist eine Farce, das ist ein TOP 40 Sender. Big FM ist ein Privatsender, der sich eine Radiolizenz erschlichen hat, in dem er die Gruppe, die Stuttgarter Zeitung hängt mit drinnen und der ganze politische Klüngel hier, hat gesagt macht doch gut Jugendradio. Das ist kein Jugendradio, das ist alles andere als ein Jugendradiosender, da ist das Feigenblättchen Kopfnicker macht ein oder zwei Stunden die Woche. Aber das ist ein Top 40 Sender, kein Jugendradio.
I: Ist es aber nicht so, dass die meisten Jugendlichen BigFM hören und nicht DASDING?
F.B.: Das liegt aber doch in der Natur der Sache, wenn Du wirklich Jugendradio machst, dann wird das weniger gehört..
I: Ich könnte auch sagen, die Kopfnicker Radio Show, DASDING hat sich immer für das Thema eingesetzt, interessiert, weil's ihnen auch was bringt, aber Kopfnicker macht das mit BigFM.
F.B.: Wir haben es abgelehnt mit BigFM zu arbeiten, weil wir machen sehr jugendorientierte Musik, aber was die uns da zu bieten haben ist lasch. Das ist nicht besser als Antenne. Was da im täglichen Programm läuft ist Top 40 und Top 40 ist populistisch und populistisch heißt, natürlich hören das mehr Leute. Unter Jugendradio verstehe ich einen Spartensender, der sollte gar nicht gemessen werden. Würde man jetzt zum Beispiel VIVA messen, dann würde man feststellen, das die eine nicht messbare Quote haben, deswegen messen die erst gar nicht. Trotzdem ist VIVA unglaublich wichtig und DASDING ist unglaublich wichtig, weil da sind Leute davor, das sind Opinion Leader, das sind Leute, die was bewegen. Da kommt wieder das Ding, da brauch man nicht den großen Rundumschlag, da muss man gar nicht so groß denken, da muß man im kleinen agieren, im Kleinen denken und im kleinen handeln.
I: Da können wir ja zu den Jugendszenen überleiten, weil es ein Jugendradio ist, ich meine die sitzen in Baden-Baden.
F.B.: Wunderbar, ich meine wir arbeiten ja auch mit DASDING hervorragend zusammen.
I: In Baden-Baden?
F.B.: Ja.
I: Vielleicht ist es aber doch ein Grund, das die KN Radioshow bei BigFM ist, weil das Studio hier ist.
F.B.: Ja vielleicht, es wäre natürlich schon auch schön, wenn DASDING in Stuttgart säße, selbstverständlich, wäre ein Standortvorteil, auf jeden Fall, das ist richtig.
I: Von vielen Leuten aus dem Livebereich wird immer wieder dies Hallenproblematik angesprochen, die Hallengröße, die Öffnungszeiten.
F.B.: Es fehlt sowohl an Möglichkeiten und es fehlt zwischen Schleyerhalle und dem Hi (beide lachen weil ins Hi passen ca. 100 Leute) fehlt noch ein bisschen was, da könnte man ruhig noch, da gibt's echt nen Bedarf.
I: Wir haben die Liederhalle, wir haben das Messe- und Kongresszentrum B, wir haben das LKA, wir hätten regional die Halle in Reichenbach sind das Orte, die nicht taugen?
F.B.: Das LKA taugt sicherlich, jeder einzelne taugt sehr viel. Es kommt auch drauf an, was man machen will an Programm. Ich kann jetzt nicht mit ner derben HipHop Jam in die Liederhalle gehen, da gehe ich ins LKA. Tatsächlich ist es so, dass es zuwenig Möglichkeiten gibt.

I: Sollte es so eine Art Musikclub geben, mit großer und mit kleiner Halle, wo kontinuierlich Livesachen stattfinden können?
F.B.: Ich glaube es würde schon geügen, wenn man sagt es gibt vielleicht eher was im Innenstadtbereich. Ganz wichtig ist halt, ob eine Location angenommen wird oder nicht, das sind Dinge die etwas in den irrationalen Bereich gehen. Man kann den schönsten und besten Gourmettempel aufmachen, wenn er schlecht platziert ist und die Leute ihn nicht annehmen, weil er vielleicht an der falschen Ecke steht kannst du den besten Koch nach hause schicken. So ähnlich ist es im Livebereich auch. Es ist schwierig so was zu planen, so was muss man eigentlich ausprobieren und zum ausprobieren gehört dann eher so eine liberalere Haltung, wo man sagt probieren wir es halt mal aus, wenn's schief geht ist's halt schiefgegangen und nicht sagt, jetzt ist es schiefgegangen, jetzt machen wir es nie wieder von Stadtseite aus, das muß man so ein bisschen wissen, machen wir mal das und dann mal das. Wenn das eine geklappt hat, dann ist es super, das heißt dann aber nicht, dass man dann aufhören muss, da kann man immer noch weiter gucken, Möglichkeiten finden, ich denke da fehlt es etwas an der liberalen Haltung auch so generell Öffnungszeiten und so. Wo sind denn hier die Areas, bis auf dieses unsägliche Nachtviertel am Wilhelmsplatz oder wo, wo man dann irgendwie ein Großstadtleben ab geht. Aber was da passiert, das brauch ich ja überhaupt nicht im Sinne von Popmusik. Da gibt's schon etwas ein Problem, es ist auch weil die Stadt so klein ist.
I: Müsste es in der Stadt sein, auch wegen der regionalen Bedeutung
F.B.: Ich denke schon, also zum urbanen Leben gehört auch, dass man nachts in die Stadt geht, das ist urbanes Leben. Tagsüber ist die Stadt hier vollkommen in Ordnung, nur nachts ist es hier so ein bissel, da gibt's halt viele Clubs, das gefällt mir auch an Stuttgart das es Clubs gibt in einer relativ hohen Dichte, in einem Umkreis, wo man laufen kann. Das ist eigentlich recht schön, aber die Livemusik fehlt halt ein bisschen.
I: Du hast jetzt die räumliche Enge angesprochen, das könnte man jetzt symbolisieren mit dem Talkessel, wo sich alles reindrückt, aber hängt das auch damit zusammen, dass die Stadt versucht Stuttgart sehr sauber, sehr geplant zu machen und wenig Freiflächen für so was auch läßt. Viele sagen ja da so was wie beim Südmilchareal, das hat man platt gemacht, da ist viel entstanden, da hat sich was bewegt.
F.B.: Ich weiß nicht. Ich halte das für den falschen Weg so Ghettos außerhalb zu schaffen, das ist es nicht. Eine Stadt ist für mich sexy, wenn sie halt nachts auch etwas brodelt, aber man muss es ausprobieren, Vielleicht ist es wirklich eine Lösung, wenn man im Westen was findet. Da hast du aber natürlich sofort 100.000 Grüne Wähler an der Backe, die dann sagen hier Umweltverschmutzung und so. Es ist einfach ein Problem. Das Boschareal ist aber zum Beispiel ein recht gelungenes Beispiel, das ist zwar nicht so mein Ding, wo ich täglich hingehe, aber es ist gut, dass es das gibt. So eine zusätzliche, neue, kleine Insel plötzlich wo man essen und trinken gehen kann, wo man Sport machen kann, wo man ins Kino gehen kann, auch tagsüber.
I: Also kulturelle, lebendige Stadt mit Nightlife, du sagst sexy Stadt. Ist klar. Hast du denn sonst ein paar konkrete Ideen, was man verbessern könnte, wie ist es zum Beispiel mit der Kommunikation zur Stadt, mit Kultur oder Wirtschaftsförderung. Ist das O.K., gibt's da Leute, die einem weiterhelfen, ist das eine Schwierigkeit oder brauch man das gar nicht?
F.B.: Natürlich brauch man das. Speziell für das HipHop Open, was ja letztes Jahr am Pragsattel stattgefunden hat, das hätte, das war O.K., das war eigentlich ganz charmant.
I: Gestopft voll wars.
F.B.: Wir waren dann doch letzten Endes vom Erfolg überrascht. Wir haben mit 5 oder 6.000 Leuten gerechnet und dann waren es fast doppelt so viele. Da gab's dann schon so Geschichten, da wurde einem das Leben schon etwas schwer gemacht mit irgendwelchen Löchern raus machen, da müsste man dann viel Geld ausgeben, um dann noch den Platz zu planieren – dann soll die Stadt uns das erst gar nicht anbieten. Das ist irgendwie echt eine Scheiße. Kriegst ne Stelle angeboten, die du dann erst einmal renovieren musst, damit du sie nützen darfst. Das ist genauso wenn ich ein Haus vermiete, aber erst mal nur einen Rohbau dastehen hab und den Rest kannst du selber ausbauen, das ist natürlich Kacke. Wobei alle es gut gemeint haben, aber man merkt, da waren alle etwas unbeholfen.
I: Also fehlt da die Erfahrung.
F.B.: Es fehlt erstens die Erfahrung und dann an dem Ding, da drücken wir halt mal 2 Augen zu, wenn die Löcher, ich hab se angeguckt, pffffft, am Arsch. Wenn dann das Ordnungsamt kommt und sagt, das ist gefährlich, na gut, gefährlich ist es auch über die Königstraße zu laufen. Das man erst mal sagt, macht euch mal locker, es fehlt etwas an der Weltgewandtheit der entscheidenden Stellen. Das kann man wahrscheinlich kaum in einem Gemeinderat beschließen, jetzt machen wir uns alle mal locker, das ist ja keine beschlussfähige Forderung.
I: War das Zusammenspiel der einzelnen Stellen O.K.?
F.B.: Ja das war O.K.. Jetzt sind wir ja bei der Suche nach einer neuen Location im Stadion von den Kickers gelandet. Wir hätten uns gerne andere Sachen gewünscht, die dann aber nicht möglich

waren. Jetzt sind wir auch einmal zufrieden. Wir sind ja froh, dass wir überhaupt etwas machen können, aber da gibt's natürlich viele Verbesserungsmöglichkeiten
Was wir gerne mal machen wollen ist aus diesem HipHop Open etwas mehr zu machen als einfach ein 1 Tages Festival. Da würden wir gerne eine Convention draus schmieden, die weltweite Bedeutung hat, als Ziel, als Fernziel, wo man sagt, dass ist eine kleine Veranstaltung, die wird auch bewusst klein gehalten, sie ist qualitativ hochwertig und da geht es nicht darum, dass man 100.000 Leute mehr nach Stuttgart lockt, sondern es geht darum, dass man 5 oder 10 Fernsehteams mehr nach Stuttgart lockt, die darüber berichten, weil es Qualität hat. Es geht nicht darum nur den Stuttgartern irgendwas zu bieten, es geht ums Image.
I: Also Klasse statt Masse, ich meine da steht Stuttgart ja sowieso.
F.B.: Nicht umsonst ist VW in Wolfsburg und nicht in Stuttgart. Her wird eben Porsche gebaut und Mercedes – vom Feinsten und so mus es auch in der Musik sein.
I: Da haben wir schon das Leitthema.
F.B.: Das ist ja auch die Mentalität, das passt dann auch wieder, dass man sowas installiert und dass man eher sagt, darüber wird berichtet, weil Image, wenn's um Imagebildende Maßnahmen drum geht sich auszudenken, was könnte das Image dieser Stadt werden, da gibt's ja wohl keinen besseren, weil wir machen den ganzen Tag nichts anderes als Image schaffen mit den Bands, die wir machen. Warum unsere Platten sexy sind, wir machen das den ganzen Tag.
I: Also könnte euch die Stadt auch fragen, oder nicht.
F.B.: Die Stadt hat nicht gefragt, der Ministerpräsident hat gefragt und wir haben ihm das Konzept vorgelegt, aber es war ihm einfach nicht fett genug, weil er's einfach nicht blickt und er hat's dann abgelehnt. Es wurde Arena of Sound gewählt und unser Modell wurde abgelehnt , weil wir ganz bewusst sagen, wir wollen hier 10 bis 20.000 Leute hinstellen über die relativ kurze Zeit von 3 – 4 Tagen, eine Mini Popkomm hier veranstalten im Prinzip, wo es einfach heißt, Juli, fester Termin, Stuttgart. Da kommen aber auch Amis, da kommen Engländer, da kommen Auch Franzosen, da kommen internationale Firmen und Künstler, internationale Manager und internationale Presse. Das ist das Ziel und die Idee und wir bleiben da dran. Ich denke, dass das ein gutes Ding ist. Ich kenn Montreux nur vom Jazzfestival, sonst würde ich das Kaff nicht kennen. Wenn man jetzt Stuttgart auch noch mal in einen anderen Kontext bringen will, außer den vorher genannten Schlagwörtern, dann ist das eine Möglichkeit, da muss man einfach schnallen, dass wir in der Lage sind Medien herzubringen und das bleibt nicht nur bei VIVA und MTV, das bleibt nicht in einer geschlossenen Gesellschaft.
I: Wie kommen wir jetzt aber auf den Weg dorthin. Wäre es für dich vorstellbar, sinnvoll, angenehm sich mit ein paar Leuten aus dem Popbereich zusammenzutun, also Produzenten, Jugendhäusern, alles was es da so gibt und einen kleinen Verbund zu schaffen, um so etwas zu planen? Wäre so eine Art Interessensverband sinnvoll, würde dir das was bringen, dass auch die verschiedenen Leute mehr miteinander zu tun haben oder ist es schon der Fall?
F.B.: Ich hab da mittlerweile so eine eigene Haltung dazu. Ich glaube, dass es wichtig ist, dass man eine Lobby bildet, das habe ich die letzten Jahre hier gelernt in Stuttgart, dass das notwendig ist. Man schafft das sonst als Einzelunternehmen oder als kleine Firma nicht irgendwie etwas vom Zaun zu brechen, was eine politische Dimension hat. So was muss auf jeden Fall von der Politik mit getragen werden, so eine Idee jetz, wie die HipHop Messe, es geht nicht ohne die Stadt und es geht wahrscheinlich auch nicht ohne die Unterstützung vom Land, wobei das ganze so typisch schwäbisch auf die Beine gestellt ist, dass es sogar mal Profit abwerfen sollte. Es ist nicht ein Ding, was ein Groschengrab ist, wie die Fete de la Musique.
I: Das geht ja eh bei dir durch, du bist nicht für so eine Förderung, wo man dann Geld reinpumpt.
F.B.: Nein das bin ich überhaupt nicht, weil ich denke, dass das was die Engländer schon vor 20 Jahren erkannt haben, dass Popmusik nicht nur Kultur, sondern auch ein Wirtschaftszweig ist. Der ist förderwürdig, dass man damit auch Geld verdienen kann. Im Moment natürlich etwas schwierig, weil die Musikwirtschaft im Moment eher etwas in der Krise ist, aber das ist ja auch immer ne Antenne ist. Wenns in der Musikindustrie kriselt, dann steht die Rezension ins Haus, so sieht's aus. Keine Kohle mehr Platten zu kaufen und demnächst werden sie auch wieder auf die Telefonrechnung schauen. Ich bin kein Wirtschaftsexperte, aber das ist das, was ich momentan in jeder Zeitung lese.
I: Gut, es ist ein Wirtschaftsbereich
F.B.: Ja, genau (wird laut) dieses Verständnis, dass eben Stadt und alle Leute die ein Interesse haben, dass es dieser Stadt auch vom Image her mal ein bisschen besser geht, steht ja im Saft, aber Imagemäßig ist es ja etwas schwierig, darüber brauchen wir gar nicht reden und es besser wäre ein besseres Image zu schaffen, dass es dann besser wäre sich hinzusetzen und zu sagen wir bilden mal so einen Arbeitskreis, eine Interessensgemeinschaft, Schießmichtot und widmen uns mal nur dem Thema Image und erarbeiten Vorschläge. Da bin ich mit meiner HipHop Messe wahrscheinlich nur ein ganz kleines Bausteinchen in einem ganz großen Mosaik von Ideen, die man machen kann und die möglichst in sich kein Geld kosten, weil es soll ja Geld bringen, das wäre wunderbar.
I: Versuchen wir noch etwas mehr auf die Künstler abzuzielen. Ich war ja vor drei Jahren oder so schon mal da, um über die Nachwuchsmusikförderung zu reden, wo du ganz klar gesagt hast, muss

man nicht, entwickelt sich und wenn se gut sind, dann machen wir das. Wir brauchen keine Musikbusiness Schule, wir brauchen gute Rahmenbedingungen und Entwicklungsmöglichkeiten und dann tut das. Solche Entwicklungsmöglichkeiten fehlen doch in Stuttgart, oder? Die Kolchose ist ja nicht deswegen nur so groß geworden, weil si im Jugendhaus waren, sondern sie hatten im Jugendhaus einfach nur den Raum, eine gute Möglichkeit.
F.B.: Ich denke ohne die Jugendhäuser wäre die Kolchose nicht da gelandet, wo sie jetzt gelandet ist. Ich glaub schon, dass diese Cumulus Geschichte ultra wichtig war, generell mal. Ich denke aber auch ein Stück weiter, das ist nicht nur für Musik wichtig, sondern für alles mögliche.
I: Das ist klar. Ich hab immer so ein bisschen das Gefühl, das segmentiert sich so ein bisschen, die Jugendkiste ist halt Jugendkiste, Strachi hat dann drei Jahre Gas gegeben bis es dann mal angefangen hat zu funktionieren und jetzt ist das Jugendhaus, ich mein das kriegt immer wieder props, aber der wirkliche Arbeitszusammenhang wird immer geringer. Wenn Du A&R mäßig unterwegs bist, solltest du doch gucken, wo Qualität bei rauskommen kann und die Fachleute, die das ja beurteilen können sind doch diejenigen, die sich auch wirtschaftlich damit beschäftigen. Wie du vorhin gesagt hast, ein Tonstudio hinstellen und es ist kein guter Produzent da, das bringt nichts. Wäre so eine Verknüpfung hier in Projektzusammenhängen auch wünschenswert. So ein flüssiger Prozess vom ersten Mal Mikro in die Hand nehmen bis zum Plattenvertrag?
F.B.: Ich glaub, das muss sich ergeben, das kann man nicht planen. Da bin ich 100%ig überzeugt davon. So einen paradiesischen Zustand zu schaffen für einen 15 jährigen, dass der schwupp Jugendhaus, da kann ich was machen und da steht dann der A&R von der Plattenfirma um die Ecke da, der dann wieder das komplette Environment hat um zu sagen ich hab hier Vertrieb, Medien – so glatt wird's nicht gehen. Da sind erst einmal verschiedene Interessen. Jugendarbeit kann jetzt ja nicht dazu verkommen Popmusikförderung zu machen, das muss irgendwie anders sich gestalten. Ich glaube auch, dass das Angebot dann nicht interessant wäre. Der Jugendliche würde wahrscheinlich sagen oh, Popmusik, pfft, da wird ich doch Bildhauer. Das muß man auch etwas chaotisch lassen. Das man einfach nur darauf achtet, dass man etwas mehr Augenmerk darauf legt, was die Stadt lebenswert macht.
Das andere ergibt sich dann. Vielleicht muss es ja auch nicht sein, dass Stuttgart eine von vielen Hauptstädten der Popmusik in Deutschland wird, nur die Möglichkeit hat es jetzt gerade. Wir sind ja schon eine Hauptstadt, neben Hamburg und Berlin die wichtigste Stadt in Deutschland.
I: Und die Stadt hat nichts getan.
F.B.: Ja, aber das macht ja nichts, kein Vorwurf. Das finde ich ja gerade so gut daran, dass es trotzdem geklappt hat, obwohl sie nichts getan hat im Vergleich zu Hamburg und Berlin, die extrem viel getan haben. Da hab ich ja auch mal ne Band so gesigned, die hieß Selig und kam aus so einem geförderten Proberaumkomplex, wo es auch schon Studio und Auftrittsmöglichkeiten hatte und alle dies Dinge. Habe ich natürlich dankbar angenommen. Bedanke mich heute noch bei der Stadt Hamburg, ganz großartig inhaltlich, ganz großartig wirtschaftlich. Zurück zu Stuttgart, dass wir gar nicht so viel planen müssen, wir müssen einfach nur ein bissel mehr fürs Bewusstsein tun und dann entwickelt sich's. Popmusik hat nichts mit Haschgiftspritze und Stromgtarre zu tun, dieses Image des Rock'n Roll, das habe ja schon ich nicht mehr miterlebt. Ich will jetzt nicht sagen, dass wir die seriösesten Typen sind, um Gottes Willen. Wir sind kreativ und verrückt und das hoffentlich noch lange. Dafür brauchen wir keine Krawatten anziehen und hinter Bankschaltern stehen – alles super. Es ist aber einfach eine Bewusstseinsfrage, da sollte man weniger institutionalisieren, mehr zelebrieren oder flexibel entwickeln, mehr zulassen.
I: Wäre das auch dein größter Wunsch für den Popularmusikstandort Stuttgart?
F.B.: Ich glaube, es würde schon sehr helfen, wenn ich hier in einem Jahr hier auf einer Pressekonferenz stehen würde und verkünden könnte: Wir haben es geschafft, wir haben hier eine Art HipHop Messe. Ich hab ein grosses Interesse von der Popkomm in Köln das hier zu machen, also der Popkomm Chef möchte hier irgendwie nächste Woche vorbeikommen, wenn der Popkomm Chef eine Messe hier in Stuttgart durchführen möchte, dann kann das nicht so dumm sein, was wir uns hier ausgedacht haben. Wenn ich in einem Jahr mich hinstellen kann und sagen, wir haben es geschafft, dank der Popkomm, aber auch dank des Gemeinderates, der uns die Möglichkeiten gibt und uns unterstützt, dann wäre das schon mal so ein Ding, wo vielleicht andere auch sagen würden, hey da passiert ja was, was ist denn da los, was ist denn mit dem Schuster los, der ist doch ansonsten eher drauf erpicht die Stadt sauber zu halten von irgendwelchen dunklen Musikgeschäften, da könnten ja die Blumenbeete zertrampelt werden, um das mal wieder auf den Tisch zu bringen. Da passiert dann ein Umdenken. Es gibt sicher eine Menge Leute, die hier was tun würden und dann wird die Stadt sexy.
I: O.K., vielen Dank Fitz.

Interview Nr. 17 mit Christian List, Seatibee, Club Prag, Polipilot GmbH

am 27.06.01 um 15.15 Uhr

I: Was machst du eigentlich? Also wir fragen ja hier Leute, Experten zum Thema Popularmusikstandort Stuttgart, was machst du denn alles?
C.L.: Wir machen Veranstaltungen, Promotion, alles was mit dem Thema Jugendkultur zu tun hat, Catch the Bus z.B., Lange Nacht der Museen ist mit dabei, solche Geschichten.
I.: Den Club Prag machst du auch noch?
C.L.: Der Club Prag gehört nicht zu Seateebee, aber der Club Prag in Stuttgart gehört zu unseren Tätigkeiten. Catch the bus, eine Shuttleparty mit Bussen zwischen Diskotheken zwei mal im Jahr, wir machen für den SWR Promotion, Veranstaltungskonzepte und machen im Endeffekt Jugendmarketing, erfinden Veranstaltungen, Werbekonzepte, was auch immer mit Jugend zu tun haben könnte. Da spielt Musik natürlich eine große Rolle.
I.: Ist das das Einzige was du machst oder hast du noch andere Firmen oder andere Tätigkeitsfelder als Person?
C.L.: Wir haben den Club Prag noch, Marina Events, das sind aber alles unterschiedliche Firmen mit allen den gleichen Gesellschaftern, aber beschäftigen sich wirklich im gleichen Bereich. Es hat alles mit Veranstaltungen, Events, Musik, Werbung, Marketing zu tun.
I.: Das sind alles GmbHs?
C.L.: Das sind alles GmbHs, Einzelfirmen bzw. eine GbR.
I.: Seit wann seid ihr in dem Bereich tätig?
C.L.: Seit, also klein, klein angefangen so 1992, 1993, aber als Firma seit 1996, die GmbH kam dann 1999, Seateebee ist 4 Jahre alt, also schon alles ein bisschen länger auf dem Markt.
I.: Wie viele Mitarbeiter sind beschäftigt?
C.L.: Wir sind zwei Chefs, die Kerstin ist fest bei uns angestellt, dann haben wir einen Praktikanten, also vier Leute, dann eben noch einen Stab von 40 Aushilfen, Mitarbeitern, für den Club, Veranstaltungen, Promotionmitarbeiter, aber vier feste.
I.: Und wie viele freie habt ihr so ungefähr?
C.L.: Aushilfen, freie Mitarbeiter und sonst noch so was zusammen sind bestimmt so 50 Leute, die noch irgendwie mit uns zusammen arbeiten, für uns arbeiten.
I.: Wenn ihr Chefs seid quasi, was für Ausbildungen habt ihr da oder ist das ganz bunt gemischt oder was gibt es da?
C.L.: Die Kerstin ist die einzige Studierte, die Kerstin ist Diplom-Betriebswirtin, der Alex ist halt ein Elektriker und ich bin ein Autodidakt, also ich habe sechs Semester BWL und dann abgebrochen, weil ich eben Spaß an den eigenen Dingen hatte und das Studium nicht mehr für sinnvoll hielt.
I.: Also Quereinstieg?
C.L.: Was heißt Quereinstieg? Yo, ohne was, das mach ich jetzt.
I.: So im Bereich, also du hast gesagt, so Marketing, Werbungssektor, Eventbereich, darf ich fragen, was ihr für einen Umsatz macht in allem, so ungefähr, Größenordnung?
C.L.: Also wenn man alles zusammen nimmt, alle Firmen, Umsatz.
I.: Muss nicht genau sein.
C.L.: Ach, zwischen 1,5 und 2 Millionen schätze ich mal.
I.: Wie viel, glaubst du, dass insgesamt, weiß nicht ob du das einschätzen kannst, wenn du es versuchen müsstest einzuschätzen, wie viel in dem Bereich in ganz Stuttgart, in der ganzen Region in dem Sektor umgesetzt wird, wie würdest du das einschätzen?
C.L.: Kann ich nicht einschätzen.
I.: Anders gefragt, es gibt noch mehr Firmen wie Euch oder wie viele mehr gibt es noch?
C.L.: Also wir sind schon relativ speziell, da fällt mir auch keine mehr ein, die so etwas in der Art und Weise macht, wir machen ja mit den Marina Events Großveranstaltungen von bis zu 6000 Leuten, Catch the bus sind 7, 8000 Leute, also in der Größenordnung. So kleinere Partyveranstalter gibt's natürlich schon, aber so große Geschichten, wir sind eher bei großen Sachen vertreten als bei kleinen Sachen wo es ums Detail geht.
I.: Das heißt im großen Bereich gibt es eigentlich weniger noch, es gibt nur noch so kleinere
C.L.: Es gibt natürlich noch größere, es gibt Konzertveranstalter wie Musikzirkus oder Russ oder solche, die machen aber andere Geschichten, machen Konzertveranstaltungen, das ist natürlich noch mal etwas ganz anderes. Wir sind nun mal im Partytrendbereich und da denke ich mir mal, dass wir in diesem sehr speziellen Bereich eigentlich relativ groß sind in Stuttgart.
I.: Wie weit arbeitet ihr, so Aktionsradius auf Stuttgart bezogen, auf die Region bezogen, Baden-Württemberg bezogen, Deutschlandweit?
C.L.: Wir haben jetzt eine Geschichte wahrscheinlich im September in Wiesbaden im Hauptbahnhof, ein Event. Das ist aber so das weiteste was wir bisher gemacht haben, also es bezieht schon stark auf die Region.

I.: Und Schwerpunkt ist Stuttgart oder?
C.L.: Ja schon, wir haben jetzt beim Southside-Festival in Tuttlingen für das Ding für den SWR, aber wir haben keine Kunden, die aus Hamburg kommen und sagen, macht uns mal.
I.: Kann ja noch kommen.
C.L.: Kann ja noch kommen, wir haben keine Eile.
I.: Was hältst du denn vom Popularmusikstandort Stuttgart?
C.L.: Was zählt zu Popularmusik?
I.: Alles was nicht Jazz und Klassik ist?
C.L.: Schwierig, klar das Thema Hip Hop ist groß und dann wird es dünne. Stuttgart ist natürlich auch nicht so die flügige Stadt, also da wo es Nährboden gäbe, damit sich Subkulturen bilden, also wenn man jetzt nach Berlin guckt, ich war da erst vor kurzem, da gibt es so viele Spielplätze für alle möglichen subkulturellen Dinge, die auch nicht auf den ersten Moment erkennbar mit Geldverdienen verbunden sind, aber solche Spinner oder kreative Menschen, die irgendwie sich etwas ausdenken und das dann durchziehen. Die brauchen Platz, gibt es hier halt wenig.
I.: Was heißt das, Platz?
C.L.: Wenn Du mal durch Berlin-Mitte fährst oder Ost-Berlin, da gibt es halt sehr viel Fläche, Kellergewölbe, Räumlichkeiten wo man sich austoben kann, wo Platz ist für Clubs, wo Platz ist für Gastronomie, wo Platz ist für alternatives Wohnen, wo einfach so ein Nährboden für Ideen ist und das gehört, glaube ich, dazu, dass sich eben die Popularmusik bzw. auch dass sich das entwickeln kann, dass kreative Menschen Platz für ihre Kreativität finden und auch da mal Dinge machen können, die nicht unbedingt nachvollziehbar sind, aber das macht jemand, der nicht das bürgerliche um sich herum hat.
I.: Ist Stuttgart rein von der Fläche zu verplant oder zu sauber?
C.L.: Na gut, man reißt halt alles ab, was irgendwie alt ist und was man halt anderweitig verwerten könnte und das ist halt schade. Ich verbinde auch mit dem Begriff Popularmusik, das hängt ja mit der ganzen Medienszene zusammen, Film und und und. Es ist halt im Endeffekt, die einen drücken sich durch Musik aus, die anderen drücken sich durch Werbung aus, durch Grafik und so weiter, ich finde, das hängt alles zusammen. Wenn dann eben so eine Synergie entsteht zwischen Musikmachern, zwischen Werbeleuten und und und, die eben nicht das Hochglanzbüro brauchen, also verglast und verchromt und das andere. Wem der Stil eben nicht so liegt, die haben es halt sehr schwierig in Stuttgart, ich meine, ich würde mir wünschen, ich bin der festen Meinung, dass man in Stuttgart solchen Leute mal so einen Spielraum geben würde, dann würde auch so etwas entstehen. Man darf nicht erwarten, dass da innerhalb von zwei Jahren irgendetwas entsteht. Das kann sich vielleicht auch in fünf Jahren auszahlen oder in zehn Jahren. Wenn es bekannt wird, dass es eben so einen Spielraum hier gibt, kann das auch andere Leute hierher ziehen. Wenn man sich anguckt, wie hat sich Köln zum Medienstandort entwickelt, das war vor zwanzig Jahren auch noch keine Medienstadt.
I.: Wegen der europäischen Union.
C.L.: Ja gut, aber die werden ja auch irgendwo hergekommen sein und muss ja auch einen Grund gegeben haben warum die dann kamen. Es ist etwas passiert. Es haben sich dort Leute angesiedelt, das sind auch kreative, ich mein, Berlin ist da das Paradebeispiel.
I.: Liegt das vielleicht auch an der Anzahl, kleinere Stadt, kleinerer Club?
C.L.: Natürlich ist es kleiner, aber diejenigen, die es hier gibt, haben hier keinen Ort.
I.: Also etwas mehr in Form vom Südmilch-Areal?
C.L.: JA klar, du tust dir natürlich im ersten Moment keinen Gefallen, du musst irgendwie schauen, dass es nicht Überhand nimmt, aber so etwas ist natürlich auch mit, das hat so einen Jugendhauscharakter denke ich mir, dass da schon am Anfang sehr viele seltsame Dinge passieren bis sich dann irgendwann mal die ganzen Leute, die nicht gut tun irgendwann mal rausgedrängt werden von den Leuten, die etwas bewirken wollen. Das ist ja nicht so, dass es dann anarchistische Zellen sind oder so etwas.
I.: Du hast gerade das Jugendhaus angesprochen, also wenn man auf junge, kreative Leute eingehen würde, dann würde Stuttgart eindeutig einen Vorsprung, was auch die Jugendarbeit angeht. Wie sieht es damit aus?
C.L.: Also Jugendhäuser haben einfach den Tatsch, wenn du das Mitte wegnimmst oder vielleicht das ein oder andere Jugendhaus auch, aber da geht kein normaler Mensch hin. Also ich habe als Kind grundsätzlich einen auf die Fresse bekommen wenn ich da rein bin.
I.: Das prägt.
C.L.: Das prägt und bleibt noch hängen und das ist auch heute noch so. Nur die kreativen Orte. Man fördert das zwar und auch diese Hip Hop Kultur passt sehr gut zu den Jugendhäusern, aber ansonsten ist da leider kein Platz.
I.: Sehe ich das so, das man alte, leere Fabrikhallen aufmachen könnte und vielleicht etwas Neues daraus machen könnte.
C.L.: Das wäre einfach ein, du kommst vielleicht aus München oder weiß der Geier was, wird es sicher auch mehr Beispiele geben in Deutschland. Ich stell mir vor eine Fläche mit Lagerhallen und,

Reiterkaserne z.B., aber wirklich, dass man mal sagt, macht da mal, aber nicht Überhand gewinnen lassen, dass es nicht nur noch als WG-Lebensraum, dass es nicht total verroht, sondern dass da wirklich Leute sich ausspielen können, dass sich da ein Sammelsurium verschiedener Richtungen zusammen findet.
I.: Wir haben ja das Beispiel Reiterkaserne, da ist ja eigentlich eine Bestrebung von der Stadt, dass man einen Investor findet, um das Areal zu pushen, wird ja dann womöglich gehen und daraus soll ja dann ein Medienzentrum aufgebaut werden, eigentlich schon im Ansatz, dass da die verschiedenen Ansätze verbunden werden, aber natürlich nicht so selbstlebend, sondern halt mit schönem Parkettboden und einer Heizung.
C.L.: Es braucht aber keinen Parkettboden, es braucht eine Heizung, auf jeden Fall. Ich meine, was haben wir? Wir haben drei Jahre im Club Prag oben im obersten Stockwerk gehaust wo wir keine Heizung hatten , haben wir im Winter dann halt mit Heizstrahlern geheizt und so weiter und dann sind wir so entstanden und ich glaube, es ist halt wieder so Parkett und Kabelkanäle und dann zahlst du halt wieder richtig Miete und das können sich dann die meisten nicht leisten und man muß halt gucken mit dem Nachwuchs, die gerade anfangen, sich selbständig zu machen, die sich einfach keine 20 Mark auf den Quadratmeter Miete leisten können, die auch nicht den Anspruch haben, dass sie Parkettböden oder Edelstahlkabelkanäle haben, sondern die brauchen halt Räumlichkeiten wo sie sich ausspielen können.
I.: Gibt's denn einen Bedarf an Parkettböden, Edelstahlheizungen, Kabelkanälen?
C.L.: Na, ich fühl mich jetzt natürlich auch wohl, nachdem wir jetzt Parkett haben.
I.: In den Raum ist Parkett, Edelstahl, Kabelkanäle sehe ich im Moment noch nicht, aber Heizung und schöne Fenster.
C.L.: Es ist natürlich schon angenehm und wir sind hier rüber gezogen, weil wir gesagt haben wenn wir eben mit Kunden Kontakt haben, dann kann es nicht im Prag sein, weil wir da eben über Kisten steigen müssen und es eben ziemlich abgefucked ist, aber uns würde auch ein Mittelding reichen, also ohne Parkettboden. Irgendwie dieser Effekt in einem Haus oder in einem Gelände zu sein, wo du Zugriff auf Gleichgesinnte und z.B. auch Zulieferer hast, dass du kurz mal vorbeigehst und sagst, du ich brauche übrigens das und das und hier müsste ich das hier machen, das wäre so viel Wert.
I.: So ähnlich wie im Medienhaus Heslach, also Internetagentur, Drucker, Verschickungsdienstleister, Verpackungsfirma, das findet man alles in einem Haus, schon in die Richtung, aber noch eine Stufe tiefer.
C.L.: Ja, man kann auch den Edelnebenbau machen, wo sich dann eben die Firmen, die es sich leisten können, 20 oder 25 Mark oder 15 Mark zu zahlen, aber ich würde nicht die Gewichtung halt, es muß ein gesundes Verhältnis sein. Wenn man sich sagt, wir haben jetzt 16000 Quadratmeter, 3000 Quadratmeter sind dann für die Existenzgründer, der Rest wird wieder verkauft. Ich mein wenn du dir das anguckst, dieses MKI oder wie das Ding hier oben heißt, da war so viel Bedarf, dass es als Existenzgründerzentrum gestartet ist und ist inzwischen ein ganz normaler Businesspark, wo sich Firmen angesiedelt haben, wo Europaabgeordnete drin sitzen, Rechtsanwaltkanzleien. Ich glaube, das ist auch an denen vorbeigegangen. Wir haben bei denen Räumlichkeiten gesucht und dann waren wir uns nicht sicher, weil es für uns eben sehr viel war an monatlicher Miete war und dann hieß es, wir haben keine Zeit mit ihnen da drei mal durchzumarschieren, wir haben andere Interessenten. Weißt du?
Dann hat er es halt einfach nicht nötig, dann verdient er auch schon genug Geld damit und auch noch unter dem Deckmäntelchen des Existenzgründerzentrums. Ich bin nicht der Meinung, dass es das ist.
I.: Gut, kommen wir noch mal darauf zurück. Du hast gesagt diese Verbindung von verschiedenen Sparten, Musikmachenden, neuen Medien sei ganz arg wichtig. Hast du da eine Idee abseits der räumlichen Nähe, was du ja schon gezeigt hast, wie man das anders fördern könnte, dass in Stuttgart oder in der Region da etwas Kreatives entsteht oder gibt's da schon ganz gut Kombinationsstrukturen oder fehlt der Nachwuchs oder sind wir schon alt eingesessen? Wie fühlt sich das an?
C.L.: Allgemein ist Stuttgart eben nicht so groß. Stuttgart 560, 580000 Einwohner und zwar ein riesen Ballungszentrum drum herum, aber ich glaube das Geheimnis liegt in der Popkultur oder neue Trends oder ja. Neue Musik entsteht nur, wenn da Menschen sind, die sich wohl fühlen und die sich entwickeln können. Ich weiß nicht, ob man so etwas auf einer Pop-Akademie lernen kann, da kann man etablierte Formen lehren, dann kannst du Pop-Retorte herstellen, kannst du No Angels zum Quadrat produzieren.
I.: Aber wenn es jetzt um Business geht? Ihr habt ja auch schon eine studierte Mitarbeiterin.
C.L.: Die Kerstin ist zwar studiert, hat sich aber ihr Ding auch mit Learning by doing beigebracht. Die meisten Leute, die ich kenne haben es sich selbst beigebracht in dem Bereich. Du brauchst ja erst mal irgend jemanden, es muss ja erst mal ein Bedarf da sein für die Menschen, die du irgendwo ausbildest.
I.: Das ist in etwa die Frage, wie weit hänge ich mich da rein. Soll ich quasi, glaubst du, dass von einer Pop-Akademie eine Art Impuls ausgeht, dass sich mehr neue Firmenkreise gründen und auch etwas

bewegen, könnte das nicht auch ein Anschub sein, dass viele Leute angezogen werden zu einem Zentrum zum Popmusik machen, landesweit auf jeden Fall. Dann sagt man, o.k. dann mache ich mein Video in Stuttgart, weil da viele viele Leute sind, die Video schneiden können oder die Printtechniken gelernt haben oder so.
C.L.: Also gehst du dann davon aus, dass wenn ich einen Popstar habe, den promoten möchte und ich brauche eben Tonstudios, Videoschnitt, dann gehe ich eben nach Stuttgart, um das dort machen zu lassen. Von einer Pop-Akademie, die so und so viele Absolventen pro Jahr ausspuckt?
I.: Yo, warum nicht? Es ist eine einfache Frage. Glaubst du das funktioniert?
C.L.: Ja, warum nicht. Wenn man promotet wird und wenn es ernst zu nehmen ist, ausreichend groß und die Qualität stimmt, klar. Aber ich glaube, dass ist nicht ohne geringe Investitionen
I.: Man muss sehr viel Geld investieren.
C.L.: Man muss sehr viel Geld investieren, keine Frage, aber ob das der Stadt jetzt irgend etwas bringt?
I.: Ja gut, Steuern.
C.L.: Ich sehe es ein bisschen idealistischer vielleicht, ich denke, dass sich auch in der Stadt etwas entwickeln sollte. Klar, dass wenn sich die Popakademie ansiedelt, dann werden sich Firmen ansiedeln, dann zieht vielleicht irgend jemand um. Ja klar, Absolventen gründen dann Firmen, keine Frage. Die Frage ist, klar, du bist jetzt irgend ein Künstler oder machst irgendwelche Auftritte, du bist dann halt weg, weil du hier wenig Möglichkeiten hast. Wenn jemand die große weite Welt sucht, was glaube ich dazu gehört, also da gehört ja auch das Lebensgefühl dazu, wie du lebst, wie du arbeitest und so weiter. Ich glaube, das ist der Grund warum viele Leute nach Berlin gehen.
I.: Was hält dich davon ab so etwas in Stuttgart zu machen?
C.L.: Tja, da kommen wir wieder zu so einem Punkt irgendwie, halt einfach Raum für Neues.
I.: Warum machst du das jetzt hier?
C.L.: Weil ich aus Stuttgart komme.
I.: Hat es besondere Qualitäten, das gefällt mir hier, das kann ich hier gut machen?
C.L.: Nein, ich habe den Vorteil, dass ich mich auskenne. Ich liebe Stuttgart über alles.
I.: Warum?
C.L.: Weil es mir hier ausreicht, weil ich jetzt nicht der Mensch bin, der nackte Menschen braucht, die auf Tonnen rumklatschen und Feuerspucker und Drogenexzesse, so was du dir halt unter Berlin vorstellst, dass da halt absolut abgedrehte Geschichten passieren, wo dann halt auch jemand braucht, der diesen Freiheitsdrang hat. Der sagt, die teuersten Städte sind New York, London, Berlin, weiß der Geier was und Stuttgart ist halt ein Dörfchen. Überschaubar, man kennt sich aus und die Leute, die zusammen arbeiten kennen sich im Prinzip alle.
I.: Eine andere Qualität in der Arbeit wenn man sich persönlich kennt?
C.L.: Es ist ein bisschen ein Nachteil, dass der Aktionsradius irgendwie sehr eingeschränkt ist, kannst du nicht endlos Großevents machen, die Stadt halt nicht über Gebühr vollpackst mit irgendwelchen Geschichten, also das Publikum nicht da ist oder auch das verständige Publikum, wir machen ja Jugendevents.
I.: Wie ist das mit dem verständigen Publikum, da gibt es ja auch spezielle Interessen, gibt es irgendwie so Szenen irgendwie, die also, gibt's kreative Szenen und gibt's ein interessiertes Publikum, v.a. im Musikbereich natürlich, ist da ein Mangel oder ist da ein bisschen?
C.L.: Also wenn du jetzt den Ausstoß von Stuttgarter Musik oder im Stuttgarter Umland irgendwie vor Augen hältst, da gibt's, was gab's da noch? Camouflage, Peter Schilling, Pur und die ganzen Hip Hop Jungs und ansonsten fällt mir eigentlich, doch, Pforzheim, o.k. ist ein bisschen weiter weg, Fool's
Garden, aber durch den Hip Hop hat Stuttgart unheimlich gewonnen, Afrob, Freundeskreis, Fanta4, massive Töne und und und, und das ist auch ein Bereich wo sich viel tut, aber ansonsten ist Stuttgart musikalisch Null.
I.: Also Hip Hop und dann lange nichts.
C.L.: Ja.
I.: Und im Dance-Bereich auch nicht?
C.L.: Maus, der Typ der damals dieses liebe Maus, kleine Maus, ich klick dich an, gut im Dance-Bereich ja.
I.: Weniger Live halt.
C.L.: Gut, ich kenne mich jetzt, ich trete jetzt mal weg von dieser Musik, in diesem Dance-Bereich fällt mir jetzt nicht ein, weiß nicht wie der hieß, war vor fünf, sechs Jahren.
I.: Egal, im Crossover, Alternative-Bereich, im Club Prag ist ja auch immer Crossover und Alternative, laufen die nicht so gut wie die Hip Hop Sachen?
C.L.: Nein, Crossover, die Zielgruppe ist kleiner, Hip Hop ist jetzt momentan die populärster Jugendkultur und die ist auch wieder kommerzialisiert.
I.: Aber das ist ja schon seit fast neun Jahren so oder acht Jahren.
C.L. Hip Hop? Nein, aber dass sich die Mode so darauf eingeschossen hat und dass, ich mein die Fanta4 gab es immer und die Fanta4 sind Pop, ich mein sie sind zwar Hip Hop, aber .....

I.: Aber so hochgekommen so 1992, 1993 sind auch die, wie heißen die in Heidelberg, also mit ich habe einen deutschen Paß oder wie das Lied heisst?
C.L.: Keine Ahnung, also die Fantas waren die ersten, die in den Charts waren mit deutschsprachigem Hip Hop.
I.: Ja ich mein, es geht ja schon eine ganze Weile und es ist ja immer die Frage bei solchen Trends, wie lange noch?
C.L.: Also Hip Hop ist die Jugendkultur, die Jugend ist am meisten vom Hip Hop beeinflusst durch Medien, speziell durch die Medien.
I.: Dann setzen wir mal bei den Medien an, ist es für euch doch als Event-Agentur eine, ist es für euch schwierig, dass da wenige Medien ansässig sind oder funktioniert das mittlerweile im regionalen Bezug gut?
C.L.: Man nutzt die Möglichkeiten grad.
I.: Also sind die Informationswege, die Kommunikationsmöglichkeiten zum Publikum, reichen die aus oder fehlt da irgendetwas.
C.L.: Ich denke schon, es fehlt da vielleicht ein vernünftiger lokaler Fernsehsender, der einzelne Events promotet.
I.: Lokalsender heißt dann eben BTV oder?
C.L.: Yo, halt eben kein, wäre jetzt nicht gerade Qualität, dass man eben Nachts auch Titten zeigen muß, Entschuldigung, damit man eben irgendwelche Serien, die keiner mehr sehen möchte oder lustig sind oder solche Geschichten. Also das ist das einzige was mir auffällt. Wenn ich jetzt aus meiner Sicht beurteilen würde was in Stuttgart fehlt und wo ich denke, dass es zur Entwicklung in Stuttgart beitragen würde, sicherlich auf der einen Seite so etwas wie eine Pop-Akademie, aber eben auf der anderen Seite auch Platz, Raum wo man sich verwirklichen kann. Spielraum, einfach mehr Spielraum.
I.: Siehst du ein Problem mit dem Rundfunk, dass der hauptsächlich in Baden-Baden ist?
C.L.: Gut, wir haben jetzt, ich glaube nicht. Ich fände es wünschenswert wenn der SWR wieder stark in Stuttgart vertreten wäre und auch mehr Entscheidungskraft hätte für das Fenster in Stuttgart, fände ich klasse, auch wenn sie wieder mehr kleinere Sachen machen würden, an Präsentation läuft ja nur noch in einer Größe von drei bis 4000 Leuten, vorher wird es gar nicht mehr beachtet. Man sagt, man ist so groß und sendet von Buxtehude bis Buxtehude.
I.: Das sollte eigentlich nicht sein?
C.L.: Die lokale oder die regionale Identifikation sollte hier stark herausgearbeitet werden. Ansonsten BigFM, wobei BigFm ist für mich voll kommerziell.
I.: Formatradio?
C.L.: Absolut Formatradio und das hat mit Kultur nichts mehr zu tun. Das Ding, schade, die sollten manchmal in Stuttgart sein, weil da wird eben probiert, getestet, da darf es auch mal Pannen geben, das ist ein Jugendradio, aber musikalisch gehen die einen anderen Weg. Da läuft halt nicht 25 Mal am Tag Destiny's Child, vielleicht nur drei oder lass es nur zehn Mal sein. Da gibt es auch andere Musikrichtungen, finde ich musikalisch gesehen auf jeden Fall interessanter.
I.: Es ist halt von der, gut, also Informations-, Kommunikationsmöglichkeiten, Werbemöglichkeiten, Medienansiedlung eigentlich in eurer Sicht in Ordnung, man kann damit arbeiten.
C.L.: Im Verhältnis zur Stadtgröße ausreichend.
I.: Wie ist es im Live-Bereich, an Locations, gibt es da für jede Art in jeder Größe eine Halle? Es wird ja oft gesagt, man braucht so eine gewisse Hallengröße für Hip Hop Veranstaltungen z.B.
C.L.: Was uns fehlt in Stuttgart ist eine Größe zwischen Röhre oder sag ich mal zwischen LKA und Messe Congresszentrum B und die erschwinglich ist.
I.: Messe Congresszentrum sind drei, dreieinhalb, LKA sind 1500 Leute?
C.L.: Genau, also so etwas für zwei bis 2500, das fehlt eigentlich.
I.: Liederhalle? Erschwinglich? Was heißt erschwinglich?
C.L.: Daß ich es bezahlen kann, dass ich nicht irgendwie solche Preise habe, dass ich.....
I.: Messe Congresszentrum B kostet am Abend so 15 bis 18000. Was heißt dann erschwinglich.
C.L.: Vielleicht so etwas, das um die 5 und 10000 Mark dann liegt, wenn überhaupt.
I.: Im kleineren Segment, gibt es von der Qualität, vom Flair, vom Image der Veranstaltungsorte, gibt es da für alle denkbaren Geschichten gute Sachen in der Region?
C.L.: Also es fehlt eine Halle. Wenn wir eben Partys machen möchten, größere Geschichten, dann müssen wir uns irgendwelche Sachen suchen, Flughafen, Hauptbahnhof. Die sind dann natürlich Orte.
I.: Also Orte mit 1000 Leuten?
C.L.: Nein, das sind dann schon so Hallen mit so 2, 3000 Leuten.
I.: Also darunter nicht? Darunter ist da?
C.L.: Darunter ist eigentlich da, es gibt also auch privat betrieben das Zapata z.B., was eben so etwas bietet, aber wenn ich so zwischen zwei und 3000 Leute gehen möchte und halt nicht, weiß ich nicht

wohin bzw. kann ich es mir leisten? Dann musst du dann ins Messe Congresszentrum B gehen, das hat den Flair nicht. Es fehlt schon so eine Alternative eben.
I.: Dieses E-Werk oder solche Geschichten?
C.L.: Die SKF-Kantine wäre perfekt gewesen für solche Geschichten wenn man die damals umgebaut hätte, hätte so die Kapazität für zwei, 2500 Leute gehabt und da hätte man kaum das Problem, dass es keine Parkplätze gab, weil das Zapata im Endeffekt alle Parkplätze schon für sich beanspruchte und Verträge mit den anliegenden Firmen hatte, deshalb gab es für die SKF ganz viele, war mit dem Musikzirkus mal an so einer Sache dran, aber es war halt einfach zu schwierig.
I.: Wäre es wichtig, also gibt es genügend Sachverständige, vernünftige Leute, Organisatoren, die solche Orte und verschiedene Locations für populäre Musik passiert in Stuttgart, das auch gestalten können oder ist das eben nur ein Beiwerk? Also gibt es Orte oder Personen, die ganz konkret sagen können, eins, zwei, drei vier, die sind die entscheidenden Leute, die die Hallen und Plätze ganz präzise.
C.L.: Ich denke schon, also du darfst nicht sagen, da finden nur Partys statt oder nur Konzerte oder nur irgendetwas, sondern das muss so ein multifunktionaler Raum sein, wo von der Plattenbörse über das Konzert bis zur Party alles geht.
I.: Also du wärst nicht der Verfechter der sagt, wir brauchen unbedingt einen großen Musikclub?
C.L.: Nein, wir brauchen eine nette Halle, wie gesagt, auch nicht, wir haben genügend mit Beton, Glas und Chrom, sondern einfach irgend etwas wo nicht perfekt ist. Es muss nicht alles perfekt sein.
I.: Aber sauber.
C.L.: Natürlich sauber. Du darfst dir hier nicht ein Jugendhaus vorstellen mit verdreckten Toiletten, bekritzelten sonstirgendetwas. Einfach eine Räumlichkeit, die nicht hundertprozentig so schnieke ist.
I.: Also nicht so wie die Liederhalle einfach?
C.L.: Ja, da kannst du gewisse Dinge einfach nicht machen, ich meine.
I.: Hip Hop Konzerte z.B.
C.L.: Bei unseren Partys verzichten wir so gut wie möglich auf Hip Hop, weil es einfach mit Ärger verbunden ist, aber es fehlt eben ein Platz wo so etwas möglich ist, wo die sich dann auch ausdrücken können.
I.: Ärger heißt Schmierereien?
C.L.: Schmierereien oder hauen sich die Birne ein oder machen etwas kaputt, das ist in ihrer Jugendkultur eben aus irgend einem Grund mit drin. Aber wo du eben sagen kannst, o.k. jetzt ist die Türe halt kaputt, dann tausche ich die Türe halt aus, dann wird das Brett oder das Material 200 Mark kosten und nicht eben 2000 Mark, weil es eine Spezialtüre von irgend einem speziellen Hersteller war. Es soll natürlich sauber sein, soll natürlich schön sein , aber nicht so, dass sich die Zielgruppe nicht wohl fühlt. Weil die fühlen sich ja auch nicht im Messe Congresszentrum B wohl, sondern fühlen sich dann auch an einem Ort wo die, das ihrem Anspruch entspricht.
I.: Du sprichst ein bisschen so für kulturelle Orte für Jugendliche, für junge, kreative Leute an?
C.L.: Yo, aber eben nicht unbedingt staatlich gefordert. Wenn ich jetzt angucke, Manufaktur, wir haben da ein halbes Jahr die Gastronomie gemacht. Entschuldigung, das ist für uns rausgeschmissenes Geld. Was da an Stellen vorhanden ist und was dort gemacht, das ist halt einfach, gut, da ist auch die Einstellung falsch. Es sollen schon Orte sein, wo es darum geht, dass was passieren muss.
I.: Wie würdest du denn sagen wie man das fördern könnte? Wir nehmen ein altes Fabrikgelände, machen ein rot-weißes Band herum und sagen hier kommen Kreative rein.
C.L.: Dass die Leute aus Eigeninitiative sehr viel leisten und vernünftige Mieten zahlen, sie müssen Miete zahlen, sie bekommen von mir aus auch keine großen Zuschüsse für das, was sie tun. Sobald du Zuschüsse bekommst wirst du faul oder bist auch nicht mehr gezwungen danach zu schauen, ob die Sache rentabel ist, die du machst, also schon mit einem marktwirtschaftlichen Ansatz.
I.: Also Förderung über Raum, kein Risikokapital.
C.L.: Raum hier, da, vielleicht auch das ein oder andere Ding, dass man sagt, man braucht dort ein Lokal oder so etwas, das eben alle versorgt, dann schaut eben danach, dass jemand das nicht für 500000 Mark umbauen muss und dann eben für den Kaffee fünf Mark verlang anstatt eben drei fünfzig oder vier Mark, aber schon mit einem marktwirtschaftlichen Ansatz und wer seine Miete nicht zahlen kann, fliegt zwangsläufig auch raus. Es muss Druck dahinter sein, also nicht dieses Kultur. Kultur ist alles was gefördert wird, sondern Kulturmarktwirtschaftlich. Also zwischen Kultur und Wirtschaft und sozialem auch oder Jugend noch dazu.
I.: Ich glaube, das ergibt sich automatisch.
C.L.: Ja, aber nicht zu viel.
I.: Wen würdest du bei der Stadt ansprechen? Wen sprichst du da, wenn du etwas von der Stadt brauchst in dem Bereich übergreifend, hast du da einen Ansprechpartner, in Fragen wegen z.B. neuen Räumlichkeiten oder so. Gibt es da jemanden als Ansprechpartner bei der Stadt?
C.L.: Du, da gehst du zum Medienteam.
I.: Und sonst?

C.L.: Ich weiß jetzt nicht in wieweit die wirklich.....
I.: Also ihr habt schon Kontakt mit dem Medienteam?
C.L.: Ja klar, also ich kenne den Herrn Petersen irgendwie.
I.: Und was haben die gemacht?
C.L.: Wir hatten sie mal darum gebeten, ob wir bei uns auf dem Gelände, zur Sonnenfinsternis hatten wir ein Open-Air mit Sven Väth und Jeff Mills, also im Bereich Technopopulärmusik hatten wir die Marktführer weltweit und wollten es letztes Jahr im Jahr 2000 auch noch mal machen. Und da wurde es uns eben versagt von seitens des Amtes, seitens des Amtes für öffentliche Ordnung, Abteilung Veranstaltungen, wir würden unseren Gastronomieraum einfach erweitern wollen und da könnte ja jeder Gastronom kommen. Das war an einem Mittwoch, die Sonnenfinsternis, damals waren 1000 Leute auf unserem Gelände, was zugelassen war und es waren Leute aus Hamburg, aus Berlin, aus weiß der Geier wo da, um mit Sven Väth und Leuten die Sonnenfinsternis zu erleben und auch ohne Sonnenfinsternis glaube ich, dass so etwas ein riesen Erfolg wäre, nur eben die Stadt Stuttgart, findet dann so etwas als Erweiterung des Gastronomieraumes, dann habe ich mich damals auch an das Medienteam gewandt und die konnten auch nichts ausrichten.
I.: Es ist insgesamt zu starr einfach.
C.L.: Ja.
I.: Also Öffnungszeiten, Genehmigungen oder?
C.L.: Nein, Genehmigungen sind für mich wichtig, also es geht nicht darum, dass ich sage, warum brauche ich so viele Notausgänge, das ist doch Quatsch, warum brauche ich eine Notbeleuchtung, das sind ziemlich sinnvolle Sachen. Da gibt es viel zu viele Leute, die irgendwelche Partys ohne Genehmigungen machen und einen Scheiß darauf geben, wenn da irgendetwas passiert wenn wirklich Panik ausbricht. Da bin ich auch schon dafür, auch für Sperrzeiten, ich bin auch für Regelungen, da bin ich relativ konservativ, sage ich jetzt mal. Es geht nur darum, dass man sich in dem Rahmen etwas kulanter zeigen könnte, dass jemand in der Lage ist zu erkennen, ob jemand nur seine Gastrofläche erweitern möchte, weil er dort eine Hüpfburg und die Blaumeisen hinstellt, wobei man das natürlich auch als Kultur sehen kann, was ich aber nicht als Kultur sehe, um dann einfach mehr Bier zu verkaufen oder ob da irgendwie etwas dahinter steckt und du eben auch Künstler nach Stuttgart holst zu einem Event, die eben den Namen der Stadt bekannt machen, wo du eben sagst, das ist Popularmusik.
I.: Fändest du es wichtig, dass das bei der Stadt verbessert wird? Also in der Stadtverwaltung, dass es da eine Stelle gibt, die das übergreifend, wie sagt man da, Taskforce sagt man glaube ich dazu, aus Wirtschaftsförderung, Kultur, sozialem, Genehmigungssachen, da solche Geschichten irgendwie Kompetenzen zusammen steckt?
C.L.: Aber das wäre dann der vierte oder fünfte, es gibt beim Kulturamt, den Namen weiß ich auch nicht, also ich weiß, es gab vor kurzem Mal einen Bericht in der Stadt, dass es doch irgendwie vier Stellen gab. Was macht Petersen mit seinem Dreimann-Team?
I.: Petersen ist zuständig, laut seinem Interview, vorrangig für Film und neue Medien.
C.L.: Finde ich Quatsch.
I.: Wäre das eine Aufgabe für das Medienteam?
C.L.: Es sollte eine Stelle geben, wo dann von mir aus, der Herr Petersen kümmert sich um die Dinge, die ihn interessieren, also in Form von Medien und Film, weil es wohl sein Steckenpferd ist, aber dann soll es vielleicht auch jemanden geben, der mit ähnlichen Kompetenzen, also nicht, dass praktisch einer über den anderen urteilt, der sich dann eben um die Musik kümmert z.B. und dass die gleichgestellt arbeiten und nicht, dass dann einer entscheidet, was gut ist, was förderungswürdig ist und was nicht oder eben dann auch wenn ich sage, wir haben Sven Väth und Jeff Mills, dass der auch weiß wer das ist und nicht sagt, kenne ich nicht, das sind irgendwelche DJs, die machen immer Bumm Bumm. Klar macht das für 99% der Menschen Bumm Bumm, aber für ein Prozent ist es wirklich eine wichtige Geschichte und die ist nicht so minimal klein, dass sie dann unter Minderheiten laufen könnte.
I.: Wäre das also, ich weiß, wegen der Förderung, weil ich da auch lang rumüberlegt hab, weil ich in der Zeit die ganzen Absprachen machen muß, bei so einer Stelle die ansprechbar ist, ist ja immer dieser Szene, Business, Förderung, Kontakt, der kulturelle Einblick wichtig. Also aus meiner Sicht wäre die Frage, wäre es notwendig, dass man so jemanden, der in der Stadtverwaltung dafür tätig ist irgendwie mit einer Art, Netzwerk ist arg hochgehängt, aber mit ein paar Leuten aus Wirtschaft, aus der Musikszene und so weiter irgendwie lose zumindest verbindet, dass man auch irgendwie eine Art Stelle aus diesem Bereich erhält oder?
C.L.: Klar.
I.: Hast du eine Idee wie so etwas gehen könnte?
C.L.: Man hatte 1000 Mal irgendwie diese Stammtische geprobt, wie man sich da zusammensetzt, aber ich meine, da ist irgend so ein Arbeitskreis wo ein städtischer Mitarbeiter Ansprechpartner ist oder auch Sprachrohr für die Firmen oder für die Menschen, die in diesem Arbeitskreis sind, aber die müssten dann an irgend etwas arbeiten.

I.: Es müsste ein gemeinsames Projekt geben oder so etwas?
C.L.: Ja, also die meisten Dinger wo ich bis jetzt war mit Arbeitskreisen und so weiter, da trifft man sich ein Mal im halben Jahr und dann ist jemand schwanger und dann wird sich nicht mehr darum gekümmert. Also ich sehe eine professionelle Geschichte, man müsste an einem Projekt arbeiten.
I.: Also konkrete Arbeitszusammenhänge.
C.L.: Ja, und es müsste auch einen Vorteil darstellen für die Leute, die sich daran beteiligen.
I.: Also auch eine Art Dienstleistung für die Fachleute, Kreative in dem Bereich.
C.L.: Es ist natürlich schwer, selbständig zu arbeiten, Motivation, wenn dann noch irgend einen Vorteil für sich herausbekommen kann. Das ist ja dann auch wieder, wenn jemand engagiert ist, motiviert etwas zu tun, das kann ja auch wieder ein Vorteil für die Stadt sein. Ich denke schon, dass Geld eine Rolle spielt.
I.: Direkt?
C.L.: Nein, auch wenn es eine Interessengemeinschaft ist oder wenn es ein Arbeitskreis ist oder eine Kontaktstelle oder irgendetwas in diese Richtung. Und eben nicht dieses Freiwillige, so Dinge, die sich eben wo man sich ein Mal im halben Jahr trifft und dann, du kennst ja vielleicht auch diese Treffen wo jeder etwas ausarbeiten sollte bis zum nächsten Mal und dann wieder nichts passiert ist und dann noch mal um den heißen Brei redet und sich nur im Kreis dreht.
I.: Wäre es nicht auch vorstellbar, dass mehr Ressourcen in den Bereich hineingehen würde? Also, keine Ahnung, warum soll die Stadt nur zahlen, es wäre auch vorstellbar, dass z.B. würde ich dich konkret fragen als Firma, wenn du an so etwas mitmachen würdest, wärst du z.B. auch bereit zu sagen, ich stelle einen fiktiven Betrag von D-Mark X in Form von Leistungen meiner Firma für so ein Ding zur Verfügung, dass als Nachwuchsförderung, Kommunikation, Austausch, Projekt übergreifend so etwas einsetzbar wäre?
C.L.: Wenn sich für mich die Chance ergibt durch diese Arbeit das wieder herauszuholen. Ich meine wir sind nicht so groß, dass wir uns leisten könnten, dass wir.....
I.: Ich spreche jetzt nicht von 100000 Mark, aber sicherlich angemessen.
C.L.: Nein, natürlich, aber es muss sich etwas entwickeln, es muss sich etwas ergeben, entweder für mich Vorteile in meiner Arbeit, dass ich eben jemanden habe, der mich versteht und der mir auch effektiv helfen kann, der mir sagt, ich prüfe es und mir nicht drei Wochen später sagt, es klappt doch nicht.
I.: Wenn etwas in Form von Beratungen von der Stadt erfolgt, wäre es auch vorstellbar, dass die Firmen etwas dafür einsetzen.
C.L.: Das kann sich aber auch nicht jeder leisten.
I.: Ja gut, man könnte es ja z.B. nach Umsatz aufschlüsseln oder so.
C.L.: Bei so etwas, ich würde nicht Geld, also, ich meine jetzt nicht, sobald Geld in das Spiel kommt wird es wieder blöd, weil dann zahle ich, mach denen den Umsatz, zahle das und das im Monat oder im Jahr und bin dann der Meinung, der schafft doch nichts. Dann gibt es wieder Unfrieden. Ich stelle mir eine Sache vor, wo von der Stadt jemand für die Szene, für die Kultur und die Nebenszene arbeitet.
I.: Aber als Firma habe ich dann jemand bei der Stadt, der macht eigentlich Arbeit, die ich machen müsste, prima Sache, da spare ich sowieso Geld.
C.L.: Nein, was für Arbeit macht er denn? Der muss mich nur verstehen was ich will. Er muss keine Arbeit, er dient ja der Stadt, klar, ich kann nicht erwarten, dass etwas von der Stadt zurückkommt und da habe ich halt momentan von meiner Gewerbesteuer nicht sehr viel.
I.: Wirtschaftsförderung oder so?
C.L.: Was haben wir mit Wirtschaftsförderung zu tun?
I.: Ich erinnere mich an einen Rundgang mit irgendwelchen 15 Mark pro Quadratmeter alten Wohnungen. War das alles was mit Wirtschaftsförderung zu tun hat?
C.L.: Da ist nichts mehr passiert. Da ist der Mitarbeiter weggegangen oder hat dann doch nicht verstanden was wir machen wollen. Es geht darum, dass jemand da ist, sei es in so einer Stabsstelle wie im Medienteam, der dann einfach die Szene versteht, der eben die Musikszene und die Eventszene als Markt sieht, es ist ein Markt auf jeden Fall, es ist ein Aushängeschild für die Stadt, es interessiert die Jugend mehr ob hier Hip Hop oder Partys stattfinden, spricht sich in der Jugend eher rum, als wenn hier ein neues Automodell vorgestellt wird.
I.: Gibt es da, gab es da Einrichtungen, die so eine ähnliche Arbeit gemacht haben, die du bemängeln würdest hier in Stuttgart?
C.L.: Nö, noch mal auf das zurückzukommen, das ist, das kommt aus den Firmen heraus. Um es mal zu erklären was ich möchte, ich möchte einen Menschen, der eine Schnittstelle zur Stadt darstellt, der hilft und der einen Mechanismus, ein Werkzeug erarbeitet, das die Firmen dazu bringt, sinnvoll mitzuarbeiten. Nicht in der Form, dass die Stadt dafür bezahlt, sondern dass ein Arbeitsplatz geschaffen wird, wo auch wieder Synergien entstehen können, wo man mit anderen Leuten zusammenkommt, wo Geschäftskontakte entstehen können und und und.
I.: Aber dann müsste auch, würde da Künstlerförderung, Musikförderung auch dazugehören?

C.L.: Ja klar. Es muss ja nicht ein großer, übergreifender Arbeitskreis für alle sein, sondern es kann ja auch kleinere Felder geben. Wo du ganz einfach hinkommst, sagst, ich habe das und das Problem und es tut sich dann auch etwas. Und man hat das Gefühl, dass es Bestand hat. So etwas ist halt eine Sache, die halt innerhalb von einem Jahr, es gab in der Radiobar diesen Medienstammtisch oder wie das hieß, Wirtschaftsförderung, aber da ist nichts passiert.
I.: Daß ich dich jetzt richtig verstehe, du würdest schon sagen, dass da nicht nur Firmen und Wirtschaftsgeschichten drin sind, sondern dass da auch Kulturvertreter und Jugendeinrichtungen drin sind, also alles was mit Musik zu tun hat oder eher nur so wirtschaftliche Dinge?
C.L.: Nein, Musik, aber bitte keine, ich bin bei Jugendeinrichtungen, geförderten Dingen wieder vorsichtig, weil da wird es wahrscheinlich wieder heißen, nein. Das irgendetwas dabei rauskommt, es soll etwas dabei rauskommen, das ist mir wichtig.
I.: Ergebnisorientiert.
C.L.: Ergebnisorientiert, das ist richtig.
I.: Aber breit, also von den Vereinigungen breit besetzten, aber auf alle Fälle dieser Begriff. Ist das auch dein größter Wunsch für den Standort?
C.L.: Was ist mein größter Wunsch? Mein größter Wunsch ist Spielraum, dass noch viel mehr als irgendwie jemand bei der Stadt arbeitet, dass jemand so mutig ist zu sagen, wir nehmen ein Gelände und bauen nicht sofort das Parkett rein, sondern warten einfach mal fünf Jahre oder zehn Jahre und gucken was sich dabei tut. Spielraum habe ich gesagt, Spielraum wo sich schon Firmen ergebnisorientiert austoben können, sich probieren können, wo etwas entstehen kann, wo man sagt, ihr habt nicht nur ein Jahr, zwei Jahre, sondern ihr habt zehn Jahre Zeit und wer weiß, vielleicht entwickelt sich aus so einer Keimzelle ein Anziehungspunkt auch für die Stadt. Nach zehn Jahren hat sich etwas daraus entwickelt, da ist eben Kultur mit verbunden, Medien, Werbung und und und. Da ist eben in so einem Gelände drin und das ist dann so eine Denkfabrik, die in Deutschland einzigartig ist und wenn du Werbung machen lassen möchtest, dann gehst du eben nach Stuttgart, weil da die Kreativen sitzen, wo man nicht eben sagt, wir haben jetzt die Fläche, wir haben den Druck, dass wir unbedingt jetzt wieder das Geld herausbekommen müssen und dazu ist es erforderlich, dass bla bla bla. Und da macht man, glaube ich, alles mit ein bisschen Panik und lässt nicht den Sachen einfach ihren Lauf.
I.: Also Aufruf zu Gelassenheit am Ende.
C.L.: Na einfach zu der Einsicht, dass sich Dinge nicht immer durch - dass man Dinge reifen lassen muss und dass die nur, gerade in diesem Bereich Popkultur, dass sich das alles irgendwo aus dem in Anführungsstrichen Untergrund, Subkultur entwickelt und dass es alles Menschen sind, die erst mal vor sich hin arbeiten und dann irgendwann mal von zehn Leuten erfindet mal halt einer etwas Brauchbares und die anderen Neun verschwinden wieder und da kommen wieder neue Neun dazu und von den Zehn erfindet wieder einer irgendetwas. Aber einfach nur den Leuten eine Chance geben und wenn nach zehn Jahren Chaos daraus entstanden ist oder nach zwei Jahren ein komplettes Chaos, dann muss man halt sagen, gut das war es dann. Schon Regeln aufstellen, aber einfach mal machen lassen.
I.: Gut, vielen Dank, Christian List.

Interview Nr. 18 mit Daniel Requardt, Floridan Audioproduktion und Musikverlag
am 02.07.01, 16 bis 17 Uhr

I.: Hallo Dan. Floridan Audioproduktionen, was macht ihr eigentlich, was seid ihr für eine Firma?
D.R.: Also, wir sind erst mal ne Audioproduktionsfirma. Bei uns arbeiten momentan 8 Leute, wir bilden auch aus. In dem Beruf des Mediengestalters Bild und Ton, da haben wir 3 Azubis. Des weiteren haben wir ein Berufsfeld, das ist Verlagskauffrau, da bilden wir auch aus.
I.: Ihr habt also auch einen Verlag dabei?
D.R.: Ja, wir haben auch einen Verlag dabei, es gibt zwei Firmierungen: es gibt die Tonstudios und es gibt den Musikverlag. Also, wir handeln da auch mit Rechten, vorwiegend aber unsere Rechte. Unsere eigenen Musikrechte, wobei wir jetzt da in Felder kommen, wir haben mittlerweile fünf Tonstudios, also hier im Haus sind's drei und wir sind jetzt mit einem Bereich nach Ludwigsburg gezogen, ins Film- und Medienzentrum. Unser Schwerpunkt sind Filmmusiken, sind Eventvertonungen und Konzeptionen, Museumsinstallationen auch wiederum Konzeptionen, Werbespots natürlich, Kinomischungen und Musikproduktionen.
I.: Was ist der größte Anteil? Kann man das sagen?
D.R.: Also wir sind, glaube ich, im Bereich von Events, haben wir auch schon mehrere Preise gewonnen, da haben wir Expo Events gemacht z.B. wir haben jetzt den kompletten Stand der Telekom konzeptioniert, auch produziert, dazu auch Musik gemacht. Das war der größte Stand auf der CeBit, d.h. da waren wir auch von der Produktion her fast zwei Monate mit beschäftigt. Der Eventbereich ist ein sehr großer Bereich. Dann ist der Werbebereich natürlich ein großer Bereich: Werbespots, Radiospots, Kinospots, Fernsehspots. Und Musik machen wir eigentlich nur noch um Spaß zu haben. Hat sich irgendwie alles verschoben so in den Jahren jetzt.
I.: Du machst das in Geschäftsführung mit dem Florian Keppler zusammen?
D.R.: Genau. Also, mein Partner ist der Florian Keppler. Wir beide sind vollwertige Partner, also jeweils 50/50. Wir sind jetzt in die Rolle der Geschäftsführung reingekommen, sagen wir mal so, bei neun Leuten oder acht Leuten, das wechselt bei uns immer ab, wir haben auch freie dazu, mit freien sind wir 14, da muss man dummerweise irgendwann einmal sagen man ist Geschäftsführer. Aber eigentlich sind wir im Prinzip Musiker, sind im Bereich der Konzeption da und haben halt wiederum Toningenieure, Musiker in speziellen Richtungen, wir haben hier einen Dancemusiker, wir haben hier einen, der ist mehr spezialisiert auf Klassik, wir haben hier Sounddesigner und mit denen machen wir die Projekte zusammen und weisen sie sozusagen dann an.
I.: Und wie seid ihr dazu gekommen? Also, persönlich
D.R.: Persönlich sind wir dazu gekommen: wir hatten mal eine Band die hieß "Helga Pictures" das war in den neunziger Jahren, das hört sich so toll an: in den neunziger Jahren, ´91 und da haben wir unsere erste Filmmusik gemacht. Damals noch. Das war ein Film mit Ben Becker, Bernd Böhlich, der hat glaube ich sogar einen Grimme Preis gekriegt. Und nach diesem Film ham wir acht andere gemacht und dann kam halt die Bilderwelt auf uns zu, in Anführungszeichen, also Regisseure jetzt für Werbung oder andere Filme und da sind wir so ein bisschen in die Branche reingerückt. Wir wollten auch immer ein Tonstudio machen um unsere eigenen Projekte halt kreativ umzusetzen.
I.: Darf ich nach Umsatz fragen, was ihr so im Jahr umsetzt? Größenordnung?
Unter einer, über einer, über fünf?
D.R.: Würde ich jetzt grad nicht drauf antworten.
I.: O.K.
D.R.: Ist auf jeden Fall so, dass man einige Leute ernähren kann und dass es schon eine Größe ist.
I.: Kannst du einschätzen wie viel im Studiobereich, wie viele Tonstudios es überhaupt in der Region gibt? Also, das du so eine Gesamteinschätzung wie viel im Gesamtbereich für Audioproduktionen wie viel mal Geld da ungefähr bewegt wird?
D.R.: Also, es gibt verschiedene Statistiken, die zu rezitieren ist immer so: eine Statistik widerlegt die andere. Aber ich weiß von vielen Kollegen es gibt, ich glaube, hier im unmittelbaren Bereich ca. 30-40 erwähnenswerte Studios.
I.: Regional oder?
D.R.: Ja regional, ich sag jetzt ziehen wir es mal bis nach Backnang rüber
I.: O.K.
D.R.: Von da oben bis nach Sindelfingen. Erwähnenswert sind für mich die, des ist mehr als ein Mischpult, Raum wenigstens über 10m². Richtig im Geschäft kenne ich eigentlich nur 10 bis 14 hier in der Region und richtig in der Werbung gibt's drei bis vier die davon leben. Und wir gehören zu den letzteren, sind aber mittlerweile in einem Wettbewerb, wo wir uns nicht nur regional behaupten müssen, sondern auch national.
I.: Das währe meine nächste Frage gewesen: Wie ist denn jetzt der Aktionsradius, also ist der Schwerpunkt zuerst regional und dann bundesweit?
D.R.: Also, Schwerpunkt regional natürlich in der Form das wir diese Sprachaufnahmen machen und sehr viele Schauspieler hier von der Musik- äh von der Schauspielschule holen, vom Theater, von den

kleineren Theatern. Von unseren Jobs natürlich schon national, weil wir Kunden haben aus jeder erdenklichen Großstadt.
I.: Europa aber nicht?
D.R.: Doch mittlerweile auch international. Also, es gibt Schwerpunktbereich Event, wo wir mittlerweile auch internationale Anrufe kriegen, von Kunden die halt gehört haben, dass wir die Expo gemacht haben, die auf der CeBit das mitgekriegt haben, dasselbe wollen in Detroit - Amerika. Es tut sich, Gott sei Dank, ein bisschen vom regionalen zum nationalen bewegen, was aber auch heißt, wiederum, dass wir national mit größeren Studios schon konkurrieren, mit größeren, mit sehr anerkannten Filmmusikern und jetzt z.B. einen Pitch verloren bei einem Film wo der Komponist halt von "König der Löwen" dabei war und da sagst Du halt nicht viel da sagst du halt: O.K. Ist zwar einerseits eine Anerkennung, aber andererseits sagst Du halt du bist da in einem Feld wo halt wirklich super geniale Leute sind.
I.: Was würdest du sagen, sind die drei besten Audioproduktionsfirmen in der Region? Nach euch oder neben euch.
D.R.: Ja gut es ist immer schwer über Kollegen zu reden, aber...
I.: Also, welche die besonders interessante Sachen machen, oder so...
D.R.: Interessant ist auf jeden Fall der Ralf-Christian Maier von Tucan, wird auch genannt "Mikrofonmeier", weil er einfach sehr detailliert im Bereich Mischung arbeitet und dort enormes Fachwissen hat und auch mittlerweile national supergeile Produktionen macht. Also, wir schätzen ihn sehr. Ebenfalls zu erwähnen ist für mich der Bernhard Hahn, "Böni" genannt, der hat auch ein Tonstudio in Bietigheim. Ich find den deswegen erwähnenswert, weil er eigentlich schon seit Jahren Hardcore und Rockmusik macht, die ich persönlich sehr schätze, und das sehr, sehr sauber und sehr gut macht. Dann, na ja es gibt die Bauer Tonstudios die kann man oder die muss man erwähnen weil sie halt einen sehr großen Aufnahmeraum haben, sie haben auch ein sehr geiles Pult, also sind technisch sehr hochwertig mit sehr großem Aufnahmeraum, allerdings als wir mal drin ne Aufnahme gemacht haben, hat es grad nicht funktioniert. Ja das sind so die Leute die mir eigentlich einfallen. Die jetzt nicht in dem Segment sind wo wir sind, die sich auch gut ergänzen.
I.: Und Produzenten?
D.R.: Ha, Produzenten gibt es hier glaube ich enorm viele gute, von vielen, die kennt man gar nicht. Ja also natürlich zu erwähnen ist natürlich der Dieter Falk, ganz klar, von "Pur" der Produzent, ehemals "Pur", der natürlich ein super Produzent ist im Bereich von Sachlichkeit und vom Fachwissen. Macht auch nur internationale Produktionen, d.h. er sieht es nicht lokal sondern er sagt: du willst dort und dort hin, also müssen wir das und das machen. Es gibt viele Produzenten, es gibt in der Klassik sehr viele Produzenten, im Jazz Bereich gibt's sehr viele Produktionsfirmen, die dort arbeiten, wo ich jetzt selber die Namen nicht kenne, wo ich aber immer mal hör: aha, O.K. ist ein Stuttgarter gewesen. Ich denk das der Herr Falk einer derjenigen ist die ich sehr schätze.
Selbstverständlich gibt's den Peter Hopf, Benztown, Thomilla, die ganze "Gang", die ganze "HipHop gang", aber die werdet ihr viel besser kennen, da haben sich schon ganz andere Leute geäußert zu. Wer fällt mir noch ein als Produzent? Ja...
I.: Ja, kurzer Überblick, das reicht eigentlich schon. Es ging nur drum ein bisschen um das Feld ein bisschen zu erläutern. Was hältst du vom Popularmusikstandort Stuttgart?
D.R.: Ja, das ist ne gute Frage. Schlechte Antwort: also, Popularmusik ist für mich ja erst mal in Genres aufzuteilen. Grundsätzlich: Standort Stuttgart ist ein diffiziler Standort, einerseits herrscht hier sehr viel Kapital, sehr viel Zeit Musik zu machen, also von Seiten der Leute die Musik machen, ich denke dass sieht man bestimmt an den Umsätzen die Firmen haben. Also wenn ich das "Soundland" sehe, die wachsen immer mehr, Waiblingen, wird jetzt glaub ich einer der größten süddeutschen Musikläden, scheint Geld hier vorhanden zu sein. Wenn ich parallel die Entwicklung der Musikschulen sehe, die auch, gut da sondieren sich auch einige, die einen Schulen werden immer größer, die anderen immer kleiner oder schließen, aber im großen und ganzen scheint da schon ein Bedarf zu sein. Die Leute sagen, Musik machen wir gern, weil wir Zeit haben und das Geld haben. Das ist der eine Punkt, der andere Punkt ist der, dass hier zwar das Geld liegt, aber dass natürlich dort wo Geld ist heißt noch lang nicht dass dort gute Musik gemacht wird und das ist, glaube ich, ein bisschen der Zwiespalt in dem wir uns bewegen. Der dritte ist der, also der dritte wichtige Punkt, ist der dass die Stadtväter noch nicht erkannt haben, dass hier Zeit und Geld da ist und das man das Potential für die Musik, dass man das einfach erwecken muss, d.h. man muss da auch ein bisschen was tun, dass kreative Menschen hier gern bleiben und nicht sagen: Nö Stuttgart ist mir zu doof, ich geh schon nach Ludwigsburg weil dort wenigstens ein bisschen was getan wird. Und hier versucht man eigentlich alles zu machen nur nicht irgendwelche Leute zu unterstützen.
I.: O.K. Es sind eigentlich zwei Hauptteile, hab ich mal den ersten Eindruck. Glaubst hier gibt's keine, weil du gesagt hast: es gibt keine wirklich gute Musik im Vergleich dazu wie viel Leute sich einsetzen. Gibt's hier wirklich sowenig Kreative oder gibt's hier kreative Szenen, gibt's hier "gute" Musiker.
D.R.: Also ich glaube schon dass es, also dass hab ich nicht gemeint, also wie gesagt schlecht. Es gibt hier schon eine klare Szene. Es gibt die HipHop Szene. Die HipHop Szene ist definiert worden

durch die "Fantas", man darf auch nicht vergessen das haben sie in den 90´er Jahren installiert und jetzt alles was kommt ist halt, ist im Prinzip, ist irgendwo entstanden mit aus den "Fantas". Mit dieser Bewegung. Natürlich vorher gab es dann noch "Freundeskreis", es gab die "Kolchose", es gab die und die. Das ist der eine Bereich. Natürlich gibt's hier "Pur" und natürlich gab es auch mal die "Helgas" und "die Schande", klar.
Aber ich glaube dass jetzt, wenn man das jetzt als jetzt bezeichnet, dass es für mich sehr schwer zu fassen ist zu sagen Popmusikstandort Stuttgart, sondern eher dass man sich überlegen muss, wo bewegen wir uns den grade in der Popmusik, was geht da gerade ab, was wird gerade hauptsächlich gespielt und so gesehen glaube ich schon dass hier einiges passiert. Ich glaub schon dass hier eine Szene da ist, dass hier auch gewisse Leute die Musik aufnehmen, auch Konzerte da sind. Ich glaube aber dass die Qualität nicht so gross ist. Das liegt aber eher daran, dass halt, woher sollen die Kids denn auch wissen was Qualität ist: wenn man jetzt die Charts betrachtet das hat nichts mehr mit Qualität momentan zu tun.
I.: Also siehst du einen spürbaren Qualitätsverlust von Nachwuchsbands, z.B. im Vergleich zu vor zehn Jahren?
D.R.: Ja, natürlich, aber das liegt daran, dass sich auch der Musikgeschmack, die Musikrichtung hat sich geändert. Das ist ganz klar, also es ist so...
I.: Muss ich dass unter Subjektivität verbuchen bei dir oder?
D.R.: Das ist eine subjektive Meinung, ja. Es ist so, in den 80ern oder 90ern war der Anteil von gespielten Geschichten, also Gitarre, Bass, analog Geschichten, wesentlich höher in den Charts vertreten als jetzt im Jahre 2000. Wir haben Entwicklungen wie Techno, Drum´n´Bass, wir dürfen nicht vergessen die DJ 's, kann man ja auch erwähnen, hier gibt's sehr gute DJs, es gibt sehr gute Clubs und da hat sich halt der Musikgeschmack verändert und jetzt ist die Frage, deswegen sag ich ja, was ist Popmusik? Müsste man eigentlich erst mal klären. Weil es gibt durchaus starke Situationen, es gibt hier sehr viele DJ 's, es gibt sehr viele Remixer, es gibt relativ gute Clubs, es gibt auch Leute die gehen gern in die Clubs. Wenn man jetzt die Rock´n´Roll Bands betrachtet, finde ich gibt es sehr wenige Bands die eigenständige Musik machen.
I.: Also Bands im HipHop Bereich dafür relativ gut?
D.R.: Glaub ich, ja.
I.: Rock, Alternative und Pop als Stilrichtung?
D.R.: Eher weniger. Und ich denke, dass es der Ansatz ist, dass einerseits es einfacher ist einen Computer zu kaufen und bisschen Dancemusik zu machen als eine Band zu gründen und dann noch eine Aussage zu haben. Aber das ist eher eine medienpolitische Situation und es würde dass Interview sprengen da jetzt rein zu gehen, aber es ist ein ganz interessantes Phänomen: es hat sich die Zeit geändert, es hat sich der Geschmack verändert, es hat sich aber auch... gut aber ich glaub wir kommen jetzt z.B. wieder in die 80er Jahre, wenn ich mir jetzt anschaue Bon Jovi, die alten Haudegen werden re-designed, kommen her und es fangen auch wieder die ersten Bands an in Amerika durchzustarten, die jetzt auch härtere Gangart wieder vorlegen, die auch wieder credible sind.
I.: Ja gut, da gibt's halt "Limp Bizkit", "Linkin Park", ...
C.L.: Genau, exakt, dass sind genau die Künstler... Das kommt alles wieder und wenn man jetzt aus den 90ern kommt oder aus den 80ern, dann sagt man halt: dass ist eigentlich nichts neues. Aber es ist neu verpackt und die Jungs haben auch was eigenes zu sagen. Das finde ich sehr positiv und ich glaub das wird's hier wieder geben. Bloß eins ist natürlich dass wichtigste, es ist so das ich glaube die Stadt selber hat noch nicht erkannt.....
I.: Was hat sie denn noch nicht erkannt? Das würde mich jetzt in diesem Fall interessieren?
D.R.: Sie hat nicht erkannt, das dass alles ein Markt ist und dass ein Markt gewissen Gesetzen gefolgt ist, d.h. Köln hat irgendwann einmal nichts gehabt. Die ganze Kohle, der ganze Schmarrn ging bergab, also hat sich Köln überlegt: was mach ich? Also haben sie gesagt wir etablieren hier einen Medienstandort. Wir subventionieren, wir fördern Kreative in dem Bereich der Medien. Stuttgart hat natürlich Porsche, hat Mercedes-Benz, warum muss dann hier ein Interesse sein. Von welchen Umsätzen reden wir? Ich glaube nicht, dass der Musikumsatz so ansatzweise damit mithalten kann, wie es im Verhältnis zu dem steht. Allerdings hat das einen Nachteil, das hat den Nachteil, dass mit dem kreativen, wo Musik, wo natürlich auch Zeichner dazugehören, ist natürlich noch ein größeres Umfeld, da sind wiederum die Werbeagenturen und hinter den Werbeagenturen stehen noch andere Leute und so splittet sich dass jeweils in den Gewerben jeweils hoch oder runter, wie man es nimmt. Und es ist schon absurd das hier die Verlage hocken, mit sehr viel Geld im Rücken, die großen Verlage die aber wiederum eine Agentur beauftragen die in Hamburg hockt, weil da sind die Kreativen oder in Berlin oder in Köln.
I.: Aber ist das so schlecht? Man muss es ja nicht so lokal vertreten.
D.R.: Nein.
I.: Wenn der in Hamburg gut ist?

D.R.: Ja. Es ist nicht schlecht, aber es ist so, dass halt Stuttgart nicht das Mekka der Kreativen ist, weil ich ein bisschen den Eindruck habe, dass man halt nicht sehr viel unternimmt um den Leuten halt eine Möglichkeit zu geben eine kreative Spielwiese aufzubauen. Da wird dann ein Medienzentrum gegründet, Beispiel neben dem "Zapata", ich weiß nicht wie es hieß, wo wir uns aber auch mal beworben haben und dann sagt mir eine Dame: es kostet 28.50 DEM, ich hätte aber einen marmorisierten Eingang. Da sag ich: ja das ist wunderbar, ich kann keine Kunden in den marmorisierten Eingang reinnehmen, weil dann dreht der komplett durch. Das ist so ein Beispiel. Da macht man das alte "Zapata" platt, macht das Ding hin und was ist das Ergebnis? Ein totes Gebäude. Und das meine ich, ich meine damit, dass man eigentlich dazu stehen sollte. Oder nimmt man mal Berlin: Hinterhofsituation. Es gibt eine Menge Firmen, des Management z.B. von der Nina Hagen und "Rammstein" ist eine Hinterhoffirma. Viele Tonstudios, viele Filmleute die sind in Hinterhöfen. Geh hier mal her zur Stadt Stuttgart und sag: ich möchte einen Hinterhof begrünen oder möchte da ein Tonstudio reinbauen.
Also was man da zu hören kriegt, das glaubt kein normaler Mensch.
I.: Was kriegt man denn zu hören?
D.R.: Man kriegt zu hören, dass das unerwünscht ist, dass man eigentlich momentan die Hinterhöfe, wie heißt dass so schön, entschlanken will, d.h. alles wegbauen, einfach eine Wiese hin und man merkt eigentlich, dass die Stadt bei gewissen Sachen, bei gewissen Größenordnungen, wir sind ja nur eine kleine Firma, eine sehr kleine Firma einfach gar kein Interesse hat, das Verlangen gar nicht da ist den Leuten zu helfen und die zu unterstützen.
I.: Ist es das Interesse oder vielleicht... die Ahnung?
D.R.: Vielleicht auch die Unwissenheit, klar. Ist mit Sicherheit die Unwissenheit.
I.: Hast du bei der Stadt schon mal einen kompetenten Ansprechpartner gefunden, in dem Bereich?
D.R.: Also, es gibt mit Sicherheit Leute, der Herr Dr. Petersen, der bemüht sich auf jeden Fall, aber ich bin nicht so überzeugt. Wo fängt man an, wenn man letztendlich dann beim Baurechtsamt hinkommt und dann heißt es: Ja, wollen wir nicht, macht man nicht, gehen Sie weg
I.: Also, ihr habt noch keinen Coach gefunden, der euch da durch den Stadtdschungel durch hilft?
D.R.: Wir wissen zumindest jetzt, wo die Probleme liegen und haben uns deswegen schon mal entschieden mit einem Standort nach Ludwigsburg zu gehen. Man muss es wirklich so sagen, ich glaube es gibt hier die M.F.G. und es gibt die Leute, es gibt die Bettina Klett zum einen, von der Wirtschaftsförderung Region Stuttgart, die greift auf jeden Fall jetzt wenn ich eine Internetfirma habe, die hier 100 Angestellte hat, dann greift die WRS, dann greift auch die WRS mit all den Strukturen, wenn's mehr in den Bereich Technik geht. Auf jeden Fall, wenn ich jetzt ein Zulieferungsprogramm hab, jetzt für Bosch und jetzt mal Intranet oder Internet mal irgendwie besser zu frisieren dann greift des, weil dann kann der Entscheider sich natürlich sich ganz klar sagen: Das ist was, System, Intranet für Bosch und des kapiere ich. Natürlich machen wir was, das auch für Leute schwer greifbar ist, wenn ich jemand erzähl: "Ich mach Filmmusik" oder "Ich mach Musik für Events", dann könnte ich genauso gut sagen: "Ich bin Bankräuber", das ist so die selbe Ebene: "Was macht der eigentlich genau". Obwohl wir eigentlich das alte Medium sind. Wir haben 91 das schon gemacht und jetzt spricht man von den "neuen" Medien. Und deswegen denk ich mir...
I.: Das ist ja eigentlich kein großer Unterschied, ich hab ja schon diverse Streitgespräche darüber geführt, über die Förderung. Ich bin bisher davon ausgegangen, dass das eigentlich ein Zusammenspiel ist, also dass die Musik als Medium auch im Zusammenspiel mit Film und neuen Medien gesehen werden muss.
D.R.: Natürlich. Klar. Selbstverständlich, ein Muss!
I.: Das heißt aber auch, dass eine Förderung oder eine Schaffung besserer Rahmenbedingungen für Firmen, für Künstler, für Leute, die da was machen, eigentlich auch übergreifend ein bisschen sehen sollte. Also, ihr werdet ja nicht umsonst mit dem Studio nach Ludwigsburg gehen, oder?
D.R.: Also, wir sind nach Ludwigsburg mit dem Studio gegangen, weil wir hier ganz konkrete Bauvorhaben gehabt haben und das wurde geblockt. Das wurde jetzt aber nicht geblockt von Leuten die uns unterstützen, sondern von Seiten des Baurechtsamts und vielleicht auch, weil da einfach mangelndes Verständnis ist, vielleicht auch gewisse Angst, ich weiß es nicht. Es war wirklich unerklärlich. Es ging ja wirklich um 1m², um einen oder 4m², wo gesagt wurde: "Wollen wir nicht". Wir wollten ein Haus mieten, wollten dort reingehen, wollten einen Arbeitsplatz schaffen für unsere Auszubildenden, unter anderem, weil wir bilden ja auch aus. Wir bekennen uns ja auch zur Stadt, ist ja klar. Neulich hat eine Auszubildende von uns ihre Lehre abgeschlossen, des ist ja auch was positives, das trägt es ja auch raus, die geht jetzt nach Hamburg, kommt dann in einem halben Jahr wieder zurück und das bringt ja in dieser Stadt ein bisschen was. Und da war halt der Punkt: das in Ludwigsburg hat sich ergeben, wir konnten da beide Mitbewerber in beiderseitigem Interesse übernehmen und da konnten wir nicht nein sagen. Es lief uns gut rein. Und ich glaube, es ist auch nicht mutwillig, es ist nur so, wenn natürlich rechts Daimler Benz sagt, wir wollen jetzt hier mal grundsätzlich 15.000m² platt machen, dann geht natürlich der Sachbearbeiter von der Stadt lieber da ran, weil er weiß Daimler Benz = viele Arbeitsplätze.

I.: Alles klar, aber wenn die Stadt jetzt explizit sagt, dass sie den Bereich wichtig nimmt und dass sie da was machen wird, dann muss man denen auch vor die Nase halten, dass dann mehr dazu gehört als zu sagen: "wir machen jetzt was für den Popmusikstandort" oder: "Wir machen jetzt hier ein Gründerzentrum oder ein Mediaforum für 25 DM Miete pro m². Hab ich das jetzt richtig verstanden?
D.R.: Ja, ich glaube das es sehr viel auch Unwissenheit ist. Es ist sehr viel auch: was muss ich eigentlich machen, dass es zum Erfolg kommt.
I: Waren wir nicht schon bei dem was dazugehört: Räume hast du gesagt, also bei solchen nicht verplanten Räumen einfach flexibler sein bei der Raumgestaltung und einfach auch mal, keine Ahnung: Freiflächen, alte Häuser, was weiß ich einfach mal nutzbar machen ohne so einen Stempel: super teurer, fein ,sauber draufzulegen, oder?
D.R.: Also, es ist schwer. Man müsste jetzt eigentlich, oder es würde mich jetzt natürlich jetzt interessieren wenn jetzt da jemand von der Musikschule da wäre, aber wenn ich mir jetzt das ganze betrachte, ist das wichtigste erst mal das Ganze erst mal zu entmystifizieren . Entmystifizieren heißt, dass es eine Arbeit ist und es ist eine knallharte Arbeit, ob jetzt in der Dienstleistung oder in der kreativen Leistung, es ist eine knallharte Arbeit
I.: Kommen wir aufs inhaltliche O.K.? Es ist ein Wirtschaftszweig, hast du auch schon zweimal gesagt, es ist leistende Arbeit, d.h. es ist eine Firma, es ist ein harter Job, man verdient damit sein Geld. Der zweite Part ist sicher, dass es was kulturelles ist, vor allem die Musikproduktion, wobei ich sagen würde, ihr schafft auch Kulturgut.
D.R.: Mit Sicherheit. Ja, klar. Und wir haben auch angebliche Kultur gekriegt. Also, so gesehen, ja.
I.: Also, ihr macht das nicht, um einen Kulturpreis zu gewinnen, sondern um Geld zu verdienen?
D.R.: Eigentlich um Geld zu verdienen. Das angenehme kommt dazu.
I.: Das dritte wäre sicher, dass junge Leute irgendwie kreativ sind und Musik machen, d.h. es hat auch noch eine soziale Funktion, gerade bei einer Band irgendwie. Du triffst dich halt im Freundeskreis...
D.R.: Natürlich. Im Idealfall, ja
I.: Also, bei den Räumen sind wir klar, bei der Ausbildung, was würdest du sagen, man kann ja im Musikbereich kann man ja in ziemlich viele Felder reingehen. Man kann irgendwie ins Verlagswesen reingehen, man kann die Tontechnik machen, man kann Musikerausbildung vollführen, was denkst du denn was wichtig ist: erst mal für Stuttgart und was geschickte, gute Ausbildungsgänge sind? Kannst du da ein bisschen sagen wohin der Hase läuft, sozusagen?
D.R.: Ich glaube, dass wichtig für Stuttgart ist zu erkennen, dass Stuttgart eine der reichsten Regionen ist und dann, dass Stuttgart erkennt, dass es neben der Automobilbranche noch andere Felder gibt die nicht uninteressant wären. Die jetzt vielleicht, ich will mal behaupten dass der Gesamtumsatz der jetzt im Bereich Musik z.B. gemacht wird oder auch mit der Musik, sei es Musik für Waren, weit über 100 Mio. sind, das behaupte ich jetzt mal glatt, mehr.
I.: Aber konkret, was würdest du sagen, wie kann man das gut lernen?
D.R.: Lernen kann man nur, dass Stuttgart erst mal erkennt es zu unterstützen. Und wenn man es dann lernen will, es gibt natürlich klassische Ausbildungsberufe, jetzt gerade von der IHK, das ist ein Bereich. Mediengestalter Bild und Ton, Verlagskauffrau, dass ist ganz konkret.
Dann gibt's natürlich die Möglichkeit über Schulen dass zu erlernen, über Musikschulen, da geht's jetzt aber nur um den Bereich Musik selber: ich will Instrumente erlernen. Dann kann man natürlich auch schon in der Schule anfangen, ich kenne aber witzigerweise keinen Musiker, der sagt, der Schulunterricht hat mir viel gebracht, da sollte man sich auch überlegen: woran liegt das eigentlich. Dabei ist es was schönes, Musik.
I.: Wie habt ihr angefangen, Können und Kreativität sind ja zwei paar Stiefel also, wo kommt diese Kreativität her? Weil ich denk Tontechniker machen und Tontechniker sein oder Tontechniker lernen und Tontechniker sein sind ja zwei paar Stiefel.
D.R.: Ich muss auch sagen, ich glaube schon dass die Nachfrage nach dem Beruf nicht gering ist, wir hatten auf eine Stelle 1000 Bewerber. davon mind. 60% hier von dieser Gegend. Ich glaube aber, dass da oft auch eine Verzerrung stattfindet von dem was will ich eigentlich, wie ereiche ich's und was muss ich dafür alles geben. Darf man auch nicht vergessen. Unser Beruf ist jetzt halt "in" oder der Musiker oder der DJ oder der Produzent. Ist halt super "hip" das jetzt zu machen.
I.: Da ist kein Leistungsgedanke dahinter?
D.R.: Überhaupt nicht, sondern einfach nur zu sagen: man steht im Club
I.: Ich bin cool
D.R.: Exakt. Denke ich.
I.: Aber wie kann man das erreichen?
D.R.: Ich glaub man kann es erreichen dass man, na ja, dass man die Szene in der Form unterstützt: Unterstützen heißt für mich nicht, dass man irgendwas hinstellt und sagt "benütz es" nehmen wir nur grad mal dass Urteil Bavaria - SWR. Nehmen wir das als Beispiel, es ist ein ganz konkretes Beispiel, ich glaube, dass für...
I.: Also, 60% Filmförderung für die Bavaria und...

D.R.: Ja, genau. Also, wieder die jetzt, warum? Und es ging auf jeden Fall nur darum, dass auf jeden Fall ein Grossteil der Förderung witzigerweise jetzt nach Bayern getragen wird von einer Firma, die hockt hier in Stuttgart und es wird halt nach Bayern getragen. In Ludwigsburg gab es ein Forum wo es darüber ging und ich finde, das ist schon ein harter Schlag: da ist man auf die Pflanze Ludwigsburg stolz drauf und zieht die und Ludwigsburg selber, die Ludwigsburger Filmakademie ist mittlerweile in Deutschland bekannt, mittlerweile ist sie in Europa bekannt und dann passiert so was. Da sagen viele kleine, kreative Filmfirmen natürlich: Gehen wir halt, was soll das. Das Geld, das gefördert wird, wird nach Bayern gebracht. Das ist zum Beispiel eines was nicht mehr sein sollte.
I.: Wie ist das mit dieser Geldförderung? Die hat ja im Filmbereich eine größere Bedeutung als im Musikbereich. Also, Musik wird in Stuttgart und vom Land fast nicht gefördert.
D.R.: Es wird eigentlich überhaupt nicht gefördert. Also, wenn ich jetzt ein Klassikkonzert machen würde oder wenn ich jetzt eine Jazztournee machen würde, dann hätte ich bestimmt Fördergelder. Oder da gibt es Fördergelder, ob die jetzt über die Schule oder Hochschule gekommen sind, weiß ich nicht. Popmusik wird nicht gefördert, ganz klar.
I.: Das ist aber ein großer Wirtschaftsfaktor oder?
D.R.: Eigentlich ja.
I.: Hängt es auch damit zusammen?
D.R.: Ja, wobei, es immer so ist: eine Kulturförderung hat natürlich den Auftrag Kultur zu fördern und Kultur ist eigentlich immer das, was momentan nicht Wirtschaft ist, d.h.: Klassik kauft zwar keiner, aber es ist eine langzeitliche Kultur, hat vielleicht auch eine höhere Wertigkeit und wird deswegen auch gefördert, genauso wie Jazz. Bisschen komisch halt.
I.: Das heißt aber, um so eine Förderung zu installieren, müsste man wahrscheinlich dann erst mal sagen, dass Popmusik auch Kultur ist und nicht nur Wirtschaft?
D.R.: Ja, ja genau.
I.: Oder ist populäre Musik, also Rock, Pop, HipHop, ist das keine Kultur?
D.R.: Auf jeden Fall ist es Kultur, bloß was halt momentan in den Charts ist, ist die Frage ob das Kultur ist oder ob das nicht Kommerz ist. Das interessante ist ja: wir haben es ja mitgekriegt. Wo wir angefangen haben ´89/´91 da wurden Alben produziert. Jetzt diskutieren wir nur noch über Singles. Wir machen eine Single, gucken ob die in de DJ Rotationen läuft, wenn die DJ ’s sagen, es ist einigermaßen O.K., dann kriegt man vielleicht die Chance, dass es in der nationalen DJ Rotation läuft und wenn die dann auch noch sagen: "Das ist wunderbar", dann wird vielleicht mal ein Radiopromoter bewegt und der soll es promoten. Wenn der sagt, es ist gut, dann dreht man vielleicht ein Video. Aber bis man da hoch kommt..., d.h. sie versuchen die Kosten zu reduzieren, versuchen Produkte auf dem Markt, wollen keinen langfristigen Aufbau und mit Sicherheit ist die Plattenfirma, dieser ganze Plattenmarkt einer der Bereiche, die dafür gesorgt haben, dass eine zunehmende Verrohung in diesem Musikgeschäft stattfindet.
I.: Find ich jetzt einen interessanten Punkt, du sagst: "langfristiger Aufbau". Dieser langfristige Aufbau von der Plattenfirma ist der Bestandteil für qualitativ gute, populäre Musik?
D.R.: Natürlich. Aber wenn jetzt auch wieder die Leute die in den Plattenfirmen hocken, sind 28, frag mal einen 28 - jährigen ob er überhaupt weiß, wie man eine Gitarre stimmt.
I.: O.K. kommen wir aber wieder zurück: Wenn es diesen langfristigen Aufbau bei den Firmen nicht mehr gibt, würde es dann Sinn machen, wenn man eine Struktur schafft, mit diesem "Förderbereich" solche Entwicklungen, Vorarbeiten für die Firmen übernimmt? Also, ist es überhaupt denkbar? Also, zum Beispiel..... Müssen die Künstler heutzutage, müssen die weiter hochkommen und müssen die besser sein, müssen die eigentlich schon das gemacht haben, was früher die Plattenfirma gemacht hat?
D.R.: Ich glaube, es ist natürlich so, dass die Hörgewohnheit wesentlich höher geworden ist. Also, heute muss alles super klingen, alles muss super drücken.
Aber ich glaube auch dass ...
I.: Ich höre oft Demos oder Vorproduktionen, die sind so gut wie alte Major Platten.
D.R.: Ja, natürlich, das liegt ja auch daran, dass wir von der Schwelle der Digitalisierung jetzt profitieren, d.h. für 10 - 15.000 DM kann ich heut supergeile Musik produzieren, angeblich supergeile Musik. Das ist klar, das hat halt auch zur Marktüberflutung geführt. Weil jeder kann halt dann seinen Remix machen Ob das jetzt gut ist, ist aber was ganz anderes, weil halt doch zu guter Musik noch wesentlich mehr dazu gehört, als jetzt einen Beat zu haben und dann mal drüber zu singen. Nein, ich glaube, dass es wirklich momentan einen Musikkulturauftrag geben sollte, weil es gibt ja neben Dance Musik und neben HipHop noch eine Menge anderer Musik, die es wert ist zu erwähnen. Nehmen wir Beispiel Blues, nehmen wir Beispiel Rock, nehmen wir Beispiel Country, es gibt so viele Musikarten, die momentan vollkommen unrelevant sind. Weil halt die Charts ganz andere Sachen spielen.
I.: Und da könnte die Kulturförderung ja wieder greifen, weil es ja wirtschaftlich nicht relevante Bereiche sind? (lacht)
D.R.: Ja, ich meine das ist ein interessanter Aspekt: wer kennt B.B. King, außer dass er mal was mit U2 gemacht hat? Ich nehme es jetzt hier mal an meinen Azubis: da wurde neulich ein Song produziert

mit einem Sample von James Brown, da sagt der: "geiler Sample, hab ich gesampelt". Da hat der den gesampelt von einem DJ Sample, der wiederum auch von einem DJ und der wiederum hat irgendwann mal von "Motown" gesampelt. Und da ist, so glaub ich, der Punkt wo ich sag: "Da ist der Ansatz". Dass man den Leuten einfach erklären muss, dass die Musik ein sehr großes Spektrum ist und dass es irgendwann mal angefangen hat von Gospel bis Blues bis Jazz bis Rock bis 60er bis Beatles, links, rechts und dann sind die jetzt oben an der Spitze, aber dass kann alles aufhören. Aber dass Interessante ist, die Menschen denen man das erklärt, sind einem dankbar, weil sie endlich mal wissen: oh ja, da kann man sich ja von der Musik bedienen, das hat mich schon immer interessiert; jetzt kauft der gerade alle 70er/60 er Jahre Platten auf.
I.: Das heißt also, wenn man Popularmusik fördern will, dann sollte man auch die Geschichte, die History einbringen und auch Musikstile fördern die jetzt nicht grade hip sind, sondern wo es, sagen wir mal, wichtig ist die kulturell zu erhalten; die einfach auch wichtig sind.
D.R.: Auf jeden Fall
I.: Die halt nicht in den Charts sind.
D.R.: Die aber immer wieder in den Charts vorhanden sind, zumindest die Roots daraus, selbstverständlich. Könnte man jetzt den Kulturauftrag wieder bringen, bloß selbst da ist es immer interessant, wenn wir jetzt z.B. mal zur Musikschule gehen: da wird jetzt gerade ein neuer Musiksaal aufgebaut, was weiß ich für wie viel Millionen, nur um da sagen wir mal 1000 Musikstudenten zu halten, die dann da halt ihre Klassik proben. Das ist schon erstaunlich. Und gibt's irgendwelche Proberäume in Stuttgart, die gefördert werden von der Stadt?
I.: Ich glaub insgesamt 20.
D.R.: Die aber bestimmt nicht so luxuriös sind?
I.: Doch die sind ganz in Ordnung, aber das steht ja auf einem anderen Paket: Masse und Klasse.
D.R.: Da wollt ich auch noch sagen, dass natürlich die Musik nur dann anfängt interessant zu werden, wenn der, der die Musik macht die auch ernsthaft machen will. Ein Freund von uns der leitet eine große Musikschule in Schorndorf und der hat gesagt, dass 70% seiner Schüler eigentlich von den Eltern dazu gedrängt werden, Musik zu machen und es dann eben nur halblebig machen. Gute Musik muss von innen kommen.
I.: Das hab ich auch schon öfters gehört. Ich mein, dieses "durchbeißen" gehört ja vielleicht auch dazu?
D.R.: Ja, natürlich und vor allem grade...
I.: Es darf vielleicht auch nicht zu leicht gehen.
D.R.: Nein. Natürlich ist aber auch wieder dass Problem: Wäre schon toll wenn's Leute geben.... also, wir hatten damals das Glück, dass sich uns einer angenommen hat, der einfach mehr Erfahrung hatte und das sind dann Leute die können einen wirklich weiterbringen. Und das Schlimmste ist, wenn man zu einer Plattenfirma geht, weil Plattenfirmen ist alles schön und nett, aber in erster Linie wenn eine CD 34 DM kostet und bei einem mittelmäßigen Vertrag die Band 1,50 DM pro Album, dann sollte man sich fragen, wo das andere Geld hinkommt.
Das sollte sich jeder mal überlegen, der Musik macht: was passiert mit den anderen sagen wir 30 DM, wo gehen die hin? Und das kann kein guter Partner sein der so viel verdient an einem. Grundsätzlich nicht. Also, wenn ich jetzt irgendwo her gehen würde und würde einen Apfel kaufen, und der sagt mir der Apfel kostet 15 DM, dann sagst du zu dem: "und du mich auch". Deshalb denke ich, der letzte zum Ansprechen ist eine Plattenfirma. Das ist nicht der Garant für Erfolg oder gute Musik, überhaupt nicht.
I.: Größter Wunsch für den Standort Stuttgart und für dich?
D.R.: Standort Stuttgart ist: Aufklärungsarbeit vor den Entscheidern, ich vermute, dass sehr viel in der Politik laufen wird, auf Politikebene, und dass dort halt die, dass dort halt klar wird, dass wir jetzt in einem Medienzeitalter sind, dass sehr viel getragen wird über Imagetransfer: wie viel Geld wird ausgegeben für Image, zum Beispiel in der Werbung, und genauso muss sich die Stadt jetzt mal als Imageträger sehen. Die Popmusik birgt ein unheimliches Imagepotential in sich, wo das Verhältnis Investition zu Image 1000-fach zurückkommen wird. Man kann da als Beispiel die Jazz Open nehmen: die haben nie Gewinne erwirtschaftet, nie, es war immer Verlust und es wurde immer getragen: von Sponsoren, letztendlich auch von der Stadt. Aber es gibt einfach dieser Stadt Image, dass ist mit Gold nicht aufzuwiegen, für die Stadt.
Und das ist mein größter Wunsch, dass da was getan wird und da würde sogar auch ich Zeit investieren, um da mal ein bisschen mit den dementsprechenden Herren zu reden, weil ich glaube auch, dass die letztendlich, dass die Leute das auch sehen würden.
I.: Gut. Vielen Dank
D.R.: Kein Thema

Interview Nr. 19 mit Stefanie Wider-Groth, Musikinitiative Rock Stuttgart e.V.
3. Juli 2001 um 17.15 Uhr bis 18.15 Uhr

I: Ja, Steffi, was ist denn die M.I.R. eigentlich?
S.WG: Eine gute Frage, die M.I.R. ist ein eingetragener Verein, existiert seit 1978 und wurde damals gegründet, um der Rockmusik in Stuttgart eine Lobby zu verschaffen. Heutzutage umfasst Rockmusik weite Begriffe, weil es ja nicht nur Rock gibt, sondern sagen wir mal HipHop und es war damals ja schon Funk und Jazz Rock und Heavy Rock und ich weiß nicht was. Heutzutage ist es HipHop, Trash, Du weißt ja selber wie viele verschiedene Musikrichtungen es mittlerweile gibt. Wir sind offen für alle diese Musikrichtungen, nach wie vor.
I: Und wie viele Mitglieder habt Ihr und wie viele sind ehrenamtlich und hauptamtlich engagiert?
S.WG: Hauptamtlich haben wir nur einen, das ist der vielgerühmte Herr Gabriel Bulik, permanent ehrenamtlich engagiert ist der Vorstand, das sind 5 Leute plus 2 Beisitzer, dazu kommen noch bei Veranstaltungen zwischen zehn und 15 Helfer, die regelmäßig helfen, aber Mitglieder haben wir 250 und der Rest ist dann eben passiv. Davon, was vielleicht ganz interessant ist, sind vielleicht 15 Frauen, wenn es hoch kommt. Dafür ist die Selbstständigen-Quote im Verein glaub´ ich auf mittlerweile auf 50% angestiegen.
I: Und wie alt sind die?
S.WG: Sehr verschieden, also die jüngsten sind um die 18, die ältesten dürften jetzt so Mitte 40 sein.
I: Und tendenziell, gibt's da irgendwie einen Schwerpunkt?
S.WG: Zwischen 20 und 30 liegt der Schwerpunkt.
I: Wie viel Umsatz macht ihr und wie groß ist Euer Budget?
S.WG: Also Umsatz, weiß ich das jetzt auswendig? Soll ich nachgucken?
I: Übern Daumen.
S.WG.: Also wir kriegen halt die 79000,- DM Zuschuss von der Stadt und das ist im Prinzip unser Budget. Wir haben natürlich Einnahmen für die Proberäume, aber die gehen ja sofort
wieder raus. Also geh mal von 100.000,- DM im Jahr aus.
I: O.K. Was habt ihr für einen Aktionsradius, also woher kommen die Leute, also bezieht ihr euch nur auf Stuttgart oder auf die Region oder landesweit?
S.WG.: Größtenteils ist es Stuttgart, aber es gibt natürlich Bands wo jetzt z.B. 2 Mitglieder aus Stuttgart kommen, 2 aus Ludwigsburg und einer aus Esslingen oder so, das ist jeder Zeit drin. Also früher waren wir mehr regional, aber dadurch dass es halt jetzt den Landesverband gibt und dass im Umkreis halt auch sehr viele Initiativen entstanden sind, wollen wir denen halt auch nicht dauernd ins Handwerk pfuschen.
I: Wie viele gibt es denn da ungefähr?
S.WG: In der LARI, schätz ich, sind es jetzt ungefähr 15 Initiativen.
I: Und in der Region?
S.WG: Also das ist sehr schwer zu sagen, weil wir z.B. von Leinfelden nicht wissen, wie viele Leute dabei sind, wir wissen von Esslingen nicht wie viele dabei sind oder ob die überhaupt noch aktiv sind, existieren tun sie noch, das wissen wir und dann gibt's z.B. in Stuttgart die Musikinitiative Berg, die organisiert in einem bestimmten Bistro und beim Mineralbad Berg Blues-Konzerte, aber die haben keine eigenen Bands z.B., die organisieren halt nur diese Konzerte. Und wie hieß das, was Du noch gerade gesagt hast?
I: Motor City sonic.
S.WG: Genau. Solche Sachen. Es ist halt auch die Frage, was ist eine Initiative. Die klassische Musikinitiative hat halt in erster Linie Bands als Mitglieder und organisiert für diese Bands Konzerte, Proberäume und so weiter und so fort.
I: Da sind wir schon beim Aufgabengebiet. Also Proberäume, Konzerte organisieren, sonst noch was oder ist das der Hauptteil?
S.WG.: Das ist der Hauptteil, aber wir haben früher auch sehr viele Bandaustauschprojekte mit Partnerstädten organisiert, das ist leider etwas eingeschlafen, auch von Seiten der Stadt, von Seite der Partnerstädte auch, weil von da kommt kein Geld und nix, also wenn Du mit Cardiff einen Austausch machen willst, dann hast Du vielleicht von Stuttgart die Chance, dass Du da einen Zuschuss dafür kriegst, von Cardiff aus hast Du die Chance nicht. Und das wäre z.B. was wo wir uns sehr viel mehr Unterstützung wünschen würden, weil wir würden gerne einen Bandaustausch mit St. Louis machen oder so irgend was. Wir machen jetzt einen mit Polen, dieses Projekt, ich weiß nicht, weißt Du Bescheid?
I: Nein.
S.WG.: Das heißt, das ist so ein Internet-Projekt, der Gabriel weiß dann was das ist und wie das heißt. Da werden verschiedene Künstler, also nicht nur wir, sondern auch bildende Künstler und Web-Künstler sozusagen, junge Leute, machen da einen Austausch mit einer polnischen Stadt, Lodz glaub ich, und das kommt ins Internet, die kriegen da eine Plattform, aber die sehen sich dann auch persönlich und dann werden gemeinsam in beiden Städten Konzerte und Kunst organisiert. Ich weiß

z.B. von, früher als die Bandaustausche in Cardiff regelmäßig waren, also diese Kontakte halten bis heute. Wir haben jetzt noch Bands, die vor 10 Jahren in Cardiff waren und die auch heut noch auf eigener Basis jetzt einfach wieder nach England fahren und dort spielen, wir haben jetzt eine Band, die spielt demnächst in London, mit viel Glück im Marquis-Club und alles aus diesen alten Kontakten.
I: Das würde mich zur nächsten Frage bringen. Wie groß ist denn die Verweildauer? Es scheint eine lange Tradition zu haben teilweise, es scheint Bands zu geben, die sehr lange in der MIR sind.
S.WG: Ja gibt's.
I: Wie viele sind das ungefähr? Ist das so ein harter Kern oder?
S.WG: Ganze Bands, die heute noch genau so existieren wie damals gibt's nicht mehr viele, also wie vor 10 Jahren oder so irgendwas, aber es gibt einen harten Kern von Leuten, das dürften so 20, 30 Leute sein, die einfach immer noch da sind seit 1980, die aber inzwischen wieder in anderen Bands spielen oder so oder sich selber untereinander neu zusammengefunden haben, also da geht schon vieles.
I: O.K. Steffi, was hältst Du vom Popularmusikstandort Stuttgart?
S.WG.: Ja der Popularmusikstandort Stuttgart ist ein viel diskutiertes Thema. Er könnte besser sein, er ist nicht mehr so schlecht wie er vor 15 Jahren war, aber er könnte immer noch besser sein.
I.: Kannst Du mal beschreiben, was gut ist und was schlecht ist?
S.WG.: Was gut ist, ist, dass jetzt vor allem die Hip-Hop-Szene sich so wunderbar etablieren konnte und vor allem auch bundesweit irgendwo Resonanz kriegt. Das gilt auch für ganz Baden-Württemberg insofern, das wirklich auch viele Bands aus unserer Region auch gekommen sind wo wir Basisarbeit geleistet haben als MIR und auch über die LARI Basisarbeit geleistet haben. Das siehst Du jetzt beim Arena of Sound, es spielt jetzt eine Band), die das "Baden-Württemberg Rockt" - Festival gewonnen hat, es spielt Reammon aus Freiburg. Es gibt einfach viel mehr Bands aus dieser Region, aber auch aus Deutschland natürlich, die einfach hierzulande auf Resonanz stoßen und auch vom Publikum und von den Plattenfirmen wahrgenommen werden. Als wir angefangen haben, gab es das nicht. Es gab zwar eine Menge Bands, aber keiner wollte Musik aus Deutschland hören, keiner hat das ernst genommen, und wenn schon aus Deutschland, dann maximal aus Köln, Berlin oder Hannover, aber niemals aus Stuttgart. Insofern hat sich schon etwas gebessert.
I: Gab's ja dann schon eine Band von der MIR, die einen Chart-Erfolg hatte?
S.WG.: Wir haben jetzt die Farmer Boys z.B. die Chart-Erfolge hatten, wir haben Samir, der auch jetzt auf dem Arena of Sound spielt. Wir hatten in den früheren Jahren Thunder, die in den polnischen Hitparaden ziemlich weit vorne waren. Wir hatten BelAir, die in Japan und in Frankreich sehr erfolgreich waren, aber halt leider alles nie hier, wir hatten Tyran Pace, die waren lange Zeit Profis, wir hatten Teile von Normahl bei uns als Mitglieder, die waren auch Profis. Wir hatten 1984 ein Landesrockfestival wo eine Gruppe namens Interfaces gewonnen hat, die leider nicht zum Bundesrockfestival gefahren ist und verzichtet hat, stattdessen haben wir eine Ersatzband geschickt und diese Ersatzband hieß Pur.
I.: Ja, die Ersatzbands haben’s manchmal in sich.
S.WG.: Die Ersatzbands haben’s in sich, ja und ich weiß nicht was passiert wäre, wenn Interfaces hingefahren wären, na ja, so ist es halt.
I.: Gibt es noch was, was gut ist oder kannst auch sagen was schlecht ist oder verbesserungswürdig.
S.WG.: Was hier auf jeden Fall verbesserungswürdig ist, ist also erstens Mal die Proberaumsituation. Es gibt viel zu wenige, sie sind nicht zentral verwaltet, also meiner Ansicht nach gehören mal alle Proberäume in Stuttgart erfasst, und da gehört da eine Art Facility-Managment hin, was diese Proberäume auch irgendwo verwaltet, damit man auch einen Ansprechpartner hat als Band, wenn man einen Proberaum sucht und sagt, wo könnte etwas sein, dass ich da nicht 15 verschiedene Stellen anrufen muss und jeder sagt ich weiß nicht, sondern einer sagt ja da und da und da. Dann gibt es wie gesagt viel zu wenige vernünftige Proberäume, weil ein Proberaum muss schalldicht sein, er muss trocken sein, er braucht Strom, er sollte möglichst vielleicht auch noch über eine Versicherung verfügen oder so etwas und nicht einfach ein unbeheizter Keller wo halt im Winter der Schimmel hoch kriecht. Und ich denk, wenn man jetzt neue Bauvorhaben hat, sollte man einfach berücksichtigen, dass man in ungenutzten Kellerräumen auch Proberäume einrichten kann.. Also wenn ich allein überlege wie bei der SSB der Platz verschwendet wurde in dieser S-Bahn unten drinnen, da hätte man bestimmt 50, 60 Proberäume einbauen können, wenn beim Bau der S-Bahn damals schon jemand über so etwas nachgedacht hätte.
I.: Ist es aber nicht so, dass wenn eine Band einen Proberaum sucht, die Band gut ist, sie einen Proberaum sucht, dass sie auch immer einen findet?
S.WG.: Weiß ich nicht. Also ich mein, ich kenne nur die, diejenigen, die einen haben. Aber ich habe auch schon mitgekriegt, dass Bands auch schon aufgegeben haben, weil sie halt keinen gefunden haben.
I.: Aber man könnte auch sagen, dass das die erste Managementhürde ist, dass wenn eine Band einen Proberaum findet, dass sie dann auch den Biss hat dann auch in dem harten Musik-Biz zu bestehen. Oder ist das irgendwie falsch. Also ich will mich der Frage annähern, ob man den Musikern

und den Bands so viel liefern muss oder ob dieses Eigendurchwurschteln und durchkämpfen nicht auch eine positive Wirkung hat?
S. WG.: Das sehe ich jetzt wo anders, da komme ich später dazu zu dem Eigenwurschteln und durchkämpfen vielleicht.
I.: Gut.
S.WG.: Also mit dem Proberaum, das würde schon mal reichen wenn man sagt o.k., nimm mal an ich habe vier junge Leute, die wollen Musik machen und die sind jetzt 16, die können keinen Proberaum anmieten ohne weiteres, ohne dass die Eltern unterschreiben und so weiter und so fort, dann müssen die es unternehmen, dass die Eltern das unterschreiben. Dann müssen sie es sich leisten können, also die können nicht hingehen, bei irgend jemandem im Parterre spielen, weil der sagt, das sind halt Industriemieten, der Raum kostet 480,- DM, da geht es schon weiter und ich denk das sind einfach Dinge, die man auch billig zur Verfügung stellen muss. Ich mein , wenn man jetzt sagt, o.k. man hat jetzt nicht so viel Platz und macht 20 Proberäume und da können die Leute 2 Jahre proben und dann kommen die selber auf den Weg und kommen durch, dann können sie selber weitergucken und dann kannst Du eine Hürde in den Weg legen. Aber ich denk erst mal die Hürde, keinen Raum zu finden und dann halt zu sagen, lassen wir es halt, das ist schon allzu sehr gegeben irgendwo, also das sehe ich einfach, das finde ich schade, da könnte schon Abhilfe geschaffen werden irgendwo, in irgendeiner Form.
I.: Also sagst Du wirklich, dass es objektiv zu wenige Proberäume gibt, weil ich finde es sehr schwer zu erfassen, weil es so viele verschiedene Räumlichkeiten gibt, in denen eine Band proben kann, das ist sehr schwer zu durchschauen.
S.WG.: Das ist ohne Zweifel richtig, aber es ist für mich auch schwierig zu sagen, wo kann eine Band nicht proben? Es gibt tausend Räumlichkeiten und dann gehst Du rein und dann stellst Du nach einem viertel Jahr fest, Du kannst da nicht proben , weil eben die Nachbarn rufen oder weil sonst irgend etwas ist. Ich finde, es gibt nicht genügend Proberäume, das ist einfach meine Ansicht. Ich sehe es an unserer Warteliste, wir haben 19 Proberäume, wir waren kaum drinnen, wir könnten locker noch mal 19 Proberäume vermieten.
I.: Dann kommen wir auf den Preis. Der Preis der MIR-Proberäume ist ja relativ hoch.
S.WG.: Ja, aber das liegt schlicht und ergreifend daran, dass wir sie eben so teuer anmieten müssen. Schau mal, früher hatten wir schöne, billige Proberäume, die hatten wir auf dem Gelände von Stuttgart21, das waren alte Bauten von der deutschen Bundesbahn, die hat niemand mehr dringend gebraucht. Sie waren nicht schön, aber zweckmäßig. Das ist alles abgerissen worden und das ist leider in Stuttgart überall die Tendenz, dass alles was alt und billig ist abgerissen wird.
Das gilt ja jetzt nicht nur für unsere Proberäume, das gilt ja auch für Künstlerateliers oder so irgend was. Jeder der irgendwo billig einen alten Bau sucht, wo er halt vier Wände um sich rum hat und heizen kann, hat Pech, weil das alles abgerissen wird.
I.: Gut o.k. billig, nicht billig, also Du hast vorhin gesagt irgendwie 480,-DM pro Proberaum was teuer wäre.
S.WG.:Ja.
I.: Eure Proberäume kosten, wenn ich mich nicht irre, irgendwo zwischen 14 und 15 Mark der Quadratmeter.
S.WG.: Warm, mit Heizung, Strom und Klima und schallgedämmt und alles drum und dran und das ist billig.
I.: Ja, aber für eine Band?
S.WG.: Für eine Band ist das sauteuer, klar weiß ich, aber finde mal etwas billigeres. Bei uns kommen Bands und die sagen, wir haben jetzt einen Proberaum, für den zahlen wir 600 Mark im Monat, wir sind froh, wenn wir nur 400 zahlen müssen.
I.: Gut, es ist aber trotzdem so, dass z.B. im Bunker in der Marienstraße oder so zahlt man nicht so viel. Ist natürlich auch nicht beheizt.
S.WG.: Ja, wie viele Bunker gibt es noch?
I.: O.k. Nur die Bunker werden nicht nur, also die Bunkervergabe wird im Jahr nicht mit 79000.- Mark bezuschusst.
S.WG.: Nein, natürlich nicht. Aber wie gesagt, da ist nicht beheizt, Du hast keine Klos, du hast keinerlei Versicherung, wenn Dir da etwas passiert, dann hast du halt Pech gehabt, sag ich mal und sicher kannst du auch in einem Bunker proben, aber wie? Also wir haben auch schon in einem Bunker geprobt und uns ist halt die Anlage verschimmelt.
I.: o.k.
S.WG.: Prima.
I.: Alles klar, muss ich trotzdem noch ein bisschen nachbohren. Ihr habt ziemlich viele Bands drin und ziemlich viele Leute und Musiker, die schon lange Musik machen und die auch, du hast ja gesagt der Selbstständigenanteil steigt, das heißt Leute die theoretisch relativ viel Geld auch zur Verfügung haben teilweise.
S.WG.: Das sind keine reichen Selbstständigen.

I.: Das sind keine reichen Selbstständige, aber das sind ja auch Leute über 20 oder 25, die auch schon ihr eigenes Geld verdienen. Also es ist nicht zu vergleichen mit der Situation einer 16, 17jährigen Band, die alles Schüler sind oder Auszubildende, die kein Geld haben.
S.WG.: Richtig.
I.: Und das sind doch tendenziell die, die von der MIR eigentlich weniger profitieren rein weil sie z.B. die Proberaummiete auch gar nicht zahlen können, auch wenn sie reinkommen würden und die Alten Platz machen würden.
S.WG.: Machen sie ja auch oft genug.
I.: Dann wäre es ja trotzdem schwierig, also habt ihr Bestrebungen ein Proberaumsegment für Quadratmeterpreis, keine Ahnung, 6, 7, Mark?
S.WG.: Wenn wir uns das leisten können würde ich das gerne machen, aber wir können uns das nicht leisten.
I.: Aber ihr könnt es euch auch deswegen nicht leisten, weil ihr das andere betreibt, oder nicht?
S.WG.: Das verstehe ich jetzt nicht.
I.: Also ihr könntet ja sagen, wir suchen etwas anderes
S.WG.: Aber wir suchen ständig etwas anderes.
I.: Aber ihr versucht es ja, immer zusätzlich zu machen. Also euer größeres Problem ist wie du es beschrieben hast, ist ja, dass ihr eine Immobilie habt, die ihr voll vermietet habt, die euch aber jeden Monat Geld kostet, und zwar richtig viel Geld.
S. WG.: Sie kostet uns gemessen an dem was andere Immobilien kosten immer noch relativ wenig Geld, also da muss man auch wieder sehen. Weil wir haben sie für 12 Mark kalt den Quadratmeter bekommen und das ist wenig. Eine normale Immobilie kostet 16 Mark der Quadratmeter kalt.
I.: Gut, aber auf jeden Fall, aber das Resümee ist schon, ihr habt relativ teure Proberäume, die sind zwar qualitätsmäßig supergut.
S.WG.: Ja, das sind sie.
I.: Die Anlagen verschimmeln nicht und so weiter, aber sie sind relativ teuer und die Nutzer, die drin sind, sind teilweise schon relativ lange drin, weil sie schon lange in der MIR sind und.....
S.WG.: Ja, aber das ist der kleinste Teil. Die Nutzer, die lange drin sind, das sind vier Proberäume, wo so langjährige Mitglieder drin sind und die nutzen sie ja auch wieder mit einer anderen Bandgemeinsam.
I.: Also, nutzen die die auch zu zweit oder zu dritt.
S.WG.: Sehr häufig sogar. Wir haben nur vier Proberäume, die so klein sind, dass nur eine Band reinpasst, alle anderen sind so groß, ja klar, sind immer zwei oder drei Bands drin. Also wir haben nur drei oder vier Stück , die zu klein sind für zwei Bands, weil da kriegst du keine zwei Schlagzeuge rein, schlicht und ergreifend.
I.: Was ist denn so 'ne durchschnittliche pro Bandmiete, kann man das sagen?
S.WG.: Also die billigsten Anteile sind 208 Mark im Monat und die teuersten sind 220, wobei die 208 dann ein halber Proberaum sind, wenn sie es zu dritt machen, dann ist es noch günstiger. Da gibt es ja auch x Konstellationen, dann ist halt eine große Band drin, die zahlt ein Drittel, dann ist ein einzelner Schlagzeuger drin und dann sind noch zwei einzelne Saxophonistinnen drin oder so irgend was. Wir haben da schon lustige Konglomerate wie Proberäume finanziert werden.
I.: Ja, erzähl weiter.
S.WG.: Was ich jetzt ganz aktuell zum Popularmusikstandort Stuttgart sagen möchte, weil ich war jetzt am Mittwoch auf dieser Anhörung zur Überdeckelung der Konrad-Adenauer-Straße, da sage ich jetzt nichts dazu, aber was mir sehr wichtig wäre, was ich auch im Kulturausschuss mal anbringen möchte ist, wenn man schon an diesen Deckel denkt, diesen Deckel zu machen, auch wenn es noch so langfristig ist, es fehlt ein zentraler Platz in Stuttgart wo ohne großes Hickhack mit dem Land, das du auf dem Schlossplatz immer hast, auch mal wirklich gute Konzertveranstaltungen statt finden können, Open Air-Veranstaltungen, weil die Bühne am Killesberg geht nicht, wegen den Anwohnern, das ist bekannt, der Wasen ist vielleicht für Bon Jovi gut, aber nicht für ein Open Air wo halt bloß 500 Leute kommen, ja da ist schon die Technik viel zu aufwendig für 500 Leute. Es fehlt einfach ein Platz, wo Du, sagen wir mal, rechts und links einen Ersatz für die Freitreppe am Schlossplatz dann hast und in der Mitte hast Du eben voll versenkt eine Bühne, die Du meinetwegen runterlassen kannst, aber die Technik ist da, du musst nur noch auf einen
Hebel drücken, alles fährt hoch und du kannst anfangen.
I.: o.k. wir nähern uns paradiesischen Zuständen.
S.WG.: Aber ich mein, bitte, aber wenn andere Leute schon von futuristischen Science-Centern schwärmen können, dann kann ich doch mal von einem zentralen Platz schwärmen wo Veranstaltungen stattfinden können.
I.: Wo die Anlage gleich aus dem Brunnen fährt, futuristisch gleich.
S.WG.: Du, so futuristisch ist das doch gar nicht, entschuldige bitte, technisch ist so etwas
machbar. Du kannst zumindest Stromanschlüsse überall legen, du kannst es hinkriegen, dass Du nicht zum Hertie rennen musst oder zum Breuninger, klar mit einer Infrastruktur wo du

Veranstaltungen für 500 bis 3000 Leute machen kannst, gut, als die mit dem Hip Hop Open angefangen haben, die hätten gerne auch so etwas gehabt, wenn sie dann irgendwann mal ein Ausmaß mit 12000 haben, dann können sie ins Kickers-Stadion, weil dann lohnt sich das Kickers-Stadion.
I.: Und du meinst, so was müsste in der Stadtmitte sein.
S.WG.: Ein zentraler Platz ja, der nicht mit Rasen, Denkmälern oder Stiefmütterchen oder sonstigen empfindlichen Sachen begrünt ist, sondern einfach ein zentraler Platz. Das fände ich ganz arg wichtig.
I.: Indoor gesehen, der Live-Bereich, gibt's da irgendwie oder was ist da gut
S.WG.: Da wäre es schon, indoor wäre schön, wenn man eine Lokalität hätte mit, sagen wir mal, einen großen Saal und zwei kleine Säle und einem normalen Café, wo das Konzert umsonst ist, wo das Laufpublikum trotzdem kommt und wo du einfach kleine und größere Konzerte machen kannst, wo du auch ein Clubkonzert machen kannst wo nur 100 Leute kommen, wo du aber auch einen Saal hast wo 300, 400 Leute reinpassen.
I.: Theaterhaus?
S.WG.: Wenn das dann mal so weit ist, aber das Theaterhaus, schätze ich mal, wird voll sein, da kannst du vielleicht alle paar Monate mal ein Konzert veranstalten.
I.: Das heißt, das muß programmatisch auch auf Musik bezogen sein.
S.WG.: Das fände ich schön.
I.: Ein Musikclub
S.WG.: Ein Musikclub, wo du dann auch am Wochenende und ohne dass ständig auch der Wirt klagt, jetzt habe ich nicht genügend Geld und so, sondern wo du auch am Wochenende mal ein Konzert veranstalten kannst, damit du nicht immer am Dienstag spielen musst oder auch am Sonntag, wo so oder so kaum einer mehr außer Haus geht.
I.: Das geht nicht, weil da immer Disco und Clubgeschichten stattfinden?
S.WG.: Na ja, natürlich, du musst ja auch den Wirt verstehen, der braucht seinen Umsatz, er muß seine Pacht zahlen, er kann kein Risiko eingehen und nimmt eine Band rein, die keiner kennt womöglich, die auch noch eigene Stücke spielt, pfui Teufel.
I.: Ja interessiert es denn überhaupt jemand?
S.WG.: Also wir haben in der Röhre damals die Erfahrung gemacht, dass es interessiert, ich weiß, nicht wie es heute ist, es ist jetzt fast zehn Jahre später.
I.: Was ist denn mit der Röhre?
S.WG.: Die Röhre macht keine Konzerte mehr mit lokalen Bands, d.h. sie würde es machen, aber nach meinen Informationen bist du gezwungen für 1000 Mark Eintrittskarten abzunehmen, sprich du musst eine Miete zahlen und du hast dieses Pay to play und das finde ich eine Zumutung, vor allem für einen Club, der eigentlich vom Pachtvertrag her verpflichtet ist, lokale Bands zu fördern.
I.: Ist das von der Stadt oder?
S.WG.: Die Stadt hat damals so einen Pachtvertrag mit dem Wirt gemacht, dass er lokale Bands fördern muss und da hat er sich eigentlich dran zu halten.
I.: Könnte man das überprüfen?
S.WG.: Das könnte man ganz gut überprüfen, weil er zahlt auch ganz entsprechend viel weniger Pacht. Er zahlt meines Wissens nach um die 5000 Mark Pacht für diesen Club wo andere 30000 Mark zahlen müssten.
I.: Gibt es noch andere Leute in der Stadt, die gute Konzertangebote machen, andere Clubs, also Veranstaltungsorte, wo spielt sich das ab, der Popularmusikbereich Live?
S.WG.: Clubs? Ja gut, das kommt halt wieder sehr auf das stilistische an.
I.: Beschreib es einfach mal, also es geht einfach darum, dass wir bisschen einen Eindruck bekommen irgendwie was in Stuttgart eigentlich wo was schwierig oder gut läuft und wer da gute Sachen macht oder wo gute Rahmenbedingungen auch da sind.
S.WG.: Für Konzerte? Da muß ich schon lange nachdenken, da siehst du es. Also das Classic Rock Café will jetzt mehr machen wieder, ob das klappt weiß man nicht, aber auch der kommt schon und sagt, möglichst nur Coverbands. Für Coverbands ist es überhaupt nicht schwierig, Coverbands können überall spielen, wo sie wollen. Sie können im Arigato spielen, sie können im Littfass spielen, ich denke auch, eine Band, die bereit ist 70% Covers zu machen und ab und zu etwas eigenes einzuwerfen, die kriegt auch noch irgendwie ihre Gigs. Ganz schwierig wird es halt für Leute, die keine Sachen nachspielen wollen.
I.: Gibt's da stilistische Unterschiede?
S.WG.: Inwiefern?
I.: Dass irgendwelche Stile besser laufen. Also was läuft besonders schlecht live und was läuft besonders gut live?
S.WG.: Also ich mein, das kommt total darauf an, ich denke, Hip Hop läuft gut live, aber läuft halt auch nur, wenn's im Kickers-Stadion ist. Ich könnte dir spontan keinen Club sagen wo du jedes Wochenende auf ein gutes Hip Hop Konzert gehen kannst oder weißt du einen?

I.: Jugendhaus Mitte?
S.WG.: Ja gut, vielleicht auch irgendwelche anderen Jugendhäuser, aber das sind ja keine Clubs in dem Sinn.
I.: Was ist denn besonders schwer live zu veranstalten zur Zeit?
S.WG.: Ich sag mal jede Sorte Grusel-Metal ist immer schwer, aber das ist nun wirklich auch Geschmackssache. Was ich denk was ganz gut läuft sind so tanzbare Sachen, Reggae läuft ganz gut und so Sachen wie Trommelkonzerte läuft ganz gut. Da ist es voll normalerweise und was halt in diesem Litfass, Arigato-Bereich ganz gut läuft ist so Mainstream Rock n Roll und so Zeugs oder Blues läuft auch immer noch gut.
I.: Aber das ist dann in Kneipen und so?
S.WG.: Das ist dann in Kneipen ja und ich mein gut, wenn Du dann in den riesen Live-Bereich gehst, dann läuft im Prinzip alles mögliche gut, von Udo Jürgens bis Rammstein.
I.: Fehlt irgendwie eine Veranstaltungslocation indoor in dieser Größe?
S.WG.: Eigentlich fehlt so was, mir fehlt einfach ein auf Live- Musik ausgerichteter Club.
I.: Also in welcher Größe müsste der sein, also von ganz klein bis ganz groß oder was heißt das, wie viele Leute von bis? Von 50 bis 3000 oder?
S.WG.: Nein, also mir fehlt auf jeden Fall etwas Kleines, was so die Größenordnung hat wie das Life, ich weiß nicht ob dir das noch was sagt, also der Vorgänger vom unbekannten Tier, da war früher das Life drin. Da war jedes Wochenende Live-Musik und die hatten immer so einen Extrabereich zum Aufmachen und das so für, sagen wir mal, zwischen 100 und 300 Leute, aber mit einem starken Kneipencharakter, wo du halt wirklich nicht gekommen bist und hast eine Konzertkarte gekauft, sondern du konntest da einfach rein und konntest entweder in den Teil vom Raum wo Live-Musik war oder wenn du es nicht hören wolltest bist halt in den anderen Teil gegangen und hast da dein Bier getrunken und Billard gespielt oder so.
I.: Das muss ich mir doppelt so groß wie das Litfass vorstellen oder?
S.WG.: Na, drei mal
I.: Drei Mal?
S.WG.: Ja
I.: o.k.
S.WG.: So etwas fehlt meiner Ansicht nach. Also hallenmäßig, bei einem Hallenkonzert kannst du dann in die Villa Berg oder in das Feuerwehrhaus ausweichen oder so irgendwas. Aber so ein echter Club, ein Musikclub, das fehlt hier einfach, der den Schwerpunkt auf Live-Musik hat.
I.: Und die Rahmenbedingungen für Live-Konzerte von der räumlichen Situation abgesehen sind in Ordnung oder was Zeiten und auch was Werbung für diese Konzerte betrifft.
S.WG.: Da kommen wir auf diese Sachen von wegen wir müssen den Bands nicht alles aus dem Weg räumen. Also wir werden in letzter Zeit zunehmend damit konfrontiert, wir haben z.B. Dienstags im Prag versucht, Konzerte zu veranstalten. Jetzt ist Dienstag halt ein schlechter Tag und es kommen da nicht viele Leute, aber was wollen die Bands? Die wollen eine komplette PA hingestellt haben, die hat das Prag nicht. Eine komplette PA zu mieten kostet uns zwischen 500 und 600 Mark. Diese 500 oder 600 Mark kommen bei dem Konzert aber nicht rein.
Also brauchen wir im Prinzip einen Club, da sollte so etwas installiert sein. Andererseits wiederum sage ich, wir haben früher auch nicht mit einer kompletten PA gespielt, wir sind halt mit der Backline gekommen und das ging auch. Aber das Problem ist, die Qualitätsansprüche vom Publikum sind heute so hoch, dass wenn du als Band kommst und du hast keine PA dabei und das Zeug ist nicht so abgemischt wie die das gewohnt sind, dann kommt halt wieder keiner oder es gilt halt als schlecht oder so irgendwie.
I.: Das heißt, man müsste in die Infrastruktur investieren.
S.WG.: Ja, auf jeden Fall.
I.: Von der Bühnenpräsenz her ist auch nicht
S. WG.: Die Bühne müsste groß genug sein also
I.: Also wie ist denn auch bei den Bands, sind die, also wenn man so MTV und VIVA als Maßstab nimmt für den Musikkonsum, sind die Bands da nicht stellenweise sehr verschlafen was die Koordination angeht, was Licht angeht und so weiter?
S.WG.: Erstens mal das und zweitens Mal vor allem was den Umgang mit dem Publikum angeht. Also ich denke mir auch, du wirst ja bestimmt auch das Thema Seminare ansprechen, aber wenn wir jetzt ein Beispiel für ein Seminar machen: Da war eine Band, die eigentlich viel Bühenerfahrung haben und auch gut sind und die haben zwei neue Backgroundsängerinnen, ich glaub die waren 18 und 19. Liebe Mädels, gut gesungen und alles, aber null Blickkontakt mit dem Publikum. Dass sie sich nicht noch umgedreht haben, das war ein Wunder und ich denk mir, da gehört noch ganz arg viel dazu, dass zumindest die Leute, die die Hände frei haben auf der Bühne auch mal in der Lage sind zu interagieren und nicht bloß verschüchtert dastehen und auch mal lernen wie man eine richtige Ansage macht z.B., also so ein Seminar fände ich viel wichtiger, für eine anfangende Band so wie so, als

wenn die jetzt gleich sämtliches Vertragsrecht der deutschen Schallplattenindustrie studieren, weil das können sie dann immer noch wenn es denn so weit ist.
I.: Wer macht denn so etwas überhaupt oder wie lernt man denn so etwas, wie könnte man so etwas lernen? Gibt's jemand, der das anbietet?
S.WG.: Wir haben versucht so etwas anzubieten, hat aber dann niemand interessiert leider Gottes, weil die Leute immer denken, wir machen ja Musik und das ist toll und das muß reichen. Überhaupt jemanden beizubringen, dass Sachen wie Performance, Management wie auch das kaufmännische Gebahren einer Band und so was, dass das überhaupt wichtig ist, das an die Leute heranzubringen ist brutal schwierig. Also die meisten sagen, ach nee, ich will ja Musik machen, ich will Spaß haben. Performance, kaufmännisches, Managment ist kein Spaß mehr.
I.: Ja, Gibt's da jemand, der das anbietet oder?
S.WG.: ch kenne halt diese Seminare, die die Rockstiftung anbietet. Den kaufmännischen Bereich decken die ab, aber den Performance-Bereich decken die überhaupt nicht ab.
I.: Ja, wie ist es denn eigentlich wie wenn man, also wenn ich mir jetzt vorstelle ich bin so um die 20 und spiele in einer Band. Gibt es da so einen regulären Weg wie ich dazu gekommen bin wo ich ein Instrument gelernt habe.
S.WG.: Nö
I.: Wie kann ich mir das vorstellen, was ist da wichtig?
S.WG.: Da gibt es keinen regulären Weg, da gibt es Leute, die lernen seit dem sie sechs sind Akkordeon und spielen halt später Gitarre oder drehen Plattenteller oder was man halt macht. Und dann gibt es andere, da sagt irgend ein Kumpel, du kannst zwar nichts, aber du
machst das jetzt, dann macht er halt.
I.: Also es ist ganz individuell
S.WG.: Das ist vollkommen verschieden, es gibt Leute, die können Noten lesen und Leute, die können das nicht. Also speziell Sänger kommen oft wie die Jungfrau zum Kind zur Rockkapelle, weil da halt irgend einer sagt, hör mal zu, ich hab gehört du kannst laut schreien, also singe.
I.: Gibt's da Einrichtungen, die wichtig sind für so eine Grundausbildung musikalisch in Stuttgart sozusagen, die Musikschule ist wichtig?
S.WG.: Ja, ich persönlich finde, dass eine gewisse musikalische Grundausbildung wichtig ist. Das ist meine persönliche Meinung, wie gesagt, ich denke, geniale Ideen können auch ohne diese musikalische Grundausbildung entstehen und für meine Begriffe ist es, wenn du diese Sache verschulst, also je weniger du den Leuten die Freiheit lässt, desto unkreativer werden sie. Die Erfahrung habe ich einfach gemacht, ich denke, darunter leidet auch der Jazz. Das ganze innovative am Jazz ist irgendwie weg seit es unterrichtet wird und ein fertig ausgebildeter Diplom-Jazz-Musiker von der Schule kommt irgendwo, das ist für meine Horrorvorstellung der ausgebildete Diplom-Rock-Musiker oder Popularmusiker, Hip Hop hat auch niemand auf der Schule gelernt oder so und was als nächstes kommt weiß der Geier. Wenn ich mir eine afrikanische Regae-Band angucke, die hat halt auf der Straße geprobt mit Blechinstrumenten.
I.: Geht auch
S.: Geht gut, geht sehr gut, geht besser als wenn sie es jetzt in der Schule gelernt haben, weil da können sie Bob Marley nachspielen aber nicht selber etwas machen. Trotzdem sind musikalische Grundkenntnisse wichtig.
I.: Du hast dich ja selber schon lange mit der MIR verbunden und hast dich auch relativ
lang mit der Musikförderung beschäftigt in dem Rahmen. Gibt's da Bereiche, die wichtig wären, die so neben Räumlichkeiten und Auftrittsmöglichkeiten und so weiter wichtig wären noch zu machen, die ein bisschen im Hintergrund stehen und wie könnte man die gut machen, gibt's da irgend was?
S.WG.: Also so Coaching-Angebote, das fände ich unheimlich wichtig.
I.: Ja und wie willst du das machen?
S.WG.:Mit so einer Art Streetworker, der echt weiß um was es geht und den die Bands anfordern können und wo sie halt sagen können, komm du zu uns mal in den Proberäumen und erklär uns mal und so.
I.: Was müsste der für eine Qualifikation haben, z.B. bei der Bühnenpräsentation?
S.WG.: Ja, Fragezeichen, was will die Band. Ich mein, eine Reggae-Band braucht eine andere Präsentation als jetzt eine Trash-Metal-Band.
I.:Das heißt, man bräuchte einen Pool von Fachleuten
S.WG.:
I.: Der verschiedenen Bereiche, die du vorhin genannt hast, Bühnenpräsentation, Management sozusagen.
S.WG.: Ja sozusagen und Leute die halt irgendwo angefordert werden können. Du kannst ein Seminar halten über kaufmännisches Management, ja?
I.: o.k.
S.WG.: Aber nicht über die Bühnenpräsentation von einer einzelnen Band.

I.: Ich mein aber, wir haben so etwas ähnliches Angeboten, wir haben so, es gab ja mal so von der Musikschule und vom Cumulus aus so ein Band-Coaching-Angebot.
S.WG.: Wie war die Resonanz?
I.: Null
S. WG.: Null? Das ist dann wieder das. Aber weißt du, guck, ich guck mir das nach so vielen Jahren an und denk mir, wenn wir das damals gehabt hätten, aber ob wir das damals wahrgenommen hätten, weiß ich nicht.
I.: Aber ist es nicht so, dass wenn die Bands, du hast ja vorhin ja auch gesagt, dass die das gar nicht wollen teilweise, dass das die das Problemfeld auch gar nicht sehen. Ist es dann auch nicht einfach so, dass man so etwas dann auch nicht tun sollte und die einfach ihrem Schicksal überlassen sollte und diejenigen Bands, die das wollen und sehen, die machen das dann eh.
S.WG.: Kann sein. Also wie gesagt, es ist wie in der Schule, du weißt nicht warum du Mathe lernen sollst, aber dein Lehrer erklärt dir du musst das tun und irgendwann in 20 Jahren weißt du warum du es gelernt hast, so ungefähr.
I.: o.k. wir sind hier in einem heiklen Bereich, also schwierig.
S.WG.: Also was ich denke, man darf die Leute nicht mit Angeboten überfrachten, das auf gar keinen Fall. Ich denke schon, die Basics sind einfach Räume und Auftrittsmöglichkeiten und einfach selber machen lassen.
I.: Learning by doing.
S.WG.: Ja, das ist ganz wichtig. Weil ich denke, es ist auch ein Bereich, damit die Leute irgendwo hingehen damit sie eben nicht wie in der Schule irgend etwas hingesetzt kriegen und machen sollen, sondern weil sie es selber machen wollen und ich denke, das ist eine große Lernerfahrung, die man in einer Band macht, Lebenserfahrung, dass man Teamwork selber lernt, selber darauf kommt und nicht, dass da einer vorne steht und sagt, wir machen jetzt ein Seminar wie man Teamwork macht. Daß man eben lernt sich um sein eigenes Zeug zu kümmern und sich selbst zu managen, da kann man auch auf die Schnauze fallen, in dem Bereich kann ja wenig schief gehen im Prinzip, nicht?
I.: Also du hast jetzt so ein bisschen umrissen um was es in so einer Band geht. Also ein mal dieses wirtschaftliche, dieses Management, ein mal das musikalische Richtung Kultur, und ein mal diese Gruppendynamik.
S.WG.: Ja, wobei das wirtschaftliche ganz am Schluss kommt, also wirklich, weil eine Band, die grottenschlecht ist, die wird es in den wirtschaftlichen Bereich gar nicht hineinbringen.
I.: o.k. aber es ist auch ein Anteil.
S.WG.: Es ist ein Anteil, es fängt damit an, dass du ein Bandkonto einrichten musst, du musst dich da irgendwie managen.
I.: Wenn du das jetzt überträgst auf die Institutionen, die mit Popularmusik beschäftigt sind, auf Firmen, auf Kultureinrichtungen, auf Sozialeinrichtungen, auf Jugendeinrichtungen, wie siehst du da den Zusammenhang, also gibt es da einen Zusammenhang oder wäre es da sinnvoll, dass es, keine Ahnung, in aller Munde Publicprivatepartnership oder so, also wäre es wichtig, dass die Wirtschaft, die Plattenfirmen, die Agenturen in die anderen Bereiche mehr reingehen oder fehlen da Verbindungslinien. Also wenn du die alle anguckst sind ja alle Fachleute, Fachkräfte vorhanden. Also die Firmen wollen Geld verdienen, die Geschichten wollen quasi, dass Musikstile aufgeführt werden, dass wenn's die sozialen Jugendeinrichtungen wollen, dass sich da kreativ und sinnvoll beschäftigt wird und dass die Gruppenprozesse irgendwie richtig ablaufen. Gäbe es da eine Möglichkeit das besser zu verbinden oder ist das o.k. wie das läuft? Also du kannst Firmen, auch Clubbesitzer und so weiter mit einbeziehen.
S.WG.: Also wirtschaftliche Interessen sind immer wirtschaftliche Interessen. Du kannst von keinem Clubbesitzer verlangen, dass er sich karitativ für die Bandförderung betätigt und auf die Samstagabend-Einnahmen von seinem Club verzichtet, das geht einfach nicht. Schön wäre natürlich, wenn was weiß ich, sich drei Clubs ein Mal im Jahr zusammen tun würden und stellen ein Open Air auf die Füße. Aber das Problem ist ja, die Live-Musik-Szene und die Clubszene, das passt ja nur sehr beschränkt zusammen. Wenn ich jetzt nicht mal DJs als Live-Musik nehme, sondern da Leute nehme die ihre Instrumente spielen irgendwo, da passt das also nicht, ist das nicht wirklich kompatibel.
I.: Gut, das ist ja jetzt eine andere Geschichte, aber wenn du jetzt gerade sagst, Managment Geschichten, da gibt es ja jede Menge kleine und größere Agenturen in Stuttgart, die nichts anderes machen als die Musik zu kaufen, die haben aber in dem Klientel, bei den Bands und den Musikern, die ihr z.B. betreut da sind ja relativ wenig Kooperationen da oder sehe ich das falsch? Also wenn ich es lernen wollte, dann wäre es doch gut, wenn das jemand erklärt, der aus diesem Bereich kommt oder ist das falsch?
S.WG.: Was denn lernen? Management oder was?
I.: z.B. ja, da gibt es wenig Kooperation eigentlich oder, weil die Bands machen Musik und die Agenturen verkaufen es und die Jugendhäuser gucken, dass sie ihre Gruppen zusammen halten.
S.WG.: Ja aber das Problem ist jetzt so. Wenn jetzt eine Band kommt und hat einen Kumpel, der nicht spielt und gleich managed, Fool's Garden hat das z.B., dann hast du gute Zustände irgendwo, weil

dann vertrauen die dem, dann vertraut der denen. Wenn du jetzt eine Band hast und eine Agentur, die sich nicht so gut kennen oder so was, dann ist schon ständig dieses Gefühl, nützen die mich aus, wer nutzt da wen aus und wer tut für wen zu viel und so. Du hast da ständig ein Problem. Einfach, dass ich denke, die meisten Bands wollen lieber einen persönlichen Manager als eine Agentur. Lieber beteiligen sie ihren persönlichen Manager an ihren Einnahmen als das sie das jetzt wieder an irgend eine Agentur abgeben. Das ist so mein Eindruck.
I.: Gibt's viele oder gibt's gute persönliche Manager?
S.WG.: Sicher, gibt's. Habe ich im Laufe der Jahre schon öfter erlebt, dass es da wirklich gute Leute gab einfach, die haben sich mit der Arbeit von der Band identifiziert und haben dafür auch mitgeschafft.
I.: Wie viele, würdest du sagen, machen das in Stuttgart?
S.WG.: Das kann ich doch nicht sagen, keine Ahnung.
I.: Einschätzung. Von euern Bands, wie viel Bands
S.WG.: Ich sag mal, 30% der Bands haben so einen. Ob der allerdings bei der Stange bleibt, weiß ich nicht, das ist meistens so, dass so lange halt die Band einigermaßen tut, je jünger die Band ist, desto eher hängt da einer mit dran, der das managed. Aber bei manchen gibt es welche, da hält das ewig durch. Ich denk, dass der Morschek und der Kriwanek, die schaffen schon ewig zusammen. Manche bilden sich auch weiter, die eine Band gemanaged haben, guck dir den Bear an, die bauen sich einen ganzen Pool plötzlich auf und sind dann plötzlich eine Agentur. Also da gibt es alles mögliche
I.: Auch individuelle Geschichten?
S.WG.: Genau, aber die Fantas sind auch ein gutes Beispiel. Die Fantas haben einen gehabt, den sie persönlich gekannt haben und der hat das gemacht irgendwo. Und Fool's garden ist ähnlich.
I.: Wie ist es so im Informationsbereich? Haben Bands, Musiker und auch Publikum einen guten Zugriff auf alle möglichen Informationen, also bezieht sich auf Werbemöglichkeiten, Print, neue Medien, ist das ausreichend?
S.WG.: Ja, denke ich schon. Ich mein, du hast das Netz, jeder kann sich seine Homepage reinstellen wie er mag, wenn du heutzutage etwas rausfinden willst, dann findest du es auch raus.
I.: Die Plakatsituation in Stuttgart ist ja nicht so gut.
S.WG.: Die ist sehr mangelhaft, aber du kannst auch 50000 Plakatflächen mehr machen und sie werden alle gleich wieder überklebt sein. Es ist halt heutzutage eine gewisse Vielfalt da. Wenn, was weiß ich, vor 20 Jahren ein Rockkonzert war im Bürgerhaus Botnang war, da hast du 50 Plakate ausgehängt und die Leute sind geströmt. Heute kannst du 150000 aufhängen und es wird keiner strömen, weil da zum gleichen Zeitpunkt noch mal weitere 30 Rockkonzerte irgendwo in der Gegend statt finden. Das Problem, dein Publikum zu erreichen als Band, das teilst du mit sämtlichen anderen Künstlern, nicht einmal bloß Bands, sondern mit allen, die irgendwie an jenem einen Samstag abend irgendwen erreichen wollen, da mußt du halt gucken wie du durchkommst.
I.: Glaubst du, dass Stuttgart gute, kreative Szenen hat und ein interessiertes Publikum?
S.WG.: Ja.
I.: Ja?
S.WG.: Stuttgart hat ein super Potential, es hat auch ein sehr interessiertes Publikum, aber das Problem ist, das öffentliche Bewusstsein ist oft nicht da.
I.: Was heißt das? Bei wem? Insgesamt oder?
S.WG.: Insgesamt einfach, guck, ich erleb so oft, du machst ein Konzert und du kriegst Lauf-
publikum wenn du Glück hast. Wenn du jetzt z.B. im Classic Rock Café ein Konzert machst und es kostet keinen Eintritt, das ist das nächste, es darf keinen Eintritt kosten. Wenn du Laufkundschaft hast, du hast plötzlich einen vollen Laden und es stehen 200 Leute da, die sind alle voll und ganz begeistert, von denen wusste aber niemand, dass es statt findet, die gehen jetzt gerade mal los, von denen hat noch nie jemand etwas von der Band gehört irgendwo, aber denen gefällt es und die sind durchaus begeisterungsfähig.
I.:Würdest du den Schluß ziehen, dass die Informationsvermittlung nicht klappt?
S.WG.: Das glaube ich auch nicht, es gibt einfach zu viel. Wenn du heute die Zeitung aufschlägst und es stehen sechs Termine drinne dann denkst du nicht, jetzt gehe ich dahin oder dahin, wenn dir keiner von den performenden Menschen etwas sagt, sondern du sagst halt, aha, ich gehe dahin wo ich den besten Parkplatz kriege oder so.
I.: Das lässt aber nicht auf ein gutes Publikum schliessen.
S.WG.: Nein, es ist insofern o.k., sie lassen sich für vieles begeistern, aber sie gehen nicht gezielt dahin, weißt du, das meine ich. Die hüpfen dir bei David Hanselmann genauso begeistert mit wie bei was weiß ich, bei irgend einer jungen Band oder so was, was sie noch nicht kennen, sie müssen nur überhaupt hingehen oder wissen, dass das statt findet, das ist das Problem, aber wie gesagt, dadurch das es auch unglaublich viel gibt, ich habe es letzte Woche wieder gesehen, es waren glaube ich, es haben bestimmt 6 Bands gespielt. Das waren nur Coverbands. Das weiß ich, weil ich alle kenne.

I.: Gut, alles klar. Ihr seid ja eine öffentlich geförderte Einrichtung, ich glaub mit eine der einzigen oder der wenigen, die im Popularmusikbereich neben der Musikschule noch eine größere Förderung bekommen in Stuttgart.
S.WG.: Die Einzigen.
I.: Die Einzigen?
S.WG.: Meines Wissens. Ja gut, Cumulus kriegt ja natürlich eine Förderung, das ist ja mehr oder weniger auch eine städtische Einrichtung, also städtisch nicht unabhängig sag ich mal. IG Jazz kriegt auch noch ein bisschen.
I.: Also im Kulturbereich sag ich mal. In der institutionellen Förderung seid ihr die Einzigen und euer Budgetanteil liegt unter 3%.
S.WG.: Ja, schätzungsweise ja.
I.: Wie ist es wenn ihr irgendwelche Sachen machen wollt oder also irgendwelche Ideen habt, Aktionen machen wollt, ist die Zusammenarbeit mit der Stadt gut oder fehlt das da irgendwo?
S.WG.: Sie ist in dem Rahmen gut, indem sie eben läuft. In dem Moment wo du etwas größeres machen willst, sind eigentlich sowohl wir als als auch die Stadt überfordert, das ist halt das Problem. Wir sind halt personell überfordert, weil bei uns, weißt du ja selber, bei uns geht es darum, dass wir die Stelle halten können. Wenn wir die Stelle nicht halten können, dann ist sowieso wieder alles aus und wir können mit dieser Stelle und unseren ehrenamtlichen Sachen nur ein gewisses Quantum überhaupt erbringen. Wir würden gerne mehr machen, aber wie?
I.: Also das heißt ein Ausbau von, sagen wir mal, Popularmusikbereich bei der Stadt wäre schwierig mit einer Musikinitiativenvergrößerung oder?
S.WG.: Nein, das wäre nicht schwierig, wenn wir sie vergrößern würden, also wenn wir noch zwei Zivildienstleistende kriegen würden oder so irgend etwas, dann hätten wir schon wieder mehr Kapazität und könnten auch wieder mehr damit anfangen.
I.: Also es liegt daran, dass die Mittel begrenzt sind.
S.WG.: Es liegt einfach daran, dass die Mittel begrenzt sind, ja. Wir könnten auch ein richtig großes Konzert machen pro Quartal wenn die Mittel da wären. Also mir wäre das auch recht
wenn ich ein Mal pro Quartal sagen könnte, ich nehme das Feuerwehrhaus.
I.: Gibt's im Bezug auf die Förderung populärer Musik an die Stadt, an das Land, an die Säle
einen Wunsch von deiner, von eurer Seite, der wichtig wäre zu berücksichtigen? Also wir sind
jetzt beim Paket Wunschzettel sozusagen.
S.WG.: Also mein erster Wunsch wäre dieser Club, weil mir geht es auch darum, wenn ich z.B. Austauschkonzerte machen möchte, ich habe keine Möglichkeit einer Band, die von wo anders kommt, eine Auftrittsmöglichkeit zu bieten, habe ich nicht. Weil, das sind dann Doppelkonzerte, sprich eine Band von hier spielt mit der von woanders, früher hatten wir das, ging alles in der Röhre, wir hatten Konzerte mit bayerischen Austauschbands, Cardiff und was weiß ich was alles. Da ging echt was und so etwas bräuchte man einfach wieder, das hätte ich gerne. Das wäre mein größter Wunsch, dass wir so etwas wieder haben. Aber dann halt entsprechend ausgestattet, dass ich nicht Sonntag abends ehrenamtlich an der Kasse sitzen muß oder samstags, sondern so ausgestattet dass das laufen kann einfach.
I.: Das wäre jetzt meine Dummfrage gewesen, wenn ihr einen Wunsch an die Stadt hättet oder was passieren sollte oder was tut ihr dafür, könnt ihr dafür noch irgendwas tun oder seid ihr kapazitätsmäßig mit dem was ihr zur Zeit tut eigentlich bedient, nenne ich es mal.
S.WG.: Was heißt bedient? Mehr tun kann man immer, die Frage ist, ob man es will, weißt du? Also wenn ich so einen Club hätte würde ich mich mit Sicherheit persönlich in irgend einer Form dareinhängen, aber.....
I.: Ist das ehrenamtlich schwierig zu lösen oder?
S.WG.: Natürlich, komplett schwierig zu lösen.
I.: Das heißt, das müssten schon profesionelle Strukturen her.
S.WG.: Ja, ich bräuchte z.B. eine Gastronomie, die nicht darauf angewiesen ist, wirklich Geld zu verdienen und solche Sachen.
I.: o.k. Da waren wir ja schon.
S.WG.: Ich kann das organisieren, dass die studentische Aushilfskräfte kriegen und alles, aber ich kann nicht organisieren, dass der Getränkeverkauf gemacht wird und dass der Wirtschaftskontrolldienst zufrieden ist und was da alles dranhängt einfach, da muss halt einer da sein, der dafür verantwortlich ist. Bums aus.
I.: o.k. da haben wir jetzt einen schönen Überblick.
S.WG.: Das, ehrlich gesagt, ist mein größter Wunsch und mein zweiter größter Wunsch ist dieser zentrale Platz in der Stadt wo so etwas einfach machbar ist. Das gilt nicht nur für uns, das gilt nicht nur für den Musiker, ich denke auch, ein Tanztheater ist froh, wenn es jetzt eine Bühne hat wo es mal auftreten kann oder ein Puppenspieler.
I.: Also einen kulturellen Platz in der Stadt.

S.WG.: Ein zentraler Platz für Kultur in der Stadt, ohne dass es jedes Mal, wie gesagt, Ärger gibt, dass man den Rasen zerstört oder so.
I.: Gut vielen Dank ,Steffi.
S.WG.: Gut.
Anhang:
I.: Dritter Wunschtraum von Steffi.
S.WG.: Mein dritter Wunschtraum wäre, dass wir eines Tages eine Art MIR GmbH gründen und der Verein ist dann nur noch ein Förderverein.
I.: Das heißt mit professioneller Absicherung.
S.WG.: Eine professionelle Absicherung des Ganzen, das wäre mir eigentlich auch nicht unwichtig.
I.: Gut.

Interview Nr. 20 mit Ralf Christian Mayer von TUCAN
am 05.07.2001 im blauen Engel, Ludwigsburg

I: Hallo, Ralf. Die Geräuschkulisse ist beeindruckend hier
RCM.: Ich muss ja jetzt nicht Grüß Gott sagen hier, oder? Das kommt ja nicht im Radio.
I: Warum, kannst hallo sagen, dass kommt freundlich.
R.C.M.: Hallo - lieber Tipper, liebe Tipperin.
I: Ja Ralf, was ist TUCAN? Und was machst Du?
R.C.M.: So ne Frage, Du. Also Tonstudio TUCAN ist ein Studio, dass sich in 15 Jahren, in längerer Zeit sogar noch entwickelt hat. Also so ca. 20 Jahre, ich bin seit 15 Jahren dabei und wir beschäftigen uns mit Musikproduktion, Musikmischungen und mein früherer Partner macht noch einen Vertrieb von CDs.
I: Ein Musikverlag ist auch dabei?
R.C.M.: Da ist auch ein Verlag dabei, ja.
I: Kannst Du das ein bisschen erläutern, was das heißt, Produktion?
R.C.M.: Also die Mischung, in der Mischung ist es so, dass die Leute zu uns kommen und ihr Material komplett fertig bringen und wir bringen es auf das Format, dass der Kunde das hören kann. Also auf CD, Vinyl. Produktion würde bedeuten, eine Band kommt ins Studio und wir müssen an dem Arrangement der Band arbeiten, mit ihnen die Vocals ausprobieren, verändern eventuell und es zu einem marktfähigen Produkt führen. Das wäre jetzt die Seite der Produktion, es gibt natürlich auch noch einfach nur Aufnehmen; das heißt eine Band kommt ins Studio und sagt: hier bitte hast Du viel Geld und mach mir bitte eine Demokassette und dann spielen die das aber letztendlich so, wie sie es selber möchten, oder wie sie es selber erstellt haben auf Band und das wird dann wiederum irgendwann mal in einen Abmischungs- in ein Abmix- äh Schritt übergeben und dann brennt man irgendwann ne CD davon.
I: Wie viele Leute sind bei euch beschäftigt?
R.C.M.: Ich, also einer und ich habe zwei Assistenten, die ab und zu ein paar Sachen machen.
I: Also freiberuflich, quasi?
R.C.M.: Ja, keine Angestellten. Das können wir uns nicht leisten, wegen dem Staat.
I: Da kommen wir gleich noch dazu. Woher kommen die Künstler und die Leute, die aufnehmen lassen? Ist das auch ein Schwerpunkt in Stuttgart und der Region, deutschsprachiger Raum, Europa, Welt?
R.C.M.: Also, es ist ja schon logisch, dass die, dass sich das ganz in Stuttgart entwickelt hat und dass auch viele Stuttgarter noch gerne Gott sei Dank zu uns kommen; wir geben uns ja auch Mühe, und, oder ich, und mittlerweile...
I: Kannst Du ein paar Beispiele nennen, wen Du aufgenommen hast, wen du produziert hast, schon?
R.C.M.: Gemischt, produziert, aufgenommen, egal?
I: Egal.
R.C.M.: Also im Studio, Kunden vom Studie in jeglicher Weise waren Pur, Fanta Vier, Massive Töne, Afrob, Fischmob äh, das ist immer so schwer, da muss man auf die Website verweisen.
I: www.tucan.de meinst Du jetzt?
R.C.M.: Tomilla, Peter Hoff von Benztown, also eigentlich so alle Namen, die man aus Stuttgart so kennt, waren schon in dem Studio. Viele Leute auch mittlerweile durch die Massive Töne, durch die 0711er sind natürlich viele Leute gekommen aus Frankreich, zum Teil Leute von IM, die französische Posse eben, weil die machen ja gerade so ne french connection CD. Und da haben wir einiges aufgenommen, ein paar Sachen auch gemischt.
I: Du machst vorrangig HipHop?
R.C.M.: Das würde ich nicht so sagen, nein. Also das stimmt gar nicht, letztendlich, also ich mach sehr viel R+B, Soul auch, manchmal sehr viel Pop, das sind nur Sachen, die in dem credibilen Bereich nicht sehr bekannt sind und deswegen nicht so oft genannt werden, oder die laufen dann sehr oft halt auch in irgendwelchen Spartenradios, die wir selbst jetzt nicht so wahnsinnig oft hören. Also ich mach viel für den Peter Falk, der früher die Pur produziert hat, der macht sehr viele poppige Sachen, es wird also z.B. demnächst Nino de Angelo bei mir im Studio gemischt und ähm ja. Also mir fallen die Namen nicht immer alle so ein. Also wir haben auch mal Mixe gemacht für Duran Duran, also schon auch internationale Sachen, die sind aber meist über die Connections mit *Benztown gekommen, die kriegen die Aufträge für die Remixe und ich mische es dann.
I: Wer ist Benztown genau?
R.C.M.: Benztown ist ein Label in Stuttgart, getragen von Peter Hoff und DJ Tomilla, die haben das Benztown genannt, mittlerweile nennt eh jeder fast Stuttgart, Benztown, aber der Name liegt bei diesen zwei Produzenten.
I: Das heißt die kriegen auch Produktionen, fertige, die sie dir dann geben zum Nachbearbeiten?
R.C.M.: Na ja, sagen wir mal eher so, die Benztown Leute produzieren bestimmte Dinge, und bringen es mir dann zum nachbearbeiten.

I: Und zum am Sound feilen, oder?
R.C.M.: Genau. Sound feilen.
I: Darf ich Dich mal mach dem Umsatz fragen?
R.C.M.: Nee. Du darfst schon fragen, aber ich sag's nicht. Ich sage da gar nichts dazu, zum Umsatz.
I: Kannst Du eine Gesamteinschätzung geben, wie viel im Produktionsbereich in der Region umgesetzt wird? Eine Größenordnung? Einschätzung? Nur damit man mal einen Anhaltspunkt hat für die wirtschaftliche Bedeutung, darum geht's.
R.C.M.: Da muss ich jetzt echt passen. Weil da müsste ich jetzt irgendwie überlegen, wer was wie wo irgendwie macht. Wir haben ja Four Music, wir haben 0711, das ist für mich nicht übersichtlich zu sagen, das kann ich nicht sagen, Ich meine das sind ja.....
I: So 10 Millionen, oder?
R.C.M.: Auf jeden Fall, auf jeden Fall. Das sind weit über 10 Millionen, mit Sicherheit. Wenn man halt bedenkt, dass so ne Plattenfirma für ein Video zum Teil 2 bis 300.000 Mark bezahlt, große Produktionskosten hat, dann ist das weit mehr, auf jeden Fall. Wir brauche ja nur ein paar Namen nennen. Also wenn du Fanta Vier nimmst, Freundeskreis, das sind alles Sachen, die richtig gut laufen, also da kommst richtig Geld rein.
I: Also jetzt nur, was nur die Studios und Produzenten betrifft, also nicht den Gesamtumsatz der Branche.
R.C.M.: Ja, das ist ja auch schwierig, wenn du den, die Benztown Leute siehst, die haben ja auch ein hohes Niveau und die bekommen auch ordentlich Geld, also da ist schon, da ist schon pro Monat einiges drin, ich darf da keine Zahlen nennen, sorry, da kommen wir nicht drüber weg. Da würde ich mich in die Schlinge setzen auf jeden Fall.
I: Aber das ist RICHTIG viel Geld? Insgesamt?
R.C.M.: Ja klar, auf jeden Fall.
I: O.K.. Ja du kennst ja ziemlich viele Leute, also rein von Musikbusiness und auch Künstler, weil Du auch so eine Schnittstelle zwischen denen bist, weil Du die Sachen, die die künstlerisch produzieren, wirtschaftlich verwertbar machst, und auf ein Medium bringst. Was hältst Du denn von dem Standort Stuttgart? Was spielt Popmusik für eine Rolle und wie sind so die Rahmenbedingungen in Stuttgart?
- Unterbrechung -
R.C.M.: Wir haben kurz unterbrochen und haben kurz was über Frauen gesprochen.
I: Also wie ist es hier ein Tonstudio zu betreiben und als Produzent zu arbeiten, wie?
R.C.M.: Also der Vorteil an unserer Stuttgarter Umgebung ist das Wetter. Das ist fast in ganz Deutschland schlechter als hier, Freunde von mir wohnen in Berlin und die erzählen mir immer, dass es regnet, oder es ist bewölkt und bei mir ist es immer klasse, oder oft. Es ist jetzt dieses Jahr geht's ja jetzt grad ganz gut los. Egal. Ja Stuttgart ist ein riesiges Potenzial da an sehr guten Musikanten und sehr viel guten Bands bei denen man meiner Ansicht nach noch ein bisschen mehr gucken könnte, wie man die nach vorne bringt und wie man das Potenzial fördert. Das ist jetzt für mich als kleinen Betrieb z.B. nicht so einfach zu sagen, OK, jetzt guck ich mal nach der Band, jetzt guck ich mal nach der Band, dann guck ich mal nach der Band, weil es einfach viel Geld kostet, so eine Produktion, viel Geld und Zeit, und je mehr ich das mache, kann ich natürlich immer weniger meine Firma expandieren.
I: Also glaubst Du, dass es eine gute kreative Szene gibt? Also auch in den verschiedenen Stilrichtungen?
R.C.M.: Auf jeden Fall, auf jeden Fall.
I: Gibt es stilistisch irgendwelche Schwerpunkte, wo Du sagen würdest, das sind Sachen, wo Stuttgart besonders augenscheinlich gut ist, was die Künstler betrifft? Und wo besonders schlecht? Kann man so was sagen?
R.C.M.: Nein, das kann man nicht sagen. Also ich hab einfach in Stuttgart schon New Age Produktionen gemischt und gemacht, die sehr, sehr kreativ und produktiv waren...
I: New Age heisst Meditationsmusik?
R.C.M.: Ja, ja. New Age ist ein eigener Begriff, eigentlich, Meditationsmusik ist noch mal was anderes, es ist aber ein ruhige Musik und eine sphärische Musik. Man kann sie auch zum meditieren nehmen, so kann man vielleicht das sagen. Ähm, ich habe sehr gute Rock Sachen gehört, ich hab sehr gute Pop Sachen gehört, sehr guten Deutschrock, sehr gute HipHop Sachen. Was am bekanntesten ist, sind eben die HipHop Sachen, weil das eben gerade Trend ist. Aber vor ein paar Jahren gab es auch mal Camouflage im Einzugsgebiet von Stuttgart, dann gab es Two of Us gabs mal in Esslingen, Hubert Kah kommt aus der Nähe von Stuttgart,...
I: Pur?
R.C.M.: Pur, natürlich. Die brauche ich ja nicht zu nennen, die habe ich ja schon vorher genannt. Äh. Auf jeden Fall gibt's hier richtig gute Leute. Ich meine die ganze HipHop Namen, die brauche ich ja gerade nicht erwähnen, die kennt ja mittlerweile jeder.
I: Aber Du würdest sagen, wir haben nicht nur im HipHop Bereich ein gutes künstlerisches Potenzial.
R.C.M.: Auf jeden Fall.

I: Auf jeden Fall. Was ist denn wichtig bei so einer, also wenn jetzt eine Band oder eine Musikproduktion wirtschaftlich erfolgreich sein soll, was ist denn da wichtig, sind da also außer, der Band, ist, sind die gute Produzenten und gute Leute in einer Plattenfirma, sind die auch wichtig oder würde es auch gehen, wenn wir hier nur in der Region sagen würden wir machen hier eine gute Künstlerförderung, oder muss man das breiter sehen, muss man das im Verbund sehen?
R.C.M.: Man muss es in jedem Fall im Verbund sehen, also man muss es einfach. Ich gehe mal von einer Gärtnerei aus, es ist einfach so, du setzt irgendwann einen Samen in die Erde und der muss wachsen. Also die Erde wäre jetzt im ersten Fall einfach mal Stuttgart, das bietet den Nährboden, das betrifft Proberäume, Möglichkeiten zum Auftreten, dass man Feedback von, vom Publikum, also vom Volk im Endeffekt sieht und hat und ähm, wenn ähm, gehen wir weiter; dieser Samen dann bisschen sprießt, dann trägt der endlich mal Früchte, und diese Früchte müssen dann so positiv vermarktet werden, dass sie auch wiederum ans Volk kommen, und das gibt sich eigentlich alles die Hand. Also es ist auf jeden Fall wichtig zu fördern, dass die jungen Bands, oder jungen Musiker einfach die Chance haben überhaupt ihr kreatives Potenzial an die Öffentlichkeit zu bekommen und auch weiter zu entwickeln.
I: Dann frage ich Dich jetzt mal nach der Erde, sozusagen. Glaubst Du, dass der Nährboden gut ist, also dass es genügend Proberäume gibt, dass es ausreichend Live-Möglichkeiten...
R.C.M.: Genügend Proberäume kann es nie geben, also für Bands müssen auf jeden Fall solche Räume, kann es eigentlich nie genug geben. Also es, ich höre eigentlich immer nur Bands, die suchen. Das sagt ja im Endeffekt was aus. Also mich haben viele Bands immer angerufen und gefragt, weißt Du zufällig einen Raum, wo wir proben können, wo jetzt nicht unbedingt daneben der Nachbar ist?
I: Wobei Du ja jetzt nicht die Stelle bist, die Proberäume vermittelt.
R.C.M.: Natürlich nicht, aber die denken halt, dass dadurch dass ich halt viele Leute kenne, dass ich zufällig was im Kopf habe, oder so. Probieren kann man das, das ist ja auch gut so.
I: Wie sind die Rahmenbedingungen für, für Aufnahmen, für Produzenten, also Informationsmöglichkeiten, räumliche Situation, Ansiedlungsgeschichten? Gibt es da irgendwas, was verbessert wäre, also ein Vorschlag der kam, z.B., der war, man macht z.B. im Zentrum, wo relativ, also wo viele Leute zusammen sind, wo ein Tonstudio ist, ich glaube Du hast schon mal irgendwie, also Four Music hat glaube ich auch irgendwie ein eigene Studio, oder...
R.C.M.: Nee, die haben kein eigenes Studio, das gehört dem Andi Y.
I: Ja, also, aber wo das zusammenläuft, also dass Studio, Agentur, Plattenfirma, Label, Künstler so in einem Hause sind, also ist das, ist so was z.B. eine Verbesserung, oder braucht es so was nicht?
R.C.M.: Also ich kann sagen, dass viele Leute unter diesen Bedingungen gut arbeiten können, wenn sie in so einer kreativen Zelle sozusagen sitzen, ich persönlich bin eher ein Eigenbrötler, also ich würde in so ein Dinge nie rein gehen, weil mir zu viel los wäre, da ist mir zu wenig Ruhe da drinnen, ich kann da nicht arbeiten. Aber ich kenne viele Leute, die unter diesen Bedingungen sicherlich bessere Ergebnisse bringen würden, als wenn sie in ihren eigenen Studio mit kleinem Equipment irgendwie arbeiten würden. Also für mich ist das, ich bin da mittlerweile halt einen Schritt weiter, ich habe mich durchgekämpft und hab für mich meine Sachen, die ich brauche.
I: Was war da besonders schwer, beim durchkämpfen.
R.C.M.: Bei mir, das Schwere ist einfach, dass du über Jahre hinweg mit wenig Geld leben musst, dass heißt nicht, dass ich heute viel habe übrigens aber, du musst über Jahre um die Akzeptanz kämpfen, dass hier jemand ist, der gute Arbeit macht, und für solche Sachen ist es natürlich gut, wenn du ein Zentrum hast, wo sowieso viele Leute da sind, dann hast du dann von dem Samen bis zu er großen Ernte eigentlich alles in einem Haus vereint und dann kann jeder voneinander lernen, das ist schon ein Vorteil.
I: Geht es da also auch, geht es da um Kommunikation zwischen den verschiedenen Leuten?
R.C.M.: Logisch. Ich meine, ich habe jetzt gerade eine Band am Start, mit denen ich gerade arbeite, das sind z.B. 11 Leute, da ist die Kommunikation eines der wichtigsten Dinge um das zu koordinieren.
I: Ja, man sagt ja oft Schwaben reden nicht gern miteinander, so. Dass die ein bisschen eher gehemmt sind.
R.C.M.: Man sagt aber auch, Schwaben sind geschwätzig..
I: Wie ist das, ist da der Austausch und das Sachen untereinander abklären, läuft das gut oder ist das so, dass man einfach sagen kann, die Leute sollten theoretisch mehr Möglichkeiten haben sich auszutauschen, oder Informationen auszutauschen.
R.C.M.: Es kann nie genug sein.
I: Kann nie genug sein?
R.C.M.: Kann nie genug sein
I: Also das ist ein Kapitel sozusagen.
R.C.M.: Ja, auf jeden Fall.
I: Du hast vorhin das angesprochen zwischen Künstlern also dass es viele junge gute Künstler gibt, aber dass, sozusagen der Aufbau von den Künstlern schwierig ist, habe ich das richtig verstanden,

also dass die schon gut sind, qualitativ gut sind, aber dass es ein bisschen so an der, an dem Hinführen dahin ist, dass man das dann auch nachher verkaufen kann, beziehungsweise dass die eine Marktchance haben. Du hast Dich ja schon des öfteren auch im Jugendbereich engagiert, im Nachwuchsförderbereich engagiert, für kein Geld,...
R.C.M.: Nein, für gar kein Geld.
I: ...aus Überzeugung. Glaubst Du, dass es wichtig ist, dass es eine Lösung ist, wenn man so ein bisschen Leute aus der Wirtschaft, also die damit ihr Geld verdienen, mit jungen Künstlern und mit Non Profit Geschichten zusammen bringen um so eine Schnittstelle, so eine Verzahnung der Bereiche zu schaffen? Glaubst Du dass das ein Weg ist, der da funktionieren kann?
R.C.M.: Ich glaube nicht, dass das ein guter Weg ist, weil letztendlich gibt die Wirtschaft so wahnsinnig viel Geld aus für Werbung, und jetzt denken wir mal an so eine Geschichte wie die Big Brother Vermarktungen, wie viel da verkauft wurde an Tonträgern, stelle ich mir vor, unsere Sternfirma in Stuttgart würde da ein bisschen Förderung machen, würde ein kleines Büro einrichten, mit einem kleinen PR Manager, also jemand, bisschen untersucht und würde sagen, hey, die Band aus der könnte man was machen, da investieren wir was, und dann ist da halt auf der CD ein Stern mit drauf, dann hat das eine große Werbewirksamkeit, denke ich mal, da ist, Hand in Hand geht das dann.
I: Also public private partnership Geschichten, wie man so schön in Neudeutsch sagt.
R.C.M.: Warum nicht, das ist eine gute Idee, an sich.
I: Und bietet auch ein großes Potenzial für die Firmen und die Künstler auch.
R.C.M.: Da ist jetzt wahrscheinlich die Kommunikation nicht da, das heißt so eine Firma wie Daimler Benz, die haben natürlich einen riesengroßen Firmenbereich und die trauen sich natürlich an so was nicht so sehr ran, weil sie für so was, weil sie nicht genau wissen, wie kann ich einschätzen, ob das nachher auch funktioniert, ja. Das heißt die müssten eigentlich mal so drei oder vier so Geschichten machen und dann gucken was läuft, also ähnlich wie das eine Plattenfirma macht. Also aber ein Zusponsoring oder was weiß ich was, also den Bands zusätzlich ein paar Instrumente zusätzlich, keine Ahnung. Ich weiß nur, es gäbe eigentlich mannigfaltige Möglichkeiten, da an Unterstützung zu machen.
I: Ist das ein Imageproblem, was diese Musik hat, also sagen wir mal dreckig, laut, Drogen, also ist das vielleicht auch ein Imageproblem, vielleicht auch ein Standortimageproblem, dass man sagt Stuttgart ist keine Medienstadt und da was zu machen, da gehe ich gleich nach Köln, also anstelle z.B. von Daimler Benz, wenn man so was macht, oder nach Berlin, Hamburg?
R.C.M.: Ja zumindest ist äh haben die keine Konversation miteinander, ich möchte es mal gar nicht werten, ob das jetzt eine Imagegeschichte ist. Das weiß ich nicht, das hat wahrscheinlich jeder in seinem Kopf so drin, aber es ist ein Problem, dass man überhaupt nichts aufgreift und weil die Leute da in diesem Fall nicht miteinander reden. Weil, ich meine, Daimler hat ja auch schon progressive Werbung gemacht, also können sie auch mit den jungen Leuten umgehen, also, das ist vielleicht dann eher eine Zielgruppenfrage, wenn ich das jetzt von Mercedes..
I: Höchstens Smart Fahrer oder so
R.C.M.: Ja, immerhin, ja klar. Fahren viele junge und viele HipHops z.B. aus Stuttgart fahren Smart.
I: Bandit:S haben gerade einen gewonnen.
R.C.M.: Na also.
I: Aber wie ist das, wenn wir jetzt von Musikforen reden, also dieser Aufbau von Künstlern, wessen Aufgabe ist das, wo ist da die Übergabestelle? Also ist es die Aufgabe von der Stadt, von einer öffentlichen Hand, die Künstler soweit fit zu machen und zu briefen, dass die Firmen nur noch herkommen müssen und dann geht's schön weiter, oder muss das nicht weiter runter gehen, also früher ist ja, ich weiß nicht, das kannst Du besser beurteilen, ich glaube ja früher hat man viel früher als Musikfirma bei der Künstlerförderung eingesetzt und viel nachhaltiger auch Bands aufgebaut, als das heutzutage passiert. Jetzt ist die Frage, jetzt steht man als Stadt oder als Nachwuchsförderer da und dieser Aufbau von Bands, von Gruppen so nachhaltig, der wird von der Wirtschaft einfach nicht mehr getan, wie soll man damit umgehen?
R.C.M.: Ich meine, als aller erstes kommt erst einmal die Arbeit einer Band, die kann man nur damit unterstützen, indem man ihr einen Nährboden gibt, wie gesagt vorher schon mal mit den Proberäumen, und die Kommunikation zwischen der Musikindustrie jetzt, was Stuttgart betrifft und den Bands, da ist es eben der Weg, dass sich die Bands irgendwann vorstellen bei diesen Firmen.
I.: Braucht es da, wen braucht man da, da braucht es gute Manager für die Bands, also braucht man da Leute, die sich im Musikbusinessbereich so ein bisschen auskennen, also so eine, ich sage jetzt mal so eine Kapelle aus 8 Leuten mit so 17, 18, 19 Jahren, die hat ja in dem Musikbusiness jetzt nicht unbedingt die besten Karten, dass man sagt ich gehe jetzt an die Plattenfirma...
R.C.M.: Ein guter Manager ist in jedem Fall ein ganz wichtiges, kann ein ganz wichtiger Faktor sein. Oder es kann auch einer in der Band sein, der ein guter Manager ist.
I: Müssen die auch so Grundlagen Know how haben übers Musikbusiness oder ist das nicht so relevant, müssen die nur kommunizieren können?

R.C.M.: Es ist ein ganz großer Vorteil, wenn sie vom Musikbusiness eine Ahnung haben, wenn sie sich da auskennen ein bisschen, weil ich meine, sonst kann das sehr schnell so sein, dass du einen schlechten Vertrag bekommst, oder einen schlechten Vertrag unterschreibst und dann halt im Endeffekt nichts verdienst. Ich habe jetzt erfahren, dass, oh, das darf ich jetzt gar nicht sagen. Ich nehme es wieder zurück.
I: Also Herr Mayer gibt ungern Interna preis, die ganze Musikszene Stuttgarts muss keine Angst haben. Ja, kennst Du ein paar gute junge Manager, oder, also gibt es da viele, oder gibt es da eher wenige. Also würdest Du sagen, dass es da gute Leute gibt und viele Leute gibt oder würdest du sagen das ist eher ein Bereich, also es gibt zwar viele Leute, die gute Musik machen, junge, aber es gibt wenige Leute, die so die Funktion Management übernehmen.
R.C.M.: Diese Katalysatorfunktion. Gibt es eigentlich nicht so viele gute, finde ich, ja, es gibt wenig, es gibt sehr wenige.
I: Hast Du eine, also du hast ja relativ wenig mit der Stadt zu tun, also Du hast vor allem mit Plattenfirmen und Künstlern zu tun, hättest Du eine Idee, einen Wunsch, der für die Musikszene und für die Musikbranche in der Region ganz wichtige Rahmenbedingungen schaffen würde, was zu wenig da ist, also kannst du ein paar Sachen sagen, die einfach wichtig wären, damit da eine gute Entwicklung erfolgen kann?
R.C.M.: Also es wäre gut, wenn sich Künstler sowie Manager und alle Leute, die mit Musik zu tun haben in Stuttgart und mit Musikproduzenten, da wäre es gut, wenn sie eine Anlaufstelle hätten, zu der sie gehen könnten und sich informieren können und ihre Fragen beantwortet bekommen, da sie - ja. Schon alles.
I: Nur Künstler, oder auch für junge Firmen?
R.C.M.: Auch für Firmen, klar.
I: Was müsste so eine, so ein Ansprechpartner, so eine Koordinierungsstelle, was müsste die leisten können? Also außer der Informationsübergabe, wo der Proberäume ist, und wo man auftreten kann?
R.C.M.: Einfach Beratung, z.B., Beratung, vertragliche Seite, d.h. wenn die Bands, die ja kein Geld haben, einen Plattenvertrag oder so was angeboten bekommen von irgend jemandem, von irgendeiner Firma, dann wäre es gut, wenn jemand da wäre, der mit ihnen den Vertrag checkt, weil so 4eine Vertragsprüfung die kostet halt leicht mal 1000,00 DM normalerweise, in diesem Fall, damit sie mal ein bisschen Musikrecht, übers Musikrecht ein paar Sachen erfahren, eventuell auch ne Stelle die weitere Kontakte zu Plattenfirmen herstellt, ...
I: Eine Schnittstelle?
R.C.M.: Eine Schnittstelle, direkte Kontakte, die dann zu Plattenfirmen Kontakte hat, äh, die eventuell dann mal jemanden kennt, die dann sagt: hey, hör mal das Band an, das könnte interessant sein, was könnte man da machen.
I: Das wäre dann so ein vorangestellter A&R?
R.C.M.: Genau, so ein A&R, der, der nicht unbedingt wahnsinnig genervt ist, weil er das Millionste Tape heute anhört.
I: Der müsste dann aber auch über die Trends Bescheid wissen, müsste sich musikalisch auch ein bisschen auskennen.
R.C.M.: Auf jeden Fall, ja, muss schon musikalisch sich auskennen. Müsste schon jemand sein, der mit Musik auch schon früher zu tun hatte, also ich meine es würde wahrscheinlich nicht reichen, wenn man in Stuttgart auf dem Königsplatz einen kleinen Office aufstellt und da steht ein Typ, der kann Verträge und der kann alles machen, sondern da müsste man schon ein kleines, kleines Kreativzentrum, das kann man ja ausweiten, das muss ja nicht nur für Musik sein, das kann ja auch für Bildkünste sein oder für solche Dinge. Das ist auf jeden Fall wichtig zu fördern.
I: Das heilst die Verbindung zu den anderen Medien ist auch wichtig?
R.C.M.: Auf jeden Fall. Ich finde, dass...
I: Also abgetrennt Popmusikbeauftragter, der da im Amt sitzt ist es nicht?
R.C.M.: Nein. Ich glaube sowieso, dass das irgendwie in einem Umfeld sein müsste, wo die Musiker sich nicht gleich wieder wie in einer Plattenfirma fühlen, sondern es muss irgendwie was sein wo sie sich wohlfühlen, wo sie sich auch wirklich getrauen zu sagen, was sie wissen möchten und wovor sie Angst haben, also es muss
irgendwas sein wo sie sich wohlfühlen. Also irgendeine Institution wo man einfach hingehen kann, wo man in dem Stil, wie halt die Jugendlichen oder die jungen Leute sind einfach sich hinsetzen können, auf einem Ledersessel, oder was weiß ich irgend einen alten, keine Ahnung, auf jeden Fall irgendwas, wo sie sich wohlfühlen, das sie auch wirklich mit dem rausgehen, rauskommen, was sie auf dem Herzen haben.
I: Wenn so eine Stelle auch Firmen und junge Firmen beraten sollte und helfen sollte, dann müsste das ja anders sein, oder nicht?
R.C.M.: Wieso?

I: Nicht? Also wenn sich hier so eine Agentur hier ansiedeln würde, oder ein Tonstudio Räume sucht und die Leute richtig ernsthaft damit Geld verdienen wollen, 100% und Kapital mitbringen, dann kann man die vielleicht nicht in einem verratzten Sperrmüll-Jugendhaus beraten.
R.C.M.: Ja das ist sicherlich ein bisschen übertrieben gewesen, aber es gibt da sicherlich eine Zwischenweg, oder nicht, der für beide Seiten nicht anstößig ist. Mit Sicherheit, bin ich überzeugt davon. Ich kann auch drei Räume einrichten und es ist immer derselbe Berater der sich umsieht.
I: Also Du denkst auch, dass das mehr Leute sein müssten, also Fachleute aus verschiedenen Bereichen?
R.C.M.: Auf jeden Fall, auf jeden Fall.
I: Und wo neue Medien, Film, Musik, Nachwuchsmusikförderung, Bandförderung, Firmenansiedelung - hab ich was vergessen? - Information, Beratung so in dem Themenkreis? Glaubst Du, dass so was städtisch möglich ist, oder glaubst Du dass so was eher selbständig, frei sein sollte? Also wie sind Deine, hast Du schon mal Kontakt mit der Stadt gehabt?
R.C.M.: Ich wüsste jetzt nicht, welche kommerzielle Firma sich diesen Schritt jetzt erst mal antun würde, da die Möglichkeit jetzt, wir reden ja von Leuten, die erst mal anfangen wollen sich hier anzusiedeln, das heißt sprich es ist einfach kein Geld gerade da. Also ist dieses Ding von einer Firma, wenn es kommerziell genutzt ist nicht gut, weil die Firma dann natürlich irgendwann irgendwelche Prozente davon abziehen wollte, um, um diese Beratungen und diese Weitervermittlung zu machen, weil es macht ja keiner, es stellt ja keiner irgendwie ein Haus hin, um das dann jahrelang abzuzahlen und nichts zu verdienen dabei. Das heißt, im Endeffekt könnte das schon eine Aufgabe der Stadt sein so was zu machen, weil natürlich die Stadt letztendlich davon profitiert, wenn hier Betriebe funktionieren und wir hören jetzt hier ja jetzt gerade z.B. auch in den Nachrichten, dass die mittelständischen Betriebe im Augenblick fast am aussterben sind und zwar weil der Nachwuchs, also meistens die Söhne der Väter sozusagen den Betrieb nicht übernehmen wollen, und dass die jetzt gerade die Wirtschaft in der Region schon ein bisschen Angst hat, dass diese mittelständischen Betriebe kaputt gehen könnten in den nächsten 10 Jahren von 700.000 Leuten, ich weiß es nicht mehr genau. Und es ist dann auf jeden Fall nötig wieder neuen, neuen Raum zu schaffen für andere Leute.
I: Gut. Wenn man das jetzt in Deutschland sieht. Wie siehst Du Stuttgart jetzt im Vergleich zu Köln, München, Hamburg, Berlin, also ist das ein Problem im deutschlandweiten Business, sozusagen dass man ja nicht wirklich in einer Medienstadt sitzt, oder dass das halt sehr klein ist, überschaubar?
R.C.M.: Also ich merke halt, dass alle Leute nach Berlin abwandern im Augenblick, was halt natürlich den Vorteil hat also in Berlin. Das ist so wie so ein ganz kleines rosa Nest, so mit Watte gebaut, du legst dich hin und brauchst eigentlich nur noch den Arm auszustrecken, dann ist die Firma da, dann ist der Anbieter da, dann kann man das da holen, dann kannst du eigentlich alles innerhalb von einem Tag erledigen. Das ist in Stuttgart nicht mehr so, wir haben die Intercord verloren in Stuttgart, wir können froh sein dass die Four Music noch da sind, die haben sich das auch schon überlegt, es ist eigentlich kurz vor 12 hier in Stuttgart. Weil wenn Four Music auch abgeht, dann wird es, was Musik angeht relativ krass, weil dann noch weniger Nähe zu den Bands überhaupt da sein kann.
I: Weil keine Firma mehr da ist.
R.C.M.: Weil keine Firma mehr da ist, wo keine Firma ist, ist keine Nähe.
I: Hat dieses, hat dieses ruhige überschaubare, hat das auch Vorteile?
R.C.M.: Es hat auch Vorteile, ja.
I: Du hast gerade gesagt, Du bist Eigenbrötler, Du willst Deine Ruhe.
R.C.M.: Für mich ist es ganz gut, ich habe mir lange überlegt, nach Berlin zu ziehen, um da was zu machen, es ist mittlerweile Gott sei Dank so, dass die Leute auch zu mir kommen, aus Hamburg, aus Frankfurt aus Berlin, das heißt ich kann in dem schönen Wetter hier verweilen und krieg dann den Spirit aus Berlin oder Hamburg oder Köln oder Frankfurt, die bringen den dann mit. Äh.
I: Das heißt, die Qualität für die Du dann stehst...
R.C.M.: ... die reicht auch für Berlin
I: Gut, das war es eigentlich schon. Hast Du irgendwie einen größten Wunsch? An den Popmusikstandort, an die Förderung vom Popmusikstandort, den Du noch nicht genannt hast?
R.C.M.: Nein. Have Fun. Ich habe keinen Wunsch.
I: Spaß haben ist auch ein gutes Stichwort. Nicht so verbissen sein. OK, vielen Dank Ralf Christian Mayer.

Interview Nr. 21 Harald Stanger, Musicclub Limelight,
am 05.07.01, 16:00 –17:00 Uhr iM Limelight, Stuttgart

I: Hallo Harald.
H.ST.: Hallo.
I: Du bist der Geschäftsführer oder Inhaber des Limelight?
H.ST.: Inhaber
I: Was ist das Limelight genau, was macht ihr?
H.ST.: Das Limelight war bzw. ist geplant worden als Live-Music-Club, ausschließlich Live-Musik, so wie für internationale Bands, sowie auch lokale Bands aus dem Großraum Stuttgart.
I: Das heißt ihr veranstaltet Live-Konzerte
H.ST.: Ja
I: Wie viele pro Woche? Jeden Tag?
H.ST.: Ich würde es mal so sagen, im Schnitt ca. 20 Veranstaltungen im Monat, wobei es jetzt mittlerweile seit letztem Jahr im Oktober zwei feste bzw. regelmäßige Partytermine gibt, das ist ein Mal eine 80er Party und eine Independent Wave Party.
I: Fest?
H.ST.: Ja genau, die sind immer am ersten Freitag vom Monat ist die Independent Wave Party und am dritten Samstag ist die 80er Party.
I: Und was kommen für Bands zu dir?
H.ST.: Also von der Musikrichtung her, es gibt verschiedene Veranstalter hier auch
I: Und wer ist das hauptsächlich?
H.ST.: Also ich auch und dann gibt es noch den Michael Schmidt, der veranstaltet mehr so die Punkrock Geschichten und ich mache mehr Sachen Musik für Musiker, ich mach auch Drum Workshops z.B. Ich mache jetzt einen Gitarren Workshop und in ferner Zukunft wird sehr viel Fusion, Jazzrock, aber dann auch mit internationalen Größen hier dann auftreten, ich meine, das haben sie in der Vergangenheit auch schon gemacht oder wie soll ich das sagen, es haben schon sehr namhafte Musiker hier gespielt. Clubshows mit Leuten von Supertramp, von, oh Gott oh Gott, von Pur waren schon ein paar Leute da, also es ist eine unendlich lange Liste.
I: Man muss dazu sagen, der Club hier ist relativ klein, wie viele Leute passen denn hier rein? Also sagen wir mal, will sagen wie groß er ist. Also ich würde so sagen 15 auf zehn Meter.
H.ST.: Ja
I: Ja, also das heißt man kann auch einfach hier rein kommen und Konzerte veranstalten, wenn man das will.
H.ST.: Das würde gehen. Es gehen auch Privatpartys, also ich hatte auch z.B. wenn jetzt jemand seinen 40sten Geburtstag hier feiern wollte mit einer Blues-Band oder auch egal mit was für einer Band, hat hier natürlich die Möglichkeit, weil der Club komplett ausgestattet ist mit PA, mit allem was man braucht, um hier ein vernünftiges Konzert durchzuführen.
I: Was verlangst du da so im Schnitt?
H.ST.: Also, das einzigste, für den Raum selber verlange ich nichts, das einzigste an Kosten für denjenigen, die anfallen, das sind PA-Kosten und derjenige wo den Sound halt macht.
I: Das ist geldmäßig?
H.ST.: Geldmäßig ist das so zwischen 200 und 300 Mark.
I: Das ist sehr human.
H.ST.: Ich denke das ist fair.
I: Was ich unbedingt fragen muss, das fragt sich nämlich jeder in Stuttgart, es ist ein ziemlich kleiner Laden und es kommen hier Bands aus Übersee, aus ganz Europa und es passen hier keine 500 oder 1000 Leute rein. Da muss man sich schon fragen, wie trägt sich das? Weil so Bands zu holen kostet doch einen Haufen Geld.
H.ST.: Also zum einen muss ich sagen, dass so internationale Überseebands, die hole ich ja nicht für eine Veranstaltung her, sondern das wird von professionell arbeitenden Konzertagenturen werden die Bands nach Europa geholt und die Bands sind dann nicht nur für eine Show in Europa, sondern es gibt dann ausgedehnte Europatourneen. Also die Bands von Übersee sind dann teilweise bis zu vier Wochen in Europa und touren hier praktisch durch jede größere Stadt in Europa und dadurch trägt sich das und lässt sich das auch finanzieren.
I: Kannst du sagen bis was zu einer Gagenvolumen es für die Bands geht, die hier kommen?
H.ST.: Man muss mit berücksichtigen welche Band man zu welchem Eintrittspreis auch verkaufen kann. Ich kann jetzt z.B. sagen, ich habe hier jetzt Musiker von der Band Sting z.B., die wo sehr bekannt sind und hier anrufen und sagen, sie würden gerne eine schöne, kleine, schnuckelige Clubshow machen, dann kann ich sagen, gut für solche Bands kann ich hier vorne problemlos 40 Mark Eintritt verlangen. Das kann ich aber nicht machen bei einer Newcomerband z.B. oder bei einer Band, die einfach noch nicht den Status hat, um sich bei dieser Preiskategorie einzureihen.

I: Wo ist denn da das unterste Eintrittgeld?
H.ST.: Also, es kommt immer darauf an, die lokalen Bands versuche ich natürlich auch immer, dass die sich nicht zu billig verkaufen, aber auch nicht zu teuer. Also die meisten lokalen Sachen sind so zwischen acht und zwölf Mark. Es gibt natürlich jetzt auch lokale Bands, die sich schon einen gewissen Namen erspielt haben im Großraum Stuttgart
I: Sag mal ein paar
H.ST.: z.B. jetzt am Freitag, den 13. Juli die Band ChinChilla, die hier locker lässig so knapp an die 100 Leute hier reinbringen wird und die dann auch 15 Mark Eintritt verlangen können.
I: Wie machst du die Deals mit den Bands, also wenn du jetzt veranstaltest, zahlst du denen Festgage eher oder sagen wir mal den jungen Nachwuchsbands
H.ST.: Es gibt in der Regel Prozentedeals, die wo man sich irgendwie darauf einigt, wenn man sieht was für Unkosten da sind, dann kann man sagen, o.k. z.B. vom Eintrittspreis 70 : 30
I: Also Unkosten habe ich diese 300 Mark im Hinterkopf, also von der Miete
H.ST.: Ja, aber ich mache das natürlich immer, also ich bin ein Freund, es gibt in Stuttgart sehr gute lokale Bands und die möchte ich auch dementsprechend unterstützen und sag dann einfach, die einzigste Kosten, was auf die Bands zukommen, sind praktisch die Kosten für den Soundman, der hier alles betreut und für die PA etc., ja das sponsere ich dann praktisch dann der Band zugute, dass die hier trotzdem kostengünstig einen richtig guten Auftritt machen können.
I: O.k., das Publikum was zu den Konzerten gezogen wird, wo kommt das her? Schwerpunkt Stuttgart, Region, teilweise landesweit?
H.ST.: Es ist unterschiedlich. Es kommt darauf an, was für eine Band das ist, Wochentag ist natürlich immer so ein Punkt, wenn ich jetzt eine Band am Wochenende habe, die wo auch überregional bekannt ist, dann werden sicherlich auch z.B. viele von der Umgebung kommen, mache ich aber eine Band aus Stuttgart, die wo überregional auch nicht so bekannt sind, dann werden auch nur Stuttgarter kommen und dann braucht man auch immer wieder die Hilfe der hiesigen Fachpresse, sprich Lift, Prinz, die Tagespresse ist sehr wichtig, Stuttgarter Zeitung, Stuttgarter Nachrichten, die mich auch sehr gut unterstützen, das muss ich wirklich sagen.
I: Jetzt sind wir schon mittendrin im Popularmusikstandort beschreiben, machen wir gerade bei den Werbemöglichkeiten weiter. Was läuft gut, Presse hast du gerade gesagt ist sehr wichtig, läuft ganz gut was Tagespresse anbelangt
H.ST.: Die Werbung, die Promotion jetzt für irgend ein Produkt, ob das jetzt eine Band ist oder für sonst etwas anderes, also ich sehe das wie ein Rad, das was ich gerade gesagt habe mit der Monatspresse und der Tagespresse ist ein kleines....
I: ....Zahnrädchen?
H.ST.: Ja, also die beste Aktion ist immer noch selber Plakate aufhängen, Flyer verteilen und zwar, also wenn ich jetzt hier mit ChinChilla eine Heavy Metal Band habe, dann bringt es mir nichts, wenn ich bei einer Hip Hop Veranstaltung irgend welche Flyer verteile und das wird ja viel gemacht, das man einfach die Flyer raushaut, Hauptsache die sind draußen. Ich mache das ganz anders, ich versuche immer auch über die Monatspresse zu schauen wo lohnt es sich hinzugehen, wo habe ich das Zielpublikum, wo ich ansprechen will
I: Also du versuchst eine zielgruppenspezifische Werbeschiene zu fahren.
H.ST.: Ja, und das geht am besten nur mit Flyern, dass wenn z.B. im Longhorn eine Heavy Metal Band spielt, da geht man dann hin und da verteile ich z.B. gezielt für hier eine Veranstaltung wo genau dem selben Musikstil entspricht.
I: Beim Plakatieren ist es ja ein bisschen schwierig, oder?
H.ST.: Das ist ein sehr großes Problem in Stuttgart, gerade so für kleinere Clubs wie ich jetzt, ich mein, ich bin ja nicht der einzigste in Stuttgart, aber ich bin überzeugt sich da sehr schwer tun. Wir versuchen einfach in der Szenegastronomie, also so Indoorplakatierung zu machen, also sprich es gibt so verschiedene Szenekneipen wo auch potentielle Konzertgänger auch hingehen wie Schlesinger, Oblomov etc. etc.
I: Wie viele Mitarbeiter hast du?
H.ST.: Also ich habe mit mir noch drei Aushilfen.
I: Also du machst das alleine mit drei Aushilfen.
H.ST.: Ja.
I: Wie viele Veranstalter kommen hier rein?
H.ST.: Es ist unterschiedlich
I: Wenn man im Monat so 20 Konzerte nehmen, wie viele Leute stehen dann dahinter?
H.ST.: Maximal vier.
I: Das ist Micha mit Fucking good concerts
H.ST.: Ja genau, der Robin Bauer z.B. der wo das trash a go go, der macht hauptsächlich so die sixties beat, funk, soul, garage, rock n' roll Sachen und dann gibt es noch ein paar Leute, die jetzt nicht regelmäßig hier etwas machen, die aber immer wieder mal, z.B. derjenige wo die zwei Partys macht, der macht auch immer wieder mal Veranstaltungen und dann halt noch ich.

I: d.h. ich muss dich so als Wirt sehen, der guckt, dass das Programm insgesamt abgerundet ist. Ist das richtig?
H.ST.: Das ist richtig, aber ich mache auch meine eigenen Veranstaltungen.
I: Das ist klar.
H.ST.: Nur ich selber, also niemand kann irgendwie 20 Veranstaltungen professionell durchführen, das ist ein Ding der Unmöglichkeit würde ich jetzt mal sagen.
I: Kann man davon leben?
H.ST.: Bis jetzt kann ich noch, bis jetzt lebe ich noch. Ich werde mit Sicherheit nicht reich, das war auch nie meine Ansicht. Da muss ich dazu sagen, dass ich früher selber professionell Musik gemacht habe. Ich habe in New York am Drummer's Collective Musik studiert und das war schon immer mein Traum irgendwie so etwas zu machen und ich habe das Ding niemals aufgemacht, um irgendwie abzusahnen, abzuzocken, ich habe einfach Spaß an dem Ding.
I: Das ist erfrischend.
H.ST.: Und so lange ich meine Miete und das bisschen Essen was ich brauche zahlen kann, dann bin ich eigentlich glücklich.
I: Also das umschreiben wir so, jede Mark für die Musik und für dich so viel wie du brauchst.
H.ST.: Ja genau. Es ist sehr viel Arbeit hier, es ist mit Sicherheit nicht so, dass man nur die Tür aufschließen muss und hier den Hahn aufmachen muss, sondern es ist ziemlich viel drum rum, wo eigentlich die Besucher letztendlich nicht sehen.
I: Kommen wir zu den Besuchern. Findest du, dass es da eine lebendige Live-Musikszene gibt insgesamt?
H.ST.: Die gibt's, es gibt v.a. spezifisch auch bei Musikrichtungen, die nicht mehr populär sind, also wenn ich so Sixties, Beat, Funk und Soul nehme ist ein riesiges Potential da, weil es ist einfach Dancemusic wo dann von Jung bis Alt kommt. Es gibt schon eine gewisse Szene oder auch z.B. bei Rockabilly, Rock n' Roll, es gibt da schon noch eine Szene und die Leute speziell bei Rockabilly, die sind bereit Hunderte von Kilometern zu fahren für irgend eine Rockabilly-Band.
I: Wenn du so eine Hitliste anlegen müsstest, erfolgreichster Stil zur Zeit und am wenigsten erfolgreicher Stil zur Zeit?
H.ST.: Gute Frage, schwere Frage, es kommt immer
I: Also Standardaussage ist, das beste und unschwierig ist Hip Hop in Stuttgart, das schlechteste melodischer Rock.
H.ST.: Das kann man nicht sagen, weil ich sage immer, so lange in Stuttgart Bands wie Aerosmith, jetzt wenn man mal die ganz großen nimmt, Bon Jovi etc. etc. Wer letztendlich füllt den da die großen Hallen? Wenn ich irgendwie eine Hip Hop Band angucke, lass es wegen mir die fantastischen Vier sein, die relativ erfolgreich sind und ich auch irgendwie stolz bin, dass solche Bands aus Stuttgart kommen. Aber letztendlich ist es doch immer der Rock n' Roll wo überlebt. Wer weiß wo der Hip Hop in zehn Jahren ist. Ich kann dir Brief und Siegel geben, dass es in zehn Jahren immer noch Rock n' Roll gibt, der nie stirbt.
I: Kommen wir mal ein bisschen zu den Künstlern, die es in der Region gibt. Wie schätzt du das ein? Findest du, dass es qualitativ gute Künstler, also musikalisch gute Künstler und kreative Bands gibt?
H.ST.: Ja, absolut.
I: Auch durch alle Stilrichtungen?
H.ST.: Auch durch alle Stilrichtungen. Das große Problem liegt einfach darin, dass die Bands mit ihrem eigenen Repertoire, das ist ganz wichtig, also keine Coverband, sondern mir ihrem eigenen Repertoire bekommen Bands in Stuttgart, so habe ich den Eindruck, einfach zu wenig die Chance, sich zu präsentieren.
I: Live-Auftritte, wer macht denn das noch? Also du musst ja deine Konkurrenten ja kennen.
H.ST.: Ja eben, aber da fällt es mir schon schwer irgendwie, ich weiß es nicht, wer so etwas generell noch macht. Es gibt, wie gesagt, natürlich auch die Jugendhäuser, die so etwas immer wieder mal machen oder
I: Kannst du da zwei, drei sagen, die dir einfallen?
H.ST.: Es gibt z.B. jährlich also das Warmbronner Open-Air z.B., organisiert vom Jugendhausverein Leonberg. Ich muss dazu sagen, ich selber komme aus Leonberg, deshalb bekomme ich das ein bisschen halt mit z.B., aber die sind sehr engagiert an Bands auch aus der Region sowie auch international bekannte Bands. Ich finde es halt schade, dass es einfach zu wenige Leute auch interessiert. Ich meine, ich sage oft, wenn hier 20 Leute da stehen und ich würde hier 100 reinprügeln, dann würden vielleicht zehn wieder gehen und der Rest würde bleiben, weil das einfach eine Musik ist oder die Musikrichtung ist vielleicht zweitrangig, aber wenn hier eine supergute Band dasteht, die musikalisch richtig etwas auf den Kasten hat, dann würden sich das viel, viel mehr Leute anschauen. Das Problem liegt generell daran, wie bekommt man die Leute rein.
I: Ja woran liegt das, dass die nicht kommen oder was müsste man tun, damit sie kommen?
H.ST.: Es liegt prinzipiell daran, ich denke es gibt zwei Faktoren. Zum einen gibt es den Faktor, dass sich manche Stuttgarter Bands tot spielen, d.h. die spielen auf jedem Open Air, die spielen in jedem

Biergarten, egal wo, meistens umsonst, also die Band spielt nicht umsonst, das Publikum kann die Band umsonst anschauen und dann irgendwann im Herbst ruft die Band dann hier an und fragt, ob sie hier spielen kann und hier geht es halt nicht, dass sie umsonst spielen. Die Veranstaltungen hier kosten immer Eintritt und da liegt ein großes Problem und das andere große Problem ist einfach, dass man die Unterstützung von den Medien, von der Presse einfach nicht so kriegt. Es fängt ja auch an bei den Radiosendern, bei den großen Sendern wie SWR, Antenne. Wann hört man denn mal eine Stuttgarter Band? Ich habe hier wahrscheinlich hunderte von guten Demo-CDs, also die eine oder andere wäre absolut radiotauglich, aber es wird halt nicht gespielt. Es werden die Top 40 gespielt, die Charts gespielt und.....
I: Das heißt, du trittst auch für ein Spartenradio ein sozusagen, dass man sagt irgendwie, o.k. wir brauchen in verschiedenen Bereichen, die einfach gehört werden.
H.ST.: Richtig.
I: Ich weiß nicht, ich würde es jetzt so einschätzen, die Bands, die aus Europa und teilweise aus Übersee hier reinkommen, die alle schon eine Plattenveröffentlichung haben, also logischerweise wenn sie in Europa auf Tour gehen, die haben zwar relativ kleine Verkaufszahlen, aber die Konzerte sind doch tendenziell eher voll, oder?
H.ST.: Ja.
I: Das heißt, wenn der Release schon mal da ist und die Band dann live spielt, dann ist es einfacher, während noch kein Release da ist, dann ist es halt auch schwer.
H.ST.: Richtig.
I: Da sind wir beim Marketing und wie die Band vorankommt. Liegt es vielleicht auch daran, dass das Management von den Bands, also dass die Leute, die sich um die Auftritte kümmern und um das ganze Bandgefüge, dass es da vorangeht. Gibt es da einen Haken oder ist das gut?
H.ST.: Also ich denke, dass die wenigsten lokalen Bands mit Managements zu tun haben.
I: Haben die ein bisschen Managementerfahrung oder ein bisschen Ahnung wie das läuft oder kommen die dazu wie die Jungfrau zum Kind?
H.ST.: Ja also, ich tendiere eher dahin.
I: Wie die Jungfrau zum Kind?
H.ST.: Ja, also es gibt wohlgemerkt schon sehr gut organisierte Bands, die gibt es. Aber ich weiß auch, dass die meisten Bands aus der Region, die hier anrufen, ruft irgend einer von der Band an und nicht irgend ein Management. Das gibt es auch, also ich sage jetzt nicht, dass keine Band aus Stuttgart nicht irgendwie bei einem Konzert-Management irgendwie engagiert ist, aber.....
I: Wie ist denn so der Ablauf wenn denn eine Band anruft? Macht ihr denn Verträge oder geht das nur Mund zu Mund?
H.ST.: Es kommt immer darauf an wer mich anruft und in der Regel mache ich schon einen Vertrag, hauptsächlich auch einfach die Terminbestätigung an diesem und diesem Tag und wie gesagt, um so ein Ding zu bewerben, so eine Besprechung geht über Termin, über Kosten, über Promotion-Material und.....
I: Wie ist da so die Aufteilung? Du machst die Presse und die Band macht die Promo?
H.ST.: Teils, teils. Also ich erwarte von einer lokalen Band, dass wenn sie dann schon mal in Stuttgart spielen und die Band aus oder um Stuttgart kommt, dass die natürlich auch in ihrem Bekanntenkreis oder wenn sie woanders noch davor Konzerte haben, dass sie die Veranstaltung dann hier halt auch dementsprechend.....
I: Also sie müssen selber ran auf jeden Fall?
H.ST.: Ha ja, logisch, aber ich mache z.B. die ganze Presse was Monatspresse, Tagespresse etc. etc.
I: o.k. wie ist denn die Konzert- und Live-Situation, muss ich noch ein bisschen nachfragen, wie ist denn die sonst noch? Also ich habe mitbekommen mit dem Musikzirkus kooperierst du seit einer Weile, weil die Hallen hier teilweise zu klein waren, da gab's irgendwie ein Konzert, ich weiß nicht genau was das war?
H.ST.: Im Schützenhaus, da hat die Band vorher hier gespielt, zwei Mal, das war das was ich vorher angesprochen habe. Da waren Leute von Sting, von Madonna waren dabei, Musiker und die Band hat hier zwei Mal gespielt erst und dann haben wir das Ding einfach im Schützenhaus gemacht in Zusammenarbeit mit dem Hans Peter Haag vom Musikzirkus.
I: War das gut, oder?
H.ST.: Das war sehr gut.
I: D.h. da ist auch eine gegenseitige Unterstützung da?
H.ST.: Richtig, Musikzirkus hat auch hier auch schon Konzerte gemacht z.B. Steve Howe von Yes war eine Kooperation vom Musikzirkus und mir. Also wir verstehen uns gut und ich denke, dass wir ganz gut klar kommen.
I: Also diese Live-Veranstalter-Szene, da ist nicht so ein großer Konkurrenzdruck da.
H.ST.: Nein, ich denke auch, Musikzirkus macht eher auch die größeren Sachen.
I: Wie ist es mit den Kleinen? Gibt es da irgend jemand wo der ein Konzert und du denkst, hmmmm, warum hat der jetzt ausgerechnet da, oder?

H.ST.: Nein, also ich denke eher so, gerade der Hans Peter hilft mir sehr, er vermittelt mich, er weiß, dass ich gut arbeite hier. Wenn Leute bei ihm im Büro anrufen für irgend welche Clubsachen, dann gibt der Hans Peter meine Telefonnummer weiter, meine Adresse und die Leute melden sich dann.
I: D.h. es geht eigentlich Hand in Hand?
H.ST.: Ja, es funktioniert sehr gut.
I: Würdest du sagen, dass eine Veranstaltungs-Location in einer gewissen Größe in Stuttgart fehlt oder eine Art von Konzert-Location?
H.ST.: Ja, die Problematik generell ist, dass wenn ich etwas Größeres machen würde und mir etwas angeboten wird für Wochenendtermine, dann tust du dich eigentlich sehr, sehr schwer. Es sind fest eingefahrene Programme im Schützenhaus, in der Röhre und im Longhorn, die am Wochenende einfach ihre Diskos fahren und jetzt erst habe ich das große Problem, dass ich eigentlich eine gute Band, die Quire Boys, die möchte ich dann in der Röhre machen. Mir wurde ein Freitag angeboten, das ist eigentlich ein sehr guter Tag und du findest in Stuttgart einfach nicht die Location mit der Kapazität zwischen 400 und 700 Leuten, die wo am Wochenende auch Konzerte machen. Wohlgemerkt in Stuttgart.
I: Wie ist es mit den verschiedenen Zielgruppen? Du legst ja sehr viel Wert auf so eine zielgruppenspezifische Veranstaltungsplanungen, also wenn ich die Agentur nehme, die da oder die Konzertveranstalter, die dahinter stehen, spricht das ja Bände, weil Punk und Rockabilly getrennte Labels sind und die Werbung machst du ja auch so. Denkst du, dass man, wenn man jetzt so eine Halle haben wollte, 400 bis 700, 1000 Leute, keine Ahnung, dass das ein Musikclub sein könnte wo alles statt findet oder ist die Situation nicht schlecht, dass es für jede Szene so ihr eigenes Ding gibt?
H.ST.: Ich meine, das ist ja das Hauptgeschäft hier für mich, dass du alle Musikrichtungen im Prinzip, im Prinzip treten alle Musikrichtungen hier auf
I: Aber Hip Hop, Funk, Soul machst du nicht, oder?
H.ST.: Nein, da habe ich auch keine Anfrage gekriegt, sage ich jetzt mal konkret. Funk, Soul wohl.
I: Funk, Soul wohl?
H.ST.: Ja. Es ist natürlich auch schwierig, auch Blues, die Blues-Szene in Stuttgart ist auch nicht das Gelbe vom Ei. Geschweige denn die Jazz-Club-Szene, die in meinen Augen überhaupt nicht statt findet, außer Roger's Kiste, ich finde es auch gut, dass der immer noch seine Sessions macht, aber prinzipiell kannst du in Roger's Kiste kein Jazz-Konzert in dem Sinne durchführen.
I: Der Mike Atze ist ja mit dem Blue Note oder wie hieß das im Maxim früher, ist er ja ziemlich gescheitert. Er hat es ja auch schon versucht, aber relativ schlecht. Ich meine, die Jazz-Szene wird ja von der Stadt auch sehr hoch gehalten. Das ist klar.
H.ST.: Ich werde dann auch mal auf die Stadt zukommen, wenn ich im Herbst, hoffe ich doch, hier mit oberamtlichen Konzerten anfrage.
I: Was würdest du da anfragen?
H.ST.: Ich habe sehr, sehr international, ich habe jetzt einen Kontakt geknüpft nach Italien und wir sind jetzt so weit einig, dass wir voraussichtlich im Herbst anfangen, und dann richtig.
I: Mit Jazz?
H.ST.: Mit Jazz, Fusion, also ja, man kann da ja nicht mehr so richtig.....
I: Trennen
H.ST.: Was ist Jazz, was ist Blues? Es gibt in jeder Musikrichtung Einflüsse, ob es vom Latin-Bereich ist, jetzt auch im Jazz-Bereich ist, Latin, Bluesy, Funky. Es laufen viele Musikrichtungen letztendlich rein und nachher wird das halt im Oberbegriff Jazz, wobei viele Leute genau wissen, dass es eigentlich kein traditionaler Jazz ist. Wenn ich traditionellen Jazz hören will, dann muss ich Jack the Joey Lack anhören oder Art Blakey. Dann habe ich einen traditionellen Jazz aus den 50er, 60er Jahren noch. Aber wenn ich hier den Jazz-Gipfel angucke, muss ich dann sagen Herbie Hancock, ist Herbie Hancock Jazz? Ist Miles Davis z.B., war der in seinen letzten Jahren, war das noch Jazz? Ich meine, Miles Davis war vielleicht einer der wichtigsten Musikinterpreten überhaupt, der alle Musikrichtungen irgendwo geprägt hat. Nichts anderes vielleicht wie Frank Zappa.
I: Also ich sehe schon, mir sitzt jemand gegenüber, der ein recht breites Musikverständnis hat und das auch in seinem Club versucht umzusetzen.
H.ST.: Ja.
I: Du hast gesagt, du würdest dich an die Stadt wenden. Was brauchst du im Normalfall von der Stadt? Was ist schwierig mit der Stadt? Was könnte die ändern? Also, ich meine, ich habe die, Negativschlagzeilen halten sich immer gut, es gab ja mal so ein Punk-Konzert wo die halbe Blumenstraße in kleine Chaostage ausgebrochen sind, wo ist das Problem?
H.ST.: Dazu kann ich nur folgendes sagen. Das war das Konzert mit Red London, das ist jetzt fast ein Jahr, nein, nein, das ist schon fast zwei Jahre her, das war im August 99 glaube ich. Oder nein, es war irgendwann im Sommer.....
I: Schon länger her.

H.ST.: Ja, ja, es ist schon eine Weile her. Es war so, dass das Konzert eigentlich so weit gut über die Bühne gegangen ist und irgendwo müssen sich irgendwie zwei Stück geprügelt haben, also es war weder hier vom Club, noch
Michael Schmidt: Hi
H.ST.: Hallo Michael
I: Hi, servus. Perfekt, Micha kommt gerade zur Türe rein, wird alles aufgezeichnet.
H.ST.: Aber er kann ja dazu auch etwas sagen, weil er hat ja das Konzert damals veranstaltet. Wo wir bis jetzt noch nicht, weder von der Polizei noch sonst etwas, es sind Leute verhaftet worden, die einfach zur Türe herausgegangen sind, es liegen auch dementsprechend, ich weiß nicht Micha wie jetzt der aktuelle Stand ist, aber ich weiß, dass einige Anzeigen gegen die Polizei auf jeden Fall gelaufen sind.
MS: Läuft teilweise noch.
H.ST.: Ja, läuft teilweise jetzt immer noch. Also, da hat man überhaupt keine Resonanz irgendwie
I: Also die haben nicht mit euch zusammen gearbeitet?
H.ST.: Nein.
I: Habt ihr mit denen zusammen gearbeitet, dass ihr sagt, wenn ihr so ein Konzert seht, wo ihr denkt, es könnte tendenziell schwierig werden
H.ST.: Also es waren Türsteher da und ich muss dazu sagen, dass ein Türsteher da unten war, ein Türsteher ist oben im Eingangsbereich gestanden wo du vorher auch gestanden bist und auf ein Mal ist die Polizei gekommen. Also es war weder hier drin etwas, noch da unten, noch direkt da oben. Es muss irgendwo hier in diesem Viertel irgendwas statt gefunden haben und auf ein Mal haben sie dann die Straßen gesperrt etc. etc. und mit Pfefferspray herum gemacht und Leute verhaftet.
I: Das war auch ein bisschen überreagiert
H.ST.: Das war, vor allem an diesem Tag war alles da was Rang und Namen hatte von der Presse und alle komischerweise haben das anders gesehen. Es waren Leute von Prinz, von Lift, Stuttgarter Nachrichten, Stuttgarter Zeitung etc. Die haben das alles wohl ein bisschen anders gesehen.
I: Ja, arbeitet ihr mit der Polizei auch dann zusammen, dass ihr die auch informiert? Also kriegen die z.B. Monatsflyer im LPD2-Innenstadtrevier?
H.ST.: Eigentlich nicht.
I: Vielleicht wäre das eine Idee.
H.ST.: Ich meine, die Problematik, die wir jetzt gerade haben, wenn wir schon dabei sind, es ist jetzt wieder so eine Problematik, dass wir am Samstag ein Konzert gehabt haben. Am Samstag hat es halt draußen 30 Grad gehabt, draußen sind dementsprechend Leute gestanden, die sich unterhalten haben, vielleicht auch einfach nur gute Laune gehabt haben, war wohl vielleicht ein bisschen lauter. Es war aber friedlich, es hat keine Randale gegeben, gar nichts und trotzdem wird halt die Polizei gerufen, so etwas finde ich halt einfach schade, dass sich einfach Leute keine Gedanken darüber machen darüber wie viel Arbeit letztendlich dahinter steckt, dass doch letztendlich auch alles friedlich war. Also mir denkt das jetzt außer der Red London Sache, dass es irgendwann ein Mal eine Randale hier gegeben hat. Ich meine, selbst bei Red London war hier keine Randale, das muss man klipp und klar sagen, es war alles friedlich.
I: Das heißt, die Ordnungsansprüche der Stadt sind ziemlich überzogen teilweise oder
H.ST.: Ja, das würde ich schon sagen. Ich meine, ich kriege dann halt immer vom Ordnungsamt Briefe mit dementsprechenden Hinweisen und Androhungen auch, dass es Konsequenzen hat für mich, aber konkrete Verbesserungsvorschläge kriege ich halt von niemandem.
I: Aber eine Lizenz, dass du das machen darfst, hast du ja?
H.ST.: Die habe ich. Es war vor kurzem das Baurechtsamt da, die haben dann fest gestellt, die haben hier so einen Faden, dass man eine neue Lüftungsanlage braucht. Ich meine, die Sachen beanstanden die jetzt nicht was mich angeht, sondern den Hauseigentümer angeht, was er zu instand setzen hat. Und es laufen gerade einfach ein paar, nicht Verfahren, aber es läuft gerade, es muss hier etwas passieren, auf jeden Fall. Und Ich natürlich auch bereit bin, gerade auch mit dem Ordnungsamt, wie man das am besten in den Griff kriegt und da wir hier halt ein relativ kleiner Club sind und wir nicht natürlich uns sechs oder sieben Security-Leute leisten können, weil dann musst du wirklich sagen, in diesem kleinen Rahmen macht das keinen Sinn mehr. Und da, also viele haben zu mir gesagt, wenn das hier nicht mehr existiert, dann geht auch ein Teil Club-Kultur in Stuttgart kaputt.
I: Das haben mir auch schon viele gesagt, die ich interviewt habe.
H.ST.: Ich weiß es und das soll jetzt nicht irgendwie arrogant oder sonst etwas, sondern wie gesagt, das ist das, was du ja jetzt auch wieder gibst, dass du auch von vielen gehört hast, dass es einfach so ist und dass wir wahnsinnig viel gearbeitet haben und mir, denke ich auch mal, einen sehr guten Ruf haben.
I: Gut, ist ein Verständnis bei der Verwaltung da, bei den Ämtern mit denen du zu tun hast oder ist es eher so, dass du sagst.....
H.ST.: Es müssen Gespräche statt finden zwischen mir, der Polizei, zwischen mir und dem Ordnungsamt, weil ich weiß nicht, gerade durch die Aktion mit dem damaligen Konzert war doch das

Verhältnis zur Polizei nicht mehr so wie es mal war und wie gesagt von meiner Seite, ich bin gerne bereit, mich mit irgendwelchen Leute von der Polizei und vom Ordnungsamt an einen Tisch zu setzen. Es liegt wohl hauptsächlich auch an meinem Interesse, weil ich hab.....
I: Du willst ja hier keine Randale fördern oder installieren.
H.ST.: Ja genau, das ist ja nicht meine Absicht und ich weiß nicht was so schlimm daran ist, dass wenn ein Konzert aus ist bzw. jetzt in der Sommerzeit. Ich kann nur so viel sagen, meine Freundin wohnt in der Steinstraße, da dürfen sie gerne mal übernachten. Du kannst nicht pennen dort, das ist ein Ding der Unmöglichkeit.
I: Und was ist da?
H.ST.: Ha, Geschrei, Lärm
I: Wo ist die Steinstraße?
H.ST.: Eberhardtstraße, also so eine Querstraße, also da wo Hans im Glück ist und das ist Wahnsinn, einfach Wahnsinn. Und wir versuchen ja auch alles hier, dass wir mit Türstehern, mit Ordnungskräften, dass wir das halt irgendwie im Griff halten können, aber wie gesagt jetzt ist die Sommerzeit und vor jeder Diskothek, egal, wo früher das Maxim noch war, da sind auch traubenweise die Leute vor der Tür gestanden.
I: In Köln beim Mexikaner stehen sie ja nur auf der Straße.
H.ST.: Und das sind halt, sage ich jetzt mal so, so Sachen wo ich zu einem bestimmten Teil akzeptiere und auch verstehe, aber doch auch viele Sachen überzogen werden. Ich will mit Sicherheit das nicht auf die leichte Schulter nehmen, im Gegenteil, ich nehme das sehr, sehr ernst und habe auch heute z.B. heute Mittag war das und heute morgen das Gespräch daheim bei mir mit meiner Freundin, wir suchen verzweifelt nach Lösungen, dass wir das so weiter machen können wie bisher. Ansonsten wäre das natürlich auch ein Punkt beim Gemeinderat, ein wichtiger Punkt wie man so etwas in den Griff kriegt oder vielleicht gibt es eine Möglichkeit, dass auch die Stadt sagt, o.k. z.B. als ich in den Staaten gelebt habe, bei jeder Diskothek, wenn die Diskothek zu macht, dann kommt da die Polizei z.B. und guckt, dass beim rausgehen und so, dass da alles ruhig verläuft, weil es ist logisch, dass wenn eine Veranstaltung, egal wo, wenn die zu Ende ist und dementsprechend viele Leute da sind und es wird laut, das ist nichts anderes wie wenn ich im Neckarstadion bin und es spielt Bayern München, dann steht auch alles da mit Polizei.
I: Wie lang darfst du machen abends?
H.ST.: Am Wochenende bis um drei, sonst bis um zwei.
I: Das sind ja eigentlich ganz gute Rahmenbedingungen.
H.ST.: Wobei die Konzerte ja in der Regel gar nicht so lange gehen, also die Konzerte, sage ich mal, am Wochenende sind die so um eins aus und dann entscheiden wir noch, machen wir noch ein bisschen von Vinyl, dass wir noch ein bisschen auflegen oder dass wir sagen.....
I: Es geht nach Leuten?
H.ST.: Ja, genau.
I: Gut. Würde in Zusammenarbeit mit der Stadt, würde da so eine Art Coach, der zwischen den verschiedenen Positionen vermittelt oder der auch direkt ansprechbar ist für solche Problemfälle, würde das etwas bringen?
H.ST.: Mit Sicherheit, mit Sicherheit
I: Der müsste aus deiner Sicht jetzt Kontakte v.a. mit dem Ordnungsamt und der Polizei haben
H.ST.: Nein, nein, nein, nein, nein. Nicht generell, aber es ist einfach so, die Hemmschwelle, das Wort Ordnungsamt alleine schon ist irgendwie wie das Wort Polizei. Es ist einfach die Hemmschwelle, dort mal anzurufen, ist natürlich nicht ganz einfach, den Schritt zu machen und dort von selber anzurufen. Es ist ganz anders wenn du einen Vermittler hast oder eine Person, die ich ansprechen kann so wie dich, Paul, du pass mal auf, ich habe hier ein Problem, kannst du mal vorbeikommen, ich habe da ein bisschen etwas auf dem Herzen. Daß schon so eine Vermittlung irgendwie zwischen allen Parteien, aber ich , wie gesagt, das ist ganz wichtig, ich habe mit Sicherheit keine Angst und keinen Skrupel, dass ich mit solchen Leuten an einen Tisch hinsetze.
I: Die Bereitschaft ist da.
H.ST.: Ja, so bereit bin ich, weil wenn es hier um den Laden geht, denn ich sehe irgendwie, ich habe den aus dem Nichts aufgebaut und habe, ich kämpfe immer noch, also das ist jetzt nicht so, dass ich jetzt hinhocken kann und mich ausruhen kann und dann sagen, irgendwie geht's immer weiter
I: Man sieht ja schon, es sind keine Dachlatten mehr an der Wand oder wie war das ganz früher?
H.ST.: Weiß ich nicht.
I: Ja, ist ganz schnuckelig hier geworden. Kommen wir mal auf andere Leute in der Stadt zu sprechen, so was Szene- und Nachwuchsförderung angeht. Gibt es ein paar wichtige Sachen, die ablaufen, ein paar wichtige Einrichtungen für Musiker, die du erwähnen wolltest? Namedropping.
H.ST.: Also ich würde generell sagen, was generell fehlt, also das ist auch eine Erfahrung speziell aus New York wo ich gelebt habe, dass es einfach Musikertreffs gibt. Ich habe das hier mal versucht mit Jam-Sessions, das ist auch ganz gut gelaufen. Es ist dann, nach einer Zeit war es wirklich bisschen so eine Musikerbörse. Also da hat der mit dem Musik gemacht. Wow, wir suchen einen guten

Gitarristen, könntest du nicht bei uns mal kommen zum Vorspielen. Leute sind speziell reingekommen, um speziell Musiker zu suchen. Ich denke, da fehlt viel.
I: Also in der Arbeit für Musiker.
H.ST.: Ich kenne nichts konkretes wo ich jetzt als Musiker sagen würde, jetzt gehe ich da hin, weil da treffe ich irgend welche Musikerkollegen.
I: Wie siehst du diese Wettbewerbsgeschichte?
H.ST.: Ich sehe das nicht so dramatisch, im Gegenteil, ich sehe es eher so miteinander. Also ich habe z.B. auch schon Konzerte veranstaltet im Merlin und die waren auch sehr begeistert, es waren auch oberamtliche Musiker im Jazz- / Fusion-Bereich, wo ich hier nicht durchführen konnte, weil ich an dem Tag belegt war, aber.....
I: Nein, ich meine Bandwettbewerb.
H.ST.: Bandwettbewerb, da kann ich nicht so viel dazu sagen, weil es einfach, weil ich die Chance nicht sehe, dass ich das wirklich so mitkriege. Es ist also im Ausland ganz anders, ich meine, da herrscht ein ganz anderer Wettbewerb mit Sicherheit wie hier auch unter den Bands.
I: Ja, es gibt auch schwarze Schafe bei Konzertveranstaltern und Leuten, die sich mit jungen Bands beschäftigen. Was würdest du dazu sagen?
H.ST.: Also ich finde halt auf jeden Fall, dass solche Leute weggehören aus dem Business, weil die, wie soll ich mich ausdrücken? Die verhindern auf jeden Fall das Weiterkommen von jungen Leuten, die mit Sicherheit auch irgendwann die Lust verlieren, Musik zu machen, wenn sie abgezockt werden, wenn sie über den Tisch gezogen werden und ich kann letztendlich nicht von einem 15jährigen, vielleicht auch noch nicht mal von einem 18jährigen jungen Musiker verlangen, dass er mit allen Wassern gewaschen ist, dass er sich mit Verträgen auskennt etc. etc. Meine Meinung ist da klipp und klar, dass solchen Leuten das Handwerk gelegt werden muss und zwar rigoros.
I: Das heißt, wir müssten auch versuchen, jungen Bands das nahe zu bringen, dass sie ganz genau hingucken wer dahinter steht.
H.ST.: Richtig, genau und wie gesagt vielleicht wäre es auch keine schlechte Idee solche schwarzen Schafe auch mal namentlich anzuprangern, damit die Leute im Voraus schon irgendwie mit einem gewissen Abstand irgendwie hingehen. Ich meine, es ist oft so im Musikbusiness, dass die Leute mit leuchtenden Augen reinkommen und sagen, Gott, ich habe einen Plattenvertrag und ich habe das und ich habe das und sechs Monate später siehst du die gleichen Leute wieder mit Tränen in den Augen, weil sie irgendwie etwas unterschrieben haben oder irgendwie haben sie einen Haufen Geld bezahlen müssen für irgend etwas wo denen letztendlich nicht weitergeholfen hat.
I: Gut, also, Kommunikation mit der Stadt verbessern, irgendwie eine Ansprechgeschichte machen. Gutes auch von der Stadt promoten und fördern was passiert. Noch irgend einen großen Wunsch?
H.ST.: Einen großen Wunsch?
I: Also den größten Wunsch an den Popularmusikstandort Stuttgart, machen wir es hoch offiziell.
H.ST.: Ich würde mir wünschen, dass z.B. solche Open Airs wie die jetzt z.B. vom SWR auf dem Schlossplatz gemacht werden, wo ja wiederum, sage ich jetzt mal, das wäre eine große Chance z.B., der eine oder andere Gewinner von irgend einem Newcomer-Festival oder einfach auf die Resonanz von irgendwelchen Leute, die eine Ahnung haben, wo sagen, pass auf, da habe ich die Band, der weiß die Band ist superklasse und die Band ist superklasse aus der Region, dass vielleicht auch die Stadt sich bemühen sollte so etwas aufzuziehen und nicht dass hier so riesengroße Bands auch noch um den Nuller spielen, das kommt ja noch dazu.
I: Da wird Geld verbrannt
H.ST.: Ja, dann auf der anderen Seite, wenn sich die Agenturen melden, die Band kommt auf Europa-Tournee, warum sie sich dann nicht wundern, warum sie keiner mehr in Stuttgart haben will. Weil es kann doch nicht sein, dass ich hier eine Top-Band um den Nuller und ein Jahr später vielleicht oder ein halbes Jahr später soll ich dann für die Karte in der Liederhalle oder in der Sporthalle Böblingen oder so 45 Mark zahlen. Wer, um Gottes willen, ist so blöd und macht das? Niemand. Aber warum gibt man nicht solchen richtig guten Bands und wie gesagt, ich denke, du bist da meiner Meinung, dass es in Stuttgart genügend Bands gibt mit genügend Potential und die sich für so einen Gig den Arsch aufreisen würden, dass sie da mal auf so einer großen Bühne stehen würden und auch ein dementsprechendes Publikum haben, nämlich
I: Aber dann würde kein Publikum kommen vielleicht oder? Also den Hauptact vielleicht lassen.
H.ST.: Ich würde mal sagen, wenn ich Samstag Abend etwas mach, egal was.....
I: Auf dem Schlossplatz?
H.ST.: Ja, auf der Königstraße.
I: Wie viele Leute, das interessiert mich jetzt, kommen dann?
H.ST.: Nein
I: Ich habe mal Open Air auf der Königstraße gemacht vor drei Jahren, das City Open Air mit Boiler und Brandalls und Changing Attitude, da waren im Durchlauf Zehntausend da und ab Acht waren die ganze Zeit über 3500 auf dem Platz und das sind halt keine Hunderttausend oder sechzig Tausend.

H.ST.: Ja gut, aber ich sage jetzt nichts gegen irgendwie einen angesagten Top-Act. Wenn die Veranstaltung mittags um eins los geht und endet abends um 23 Uhr vielleicht, dann kann man wirklich, sage ich jetzt mal drei, vier gute lokale Acts da davor stecken und wenn das eine dementsprechende Musikrichtung ist, sei es ein Newcomer im Hip Hop oder Newcomer im Pop-Bereich
I: Ja, Samir, Die Happy, die spielen ja
H.ST.: Ja, klar. Ich meine Die Happy ist eine Band, die wir letztendlich hier mal aufgebaut haben, die haben hier schon gespielt, und die dann Anschlussgigs gekriegt haben, Umsonst und Draußen etc. etc. und
I: Also ich höre hier ein bisschen raus beim größten Wunsch, ein bisschen mehr Anerkennung für die kleine Konzertarbeit und ein bisschen mehr Anerkennung auch für die qualitätsvollen, kreativen Künstler aus der Region
H.ST.: Und das allerwichtigste ist eben, es geht nur um eine ganz kleine Chance für die Leute, um eine kleine Chance, was, denke ich, nicht zu viel verlangt ist, was realistisch ist, was auch realisierbar wäre
I: Sag mir konkret, eine Chance wäre einen Auftritt z.B. bei der Arena of Sounds
H.ST.: Ja, es wäre ein Auftritt, es gibt viele Möglichkeiten z.B. im Longhorn oder etc. etc. Wenn dementsprechende Bands kommen wo keine Support-Band irgendwie mit auf Tour ist. Ja, ich meine, das ist ja immer etwas kritisch, dass man das im Vorfeld weiß und sagt, pass auf, heute spielen Thin Lizzy im Longhorn und man weiß irgendwie, man hat eine wahnsinnige Kartei von sehr, sehr guten Rockbands und man einfach dann auch hingeht und die Leute anruft und sagt, pass auf, ich suche hier für dieses Datum im Vorprogramm von Thin Lizzy eine Band, habt ihr Bock, es gibt etwas zum Essen und zum Trinken und mehr nicht, aber das ist eine Chance. Und jeder, der wo aus dem Bauch raus Musik macht, der nimmt die Chance war und das ist das was ich meine, da fehlt es mit der.....
I: Sind eigentlich kleine Geschichten
H.ST.: Ja, das ist ja nichts Welt bewegendes. Das ist ja jetzt auch kein Riesenwunsch irgendwie oder, sondern das ist einfach, sage ich jetzt mal, so kann man, glaube ich, mit relativ wenig Aufwand eine gute Band featuren.
I: Da müsste es aber jemand geben, der das vermittelt, der da.....
H.ST.: Richtig, ganz klar. Ich meine, es ist hier schon wo, die Miriam vom Musikzirkus hat hier kürzlich eine Veranstaltung gemacht und hat verzweifelt eine Band gesucht und dann hat sie hier so Lolita Number 18, so eine japanische Frauen-Punk-Rock-Band gehabt und dann haben hier zwei Stück unplugged gespielt, die sind megamäßig angekommen hier mit Akkustik gitarren und die haben eine show abgezogen, das war klasse, die haben Standing Ovations hier gekriegt
I: Von hier?
H.ST.: Aus Sindelfingen waren die zwei Jungs.
I: Und wie heißen die?
H.ST.: Keine Ahnung.
I: Das weißt du gar nicht mehr. Es gibt also jede Menge Leute, kleine Geschichten
H.ST.: Ja, kleine Geschichten und so würde das auch irgendwie im größeren, ich meine, wie gesagt, es gibt durchaus Bands, qualitativ auch die Brandalls haben ja hier auch schon gespielt, die qualitativ auf jeden Fall einen guten Support abgeben würden für eine größere Geschichte. Also das ist nicht so, dass die Leute erst seit zwei Tagen Musik machen. Es gibt wahnsinnig und wie gesagt, dass wäre auch mal ein kleiner Wunsch, dass auch mal irgendwie die Stadt vielleicht sich irgendwie an so etwas rantraut und sagt, o.k. wir haben vielleicht in der Stadt ein paar fähige Leute mit den entsprechenden Kontakten und wir planen da jetzt einfach etwas und ich bin überzeugt, wenn hier jetzt z.B. habe ich kürzlich eine Band hier gehabt, King Khan, neunköpfige Band. Funk, Soul, sechziger Jahre, ich sage immer das ist Arschwackelmusik. Mal sehen wie das geschrieben wird. Und wenn so eine Band auf dem Schlossplatz spielt, das sage ich dir, da geht die Post ab. Die haben eine Show, einen schwarzen Sänger, James Brown, so wie James Brown, so ist das und hier drinnen war Party.
I: Haralds Augen leuchten gerade, das muss man sagen.
H.ST.: Ja, und die machen z.B. Musik alle aus dem Bauch heraus. Da denkt keiner darüber nach über irgend welches Geld, sicher braucht jeder Geld zum leben und zum ganz klar, aber das sind faire, ehrliche Musiker und die würden da unten den Schlossplatz umdrehen. Da bin ich mir sicher. So eine Band, die haben Niveau, die haben Anstand, die benehmen sich wie Profis und supersympathische Leute.
I: Wenn die Stadt so etwas machen würde, würdest du dich an so einer Art Fachbeirat oder eine Gruppe wo man sich beteiligen könnte?
H.ST.: Auf jeden Fall, auf jeden Fall. Da würde ich alles geben, dass es nicht nur mal so ist, dass es nicht nur die großen gibt, die etwas machen, sondern dass man dann schon so vielleicht Einzelpersonen sagt, o.k. komm, du, du und du machen ein Gremium, dann hocken nachher dann zehn Leute da und mit dem Background von der Stadt. Dann bin ich mir überzeugt, dass du hier ein oberamtliches Ding hinpacken kannst.

I: Gut, vielen Dank Harald.
H.ST.: Bitteschön.

Interview Nr. 22 mit Gregor Friedel, SWR 3 Stuttgart,
am 10.07.01 um 17.00 h im SWR Funkhaus Neckarstraße, Stuttgart

I: Einleitend ein paar Fragen zum SWR, auch wenn das ja sicher ein bekannter Sender ist. Aber um da die Strukturen zu verstehen um die es geht, weil es geht ja speziell um populäre Musik, wie ist denn der Funk so aufgebaut in dem Bereich in den Musikredaktionen, Sendungen, was gibt es da alles, was Popularmusik betrifft ?
G.F.: Wir haben natürlich ohnehin unser Zielpublikum und auch unsere Bestückung, also des Programms ist im Endeffekt nur Popmusik, wir senden insgesamt, mal rechnen, 24...31...,ich glaub 34 Stunden Programm am Tag, oder 33 Stunden Programm am Tag, davon in Stuttgart 7 Stunden extra, in Heidelberg 1 Std. extra , in Mainz 1 Std. extra allerdings nur thematisch unterschiedlich, bedeutet, die Musik, die da läuft, wird von der Musikredaktion bestimmt, die sitzt in Baden-Baden und diese Musik ist auch bindend für uns, also man kann nicht hingehen und kann irgendwelche Titel spielen auf die man Lust hat, oder kann irgendwelche Titel rauslassen , oder sonst was, das geht nicht, sondern der Sendelaufplan wird erstellt, nach diesem Sendelaufplan wird abgespielt, quasi, die einzige Möglichkeit ,dass sich noch was umstellt ist irgendwie, wenn jetzt z.B. so was wie diese Hannelore Kohl, als die gefunden wurde, dann spielst du danach nicht Spice girls, oder „It´s my life" von Bon Jovi oder so was, das ist diese Geschichte. Ansonsten haben wir zwei ausgewiesene Musiksendungen, das ist „Hit Top" ,die läuft mittags von 14-16 h und „Intensiv" läuft von 22-00 h und „Intensiv" ist so für Musikinteressierte, da können die Moderatoren auch free pics einsetzen, heißt das, also sprich die können dann drei oder vier Lieder selbst spielen, also wo sie nicht an den Sendelaufplan gebunden sind. Der Rest wird komplett vorgegeben von der Musikredaktion
I.: Und die sitzt in Baden-Baden?
G.F.: Die sitzt in Baden-Baden.
I.: Und wie ist es mit „Das Ding"? Ist das, also das ist ja ne ganz eigene Geschichte
G.F.: Ja, also das ist, gehört im Endeffekt natürlich, schon irgendwie zu dieser Pop - Unit, SWR 3, aber „Die Dinger" haben natürlich eine ganz andere, ganz anderes Zielpublikum als wir, also die wollen an die ganz jungen Leute hingehen, sagen wir mal 14-18 oder so was, man kann das mit dem Alter sowieso nie so genau fest machen, sind auch sehr viel progressiver von der Musik, also da läuft auch mal House und harte Gitarren und sonst was, was bei uns nie laufen würde, senden hier auf UKW, senden allerdings aus Baden-Baden auch und auch da sitzt die Musikredaktion quasi, ich weiß nicht, ob es mittlerweile mehr sind, der Wolfgang hat das ganz lange gemacht, der ist auch hauptverantwortlich dafür, sitzt nun auch in Baden-Baden, und die haben dann aber auch das Programm sehr viel differenzierter aufgebaut als wir, also du kannst wenn du HipHop magst dann, dann weißt du Bescheid, dass fiktiv jetzt Mittwoch um 14 h, da läuft zwei Stunden HipHop, oder wenn du alternative Musik magst, dann schaltest du am Sonntag um 19 h ein, da laufen dann zwei Stunden alternative, oder so was.
I: Wie ist die Hörerzielgruppe bei SWR 3, altersmäßig ungefähr? Umfasst das auch noch.....
G.F.: Junge, junge, junge Erwachsene würde ich mal sagen, also das geht nach obenhin raus, wer sich als junger Erwachsener fühlt, meine Eltern sind 57 und hören SWR 3, und es gibt relativ viele Jugendliche, es kommt auch darauf an, wo, also gerade am Bodenseekreis, oder so was, wird sehr viel SWR 3 gehört, auch von ganz jungen Leuten. Aber ich denk mal so unser Kernpublikum würde ich sagen, liegt zwischen 20 und 40 plus wirklich natürlich oben raus zehn Jahre, unten runter fünf Jahre oder so was, kein Thema.
I: Ist SWR 3, Formatradio und „Das Ding" eher Spartenradio?
G.F.: SWR 3 ist ein Wellenprogramm, das bedeutet, dass du keine Ausreißer in einem 24-stündigen Sendeablauf hast, ja, also würden wir hingehen und würden eben z.B. eine alternative Sendung abends machen, oder so was, dann wäre es keine Welle mehr. Das Ziel von SWR 3 ist, dass die Hörer jeden Tag einschalten können, egal zu welcher Uhrzeit, und sich da aufgehoben fühlen, dass sie die Moderatoren erkennen, dass sie die Musikfarbe erkennen, also dieses Gesamtpaket SWR3 quasi. Bei den „Dingern" ist es so, dass du auch relativ weite Strecken über den Tag einfach Musik hören kannst, und dann haben sie eben ihre speziellen Geschichten, ein reines Spartenradio ist „Das Ding" sicher nicht.
I.: Du hast Dich um den Begriff Formatradio rumscharwenzelt, gerade mit dem Wellenradio, ich schätze, das ist deswegen, weil die Privaten ganz klar Formatradio machen.
G.F.: Das liegt daran, dass die Privaten ganz anderen Zwängen unterliegen, irgendwie, als wir das tun, und die sind wirklich komplett strikt durchformatiert, das bedeutet, die haben da auch irgendwelche Uhren, nach denen irgendwie ein Moderator um 16.25 h dreißig Sekunden lang etwas sagen darf, aber wenn es geht nicht länger, und das ist bei uns nicht so. Deswegen mag ich den Begriff Formatradio für uns nicht gerne angewendet haben.
I: Aha. Die... also das ist ja unterteilt, Du hast vorhin gesagt , mit der, mit der Sendezeit, also Stuttgart hat ein eigenes Fenster, sieben Stunden am Tag....
G.F.: Ja, wir senden morgens von sechs bis neun, SWR 3 Puls Stuttgart und dann mittags von 16-19

h SWR 3 Hitland Stuttgart, und von 19-20 h SWR 3 Club Stuttgart.
I.: Und über Kabel kann man SWR 3 auch in ganz Deutschland empfangen?
G.F.: Man kann das auch über das Internet weltweit empfangen, also, wir haben relativ viel Resonanz und gerade wenn du samstagabends Clubparty machst, oder so was, kriegst du aus Amerika und aus Schottland, von überall kriegst du Emails, von Leuten, die aus Deutschland kommen, oder aus dem Sendegebiet kommen, und halt jetzt da studieren, oder da leben, und das dann auch über das Internet hören.
I.: Wie ist das mit dem Internetradio, was passiert da genau? Ist das wie Radio hören übers Radio, oder ist da ein Unterschied?
G.F.: Nein, es gibt, es wird jetzt momentan aufgebaut, wir haben, du kannst erst mal Radio hören, wie Radio hören, ganz normal über das Internet, mit einem Stream, und dann gibt es mittlerweile Webradio von uns, das dann eher Sparten auch bedient, also die Tücking macht da was z.B. mit , ich sag jetzt mal einfach , ein Rockradio, also wo Rocktitel laufen, und so was, da gibt es Specials drin, das hatten wir jetzt, als wir AC/DC hatten, da hatten wir die ganzen Interviews drin, die wir gemacht haben, wurden da gesendet, Bon Jovi, und solche Geschichten, ist momentan, glaube ich, nagle mich nicht fest, bei 13 Kanälen, oder so was.
I.: Also 13 Sparten eigentlich
G.F.: Ja.
I.: Ist das die Zukunft vom Radio?
G.F.: Nein, sicher nicht, die Zukunft vom Radio kann niemals ein Internetradio sein, das nicht moderiert ist, bzw. in dem vorproduzierte Sendungen gesendet werden, weil der Vorteil von Radio ist, dass es nach wie vor für alle zugänglichen, oder für alle Menschen zugänglich, schnellste Medium ist. Wenn irgendwas passiert, wenn ich oben im Studio sitze, ich habe neben dran einen Ticker stehen, einen Bildschirm, da laufen den ganzen Tag zwischen zwei und dreitausend Meldungen sämtlicher Nachrichtenagenturen auf, und da steht eben, Hannelore Kohl ist gestorben, dann kann ich hingehen und kann den Regler aufmachen und kann sagen, „Achtung, Hannelore Kohl ist gestorben." Wenn im Fernsehen zu dem Zeitpunkt ein Spielfilm läuft, können die bestenfalls darauf reagieren, dass sie irgendwie so ein Band, mit dem Schriftgenerator so ein Band rüberlaufen lassen, aber das wird im Regelfall auch nicht gemacht, das weißt du auch als Rezipient, das passiert nicht. Und deswegen, ich denke die Aufgabe vom Radio ist es, natürlich Leute zu unterhalten, Radio ist ein Nebenbeimedium, das ist auch vollkommen klar, die meisten Leute hören Radio wegen der Musik, es gibt aber auch nach wie vor Leute, die vom Radio gerne informiert werden und je regionaler ein Radio reagieren kann, desto wichtiger ist es als Medium auch für die Leute, die dort leben, und desto eher wird es dann auch genutzt.
I.: Jetzt hast Du zwei Stichpunkte gesagt, die sehr interessant sind, nämlich, dass es regional wichtig ist, und dass es hauptsächlich wegen der Musik gehört wird. Jetzt ist natürlich meine Frage, die Musikredaktion hier für Stuttgart sitzt in Baden-Baden
G.F.: Falsch. Die Musikredaktion von SWR 3 sitzt in Baden-Baden.
I: Und für SWR 3 Stuttgart nicht?
G.F.: Es gibt für SWR 3 Stuttgart keine Musikredaktion, weil SWR 3 Stuttgart, genau dieses regionale, also journalistisch das regionale machen muss, aber du musst ja keine regionale Musik machen.
I: Aha. Aber es kommt quasi, also wenn man in Stuttgart Radio hört, kommt die Musik größtenteils, also fast ausschließlich aus Baden-Baden?
G.F.: Die Bestückung unserer Radioprogramme mit Musik wird in Baden-Baden gemacht. Da läuft aber in Baden-Baden während dieser sieben Stunden, die wir getrennt senden, läuft in Baden-Baden dieselbe Musik. Ja , also, die haben einen Laufplan, der geht los mit was weiß ich, Melanie Thornton und hört auf mit Blossom und unser Laufplan geht los mit MATH. Und hört auf mit B.
I.: Das ist klar, aber ihr habt, eh, könnt dadurch aber kein regionales Musikprogramm für Stuttgart machen
G.F.: Sag mir was der Sinn eines regionalen Musikprogramms wäre, und ich würde Dir sagen, warum wir das machen sollten. Es gibt dafür keinen Grund.
I.: Könnte es nicht sein, dass Musik im Radio gespielt werden könnte, die hier, also die in der Region Stuttgart bekannter ist und mehr Hörer findet, als in Baden-Württemberg gesamt?
G.F.: Was meinst Du konkret damit? Also Bands?
I.: Bands z.B.
G.F.: Das wird ja gemacht, deshalb haben wir ja diese Clubstunden., wo wir ja auch hingehen und schon seit Langem irgendwie Bands featuren. Wir hatten im vergangenen Jahr bei „Arena of Sounds" z.B. eine Band, „Second Sight" heißen die, die kommen aus Esslingen, oder aus Stuttgart, also Degerloch Esslingen sind die verteilt, die haben wir mal irgendwann ins Radio rübergeholt zu uns, haben die auch gespielt und haben die bei uns bei „Arena of Sounds" spielen lassen, in diesem Jahr, wenn Du Dich an „Arena of Sounds" erinnerst, wobei, das ist ja nun erst zwei Tage her, wir hatten Kassandra Steen, also die Sängerin von „Glashaus", die kommt aus Stuttgart., wir hatten U-Phonics, die kommen aus Esslingen, wir haben NTS, die kommen aus Bruchsal, wir hatten Samir, der aus

Stuttgart. kommt, wir gehen also schon natürlich auf die Künstler ein irgendwie, ganz klar. Und die werden bei uns auch abgebildet.
I.: Jetzt ganz andere Frage: Wie viele Mitarbeiter sind in dem Bereich Popmusik beschäftigt? Kann man das ungefähr abschätzen?
G.F.: Ja, warte mal, ich würde sagen wir liegen so bei ungefähr bei zehn Musikredakteuren plus die Redaktionsassistentinnen, also ich schätze mal, dass die Redaktion insgesamt 15-20 Leute umfasst, 20, denke ich mal eher in dieser Richtung.
I.: Und gesamt in, ja, da muss man ja Baden Württemberg sagen, im Radio, was glaubst Du wie viele Leute da beschäftigt sind im Musikbereich, bei allen Radios?
G.F.: Bei allen Radios kann ich Dir nicht sagen. Ich weiß, dass bei Antenne, die Info, die ich hatte, als da noch Freunde von mir gearbeitet haben, waren das drei Leute, die da die Musikredaktion gemacht haben.
I.: Also es sind pro Privatsender erheblich weniger?
G.F.: Ja, auf jeden Fall. Wobei bei uns natürlich, muss man auch dazu sagen, bei uns sind diese Aufteilungen sehr genau, also, wir haben jemanden, der in der Musikredaktion ist, der aber vorwiegend die Bands macht, „New Pop Festival" z.B., ist so sein Baby. Dann haben wir den Robby Gierer, der fast ausschließlich Booking macht, also für jedes Konzert, das von uns veranstaltet wird, für das „New Pop Festival", für „Arena of Sounds", ist er dafür zuständig, dass Bands gebucht werden. Also, das ist da relativ genau aufgeteilt. Ich gehe jetzt auch in die Musikredaktion, ich wechsele jetzt. Ich bin noch drei Wochen in Stuttgart., und gehe dann auch nach Baden-Baden, in die Musikredaktion, und meine Aufgabe wird sein, neben producen und moderieren, Musikjournalismus zu machen, also Bandinterviews, im Endeffekt weltweit und Konzerte und so Kram, und zusammen mit Robby Gierer diese Bookinggeschichte zu machen. Also das ist bei uns sehr differenziert.
I: Wie ist denn das mit dem, also wie ist so die Vorgehensweise, also die Wichtigkeit von Events und Promotion über Musik für den Funk, welchen Stellenwert hat das?
G. F.: in welche Richtung meinst du?
I.: also, wie viel wird da gemacht, und ist das ein wichtiges Instrument für, euch um Hörer zu gewinnen?
G.F.: Ja unbedingt, das ist natürlich, also wenn ich am vergangenen Wochenende hier auf dem Schlossplatz 70.000 Leute stehen habe, oder 80.000, da gehen ja die Meinungen ein bisschen auseinander, wie viele es waren, und wenn unser Fernsehen was mitschneidet, produziert und am nächsten Tag zu einer nicht sonderlich gelungenen Sendezeit, nämlich um 22:30 Uhr am Sonntagabend sendet, und wir haben 100.000 Zuschauer, dann ist das natürlich zum einen eine Hörerbindung, weil wir unseren Hörern etwas geben das ist ganz klar, zum anderen auch eine Hörergewinnung, weil "A-ha" für umsonst ist schon nicht schlecht und da sind dann natürlich auch Promo-Teams unterwegs, und natürlich ist, ich weiß nicht auf dem Schlossplatz warst, geflaggt, und wir sind da natürlich schon recht massiv vertreten, ganz klar.
I.: Und das hat auch für das Gesamtmarketingkonzept SWR eine entscheidende Bedeutung?
G.F.: Unbedingt, ja.
I.: Ich habe ein bisschen den Eindruck seitdem die Fusion von statten gegangen ist, dass vermehrt eigentlich nur noch sehr große Sachen präsentiert werden, also früher war das so, dass auch kleine spezielle Geschichten gemacht worden sind, die, ich sage jetzt mal auch kulturell interessanter waren, also wo eigentlich nicht nur Sachen gespielt worden sind, die eigentlich eh schon Hits sind, also bei Arena of Sounds sind ja eigentlich, sagen wir mal nicht Nummer eins Erfolge nur, aber schon auch lauter Sachen die auch relevant sind.
G. F.: Ja, unbedingt.
I.: Das war früher nicht so. Ist das, wird das nicht mehr gewünscht? Weil das ist so irgendwie ein bisschen die, es wird ja oft gesagt irgendwie so dieser öffentliche Auftrag des SWR sozusagen wird irgendwie nicht wahrgenommen, ist so der Lieblingsspruch der Nachwuchsbands, so der SWR tut nichts und nimmt seinen öffentlichen Auftrag nicht wahr, weil es wäre ja seine Aufgabe diese Musik aus dem Land, aus der Region, aus der Stadt auch bekannt zu machen. woran liegt das?
G.F.: Das liegt an einigen Sachen, das liegt daran, dass es in Stuttgart 1000 Bands gibt die nicht gut sind, und denken sie müssen im Radio gespielt werden, das sind einmal die ersten, die maulen. Dass wir Bands und Nachwuchs- Kapellen irgendwie ein Forum bieten, haben wir mit dieser Rock Stiftung irgendwie, mit der wir zusammen hängen, mit unserem Rookies Wettbewerb und so was, also es ist nicht so dass man bei uns nicht reinkommt, das ist das eine. Das zweite ist, es ist natürlich Quatsch zu sagen, gerade von irgendwelchen jungen Kapellen, jetzt unabhängig davon ob sie gut sind oder ob sie nicht gut sind, ob sie Potenzial haben, oder ob sie kein Potenzial haben, dass der SWR seinen Auftrag nicht wahrnehmen würde, denn der SWR besteht erst mal aus vier Programmen, damit geht es mal los, dass verschiedene Geschichten irgendwie abdeckt, verschiedene Bereiche abdeckt, und wir haben ein eigenes Kulturprogramm, in dem auch keineswegs nur irgendwelche Opern gespielt werden, die 1830 aufgenommen wurden und jetzt in einer schlechten Qualität runtergedudelt, sondern da passiert relativ viel, da passiert auch relativ viel im Musikbereich. Es gibt eine Sendung

SWR 2 Dschungel, wo viel gemacht wird über progressive Musik, wo lauter so Kram und, dadurch ist das ohnehin schon mal differenziert und die großen Veranstaltungen, das liegt zum einen daran, dass du dann natürlich Hörer gewinnst, bzw. viele Kontakte hast, also wenn ich irgendwie ein Konzert in der "Röhre" veranstalte oder präsentiere, zudem 200 Leute kommen, dann ist das natürlich eine andere Resonanz, als wenn ich auf den Cannstatter Wasen gehe und Bon Jovi präsentiere, zu dem 60.000 Leute kommen, das ist ganz klar.
I.: Das ist richtig, aber private, also was weiß ich, wenn man da so Mixery raw deluxe von "Viva" nimmt, die fand auch in der Röhre statt, 250 Leute und...
G.F.: Ja aber du kannst ja "Viva" nicht, du kannst einen Privatfernsehkanal nicht mit dem öffentlich-rechtlichen Radioprogramm vergleichen., da liegen ja Welten dazwischen, das ist ja die Äpfel mit Birnen vergleichen.
I.: Ja aber das ist ja dann...
G.F.: Das sind Sachen, für die sind "das Ding" zuständig. Wenn ich einen DJ Wettbewerb habe, oder eine Hip Hop Battle, whatever, dafür haben wir "das Ding".
I.: Aber ja gut, andersrum, ich habe ja schon verschiedene Interviews geführt, das ist ja immer so dass die, wenn es um die Frage geht, wie werden die was, die jungen Bands, die qualitativ gut sind, wie kommen die einen Schritt voran? Das ist immer so ein bisschen der Punkt, dass sie natürlich auch eine Relevanz haben müssen, eine Relevanz, für Publikum, für Konsumenten, für Hörer, die bekommen sie über Medien.
G.F.: Ja, natürlich. Aber Paul, entschuldige, es bringt einer jungen Kapelle nichts, wenn auf ihrer Eintrittskarte draufsteht, präsentiert von SWR 3. Es bringt einer jungen Kapelle etwas, wenn sie bei uns bei diesem Rookies-Wettbewerb mitmacht, und da wirklich Erfolg hat, so wie das, was ich Dir gerade eben vorgespielt habe. Das sind jetzt drei Bands, also im letzten Jahr hatten wir....
I.: Rookies-Wettbewerb ist klar, aber ich meine, es ist vielleicht auch ein bisschen Feigenblatt, oder?
G.F.: Nein, das ist es überhaupt gar nicht, Rookies ist eine Geschichte, die liegt uns sehr am Herzen, gerade in Zusammenarbeit auch, und mit der Rockstiftung, und wir haben da Bands also wirklich auch hoch gebracht. Das ist ganz einfach so.
I.: Aber das ist trotzdem relativ wenig. Wenn man jetzt den SWR im gesamten anguckt, was er für Musik aus Baden-Württemberg tut, ist ja, gut, Rookies ist da ein Teil, New Pop Festival.....
G.F.: Die Rock Stiftung hängt da mit drin, irgendwie, die macht einiges mit der wir zusammenarbeiten, wir haben wie gesagt diese Club- Geschichten, wir haben "das Ding", die relativ viele Sachen abwickeln, also so ist das nicht, und es kann auch nicht sein, und es wird auch kein Mensch hören wollen, mich eingeschlossen, dass ich 24h am Tag irgendwelche Kapellen sende, die kein Mensch kennt.
I.: Ja, Gregor, leiten wir einmal über, was hältst denn du vom Musikstandort Stuttgart?
G.F.: das ist eine Frage, die lässt sich gar nicht so leicht beantworten, wie man das zunächst vielleicht vermuten würde. Man könnte jetzt hingehen, und könnte ganz einfach irgendwie, reindreschen , wie das viele Kollegen aus der Politik und aus den Medien machen, ganz so einfach ist das nicht, ich denke, Stuttgart hat, ich habe da kürzlich eine Sendung gemacht für die Deutsche Welle. Musikstadt Stuttgart hieß das. Ich habe da so ein bisschen Revue passieren lassen, also von, natürlich auch Bands reingenommen, wie "Camouflage", damals irgendwie und dann die ganzen Neue Deutsche Welle Leute, die ja auch hier irgendwo im weitestgehenden Sinne aus der Region kamen, ich bin dann rüber gegangen zu einer Bestandsaufnahme von jetzt. Es gibt in Stuttgart schon immer gute Musik, und zwar auch in den verschiedensten Bereichen. Also was mir nicht gefällt, ist diese, diese Fokussierung auf den Hip Hop. Weil wenn man es mal effektiv betrachtet, von den Hip Hop Kapellen, die wirklich Erfolg haben, irgendwie, die aus Stuttgart kommen, gibt es zwei Stück: Das eine sind die "Fantas" die haben mit Stuttgart noch das zu tun, dass sich hier einmal gewohnt haben, und dass Four Music hier noch das Hauptbüro hat, und es gibt den Freundeskreis. Dann gibt es viele Bands, die so im Mittelfeld herumschweben, aber von den Stars sind es wirklich die. Dann hast du eine House Musik Szene, mit den Tiefschwarzens, mit den Schwarzbrüdern, die jetzt glaube ich auch mit dem neuen Album irgendwie richtig absahnen werden, die auf der Love Parade schon gespielt haben, überall, also die sind gut, dann hast du "Tomilla", die Bands haben Productions, du hast Bands, wie "Fliehende Stürme", ehemals "Chaos Z" aus dem Punkbereich, du hast "Normahl" aus dem Punk-Bereich, du hast die "Farmer Boys", die sagen wir mal in die Metal Richtung gehen es gibt hier sehr sehr viele, sehr gute Bands.
I.: "Pur"?
G.F.: Auch "Pur" jetzt unabhängig davon, dass ich persönlich die Musik nicht sonderlich gerne mag, aber "Pur" ist natürlich eine mördererfolgreiche Band. Das ist sensationell was die geschafft haben. Das ist ganz einfach so. Bietigheim, ja, aus diesem Kaff heraus so etwas zu erreichen ist, maximum respect, ja, grösste Hochachtung. es gibt hier viel, es gibt hier auch viel, viele Sachen die passieren, Stuttgart lässt sich glaube ich, manchmal so ein bisschen, selbst von den anderen Leuten, von den anderen Städten einreden, dass es ein verschlafenes Schwabenkaff sei, in dem nur Kehrwoche zählen würde, und das stimmt nicht. Es gibt ja auch genug Möglichkeiten für Bands aufzutreten,

letztlich. Es könnte schöner sei, es könnte größer sein, natürlich, aber wir haben das „Limelight", wir haben die „Röhre", wir haben die „Manufaktur" in Schorndorf, es gibt hier relativ viele Möglichkeiten . Der „High Club", beim „High Club finden nach wie vor immer wieder mal nette Konzerte statt mit "Elektrolochmann ",auch eine Mörderband, dann hier die Sachen, irgendwie "Loretta" und so den ganzen Kram, großartige Musik. Ich frage mich nur, oder was so ein bisschen das ist, was ich mich frage, ist, ob es hier nicht fehlt an einem professionellen Hinterbau von dieser ganzen Musikgeschichte. Weil eine Band kann noch so gut sein, wenn sie niemanden hat, der sie irgendwie gut managt und gut verkauft, dann bringt es nichts.
I: Da gibt es wenig, oder?
G. F.: Ja. Da gibt es nicht viel, da gibt es nicht viel in Stuttgart.
I: Und was gehört da alles dazu, außer Management?
G. F.: Ähm, du brauchst, also erstens brauchst du natürlich mal jemanden, der Kontakte hat, das ist das aller wichtigste. Das ist wie überall, ich glaube in jedem Job irgendwie musst du jemanden haben, der ein Palm Desktop hat und in dem sind 500 Telefonnummern und davon sind 300 für dich u.U. wichtig, oder relevant. Und dann brauchst du auf jeden Fall, klar und brauchst Management, du musst ein Coaching haben, das ist auch bei vielen Kapellen wichtig, wie du dich zu verkaufen hast, was auch vielen fehlt. Komm. es gibt so Bands, die haben so einen ganz eigenen Charme, so von sich aus, also noch mal Elektrolochmann z.B. und es gibt Kapellen, die machen ganz tolle Musik, die kannst du aber nicht auf eine Bühne stellen, weil die stehen herum wie verloren. Ja also, wenn der Sänger mit dem Rücken zu mir steht, brauche ich die Band nicht mehr sehen zum Beispiel oder der Gitarrist mit einem verkniffenen Gesichtsausdruck, das ist Quatsch. Und man müsste halt irgendwie die Möglichkeit haben Bands so oder es müsste die Möglichkeit geben, dass Bands richtig aufgebaut werden dazugehört wie gesagt Coaching, eine Betreuung, dazugehört auf jeden Fall mal ein gutes Management. Und Management ist nicht gleich zu setzen mit Abzocker, der irgend jemanden über den Tisch ziehen will oder so was. Und du siehst wie so etwas funktioniert, wie bei Arena auf Sounds zum Beispiel. XXX, dessen Musik ich sehr sehr gerne mag, obwohl das überhaupt nicht meine Musikrichtung ist, aber ich finde er hat eine tolle Stimme und ich finde die Sachen gut gemacht, die er macht, hat vor einem Jahr sein Video raus gebracht, ich glaube das ist noch nicht einmal ein Jahr her, irgendwie, das erste das lief alles mit wenn man das gesehen hat, ist in Switzerland gedreht worden, das ist der Marx von Freundeskreis und Buben von massive Töne und sonst was, und steht jetzt er auf dem Schlossplatz vor 70.000 bis 80.000 Leute in, und liefert eine perfekte Show. Und steht vor dem Auftritt hinter der Bühne und kommt an und sagt ich bin so aufgeregt, ich weiß nicht was, und geht raus und ist ein sympathischer toller Star. Und der kommt aus einem Umfeld, irgendwie, glaube ich, das ihn richtig betreut und richtig pampert und hat glaube ich auch einen Freundeskreis, von dem er Erfahrungen hat nehmen können. Und das ist so ein bisschen das Problem, dass hier in Stuttgart ist.
I: Wessen Aufgabe ist das? Ist es Aufgabe von Firmen, oder ist es eine öffentliche Aufgabe? Weil so ein bisschen, was du anspricht ist, es gibt viele gute Musik und viele gute Künstler, aber es fehlt so der Unterbau, oder könnte ich auch sagen das Abprüfen sozusagen, also die Schnittstelle, wie das dann vermarktet werden kann? Ist das so ein bisschen wie, so ein bisschen schwierig zwischen Musik machen, Kultur produzieren und Musik vermarkten wirtschaftlich?
G. F.: Schwierig, also ich denke Firmen sollten da nicht, weißt du, wenn du eine Agentur hast zum Beispiel, die einen mit runter nimmt, da musst du wirklich viel Glück haben, dass die sich um die Künstler richtig kümmert. Es ist mit Sicherheit auch nicht die Aufgabe von der Stadt irgendwie da so ein Amt einzurichten, wo jeder Musiker, der unter Umständen was auf dem Kasten hat, oder auch nicht, hingegen sagt " Grüß Gott, ja ich möchte jetzt Musik machen, möchte mein Geld verdienen und du hilfst mir jetzt dabei. " Ganz sicher auch nicht. Das sind, ich glaube du musst da verschiedene Punkte, auch die Medien, natürlich den SWR genauso wie Print Medien, genauso wie Lift und Prinz, also die Zeitschriften irgendwie, die Stadt, Leute, die wirklich in dem Bereich engagiert etwas tun wollen und den Künstlern auch irgend wie etwas bieten wollen, natürlich gehen die auch zunächst mal davon aus, ich helfe dem jetzt, aber irgendwann kriege ich Geld, das war mit Bär auch nicht anders. Der Bär hat damals einen schlauen Vertrag mit den "Fantas " gemacht als kein Mensch die "Fantas " hören wollte, als sie bei Plattenladen-Eröffnungen in Heilbronn gespielt haben, vor zehn Leuten, und irgendwann kam halt das Pay Back. Und ich denke, man müsste halt versuchen, dass man das irgendwie miteinander vernetzt. Und dann hast du aber das Problem, dass in der Stadtverwaltung, auch in einem großen Hörfunkbetrieb oder so was, viele Hierarchien dazwischen stehen und viel administrativer Kram gemacht wird, das bedeutet, dass du nicht so frei und so schnell agieren kannst, wie es vielleicht manchmal nötig wäre. Also ich denke, wie gesagt, es ist nicht die Aufgabe von der Stadt, oder die Aufgabe von der Firma, oder die Aufgabe von dem SWR, sondern es wäre die Aufgabe, dass man versucht, irgendwie ein Forum zu schaffen, wo die Leute sich entsprechend austauschen können, und wo man dann versucht ...
I: Also alle Beteiligten, also von der Stadt, von Kulturinstitutionen, von den Medien....

G. F.: Genau, genau, dass man versucht da irgendwie ein schlüssiges Konzept zu erarbeiten. Aber das muss natürlich auch von irgend jemandem forciert werden und da empfinde ich das so, dass wenn eine Stadt ein Medien-Standort sein möchte oder ein Pop Kultur, Pop-Standort, oder wie immer du das sagten möchtest, dass diese Initiative von der Stadt kommen muss und ich glaube das würde auch funktionieren, also wenn du Leute einlädst, es gibt ja so was auch, auf dem Land zumindest, wenn du Leute einlädst und du bringst die zusammen an einen Tisch und so was kann man in relativ kurzer Zeit relativ viel erreichen, glaube ich.
I: Also wenn ich nochmal das zusammenfassen darf, damit wir das richtig verstanden haben, ist es so, dass man eine, dass die Stadt, die Kommune eine Art Koordinierungsfunktion übernehmen soll, aber dass diese Koordinierungsfunktion nicht sehr eng in eine Stadtverwaltung eingebunden ist, sondern eher freier ist.
G.F.: Ja. Es gibt ja, es gibt ja, ich weiß nicht es gibt ja dieses Medien Team Stuttgart, und bei diesem Medien Team hatte ich das Problem, ich habe durch Zufall erfahren, dass es das gibt, weil eine Bekannte von mir da gearbeitet hat. Sonst hätte ich ja gar nicht gewusst, dass es das gibt. Dann habe ich ein halbes Jahr, oder sieben Monate später, nachdem es dieses Team gab, wenn ich im Rathaus angerufen habe und gesagt habe, ich würde gerne das Medien Team Stuttgart sprechen, bin ich in die Mediothek verbunden worden, weil die Leute, die irgendwie unten an der Pforte saßen, nicht wussten, dass es das gibt. So was ist natürlich schwierig, ja, also wenn eine Stadt so was einrichtet, was sehr löblich ist, ganz fraglos, dann muss das natürlich mit einem Getrommel und ein jeder muss Bescheid wissen, dass es das gibt, passieren. Und nicht so, dass die Leute das nach und nach zu sukzessive mal mitkriegen, dass da irgendwie was ist, und so was müsste viel offensiver betrieben werden, dann auch.
I: Gut, also viele Leute, viele verschiedene Fachleute einbinden, die Stadt hat es als Aufgabe, aber man darf es nicht zu eng einbinden, ähm, kommen wir nochmal auf so eine räumliche Zuständigkeit. Ist das ein kommunales Thema, ein regionales Thema, ein landesweites Thema? Wie muss denn da die, du hast dir ja schon mal Gedanken gemacht, wie denn die Verbindungen sozusagen sein könnten, wie das gemacht werden muss, es ist ja so, dass, ich sag jetzt mal provokativ, die Rock Stiftung sitzt auch in Baden-Baden, die leisten in den Teilen sehr gute Arbeit, aber die Rückbindungen an die Kommunen und, an die einzelnen Standorte, wo tatsächlich die Musiker auch sind, ist natürlich relativ schwer, also denen fehlen auch so die Bezüge, sage ich jetzt mal.
G.F.: Ich glaube, es ist ganz schwer so was für ein Land wie Baden-Württemberg zu einer vollen Zufriedenheit koordinieren zu können. Ich glaube das ist nicht machbar. Es kann natürlich auch nicht die Aufgabe von jeder Kommune sein, also weiß ich nicht jetzt Bietigheim, oder irgendwelche, Marbach, oder sonstwas, dass die so was einrichten, das glaube ich auch nicht, denke, wenn du so was in eine Landeshauptstadt einbindest - was wir hier sind - dann wäre das ganz sinnvoll irgendwie und dann könnte man das auch in kommunale Bereiche kommunizieren. Und damit hättest du, wenn du das schaffst, also wenn du Stuttgart, sagen wir mal als Zentrum nimmst und hast außen herum die ganzen Kommunen, hast du das regionale sowieso schon eingebunden. Und schön wäre natürlich, wenn man das schaffen könnte, dass so was in den sagen wir mal in Anführungszeichen Großstädten, die wir in Baden-Württemberg haben, passiert. Also, wenn so was in Mannheim sitzen würde, wenn so was in Freiburg sitzen würde, wenn so was in Stuttgart sitzen würde, vielleicht die Ulmer Gegend da unten noch.
I: Also das in allen Regionen quasi...
G. F.: ja, ich denke schon dass es auch nur irgendwie...
I: ... ein Head-Quarter...
G. F.: genau, genau.
I: Kommen wir noch mal zu der Funktion zurück, also für, speziell für Stuttgart und die Region. Du hast vorhin gesagt, dass bei diesem Image den Stuttgartern der Region oft eingeredet wird, ihr seid so das verschlafene Schwabenkaff. Wenn man sich jetzt so eine Förderung für den Popularmusik-Bereich überlegt, ist man natürlich immer geneigt, nach Hamburg, Berlin, München...
G. F.: Das ist ja Quatsch.
I: Das ist Quatsch?
G. F.: Das ist totaler Quatsch, weil ich kann mich nicht, das ist, ich kann mich nicht an einer Stadt orientieren wie Hamburg, die alleine von der Sozialstruktur jede Stadt, die an einem Schifffahrtsweg liegt, also an einem richtigen, nicht so ein Binnenkram, die hat eine komplett andere Sozialstruktur, damit geht es mal los. Und das ist totaler Quatsch nach Köln zu schielen, Köln ist seit, zumindest seit ich auf der Welt bin, so der Medienstandort in Deutschland gewesen. Natürlich bedingt durch den WDR damals, waren auch noch mal andere Strukturen, aber das ist Blödsinn, ich kann mich nicht an etwas anderem orientieren, sondern ich muss gucken, welches Potenzial ich hier habe, was kann ich hier machen, kann von da aus versuchen etwas aufzubauen.
I: Was ist denn das besondere Potenzial, was du in Stuttgart siehst, also wie würdest du dieses gute Image, was du vorhin bezeichnet hast konkret noch mal ausdrücken?

G. F.: Ich muss leider sagen, dass ich den Eindruck habe, das momentan das beste Medienimage was mir so bewusst ist in der Gegend in der Karlskaserne sitzt, in Ludwigsburg und nicht in Stuttgart. Da wurde was geschaffen, zumindest habe ich den Eindruck. Ich habe mal irgendwie, vor zwei bis drei Jahren habe ich mal eine Reihe gemacht, Medienstandort Region Stuttgart und hab da mit den verschiedensten Leuten Interviews gemacht und Beiträge gemacht und mir erzählen lassen, was die machen, das ging von einer Post-Produktion von Videos bis hin zu 0711 Büro, diese Pop Geschichten und so was und habe den Eindruck, also dieses Media Forum, das damals auch von der Stadt geplant war, das hat ja nun nicht funktioniert. Dann ist er Herr Lesker nach Heslach rausgezogen, hat da was hochgetrommelt was einen nicht organisierten Charme hatte, sage ich mal, mittlerweile haben wir das Head Quarter, das Hauptquartier sitzen in Stuttgart Mitte sitzen, wo auch Schulz, Ritter und die 0711 auf und weiß ich was alles drin haben. Und wenn die 0711er auf der Popkomm eine Party machen, was sie jedes Jahr machen, dann ist die geknüppelt voll. Das ist Quality, das ist ein Produkt irgendwie, das geht von Stuttgart aus, und die 0711er haben es aber, korrigiere mich, wenn du es besser weißt, nicht mit Hilfe von der Stadt geschafft.
I: Würde ich dich korrigieren, weil die Kolchose ohne die Jugendhäuser in Stuttgart...
G. F.: OK, OK. Gut, Jugendhaus... Das ist richtig.
I: Der Sprung in die wirtschaftliche Relevanz, da haben die sich natürlich selber durchgebissen, es wäre vermessen, da zu sagen, dass die Stadt da was dazu beigetragen hat.
G. F.: Auch Jugendhaus Mitte ist so eine Geschichte. Als ich nach Stuttgart gezogen bin, ich lebe jetzt seit knapp vier Jahren hier, das war mir, bevor ich hier hergekommen bin ein Begriff. Das war einfach so ein Ding, wo - und da bin ich dann auch hingegangen. Das habe ich mir dann angeschaut, weil ich wissen wollte, wie diese Brutstätte verschiedener Kapellen und Subkultur und in Stuttgart ausschaut, wie gesagt, es gibt diese Quality,...
I: Also Qualität ist das zentrale?
G. F.: Ja, unbedingt, unbedingt. Und Stuttgart hat es, glaube ich, so ein bisschen verpennt, bislang, Leuten die kreativ arbeiten können, wollen, auch das Potenzial haben, ich rede nicht von den Jungs, die da zehn Jahre lang erzählen, dass sie irgendwann mal Erfolg haben, denen irgendwie ein Heim, ein Nest zu schaffen.
I: Das heißt, man bräuchte Raum.
G. F.: Unbedingt ja. Also wenn man hier, ich weiß es gibt in Stuttgart mit Sicherheit irgendwelche auch alte Kasernen, also so was wo man einfach versuchen kann mit der Industrie, die das vielleicht, wir hatten ja nun hier genug Industrie vor Ort, die so was vielleicht auch mitfinanzieren würden und sponsoren würden, also so was, dass man versuchen würde da was zu machen, aber die Leute da auch frei gestalten lassen würde.
I: Wie müsste so ein Raumangebot aussehen?
G. F.: Wie meinst du das?
I: Um jetzt nicht den Begriff Gründer-Zentrum in den Mund zu nehmen, wie müssen solche Räumlichkeiten beschaffen sein, also, dass ein Medienzentrum, wie in Ludwigsburg, wo der Quadratmeter DM 15,- kostet, oder ist das eine verfallene Fabrikhalle, wo der Quadratmeter nur DM 4,- kostet, keine Heizung hat...
G. F.: Wir haben, wir haben Ihr ja alles, wenn du an den Nordbahnhof gehst, Nordbahnhof ist momentan glaube ich eine der kreativsten Zellen, die in Stuttgart irgendwo funktioniert und Nord Bahnhof ist tot, das muss man ganz einfach so sagen. Ich glaube, das ist gar nicht der Punkt, der Punkt ist, versuche Leuten einen Raum zu geben, du musst da nichts Aufstylen. Du musst nicht hingehen und musst irgendwie etwas komplett von Grund auf renovieren und Glas und Chrom und sonst was machen. Du musst den Leuten die Möglichkeit geben, dass sie sich austauschen können, dass sie vielleicht auch einfach mal über den Flur spucken können und in das Büro vom Kollegen rein, der irgend was macht, womit ich mal irgendwann zu tun haben könnte. Ja, also wenn einer ein Location Scout ist, und ich arbeite in der Post Produktion von einem Video und ich kriege irgendwann mal von einem Kumpel von mir einen Anruf und der sagt, pass auf, wir wollen ein Video drehen, könntest du mir den produzieren und ich sage ja und er sagt, wir wissen aber noch nicht genau, wo wir das Ding machen, dann kann ich darüber gehen und kann sagen, die wollen ein Hip Hop Video umdrehen, oder was weiß ich, irgendein Video, wo könnte man dahin gehen? Dass diese Wege irgendwie kurz sind, weil die Leute, kennen sich ja auch.
I: Das ist wichtig?
G.F.: Unbedingt, ja, weil die Leute kennen einander in Stuttgart ja schon, es ist ja nicht so, dass wenn du irgendwie dich ins Cafe Heller nachmittags setzt, dann kannst du 5h lang mit den Leuten aus dem unterschiedlichsten Bereichen reden, weil die alle irgendwann mal da ankommen, und jeder kennt jeden. Aber, ich glaube die Leute wissen manchmal nicht so ganz genau, was der andere jetzt wirklich macht, weißt du?
I: Das heißt, es bräuchte auch eine Art Treffpunkt, Forum, Kommunikationsplatz, so, wo man sich irgendwie treffen kann.

G. F.: Ja, und wir sind ja hingegangen und haben als wir damals nach der Fusion angefangen haben diesen SWR-Stammtisch eingerichtet, irgendwie, wo damals haben wir uns zusammengesetzt überlegt, wen könnte man da einladen, äh, Agenturen, Club-Besitzer, Zeitschriftenleute, Zeitungsleute, weiß ich nicht Musikleute, diese Konzertagenturen, irgendwie Musikzirkus, Ludewig, und so das war alles irgendwie da, und das haben wir über Ewigkeiten sehr regelmäßig durchgezogen und wir hatte immer einen sehr regen Besuch auch und da sind auch viele Kontakte zustande gekommen, wo jetzt zum Beispiel eine Frau bei einem Menschen arbeitet, die sich da kennen gelernt haben, die sich da kennen gelernt haben, die aus ganz unterschiedlichen Bereichen kamen.
I: Das heißt, Anlässe und räumliche Strukturen schaffen, die das verbessern?
G. F.: Unbedingt, ja.
I: OK. Kommen wir, was mich noch interessieren würde, wäre, wie das mit der Ausbildung aussieht, also im Moment ist oft so, es wird auch oft geklagt, dass gute Leute hier anfangen und dann weggehen, und das Bestreben sollte auch sein, dass wir gute Leute hier her holen. Also nicht unbedingt große Medien, sondern auch interessante Leute, kreative Leute, das heißt also auch noch locken können, mit dem Standort. Das ist... Gregor lächelt...
G. F.: Ich lächle...
I:... Weil er weiß, jetzt kommt die Frage nach der Pop-Akademie, wahrscheinlich.
G.F.: Ja, ich lächle zunächst aus einem anderen Grund, dann lächle ich auch noch mal wegen der Pop-Akademie. Ich lächle auch aus dem Grund, ich habe einen Vertreter vom 0711-Büro, als ich diese Sendung für die Deutsche Welle gemacht habe, gesprochen und der Strachi hat gesagt: „ weisst Du das Problem, das ich hab ist, ich sitze hier und ich will jemanden, der gut ist, ich will dass der zu mir kommt. Dann rufe ich den an und sage, pass auf, hier ist der Strachi vom 0711-Büro, ich hätte gerne, dass du für mich arbeitest, dann sagt der Strachi, ich find es klasse, was ihr macht, ich würde echt gern für dich arbeiten, aber ich komme nicht nach Stuttgart. Wenn ihr in Hamburg wärt, ich würde sofort kommen, wenn ihr in Köln wärt, ich würde sofort kommen“, also ich denk, das hat ein bisschen was, ja und losgelöst von wirklich dieser Mediengeschichte, hat ein bisschen was damit zu tun, dass Stuttgart aus irgendwelchen mir wirklich nicht erfindlichen Gründen den Ruf hat, dass du hier nicht tot überm Zaun hängen möchtest, was totaler Quatsch ist. Das ist das Eine. Das zweite ist, Pop-Akademie, herzlich willkommen. Sensationell. Großartig. Also wenn man so etwas irgendwie machen kann, es gibt in Karlsruhe jetzt wohl irgendeinen Studiengang habe ich allerdings leider nur am Rande mitgekriegt, Aufbaustudiengang Musikjournalismus. Das ist so eine Geschichte, da bin ich jetzt leider darüber hinaus, weil ich einfach jetzt mein Studium schon lange rum hab und schon viel zu lange im Business bin, hätte es das damals gegeben, ich hätte es sofort gemacht, ich hätte mein Studium abgeschlossen und wäre sofort nach Karlsruhe gegangen. Es gibt jetzt in Ludwigsburg, ist es in Ludwigsburg? Ja. Kulturmanagement, diesen Studiengang.
I: Bei der Filmakademie, da?
G.F.: Ja. Solche Sachen. ich finde es großartig, wenn man so was schaffen kann, dass man mit guten Leuten, also, weiß ich nicht, da kannst du ja auch den Kai Mauke holen, du kannst den Udo Dahmen holen, die hingehen und da einfach als Dozenten von mir aus auch mal ein Block-Seminar machen, oder so was, Leute, die du dann halt nicht zunächst in Stuttgart vermehrt mal hast, sondern erst mal hier herholst. Wir haben jetzt mittlerweile bei Tele Media arbeitet Hannes Koch, Hannes Koch ist eine Kultfigur, irgendwie, in der deutschen Musikszene. Das ist er einfach irgendwie. Du hast Leute hier, und du hast Leute.
I: Das heißt die Rahmenbedingungen für so eine Pop-Akademie wären auch in Stuttgart vorhanden?
G. F.: Unbedingt, unbedingt. Also das sehe ich schon und ich glaube auch, dass du dann wirklich auch Leute nach Stuttgart holen könntest, dass du Nachwuchs hier her holen könntest, der sagen würde, ich möchte dahin, irgendwie, ich möchte das machen und dass die Leute dann vielleicht auch von hier aus wirken würden und arbeiten würden.
I: Und dafür wieder Anlässe und räumliche Gegebenheiten schaffen würden.
G. F.: Genau. Genau. Also das, wie gesagt das wäre wunderbar, das wäre das Beste was man, glaube ich, das ist ja immer sehr subjektiv, das wäre das tollste, was man machen könnte.
I: Ähm. In Baden-Württemberg ist dadurch ja so ein bisschen eine Konkurrenzsituation aufgetreten, weil es auch eben auf einmal halt Karlsruhe, Mannheim, also je die Kommune irgendwie sagt, ja, hätte ich gern. Weil das natürlich so ein bisschen hip ist das haben will. Siehst du das im Baden-Württembergischen Wettbewerb auch so, dass die Pop-Akademie in der Region, in der Landeshauptstadt gut aufgehoben wäre und dass da am besten agiert werden kann?
G. F.: Das sehe ich unbedingt so, das, du musst, das sind Kleinigkeiten, weil es geht bei Kleinigkeiten los. Du hast hier eine Infrastruktur, du hast ja einen Flughafen, an dem du in 20min bist irgendwie, klar. Mannheim hat einen größeren Umsteigebahnhof, trotzdem, solche Geschichten hast du hier, du hast hier einfach Leute sitzen. Jetzt überleg, geh mal nach, weiß ich nicht, Mannheim. Mannheim, in Mannheim gibt es bei die Söhne Mannheims, mittlerweile, es gibt Tordge, eine Konzertagentur gibt es noch, damit bist du schon relativ fertig. Aus Mannheim ist auch irgendwie musikmässig nichts

grossartiges, was irgendwie Erfolg hat und ich denke, wenn du, das klingt jetzt, das soll wirklich nicht borniert klingen, weil ich gehe ja nun auch weg aus der Landeshauptstadt, aber wenn ich hier die Landeshauptstadt sitzen habe, dann kann man so was durchaus auch in der Landeshauptstadt ansiedeln. Und ich glaube auch, dass mit dem Großstadtflair, den Stuttgart, man muss ihn suchen, aber zweifellos dann doch hat, ähm, dass es für die Leute dann auch einfacher wäre, irgendwie, nach Stuttgart zu kommen, als nach Karlsruhe oder so was. Und ich habe damals als ich studiert habe, ich bin mal nach Mannheim gegangen, weil in Mannheim Medienkommunikationswissenschaft angeboten werden sollte. Ich habe dann meine beiden Hauptfächer fertig studiert und hab das dann, als es dann, als es dann nach dem 7. Semester war es dann endlich soweit, angeboten wurde, habe ich das dann noch zusätzlich studiert. Das war für mich der Grund nach Mannheim zu gehen. Hätte es damals eine Pop-Akademie in Stuttgart gegeben und es hätte eine in Mannheim gegeben, wäre ich mit Sicherheit nach Stuttgart gegangen. Oder hätte es diesen Studiengang, so wie ich ihn wollte und wie er eben auf dem Blatt aussah und nach meinen Interessen war, wäre ich mit Sicherheit hierher gegangen.
I: Sind die anderen Qualifikationsangebote die es gibt, also so Musikbildung, Musikschule, also freie Musikschulen und so weiter, ist da auch entsprechend was da in Stuttgart, oder?
G.F.: Das kann ich leider nicht beurteilen, das kann ich leider nicht beurteilen.
I: Ja. Willst Du noch irgendwas loswerden, was Dir besonders wichtig ist, was Du noch nicht gesagt hast?
G.F.: Pop-Akademie isch subbr.
I: Was wäre dein größter Wunsch für den Popmusikstandort Stuttgart? Oder für Dich selbst?
G.F.: Mein größter Wunsch für mich persönlich wäre, dass ich irgendwann mal an der Pop-Akademie in Stuttgart eine Vorlesung halten darf über "so funktioniert Radio, und aus dem und dem Grund mache ich es" und für den Pop-Standort würde ich mir wünschen, Strachi hat mal gesagt, und das finde ich ein sehr schönes Bild Stuttgart ist eine dicke fette schwarze Katze, die gerne vor dem Ofen auf der Bank liegt, aber auf einmal kann sie aufspringen und die Krallen ausfahren und ganz schnell sein. Und mein Wunsch wäre, dass Stuttgart jetzt mal von der Ofenbank runterspringt und die Krallen ausfährt und mal ganz schnell ist.
I: Alles klar, vielen Dank. Gregor Friedel; SWR 3, Stuttgart.

Interview Nr. 23 mit Janina Menrath, Medien und Filmgesellschaft B-W, Abt. Musikwirtschaft
am 22.05.01, 17:00 –18:00 Uhr im Bosch Areal Stuttgart

I: Guten Morgen Janina.
J.M.: Guten Morgen
I: Also was ist denn die MFG genau?
J.M.: Die MFG Medien- und Filmgesellschaft Baden-Württemberg wurde 1995 als Kompetenzzentrum der Landesregierung ins Leben gerufen, um das Land als Standort für Medien, Informationstechnologie und Film zu fördern. . Außerdem spielt die MFG eine zentrale Rolle bei der Landesinitiative Baden-Württemberg medi@.
I: Das Ziel?
J.M.: Das Ziel ist die Förderung der Medienlandschaft in Baden-Württemberg. Die drei Säulen der Arbeit der MFG Medienentwicklung sind erstens Information, Kommunikation und Networking, zweitens Beratung und Förderung und drittens Projektmanagement und Dienstleistungen. Diesen drei Bereichen sind zahlreiche MFG - Projekte zugeordnet, mit denen Medienprojekte, Multimedia- und Internetanwendungen in Wirtschaft, Bildung, Verwaltung, Musik und Kunst sowie in den regionalen Projekten gefördert werden.
I: Welche kulturellen Medien gehören da noch dazu? Also gibt es auch Literatur-, Kunst-, Theaterprojekte, die da drin sind oder ist es Wort, Musik, Bild und Text?
J.M.: Die MFG unterstützt z.B. den Stuttgarter Filmwinter oder vergibt für den Workshop „Writing Interactive Fiction“ Stipendien an kreative Medienschaffende aus Baden-Württemberg. Mit dem Projekt „Digital Content Funding“ realisiert die MFG z.B. bundesweit das erste Förderprogramm für digitale Filminhalte.
I: Wie groß ist der Anteil von Musik? Kann man das feststellen?
J.M.: Seit 1998 führen wir gemeinsam mit der Filmakademie und VIVA den Nachwuchsbandwettbewerb „Clip Attack“ durch. Weiterhin unterstützt die MFG seit einigen Jahren die Rockstiftung und ist Partner bei deren Projekten wie z.B. beim pop:forum Branchenmeeting oder beim Bandpool. Ein weiteres innovatives Projekt in diesem Bereich ist der iClip-Award, den wir mit MTV veranstalten; da geht es darum im Internet eine neue interaktive Plattform für Musik zu bilden. Derzeit erarbeitet die Landesregierung unter Beteiligung der MFG
außerdem eine Konzeption für den Bereich Popmusik.
I: Was für eine Konzeption?
J.M.: Das Land Baden-Württemberg hat auf Initiative von Herrn Minister Dr. Palmer im November 2000 eine Arbeitsgruppe ins Leben gerufen, die derzeit für die Förderung der Popular- und Jugendmusik in Baden-Württemberg Empfehlungen erarbeitet. Dabei wurden in den vergangenen Monaten Experten aus unterschiedlichen Bereichen der Popmusik angehört und Bestandsaufnahmen gemacht.
I: Diese Konzeption für die Popularmusikförderung landesweit, die ist ja noch nicht draußen, aber kannst du im Vorfeld schon sagen was so Kernpunkte sind, also drei, vier Kernpunkte wo man sagen muss, die sind wichtig?
J.M.: Also die Themenschwerpunkte unter denen die Arbeitsgruppe den Bereich Popmusik betrachtet hat, waren erstens Nachwuchsförderung, insbesondere auch Basisarbeit in Kommunen, Schulen und Jugendmusikschulen. Zweitens der wichtige Bereich Qualifizierung - wie ist die derzeitige Aus- und Weiterbildungssituation in Deutschland und in Baden-Württemberg.
I: Im Musikbusiness wie auch im künstlerischen Bereich?
J.M.: Ja, in allen Bereichen. Dritter Schwerpunkt: Beratung, Förderung, Existenzgründung und der letzte Schwerpunkt war Öffentlichkeitsarbeit, Vernetzung, Medien, Events. Besonders die beiden ersten Schwerpunktbereiche wurden von den Experten in den Anhörungen als wichtig erachtet.
I: Das heißt im Qualifizierungs- und Beratungsbereich.
J.M.: Ja, im Qualifizierungs-Bereich und im Beratungs-Bereich auf kommunaler Ebene. Es wurde während der Anhörungen oft deutlich, wie wichtig es ist, dass in den Kommunen Ansprechpartner und Einrichtungen vorhanden sind, die z.B. auch Vernetzungsaufgaben wahrnehmen. Auch im Bereich der Schulen und Jugendmusikschulen besteht teilweise Bedarf, die Popmusik stärker zu integrieren.
I: Bei den Schulen würde ich gerne einhaken, ich weiß nicht, ob du mir etwas dazu sagen kannst, die Schulen sind auf der kommunalen Ebene immer ein bisschen draußen, weil die eben Landeshoheit sind, d.h. man kann da relativ wenig machen, die Räume sind begrenzt und die Inhalte kommen vom Land, vom Kultusministerium und das würde mich interessieren, wenn man kommunal zusammen arbeiten muss und die Schulen sind Landessache, da müsste man ja zwischen Kommune und Land zusammen arbeiten lassen. Gibt es da eine Regel wie das laufen könnte?
J.M.: Wenn man die Lehrpläne für das Fach Musik betrachtet, kann man feststellen, dass die eigentlich das Thema Popmusik in großem Umfang berücksichtigen. Allerdings bestehen sicherlich von Seiten der Lehrkräfte teilweise Berührungsängste, das Thema umfassend in den Unterricht zu integrieren. Auch außerhalb des Schulunterrichts, z.B. im Rahmen von Projekttagen oder

Arbeitsgemeinschaften, werden meiner Meinung nach noch nicht alle Chancen optimal genutzt. Das betrifft dann z.B. auch solche Projekte, die gemeinsam mit anderen örtlichen Einrichtungen wie Jugendmusikschulen umgesetzt werden könnten. Ich denke da bestehen innerhalb der Kommunen schon so viele Kooperationsmöglichkeiten. Landesweit könnte man da eher an den Bereich der Lehrerfortbildung denken.
I: Jetzt würde ich noch mal kurz darauf zurückkommen, weil ich meine, die Qualifizierung der Leute ist das eine, das verstehe ich, auf der anderen Seite ist es aber eine freiwillige Aufgabe der Schule, so wie ich das jetzt verstanden habe, freiwillige Aufgaben für die Schulen sind immer solche Aussagen, fänden wir toll wenn ihr es macht, wenn ihr es macht passiert gar nichts, d.h. es wird viel auch nicht passieren. Das ist ja das Thema, das auf kommunaler Ebene immer ist wenn man irgendetwas macht. Natürlich auf Seiten der Musikschulen, da ist es ja auch so, dass diese Projektfreundlichkeit der Strukturen oder Kurssystem, da ist man gerade daran, das zu verändern, nur, wie gesagt, mich würde trotzdem interessieren, gehen wir mal von der Schule weg, also wie sieht die Zusammenarbeit zwischen den einzelnen Kommunen im Land und dem Land selbst aus, also gibt es da eine Idee wie das irgendwie weitergehen soll, weil man hat jetzt ein Mal diese Experten, diese Arbeitsgruppe, ist es geplant, das fortzuführen oder war es das erst mal?
J.M.: Die Arbeit soll natürlich kontinuierlich weitergehen. Ich denke es wäre wichtig, landesweit eine Vernetzung zu erreichen. Die Kommunen sollten auch untereinander die Möglichkeit haben, sich über Konzepte auszutauschen und eventuell auch gemeinsam Projekte realisieren. Dies könnte z.B. über Arbeitskreise und Workshops realisiert werden, die von Landesseite aus initiiert werden. In Mannheim gibt es ja z.B. seit kurzer Zeit einen Rock- und Popbeauftragten. So ein Modell wäre sicher auch für andere Kommunen interessant. Insgesamt sollen natürlich die Empfehlungen der angesprochenen Arbeitsgruppe auch für Kommunen Argumentationshilfen bieten, um innerhalb der Stadt die Popmusik stärker zu fördern.
I: Was hältst denn du von dem Popmusikstandort Stuttgart?
J.M.: Der Popmusikstandort Stuttgart ist herausragend ; in Stuttgart, da passiert unheimlich viel. Klar – HipHop da denkt jeder dran. Während der Anhörungen haben wir auch oft gehört, dass Baden-Württemberg als Musikstandort vor allem über HipHop und Stuttgart wahrgenommen wird. Durch HipHop ist in Stuttgart natürlich viel passiert, aber auch darüber hinaus gibt es hier eine sehr lebendige Szene. An allen Ecken und Enden gibt es Clubs, Konzerte etc. aber ich denke auch, dass die Stadt das auch ein bisschen wenig transparent macht.
I: Sie stellt sich nicht so nach vorne?
J.M.: Sie stellt sich nicht nach vorne ja, also es ist einfach kein Leitthema der Stadt.

I: Gut, glaubst du, dass es wichtig ist, dass Popkultur, Popmusik öffentlich gefördert wird und wenn ja wie?
J.M.: Ja, also ich finde es einen sehr wichtigen Bereich, ich finde es auch förderungswürdig, jetzt mal ganz allgemein gesprochen. Insgesamt ist Popmusik förderungswürdig, es kommt ja auch oft mal dieses Argument, warum soll man einen Bereich fördern, der wirtschaftlich erfolgreich ist und ich denke, wenn man sich da aber auch die Realitäten anschaut wie viele Bands es gibt, wie viele Musiker, Künstler von ihrer Kunst leben können, dann sieht man schon, dass das ein wirklich geringer Teil ist. Es gibt unheimlich viele Künstler im Popmusik-Bereich, die eben nicht davon leben können, die aber auch förderungswürdige Kunst produzieren. Verglichen mit der klassischen Musik sieht man, dass es bislang keine Tradition hat diesen Bereich zu fördern. Das finde ich eigentlich schade und ich finde, da werden viele Chancen vergeben. Für Stadt und Land sollte es meiner Meinung nach selbstverständlich sein, diesen Bereich zu fördern und zu unterstützen und da sind auch keine Unsummen nötig, da ist v.a. Bereitschaft nötig, sich mit dem Thema mal auseinander zu setzen und zu überlegen wie können wir diesen Bereich unterstützen und wie verankern wir das Thema innerhalb der Kommunen. Gerade in den Kommunen sind die Basisarbeit und die Vernetzung zwei wichtige Aufgaben.
I: Mit Basisarbeit meinst du Arbeit mit jungen Künstlern, Jugendlichen, mit jungen Firmen?
J.M.: Genau, ja.
I: O.k. D.h. Popmusik nicht nur als Wirtschaftszweig, sondern auch als kulturellen und sozialen Zweig.
J.M.: Ja. Also was ich vielleicht noch ergänzen kann, was ich jetzt mir eben auf künstlerischer Seite gut vorstellen kann, ist auch, dass die Kommunen da auch für die Förderung von Nachwuchsbands überhaupt Sorge tragen sollten. Ich denke man sollte versuchen, die Basisförderung von Bands auf kommunaler und regionaler Ebene zu optimieren, damit auch eine richtige Spitze überhaupt entstehen kann. So langsam merkt
man, dass es schwieriger wird, „Spitzenbands“ zu finden, z.B. auch für den Bandpool der Rockstiftung.
I: Das ist ja wunderbar, dass du das ansprichst. Ich hätte das eigentlich nicht gefragt, weil ich das ein kitzliges Thema finde und dieser Punkt, wie viele Leute muss man bis wohin fördern, finde ich ganz zentral, ich möchte da nur anmerken, da gibt es ganz unterschiedliche Auffassungen darüber. Es ist

z.B. so, dass die Stuttgarter Hip-Hop-Szene, die bundesweit Erfolge gefeiert hat und Erfolge feiert, dass die nur in einem ganz minimalen Bereich gefördert worden sind, man hat ihnen Räume zur Verfügung gestellt, also man hat ihnen Platz im Jugendhaus geboten, wo man sich treffen konnte und dann hat man ihnen Räume zur Verfügung gestellt, wo sie so ihren ersten Gehversuche machen konnten hat sie ein paar Veranstaltungen machen lassen und das war es dann und ich meine, es sind jede Menge Nummer Eins Charterfolge hervorgekommen. Da ist kein Coach drübergegangen, vielleicht ein bisschen, aber nicht wirklich, da ist niemand drüber gegangen, der irgendwelche Business-Schulungen gemacht hätte, sondern die haben es einfach gemacht, Learning by doing und das hat gut funktioniert. Für mich ist die Frage, hat es gerade deswegen gut funktioniert, müssen wir den Job oder muß diese öffentliche Förderung den Job von Plattenfirmen übernehmen, also früher war das nämlich so, da gab es eine Band, die hat ganz interessante Musik gemacht und dann ist die genommen worden und jetzt irgendwie, wie du das skizzierst hast, geht das in die Richtung, dass man denen das schon auf dem Tablett liefern muß, würde ich kritisch sehen.
J.M.: Ja, also ich denke auch , man kann das gar nicht so pauschal beurteilen. Es hängt auch von der Musikrichtung stark ab, von den einzelnen Szenen, ich denke, was man auf jeden Fall machen kann ist, günstige Rahmenbedingungen zu schaffen, also es geht ja auch nicht darum zu reglementieren. Auch das Coaching stellt man sich auch immer so vor wie - wir nehmen euch jetzt an die Hand und führen euch zur Spitze - so darf man sich das nicht vorstellen. Es geht mehr darum, eine Analyse zu machen, was braucht die Band, was braucht der Künstler oder auch was braucht die Firma und ganz individuell auf die Bedürfnisse einzugehen., Man sieht ja z.B. bei der Rockstiftung und an den Erfolgen, die eben manche Bands aus dem Bandpool feiern, wie z.B. ‚Die Happy' und ‚NTS' dass so ein Modell durchaus erfolgreich sein kann und dass die Plattenfirmen auch dankbar dafür sind.
I: Ja sicher, ich meine, das ist ja keine Frage, ich meine vielen Dank, dass die Vorbereitung stimmt. Aber die Frage ist, ob die Bands dadurch Erfolg hatten, weil sie im Bandpool waren, das ist doch die entscheidende Frage. Das ist die Frage, ob die Bands so erfolgreich sind, weil sie kommunal so weit nach vorne drängen, dass jeder eben auch sich danach die Finger leckt, das ist für mich die entscheidende Frage.
J.M.: Ja gut, das ist schwer zu sagen. Natürlich kann man auch sagen, das ist eine Band, die brauchen nichts, die sind so talentiert, die sind so gut, die passen auch jetzt gerade zu der Zeit, ich meine, das ist ja auch immer ein wichtiger Faktor, zur richtigen Zeit am richtigen Ort. Die bestimmte Musikrichtung oder der bestimmte Look ist eben zur Zeit in und dann geht es natürlich auch um die Kontakte, da gehört auch viel Glück dazu. Und ich denke, man kann es auf viele Arten schaffen, aber zu sagen, man macht nichts und überlässt alles seinem Schicksal finde ich jetzt persönlich auch nicht den richtigen Weg, ich denke, es muss eine Mischung sein.
I: Gut, ganz kurz vielleicht noch dieses Verhältnis Spitzen- und Breitenförderung. Du hast da gesagt, dass da irgendwie die Spitze nicht mehr kommt, also ich denke, das ist natürlich schwierig. Wenn man sich überlegt wie man eine Spitze bekommt, früher haben die Labels gemacht, die haben sich die Bands ausgesucht, haben die so weit aufgebaut und haben da investiert ohne Ende bis sie die Spitze hatten. Die Vorgehensweise von der kommunalen Förderung ist normalerweise, dass man eine Breitenförderung macht und hofft, dass dann jemand spitzenmäßig herauskommt. Da ist eine gewisse Nervosität zu spüren, oder? Also wenn man eine Breitenförderung macht und dann kommt halt keine Spitze, sehe ich das richtig? Oder es kommen Bands, die so wirklich an der Schwelle sind.
J.M.: Ja, ich glaube, es hängt auch damit zusammen, dass eben die Breitenförderung noch nicht gut genug gemacht wird. Wenn man sich überlegt, wie viele Bands gibt es in Baden-Württemberg, also ich merke das auch selber bei Clip-Attack z.B. Wenn du dir die 180 Bands, die jetzt beim letzten Mal eingereicht haben, anguckst oder anhörst und dich intensiv damit beschäftigst, merkst du, da ist so ein sehr großes Potential vorhanden. Klar man muss da auch differenzieren, manche Bands machen einfach nur so Musik, die wollen auch gar nicht Profimusiker werden, das ist halt eine Freizeit und das ist auch völlig o.k. Und dann gibt es eben die, die wollen, können aber nicht und wissen nicht wie sie es angehen sollen, da ist aber ein unheimliches Potential, da denke ich schon, dass man da viel machen könnte, aber es passiert bislang vielleicht ein bisschen wenig. Klar, es gibt ja auch die LARI und es gibt vielfältige Musikinitiativen und natürlich haben auch alle das gleiche Ziel. Es gibt dann auch noch viele Wettbewerbe und es geht immer darum, eine neue Band nach vorne zu bringen. Ich denke aber schon, man muss da auch nach neuen Wegen suchen, also dieses alte Modell, gerade auch mit diesen vielen Wettbewerben funktioniert einfach nicht mehr so, weil auch die Anforderungen an die Bands heute enorm groß sind. Die müssen halt mehr machen als nur gute Musik und bisschen schön aussehen, es fängt damit an, dass sie eine eigene Website brauchen und manche Musiker sind halt Musiker und haben weder Geld noch das Talent eine Website aufzubauen und das ist aber heute enorm wichtig, also das braucht eine Band heutzutage schon. Oder auch so etwas wie der Umgang mit Medien und was da alles noch dazu gehört, also ich denke, da gibt es vielfältige Ansatzpunkte, wo eine Breitenförderung auch noch bestärkt werden kann.
I: Das heißt man braucht andere Leute rund um die Band sozusagen, die angesprochen werden.

J.M.: Ja, und dann entsteht wieder eine Spitze, weil ich glaube nicht, dass irgendjemand sagen kann, es entsteht keine Spitze mehr, weil alles abgegrast ist d.h. wir haben alle Bands in Baden-Württemberg gesehen und gehört, es gibt hier keine guten Bands mehr, das glaube ich nicht. Und es kommen auch immer wieder neue Namen.
I: Aber das Thema, dass die Plattenindustrie nicht mehr so frühzeitig ansetzt, also wenn da kein Manager mehr kommt von den professionellen Agenturen, dann muss man natürlich gucken wie man das ersetzt. Es liegt aber auch an dem ganzen Pop-Business, dass es immer schnelllebiger wird und es erlaubt keine Ressource mehr und Zeit, wo man einen Künstler richtig aufbauen kann.
J.M.: Und es geht glaube ich auch um Kontaktvermittlung und das ist natürlich auch das was die Rockstiftung macht, sie hilft im Vorfeld schon ein Kontaktnetzwerk für die Bands aufzubauen. Z.B. stellt die Rockstiftung dann Kontakte zu Booking-Agenturen her. Die sagen dann, na ja, bevor ich irgendeine Band nehme, nehme ich lieber die aus dem Bandpool, da weiß ich, die sind schon durch so einen gewissen Vorlauf bei der Rockstiftung gegangen. Die nehmen sie dann aber trotzdem auf und pushen die noch weiter nach vorne, also die sind dann noch nicht praktisch „fertige“ Bands und müssen einfach ihre CD fertig machen und können dann auf den Markt.
I: Was wäre dein größter Wunsch für die Popularmusik in Stuttgart oder in diesem speziellen Fall für den Popularmusikstandort Baden-Württemberg?
J.M.: Schwer zu sagen. Ich wünsche mir für Baden-Württemberg, dass flächendeckend die Popmusik stärker, gefördert und dass das Thema Popmusik mehr in den Köpfen verankert wird.

Interview Nr. 24 mit Wolfgang Fischinger genannt Lupo von Lupos Rockshop
am 12.06.01, 16:00 –17:00 Uhr in Lupos Rockshop, Instrumentenfachgeschäft, PA Verleih

I: Was ist denn Lupo´s Rockshop? Was machst du?
W.F.: Ich habe den Laden eröffnet um dem Fiasko des Service ein Ende zu bereiten, sagen wir mal so, es gibt einfach zu wenig Musikgeschäfte die einen ordentlichen Service bieten. Deshalb hab ich das gegründet; ursprünglich nur um zu reparieren, mittlerweile verkaufen wir natürlich auch viel: Instrumente usw., also alles was dazu gehört. Hauptsächlich im Bereich Gitarren, Verstärker und Bässe, weniger Keyboards, wobei wir da natürlich auch Service anbieten, aber den Verkauf überlassen wir da anderen Leuten
I: Was habt ihr so für ein Einzugsgebiet, Stuttgart, die Region oder landesweit?
W.F.: Du, das geht bis München, Hamburg, alles...
I: Und Schwerpunkt aber Stuttgart, oder?
W.F.: Von was meinst jetzt?
I: Vom Verkauf.
W.F.: Verkauf hauptsächlich Stuttgart, natürlich.
I: Darf ich dich nach dem Finanzvolumen fragen, was du im Jahr so etwa umsetzt?
W.F.: Wenn ich des wüsste (Gelächter)
I: Also, du kannst davon leben?
W.F.: Ja, ich kann davon leben. Ich kann es dir jetzt nicht genau sagen, die Zahlen, das blick ich manchmal nicht, was der Steuerberater mir da gibt. (Gelächter) Ist auf jeden Fall nicht so, dass ich reich bin, mit Sicherheit nicht, wir haben immer noch zu kämpfen: was den Verkauf angeht, natürlich gegen die Grossen zu kämpfen, namentlich "Soundland", "Schweizer", was weiß ich was es da gibt, also in meiner Branche mein ich jetzt, völlig klar: "Thomann" in Nürnberg oder "Musik-Produktiv". Also im Verkauf haben wir zu kämpfen.
I: Also, die Stärke ist der Service Bereich?
W.F.: Die Stärke ist der Service Bereich, ja.
I: Die Kunden, die sich gebunden fühlen: hier repariert, hier gekauft, so etwa?
W.F.: Ja, oder es kommen auch viele, muss ich sagen, von der "Maffay Band" über "PUR" kommen zu uns halt wegen der Reparaturen, hauptsächlich.
Weniger wegen dem kaufen, weil das sind eh alles Jungs die haben Verträge mit "Meinl" oder sonst was wo sie Geld dafür kriegen, dass sie "Ibanez" Gitarren spielen
I: Arbeitest du alleine hier?
W.F.: Nee, ich hab hier einen Kollegen. Ich hab einen Kollegen, mit dem mach ich das hier seit anderthalb Jahren zu zweit und jetzt haben wir uns einen Schwerbehinderten auch noch eingestellt, der so kleinere Tätigkeiten macht.
I: Also, du kennst dich ziemlich gut in der Musikerszene aus, ist mir gesagt worden, bist auch zweiter Vorsitzender der "Musik Initiative Rock" und was hältst denn du vom Popularmusik Standort Stuttgart?
W.F.: Wenig (Gelächter)
I: Was gibt es was hier "gut" ist, was "schlecht" ist?
W.F.: Stuttgart ist zu einseitig: Stuttgart ist HipHop. Und das spüren wir alle. Also, wenn ich jetzt mal als Musikhändler reden darf, mal nur als Musikhändler spürt man es eindeutig: wenn wir hier Plattenspieler verkaufen würden, wären wir reicher. Stuttgart ist zu einseitig einfach. Stuttgart ist keine Rock `n` Roll Stadt oder Rock Stadt oder so etwas.
I: Gibt's da keine Szene für?
W.F.: Sie wird, denk ich mal, was heißt unterdrückt, na ja unterdrückt weniger, aber es gibt wenig Läden wo du überhaupt Möglichkeiten hast, das zu präsentieren.
I: Würde es jemand hören wollen?
W.F.: Ich stelle fest, dass es schon Interessenten für diese Art der Musik gibt. Immer wieder.
I: Also, gibt's keine kreative Musikszene hier?
W.F.: Es gibt eine kreative Musikszene, bloß wird die nicht in dem Maße gefordert, wie das was "modern" ist gefordert wird: modern ist grad HipHop...
I: Gefordert oder gefördert?
W.F.: Gefordert oder gefördert, egal wie du siehst, scheißegal. Ist wurscht. Ist halt echt geil, wenn der Schuster sich freuen kann, wenn er da unten (gemeint ist der Schlossplatz) eine Kinderveranstaltung macht wo "Echt" spielt oder "A-ha", die irgendwelche Superstars sind. Es wird also gefördert das da unten eine Veranstaltung ist, ich weiß gar nicht wer das finanziert, wahrscheinlich der süddeutsche Rundfunk oder das Land und dann spielen da halt irgendwelche Kappellen die gerade "möchte gern" angesagt sind. Oder die halt von den Verkaufszahlen angesagt sind. Aber es spielen da keine "Farmer Boys", es spielt auch nicht "Pantera" oder so was.
I: Aber es spielt "Samir", es spielen "Die Happy", es spielen...
W.F.: Ja "Die Happy", ja klar
I: "Reamon"

W.F.: Ja, das ist alles sehr gefällig. Es ist sehr bequem und damit kann man sich repräsentieren. Aber nicht das was ich, also, wenn wir jetzt mal von meiner Meinung ausgehen, sehen will. Man muss auch mal die "unbequemen" Bands spielen lassen. Die auch genauso viel, vielleicht nicht genauso viel, aber doch sehr ordentliche Verkaufszahlen haben.
I: Ja aber, die Funktion von dem Festival ist ja Popmusik als Breitenmusik und, ich meine über das Festival kann man streiten, aber es spielen schon Acts aus Baden-Württemberg und es muss auch Breitenwirkung haben: ich meine, man muss kein Volksfest veranstalten und jemand spielen lassen, den keiner interessiert, dann würde ja niemand kommen.
W.F.: Ja, sicher. Aber man kann das ja irgendwie mischen, man kann ja einfach "A-ha" ist der Headliner und die anderen Bands... wären dann zwischendrin "Motorhead" des schadet auch niemandem, im Gegenteil.
I: Ja, ich versteh schon, also, dieses Plädoyer, das etwas breiter anzulegen?
W.F.: Ja, so ist ja die ganze Rundfunklandschaft: ich kann jetzt hier den Radio einschalten und da ist es dann völlig wurscht ob ich jetzt SWR 2, SWR 3 oder SWR 1 anschalte oder Antenne 1 oder Antenne 2 oder sonstigen "fuck" es ist immer die gleiche Musik. Die Leute bitte nicht aufregen, einfach brav sein, unterordnen und dann fürs Volk mal so ein Arena of Sounds umsonst Festival zu machen wie jetzt da letzte Woche stattgefunden hat. Und deshalb halte ich von dem Standort Stuttgart als Rock Standort relativ wenig.
I: Würdest du zwischen Rock und Pop unterscheiden?
W.F.: Ja, schon
I: Also nicht: Popmusik als alles was nicht Klassik oder Jazz ist?
W.F.: Alles was englisch gesungen und nicht Schlagermusik ist, ist für mich Popmusik, mit ein paar wenigen Ausnahmen.
I: Also, enger gefasst den Begriff?
W.F.: Maffay ist zum Beispiel Popmusik, des kann ich nicht als Rockmusik bezeichnen. Also, Rockmusik ist, früher war es zumindest so, heut wahrscheinlich auch noch, härter, "ACDC" ist zum Beispiel Rock.
I: Das ist also eher der Dunstkreis, die Szene der du angehörst, quasi?
W.F.: Ich hör mir ja schon alles an, bloß ich wünsche mir halt einfach einen breiteren Fächer. Ich liebe zum Beispiel "ACDC", ich liebe genauso "ABBA", aber ich fordere das auch von der Stadt Stuttgart, dass das beides gefördert wird.
I: Wie stellst du dir vor, dass das breiter werden könnte?
W.F.: In dem sie das forcieren. In dem die öffentlich-rechtliche Anstalt dazu angehalten wird, dazu verpflichtet wird auch "Pantera" zu spielen und wenn sie was von den "Beatles" spielen, dann nicht "let it be" oder "hey, Jude" sondern mal das "weiße Album" "dear prudence" zu spielen.
I: Dann würde der Rundfunk wahrscheinlich sagen: da hört einfach niemand mehr zu. Also, warum soll ich unbekannte Sachen spielen, wo der normale Hörer sagt: "Na ja" Die machen natürlich Breitenmusik, der öffentliche Rundfunk. Wenn man jetzt SWR 3 gegenüber Antenne 1 legt, finde ich, hört man wo der Unterschied liegt.
W.F.: Antenne 1 ist das völlige Grab und SWR ist das zweite Grab
I: Gregor Friedel hat gesagt: SWR 3 ist ein Wellenradio, d.h. es geht hoch und runter, man versucht ein ausgewogenes Programm zu machen und Antenne 1 ist Spartenradio: die nehmen nur Verkaufszahlen, Chartzahlen. Wir haben ja aber auch andere Angebote: "Das Ding" im Jugendradiobereich, das ist immerhin HipHop, Alternative...
W.F.: Das find ich auch ganz O.K.
I: BigFM. macht auch Spartenradio aber halt im jüngeren Bereich
W.F.: Das find ich alles vollkommen in Ordnung. Aber was du jetzt gerade gesagt hast: SWR 3 macht Welle hoch, Welle runter - die Wellen sind mir zu glatt, das sind komprimierte Wellen.
I: Ich muss jetzt natürlich nachbohren: wir haben ja ganz viele Musikstile - also, es geht von "Pantera" bis "PUR"?
W.F.: Ja, wenn du willst schon auch.
I: O.K. aber in einem Radioprogramm kriegt man das ja nicht unter ohne das irgendeiner abschaltet: bei "PUR" schaltet der "Pantera" Hörer ab und umgekehrt. Das ist doch auch vom Marketing und von den Hörern nicht möglich, man bräuchte vielleicht eher ein Spartenradio. Dass man für jede Hörerschicht ein Radio hat.
W.F.: Aber des gibt's ja leider nicht. Und solange ich einfach sag, aber das ist ja letztendlich nicht des Thema, ich unterhalte mich da gern drüber, aber solang ich Rundfunkgelder bezahle, hab ich keinen Bock mir diesen 08/15 Kram anzuhören. Könnte man beim Fernsehen gleich weiter machen, aber das führt jetzt zu weit.
I: Das können wir auch schwer steuern. Was ist denn gut in Stuttgart? Gibt's irgendetwas was gut ist oder ist alles Scheiße?

W.F.: Ne, alles Scheiße kann ich so nicht sagen. Ich finde das ja schon O.K. mit diesem ganzen HipHop, ich sag ja nicht: das sind alles Seckel oder lehne das ab, nur der andere Bereich gehört auch mal wieder ein bisschen raus gebracht.
I: Das ist doch eine Marktgeschichte. Früher war halt Gitarrenmusik erfolgreich, oder bzw. "Farmer Boys" sind auch erfolgreich. So viele HipHop Bands haben wir doch auch gar nicht.
W.F.: Nehmen wir doch die "Farmer Boys" als Beispiel: warum hat man jetzt die nicht hergenommen und da unten (Arena of Sounds Anm. d. Verf.) spielen lassen, als Stuttgarter Band.
I: Man hat auch nicht die Stuttgarter Hip Hopper spielen lassen.
W.F.: Die waren ja die Woche davor dran. Die haben ja da zur Genüge.
I: Ja, aber nicht die aus Stuttgart.
W.F.: Ja, klar. Aber warum... Obwohl wo du jetzt ansprichst: warum hat man nicht eine Stuttgarter HipHop Band spielen lassen, "A-ha" als Headliner, warum nimmt man nicht "PUR" noch dazu, warum nimmt man nicht die "Farmer Boys" und wegen mir noch Wolle Kriwanek? Dann wären die alle aus Stuttgart und da wären bestimmt genauso viele gekommen.
I: Ist halt leider ein Länderfestival. Was fändest du den toll wenn's das in Stuttgart geben würde? Oder würdest du dich freuen wenn's irgendwas tolles geben würde? In der Musikszene.
W.F.: Es wird ja jetzt versucht, was heißt versucht, es ist ja jetzt da: das Rockhaus. Dass mal Bands proben können, dass ist schon mal sehr positiv zu bewerten. Und was jetzt, sagen wir mal die Live-Szene angeht wenn jetzt so ein Club, wie heißt der noch, das "Prag" da oben, den ich persönlich ziemlich gut find, das da mal irgendwelche anderen Sachen auch stattfinden, ach nee, nicht Club Prag, was ist denn das da weiter unten...
I: Mercedes Forum?
W.F.: Nicht Mercedes Forum, runter Richtung Wilhelma, links...
I: Zapata.
W.F.: Zapata, genau. Das jetzt in so einem Club mal ein Rockfestival stattfinden würde, auch mit bekannteren Bands, bekanntere Bands als Headliner oder eine bekannte Band als Headliner und dann irgendwie Stuttgarter Rockbands.
I: Was ist mit dem "LKA"
W.F.: Ja, "LKA" läuft ja auch.
I: Hat das nicht eine ähnliche Größe?
W.F.: Wir haben hier in Stuttgart das "LKA", dann noch den Harald mit seinem "Limelight" und dann immer noch ein bisschen "Röhre" und dann war es das und der Rest ist halt...
I: Aber die "Manufaktur" in Schorndorf, die...
W.F.: Ja, aber wir reden jetzt von Stuttgart, wir können mit Hannover anfangen: in Hannover haben wir 100 Clubs wo es abgeht.
I: Muss man das so eng auf Stuttgart beziehen, also ich mein ich hab die Erfahrung gemacht, dass Bands vor allem auch regional zusammengesetzt sind.
W.F.: Nein, du musst jetzt natürlich nicht sagen in Stuttgart ist alles abgegrenzt und nach mir die Sintflut, aber früher gab es mehr Clubs in Stuttgart wo halt Rock gespielt wurde.
I: Aber das liegt doch vielleicht auch daran das Rock einfach nicht mehr so angesagt ist...
W.F.: Sag ich doch: Stuttgart ist eine HipHop Stadt.
I: Also als Wunsch kann man das so sagen...
W.F.: Ja, als Wunsch.
I: Aber ich meine, das ist ja ein bisschen an der Realität vorbei, dass musst du auch sehen. Es gibt sehr viele Clubs wo die ganze Dance, Techno, House Geschichte läuft, es gibt viele Orte, was weiß ich: Jugendhäuser, wo viel HipHop ist, es gibt den kleinen Bereich, ich find gar nicht sowenig, wo handgemachte Gitarrenmusik läuft. Also, allein von der Größe her "Limelight" natürlich super wichtig, "Röhre" super wichtig, das "Ché"...
W.F.: Leider auch nimmer
I: Dann halt im "Prag" die Sachen, was die "M.I.R." macht im Bürgerhaus, "Classic Rock Café", die ganzen Cover Sachen, da ist ja schon auch relativ viel da.
W.F.: Relativ, ja.
I: Relativ. Mir geht's auch ein bisschen um die Frage, was man für die Popmusik tun kann. Dass es nicht genug Auftrittsorte gibt für den Bereich, kann man das so sagen?
W.F.: In Stuttgart gibt's nicht genug
I: Aber liegt das nicht eher daran dass das Publikum fehlt
W.F.: Wahrscheinlich. Also, wie gesagt Stuttgart ist letztendlich HipHop.
I: Findest du, dass man über Popularmusik gut informiert wird, durch Werbung, Presse?
W.F.: Durchaus. Da ist genügend da.
I: Man kann auch für Konzerte gut Werbung machen?
W.F.: Denk ich schon, ja. Teilweise find ich sowieso das viel zu viel Werbung gemacht wird. Also, du kannst dir ja zum Beispiel im "Litfass" keine Zigaretten mehr rauslassen ohne dass dir ein Kilo

Werbung auf die Griffel fällt. Also, Werbung ist genügend. Egal in welchem Bereich, du wirst einfach nur zugeschissen.
I: Wie bewertest du so den Ausbildungsbereich? Kann man hier gut Instrumente lernen und auch so ein bisschen in die Musikszene, Musikbusiness reinkommen, als junger Mensch?
W.F.: Denk ich schon, da gibt's auch mittlerweile sehr viel: es gibt genügend Lehrer die da im handwerklichen Bereich, also Gitarre oder so, unterrichten, Schlagzeugschulen gibt's. Also, da gibt's schon genügend...
I: Gibt es da besonders gute, also Schulen oder so?
W.F.: Ich denke, wenn du zum Armin Sabol oder so gehst, dass du da wenn du willig bist schon was lernen kannst. Und Schulen: es gibt die Musikhochschule, die bieten ja ein Studium komplett an, in Richtung Jazz natürlich, die sind ziemlich gut, da hab ich einigen Abschlussprüfungen schon zugehört, die sind sehr gut. Da gibt es genügend Möglichkeiten, da gibt's die "S.A.E." in Richtung Tontechnik...
I: "S.A.E."?
W.F.: Das ist eine Schule für Tontechnik. Ne private Schule. Dann gibt's auch so Managerschulungen und - was weiß ich - wie lese ich einen Engagement-Vertrag oder so Sachen, da ist man glaube ich inzwischen sehr gut informiert. Außerdem auch: Internet. Möchte ich betonen, das muss man jetzt nicht nur auf die Stadt beziehen: da findest du mittlerweile Informationen, die sind sehr gut und man braucht sie sich nur noch nehmen. Auch das Material das du heutzutage zur Verfügung gestellt kriegst. Da ist genügend getan, auf jeden Fall.
I: So im Produzentenbereich, Tonstudiobereich, Aufnahmemöglichkeiten und auch Proberäume, wie schätzt du da die Situation ein?
W.F.: Proberaumsituation ist nach wie vor nicht besonders, die ist schlecht.
I: Man bekommt keinen? Oder zu teuer?
W.F.: Proberäume kriegst du immer, es kommt aber drauf an, was du zahlst und die jungen, die anfangen Musik zu machen, die haben einfach keine Kohle um 600 DM für einen Proberaum hinzulegen. Also, nicht ein feuchter Weinkeller, sondern ein ordentlicher Proberaum kostet.
I: Es fehlt also was im low-price Segment?
W.F.: Genau. Aber das war ja schon in den 80er Jahren so. Und das ist nach wie vor so. Tonstudios, wegen Tonstudios, da gibt's meiner Meinung nach eh genügend, da durch diese ganze Harddisk Recording Geschichte viel in den Heimbereich gelegt wird.
I: Und Produzenten, also Leute die es können?
W.F.: Gibt's sehr wenig, sehr wenig.
I: Kennst da gute aus Stuttgart und Umgebung?
W.F.: Sagen wir mal so: ich kenne schon ein paar. Also ein paar ist jetzt übertrieben. Paul Vincent zum Beispiel aus München ist ein sehr guter Produzent, Udo Eisner aus München ist ein sehr guter Produzent. Dann hier in Stuttgart, würde ich mal sagen, Victor Batschew ist ein sehr guter Produzent, der hat ein sehr gutes Ohr, dann der Klaus Scharf ist ein guter Produzent, Armin Sabol hat gute Ohren, alles Leute die halt auch einfach Erfahrung haben.
I: Wie kommt man da hin? Mich interessiert so ein bisschen: wie denn der Weg dahin ist: kann man das irgendwie lernen, kann man das an einer Schule lernen wie das funktioniert?
W.F.: Sollen wir jetzt einfach mal vom Rock ausgehen? Von der Popularmusik sage ich jetzt mal. Da ist der falscheste Weg den du überhaupt machen kannst eine Schule, wo dir alles von vorne rein beigebracht wird. Ich glaub die beste Schule ist die, dass du hergehst und dir erst mal dein Ohr selber bildest, in dem du anfängst dir Lieder selber rauszuhören, mit der Akustikgitarre oder mit dem Bass, Schlagzeug oder wie auch immer. Das ist ein Prozess der dauert sehr, sehr lang, dann wirst du immer schneller und du hast ein immer besseres Gehör und dann gehst du mal her und nimmst dir mal Noten oder sonst irgend was als Hilfsmittel dazu um dich weiterzubilden.
I: Also, eher so für learning by doing?
W.F.: Ja, eher. Weil da kriegst du ein Gefühl dafür. Quincy Jones und so die haben das auch nicht anders gemacht. Heutzutage schieben sie dir alles in den Arsch, die Werbung und die Mittel sind alle da, aber dir fehlt die Erfahrung: du hockst vor einem Programm, dass hat 64 Spuren, aber du hast überhaupt keine Ahnung wie du überhaupt mal eine Spur bearbeitest. Ganz klein anfangen und dann aufbauen, das ist es.
I: Gibt es irgendwelche Einrichtungen im Bereich Nachwuchsförderung, die du irgendwie nennen willst?
W.F.: Ja, die "M.I.R." auf jeden Fall mal für den Bereich Auftritte bekommen, im Bürgerhaus oder im "Classic Rock Café" so Serien zu machen, dass die den Mitgliedern und nicht nur den Mitgliedern, auch anderen Bands die Möglichkeit gibt, mal spielen zu können. Natürlich ohne berauschende Gagen zu bekommen, aber einfach sich mal präsentieren zu können. Und eben auch diese Proberäume zu einem angemessenen Preis zur Verfügung stellt.
I: Was kostet der m²? 15 DM bei euch oder? Da kommt man auch schnell Richtung 500DM/600DM?

W.F.: Ja, gut, aber wenn zwei Bands im Proberaum sind und es sind ja meistens zwei Bands im Proberaum, teilweise sogar drei Bands. Dann geht das auch wieder. Und ich glaub unter 11 DM etwas zu finden ist sowieso schwierig. Außer einem Weinkeller halt.
I: Gibt's noch was anderes was du sagen würdest, das besonders wichtig ist?
W.F.: Also, wo jetzt irgendwo gefördert wird fällt mir nix ein. Weißt du was, vielleicht fällt es mir dann ein?
I: So läuft das Interview nicht. (Gelächter)
W.F.: Nee, würde mich jetzt echt interessieren.
I: Café Ratz, Fasanenhof, Jugend haus Mitte, Cumulus.
Wenn du dir was wünschen könntest, egal jetzt ob als Person oder als Vorsitzender der "M.I.R.", für den Popularmusikstandort Stuttgart, was würdest du dir wünschen?
W.F.: Mein größter Wunsch wäre, dass hier das Spektrum mal breiter wird, das wäre mein größter Wunsch. Für alles egal ob Klassik, Jazz, Hip Hop, Rock und zwar inklusive Sendeanstalten, auch wenn sie es in Sparten machen, völlig wurscht.
I: Vielen Dank Wolfgang Fischinger

Interview Nr. 25 mit mit Mini Schulz, Bassist, Dozent Staatliche Hochschule für Musik und darstellende Kunst
am 22.06.01, 17:00 –18:00 Uhr, bei Mini Schulz, privat

I: Hallo Mini, mich interessieren verschiedene Sachen, die eine Sache die mich interessiert, ist die Hochschule für Musik, weil wir ja abfragen was Popularmusik in Stuttgart heißt und deswegen interessiert mich was im Popularmusikbereich an der Hochschule gemacht wird, was man da lernen kann, wie das funktioniert, woher da die Leute kommen und so weiter.
M.S.: Also wir haben eine instrumentaltechnische Ausbildung erst mal, ganz einfach, die Leute lernen ihr Instrument zu benutzen, die Leute lernen Harmonielehre, Musikgeschichte und haben dann die Möglichkeit in verschiedene Richtungen sich zu bewegen, sie haben natürlich auf der einen Seite ist das sehr jazzig ausgerichtet, künstlerisch, Jazz und dann gibt es noch die andere Seite die in die Popmusik abzielt, da gibt es verschiedene Workshops, da gibt es Studiotechnik, da gibt es Workshops mit Musikern die kommen, das geht von Hardcore, Jazz, Freejazz Leuten bis zu reinen Popmusikern, bis zu Leuten von Pur und am Schluss dieser Ausbildung steht ein Diplommusiker, der hat dann also ein Diplom, so wie ein Diplompädagoge, hat man dann einen Diplom-Jazzmusiker oder Musiklehrer und dann muss man gucken, was man mit dem Diplom macht, es gibt ja keine Stellen für Diplommusiker, muss man dann sich irgendwas überlegen. Man lernt jetzt zunehmend auch zum Thema Produktion selber, selfmarketing, wie verkaufe ich eine Band, wie baue ich eine Band auf, all diese Sachen die im professionellen Bereich gebraucht werden. Steuerrecht, GEMA, GVL, Abrechnungen all diese Sachen auch so im kleineren, aber so ein Grundriss, damit man dann nachher nirgendwo aneckt, dass einen nicht plötzlich nach zehn Jahren plötzlich die Steuer holt und dann ist man ganz blöd dran.
I: Es werden also Musiker ausgebildet?
M.S.: Es werden Musiker ausgebildet.
I: Also ihr bildet keine Produzenten, Tontechniker, Musikwirtschaftsleute aus?
M.S.: Nein.
I: Also nur musikalisch?
M.S.: Nur musikalisch.
I: Also das GEMA, das sind nur so Randbereiche.
M.S.: Da sind Randbereiche, die sogenannten Schnittmengen.
I: Wie viele Studenten gibt es und wie viele Studenten könnte man der Popularmusik eher zuordnen?
M.S.: In diesem Bereich, also es sind 50 im Moment im Studiengang, davon machen im Schnitt etwa pro Jahr, ja 10 neue, 10 neue kommen dazu, 10 machen den Abschluss, so ist das etwa der Turnus, pro Jahr, also wir haben so ein 5-jahres-Studium, wir sind übrigens jetzt aufgestockt worden, seit dem neuen Semester läuft das Studium nicht mehr 8 Semester sonder 10 Semester, ganz hervorragend, also das, die Abteilung Jazz- und Popmusik ist an der Hochschule bewusst aufgewertet worden, da man einfach merkt, die Klassikszene macht zunehmend zu. Es gibt weniger Bedarf, die Orchester machen zu, man braucht einfach nicht mehr so viele Leute. Und dieser Bereich der Popularmusik ist einfach der, wo eine große Zukunft drin liegt.
I: Wie viele sind in den anderen Studiengängen, wie viele Studenten, insgesamt?
M.S.: Ich schätze, wir haben 700 insgesamt, aber da ist dann natürlich auch dabei, das kann ich leider nicht ganz genau sagen, da ist dann auch dabei Theater, da ist dabei Sprecherziehung, das sind die Sprecher, die ausgebildet werden.
I: Wie heißt es offiziell? Musik und darstellende Kunst?
M.S.: Ja genau. Sprecherziehung, Opernschule ist dabei, dann das Orchesterfach, was man als klassisches Musikstudium versteht und Musikschullehrer und solche Geschichten, also das ist dann noch mal breit gefächert. Aber mit dem Kernbereich klassische Musik.
I: Also 50 von 700 macht das aus?
M.S.: Ja.
I: Das ist jetzt so ein bisschen, also wir haben die Studien so ein bisschen eingegrenzt, dass wir sagen Jazz gehört eigentlich nicht mehr zur Popularmusik. Das hat den Hintergrund gehabt, dass wir gesagt haben, wir müssen irgendwo diese Schnittmenge machen, das heißt nicht, dass Jazz oder auch Klassik für den Bereich nicht relevant ist, sonder dass soll eher heißen, das wir ein bisschen darauf schauen wollen, wo Popularmusik entsteht, ja also, und die sagen wir mal der Jazz ist im Qualifizierungsbereich also mit der Hochschule Jazz und Popularmusik ist das im Qualifizierungsbereich sicher ein wichtiger Part, der Daniel Requardt von Floridan hat zum Beispiel gesagt, wer über 20 Harmonien spielen kann, kann auch über drei.
M.S.: Das halte ich jetzt eher für ein Gerücht, weil es nichts schwierigeres gibt, als über ein, zwei oder drei Harmonien zu spielen, was vernünftig ist, es ist viel leichter zu nudeln über 20 Harmonien, das ist wirklich viel leichter, wenn man etwas spielen kann.

I: Sagen wir mal eine hochwertige Ausbildung kann für eine doch recht einfache Musikwiedergabe nicht schädlich sein.
M.S.: Schädlich auf keinen Fall, aber sie hilft einem unter Umständen nicht weiter, weil man den Sinn für die wunderbar einfachen Dinge des Lebens dann unter Umständen erst langsam wieder lernen muss. Aber das ist ein völlig normaler Prozess. Das muss ein Maler auch. Die müssen auch durch eine Akademie durch und müssen dann irgendwann ihren Stil finden und so ist es bei Musikern auch. Es gibt einige, die hier bei uns sind. Meine ganzen Jungs sind, z.B. meine Bassisten, heißen die „Solar Stars", die sind auch gerade ganz gut am anheben, dann gibt es Mark Rosenberger ist ein ziemlich bekannter Keyboarder in der Szene, eine Bassistin von uns ist inzwischen in der Hamburger Szene ganz groß, drei Stuttgarter E-Bassisten, die in Stuttgart studiert haben, sind ganz dick in der Hamburger Pop- und Rockszene, also es sind sehr, sehr gute Leute, die da rauskommen.
I: Aha.
M.S.: Ich würde mal sagen 50% von den Leuten die rauskommen, bleiben im U-Musikbereich. Im Popbereich und machen sich da wirklich einen guten Namen. Zum einen als Sideman, das heißt als Leute die einfach große Namen begleiten, Chris de Burgh, Tournee spielen, Howard Carpendale Tournee spielen, auch das ist bei uns drin. Und die anderen arbeiten als Jazzmusiker, Johannes Killinger, der hat auch mal Bass studiert, der ist ein hervorragender Produzent geworden, wen haben wir denn noch... wir haben dicke Leute dabei.
I: Also ich sehe schon...
M.S.: es kommt da was raus! Was vielleicht noch ganz interessant ist im Gegensatz zu sämtlichen anderen Hochschulen in Deutschland, also wenn man jetzt mit Mannheim, Köln oder Berlin vergleicht, Stuttgart lässt, keine andere Hochschule lässt dem Studenten so viel Freiraum wie Stuttgart. Stuttgart ist wirklich das extremste Experimentierfeld überhaupt. Was ich jetzt gerade mache, das ist vielleicht nicht uninteressant auch gerade für dieses Thema, ich gebe auch einen Bandworkshop, gebe auch eine Vorlesung für Marketing, Steuerkrempel, all diese Verwaltungssachen, die auf einen zukommen, habe das jetzt kombiniert und dieses Projekt startet jetzt im Oktober und zwar gibt es eine Band, eine neunköpfige Band, die es sich zur Aufgabe gemacht hat, einfach Popularmusik zu spielen, richtig poppige Sachen, z.B. jetzt aus en 70ern, Sänger zu begleiten, die neuen eingeladen werden, diese Arrangements müssen sie selber schreiben, die Sachen müssen sie einüben, so wie es eben nachher auch im professionellen Bereich vorkommt, du wirst angerufen, kannst du heute Abend spielen, mit der und der Band, da sind die Noten, spiele. So was müssen die auf die Beine stellen , es sind hervorragende Leute aus Los Angeles und aus Chicago jetzt eingeladen, führt die erste , für den Oktober. und diese Sachen müssen die, die proben am Vormittag, Nachmittag wird sich dann zusammengesetzt, das Info wird sich überlegt, wer macht die Abrechnung, wer macht den ganzen Klimbim Drumherum., wer übernimmt das Anrufen von den Leuten, dann wird in das wieder koordiniert und jetzt hat haben wir einen wunderbaren Veranstaltungsort gefunden, nämlich das M1, mit dem machen wir jetzt so eine Art Zusammenarbeit der Hochschule mit der freien Wirtschaft, so kann man das nennen, nicht mit Rogers Kiste, sondern im Popbereich.
I: Die Studenten, ich meine, die spielen ja wahrscheinlich schon länger ihr Instrument?
M.S.: Allerdings, ja. Die müssen durch eine schrecklich laute Aufnahmeprüfung durch, die Armen.
I: Das sind ja wahrscheinlich auch alles Leute , die schon musikalisch eine Bandvorerfahrung haben.
M.S.: Ja, absolut. Ohnedies hast du da keine Chance.
I: Das heißt, die sind schon die Kreativzellen, die man dann noch weiter ausbildet, sagen wir mal, die zarten Pflänzchen...
M.S.: Das sind so die Pflänzchen, die sich so durch die erste Stuttgarter Anfangsphase durchgeschlagen haben. Nicht nur Stuttgart, wir haben aus ganz Deutschland Leute da, aber sicherlich 60% sind Stuttgarter. Und die haben sich durch das was in der Jugendarbeit passiert, das was in der anderen Bandarbeit passiert, das ist die schon vielleicht die Creme in der Stuttgarter Jugendszene und die Leute, die dann einfach meinen, ich schlag den professionellen Weg ein , ich weiß, ich will das schaffen.
I: Also, da liegt auch noch eine, sagen wir mal ein anderer Werdegang, eine andere Ausbildung, wenn man so will auch schon darunter.
M.S.: Die haben zumeist schon eine sehr fundierte Ausbildung, das sind schon sehr talentierte Leute, ich meine, das ist einfach so, wer an der Hochschule in Stuttgart Gitarre studieren will, der ist einer von 40 oder 50, der einen Platz kriegt. Da spiele 40 oder 50 Leute vor, Schlagzeug genauso, da muss man schon richtig was können.
I: Die holen sich da eine Spitzenförderung? Also eine Spitzenausbildung?
M.S.: Absolut, klar, es ist ein hochdotierter Studienplatz, dass ist ja nicht so, dass das nix kostet. Also das Land Baden-Württemberg, als Träger dieser staatlichen Musikhochschule zahlt da einen ganzen Batzen Geld, pro Monat für jeden Studenten.
I: Wie viele Dozenten gibt es im Jazz- und Popularmusikbereich?
M.S.: Also etwa 12 hauptamtliche Lehrer, das kommt immer so ein bisschen darauf an, auch, was im Moment an Interesse da ist, das heißt, dass sich ein Hauptfachlehrer mal besonders begabte

Studenten holt, die dann am Ende des Studiums schon sind, die dann die jüngeren unterrichten, das ist ganz gängig, als Tutorium an der Hochschule, oder dass man ein oder zwei Semester Gäste verpflichtet, die dann kommen und unterrichten und dann einen ganzen Kurs geben. Das passiert z.B. mit Klaus König, der einen Frank Zappa Workshop gibt über 2 Jahre. Hervorragendes Projekt übrigens, das lohnt sich.
I: Wie viele Studienplätze gibt es in der BRD in dem Studiengang? Also gibt es da noch vergleichbare Angebote?
M.S.: Es gibt noch Mannheim, es gibt Köln, Berlin, Hamburg und dann wird schon relativ dünn. Es gibt dann jede Menge private Schulen, aber das ist eine ganz andere Geschichte, da muss man dann noch mal aufpassen.
I: Also staatliche Zahlen im Jazzbereich so bei 500 pro Jahr ungefähr oder?
M.S.: Ja, so was.
I: Ja, ein bisschen spannende Frage, kann man diese Pop-Musik lernen?
M.S.: Popmusik ist ja meistens so, man darf eigentlich nicht zu viel instrumentaltechnisch drauf haben, sonst vernudelt man sich, vorhin haben wir es davon kurz gehabt. Da sind ein paar, da müssen sich die richtigen Leute zum richtigen Zeitpunkt treffen, wie das so oft der Fall ist, also ich bin nicht der Meinung, dass es sinnvoll ist, Dinge wie eine Pop-Akademie ins Leben zu rufen, ganz ehrlich, weil ich nicht daran glaube, wenn sie das nämlich mit 25 als Popmusiker nämlich nicht geschafft haben, ist der Zug abgefahren. Und dann glaube ich nicht, dass die die nötige Ausbildung haben für das weitere Leben. Das bedeutet , wenn man in einen Management-Beruf rein geht, dann muss man Management richtig lernen. Management ist eine Ausbildung von 3 bis 4 Jahren, die man richtig drauf haben muss. Wenn man eine instrumentaltechnische Ausbildung haben will, braucht man auch mindestens 4-5 Jahre, um es richtig gut zu können. Wenn man Tontechniker werden will , dann muss man richtig guter Tontechniker werden, da muss man entweder nach Detmold gehen, oder an eine hervorragende sonstige Schule, es gibt auch einige in Europa und in Amerika.
I: Aber wie willst du da das Problem lösen, also ein Manager im Musik-Bereich, oder auch jemand der den Vertrieb macht, also ein Betriebswirt muss ja ein musikalisches Grund Know how haben.
M.S.: Das kann er sich immer noch in einer Fortbildung rein hauen, oder kommt einfach durch eine Verbindung, die er schon immer zu der Musik hat. Also wenn er früher in einer Band gespielt hat, dann macht er ein BWL-Studium, solche Geschichten, dann hat er das nötige Know how, das er braucht, dann hatte diese Schnittmenge, diesen Überlappungsbereich, den er braucht. Es geht dann vor allem auch noch um was anderes, man muss Verbindungen aufbauen und die kannst Du sowieso nicht im Studium, sondern die kannst Du nur in der funktionierenden Szene. Ich glaube nicht, dass Du zu viel Institutionalisierung da durchbringen kannst, weil dann geht dieser Markt mit den Verbindungen, diese Geschichte geht flöten. Dann verlässt man sich plötzlich auf was, was zu akademisch ist und wenn Popmusik etwas nicht ist, dann ist das akademisch. Das ist sie garantiert nicht.
I: Aber, wenn man irgendwas machen wollte, dann müsste es so sein, das es sehr frei ist, oder?
M.S.: Es muss sehr frei sein, die Leute müssen die richtigen Informationen bekommen können, von den richtigen Leuten, also müssten sich z.B. in Workshops auseinandersetzen miteinander, vielleicht müssten diese Leute auch mit ihren Projekten vorstellig werden können auch bei den Plattenfirmen, die sie coachen. Es ist unter Umständen sinnvoller in diese Richtung zu gehen und wenn man bloß an die Instrumentaltechnik geht, also an die Ausbildung, das Handwerk, das handwerkliche, dann muss man gucken, dass man hervorragende Dozenten hat, aber dann kann man eins nicht machen, dann kann man das nicht machen mit der Geschichte mit ein paar Workshops. Da brauchst Du einen Mann oder eine Frau die Dir über 3-4 Jahre sagt, so funktioniert es sonst funktioniert so was nicht.
I: Ich glaube aber Popmusikerausbildung war eigentlich nicht so sehr das Thema bei der Popakademie ...
M.S.: Jetzt sind wir schon direkt bei der Popakademie gelandet.
I: Man weiß ja nicht viel, aber ich glaube nicht, dass es darum ging, Musiker auszubilden
M.S.: In dem Papier, das ich gesehen habe ging es auch darum, Spieltechnische ...
I: Ja, aber es ging nicht darum, vergleichbar mit dem, was die Hochschule macht ...
M.S.: Es geht um Popmusikmarketing, Produktion.
I: Vertrieb.
M.S.: Das kann ich mir sinnvoll vorstellen, weil dafür ist das jetzt einfach ein Wirtschaftsbereich geworden, ein extrem wichtiger. Wobei ich auch sagen muss, dieser Wirtschaftsbereich, wenn er wo funktioniert, dann 100%ig.
I: Aber man könnte doch auch Leute gut, die das betreiben, wenn Du jemand von der Marketingabteilung ...
M.S.: Dazu gibt es ja Gastdozenten, die dann kommen können, oder es gibt Dozentenstellen, eine Dozentenstelle ist ja nicht so, dass derjenige, der das dann macht sich daran überarbeitet, bzw. seinen anderen Job aufgeben müsste, was vielleicht von Vorteil ist, weil man dann die Leute wesentlich günstiger kriegt, als wenn man sie komplett anstellen muss an einer Akademie.

I: Müsste man nicht. Geht auch als Gastdozent.
M.S.: Muss man auch nicht unbedingt.
I: Aber Du würdest es als schwierig ansehen, so eine Zusammenarbeit zwischen einer Hochschule und so einer, ich sage jetzt mal business-orientierten Einrichtung?
M.S.: Was heißt schwierig, ich finde es fantastisch, wenn es sich vernetzt, nach meinen Erfahrungen mit der Verwaltung, glaube ich, dass es organisatorisch einfach eine schwierige Geschichte ist.
I: Aber dieses Grundwissen im Musikbusiness ist doch wichtig?
M.S.: Das ist absolut notwendig, ohne das läuft gar nichts mehr. Es gibt die tollsten Musiker, auch in Stuttgart also fantastische Weltklasseleute, die einfach noch nicht einmal wissen, wie man ein Konzert ausmacht. Die nicht wissen, wie man eine Gage aushandelt, die nicht wissen, wie man einen Vertrag unterschreibt, bzw. wie man einen selber macht und das ist natürlich tragisch. Sollte dies das Ziel der Popakademie sein, prima Sache, wenn man das dann noch vernetzten kann, wunderbar, aber wenn ich mir dann wieder angucke, so eine Situation wie die Hochschule und da wird ausgebaut und es gibt auch Räume und man soll jetzt ne Akademie bauen, wo wieder neue Räume benötigt werden, wer zahlt denn die ganzen Mietkosten? Das sind alles Kosten, die kommen und kommen und kommen. Ich meine, wir haben da nicht nur Kosten für irgendwelche Dozenten, wir haben einfach für die ganze Musik Drumherum ungeheuerliche Kosten. Du brauchst ein Sekretariat nur um die Koordination und die Kommunikation zwischen den Häusern her zu stelle, das ist ein Kostenfaktor, da fragt sich es ob man nicht Sinnvollerweise lieber ein neues Tonstudio für das Geld einrichtet, das dann auch einen Output bringt, und nicht ...
I: Nun ist es ja so, wir haben ja schon Ressourcen da. Es ist doch ein Horror, du machst ein Tonstudio ohne Einrichtung, hast dann niemanden, der das betreut und das steht irgendwann leer, ja oder wird nicht richtig genutzt. Wobei das ein professioneller ja viel besser macht, weil der, wenn er das Ding macht, sich aus den Rippen schneiden muss und sich aber auch darum kümmert, dass das von vorne bis hinten läuft.
M.S.: Gut, wenn so etwas funktioniert, gerne, ich bin auch mit allem, mit allem was ich habe an Möglichkeiten bereit, mich an so einer Veranstaltung zu beteiligen, nur bisher kann ich noch nicht so ganz glauben.
I: Es ist zu abgegrenzt, stellt sich das so für Dich dar? Also siehst Du nicht, dass das funktionieren könnte, oder?
M.S.: Ich sehe auf der einen Seite, dass es verwaltungsmäßig ein wahnsinniger Aufwand ist und dann sehe ich, dass es zu viele Profilneurotiker in diesem Business gibt, die diese ganze Sache nicht zulassen werden. Und die sind wahrscheinlich die viel größere Hürde. Aber so ist das.
I: Also ich habe diese Erfahrung jetzt nicht gemacht. Also auch bei den Experten, die ich bis jetzt gefragt habe, war das bis jetzt eigentlich nicht zu spüren. Ich denke, es geht immer darum, dass die Leute das bekommen, was sie wollen, also eine Vernetzung funktioniert nur, wenn quasi beide einen Vorteil, also eine Kooperation funktioniert nur, wenn beide einen Vorteil davon haben, das ist doch echt klar und das hin zu bekommen, das ist sicher schwierig, aber sind wir mal guter Hoffnung, würde ich mal sagen.
M.S.: Immer vorwärts gern.
I: Kannst Du ein bisschen die Situation in Stuttgart beurteilen, was andere musikalische Ausbildung angeht, also bei Musikschulen, Jugend, Ausbildung, solche Geschichten, ist da ein gutes Angebot da, oder ist das eher schwierig, jetzt mal speziell eher im Popmusikbereich.
M.S.: Also, das was ich von der Stuttgarter Musikhochschule höre, also das was ich so mitbekomme, ist eigentlich sehr erfreulich, schöne Sachen, die da passieren, und dann gibt es noch eine ganze Menge Privatschulen wobei da muss ich sagen, mit privaten Schulen habe ich keine so tollen Erfahrungen gemacht, weil diese ganzen Leute natürlich irgendwann mal an den Punkt kommen die wollen gern an der Hochschule studieren und du kannst so ein bisschen nachgucken, wer kommt woher, wer hat was gelernt und wo gelernt. Und du merkst z.B. wenn Leute von einer Musikschule kommen, haben sie eine sehr fundierte Ausbildung. Aber es gibt einfach eine ganze Menge Privatangebote, die ich für lange nicht so fundiert halte, wie das was z.B. an der Musikschule gemacht wird.
I: Kannst Du da ein Beispiel geben, wie man so etwas merkt ?
M.S.: Das merkst du spieltechnisch, das merkst Du an der Art von der Vorbereitung, wie die Leute plötzlich sich selber präsentieren auf der Bühne, die sind unglaublich nervös, oder sind unglaublich arrogant und das ist dann schon sehr, also das ist eine unangenehme Atmosphäre, und ein Musiker, der auf der Bühne steht oder in einer Performing Situation steht, und eine unangenehme Ausstrahlung hat, das wird nicht lange gut gehen, der hat keine Chance auf dem Markt, wenn man das marktwirtschaftlich einfach so sagen kann. Das wird nicht funktionieren.
I: Also bei den privaten, freien Musikschulen kannst nicht eine Ausnahme machen, oder gibt es da irgend eine Einrichtung, die noch nennenswert wäre?
M.S.: Nichts direktes.

I: Gibt es viele freie Lehrer noch? Also es wird ja immer so gesagt, also alle Musikschulabsolventen, die keinen richtigen Job gekriegt haben, sind selbstständige Lehrer. Also das müssten dann relativ viele sein.
M.S.: Es gibt natürlich, jeder versucht natürlich zu unterrichten und nichts ist, dass muss ich aus eigener Erfahrung sagen, nichts ist toller für einen Musiker, als zu unterrichten und man lernt unglaublich viel dabei und ich empfehle es jedem, der abgeht und jedem der an der Hochschule ist auch schon zu unterrichten.
I: Kannst Du ungefähr schätzen wie viele das sind?
M.S.: 200
I: Popmusikrelevante Rahmenfunktionen, Infrastruktur, Tonstudios, Proberäume, Auftrittsmöglichkeiten, Werbemöglichkeiten, der ganze Bereich. Kannst Du da eine Einschätzung darüber geben was da, ob da was fehlt, ob da was wichtig wäre, ob da was gut ist, besonders?
M.S.: Es gibt eigentlich zu wenig Clubs, in denen man einfach spielen kann ohne große Riesenvorbereitungen. Einfach Clubs, die einen auch engagieren, es gibt Rogers Kiste, das wird dann schon verdammt eng und dann muss man schon in einem sehr professionellen Bereich sein um dann wieder spielen zu dürfen in irgendeinem Laden. Also da gibt es eigentlich meiner Meinung nach zu wenige Dinge, die da zwischen dieser Jugendhausszene sind, die es auf der einen Seite gibt und dieser ganz professionellen Szene auf der anderen Seite. Also in dem Bereich dazwischen wo eigentlich ein ganz entscheidender Faktor ist, wo sich es auch entscheidet, wird das was oder wird das nichts, wo die Leute, wo die Leute auch entsprechende Erfahrungen bekommen, da ist meiner Meinung nach überhaupt nichts geboten in Stuttgart.
I: Interessiert das jemanden?
M.S.: Die Musiker interessiert es.
I: Ja aber das Publikum - gibt es das auch?
M.S.: Publikum dafür? Bin ich ganz sicher, weil die Leute freuen sich eigentlich immer über Live-Musik, außer sie wollen ein interessantes Gespräch mit einer wunderschönen Frau führen und dabei italienisch essen und möglichst Pavarotti hören, das ist klar, das ist da ein bisschen störend, das kann ich auch verstehen. Aber sonst ist Live Musik eher eine angenehme Sache.
I: Du siehst das aber eher ein in einem Club-Kontext oder eher in einem Gastronomie Kontext, also eher nicht so richtig Konzert mit Bühne und so?
M.S.: Wo soll denn das laufen? Ich sehe das schon in einem Gastronomie-Kontext, weil ich halt auch die Möglichkeit einer Finanzierung sehe. Wobei, wenn Du das anders machst hast Du immer das Problem, Du musst die Leute einkaufen, also Du brauchst unglaublich viele Freiwillige und die sind irgendwann auch mal erschöpft, dieser Pool. Das geht auch nicht.
I: Sonst? Proberaummöglichkeiten, Studios...
M.S.: Studios gibt es ungeheuerlich viele in Stuttgart.
I: Gute Produzenten?
M.S.: Es gibt gute Produzenten.
I: Auch für viele Stilrichtungen?
M.S.: Stuttgart ist HipHop Hauptstadt, das ist klar, aber es gibt genug andere Sachen auch.
I: Gibt es auch kompetente Produzenten im Bereich Popmusik, also Musik mit wirklichen Instrumenten?
M.S.: Mit wirklichen Instrumenten. Da gibt es wenige.
I: Gibt's wenige?
M.S.: Da gibt es eher wenige.
I: Fallen Dir ein, zwei, drei ein, die Du nennen möchtest?
M.S.: Es gibt einfach den Markt, der ist fast abgegrast, im Moment ist Rockmusik auch nicht unbedingt ein Artikel, der gut läuft. Das, da regelt sich der Markt von selber. Wenn hier jetzt irgendwie ein toller Rockact aufkommen würde, dann würde sich garantiert auch der eine oder andere HipHop Produzent dafür interessieren, weil er denkt, wow, was neues, für meinen Bereich was neues. Und das würde dann auch gehen, also für so flexibel halte ich die Leute eigentlich schon.
I: Glaubst Du, dass es irgendwie kulturell wichtig ist so eine breite Stilvielfalt, Platz, Raum, vielleicht Förderung zu gewähren? Also dass man nicht nur auf HipHop guckt, sondern dass man auch andere Stilrichtungen berücksichtigt, ist das wichtig?
M.S.: Auf jeden Fall, auf jeden Fall.
I: Warum ist das wichtig?
M.S.: Weil es verschiedene Sprachen sind, und man sollte einfach die Vielfalt dieser Kultur aufrecht erhalten, so wie wir das bei der klassischen Musik genauso zulassen, dass man Barockmusik und neue Musik, es gibt jede Menge Initiativen in der Richtung, es passieren überall interessant e Sachen und da sollte man schon einfach danach gucken, dass das funktioniert, also das muss, die Rockmusik muss genauso leben, wie irgendeine Reggae Szene, die brauchen alle ihren Platz und manchmal sind sie eben aktuell und manchmal sind sie's nicht, aber deswegen, weil gerade etwas nicht

angesagt ist, kann man es nicht verstummen lassen, das geht nicht. Man muss den Dingen schon einen gewissen Freiraum lassen, sonst verkümmern sie und das wäre schade.
I: Gibt es da genug Informationen darüber, über Musik, Bands, also...
M.S.: Genügend Informationen über Bands in Stuttgart?
I: Ja also...
M.S.: ES gibt die für Jazz gibt es da so ein komisches kleines Heftchen. So was gibt es für Rock so greifbar nicht.
I: Und so allgemein, wenn ich irgendwie als Musiker irgendwas wissen will, gibt es da die Möglichkeit irgendeine Information her zu bekommen, oder?
M.S.: Da muss man vielleicht erst mal drauf kommen dass man die MIR anruft, und dann bekommt man vielleicht eine Information, Ich hab es noch nie gemacht, vielleicht ist es hervorragend, kann gut sein. Kann auch nicht sein, ich weiß es nicht.
I: Und so Werbemöglichkeiten, also dass die Leute mitbekommen, dass irgendwo ein Konzert ist usw., wie sieht es da aus, gibt es da Rahmenbedingungen, die verändert werden müssten, oder die gut laufen, die nicht so gut laufen?
M.S.: Da fällt den Bands, die was bringen wollen eigentlich immer was Gutes ein, also entweder sie machen ihre eigene Flyerwerbung und finden den kleinen Sponsor für etwas und es gibt Ankündigungen in Prinz und Lift und in all diesen Organe, also da ist Raum d, die muss man einfach auch nur wahrnehmen, Da ist dann glaube ich eher wieder gefragt, dass man den Bands, die was loswerden wollen, diese Medien, die es da gibt auch nahe bringt. Da sind wir dann wieder an der Akademie, ja?
I: Genau.
M.S.: Gut.
I: Was wäre Dein größter Wunsch?
M.S.: Was?
I: Dein größter Wunsch.
M.S.: Für die Popmusik oder für Stuttgart?
I: Musikalisch oder für die Popmusik.
M.S.: Dass Stuttgart unentwegt singt und klingt, an jeder Ecke, dass man hier einfach eine lebendige Club-Szene hat, dass man nach Stuttgart kommt und jede Woche sich wie in New York so sich ein villagemag kauft und direkt weiß, was geht ab. Jazz, Pop, Rock, ein Wochenführer und das Heftchen sollte einfach dick sein, wie zwei Finger, jede Woche, das wäre traumhaft. Das gibt es in großen Städten, da wo es, also in richtig großen Städten...
I: Das heißt über 2 Millionen...
M.S.: Also richtig große Städte, da kriegst Du so was. Da kriegst Du so ein Heft, wenn Du von außerhalb kommst. Und dieses Heft, z.B. Von New York das liegt überall herum. Und das hast Du dann auch noch in Frankfurt.
I: Hast Du eine besondere Idee, was man in dem Bereich machen könnte um es voran zu bringen?
M.S.: Vernetzen.
I: Vernetzen.
M.S.: Vernetzen und die Leute miteinander sprechen lassen und die Leute an einen Tisch holen. Es gibt ja z.B. auch die Möglichkeit eine Vernetzungsstelle einzurichten.
I: Wo müsste die dann sein?
M.S.: Wo die angesiedelt sein müsste?
I: Das ist ein bisschen gemein, weil wir schon vor dem Interview ein bisschen darüber gesprochen haben, aber wo würdest Du das ansiedeln? So eine Ansprechstelle?
M.S.: Es müsste eine Kommunikationsstelle sein, entweder aus dem entsprechenden Amt heraus, da wäre sie wahrscheinlich ganz sinnvoll, oder man muss eine Kommunikationsstelle zwischen staatlicher, städtischer und der freien Wirtschaft finden, die dann an den verschiedenen...
I: die Vernetzung betreibt.
M.S.: die Vernetzung betreibt und dann guckt, wo ist welches Budget geschickt untergebracht. Die Möglichkeiten gibt es. Allerdings haben wir Strukturen, vielleicht kann man es in diese ja auch rein kriegen.
I: Alles klar, vielen Dank Mini Schulz.

Interview Nr. 26 mit Christian Doll, KVL - Konzert & Veranstaltungsbüro Ludewig
am 30.07.01 vom 9:30 – 10:30 Uhr bei Stutengarten Kulturconsulting

I: Guten Morgen, Christian
C.D.: Guten Morgen, Paul
I: Was macht KVL genau?
C.D.: Was wir tun reise ich nur kurz mal an. Wir sind ja nicht nur KVL, wir sind ja nicht nur das Konzertbüro, wir haben auch unser Werbebüro Ludewig. In dem wir Außenwerbung machen. Gerade auch im Bereich Kultur, Musik, solche Geschichte. Das passt sich bei uns ganz gut an, weil wir mit unserem Werbebüro unsere eigene Veranstaltung bewerben. Und auch Veranstaltungen anderer Kulturbetreiber in der Stadt. Das Konzertbüro Ludewig hat der Herr Ludewig gegründet, und das Werbebüro glaube ich schon vor 15 Jahren. Konzerte machen wir seit zehn, zwölf Jahren. Konzerte, Veranstaltungen jeder Art, das reicht von Partys, Singlepartys, Classic-Rock-Partys, Black To Dance, solche Geschichten, wie Perkinspark und anderswo Konzerte. Von Clubkonzerten, die kleinsten Kapazitäten sind das Limelight vom Harald Stanger, da sind wir ab und zu mal dran mit dem oder machen auch was zusammen mit dem in der Röhre. Jugendhaus Mitte, dann kommen die Clubs der Reihe nach hoch: Röhre, Schützenhaus, nächster Sprung zum LKA und die Größenregion, die Hallen um Stuttgart herum Fellbach, Sindelfingen, Böblingen, Göppingen, Esslingen Eisstadtion waren wir jetzt bis hoch zur Schleyerhalle, Messekongresszentrum B oder Freilichtbühne Killesberg. Da machen wir Konzerte.
I: Kann man da sagen, wo ein Schwerpunkt liegt von der Größenordnung her?
C.D.: Das kann man so nicht sagen. Klar, wir sind nicht wirklich sehr oft in der Schleyerhalle. Wir sind ja nicht der einzige Veranstalter in Stuttgart wie man weiß, da gibt `s ja auch noch andere. Und was da an Acts, Bands oder an sonstigen Künstlern kommt, hängt auch immer jede Saison oder jedes Jahr sehr stark ab von den Agenturen, von den Tourneeagenturen mit denen wir mehr oder weniger regelmäßig als feste Partner zusammen arbeitet. Und wir sind schon hauptsächlich, also die Konzerte von der Anzahl her, sind wir hauptsächlich in der mittleren Region, ziemlich häufig im LKA oder im Schützenhaus oder in der Röhre oder mit eher weniger Rockpop-Geschichten, so eher Classic, Theater, Musical, das sind wir dann eher in den Stadthallen in der Größenordnung Liederhalle, Schwabenlandhalle, Stadthalle Sindelfingen usw. In der Schleyerhalle sind wir ein- bis zweimal im Jahr.
I: Also Du hast gerade gesagt, es gibt noch andere, Musiccircus?
C.D.: SKS Russ und dann der Hans-Peter und die Miriam den Musiccircus bewerben.
I: Also, da kommen die großen Acts und Ihr seid ein bisschen runter in der Breite, ist das richtig?
C.D.: Ja, sagen wir, das hängt einfach stark davon ab, was wir angeboten bekommen. In der Schleyerhalle sind wir ja auch, ob das DJ Bobo ist, die Backstreet Boys, die Bravo Supershow, solche Geschichten haben wir auch schon für die gemacht. Und ansonsten liegt es an den Agenturen, dass die ganz großen, es konzentriert sich, der Markt konzentriert sich z.Zt. ziemlich, die großen schließen sich alle zusammen, halten an wenigen lokalen Partnern fest.
I: Also es geht so ein bisschen in Richtung David und Goliath, oder?
C.D.: So war es früher mal. So zu Ludewigs Anfangszeiten. Er erzählt mir gerne, er ist früher wohl eher schon der David gewesen, hat sich mit den Goliaths hier duelliert um irgendwelche Acts und auch mal freut wie ein Schneekönig, wenn es was vernünftiges gibt. Aber mittlerweile, haben wir viele feste Partnerschaften, die wir eingegangen sind über Jahre und da funktioniert das auch.
I: Wie viele Mitarbeiter habt Ihr?
C.D.: Feste Mitarbeiter im Büro sind wie vier. Und Aushilfen haben wir ziemlich viele. D.h. auf der Konzertebene, darauf was das Werbebüro angeht, Plakatierung, Promotion, Flyerverteilung etc. So ein Stamm an Aushilfen wäre ungefähr 50, 60 feste Aushilfen haben wir das ganze Jahr über im Durchschnitt.
I: Aktionsradius hast Du vorhin schon angesprochen. Ist der regional, oder landesweit oder?
C.D.: Der Großraum Stuttgart und darüber hinaus. Also Baden-Württemberg kann man schon sagen. ..... Pforzheim, für Reutlingen, für Ulm, also alles was in dem Bereich liegt. Also 150 km ungefähr. Aber der Schwerpunkt ist hier in Stuttgart und seine Region. Stuttgart, Ludwigsburg, das Einzugsgebiet ....., Fellbach, Sindelfingen, Böblingen.
I: Darf ich mal nach dem Umsatz fragen?
C.D.: Den Umsatz, den wir tun im Jahr. Gute Frage. Es ist ein halbes Jahr rum. Jetzt vor einem halben Jahr waren wir schon wieder deutlich weiter, als geplant ist. Wir sind im siebenstelligen Bereich. Aber natürlich nicht weit oben, sondern eher weit unten. Es sind so zwei, drei, vier Millionen, so was um den Dreh rum.
I: Kannst Du etwa einschätzen wie viel, im Veranstaltungsbereich in der Region Stuttgart umgesetzt wird? ....
C.D.: Oh, das ist eine schwierige Frage. Die Umsatzzahlen im Konzertbereich, das ist natürlich - . Da nimmst Du so ein Konzert wie der Bon Jovi auf dem Wasen, der macht soviel Umsatz wie eine

normale Veranstaltung im ganzen Jahr. Oder ein Schleyerhallen-Konzert eins alleine mit 10.000 oder 12.000 Zuschauer, die 50 DM bezahlen. Da sind wir ja schon bei 600.000. Also es sind etliche Millionen. Die Schleyerhalle hat wie viele Veranstaltungen im Jahr? Mindestens 100. Ja gut, es sind natürlich auch nicht ganz so gut besuchte, aber das sind dann eher Messen und Kongresse, aber das kann man schon sagen es muss in die Hunderte Millionen gehen, schätze ich mal. Das muss ich jetzt mal zusammen rechnen. Wenn man die großen Hallen nimmt, mal Veranstaltungen, mal Durchschnittspreis dazu. Und was da noch an Werbung und sonstigen Geschichten läuft. Von den Medienpartnern, Radios, Zeitungen etc. Ich glaub schon, das ist eine beträchtliche Summe, die hier umgesetzt wird. Alleine für den Großraum Stuttgart.
I: Das heißt, es gehen auch richtig viele Leute auf Konzerte oder gibt es da irgendwie einen Wandel festzustellen? Wohin die gehen?
C.D.: Ja gut, die breite Masse der Bevölkerung geht genau zu den Konzerten, die die breite Masse anspricht. Also die Hitparadenthemen oder was in den letzten paar Jahren immer stärker aufkommt, sind sei es Classic-Rock-Geschichten oder irgendwie alte Rockbands, die immer wieder noch mal auf Tour gehen. Bestes Beispiel waren die Stones vor ein paar Jahren. Diese Geschichten laufen immer noch gut oder auch so Bands wie Status Quo oder so was immer rumläuft. Aber ich glaub, die große Masse geht schon zur Mainstream-Musik. Was die Radiosender so rauf und runter spielen. Dann dazu die großen Festivals. SWR hier jetzt wieder demnächst, solche Geschichten. Oder Antenne mit seinen Open Airs. Also insgesamt machen wir, vor zwei Jahren haben wir ungefähr angefangen unsere Veranstaltungen runter zuschrauben. Vor drei, vier Jahren waren das mal, was wir hatten, deutlich über 100 Konzerte im Jahr. 140, 150 waren das fast jedes Mal. Man hat eben auch gemerkt, wenn mal viele Konzerte macht, muss das noch nicht heißen, das alles automatisch läuft. Also man muss schon, wir, ich denke mal die anderen Veranstalter machen das genauso, es sei denn es hat jemand eine Gelddruckmaschine im Keller, aber man muss sich schon vorher genau überlegen wo schätzt man was ein. Was ist eine realistische Erwartung, was an Zuschauer kommen kann. Dann kann man eine Veranstaltung überhaupt gewinnbringend oder zumindest so betreiben, dass man nicht auf immensen Kosten sitzen bleibt.
I: Du hast vorher gesagt Ihr seid ja auch noch ein Werbebüro, was für Branchen hängen denn da noch dran, an dem Veranstaltungsbereich?
C.D.: Jeder Veranstalter, wenn man jetzt einfach nur von der Veranstaltung ausgeht; Firma XY verpflichtet den Künstler und möchte den Veranstaltungsrahmen von einem Konzert in einer x-beliebigen Größenordnung, was da alles mit dran hängt. Das erste was man tut, wenn man einen Künstler verpflichtet hat, oder über eine Agentur einen Vertrag, oder über eine Tournee oder auch ein Einzelkonzert oder so was hat, sind Geschichten wie Werbung. Die Leute müssen ja irgendwie erfahren wer wo spielt. Klar, es gibt immer wieder Acts, da wird nicht viel gemacht. Depeche Mode stellt sich hin in Hamburg auf die Pressekonferenz und sagt wir spielen neue Termine... Sind hier zwei Tage ausverkauft, aber normalerweise, das wäre der Idealfall, so schön läuft das ja nicht. Werbung, das sind Geschichten wie Anzeigen. Das sind die redaktionellen Partner die man hat, Stadtmagazine, Kulturmagazine, die Zeitung, Radiosender. Wenn wir grad bei den Radiosendern sind, da hat man das schöne Problem mittlerweile, Unwort des Jahres 2000 Format. Jeder Radiosender formatiert seine Sendung, seinen Sender, seinen Platz und sein Geld. Das war ja alles schön und gut, aber das passt bei uns nicht mehr ins Format. Weil das spielen wir nicht und da können wir euch auch nicht helfen. Radiowerbung: Vorverkauf, das geht los bei der Druckerei, ordern die Onlineticket-Systeme, ohne die man ja auch nicht mehr drum rum kommt. Die Easy Ticket für Großraum Stuttgart, CTS bundesweit, solche Geschichten. ..... baut die eh immer weiter, immer mehr wird wohl nächste Zeit im Internet abgesetzt werden an Karten. Da gibt es auch verschiedene Versuche, die wir grad auch versuchen, verschiedene Projekte, die wir versuchen hochzuziehen. Da denkt irgendwie jeder, er hat das Ei des Columbus gefunden. Da wird man ja auch zugeschüttet mit Superangeboten wie, wir haben das Ticket zum selber ausdrucken, das ist so sicher, oder jeder Ticketmaster, jeder Tickettreiber versucht grad irgendwie den neuen Markt im Internet irgendwie gewinnbringend zu betreiben. Am Ticket hängt dran die Sponsorensuche, sehr mühsames Geschäft irgendwie für jede Veranstaltung jemand zu finden, der kartenkundigen Kauf möchte, sich präsentieren möchte bei der Veranstaltung. Auf Plakaten und Tickets mit Logos gehen, irgendwelche sonstigen Leistungen, Autogrammstunden etc. pp. Für die Veranstaltung selber, natürlich alles was drum rum hängt. Die Halle. Die meisten Hallen sind hier vernünftig ausgestattet, kann man eigentlich nichts sagen. Gut die Halleninfrastruktur um Stuttgart herum ist ein separates Thema, kann man später noch drauf eingehen, was wo fehlt, was sonst noch so wünschenswert wäre.
Licht, Ton, Merchandising, Gastronomie, Catering oder auch Crew Auf- und Abbausicherheitsdienst etc. Es hängt auch schon an der kleinen Veranstaltung. Man macht ein Clubkonzert im Alten Schützenhaus oder in der Röhre, hängt doch auch allerhand mit dran. Es ist schon bei jeder Veranstaltung im Prinzip der gleiche Ablauf, nur je nach Größenordnung. In der Schleyerhalle hat man natürlich deutlich mehr Vorlauf, den man auch dringend braucht um man alles zu beschaffen, zu besorgen, zu bestellen, was dafür notwendig ist um die Show ablaufen zu lassen im kleinen Rahmen.

Aber der Ablauf ist im Prinzip immer derselbe. Vorverkauf, Werbung, Sponsoring und dann geben wir die technischen Anforderungen, Bühnenanweisung und so was durch. Und da hängt dann schon einiges mit dran.
I: Was hältst Du von Popmusikstandort Stuttgart? Wie ist die Situation hier?
C.D.: Ist ja nicht seit jetzt erst ein Thema. Seit kurzem, sondern es gab einen schönen Artikel im Lift, ist bestimmt auch schon ein halbes Jahr her, hast Du bestimmt auch schon gelesen. Da hat sich im Lift jemand Gedanken gemacht: „Ja was ist den los mit Stuttgart", waren verschiedene Beispiele an Bands, die spielen nicht in Stuttgart, die spielen in Hamburg, Berlin, Köln. Die spielen nur drei- oder viermal in Deutschland oder fünfmal. Da drängt sich einem der Eindruck auf, Stuttgart ist nicht mehr auf der 1a-Liste der Großstädte in Deutschland. Früher lief das ja so: Irgendeine Band, sei es jetzt auf Europa- oder Welttournee, die planen irgendwann in Deutschland einen Termin, spielen fünfzehn oder zwanzig Termine oder sagen wir acht bis fünfzehn, das waren dann die Großstädte, zu dem der Raum Stuttgart ja eigentlich auf jeden Fall gehört. Klar sind wir nicht so groß wie Berlin oder Hamburg oder auch München, aber Stuttgart war vorher immer dabei und ist in letzter Zeit seltener dabei. Da gab es dann auch verschiedene Aussagen, ich hab das natürlich auch verfolgt, was in der Zeitung steht, dass der Herr Berner vom Russ dazu zusagen weiß oder der Herr Haag oder die ansässigen Tourneeagenturen der Stadt hier Kontor. Das ist das, was ich vorhin schon gesagt habe mit der Konzentration, wenn man sich jetzt nur die Top Acts anschauen, sei es Depeche Mode oder sei es Madonna. Madonna hat ja, es ist ja arg lange her wo sie hier war oder Depeche Mode früher, die haben diese zwölf bis fünfzehn Städte gespielt, also alle großen Hallen, Schleyerhalle für Stuttgart und die drum rum. Und mit Eintrittspreisen für 40, 50 DM. Da spielen die zwölf Shows und verdienen dementsprechend genug Geld mit. Jetzt ist es heutzutage so, es wird versucht seit eineinhalb Jahren, das man das so macht, man spielt nur noch zwei Städte, wie es Madonna jetzt ursprünglich vorhatte mit Köln und Berlin und ist nachher nur noch Berlin geworden oder wie es Depeche Mode macht, die Karten sind jetzt natürlich für 50 DM nicht mehr zu haben, sondern gehen auf die 250 DM. Dafür spielt man drei, vier Tage hintereinander. Der Künstler oder das Management oder wer auch immer nimmt genauso viel Geld mit, aber man hat sich das ganze Theater gespart mit man ist nicht monatelang auf Tour, man hat seine Kosten deutlich weiter gesenkt. Ich glaube, das ist die Grundidee die dahinter steht. Die Künstler wissen wohl, dass sie spielen müssen, live, und wollen natürlich den Großteil der Einnahmen schon dass auf jeden Fall über Platten und CDs kommt. Da wo ein Liveauftritt, die Crew ist auf jeden Fall, die Auftritte sollen auf jeden Fall die beste Proben und Werbung für s Produkt CD oder die neue DVD oder was auch immer da kommt. Nur solang das gut geht, wie das jetzt grad betrieben wird, d.h. ich spiel fünf Tage Kölnarena und hab dann meine fünf mal 15.000 Zuschauer und kann mir den ganzen Stress mit der Tour sparen und ich kann auch einen fünffach höheren Eintrittspreis nehmen, solang werden die Tourneen einen deutlich geringeren Umfang haben. Und da ist Stuttgart einfach nicht in der ersten Liga drin. Wir sind nicht Köln und wir sind auch nicht Berlin. Wir sind nicht Köln, wir haben keine Kölnarena, ob der Bau der zweiten Großhalle, dass der Weisheit erster Schluss ist, weiß ich nicht. Es ist bestimmt ein Schritt in die richtige Richtung, aber Stuttgart da hängt ´s wohl daran, es ist doch wohl das Argument von Künstlerseite, Managementseite, Tourneeagenturseite, so richtig die Medienstadt sind wir ja auch nicht oder nicht mehr oder hat man schon verschiedene Chancen schon ausgelassen. Wir haben hier kein RTL, kein SAT 1, wir haben Pro 7, kein Viva, MTV, Viva 2, Studio, wir haben ja unseren SWR, der ja schon einer der größten Sender in der ARD ist und Privatsender Antenne und die anderen Sender drum rum, macht jeder irgendwie....., das Einzugsgebiet ist wohl auch groß genug, die Halle ist ja eigentlich auch da, aber wie gesagt, nicht alles erste Liga, sondern ich sag mal eins drunter. Zweite Liga würde ich jetzt sagen, das geht zu weit. 1 B , ist nicht mehr Champions League, sondern vielleicht UEFA Cup-Platz oder so was. Das sind dann die Städte, die dann gespielt werden, wenn man ein bisschen größeres Tourneefeld hat. Man sieht ja auch in Stuttgart spielen nicht nur Künstler, wenn sie auf jedem Dorf spielen, so ist es ja auch nicht, ich sag ja wie gesagt es ist nicht mehr ganz 1a sondern es ist 1b. Ich glaub, so lässt sich das ganz gut formulieren. Warum die jetzt alle nicht sagen, sie spielen in Stuttgart oder so, das hat sich mir noch nicht ergründet.
I: Vielleicht liegt es einfach an der Masse der Leute, weil einfach weniger Leute hier wohnen in Kombination mit der Mediengeschichte. Wenn die Promotion auch ..... ist, dann kommen möglichst viele Leute, in möglichst kurzer Zeit werden und möglichst viele Medien erreicht.
C.D.: Das ist richtig. Ich denke, es wird eine Kombination aus allen möglichen Faktoren sein. Das Einzugsgebiet ist groß genug, da kann man sagen, Stuttgart hat ein Einzugsgebiet von, also nicht wenn man sich den VfB Stuttgart zu Grunde legt, wenn die das ..... da heißt es dann immer, Stuttgart hat hier ein riesen Einzugsgebiet, das geht von Karlsruhe, oben Mannheim runter bis Schwäbische Alb, Aalen sowieso, eigentlich bis zum Bodensee. Also das Einzugsgebiet ist groß genug. Im Kernraum Mittlerer Neckarraum, ich hab keine Ahnung wie viele Millionen Menschen da wohnen, also daran kann ´s ja eigentlich nicht liegen, dass man sagt hier wäre die Masse nicht da um ein Konzert zu füllen. Das hat man bei Bon Jovi gesehen, dass genügend Leute kommen können oder beim

Wasenkonzert sieht man das jedes Jahr. Oder auch, wenn die großen Acts nach Stuttgart kommen in die Schleyerhalle, ist die Schleyerhalle ja auch voll.
I: Sind es dann eher die Medien, die nicht da sind, oder ist es ein Imageproblem?
C.D.: Dass Stuttgart ein schlechtes Image hat, in der Rock- und Popmusikbranche, ist auch schwierig zu sagen. Ich glaub mal, wir Schwaben gelten als nicht ganz so schillernd jetzt wie die Münchner, die meinen sie wären irgendwas besonderes, oder der Rheinländer an sich, oder ich hab keine Ahnung oder ich glaub, dass Berlin irgendwie brummt, nach der Wiedervereinigung, das war schon klar. Berlin ist ja schon kräftig zugewachsen. Also so richtig genau wo man das festmachen kann, das weiß ich nicht. Aber ich denke mal, das wird eine Kombination sein aus vielen Sachen. Medienstandort Nr.1 sind wir nicht. Infrastrukturstandort Nr.1 sind wir mit Sicherheit auch nicht. Es soll mit einer größeren Halle Abhilfe geschaffen werden, um eben den Anforderungen entgegen zu gehen. Dass eine Agentur sagt, ich muss so und so viel Tickets zu dem und dem Preis verkaufen können, sonst brauch ich mit meinem Künstler gar nicht kommen. Aber zum Thema Infrastruktur: Wir haben in Stuttgart nicht Hallen in jeder Größenordnung, das weiß man auch. Das sind unten herum, also ganz unten mit Clubsegments sind wir sehr gut versorgt: Die Röhre, schon eher die härtern Geschichten, Schützenhaus eher die Clubatmosphäre, solche Richtung gibt ´s ja dann genug. Im LKA kann man ziemlich viel tun. Es gibt auch Künstler, die sagen, das LKA ist mir zu siffig. Das Wort ist auch schon mal gefallen. Das gefällt mir nicht. Ich hätte gerne ein bisschen eine schönere Halle. Da kann man ja in der Größenordnung in die Filarmonie nach Filderstadt gehen. Wenn man sagt, man möchte jetzt ein Publikum ansprechen, das jetzt nicht hier das Off Spring, ein all-over-Publikum oder solche Sachen ist. Und danach haben wir ja schon unser Kongresszentrum B, da gibt ´s in der Größenordnung in Stuttgart ja gar nichts und vor allem nach oben drüber über dreieinhalb, viertausend Kapazität gibt ´s in Stuttgart keine Halle, da gibt ´s dann nichts mehr. Erst wieder ganz oben die Schleyerhalle mit ihren 12 bis 13 Tausend oder mittlerweile 11, je nach Bühnenbelegung.

I: Über dem Messekongresszentrum B...?
C.D.: Messekongresszentrum B ist auf viertausend ausgelegt.
I: Und die Halle bräuchte man bei einer Größenordnung von?
C.D.: Wir haben in Stuttgart nichts mit fünf oder sechs. Es gibt in Böblingen die Sporthalle mit sechs bis sechseinhalb Tausend. Wird von vielen Leuten als nicht optimal eingeschätzt, ist halt eine Sporthalle. Man spielt sie nicht längs sondern quer. Die Leute stehen nicht in der Reihe hinter der Bühne. Du warst ja bestimmt auch schon mal da.
I: Nein.
C.D.: Du warst noch nie in der Sporthalle in Böblingen? Die hat eine ganz normale Form wie sie eine Halle hat, allerdings ist die Bühne nicht auf der Kopfseite, sondern eben auf einer von den Hallenseiten, gegenüber von der Tribüne. Und der Sound ist dementsprechend da drin nicht wirklich hervorragend. Wenn man nicht so oft hingeht, muss man halt Zeitung lesen. Da steht Hot Chilli Peppers waren mal da oder wer auch immer, da steht dann zu lesen es sei eine grausige Akustik gewesen. Natürlich gibt es auch Leute die sagen, es gibt keine schlechte Akustik in der Halle, es gibt nur schlechte oder gute Tontechniker.
I: Aber in der Schleyerhalle ist die Akustik doch auch nicht so unglaublich berauschend, oder?
C.D.: Auch nicht wirklich gut, nee. Das kommt aber darauf an, was Du damit machst. Das ist bei Brittney Spears und DJ Bobo völlig wurscht. Kommt drauf an, was Du an Sound da unterbringen möchtest. Also wie gesagt, diese mittelgroße Halle, die fehlt uns. Was uns auch fehlt, oder was es uns schwierig macht, wenn man schon schöne Gelände hat, die Freilichtbühne Killesberg find ich ein sehr schönes Gelände. Da haben wir jetzt die letzten paar Jahre immer mindestens drei Veranstaltungen oben gehabt, früher auch mehr. Es gab ja auch mal ein Open Air-Kino auf dem Killesberg. Jetzt hat man am Killesberg die Anwohnerproblematik da, es ist ja, es geht nicht. Es ist glaub ich eine ziemlich gute Wohnecke da oben. Wir haben ein Thesenpapier erarbeitet zusammen mit der Messe zusammen mit der Stadt. Da steht dann drin maximal zehn Veranstaltungen im Jahr, muss bis 22 Uhr fertig sein, nicht an zwei aufeinander folgenden Wochenenden. Da kommt extra jemand vorbei, der eine Schallmessung macht. Nicht über dem und dem Pegel. Geht immer noch, für verschiedene Veranstaltungen geht es dann. Die Ärzte vor zwei Jahren, das war ein Debakel. Weil, deutlich zu laut. Klassische Veranstaltungen passen natürlich gut rein. Sei es jetzt man macht eine Carmina Burana-Geschichte oder eine italienische Sommernachtstraum-Nacht oder so was. Dieses Jahr gibt es jetzt komischer Weise oder was heißt komischer Weise, es war wieder ein guter Faktor oder Indikator, es gibt dieses Jahr keine Veranstaltung. Von den lokalen Veranstalter her. Da oben an der Infrastruktur, wieder so ein Punkt, die Freilichtbühne ist, ich weiß nicht wie alt unter Denkmalschutz, schönes Atrium, schöne Stufen die hochgehen, nette Holzbühne, da fehlt ´s an einem Dach. Kein Veranstalter nimmt mehr heute das Risiko auf sich, eine viertel bis halbe Million da oben, die stehen nachher im Dauerregen, d.h. da muss ein Dach drauf und zwar ein großes. Je nachdem was man drunter packen möchte. Sei es ein Orchester, sei es eine große Band. Ein Dach aufbauen klar. Verschiedenste Dachkonstruktionen gibt ´s, wie in ganz Deutschland überall, so wie verschiedenste Locations. Da

oben haben wir es jetzt immer so gemacht, da hat man rechtzeitig versucht in einem festen, kurzen Zeitraum abzustecken, eine Woche oder 14 Tage. Da war Hans-Peter mit ein paar Terminen, der Olaf Danner und die Messe dann auch selber, die Jazz Open von Herrn Hauptmann, die es auch nicht mehr gibt, da ist ja der SWR abgesprungen, weil das rechnet sich so nicht mehr, deshalb gibt es die Jazz Open so nicht mehr. Dann hat man sich versucht, das Dach durch zehn oder acht Veranstalter zu teilen. Dann ist die Messeveranstaltung rausgeflogen, mit den Terminen war ´s dieses Jahr anfangs ein bisschen schwierig. D.h. wer macht was auf der Freilichtbühne. Bislang niemand. Da kannst Du alleine nicht hoch gehen und sagen wir machen jetzt oben eine Veranstaltung und stellen dann alles da oben hin, was wir für eine Veranstaltung brauchen. Container für Garderoben und Büro, das ist ja oben nicht vorhanden. Da gibt ´s ja bloß den kleinen Umkleidetrakt. Der Hauptkostenpunkt ist diese Dachkonstruktion, die sich für einen Veranstalter alleine nicht trägt. Das geht gar nicht. Das lässt sich nicht bezahlen.

I: Eine andere Location, Open Air oder in der Größenordnung gibt ´s nicht?

C.D.: Es gibt es schon. Man kann es im Prinzip auf dem Pragsattel machen. Wie die HipHop-Geschichten. Man kann ja außen rumgehen, in irgendwelche Stadien, ich sag nur, das ist halt ein schönes Beispiel, dass es da oben mal früher gebrummt hat. 14 Tage Open-Air-Kino und den ganzen Sommer über Veranstaltungen ohne Ende. Und dann den Kompromiss, den man versucht hat zu schließen, das muss hier alles innerhalb so und soviel Tagen sein und dann noch die Kostensache dazu. Das alles hat dazu geführt, dass es dieses Jahr halt keine Veranstaltung auf der Freilichtbühne gibt, gar nichts. Das finde ich schon wirklich schade. In der selben Größenordnung haben wir jetzt, zwei, zweieinhalb, dreieinhalb Tausend Leute kriegt man da oben rein, bis zu viereinhalb hatten wir schon drin. Da sind wir ins Eisstadion nach Esslingen gegangen. Aber dann Eisstadion Esslingen ist dann auch schon nicht mehr Stuttgart und es ist nicht die Freilichtbühne. Es ist ja klar, ausweichen kann man immer. Aber da sieht man mal auch mal wieder, das ist auch mal wieder schade und da ging dann erst mal wieder was vorbei an der Stadt.
I: Wie sind die Auflagen vom Ordnungsamt, gibt ´s da Probleme, ist es schwierig. Also dieser Kompromiss vom Killesberg, der war ja anscheinend wie Du gesagt hast nicht so, dass es dazu geführt hat, dass die Veranstaltung trotzdem passieren, aber in einem sagen wir mal unproblematischen Kontext. Ist es symptomatisch, dass die Auflagen die gemacht werden, wenn ´s irgendwo mal Probleme gab, dann halt das Verschwinden des Angebotes zur Folge haben?
C.D.: Im Sommer ein Konzert anzusetzen, wo man schon vorher weiß, es muss um 22 Uhr oder mal ausnahmsweise 22.15 Uhr oder 22.30 Uhr oder was, muss es fertig sein, wenn man weiß wenn ´s dunkel wird zum Konzert oder zu einem schönen Konzerterlebnis find ich nicht, da gehört nicht nur, dass man die Band hört, wenn man weiß, was die Leute alles mögliche dabei haben, was die an Show mitbringen möchtet. Auf der Freilichtbühne kannst Du das um 8 Uhr nicht machen, wenn es noch taghell ist. Das hat bestimmt mit dazu beigetragen auch.....
Der Killesberg, da gibt es einfach verschiedene Faktoren. Dieses Jahr waren es auch noch andere Geschichten. Da spielt ja immer viel mit rein. Das erste Problem ist die Terminierungs-Geschichte, das zweite sind, das ist der mitentscheidende Punkt auch, wenn man keinen Termin kriegt für eine Show, kann man sie auch nicht veranstalten. Das Kostenproblem da oben, das war allein nicht zu handeln.
I: Also was das Ordnungsamt insgesamt anbelangt von Stuttgart, ist da die Zusammenarbeit gut oder sind die Auflagen, die von der Stadt gemacht werden für den Bereich eher hemmend oder eher fördernd? Also ist eher so, dass es hilft die ganzen Sicherheitsaspekte zu berücksichtigen und eine gute Kontrollfunktion oder ist es so, dass sehr viel mehr Kosten entstehen und sehr viele Sachen einfach nicht möglich sind?
C.D.: Das muss man sehr diffizil betrachten, das ganze. Das Stuttgarter Ordnungsamt ist grundsätzlich glaub ich schon ein guter Partner von den Veranstaltern. Man bekommt zwar immer wieder irgendwelche, in der Genehmigung für die Veranstaltung stehen immer wieder Sachen drin, wo man doch vielleicht leicht mit dem Kopf schüttelt. Aber was Du da angesprochen hast, die Kontrollfunktion, ob man die, als Veranstalter haben muss, ist die Frage. Ob man irgend jemand braucht, der einem vorschreibt wie man was zutun hat und sagt also ... Die Stuttgarter Veranstalter haben damit weniger ein Problem was da drin steht. Das hat man aber auch schon gemerkt, da kommt eine Tourneeagentur, wir hatten das ganz signifikant bei den Backstreet Boys auf ihrer Welttournee, die hatten doch allerhand an Sachen dabei, sei ´s jetzt dass die Jungs in ..... flogen ....über Publikum. Das erste was da kam, vom Baurechtsamt... über Publikum fliegen in Stuttgart, seid ihr wahnsinnig, das geht gar nicht. Das hätte in jeder anderen Stadt funktioniert und hier war ´s dann ein bisschen was größeres, bis wir es dann einigermaßen durch bekommen hat. Wobei ich es grundsätzlich schon finde, die machen das schon gut. Wenn man die Städte außen rum vergleicht. Da kommt dann wieder gar niemand vom Amt, der eine Veranstaltung abnimmt, oder da kommt jemand von der Feuerwehr, der überprüft dass alle Notausgänge aufgeschlossen sind, der Rest ist ihm egal.

In einer Halle mit sechseinhalb Tausend, in der Sporthalle Böblingen, interessiert es niemand, was da drin gemacht wird. Da sollte man dann wirklich hoffen, dass im Leben nichts passiert und dass die Veranstalter ihren Job richtig machen. Weil sich nachher rausreden auf irgend jemand, das hat uns keiner gesagt, das ist ja irgendwie auch nicht richtig. Von der Seite her, denke ich schon, die machen einen guten Job. Die machen ´s genau und das ist natürlich manchmal, wie es in Deutschland überall ist, alles was man genau nach dem Papier macht oder nach dem Gesetz, den Amtsschimmel kriegt jeder mit wo ´s am meisten fehlt. Hier fehlt noch ein Papier, da fehlt noch irgendein Stück mit einem Stempel drauf. Das macht es vielleicht nicht immer einfacher, aber sondern, dass es von der Seite glaub ich nicht, dass was dagegen spricht. Das man sagt hier, die Veranstaltung kann man nicht machen, weil es wird von Amtsseiten das und das und das verlangt. Das kann man so nicht sagen.
I: Wäre es hilfreich, wenn sich jemand vom Ordnungsamt sozusagen mehr mit Musikveranstaltungen, Musikbusiness auskennen würde, damit da mehr Gespür dafür da ist oder ist das auch in Ordnung?
C.D.: Das Ordnungsamt ist grundsätzlich richtig präsent, sag ich mal, nur bei allem was größere Veranstaltungen angeht. Die sind in der Schleyerhalle präsent, die sind bei allem präsent was in der Messe oder auf dem Killesberg so passiert. Alles was größere Veranstaltungen angeht und ich glaub von der Seite her decken die das auch gut ab. Der Herr Nastold, der ist ja vom Ordnungsamt, da kann man auch jederzeit auch anrufen, wenn irgendetwas ist. Sag ich Herr Nastold, ich brauch das und das und das und wir müssen das in diesem Fall ausnahmsweise so und so und so aufbauen, weil das ist von Künstlerseite aus so gewünscht, dafür sind wir aber auch bereit die und die und die Sicherheitsaspekte zu berücksichtigen. Der ist bestimmt der letzte, der das nicht versteht. Also der Herr Nastold ist auf jeden Fall der richtige Mann, glaub ich.
I: Also ist die Zusammenarbeit gut?
C.D. : Das funktioniert, ja.
I: Gibt ´s besonders erfolgreiche Stilrichtungen. Einerseits was Konzerte anbelangt, andererseits was Künstler anbelangt aus der Region?
C.D.: Das, was hier aus der Region kommt, an lokalen Geschichten.
I: Ihr macht ja auch viele regionale und landesweite Gruppen oder?
C.D.: Mehr oder weniger. Das kommt immer drauf an. Es gibt verschiedene Bands aus der Region, die es verschieden weit gebracht haben. Unser Paradebeispiel hier ist die Fanta 4, also dass es die eindeutig geschafft haben mit ihrer Musik und das war damals für niemand vorstellbar, dass HipHop was wird. Als die angefangen haben, konnte von allen niemand was damit anfangen. So quer Stilrichtungen da festzulegen ist schwierig. Dazu kommen ja, wie heißen die oder wie hießen die, mit ihrem Lemmon Tree?
I: Die Fools Garden.
C.D.: Die Fools Garden, ja. Das ging auch eine zeitlang gut. Ich glaub nicht, dass hier in der Region irgend etwas gibt, wo man sagt, hier wir machen, alle Bands die aus der Region kommen, machen bevorzugt gut HipHop oder machen gut..... also da ist natürlich schon der große Teil dran, Freundeskreis und Freunde, also das ist ja schon. Man sagt ja, glaub ich, wir sind hier mit die Hochburg, also HipHop und solche Geschichten.
I: Ja ist das wirklich so, oder Du hast vorher gesagt Classic Rock läuft sehr gut und so was, was die Veranstaltung anbelangt? Ist es wirklich so, dass HipHop das ist, was am besten ist von der Künstler Seite und am besten läuft vom Publikum her, oder was regionale Acts betrifft?
C.D.: HipHop ist jetzt nicht so unser Hauptgeschäft. Wir haben natürlich hier mit den Hauptacts hier aus Stuttgart und der Region Freundeskreis, Fanta 4, das war nie so unsere Baustelle. Das war eher so Geschichten von der Konkurrenz. Aber guck an, was es hier so gibt und wie weit es die Bands so gebracht haben. Coalminers´ Beat gibt ´s jetzt auch schon 12 oder 14 Jahre. Die machen ja dieses Jahr ihr definitiv letztes Konzert im Dezember. Die haben wir eigentlich jedes Jahr veranstaltet hier in Stuttgart und drum herum. Mit ihrer Folk-Geschichte früher, jetzt deutlich mehr härter, mehr rockiger und solche Geschichten. Also ich glaub in Stuttgart gibt ´s so viele Bands, wo jede meint sie macht ihr Ding. Quer Beet. Es gab ja jetzt hier, weiß der Kuckuck, da gibt ´ ja Bands in jeder Stilrichtung und auch in jeder Größenordnung. Ich sag halt immer, ganz oben, wo die Luft richtig dünn wird, und der Markt richtig eng, da gibt ´ in Stuttgart ja noch nicht so arg viel, was hier raus kam. Aber, dass man jetzt sagen kann, hier bei uns läuft alles super, was HipHop ist, ich glaub, das kann man so nicht festlegen. Egal wer hier an großem Act im Rahmen seiner Tournee nach Stuttgart kommt und auch Deutschlandweit oder weltweit richtig angesagt ist, der macht auch in Stuttgart seine Halle voll. Und die lokalen Künstler, die tun sich bei uns hier genauso schwer, wie in anderen Städten auch. Jede kleine Band spielt in Jugendhäusern und Nachwuchsfestivals und wenn sie Glück hat, kommt sie zu irgendeinem Radiosender, also zu irgendeinem Festival was hier bei uns der SWR mit seinen Nachwuchsgeschichten macht. Ob so Nachwuchsbands oder lokale Künstler bei uns schwerer haben, wie in anderen Großräumen oder wie, das kann ich nicht sagen. Das kann ich mir auch nicht vorstellen. Ich denk mal in Hamburg, Köln oder Berlin oder irgendwo, da fängt eine Band auch in einem Jugendhausproberaum an und versucht sich hoch zuspielen. Entweder sie haben irgendwann

den Bringer und finden irgendwie einen Deal bei einer Plattenfirma, oder sie bekommen den halt nicht. Ob das jetzt bei uns schwerer geht, wie wo anders, weiß ich nicht.
I: Von Veranstaltungsseite her, würdest Du sagen, dass es auch im kleineren Segment, also 100 bis 300 Leute ausreichend Infrastruktur gibt?
C.D.: Also die Veranstalter wie wir, ich denk mal, das ist beim Hans-Peter und beim Russ? nicht anders. Ein Konzert im Jugendhaus oder so, in der ganz kleinen Nummer, das tun wir wirklich äußerst selten. Weil wir auch ein gewisses Procedere haben und dieser Apparat irgendwie an jedem Konzert dranhängt.
I: Ja das ist klar. Aber hast Du so den Eindruck, dass es in dem kleineren Segment auch genügend Angebote gibt, oder kannst Du das schwer einschätzen?
C.D.: Das kann ich z.Zt. schwierig einschätzen. Ich hab mein Zivildienst gemacht im Unterhaus in Fellbach, früher. Wir hatten jeden Freitag Livemusik und hatten jeden Freitag irgendwie Bands da aus der Region oder vielleicht ein bisschen weiters her. Das macht mittlerweile aber auch, glaub ich, das Unterhaus in Fellbach, weiß ich nicht, ob das noch so läuft.
I: Ja, läuft noch.
C.D.: Läuft noch genauso wie früher. Das Mitte oder solche Geschichten, die sind ja ziemlich aktiv in der Geschichte. Ich krieg das seit meiner Zivildienstzeit weniger mit. Ein paar Freunde in einer Band, die immer mal wieder irgendwo spielen. Die baut man auch mal als Support irgendwo ein, genauso wie andere Bands aus der Region, die sich bei uns melden. Wir werden genauso zugemailt und -gemüllt fast mit Demotapes und unsere CD ist super, wir sind spitze. die müssen uns mal irgendwo spielen lassen. Das ist ja leider nicht immer in unserem Entscheidungsbereich. Du kannst nicht bei jedem Künstler, den Du verpflichtest, sagen, ja wir haben hier eine Band aus der Region, die sind super, die sind hier grad aus der Nachbarstadt, die bringen noch mal 200 Leute mit und die machen echt gute Mucke und die geben sich Mühe.
I: Da bemüht Ihr Euch aber, dass Ihr es macht...
C.D.: Da wo ´s geht, haben wir immer mal wieder ein Support drin.
I: Wie viel sind das im Jahr?
C.D.: Das kannst Du an einer Hand abzählen. Weil das im Normalfall so läuft, da kommt eine Band auf Tour und die haben ihren Support dabei. Dann lässt sich die Tourneeagentur von der Plattenfirma irgendwas bezahlen und dann nehmen die die Band mit auf Tour, und sagen so, auf der Tournee bewerben wir nicht nur den Hauptact sondern auch die Band, Support und das neue Album. Du hast die selben Möglichkeiten, den lokalen Support.
I: Die Agentur gibt komplettes Programm vor. Da gibt ´s also keine großen Möglichkeiten.....
C.D.: 99 % der Fälle nicht, nee. Wir bringen Tourneekünstler XY und haben eigenen Support dabei.
I: Und als lokaler Veranstalter kann man da nicht sagen, ich mach das, aber Bedingung wäre dass...?
C.D.: Das sieht dann praktisch so aus, ich denk mal schon im Großteil der Fälle, du kannst davor deinen eigenen Support spielen lassen. Könntest du schon, aber bitte nicht über unsere Anlage und nicht über unseren Mischpult und auch nicht auf unser Backline. D.h. einfach geschwind die Band für 20 Minuten auf die Bühne ist nicht ohne weiteres machbar, weil nicht über unsere Anlage, nicht über unser Backline. Macht schon wieder Ärger, weil alles doppelt aufbauen. Und das ist dann auch wieder, wo man sagt, o.k. Jungs, ich find euch zwar recht nett, aber ich hab euch jetzt nicht irgendwas eigenes aufgebaut, dass ihr da spielen könnt. Also in der Regel funktioniert es eher selten.
I: Wie ist es so vom Personal und von der Ausbildung her? Gibt ´s gutes Personal in dem Bereich und gibt ´s ausreichend Personal für Euch? Findet Ihr immer Leute? Bzw. was muss man können, was ist das Profil? Was hast Du z.B. gelernt?
C.D.: Ich bin Dipl.-Volkswirt. Ich hab mein VWL-Studium gemacht in Heidelberg und hab halt parallel, also bei mir hat ´s sich irgendwie auf die Richtung schon konzentriert, mit meiner Zivildienstzeit im Jugendhaus. Wenn man da 15 Monate lang irgendwie Musikkonzerte, Festivals und ein kleines Open Air und solche Geschichten macht,
Das Rebstöckle genau. Und ich hab dann auch als Aushilfe, während dem Studium jobbt jeder irgendwie rum, und da hab ich beim Ludewig angefangen auf Konzerten, auf- und abgebaut, als stage hand irgendwie. Das macht man dann eine Weile und denkt so, das ist ja alles ganz nett und alles ganz spannend, aber so richtig der Bringer ist es für mich nicht. Dann hat sich die Möglichkeit eines Praktikums ergeben im Büro. Ich glaub, das was man als Ausbildung braucht, in jedem Büro, irgendwie eine gewisse kaufmännische Grundlage, bringt so mancher Job mit sich. Als Geschäftsführer war mein Studienabschluss dann doch hilfreich, sag ich mal. Andere Leute, die bei uns arbeiten, ein gewisses kaufmännisches Grundwissen muss ich einfach voraussetzen, je nach dem, wer was tut, klar. Es gibt auch Leute, die haben mit Rechnungsstellung, Buchhaltung und so was nichts zutun. Da tun se dann andere Sachen. Du kannst jetzt aber nirgendwo lernen und sagen, hier ich lern jetzt Musik und ich kenn mich jetzt damit aus in der Branche. Also es gibt Leute, die bringen ein gewisses Interesse mit für Musik, für Pop, für Rock, für was geht , was ist in den Charts oder Fäden in irgendeiner Richtung oder haben als Hobby schon lange, ich geh auf Konzerte, viermal im Monat und haben irgendwie ein gewissen Bild auch von Musik oder was passieren soll oder was

man veranstalten soll. Und das ist die eine Seite, und die andere Seite, klar, jetzt für diesen Herbst neu gibt ´s jetzt den Veranstaltungskaufmann. Der ist jetzt endlich durchgekommen. Bei der IHK kann man seinen Veranstaltungskaufmann machen.
I: Im Lehrberuf?
C.D.: Im Lehrberuf, ja. Bisher wurden auch in der Branche, man muss sich die Agenturen angucken, in Stuttgart, wir haben noch nicht ausgebildet. Wenn man sich die Agenturen anguckt in Stuttgart, die das tun, die haben eben Bürokaufleute oder Kaufleute zur Bürokommunikation ausgebildet. Das war der einzigste Beruf, den es bisher in dieser Branche zu lernen gab, von der administrativen Seite. Beim Tontechniker, Lichttechniker, kann man lernen mittlerweile in der Schule. Du kannst deinen Veranstaltungsmeister machen, Bühnenmeister. Das sind dann die Leute, die Du ja bei der Veranstaltung auch brauchst.
I: Diese Medien- und Eventakademie Baden-Baden.
C.D.: Ja, so was. Rein von der technischen Seite muss irgend jemand ja auch vor Ort sein, der sagen kann, man darf deine Bühne so und so aufbauen, man darf Licht- und Tontechnik in der Regel so und so aufbauen. Es darf ja nicht jeder aufbauen, wie er lustig ist. Dafür gibt ´s ja Abnahmen vom Baurechtsamt oder vom TÜV oder weiß der Kuckuck was auch immer. Auf der Seite jetzt, dass man sagen kann, irgendjemand muss hier Musik studieren um nachher Popmusik zu veranstalten, das ist also Unfug. Da kommt es auch immer auf den Teil des Interesses her oder von der Richtung, von der Eignung her, die die Leute da mitbringen. Irgendjemand der da sagt, ich kann mit Musik nichts anfangen..
I: Also ein bisschen learning by doing?
C.D.: Das auf jeden Fall. Das denk ich schon auch.
I: Das heißt sozusagen, wenn man ´s jetzt mal zusammenfasst, die Aktivität im Unterhaus und die Möglichkeiten da was zu machen und im kleinen Veranstaltungsbereich sich mal zu beschäftigen, waren auch eine Grundlage, die Dir geholfen haben in dem Bereich.
C.D.: Das war der erste Schwung und dann das zweite war zwei, drei Jahre wo ich als Hand stage gearbeitet habe, also Auf- und Abbau von allen möglichen Veranstaltungen.
I: D.h. es ist eine Kombination aus Praxis, auch schon als Jugendlicher sag ich jetzt mal, bis hoch, bis zum Praktikum bei der Firma und auf der anderen Seite ein theoretisches Hintergrundwissen, wie bei Dir jetzt z.B. dieses Volkswirtschaftsstudium.
C.D.: Es gibt Leute, die arbeiten ihr ganzes Leben lang als stage hand und finden das irgendwie, das ist der Bringer. Das ist so o.k. Es soll doch jeder so machen, was er möchte. Es gibt Leute die sagen, nee, ich will aber auf der technischen Seite bleiben, d.h. ich fahre jetzt nach Wiesbaden zur Tontechnikerschulung und möchte mich als Tontechniker zukünftig irgendwie beschäftigen. Weil mir Auf- und Abbau alleine zu wenig ist. Ich möchte da einfach ein bisschen mehr tun, ich möchte eine Band abmischen, ich möchte mit der Musik mehr zutun haben.
I: Das ist klar. Aber der Weg sozusagen, dass jemand überhaupt keine Ahnung von dem Bereich und sich dafür nicht interessiert und dann nach dem Abi sagt „Ah, Musik, stark, das interessiert mich, das würde ich jetzt gerne tun, das ist wahrscheinlich das, was dann eher nicht so gut funktioniert, oder?
C.D.: Wahrscheinlich ja. Haben wir jetzt so noch nicht ausprobiert. Bei uns kam jetzt noch keiner und sagt ich mach bisher in Stahlschrauben und Blechmuttern und möchte ab jetzt in Konzerten machen und möchte bei Euch arbeiten. Das hatten wir jetzt so noch nicht, in der Richtung.
I: Das kommt auch nicht vor.
C.D.: Jetzt ist wieder jemand da, der sagt, die haben halt ihr BWL-Studium und solche Geschichten und möchten auf jeden Fall Kulturmanagement weiter studieren und möchten bei Euch ein halbes Jahr, ein Jahr lang angucken.
I: Gibt ´s einen Ansprechpartner bei der Stadt, wo Du sagen könntest, der ist unser Hauptansprechpartner, sozusagen. Also mit wem habt Ihr da zutun? Ist es für Euch wichtig, diese Kommunikation mit der Stadt? Aus Kultur, aus Jugend, aus Wirtschaft, Verwaltung?
C.D.: Da haben wir so, wüsste ich jetzt nicht mit wem wir da sprechen. Also das wäre mir jetzt irgendwie.....
I: Bräuchtet Ihr jemand, der da die Information und Kommunikation einfach verbessert, bei Problemgeschichten?
C.D.: Da gibt es so einen Mann, der so was tut. Da gibt es den Kollegen Petersen.
I: Hattet Ihr schon mal mit dem zu tun?
C.D.: Man hat sich schon mal getroffen. Man hat sich schon mal unterhalten, zwei-, dreimal, so bei läufig, aber ansonsten wäre da wenig irgendwie. Wir haben da extrem viele Berührungspunkte mit verschiedensten..... bei der Stadt. Gerade über unser Werbebüro, wo wir verschiedene Sachen versuchen sind am aufzugreifen und neu zu machen. Eigene Plakatstellen für Veranstalter und Kulturträger und so was, das läuft dann übers Baurechtsamt und Tiefbauamt und weiß der Henker was alles. Auf der Veranstaltungsseite gibt ´s beim Amt für öffentliche Ordnung auch ein paar Menschen, bei denen man Veranstaltungen anmeldet und von denen man eine Verfügung bekommt, was man zu tun hat, und wie es zu laufen hat. Und da gibt ´s eine Abnahmeverordnung, das mit dem

Ordnungsamt, das funktioniert eigentlich reibungslos, aber ansonsten, was grad so Veranstaltungen oder Bands oder Werbung oder sonstige Sachen angeht, wüsste ich nicht, dass ich schon mit irgend jemand mal gesprochen habe, jetzt spezifisch auf Veranstaltung.
I: Eine Kulturförderung für manche Sachen bekommt Ihr auch nicht?
C.D.: Nein. Das schöne an Stuttgart ist ja, es gibt ja, das ist es, worauf die Stadt auch immer gerne hinweist, es gibt ja diese Kultursäulen, diese blauen Säulen. Da gibt ´s, ich weiß nicht wie viele, an auch richtig schönen Plätzen. Das ist ja für uns, ich sag mal in Anführungszeichen kommerzielle Veranstalter, ist es überhaupt nicht interessant, weil da dürfen wir keine Plakate hinhängen. Das gibt nur eine auf die Mütze. Da dürfen ja nur staatlich subventionierte Veranstalter hin hängen. D.h., wenn irgend jemand eine kleinere Veranstaltung macht, seine eigene, wie der Kollege Johannes Zeller in der Rosenau oder so. Der hat gedacht, die Kultursäule, das ist doch genau mein Ding, da häng ich doch mal ein Plakat hin. Ist gar nicht. Das ist für solche, für ´s Staatstheater oder für irgendwelche kleine Theater, die irgendwie staatliche Subventionen erhalten ist das. Die bekommen auch Werbeflächen zur Verfügung gestellt. Jeder andere nicht. Weil jeder andere macht das ja kommerziell und der soll doch dann seine Werbung bitte auch bezahlen. Also da gibt es keinerlei Unterstützung für irgend jemand. Das gibt ´s überhaupt gar nicht in Stuttgart.
I: Da gab ´s doch aber auch eine restriktive Handhabung im letzten Jahr. Also vor allem im Plakatierungsbereich. Wie ist da die Situation?
C.D.: Die aktuelle Situation ist diese, es wurde vor zweieinhalb Jahren, als der Music Circus und wir früher plakatiert hatten, wilde Plakatierung, da wurden ziemlich viele Stellen umgewandelt, da hängt jetzt eine Tafel. Die heißt Veranstaltungstafel. Da dürfen wir plakatieren und der Music Circus und auch ein Teil, das ist für Freie und Private. Wir dürfen dafür kräftig Miete bezahlen an die Stadt. Und der aktuelle Stand ist der, noch, dass es zwei schwebende Verfahren, wo wir uns bemühen, für uns und für andere Veranstalter Plakatflächen zu bekommen. Sei es die Geschichte, was es in anderen Städten gut gibt, ist diese Plakatierung im Rahmen auf Stromkästen. Und das andere ist, dass wir Verträge haben mit verschiedenen Grundstücks- oder Flächeneigentümern. Und da haben wir auch Verträge, gültige, schon seit zwei Jahren und wir dürfen aber noch nicht hinhängen, weil da müssen wir uns erst noch mit der Stadt noch einigen. Das sind zwei Sachen, die grad noch in der Schwebe sind. Da brauch ich nicht viel dazu zu sagen. Das zieht sich, glaube ich, noch eine Weile. Ich glaub, jetzt ist erst mal Sommerpause bei der Verwaltung, das hätte eigentlich schon vorher passieren sollen, man wartet ja schon seit eineinhalb Jahren.
I: Ich habe vor einiger Zeit mal angefragt und da hat irgendein Plakat pro Tag soviel gekostet, wie früher für eine Woche. Also d.h. es sind auch ziemliche Mehrkosten entstanden, die die Stadt verlangt, aber die Stadt investiert das Geld nicht wieder in den Popularmusikbereich wieder rein, oder?
C.D.: Ahh...Was die Stadt mit ihren Erlösen tut aus der Werbung, keine Ahnung. Wie sich der städtische Haushalt sich da genau aufschlüsselt, das entzieht sich meiner Kenntnis.
I:..... eine andere Seite davon, dass Ihr irgendwie das Geld, was Ihr mehr für Plakatierung ausgebt, irgendwo wieder weniger ausgeben müsst?
C.D.: Nein, das wäre schön, wenn das so wäre.
I: Ist die Plakatierung ein Hauptwerbeträger für die Konzerte oder geht das in eine andere Richtung?
C.D.: Also, ich bin der Meinung, das ist immer noch so. Du kommst ums Plakat nicht drum rum, aber wie überall macht es dann nichts aus. D.h. Du hast irgendeine Veranstaltung in der Werbung, d.h., wo erreiche ich die Leute, die gerne auf Konzerte gehen. Die Leute die gerne auf Konzerte gehen, die lesen Stadt- oder Kulturmagazine. Wenn ich weiß, wo ich hingehen möchte, lese ich ein Prinz oder Lift oder beides oder nur eins von beiden. Und da sehe ich dann irgendeine Veranstaltung, oder ich sehe irgendwo das Plakat, oder ich sehe am Samstag in der Zeitung die Anzeige dazu oder ich sehe bei den Vorverkaufsstellen einen Handzettel oder in einer Kneipe einen Flyer oder so was ausliegen. Also die Mischung macht es wie überall, also nur mit Plakaten oder nur mit Anzeigen oder nur mit Homepagewerbung oder nur mit Tageszeitungsanzeigen, glaub alleine mit ist es nicht damit getan. Ich denk, das Plakat als Medium ist immer noch das klassische Veranstalterplakat. Fangen wir ganz unten an. Irgendjemand der, ...Das Limelight macht viele eigene Veranstaltungen, der guckt immer, dass er...Anzeigen hat er keine drin, in der Stuttgarter Zeitung, die kann er sich nicht leisten, für ein Konzert, wo er 150 Leute erwartet oder 200. Der hängt seine Plakate bei sich ums Haus rum und in der Stadt noch irgendwo ein paar und verteilt seine Handzettel. Der macht viel über eigene Leistungen. Der fährt rum und sagt hier ist ein Konzert im LKA, das ist die richtige Zielgruppe, da verteile ich meine Flyer. Der kann nicht in der Stadt Hunderte von Plakaten buchen oder auch bloß 50 für eine Woche, weil das sprengt das Budget komplett. Das geht gar nicht.
I: Früher hätte das gehen können.
C.D.: Früher wäre er wahrscheinlich selber los gefahren, und hätte alles zugehängt.
I: Das macht es ja für so eine kleine Liveszene auch schwierig, oder?
C.D.: Das macht es in jedem Fall schwieriger. Auf jeden Fall. Das haben wir auch versucht der Stadt zu erklären, dass ich weniger Veranstaltungen hab in der Schleyerhalle, da hab ich in meinem

Kostenrahmen ein ziemlich großes Budget, was Plakatierung angeht. D.h. da kann ich dem städtischen Vertragspartner genug Geld geben, dafür dass er die Plakate aufhängt. Oder er kann das selber tun für die Kosten, die das verursacht. Je kleiner die Veranstaltung, dann wird er schon die mittelgroße Größe, Größen wie im Forum in Ludwigsburg oder in der Stadthalle in Sindelfingen oder hier im LKA oder irgendwo, das ist schon grenzwertig. Ich kann nicht für ein Konzert 5.000 DM an Plakatierung alleine ausgeben, weil ich muss noch Anzeigen schalten, ich muss Handzettel machen dazu, die müssen auch verteilt werden, ...
I: Das würde aber heißen, dass bei öffentlich bereit gestellten Flächen, wie z.B. diesen Schaltkästen, diesen Tafeln, sozusagen eine Art Größenordnungsbegrenzung eingezogen werden könnte, oder dass man sagt, dass da nicht ein Plakat von The Dome drin hängt sondern halt eher ein Plakat vom Limelight oder von der Röhre oder .....
C.D.: Aber das ist auch so was. Die Werbung auf Schaltkästen, die kostet nachher auch Geld. Man versucht dann eher ein kleineres Netz auch anzubieten. Man sagt nicht, o.k. jede Veranstaltung muss 400 Schaltkästen belegen. Sondern man sagt, da macht man kleinere Netze. Stellt eine gewisse Prozentzahl eh zur Verfügung, die kostenlos für Kleinveranstalter sind. So baut sich das Konzept auf. Und da das ganze Zeug irgendjemand bezahlen muss, da sollte man doch auch immer schauen, dass irgendjemand wie The Dome oder wer auch immer da auch mit drauf geht. Der natürlich auch einen anderen Preis hat, wie ein Kleinkulturveranstalter. So muss man das..... Man kann jetzt nicht irgendwie die 8.000 Schaltkästen, die es in der Stadt gibt, reinigen, pflegen, bei 800 einen Rahmen anbringen, den so betreiben, dass man noch Geld zuschießt und sagen o.k. da darf aber nur Limelight rein. So funktioniert das nicht. Der Ansatzpunkt ist ein anderer. Da gibt es einen Veranstalterrabatt oder ein Sonderkulturrabatt usw. und das der so günstig wie möglich kommt und dann solltest du auch immer noch gucken, dass irgend jemand anders, dass z.B. auch drin steht, Warsteiner präsentiert Bon Jovi auf dem Wasen und die bezahlen dann aber schon richtig. Das kann man nur so regeln, weil das Konzept an sich muss sich auch tragen, muss sich auch finanzieren können.
I: Habt Ihr schon mal ein Sponsoring von Werbemitteln gemacht, oder ist das so eine Möglichkeit, dass man sagt, wir transportieren, keine Ahnung, also ein Sponsor kommt immer auf die Werbemittel drauf, oder ist es so, dass auch jemand Werbung sponsort, die Leistung dafür bereit stellt, keine Ahnung, z.B. dass die SSB irgendwie Werbung auf ihre Busse drauf macht, oder so was in der Art? Oder dass jemand Flyer druckt, oder gibt es so was in dem Bereich oder ist es eigentlich.....
C.D.: Die SSB ist ein schlechtes Beispiel. Aber es gibt hier schon genug, wobei man aber auch wieder unterscheiden muss, nimm irgendein Plakat von einer großen Veranstaltung, das ist ja voll gepappt mit Logos. Unten drauf ist ja immer alles mögliche. Irgendwie Energydrink und Sportswear und noch Turnschuhe und irgendwas ist immer drauf. Also irgendwie ein Künstlerpass, das ist aber im seltensten Fall, kommt der Sponsor über den örtlichen Veranstalter, sondern die Tourneeagentur sagt, „pass auf, wir sind deutschlandweit unterwegs, du kannst dich in jeder Halle in Deutschland präsentieren..... und der örtliche Veranstalter der sucht sich irgend jemand, der sagt, wir haben eine Konzertübersicht auf einem Flyer, da kommt eine Anzeige oben drauf“. Oder da kommt auf der Rückseite, da kannst du deine Veranstaltung drauf tun. Dann teilen wir uns die Kosten. So funktioniert das eher. Weil, was wir machen, wenn wir Freiflächen haben in der Plakatierung, dann nehmen wir auch kleine Veranstalter, deutlich stärker mit raus, was sie das ja irgendwie nicht bezahlen könnten, bevor du irgendwie die Stelle weiß klebst, dass die sauber aussieht, das gibt ´s bei uns gar nicht. Da hängen wir lieber irgendwie andere Veranstalter mit rein. So tun wir das.
I: Aber es gibt in Stuttgart oder der Region schon Sponsoren in Anführungsstrichen oder Werbepartner, die Euch das Geschäft .....
C.D.: Also Sponsorengeschäft ist eine äußerst unsichere Angelegenheit. Du musst dir irgendwie immer den Wolf abtelefonieren, bis du irgendwie einen findest, der irgendwie mal was tut. Sei es, er kauft dir irgendwie Kontingentkarten ab, für seine Kunden oder er möchte irgendwie Kunden oder Geschäftspartner einladen oder sonstiges. Und dann kannst du auch eher einen Werbemittelzuschuss mit rausholen, aber das ist eher müßig. Weil klar, das Geld liegt nicht überall auf der Straße, man braucht es nur aufheben. Also, ich hab nicht die Erfahrung gemacht, das es so ist. Ich find es eher äußerst schwierig.
I: Wie ist es im Vergleich zum Sport und so eher schwierig, oder kann man sagen, dass dieses Musikkultursponsoring noch nicht so in den Köpfen drin ist oder .....
C.D.: Es kommt auf die Größenordnung an, klar. Der VfB hat pro Spieltag wie viel Millionen Kontakte. Im Stadion, in der Sportschau, weiß der Kuckuck, der tut sich leicht damit. Du tust aber leichter damit, da sind wir wieder bei der Veranstaltung in der Schleyerhalle. Hast Du irgendeine große Veranstaltung, das weiß derjenige....hey hier kommt ei Künstler XY, das ist ja super, da will ich eh hin und der passt doch gut zu meinem Produkt, zu meiner Firma. .....für die meisten Firmen ist es doch nicht sonderlich prickelnd, irgendwie für tausend Leute im LKA Geld rauszutun.
I: Je größer, desto leichter.

C.D. : Ja. Das ist ja glaub ich überall so. Guck Dir den Sport an. Wer irgendwie Kunstradfahren macht, der ist doch auch irgendwie angeschmiert, wenn er sagt ich brauch Sponsorengelder.
I: Nochmals zurück zu den Informationsangeboten. Bist Du mit der Situation zufrieden, Plakatsituation haben wir ja grad schon geklärt, aber so, dass die Leute von Euren Angeboten, von Euren Konzerten viel informiert werden, ist es da gut oder.....
C.D.: Richtig optimal ist es immer. Der Mix ist schon schwierig. Du musst halt einen gewissen Apparat unterhalten, der dann einfach funktioniert. D.h. das ist das rechtzeitige monatliche Bestücken von allen Monatszeitschriften und allen hinterher telefonieren können wir da irgendwie eine Aktion machen, wollt ihr die neue CD verlosen, wollt ihr irgendwie einen Artikel verlosen.
I: Da gibt es aber genug?
C.D.: Von den Monatszeitungen gibt ´s viele. Trotzdem hast Du immer irgendwie auch einen Event, du brauchst irgendwie einen Support, irgend etwas brauchst du. Das Radio kriegst du fast gar nicht mehr, bei dem Thema waren wir vorhin schon, Format. Das war früher, als der SWR noch hier saß, in Stuttgart und nicht in Baden-Baden, der SWR 3, da hat man halt seinen Ansprechpartner gehabt und hat gesagt, hier pass auf, wir machen in der Röhre oder im Schützenhaus oder wir machen im LKA, irgendeine Band und die ist grad echt angesagt und das ist super und dann war das früher irgendwie nicht das Problem eine Präsentation zu kriegen. Klar der SWR hat früher, ich weiß nicht wie viel Präsentationen hatten die im Monat, 30, 40?
I: Woran liegt das? Der SWR hat gesagt, er macht kein Format, er macht ein Wellenradio. Also liegt es daran, dass vielleicht die Leute in Baden-Baden jetzt sitzen oder ist es....
C.D.: Dass Stuttgart untergeht, seit es in Baden-Baden ist, ist Fakt. Da gibt ´s Aussagen von Leuten, die sagen, was interessiert mich in Baden-Baden ein Konzert das in Stuttgart ist. Wir machen jetzt Radio nicht mehr für Stuttgart, sondern für die ganze Region bis hoch nach Köln und da interessiert das niemand. Den Spruch hat ´s schon gegeben, also ich denk mal, wenn man sich anschaut, was der SWR so präsentiert in letzter Zeit, das ist auch alles nur noch größere Veranstaltungen. Die kleineren Sachen bekommt man im Radio nicht unter. Ich kann auch nicht zu Antenne 1 gehen und sagen, ich hab jetzt ne Grunge-Veranstaltung im LKA, das passt ja bei denen auch nicht rein. Es sei denn, es ist grad ein Hitparadenthema oder irgendwas, das ist dann wieder was anderes. Alles was eh schon läuft, und alles was eh schon brummt und alles was eh schon bundesweit richtig Aufsehen erregt, ist hier bei den Radiosendern herzlich willkommen. Alles andere ist Katastrophe.
I: Bringt ´s dann eine andere Form von Radio?
C.D.: Eine andere Form von Radio, ...Vielleicht müssten sich die Radiomacher nur überlegen; ich denk, die Radiomacher hier unterliegen allen dem Kampf nach Quote und nach irgendwie, mit ihrer Quote bekommen sie ihre Werbeeinnahmen damit finanzieren sie sich und orientieren sich aber mittlerweile glaube ich alle nur noch am Mainstream. Also alle, jeder. Du kannst hier mittlerweile durch die Radiostationen durchgehen. Ich weiß nicht, ob Du da einen großen Unterschied hörst. Auch Stadtradio zeigt jetzt, wir machen jetzt auch hier .....
I: Das ist doch bei Euch auch so. Ihr müsst ja auch gucken, dass Ihr, wenn Ihr die Veranstaltung voll bekommen wollt, müsst Ihr auch Mainstream veranstalten. Das ist die Regel des music business...
C.D.: Du musst gucken was Du für Acts bekommst, aber es gibt ja auch immer wieder andere Künstler, die auf Tour gehen, die sagen, das Musikschema ist so breit gefächert, wir könnten das ganze Jahr nur Bobo und Backstreet Boys machen. Also das geht gar nicht. Du musst ja auch irgend etwas anderes tun. Das Radio sagt, das ist für uns erst wieder spannend ab, ah, ihr seid in der Sporthalle Böblingen, da machen wir eine Antenne 1 Party oder SWR präsentiert ein Festival in Baden-Baden oder weiß der Kuckuck. Es gibt aber auch genug andere Künstler, die interessant sind. Wir machen jetzt im September Ben Becker. Da bin ich einfach mal gespannt. Das ist ein richtig schönes Ding . Der ist seit Jahren in der Rosenau mit seinem kleinen Programm. Gut in der Rosenau sitzen 180 Leute drin, das ist jedes mal bumsvoll. Jetzt hat man gesagt, jetzt versucht der gute Mann auch noch zu singen, neben seiner Schauspielerei und seiner Gedichtsleserei, da sind wir mal gespannt, wie das rum kommt. Auch Das Theaterhaus war im Gespräch, das Zapata. Ben Becker war immer hier, ist sehr gern in Stuttgart, hat auch hier seine Wurzeln, hat hier auch schon Filme gedreht, und weiß der Kuckuck, das kriegst du jetzt wieder nirgends rein, weil man alles..... weil der andere hat gleichzeitig ein großes Festival am laufen. Jetzt stehen wir ohne Radiosupport da, da ist das deutlich schwieriger. Also das merkst Du bei allen Konzerten, sag ich, die so in der Mittelklasse ablaufen, wo wir halt nun mal sehr viel tun. Und wenn es nicht grad um die Mainstream geht, da tust du dir einfach schwer, Medienpartner zu finden, die dich da fett unterstützen. Irgendwie ein vernünftig großes Konzert kostet auch schon richtig Geld und die Werbung, die dir eine Radiopräsentation machen kann, die kannst Du ja dann nicht bezahlen. Du kannst ja keine Radiotrailer kaufen. Das kannst Du ja völlig vergessen, das geht ja in die 60-, 70-, 80 Tausend Mark bis da ein Trailer ein paar mal läuft. Das geht gar nicht. D.h. du findest jemand, der dir das präsentiert und das unterstützt oder du kannst gucken, wie du auf deine Zuschauerzahlen kommst.
I: Ja gut. Aber nochmals zurück. Diese Marktgesetze sozusagen, die gelten ja auch fürs Radio.

C.D.: Die gelten auch fürs Radio, weil früher war das so, dass es das öffentlich-rechtliche Radio sag ich jetzt mal, da hab ich gedacht, die hätten irgendwie einen anderen Auftrag. Im Fernsehen haben sie ihn doch auch, die müssen doch nicht unbedingt hier immer die neueste Gameshow oder Fußball oder was weiß ich zeigen. Sondern sagen hier so ein Volksmusikscheiß oder irgendwas anderes oder keine Ahnung. Es war früher auf jeden Fall anders.
I: Also dieser öffentliche Kulturauftrag wird nicht wirklich wahr genommen?
C.D.: Ich find, das kann man so sagen. Die müssten deutlich mehr tun, die müssten viel mehr in die Breite gehen, bin ich der Meinung. Und das tun sie nicht. Gerade das öffentlich- rechtliche Radio darf sich doch nicht nur am Mainstream orientieren, die müssten das Kulturspektrum deutlich weiter auffächern, wie sie tun.
I: Und das hat damit zutun, wie Du schon vorhin gesagt hast, dass die Sender fusioniert sind. Größeres Sendegebiet....
C.D.: Größeres Sendegebiet und alle spielen das selbe Zeug rauf und runter, weil irgend jemand gemeint hat, ob jetzt das Wellenradio oder Formatradio oder weiß der Kuckuck, ich glaub nicht, dass das einen großen Unterschied macht. Momentan spielt doch jeder irgendwie das gleiche. Ob in diesen sogenannten Popwellen also SWR 3, Antenne 1, Stadtradio, RMB, weiß der Kuckuck was es da alles gibt. Die spielen doch alle das gleiche.
I: Haben die Jugendradios, Big-FM oder Das Ding irgendwie eine spannende Funktion gehabt, dass dadurch mehr....
C.D.: Das was da reinpasst, was bei Big-FM reinpasst oder Das Ding reinpasst, alles was ein bisschen zu heftig, ein bisschen schneller, was zu laut, zu heftig oder zu brutal ist für die Popwelle. Die haben einen gewissen Rahmen für die jeweilige Zielgruppe, das Ding noch eher deutlich jünger, alles was jetzt irgendwie zu HipHop oder Skateboard oder weiß der Kuckuck irgendwas passt. Das passt ja eher bei Das Ding rein, ja. Da gibt ´s dann auch Geschichten, die man da unterbringen kann.
I: Also das war schon gut.
C.D.: Ja.
I: O.K., damit sind wir eigentlich schon fast durch. Ich denke so über Qualifikationsangebote haben wir schon gesprochen, Ausbildung, Künstler, also ich denke direkt mit Künstlern- Aufbau aus der Region, was da passiert, habt Ihr relativ wenig zu tun.
C.D.: Das ist richtig.
I: Abschließend die Frage, was wäre denn der größte Wunsch. Also der größte Wunsch an die Stadt Stuttgart oder an den Standort Stuttgart für Euch, wenn Ihr Euch was wünschen dürftet, zu Weihnachten, zu Ostern?
C.D.: Wenn wir uns was wünschen dürftet zu Weihnachten, zu Ostern oder dann zum Geburtstag von der Stadt oder von der Region? Das soll man auf einen Wunsch runterbrechen?
I: Du kannst Dir auch was, das muss ja nicht an die Kommune sein, Du kannst Dir auch was wünschen, was es insgesamt bei Veranstaltungen ein bisschen fehlt oder was schöner wäre.
C.D.: Schwierig. Man muss das ja auch realistisch betrachten. Das ist ja nicht so, dass man das nicht tut. Man sagt ja nicht, wir wünschen uns das Wunderland, wo wir subventionierte Konzerthallen bekommen und irgend jemand, die Stadt sagt, oh das finden wir so toll, wir zahlen Euch auch eine Plakatwerbung und machen für Euch Vorverkauf und schalten für Euch Anzeigen und Ihr dürft, das was ihr an Gewinne mitnehmt trotzdem behalten, für Euch. Wir müssen jetzt ja auch nicht alles mit der rosaroten Brille sehen. Aber vielleicht sollte die Stadt allen Veranstalter der Stadt, das betrifft hauptsächlich Stadt, wenn man hier im Großraum Stuttgart ist, vielleicht sollten die Städte den Veranstaltern irgendwie nicht immer die Knüppel zwischen die Beine werfen. Auf der Seite der Veranstaltungsseite oder auch von Werbungsseite oder von weiß der Kuckuck. Man hat so den Eindruck, es ist nicht anders wie in anderen Städten, d.h. da gibt es irgendwelche uralten Bekanntschaften, Seilschaften, Körperschaften, das funktioniert wunderbar und jeder muss seine Pfunde absichern. Jeder der irgendwie was neues machen will, der kriegt erst mal eine verbraten. Die und die Veranstaltung kann man da und da nicht machen, weil da ist es zu laut oder das ist mitten in der Stadt oder da könnt ihr nicht Eure Plakate aufhängen, weil wir haben da eine Firma, die gibt uns Geld dafür, dass sie das tut oder so diese ganzen Geschichten, was da echt eingefahren ist. Das ist einfach, dass alles ein bisschen aufpeppen würde und dass da man einfach wo hingehen kann und sagen passt auf Leute, wir haben da die und die Idee und ihr müsst uns aber helfen, weil wir finden das ist eine super Sache und das gehört auch irgendwie unterstützt in der Richtung. Ihr sollt uns auch dabei ein bisschen unterstützen.
I: Also ein Ansprechpartner, der für den gesamten Bereich zuständig ist, der auch was bewegen könnte?
C.D.: Der was bewegen könnte. Weil, dass da irgend jemand sitzt, der da sagt, das finde ich alles super spannend, das gibt ´s ja schon. Da kann man überall anrufen und alle finden alles super spannend. Ob sie nachher dann auch helfen, das ist die andere Frage. Ob sie dir helfen können. Ob sie irgend etwas entscheiden dürfen.
I: Also das gibt ´s bisher nicht?

C.D.: Wüsste ich nicht. Ansonsten hätte ich gerne die Telefonnummer, wenn da einer sitzt, der sagt, hier auf deinen Anruf habe ich bloß gewartet.
I:... Die Standardfrage Stuttgart oder Region und breiteres Umfeld. Ist es so, dass die Leute eher nach Stuttgart kommen auf ein Konzert, als z.B. nach Esslingen in die Eissporthalle? Oder, dass man eher nach Stuttgart fährt als in die Manufaktur aus der Region? Also ist es ein bisschen zentralistisch oder ist es eigentlich...
C.D.: Ich glaube, es ist so schon. Es ist so, dass es in Stuttgart, jetzt mal z.B. die Liederhalle. Nach Stuttgart in die Liederhalle, da fährt man von überall hin. Da fahren die Fellbacher hin, da fahren die Waiblinger, alles was aus der Ecke kommt, da kommen sie aus Calw, Leonberg, Sindelfingen, Böblingen rein, da kommen sie überall rein. Wenn Du aber jetzt ein Konzert machst in der Schwabenlandhalle, obwohl die nur 12 km weg ist, oder in der Stadthalle in Sindelfingen oder von mir aus auch in der Filarmonie, ich glaub dass, die Hallen sind zwar alle eingeführt, auch hier im Kerngebiet, aber die Leute fahren doch eher nicht nach Sindelfingen, nach Leonberg oder nach Calw - bis Du schon mal nach Calw auf ein Konzert gefahren? Selten. Da musst Du eher die Leute kriegen, die da oben direkt drum herum wohnen, ja.
I: Also, wenn Du es für die gesamte Region machen willst, müsste es eigentlich zentral, in Stuttgart sein?
C.D.: Das denke ich schon. Obwohl ich denke, die Böblinger Sporthalle hat das Problem nicht. Die ist eingeführt. In Böblingen spielt alles, was wo die Schleyerhalle noch eine Nummer zu groß ist. Da sind ja viele Konzerte, recht viele und die sind ja auch je nach Wunsch dementsprechend gut besucht oder halt nicht, da steckst Du halt nicht mit drin. Das ist eingeführt. Das ist die Halle , wo man sagt, der und der Künstler spielt da und da. Da haben früher UB 40 oder Depeche Mode waren da früher draußen und da ist man natürlich nach Böblingen gefahren.
I: Das heißt, dass so eine Art Werbung oder auch so eine Imagegeschichte für eine Location und für die Region auch dazu führen könnte, dass Konzerte auch vom Einzugsgebiet anders benützt werden könnte oder? Also die Sporthalle Böblingen, da ist tierisch viel gemacht worden, deswegen kommen von überall Leute her. Also wenn man diesen Regionalgedanken stärken würde, dann würden vielleicht auch eher Leute aus Leonberg...
C.D.: Das ist richtig. Da gibt ´s eine schöne Geschichte, das ist auch schon anderthalb Jahre her, da hat sich Herr Russ beschwert bei der Stadt. Da stand früher drauf: man darf nur Veranstaltungen in der Stadt einbuchen. Da hat der Russ irgendeine Veranstaltung gemacht in Ludwigsburg, im Forum oder in Sindelfingen oder irgendwo war es, dann hieß es nee, nee...eigentlich aus der Region nix, nur aus Stuttgart... also, so Kirchturmpolitik, dass einem nix einfällt. Das ging auch groß durch die Zeitung, weil sich jeder groß beschwerte. Und man sagte: O.K., O.K., Region Stuttgart, schreiben wir mal drauf da dürft Ihr auch irgend was hinhängen. Das ist so ein Schwachsinn, also wer auf die Idee kommen kann, da durften nur Stuttgarter Veranstalter drauf. Ich meine, die Stuttgarter Veranstalter veranstalten alle hier in der Region...ich finde da gehört die Region in ein einhaltiges Konzept rein. Man kann es eben nicht isoliert betrachten. Man muss es unter der Region sehen. Man sagt O.K., der und der Künstler, die und die Veranstaltung, das Theater, das Musical, das spielt man, sei es aus terminlichen Gründen, wenn die Halle hier voll ist oder sei es aus Kostengründen, weil natürlich das Forum in Ludwigsburg schon nur halb so viel kostet wie die Liederhalle und die Philharmonie und die Filderhalle kostet. Noch mal nur die Hälfte, dass man das einfach, das führt in ein Konzept rein, für die Region...
I: Das heißt aber auch, dieser öffentliche Ansprechpartner, der soll schon auch einen regionalen Bezug haben, eigentlich?
C.D.: Auf jeden Fall. Ich finde, man kann nicht isoliert jede einzelne Stadt und Gemeinde hier drum herum sehen. Das ist ein Großraum, ein Einzugsgebiet für alles, für jegliche kulturelle Veranstaltung. Das Staatstheater zieht ja auch Publikum aus ganz Baden-Württemberg und ganz Deutschland sogar an oder Staatsoper, Oper des Jahres schon wieder, weiß der Kuckuck.
Also ich finde, da fehlt ´s auch, da muss man ein bisschen, gewisse Menschen müssen über ihren Stuttgarter-Tellerrand hinaus schauen und das ganze Ding als Region begreifen. Ja, auf jeden Fall.
I: Gut, vielen Dank, Christian.
C.D.: Bitte.