

Sachverhalt

Portrait der Musikzentrale und der Nürnberger Populärmusikszene



Inhaltsverzeichnis

Begriffsklärung.....	2
1 Handlungsbedarf.....	3
2 Wandel in der Popmusik und die Auswirkungen auf die Jugendarbeit.....	4
3 Einblick in die Nürnberger Musikszene.....	5
3.1 Gender in der Nürnberger Populärmusikszene.....	6
3.2 Zahlen.....	7
3.3 Anbieter und Szenenetzwerker in der Jugendkultur.....	7
4 Musikzentrale Nürnberg e.V.....	8
4.1 Aufgaben und Ziele des Vereins.....	9
4.2 Gesetzliche Grundlage.....	9
4.3 Handlungsprinzipien.....	9
4.3.1 Voraussetzungen in der Zusammenarbeit mit jugendlichen MusikerInnen.....	9
4.3.2 Der Einfluss von Musik auf die Entwicklung von Jugendlichen.....	11
4.4 Zielgruppe der Musikzentrale Nürnberg e.V.	12
4.5 Angebote zur Förderung von Jugendkultur.....	13
4.5.1 Laufende Angebote.....	13
4.5.1.1 Geschäftsstelle in Gostenhof.....	13
4.5.1.2 Proberäume.....	14
4.5.1.3 Veranstaltungstechnik.....	14
4.5.1.4 MUZstudio – Tonstudio.....	14
4.5.1.5 MUZclub – Livebühne.....	15
4.5.1.6 MUZbus - Bandbusservice.....	16
4.5.1.7 Beratung, Workshops, Fortbildungen.....	16
4.5.2 Einzelprojekte.....	16
4.5.3 Weitere Kooperationen.....	18
4.6 Netzwerkarbeit.....	19
5 Rahmenbedingungen und Entwicklung.....	20
5.1 Personalstruktur.....	20
5.2 Finanzierung.....	22
5.3 Entwicklung der Musikzentrale in den letzten Jahren.....	23
6 Ausblick.....	26

Begriffsklärung

Im vorliegenden Bericht werden die Arbeit der Musikzentrale Nürnberg e.V. und die Nürnberger Musikszene vorgestellt. Als Einstieg ist anzumerken, dass immer wieder von der „Bandszene Nürnberg“ und „MusikerInnen“ im Allgemeinen die Rede ist. Diese Begriffe müssen hinsichtlich der Altersstruktur definiert werden, um die Relevanz für die Jugendarbeit zu unterstreichen.

Die Musikzentrale ist ein anerkannter freier Träger der Jugendhilfe, der es sich zur Aufgabe gemacht hat, junge MusikerInnen und Bands in ihrer Entwicklung und Arbeit zu unterstützen. Die Angebote richten sich, bis auf Einzelprojekte mit klar definierten Altersgrenzen, an die gesamte Musikszene. Da sich die aktive Musikszene allerdings zum größten Teil aus Jugendlichen zwischen 14 und 27 Jahren zusammensetzt, ist die Arbeit der Musikzentrale im Bereich der Jugendhilfe angesiedelt und wird vom Jugendamt der Stadt Nürnberg unterstützt.

In dieser Lebensphase hat Musik eine hohe Priorität. Die Jugendlichen befinden sich in Schule, Ausbildung oder Studium und somit ist oft noch genug Raum für die Auseinandersetzung mit Musik (aktiv und passiv). Das Erleben und Umsetzen des eigenen Kulturverständnisses stellt in dieser Altersgruppe oft einen subjektiven Lebensmittelpunkt und nicht selten auch eine Perspektive dar.

Dementsprechend sind die folgenden Erklärungen und Beschreibungen inhaltlich im Rahmen einer aktiven offenen Jugendkulturarbeit zu verstehen. Wenn die Rede von „Bands“ ist, sind immer Newcomer und semiprofessionelle Bands gemeint. Für professionell arbeitende Bands gelten andere Regeln und Marktmechanismen, die keinem subventionswürdigen Rahmen im Sinne einer regionalen Jugendkultur- und Musikförderung entsprechen und somit nicht Teil der Arbeit der Musikzentrale sind.

Ebenso wird im folgenden Bericht immer wieder der Begriff „Popmusik“ verwendet. Schon seit langem ist nicht mehr „Rock“ das adäquate Gegenstück zu Klassik oder Jazz. Popmusik ist ein Begriff, der in seiner eigentlichen Wortbedeutung ein wesentlich größeres Spektrum abbildet, u.a. auch Rock und Jazz, aber ebenso andere Musikströmungen wie Elektro, Indie, Hip Hop, Weltmusik usw., also populäre Musik in ihrer Gesamtheit.

Der Bereich Popmusik ist wiederum eingegliedert in den Überbegriff „Popkultur“, was einen Blick auf angrenzende szenerelevante Bereiche und Nebenprodukte von Popmusik erlaubt. Hierzu gehören u.a. Mode, (Grafik-)Design und bildende Kunst, Visual Arts und Videokunst, Lyrik und Poesie (z.B. Poetry Slams). Diese Bereiche stehen unter einem starken wechselseitigen Einfluss mit Popmusik. Die Kenntnisse darüber sind im Falle einer sinnvollen Jugendkultur- und Musikförderung immer in Überlegungen einzubeziehen, um nicht die Relevanz und Aktualität der Angebote und somit den Kontakt zu den Jugendlichen zu gefährden.

Des Weiteren ist ein ausschließlicher Blick auf Nürnberg unmöglich, da jugendliche Bands und MusikerInnen keine Rücksicht auf regionale Grenzen nehmen und sich über diese hinaus vernetzen. Noch dazu liegt es in der Natur des Künstlers, dass er sein künstlerisches Produkt vor allem auch außerhalb der eigenen Stadt präsentieren will. Daher sind im Rahmen der Musikförderung der Blick nach Außen und ein überregionales Netzwerk unerlässlich, weshalb in manchen Punkten die Metropolregion bzw. der Großraum Nürnberg als Bezugspunkt genannt wird.

1. Handlungsbedarf

(Pop-)Kultur spielt eine zentrale Rolle in der Sozialisation von Jugendlichen und Heranwachsenden. Sie hilft bei der Entwicklung eines ästhetischen Bewusstseins, bildet Meinungen, polarisiert, vereint Subkulturen und dient somit der persönlichen Entwicklung und gesellschaftlichen Orientierung. Kulturelle Gruppenerlebnisse fördern den Gemeinschaftssinn, Kreativität wird angeregt, auch in Bezug auf die eigene Lebensführung. Kultur bildet, und nicht zuletzt bringt erfolgreiche Kulturarbeit einen willkommenen Ausgleich in die oft als trist empfundene Alltagswelt, bietet Abwechslung und stiftet Freude.

Jugendkultur orientiert sich an Maßstäben und Materialien die außerhalb des traditionellen Bildungssystems oder institutionellen Kulturangeboten produziert werden. Insbesondere die Musikkulturen durchdringen und durchmischen mittlerweile alle Szenen der Jugendkultur. So ist populäre Musik Organisationszentrum jugendlicher Kulturen, denn sie bietet einen Rahmen, in dem Jugendliche ihre Erfahrungen organisieren, Sinn artikulieren und ihre Bedürfnisse entfalten können. Populäre Musik hat nicht nur eine Katalysatorfunktion für die Produktion von Alltagszusammenhängen, sondern schafft zugleich Sozialisierungsräume von kaum zu überschätzender Bedeutung. Sie ist eine Art Koordinatensystem, welches Orientierungspunkte im Sozialisationsprozess liefern kann. Populäre Musik dient Jugendlichen als ein Mittel, sich eine eigene Bezugswelt von Symbolen zu schaffen – angefangen mit Postern an der Wand bis hin zur Mitgliedschaft in solchen Jugendkulturen, die die entsprechende Musik zum zentralen Lebensinhalt hochstilisieren.

Dementsprechend trägt die Auseinandersetzung mit musikalischen Strömungen einen großen Teil zur individuellen Persönlichkeitsentwicklung bei, da Jugendliche meist Geschmack und Stil und somit einen Teil der eigenen Identität durch die Auseinandersetzung mit *ihrer* Musik und den eingangs beschriebenen angrenzenden Bereichen der Popkultur formen. In den jeweiligen Peergroups finden sich Jugendliche mit ähnlicher Stilprägung und werden ermutigt, ihre individuelle Ästhetik zu leben, nach außen zu tragen, aber auch sich von anderen Gruppen, insbesondere der Erwachsenenwelt, abzugrenzen.

Diese zentrale Rolle in der Entwicklung von Jugendlichen, macht eine professionelle, lebensweltorientierte Betreuung der Akteure sowie die Förderung der populären Musik im Allgemeinen durch die Bereitstellung der entsprechenden Strukturen im Sinne der Jugendhilfe unerlässlich.

Das aktive Handeln ist aber nicht nur in den Bedürfnissen der Konsumenten begründet, sondern vor allem auch auf der Ebene der jugendlichen KünstlerInnen selbst.

Diese haben zusätzlich zu den genannten Gesichtspunkten das Bedürfnis, ihre Kunst vorzustellen, sich durch den Kontakt zum Konsumenten weiterzuentwickeln und neue Perspektiven durch Austausch mit anderen Künstlern zu erlangen.

Durch die ständige Neu- und Weiterentwicklung verschiedener Musikformen, der wachsenden Schnelllebigkeit von Musiktrends und der daraus resultierenden ständigen Veränderung von Rahmenbedingungen wird es immer einen Handlungsbedarf für die Jugendarbeit geben. Die Musikzentrale Nürnberg e.V. arbeitet in diesem Bereich und versucht Konstanten zu schaffen und als *Zentrale für Musik* Anlaufstelle für alle Belange der Jugendkultur im Bereich Popmusik zu sein, sowohl für Konsumenten als auch Interessierte und Akteure.

Ein weiterer wichtiger Aspekt im Bezug auf den Handlungsbedarf im Sinne der Jugendkulturarbeit ist das hohe Maß an Ehrenamtlichkeit. Die überwiegende Mehrheit der jugendlichen Akteure ist freiwillig und unentgeltlich tätig, einige engagieren sich weit über die Bedürfnislagen des eigenen Bandgefüges hinaus. Diese Bereitschaft zum

bürgerlichen Engagement in der Kulturarbeit ist oft die Basis der kreativen und produktiven Zusammenarbeit. Aufgabe der Musikzentrale ist es entsprechende Strukturen und Angebote zu schaffen, in denen sich dieses Engagement entfalten und entwickeln kann.

2. Wandel in der Popmusik und die Auswirkungen auf die Jugendarbeit

Die Weiterentwicklung der Onlineangebote hat in den letzten Jahren die Musikbranche von Grund auf verändert: Klassische Vertriebsstrukturen existieren kaum noch, große Labels verlieren zunehmend an Bedeutung und können sich das finanzielle Risiko im Zusammenhang mit so genannten Aufbauthemen, also unbekanntem Bands, nicht länger leisten.

Der Plattenvertrag hat an Bedeutung verloren. Die Musikindustrie und die GEMA beklagen seit Jahren erhebliche Umsatzeinbußen und Verluste. Auch einst populäre Musik-TV-Plattformen haben deutlich an Relevanz verloren, stattdessen werden Musikvideos für Onlineplattformen wie YouTube produziert und sind frei zugänglich.

Durch die Weiterentwicklung von Hard- und Software im Recordingbereich wurden die Produktionskosten von Tonträgern stark gesenkt und somit für eine wesentlich größere Bandbreite an MusikerInnen finanzierbar. Nicht mehr nur einzelne ausgewählte Tonstudios bieten entsprechenden Service an, fast jeder Jugendliche mit entsprechenden Computerkenntnissen kann an seinem Heimrechner Beats programmieren, Instrumente und Stimmen aufnehmen und diese dann im Internet veröffentlichen. Zusätzlich werden in Eigenregie Labels gegründet, Onlinevertriebe gestartet, Bandplattformen kreiert.

Natürlich birgt dieser Wandel sehr viele Vorteile für den Künstler, denn der Verbreitung des eigenen kreativen Schaffens sind durch entsprechende Onlinedienste und günstigere Aufnahmemöglichkeiten kaum noch Grenzen gesetzt: Erfolg kann anhand von Klicks gemessen werden, neue Produktionen und Auftritte können wesentlich zielgerichteter beworben werden, neue Produkte mit einem Mausklick allen Internetnutzern zugänglich gemacht werden.

Eine Liberalisierung des Musikmarktes hat stattgefunden, jeder hat letztendlich die gleichen Voraussetzungen, wodurch wieder das künstlerische Produkt selbst in den Vordergrund gerückt ist und nicht mehr alleine der finanzielle Rahmen von Label, Verlag und Vertrieb über den Erfolg und Misserfolg entscheidet.

Allerdings entstehen durch die Veränderungen am Musikmarkt auch diverse Probleme und Gefahren. So präsentiert sich z.B. eine inzwischen immer größer werdende Masse an Newcomerbands auf den diversen Onlineplattformen, unzählige CDs werden veröffentlicht und die Bewerbungen für die wenigen Auftrittsmöglichkeiten nehmen stark zu (z.B. 300 Bewerbungen pro Monat im MUZclub). Nahezu alle dieser Bands haben den starken Wunsch nach Erfolg und Anerkennung. Die Szene wird unüberschaubar und schnelllebig, nur noch wenige setzen sich von der Masse ab. Frustration und Verunsicherung bei den MusikerInnen sind die Folge, Konkurrenzsituationen entstehen.

Zusätzlich treten vereinzelt unseriöse Anbieter in Erscheinung, die in der Zusammenarbeit mit Newcomerbands einen neuen Markt entdeckt haben und die mangelnde Erfahrung und die Hoffnung auf Erfolg der jugendlichen MusikerInnen zu ihrem Vorteil nutzen. Unvorteilhafte Vertragsinhalte wie z.B. die Abtretung des Urheberrechts oder überzogene finanzielle Eigenbeteiligung von Seiten der Bands sind in diesem Zusammenhang übliche Praxis.

Die Möglichkeit des illegalen Downloads von Musik hat außerdem bewirkt, dass sich der Wert von Musik in der Wahrnehmung der Jugendlichen verändert hat. Musik ist im Überfluss vorhanden, mp3 Player verfügen über Speicherplatz für mehrere 1.000 Musikstücke, die stellenweise wahllos, meist illegal heruntergeladen werden. Vollständige Alben sind inzwischen nahezu obsolet geworden, Coverartwork und Booklet als Kaufanreiz sind in den Hintergrund gerückt. Musik ist zum Wegwerfprodukt geworden. Durch die beschriebenen Veränderungen in der Musikwelt sind szenenahe Institutionen wie die Musikzentrale Nürnberg besonders wichtig geworden, um mit entsprechenden Angeboten der vorhandenen Verunsicherung bei jungen Bands entgegenzuwirken und dem hohen Frustrationspotential vorzubeugen. Die Musikzentrale informiert zeitnah über aktuelle Entwicklungen und versucht bei Bedarf gegenzusteuern, hilft aber auch den jugendlichen Akteuren, Strategien zu entwickeln, um den neuen Anforderungen zu entsprechen.

Zentrale Aufgabe der Popförderung ist auch, vor allem NachwuchskünstlerInnen einen realistischen Blick auf die Musikbranche zu ermöglichen. Die tatsächlichen Karrierechancen und Marktmechanismen müssen aufgezeigt und die Wertigkeit von Musik und die Freude am Musizieren weit vor die meist utopischen Popstarträume in den Mittelpunkt gerückt werden. Hier wird der „Förderer“ zwar schnell auch zum regulativen „Verhinderer“, kann aber eventuell schwerwiegende Entscheidungen (z.B. Abbruch einer Ausbildung) durch Aufklärung verhindern.

3. Einblick in die Nürnberger Musikszene

Die Musikszene im Großraum Nürnberg ist vielfältig, aktiv und kreativ. Dezierte Aussagen über *die* Nürnberger Musikszene zu treffen ist allerdings unmöglich. Nürnberg hat keinen speziellen „Nürnberg-Sound“, wie er oft von Medienvertretern herbeigewünscht wird, um Modeerscheinungen wie z.B. der „Hamburger Schule“ nacheifern zu können. Nürnberg ist auch nicht vergleichbar mit Städten wie Berlin, die durch eine große Zahl an größtenteils jugendlichen Zugezogenen einen extrem hohen kreativen Output vorweisen kann, durch den Berliner Bands wiederum allein auf Grund ihrer Herkunft ein unterschwelliges Gütesiegel mitgegeben wird. Ähnliches trifft auf KünstlerInnen aus anderen bekannten Musik- und Medienstädten wie London, Seattle, New York oder sogar ganzen, als musikaffin geltenden Ländern, wie im aktuellen Fall Norwegen, Schweden oder Island, zu.

Nürnberg hat zwar keinen einvernehmlichen Überbegriff oder ein entsprechendes Image, aber dafür inzwischen den Ruf einer zwar kleinen, dafür aber sehr qualitätsbewussten und ernstzunehmenden Bandzene, welcher kontinuierlich über die Grenzen der Stadt hinaus dringt. Immer häufiger bekommt man inzwischen das Feedback von Künstleragenturen, Bookern und auswärtigen Veranstaltern, dass Nürnberg sehr positiv durch qualitativ hochwertige Bands und ein gutes Livemusikangebot in den Clubs überrascht. Inzwischen finden Nürnberger Bands häufiger einen Platz im Rahmen von großen nationalen und internationalen Festivals, spielen deutschland- oder europaweite Konzerttourneen und veröffentlichen Tonträger bei international arbeitenden Labels. Vieles davon passiert, ohne dass es in der Heimat überhaupt zur Kenntnis genommen wird. So hat zum Beispiel die Nürnberger Band Bouzoo Bajou von ihrem Debutalbum weltweit über 70.000 Stück verkauft, Konzerte in New York, Dubai, Moskau, Lissabon und London gespielt und Musik für Film (z.B. Sex and the City) oder Werbung (z.B. Martini) komponiert.

Bernd Schweinar (bayerischer Rockintendant) schreibt im Kultur- und Kreativwirtschaftsbericht der Metropolregion Nürnberg: „Nürnberg gilt in Fachkreisen, neben Augsburg, als jene bayerische Großstadt, die für innovative Musikszene den effizientesten Nährboden bietet.“

Es ist nicht beleghaft eindeutig nachzuweisen, durch welche äußeren Faktoren eine derartige positive Entwicklung grundsätzlich beeinflusst wird. Die oben beschriebenen fehlenden Vermarktungsmechanismen durch spezielle, werbewirksame regionale Etiketten oder auch das Nichtvorhandensein eines entsprechenden Images von Nürnberg als z.B. Kreativhochburg oder Popstandort (vgl. Mannheim Popakademie, Stuttgart Popbüro), aber auch das Fehlen von großen Unternehmen aus der Musikindustrie, zwingen die regionalen KünstlerInnen dazu, sich solange und intensiv mit ihrer Kunst zu beschäftigen, bis sie sich aus eigener Kraft Gehör verschaffen können. Es gibt eben keinen *Hype*, auf den man als junge Nürnberger Band aufspringen kann und somit allein durch den regionalen Bezug automatisch Aufmerksamkeit erzeugen könnte. Dieser Sachverhalt erschwert zwar einigen MusikerInnen aus der Region das Erweitern ihres Wirkungskreises, kann aber unter Umständen zur Qualitätssteigerung der Produkte beitragen.

Der wichtigste Faktor für die positive Entwicklung einer Bandszene ist aber die zur Verfügung gestellte Infrastruktur durch die öffentliche Hand. Jugendliche Newcomer- und semiprofessionelle Bands könnten niemals in dem aktuellen Umfang existieren, wenn es keine geförderten Strukturen gäbe, in denen sie proben, produzieren, auftreten, sich austauschen und sich somit verwirklichen könnten, ohne sich an kommerziellen oder geschmäckerlichen Gesetzmäßigkeiten orientieren zu müssen. Der Wegfall von diesen marktbestimmenden Zugangsvoraussetzungen birgt die Chance für junge MusikerInnen, ihr Potential entfalten zu können, ohne dabei Rücksicht auf Mainstreamattitüde und Vermarktbarkeit nehmen zu müssen.

Die Musikzentrale Nürnberg schafft in Zusammenarbeit mit dem Jugendamt der Stadt Nürnberg genau in diesem Bereich Freiräume und niedrighschwellige Strukturen, in denen es den Klienten, also den jugendlichen MusikerInnen, möglich ist, sich auf den kreativen Prozess zu konzentrieren, Wissen anzueignen und Erfahrungen auszutauschen.

3.1 Gender in der Nürnberger Populärmusikszene

Die Populärmusikszene ist auf der Aktivenseite männlich dominiert. So sind nur 15 % der Mitglieder der Musikzentrale Nürnberg weiblich. Diese Zahl spiegelt auch das Gesamtverhältnis in Bezug auf die aktive Bandszene wider.

Ebenso sind geschlechtertypische Instrumentenvorlieben zu beobachten. So treten Mädchen und Frauen verstärkt als Sängerin oder an Klavier/ Keyboard in Erscheinung, während Jungen und Männer überwiegend Gitarre, Bass oder Schlagzeug spielen.

Anders schaut das Verhältnis abseits der Bühne aus. Das Interesse an Livemusik als RezipientIn ist im Bezug auf das Geschlecht ausgeglichen. Natürlich gibt es auch hier je nach Musikrichtung spartenabhängige Unterschiede in der Verteilung. Insgesamt sind aber ebenso viele männliche wie weibliche Konzertbesucher in den Liveclubs und Openairs anzutreffen.

Bei den Veranstaltern ist zu beobachten, dass auch hier das Verhältnis eher ausgeglichen ist. In den letzten Jahren haben in diesem Sektor sogar mehr Frauen als Männer zentrale Schlüsselrollen im Bereich der Musikförderung eingenommen (z.B. Sabine Yapi/ Klüpfel, Jutta Leide/ Luise, Evi Herzing/ Musikverein, Sabine Limmer/ Desi, Eva Bär/ MUZ, Elnaz Amiraslani/ Parvenue und Ohura, Sabine Tipp/ Connect, uvm.).

Die Hintergründe für diese Geschlechterverteilung in den unterschiedlichen Teilbereichen müssen in der Entwicklungspsychologie, den geschlechterabhängigen Sozialisierungsprozessen und den damit verbundenen Rollenzuschreibungen gesucht werden und können an dieser Stelle nicht ausreichend dargestellt werden.

Die Musikzentrale versucht, mit ihren Angeboten für beide Geschlechter die gleichen Zugangsvoraussetzungen zu schaffen und durch spezielle Angebote (z.B. Musikerinnenstammtisch) und das bewusste Einbinden von weiblichen Akteuren in die Liveprogramme den Frauenanteil zu stärken.

Grundsätzlich steht bei der Arbeit der Musikzentrale aber immer das Medium Musik im Vordergrund. Popmusik ist im Bezug auf ihre Qualität und den Förderbedarf geschlechterunabhängig.

3.2 Zahlen

Die Anzahl der Akteure ist aufgrund der szenebedingten Schnelllebigkeit und dem stetigen Wandel in Trends und Nischen nur schwer überschaubar. Es gibt leider noch keine Erhebungen über die Anzahl von Bands aus Nürnberg, somit muss man sich in diesem Arbeitsfeld mit Schätzungen zufrieden geben. Im Rahmen dieses Berichtes wurde anhand von Stichproben und Interviews versucht, einen Richtwert für die mengenmäßige Größe der Nürnberger Bandszene zu erhalten.

So sind z.B. innerhalb von 8 Kalenderwochen (KW 2/2010 – KW 10/2010) insgesamt 372 unterschiedliche regionale Bands und Solisten im Großraum Nürnberg aufgetreten. Dabei konnten allerdings nur die Konzerte berücksichtigt werden, die auch tatsächlich in den Medien beworben wurden. Diese Hochrechnung zeigt, wie groß die Gesamtanzahl an lokalen Künstlern sein muss, um wöchentlich durchschnittlich 42 unterschiedliche Bands und Einzelinterpreten präsentieren zu können. Dazu kommen noch Bands, die noch keine Auftritte spielen oder nur unter Ausschluss der Öffentlichkeit, in ihrer Szene, ihrem Stadtteil, ihrem JUZ aktiv sind (z.B. Schülerbands, Jugendprojekte, Newcomerbands, Musikschulbands) aber nicht in den Medien erfasst werden.

Die Musikzentrale Nürnberg geht deshalb, zusätzlich gestützt durch Interviews mit Medienvertretern und anderen Experten aus der Musikbranche, aktuell von über 1.500 aktiven Bands und Musikprojekten mit Nürnbergbezug aus. Dabei sind professionell arbeitende Bands und Künstler aus den Bereichen „Alleinunterhalter“ und „Showband“ noch nicht berücksichtigt.

3.3 Anbieter und Szenenetzwerker in der Jugendkultur

Folgende Einrichtungen, Institutionen, Initiativen und Vereine aus dem Großraum Nürnberg arbeiten aus den unterschiedlichsten Beweggründen aktiv mit regionalen MusikerInnen zusammen und bilden somit neben der Musikzentrale den aktiven Rahmen für die regionale Musikszene (Aufzählung nicht vollständig).

Live-Clubs und Bühnen

Klüpfel, Luise- The Cultfactory, Fünfeckturm, Geiza, Stereo, Zentralcafe, Z-Bau, Lauschich, DESI, Kellerbühne Altenfurt, E-Werk Erlangen, Kofferfabrik, Strohalm, Omega, Red Box, JUZ Schwabach, Highlander Katzwang, Pegnitzbühne, Buni, Hirsch, Rakete, Rabatz, JUZ Eckental, Weisses Roß, Ratskeller, Kunstkeller, Badstrasse, Jugendclub Orange e.V, Babylon Keller, ...

Festivals und Openairs

Klüpfel Openair, GEIZA Openair, Weinturm Openair, Brückenfestival, Südstadtfest, Rock im Park (Siegerband NN Rockbühne), Lago Zeltdach Arena, Bardentreffen, Fürth Festival, Tainted Tracks Festival, U&D Lindenhain, Taubertal Openair (Zweitplatziertes NN Rockbühne), Pegnitzbühnen Openair, Rerox Festival, Sticky Fingers, Rock am Rothenberg, Waldstock, Rock am Berg, Sommerfühler Open Air,...

Labels, Agenturen

Mofaschädel Records, Beste Unterhaltung, Parvenue, CPL Music, Fat Orange, Jumpstart Music, Kioski, Concrete Jungle, Milipede Records, Plane Records, Agentur Selbstlos, Auf die Plätze, Babacuda, Block Action Music, Damenklo Records, Indie Records, Soundschweiger Music Group, Wet Records, Nordic Notes, N-Booking, Pimpcom, Romanto Recording, Sunhill Movement, Young Society Records, Micropal Records,...

Vereine, freie Veranstalter

Musikverein, 12ton Programmgruppe, ERMI, MiH, Musikinitiative Nürnberger Land, Blues of the desert sun, Bandnight, Burnout Events, Concertbüro Franken, Kulturversorger, Eat the Beat, Panne e.V., Badstrasse e.V., Cafe Kaya, Kunstverein, Sarga Concerts, Selfish,...

Newcomerwettbewerbe

AnTon (Kammerspiele), Schools outta bound (Luise – The Cultfactory), Newcomerwettbewerb Roth (Kulturfabrik), NN Rockbühne (Quibble, Hirsch), Newcomerfestival (G6), Newcomerwettbewerb ERMI (E-Werk), Local Music Run (Rabatz), Szene (Kulturzelt), Lautstark@fürth (Fürther Freiheit), Local Heroes (MUZclub),...

4. Musikzentrale Nürnberg e.V.

Die Musikzentrale wurde 1984 als gemeinnütziger Verein von regionalen MusikerInnen gegründet, die sich zusammengeschlossen haben, um für ihre Belange einzutreten und positive Grundvoraussetzungen und entsprechende Rahmenbedingungen für die Akteure aus dem Bereich Popmusik zu schaffen. Zu dieser Zeit war kaum ein Bewusstsein für den starken Einfluss auf die Entwicklung von Jugendlichen und den hohen Stellenwert in der Jugendkultur vorhanden. Auch die wirtschaftlichen Aspekte im Sinne einer funktionierenden Kreativwirtschaft und der Blick auf Kultur als weicher Standortfaktor waren noch kein zentrales Thema.

Der vehementen Vorarbeit einiger Pioniere der Musikförderung (in Nürnberg ist hier u.a. Rick Roth zu nennen) und den richtigen Kooperationspartnern bei den Kommunen ist es zu verdanken, dass heutzutage auch Popmusik und deren Förderung im Selbstverständnis einer Großstadt wie Nürnberg einen Platz gefunden hat.

Die Musikzentrale Nürnberg e.V. arbeitet mittlerweile seit mehr als 25 Jahren als anerkannter freier Träger der Jugendhilfe eng mit dem Jugendamt der Stadt Nürnberg zusammen, setzt Akzente im Bereich der Popförderung und vertritt mittlerweile die Interessen von über 350 Einzelmitgliedern, die jeweils für eine oder mehrere Bands, aber auch Initiativen und Vereine aus dem Großraum Nürnberg stehen.

4.1 Aufgaben und Ziele des Vereins

§2 Zweck des Vereins:

Zweck des Vereins ist die Förderung und Unterstützung des Musikgeschehens. Er will Kontakt und Kommunikationsstelle für Musiker und Musikinteressierte aller Gruppierungen sein. Er dient der musischen Bildung und fördert die Kreativität in musikalischen und angrenzenden Bereichen.“ (Satzung der Musikzentrale Nürnberg e.V.)

Das lang- und mittelfristige Ziel der Musikzentrale e.V. ist es, gemeinsam mit den Zuständigen aus den Bereichen Jugend, Kultur und Wirtschaft eine interdisziplinäre Sichtweise und somit eine funktionierende Förderstruktur für populäre Musik und deren Akteure aufzubauen und zu etablieren. Die Musikzentrale sieht sich in diesem Zusammenhang als Vertreter der regionalen Musikszene und will deren Interessen bündeln und der jeweiligen Bedarfslage entsprechend agieren. Hauptaufgabe ist dementsprechend die vorhandenen Ressourcen des Netzwerkes für alle Mitglieder zugänglich zu machen, Wissen und Erfahrung weiterzugeben, vor allem aber neue Module und Projekte zur Musikförderung und kulturellen Bildung zu initiieren und szenerelevante Strukturen zur Verfügung zu stellen.

4.2 Gesetzliche Grundlage

Die Arbeitsgrundlage der Musikzentrale Nürnberg als anerkannter freier Träger der Jugendhilfe ist im KJHG SGB VIII §11 (soziale und kulturelle Bildung) verankert. Im Mittelpunkt steht der aktive Umgang mit dem Medium Musik als Veranstalter, Produzent, aber vor allem als MusikerIn. Gemäß dem Gesetzestext knüpfen die Angebote an die Interessen der jungen Menschen an, fördern ein selbstbestimmtes Handeln und bieten die Möglichkeiten zur aktiven Mitgestaltung.

4.3 Handlungsprinzipien

Der Verein arbeitet nach dem pädagogischen Grundsatz „Fördern, was es schwer hat“ und den Prinzipien der Medienpädagogik. Dabei steht die Vermittlung von Wahrnehmungs-, Nutzungs- und Handlungskompetenzen durch entsprechende Angebote im Mittelpunkt. Die Klienten werden befähigt, selbstständig mit dem Medium Musik umzugehen, indem sie ihre eigenen Ressourcen erkennen, reflektieren und letztendlich im Sinne der „Hilfe zur Selbsthilfe“ eigenverantwortlich nutzen. Dabei wird großer Wert auf Freiwilligkeit, Lebenswelt- und Bedürfnisorientierung und vor allem die Möglichkeit zur Partizipation gelegt. In der MUZ lernen Jugendliche, dass sie ihren Lebensraum aus eigener Kraft durch Engagement und Kreativität nach ihren Bedürfnissen gestalten können, wodurch ein positives Erfahrungsfeld für den bewussten Umgang mit Musik und Kultur geschaffen wird.

Neben den allgemein pädagogischen Handlungsprinzipien haben außerdem die Grundlagen des Kulturmanagements für die Durchführung, Planung und Organisation von Veranstaltungen einen hohen Stellenwert.

4.3.1 Voraussetzungen in der Zusammenarbeit mit jugendlichen MusikerInnen

Um die Arbeit erfolgreich umsetzen und die Ziele erreichen zu können, gilt es folgende Grundvoraussetzungen von Seiten des Anbieters zu schaffen.

Akzeptanz

Entscheidend für die Arbeit mit jugendlichen MusikerInnen und Bands und die Herstellung einer starken Bindung zu jugendkulturellen Szenen und Gruppierungen ist ein dauerhaft hohes Maß an Authentizität der Anbieter. Nur so besteht die Möglichkeit, die Akzeptanz der Zielgruppe zu erreichen, mit Hilfe derer die Berührungsangst zwischen Anbieter und Klienten abgebaut und der szeneüblichen Ablehnungshaltung gegenüber der Institutionalisierung von Popkultur entgegengewirkt werden kann.

Daher tritt der Verein in seiner Gesamtheit nicht vordergründig als pädagogische Einrichtung in die Öffentlichkeit, sondern präsentiert sich als Anlaufstelle für alle Belange aus der Popkulturszene, ohne deren Akteure offenkundig pädagogisieren zu wollen.

Vor diesem Hintergrund werden die Angebote und Projekte mit den marktüblichen Mitteln zielgruppenadäquat und somit attraktiv beworben und die pädagogischen Aspekte in der Kommunikation nach Aussen in den Hintergrund gerückt. Ebenso wurden die Mitarbeiter nur zweitrangig nach klassischen Bewerbungskriterien gewählt, sondern nach der Fähigkeit des Einzelnen, als Multiplikator und Identifikationsfigur in der Szene zu agieren. Die selbst erworbenen Fachkenntnisse und Erfahrungswerte aus der Musikbranche sind entscheidend für eine Beschäftigung in der MUZ, da diese meist abseits von üblichen Ausbildungsformaten, somit aber authentisch erworben wurden.

Unabhängigkeit

In diesem Zusammenhang ist der „gemeinnützige Verein“ als Gesellschaftsform ein wichtiger Bestandteil für die Akzeptanz der MUZ. Dadurch ist die Unabhängigkeit von politischen Einflüssen oder auch szenefremden Zielvorgaben zumindest größtenteils gewährleistet. Diese Unabhängigkeit erleichtert die Mitsprache der Zielgruppe bei Zielsetzungen und ermöglicht teilweise schnelleres und individuelleres Handeln ohne hohe bürokratische Hürden. Durch die Behandlung der Problemlagen auf Augenhöhe mit den Jugendlichen werden Bedarfsanalysen stark vereinfacht. Durch diese Unabhängigkeit ist die Musikzentrale in seiner Aussenwirkung ein Verein *für* aber auch *von* MusikerInnen.

Neutralität und Objektivität

Um die Akzeptanz nicht zu gefährden und szeneübergreifend arbeiten zu können, versteht sich die Musikzentrale als neutral in Bezug auf Musikgeschmack, Qualität und Stilprägung. Die MUZ ist Anlaufstelle für alle Szenevertreter und Spielarten der Popkultur und arbeitet nicht geschmäcklerisch oder wertend mit den Jugendlichen zusammen. Dementsprechend können alle dauerhaften Angebote unabhängig von subjektiven Auswahlkriterien genutzt werden. Individuelle projektbezogene Zugangsvoraussetzungen werden hingegen transparent dargestellt und offen kommuniziert.

Müssen subjektive Entscheidungen (z.B. im Booking) getroffen werden, arbeitet die Musikzentrale in großem Umfang mit ehrenamtlichen Beratergremien zusammen und holt sich dadurch fundierte Expertenmeinungen von Außen ein. Für die grundsätzliche Zielvorgaben und Planungen stehen regelmäßig von den Musikern direkt gewählte Szenevertreter in Form eines achtköpfigen ehrenamtlichen Teams (4 Vorstände, 4 Consultants) zur Verfügung.

Mit Hilfe dieser Voraussetzungen ist ein hohes Maß an Objektivität und Neutralität in der Arbeit der MUZ gewährleistet.

Aktualität

Wie bereits angesprochen ist die Musikbranche sehr schnelllebig geworden. Die Angebote der Musikzentrale werden dementsprechend regelmäßig durch Bedarfsanalysen auf Aktualität und Relevanz überprüft, bei Bedarf fortgeführt, eventuell modifiziert oder letztendlich eventuell auch eingestellt. Zusätzlich helfen ein großes lokales jugendkulturelles Szenenetzwerk und eine überregionale Vernetzung bei der Informationsbeschaffung im Zusammenhang mit aktuellen Themen.

Auch wenn die Grundbedürfnisse von MusikerInnen und Musikinteressierten größtenteils unverändert sind, besteht dennoch immer der Bedarf aktuelle Problemlagen oder Missstände aufdecken und zeitnah darauf reagieren zu können. Zusätzlich müssen neue Entwicklungen möglichst frühzeitig erkannt und entsprechende Maßnahmen angeboten werden. Nur durch das Vermitteln von stets aktuellen Inhalten wird die MUZ auch in Zukunft als kompetenter Anlaufpunkt wahrgenommen werden können.

4.3.2 Der Einfluss von Musik auf die Entwicklung von Jugendlichen

Der aktive Umgang mit Musik ist nicht einfach nur als sinnvolle Freizeitbeschäftigung von Jugendlichen zu verstehen. In diesem Arbeitsfeld können zusätzlich diverse Handlungskompetenzen und Soft Skills erworben und Erfahrungen gesammelt werden, die prägenden und meist positiven Einfluss auf das Selbst- und Weltbild, die Charakterentwicklung und somit das zukünftige Leben haben.

Kreative Kompetenzen

Der Umgang mit Musik erfordert ein hohes Maß an Kreativität.

Die Entwicklung von der eigenen Idee zum fertigen Musikstück (Komposition, Arrangement, Instrumentierung) stellt für jede/n MusikerIn eine Herausforderung dar. Die entsprechenden Erfahrungen fördern das abstrakte Vorstellungsvermögen und setzen die Auseinandersetzung mit einer individuellen und stark subjektiven Ästhetik voraus. Dazu kommen die kreativen Entscheidungen, die im Rahmen der öffentlichen Darstellung und Vermarktung der eigenen Band getroffen werden müssen (CD-Cover, Plakate, usw...) und die entsprechende Realisierung.

Berufliche Kompetenzen

Da ein Großteil der jugendlichen Musiker oder Veranstalter im DIY („do it yourself“) Sektor tätig sind und ohne Berufsausbildung arbeiten, müssen diverse berufliche Kompetenzen angeeignet werden, die im späteren Berufsleben von Vorteil sein können.

So ist neben der Musik als zentrales Medium auch die Auseinandersetzung mit z.B. Kommunikationsstrategien, Selbstvermarktung und rechtlichen Rahmenbedingungen nötig. Eine Band, die aus mehreren MusikerInnen besteht, setzt außerdem wie jedes andere soziale Netzwerk immer auch ein gewisses Maß an Organisationstalent und die Bereitschaft zum kooperativen Denken und Handeln voraus. Hier wird durch die bewusste Bündelung von Interessen, die Rücksicht auf die Belange Einzelner, das Auseinandersetzen mit Meinungsverschiedenheiten, sinnvolle Arbeitsteilung und Akzeptanz von Hierarchien die Arbeit als Team intensiv geschult.

Zusätzlich werden durch Auftritte vor Publikum Moderations- und Präsentationstechniken geübt, die Wirkung auf Außenstehende reflektiert und Selbstbewusstsein entwickelt. Durch Rückschläge oder negative Erfahrungen werden persönliche Grenzen erlebt, durch das direkte Feedback von Seiten des Publikums, der Veranstalter oder der Presse Frustrationstoleranz und Kritikfähigkeit erhöht.

Emotionale Entwicklung

Neben den grundlegenden handwerklichen Voraussetzungen spielt Ausdruck, Interpretation und Gefühl beim Musikzieren eine große Rolle. Hier werden emotionale Erfahrungen mit Musik verknüpft, die weit über Kategorien wie „traurig“ und „fröhlich“ hinausgehen. Musik reißt mit, lässt tanzen, gibt die Möglichkeit zum Nachdenken, macht aggressiv, beruhigt, langweilt, polarisiert, setzt also sowohl beim aktiven Musizieren, als auch beim Rezipieren Emotionen frei, die ohne Musik nicht unmittelbar abrufbar wären.

Zusätzlich sind vor allem junge MusikerInnen aufgrund von fehlenden Reflexionskompetenzen von ihrer Kunst, also ihrer kreativen Arbeit, in hohem Maße überzeugt und haben die Hoffnung oder sogar den unbedingten Willen mit ihrer eigenen Vorstellung von guter Musik erfolgreich sein zu können. Diese positive Grundeinstellung und Motivation hält ein großes Gefühlspektrum bereit, das von Erfolg, Anerkennung über Zuspruch, Hoffnung bis hin zu Misserfolg, Demütigung, Ablehnung und Enttäuschung reicht.

Die Auseinandersetzung mit diesen Gefühlszuständen lässt den Jugendlichen emotional reifen, fördert Selbstreflexion, unterstützt den Abgleich von Fremd- und Selbstbild, macht selbstkritisch, fördert aber auch Mut und Entschlossenheit.

Motorische und geistige Entwicklung

Nicht zuletzt setzt die Beherrschung eines Instrumentes viel technische Übung, Fingerfertigkeit und in allen Fällen die gezielte Koordination von mehreren Körperteilen, aber auch einen starken Willen zur Zielerreichung voraus. Ebenso wird durch das Auswendiglernen von Musikstücken und Texten die Gedächtnisleistung nachhaltig geschult.

4.4 Zielgruppe der Musikzentrale Nürnberg e.V.

Der Adressatenkreis der Musikzentrale kann nicht auf eine einzelne Zielgruppe eingegrenzt werden, da es sich bei der Musikzentrale um einen Verein handelt, der seiner Satzung entsprechend zunächst für jeden zugänglich ist. Dennoch werden die Kommunikationsstrategien und die Angebote und Projekte, sowie die Auswahl der auftretenden Künstler entsprechend dem Jugendbildungsauftrag schwerpunktmäßig an den 14- bis 27-Jährigen ausgerichtet, die Interesse am aktiven oder passiven Umgang mit dem Medium Musik haben und im Großraum Nürnberg wohnen.

Es kann unter vier Hauptzielgruppen unterscheiden werden:

Musikszene Nürnberg

Hier sind MusikerInnen und Bands aller Altersgruppen mit regionalem Bezug gemeint. Unabhängig von Professionalisierungsgrad und Musikrichtung sollen alle Akteure der Nürnberger Musikszene aus dem Bereich Populärmusik in der Musikzentrale Nürnberg vernetzt werden. Nur so kann ein generationsübergreifender Erfahrungsaustausch und ein möglichst flächendeckendes Netzwerk realisiert werden. Durch die relativ große inhaltliche Klammer („Popmusik“) und die durch fehlende Ausschlusskriterien niedrigen Zugangsvoraussetzungen kann der Verein einen repräsentativen Einblick in die tatsächlichen Bedarfslagen der Zielgruppe und ein adäquates Reagieren auf Mangelungen und Probleme gewährleisten.

Jugendliche MusikerInnen und Bands aus Nürnberg

Für diese Zielgruppe werden individuelle Förderprojekte geschaffen, die sich nach den Bedarfslagen und der Alterstruktur richten. Die Angebote reichen von Einzelfallhilfe über Gruppenangebote bis hin zu Fortbildungsmaßnahmen. Wie eingangs erwähnt, zählt ein Großteil der aktiven MusikerInnen zu dieser Zielgruppe.

Jugendliche VeranstalterInnen

VeranstalterInnen sind nicht selbst aktiv auf der Bühne, sondern finden ihren Platz in der Organisation und Durchführung von Veranstaltungen. Vor allem im Livemusikbereich gibt es eine Vielzahl an freien VeranstalterInnen (also ohne festen Spielort), die größtenteils aus der Leidenschaft für Musik heraus agieren oder aber im Eventbereich eine Berufsperspektive sehen. Die Musikzentrale bietet niedrighschwellige Strukturen zur Orientierung im Veranstaltungssektor und begleitet die ersten Schritte je nach Wissensstand durch intensive Betreuung und Vor- und Nachbereitung, aber auch durch Workshop- und Fortbildungsangebote. Ebenso ist die Musikzentrale Anlaufstelle für individuelle Beratung von veranstaltungsrelevanten Fragen, wie z.B. Tontechnik, GEMA, VstättV, Bandsuche usw.

Jugendliche Kultur- und Musikinteressierte

Durch die vielen unterschiedlichen Veranstaltungsformate der Musikzentrale Nürnberg im Club- und Openairbereich werden die Konsumenten, also das Publikum erreicht. Eine Aufgabe der Musikzentrale besteht darin, im Bereich der regionalen Musikszene das Gleichgewicht zwischen Angebot und Nachfrage zu halten bzw. die Nachfrage der Konsumenten durch ansprechende Angebote zu wecken. Ein Einblick in die Bedürfnisse und Interessenslagen des größtenteils jugendlichen Musikpublikums ist unerlässlich, um entsprechende Formate zu erstellen, aber auch, um Parallelstrukturen und unnötigen Konkurrenzsituationen vorzubeugen. Durch gezielte Öffentlichkeitsarbeit, bewusste Imagebildung, aber vor allem durch niedrighschwellige Angebote soll bei dieser Zielgruppe eine langfristige Bindung zwischen Künstlern und Publikum und ein Bewusstsein für Wert und Qualität im Sinne von kultureller Bildung erzeugt, aber vor allem die Freude am Entdecken regionaler Kulturerzeugnisse geweckt werden.

4.5 Angebote zur Förderung von Jugendkultur

Die im Folgenden beschriebenen Angebote und Dienstleistungen bieten Rahmenbedingungen, in denen junge MusikerInnen selbstständig handeln, ihr eigenes Kulturverständnis umsetzen und ihre Kunst professionalisieren können. Alle aufgezählten jugendfördernden Maßnahmen können unabhängig von einer Mitgliedschaft im Verein genutzt werden.

4.5.1 Laufende Angebote

Darunter sind alle Angebote zu verstehen, die unabhängig von Professionalisierungsgrad oder Stilprägung kontinuierlich von der Musikzentrale zur Verfügung gestellt werden. Mit diesen Angeboten soll den Grundbedürfnissen von MusikerInnen (Proben, Produzieren, Auftreten) entsprochen werden.

4.5.1.1 Geschäftsstelle in Gostenhof

Bis zum Jahr 2005 steuerte die Musikzentrale ihre Aktivitäten von einem kleinen Büroladen in Gostenhof aus. Mit dem Umzug in die renovierten Räumlichkeiten des Westflügels im Jugendzentrum GOST und der Eröffnung der neuen Geschäftsstelle („MUZ“) im Jahre 2006 sind die Aufgaben um ein Vielfaches gewachsen, da ab diesem Zeitpunkt der Betrieb einer vollwertigen Einrichtung für Jugendkultur an beinahe sieben Tagen der Woche im Tages- und Abendbetrieb gestartet wurde. Innerhalb kürzester Zeit wurden mit Unterstützung des Jugendamtes der Stadt Nürnberg die Strukturen den neuen Gegebenheiten angepasst und mit der MUZ eine Anlaufstelle und ein Kompetenzzentrum für nahezu alle Fragen und Belange der Popmusik in Nürnberg etabliert.

Der Verein hat durch die MUZ die Möglichkeit, die genannten Zielgruppen aktiv in die eigenen Räumlichkeiten einzuladen und dadurch direkten Kontakt aufzubauen und vor allem auch zu halten, eine tatsächliche Anlaufstelle zu bieten und letztendlich eine örtlich fixierte und erreichbare Zentrale für Musik zu sein.

Die MUZ wird aber bei weitem nicht ausschließlich für Vereinsaktivitäten und hauseigene Angebote genutzt, sondern steht für jede Art von externen Belangen im Zusammenhang mit Popkultur zur Verfügung (Besprechungen, Fotoshootings, Reahearsals, Vorproduktionen, Kooperationen usw.)

Die anhaltend positive Resonanz und die stetig steigenden Anfragen bestätigen den Bedarf nach einer festen Einrichtung mit dem Arbeitsschwerpunkt Populärmusikförderung.

4.5.1.2 Proberäume

Die Basis jeder Band ist ein passender Proberaum. Vor allem im Popbereich wird größtenteils mit elektrisch verstärkten und somit lauten Instrumenten sowie Schlagzeugen und Bläsern musiziert, was das gemeinsame Üben in Privatwohnungen nahezu unmöglich macht.

Inzwischen verwaltet die Musikzentrale Nürnberg e.V. insgesamt 97 Übungsräume in vier Standorten im Großraum Nürnberg. Dennoch ist der Bedarf nach weiteren finanzierbaren und qualitativ angemessenen Räumlichkeiten nach wie vor sehr groß. Durchschnittlich erreichen die Musikzentrale wöchentlich drei Suchanfragen von regionalen Bands, dementsprechend lange sind die Wartelisten. Besonders hoch ist der Bedarf an jugendgerechten Räumen, die durch anteilige öffentliche Finanzierung zu niedrigeren Preisen angeboten werden können und somit für Jugendliche bezahlbar sind.

Beispielhaft hierfür ist der Jakobstorbunker mit 11 Räumen, die seit 20 Jahren gemeinsam mit dem Jugendamt der Stadt Nürnberg an förderungswürdige Nachwuchsbands vermittelt werden. Allerdings hat der bauliche Zustand der Bunkerräumlichkeiten in den letzten Jahren witterungsbedingt stark gelitten, und es muss auf Empfehlung des Hochbauamtes der Stadt Nürnberg dringend ein Alternativstandort gefunden werden.

Des Weiteren wurde ein Konzept für einen offenen, voll ausgestatteten Übungsraum entwickelt, in dem sich junge Nachwuchsbands stundenweise zur Bandfindung einmieten können, ohne sich an langfristige Mietverträge binden oder Instrumente kaufen zu müssen.

4.5.1.3 Veranstaltungstechnik

Der Veranstaltungsservice der Musikzentrale beinhaltet den Verleih von tontechnischem Equipment, Lichtanlagen und Bühnenelementen. Dazu gehören komplette Beschallungsanlagen für Konzertveranstaltungen und Partys, DJ Equipment, aber auch Bandbackline wie Schlagzeug oder Verstärker. Der Verleih richtet sich als Fördermodul an Nachwuchsbands, Jugendkulturanbieter und Veranstalter mit nonprofitärer Ausrichtung. Kommerzielle Anfragen werden abgelehnt, um keine Konkurrenzsituation mit kommerziellen Anbietern zu schaffen.

Ein wichtiger Bestandteil des Verleihs ist vor allem die entsprechende individuelle Beratung. Gemeinsam mit den Klienten wird die Veranstaltung von technischer Seite geplant und durchgeführt, es gibt detaillierte Einweisungen in die Bedienung, den Auf- und Abbau, und auf Wunsch wird auch technisches Personal gestellt.

Die technische Beratung wird auch unabhängig vom Verleihservice angeboten. So können sich Bands, MusikerInnen und Institutionen mit jugendkulturellem Interesse jederzeit mit tontechnischen Fragestellungen an die Mitarbeiter der MUZ wenden.

4.5.1.4 MUZstudio – Tonstudio

Das Ziel der meisten Bands ist es, einen Tonträger zu veröffentlichen, um die eigene Musik zu vertreiben, aber auch, um sich bei Veranstaltern bewerben zu können oder redaktionelles Feedback in den Medien zu finden.

Die Musikzentrale hat 2007 im 1. OG der MUZ mit Unterstützung der Zukunftsstiftung der Sparkasse Nürnberg ein Tonstudio mit einem ca. 40qm großen Aufnahme- und Regie- und Aufenthaltsraum eröffnet.

Die direkte Verkabelung mit dem MUZclub ermöglicht es zusätzlich 24-Kanal-Liveaufnahmen von Konzerten oder Rehearsals im Haus mitzuschneiden, um diese anschließend im Tonstudio weiterzubearbeiten. Im MUZstudio sind demzufolge sowohl Studio- als auch Liveproduktionen in vergleichbarer Qualität möglich.

Das Tonstudio bietet Nachwuchsbands die Möglichkeit, in professionellem Ambiente und mit hochwertiger Technik, jedoch ohne hohen finanziellen Aufwand, die ersten Tonträger zu produzieren.

Hier können aber auch Technikinteressierte die ersten Schritte im Bereich Studioteknik, Produktion, Mastering gehen und selbstständig Aufnahmen durchführen. Hierfür wurde ein ehrenamtlicher Arbeitskreis gegründet, der aus erfahrenen Tontechnikern und Studiobetreibern besteht und sich um die fachgerechte Einarbeitung kümmert.

Das Tonstudio ist zusätzlich Ausgangspunkt für medienpädagogische Einzelprojekte mit Bands und bietet aufgrund der technischen Gegebenheiten eine gute Grundlage zum Abgleich des musikalischen Selbstbildes der jeweiligen Teilnehmer. Ebenso finden in diesem pädagogischen Rahmen Radioprojekte, Jingle- und Hörspielproduktionen statt.

4.5.1.5 MUZclub – Livebühne

Der MUZclub im EG der MUZ ist die offene Anlaufstelle für (Jugend-)Kulturinteressierte und MusikerInnen und somit das öffentliche Aushängeschild der Musikzentrale Nürnberg. Neben den regelmäßigen Konzertveranstaltungen finden auch Workshopangebote, Netzwerktreffen und diverse Kooperationsveranstaltungen statt.

Speziell bei den Abendveranstaltungen im MUZclub wurde für die Gruppe der 16- bis 27-Jährigen ein Alternativangebot zu den kommerziellen Anbietern entwickelt; hier sollen neue Bands und Musikströmungen entdeckt werden. In diesem Altersabschnitt findet ein Wandel in der subjektiven Bewertung und Wahrnehmung von Kultur statt. Man distanziert sich immer mehr von den „Jugendsünden“. Damit ist die Art von Kunst und deren Vertretern gemeint, die man im frühen Jugendalter und der Kindheit favorisiert hat. Diese Distanzierung erfolgt aufgrund der Erweiterung der Erfahrungshorizonte und der neuen Einflüsse und Eindrücke, die spätestens mit Erreichung der Volljährigkeit zugänglich gemacht werden.

Die kulturelle Ausrichtung pendelt zwischen Punk und Oper. Die Hinwendung zu Anspruch, aber die Ablehnung der Vergeistigung von Kultur ist bei vielen Menschen in dieser Lebensphase zu beobachten. Der MUZclub richtet sich in seiner programmatischen Vielfalt nach diesen Interessen.

Aufgrund hoher Jugendarbeitslosigkeit, der Unterversorgung mit Ausbildungsplätzen, und der damit verbundenen Orientierungslosigkeit und daraus resultierenden Zukunftsängsten, ist es außerdem dringend notwendig sinnvolle Angebote für die oft im Überfluss vorhandene Freizeit bereit zu stellen. Der MUZclub bietet aktives Erleben und Produzieren von Kultur, als Möglichkeit, diese Freizeit sinnvoll zu gestalten.

Die Musikzentrale tritt dabei nur punktuell selbst als Veranstalter auf. Viele Veranstaltungen werden in Kooperation mit Partnern aus dem Jugendkulturbereich und mit freien Veranstaltern organisiert und durchgeführt. Vor allem neue Veranstaltungskonzepte und -ideen können im MUZclub ohne hohes finanzielles Risiko, aber unter professionellen Rahmenbedingungen und fachlich kompetenter Betreuung ausprobiert werden. Damit umgeht der Verein die Gefahr, nach subjektiven Bewertungssystemen urteilen zu müssen und bewahrt sich die erwähnte inhaltliche Neutralität, bietet aber gleichzeitig den Raum für Innovation.

Um die Attraktivität des MUZclubs aufrecht zu erhalten, werden in Zusammenarbeit mit einer ehrenamtlichen Programmgruppe zusätzlich zu der Vielzahl regionaler Bands auch überregionale KünstlerInnen eingeladen. Dadurch wird der Austausch und Kontakt mit anderen Szenen ermöglicht aber auch der Erfahrungshorizont der regionalen Künstler erweitert. Der MUZclub wird durch dieses programmatische Vorgehen als Szeneclub wahrgenommen und akzeptiert.

4.5.1.6 MUZbus - Bandbusservice

Die Musikzentrale bietet seit Juli 2009 einen 9-Sitzer mit ausreichend Ladefläche als Bandbus an. Im Großraum Nürnberg gab es bis zu diesem Zeitpunkt keine finanzierbare Transportmöglichkeit für Konzerttourneen von Bands.

Die Mietpreise der kommerziellen Anbieter überschreiten in den meisten Fällen schon die Gagen, die Nachwuchsbands bei ihren Auftritten bezahlt werden. Vor allem für junge MusikerInnen ist ein Bandbus oft die einzige Möglichkeit, ihre Musik auch außerhalb der heimischen Bühnen zu präsentieren, da keine eigenen PKWs oder Busse zur Verfügung stehen.

Eben diese Präsentationsmöglichkeit des eigenen kreativen Schaffens vor unbekanntem Publikum ist besonders förderungswert, da sich der/die KünstlerIn in diesem Fall außerhalb des gewohnten Umfeldes beweisen muss und in den meisten Fällen nicht auf vorhandene Grundsympathien oder Unterstützung durch regional bedingte Beziehungen und Freundschaften („Fans“) zurückgreifen kann.

Letztendlich dient ein Tourbus aber auch dem Export der regionalen Musikszene, wodurch die Bekanntheit der ortsansässigen Kulturschaffenden gefördert und somit das kulturelle Erscheinungsbild einer Region mitgeprägt wird.

Der MUZbus ist aus versicherungstechnischen Gründen das einzige laufende Angebot der Musikzentrale, das eine Mitgliedschaft voraussetzt.

4.5.1.7 Beratung, Workshops, Fortbildungen

MusikerInnen und Bands sehen sich zwar immer wieder mit gleichen oder zumindest ähnlichen Fragestellungen aber auch mit neuen Entwicklungen konfrontiert. Um diese kompetent beantworten zu können, stehen die Mitarbeiter der Musikzentrale zu den Bürozeiten telefonisch, per Mail oder in Einzelgesprächen zur Verfügung.

Zusätzlich bieten jährlich durchschnittlich 10 Workshops zu den unterschiedlichsten Themen mit Musikbezug die Möglichkeit, differenzierter nachzufragen (z.B. GEMA, Urheber- und Steuerrecht, Songwriting, Digitaler Musikvertrieb, Radiopromotion, Booking und Bewerbungen, Pressearbeit). Hierzu werden entsprechend Experten aus den jeweiligen Fachbereichen eingeladen (Medienvertreter, Fachanwälte, Bezirksdirektor der GEMA usw.).

Darüber hinaus werden Fortbildungsangebote für Anbieter von jugendkulturellen Projekten erarbeitet, z.B. Fachtagung zum Thema Versammlungsstättenverordnung, Fortbildungsangebot in Zusammenarbeit mit dem Jugendamt zu den aktuellen Tendenzen im deutschsprachigen HipHop.

4.5.2 Einzelprojekte

Neben den laufenden Angeboten, die einen Großteil des Tagesgeschäftes der Musikzentrale ausmachen, werden diverse Einzelprojekte zur Förderung von Jugendkultur initiiert und organisiert.

Klüpfel Openair: Im Zusammenschluss mit den regionalen Partnern für Jugendkultur Klüpfel, Fünfeckturm, Luise und MUZ wird eines der wichtigsten regionalen Newcomer-Openairs organisiert und durchgeführt. Die Musikzentrale hilft bei der Bandauswahl, stellt Bandkontakte her und organisiert die technische und gastronomische Betreuung.

MUJUKU:	Im Rahmen der Muggenhofer Jugendkulturtage produziert die Musikzentrale in Zusammenarbeit mit der Geschwister-Scholl-Realschule und dem GOST unter fachgerechter Anleitung im MUZstudio einen CD-Sampler mit Schülerbands aus Muggenhof und organisiert die CD-Präsentation im MUZclub.
NN Rockklasse:	Die NN Rockklasse stellt die erste Stufe des dreistufigen Fördermodells dar, das gemeinsam von MUZ und den Nürnberger Nachrichten entwickelt wurde. In der Schule wird Musikunterricht verstärkt mit Popinstrumentarium angeboten und somit SchülerInnen ermöglicht, Instrumente kennen zu lernen. Die MUZ vermittelt Kontakte zwischen aktiven regionalen Bands und Schülern zum direkten Austausch und organisiert Unterrichts- und Konzertbesuche.
NN-Rockbühne:	Der größte Newcomerwettbewerb in der Region mit dem Finale im Hirsch, veranstaltet von den Nürnberger Nachrichten in Kooperation mit dem Jugendamt der Stadt Nürnberg, dem Quibble und der Musikzentrale. Die Musikzentrale wählt die teilnehmenden Bands aus, stellt den Jurysprecher, führt auf Wunsch Reflexionsgespräche mit den Musikern durch und kontrolliert den sinnvollen Einsatz der Preisgelder. Neben Geldpreisen treten die Finalisten bei Rock im Park und dem Taubertalfestival auf. Außerdem nimmt der 1. Sieger an der NN Rocktour teil.
NN-Rocktour:	Seit 2009 organisiert die Musikzentrale im Auftrag der Nürnberger Nachrichten die erste Newcomertournee durch Mittelfranken. Bei diesem Projekt wird den teilnehmenden Bands an vier aufeinanderfolgenden Tagen ein Einblick in das Leben einer professionell arbeitenden Tourband ermöglicht. Neben den Auftritten in vier renommierten Konzertlocations in Mittelfranken (Kammerspiele Ansbach, Kulturfabrik Roth, E-Werk Erlangen, MUZclub Nürnberg) werden Interviewtermine organisiert, Workshops angeboten und Treffen mit wichtigen Branchenvertretern ermöglicht, außerdem wird durch Übernachtungen in Pensionen und Hotels und den Transport in Reisebussen Touralltag simuliert.
LeFlatsch:	Schülerprojekt mit dem Dürer Gymnasium Nürnberg. Begleitung eines P1 Seminars mit Workshopangeboten mit dem Ziel, einen Einblick in das Berufsfeld Kultur- und Eventmanagement zu vermitteln. Abschluss des Projektes war die Planung und Durchführung einer jugendkulturellen Abendveranstaltung durch die Jugendlichen selbst im MUZclub.
Starke Kinder:	Schulpädagogisches Projekt mit der Löhe Schule Nürnberg, Beratung und Hilfe bei der Organisation einer zweitägigen Jugendkulturveranstaltung unter der DESI-Brücke.
Jugendkulturtage	des Jugendamtes der Stadt Nürnberg, Weltmusikprojekt mit Instrumentenbau und öffentlicher Präsentation im MUZclub in Kooperation mit dem Jugendhaus GOST im März 2011.
Stärken vor Ort:	Angebot eines regelmäßigen Tontechnikworkshops im Rahmen der „Stärken vor Ort“-Veranstaltungen des GOST.

Konferenz für Mädchen mit Behinderung:	Vermittlung von weiblichen Musikern, Bands und DJs, sowie die technische Planung und Durchführung im Wichernhaus Altdorf.
Newcomerwettbewerbe:	Teilnahme von Mitarbeitern der Musikzentrale in der Jury von diversen Newcomerwettbewerben (Schools outta bound / Luise Nürnberg, ERMI Newcomerfestival / Erlangen, Lautstark / Fürth usw.), wodurch ein direkter Kontakt zur Zielgruppe und ein entsprechender Austausch hergestellt wird. Außerdem übernimmt die Musikzentrale die Organisation und Durchführung den regionalen Vorentscheid von Local Heroes (deutschlandweiter Newcomerwettbewerb mit Bayernfinale im MUZclub).
(Ab)Mischen!:	Organisation, Durchführung und Betreuung der Abschlussveranstaltung der Jugendkulturtage des Bezirksjugendrings mit Poetry Slam und regionalen Bands im Festsaal des Künstlerhauses.
Bandaustausch:	Organisation eines Bandaustauschs mit anderen Musikinitiativen und jugendkulturellen Einrichtungen in Bayern (z.B. MiH Herzogenaurach, WÜRG Würzburg, Feierwerk München, Woidmen e.V. Passau).
Lokale Leidenschaften:	Die Radiosendung mit regionalen Newcomerbands auf Radio Z wird inklusive Konzert einmal im Monat live aus dem MUZclub gesendet.
Musikmesse „Verstärker“:	Größtes Netzwerktreffen der regionalen Musikszene im E-Werk Erlangen, veranstaltet von der Musikzentrale in Kooperation mit dem E-Werk mit über 60 Ausstellern aus dem Bereich Popkultur, Workshopangebote, Podiumsdiskussionen, aber auch Auftrittsmöglichkeiten für weit über 30 Nachwuchsbands auf drei Bühnen. Hier treffen alle relevanten Branchen der Musikförderung aufeinander, einer der Schwerpunkte ist auch hier Jugendkultur.

4.5.3 Weitere Kooperationen

Die Musikzentrale ist auf die Zusammenarbeit mit diversen Kulturanbietern aus dem Großraum angewiesen, um ein vielfältiges Angebot gewährleisten und der großen Nachfrage nach Auftrittsmöglichkeiten entsprechen zu können.

Bardentreffen:	Seit 2006 organisiert die Musikzentrale die Bühne am Lorenzer Platz und präsentiert einen Querschnitt der regionalen Bandszene. Somit wurde eine der wichtigsten Auftrittsmöglichkeiten für Newcomerbands in Nürnberg geschaffen.
Weinturm Openair:	Feste Kooperation in Form einer jährlichen Vermittlung von sechs regionalen Newcomerbands an das renommierte Openair-Festival in Bad Windsheim.

Brückenfestival: Die Musikzentrale hilft bei Organisation und Durchführung der größten Openairveranstaltung für Popkultur bei freiem Eintritt in Nürnberg und vermittelt regionale Bands.

Minirockfestival: Newcomerfestival in Kooperation mit der AZ und Radio Gong im MUZclub.

Neben den bereits erwähnten und dem Jugendamt der Stadt Nürnberg als zentraler Kooperationspartner, gibt es noch diverse gemeinsame Einzelprojekte oder dauerhafte Kooperationen mit folgenden Partnern:

Projektbüro und Kulturreferat Nürnberg, Wirtschaftsreferat Nürnberg, Referat für Soziales, Jugend und Kultur Fürth, Kultur- und Freizeitamt Erlangen, Metropolregion Nürnberg, Bezirk Mittelfranken, Gostenhofer Atelier- und Werkstatttage, Straßenkreuzer e.V., Gostenhofer Jazztage e.V., Jugend- und Kulturförderverein e.V., Panne e.V., Stadtteilzentrum Desi e.V., Musik Klier, Musikhaus Thomann, BTM, Interessengemeinschaft Südstadtfest, ERMI, Initiative Musik, DRMV e.V., Nürnberger Zeitung, Radio NRJ, Musication – Berufsfachschule für Musik, Hochschule für Musik, Loony Noise, Selfish.de, Fat Orange uvm.

4.6 Netzwerkarbeit

Die Musikzentrale sieht sich als Interessensvertreter und Sprachrohr der regionalen Musikszene, weshalb die Teilnahme an Branchentreffen und Mitarbeit in entsprechenden Entscheidergremien erstrebenswert ist.

Durch die Netzwerkarbeit des Vereins soll der Erfahrungsaustausch ermöglicht und die Wissensweitergabe szenen- und generationsübergreifend ermöglicht werden. Hierzu werden verschiedene Netzwerktreffen und Projekte initiiert oder aktiv daran teilgenommen.

Musikerinnenstammtisch: Szenetreffen für ausschließlich weibliche Vertreter der regionalen Musikszene in der MUZ.

Veranstalterstammtisch: Treffpunkt für regionale VeranstalterInnen zur inhaltlichen Absprache, Problembehandlung, Koordinierung gemeinsamer Projekte.

Veranstalterkalender: Onlinekalender für regionale Veranstalter, um inhaltliche Überschneidungen und Konkurrenzsituationen zu vermeiden und über Großveranstaltungen, stille Feiertage und andere äußere Einflüsse zu informieren.

Newsletter: Weitergabe aller dem Verein bekannten Informationen für Musiker, z.B. Auftrittsangebote, Musikergesuche, Jobangebote usw..

Homepage: Zentrale Onlineplattform mit Neuigkeiten aus der regionalen Szene, Neuveröffentlichungen, Veranstaltungskalender für Livemusik uvm. www.musikzentrale.com

Regionalcharts:	Monatliche Radiosendung der Musikzentrale mit regionaler Musik, Interviewgästen und den regionalen Musikcharts auf afk max.
Musikbeirat Mittelfranken:	Bezirkswertes Netzwerktreffen in der MUZ mit Vertretern der mittelfränkischen Musikinitiativen zur Klärung bezirksrelevanter Fragen im Bereich Popförderung.
AG Popkultur Bayern:	Zusammenschluss der Populärmusikbeauftragten der bayerischen Regierungsbezirke, die Musikzentrale vertritt Nürnberg und Mittelfranken.
ABMI:	Arbeitsgemeinschaft und Dachverband der bayerischen Musikinitiativen, die Musikzentrale ist Mitglied und nimmt an den landesweiten Versammlungen teil.
Musikarchiv:	Die Musikzentrale archiviert seit der Gründung vor über 25 Jahren Veröffentlichungen aus dem Großraum Nürnberg und versucht so einen historischen Überblick über das kreative Schaffen und das musikalische Netzwerk der Region zu erhalten. Der Bestand beläuft sich inzwischen auf über 5.000 Kassetten, Schallplatten und CDs.

5. Rahmenbedingungen und Entwicklung

Den stetig wachsenden Aufgabengebieten entsprechend, wurden die Rahmenbedingungen des Vereins deutlich ausgebaut und an die Anforderungen angepasst.

5.1 Personalstruktur

Hauptamtliche Mitarbeiter

Geschäftsführer, Pädagogische Leitung:
Steffen Zimmermann (Diplom-Sozialpädagoge (FH))
Stunden: 32,5
Vorkenntnisse: Musiker, Organisator Brückenfestival

Programmleitung, Presse- und Öffentlichkeitsarbeit, stellvertretende Leitung:
Eva Bär (Diplom-Textil Designerin (FH))
Stunden: 30
Vorkenntnisse: Jahrelange Mitarbeit bei einem Frankfurter Label, Organisation Brückenfestival, Qualitätsmanagement

Abendleitung:
Julia Geyermann (SAE Institut)
Stunden: 22,5
Vorkenntnisse: Szenenetzwerkerin, Langjährige Tätigkeit in verschiedenen Kultureinrichtungen z.B. E-Werk, Desi, Musikverein, Radio Z

Technische Leitung:
Felix Boier (Veranstaltungstechniker, angehender Sozialpädagoge)
Stunden: 22,5
Vorkenntnisse: Musiker, Mitarbeit in unterschiedlichen Kultureinrichtungen

Projektstelle Mittelfranken:

Sebastian Wild (Student der Soziologie und Anglistik/Amerikanistik, Kulturwissenschaften)

Stunden: 22,5

Vorkenntnisse: Musiker (Kulturpreisträger der Stadt Nürnberg 2009), Veranstalter Sarga Concerts, Tontechniker

Honorarkräfte

Gastronomieleitung:

Magdalena Kuchna

Proberaumverwaltung:

Günter Bader

Onlineadministration/ Social Media:

Sergio Rokita

Buchhaltung und Personalwesen:

Andreja Marusic

PR, projektbezogene Mitarbeit:

Philip Kreuzer

Projektbezogene Mitarbeit:

Dominik Seelmann

Gastronomie:

Patrizia Grünheit, Frank Durta, Tobias Messerschmidt, Alexandra Medeiros Hollanda, Kristin Kröckel, Lilly Urvat, Stefanie Pinzer, Gabriel Drempetic, Tobias Technau,

Reinigungskraft:

Praktikanten/FSJ

FSJ Kultur:

Julia Klink

Praktikum Veranstaltungstechnik:

Alexander Setschödi

FH Praktikum (Sozial Pädagogik):

derzeit nicht besetzt

Freie Mitarbeiter

Print-/Werbemittel-Design:

Michael Graf

Steuerberater, Buchhaltung:

Bernhard Wahner

Studio-/ Veranstaltungstechnik:

Frederic Ranzenbacher, Robert Merget, Thomas Bauernschmitt, Robert Wening, Wolfgang Riedl, Markus Kühn, Bernd Pflaum, Christian Hielscher

Security:

Steffen Dittmar

Server-/ Netzwerkadministration:

Matthias Karr

Fotograf:

Christian Deckelmann, Frank Schuh

Ehrenamt

Ehrevorsitzende:

Rick Roth, Sonny Henning, Ernst Schultz

Vorstand:

Frank Schuh, Michael Hofmann, Rene Chlebnitschek, Michael Graf

Consultants/ Vorstandsvertretung:

Christian Hielscher, Elnaz Amiraslani, Christian Raftis

Schriftführerin:

Manuela Pühler

Kassenprüfer:

Gerhard Rost, Fabian Fiedler

Beirat:

Christine Limbacher, Kerstin Böhm, Jürgen Wolff, Bernd Kammerer, Karl Heinz Demuß, Harald Trepte, Lothar Zöllner

Weitere ehrenamtliche Gruppen in der Musikzentrale Nürnberg:

Programmgruppe:	Gruppe aus Musikinteressierten zur Bandauswahl im Rahmen der Mittwochskonzerte
Programmgruppe Bardentreffen:	Gruppe aus MedienvertreterInnen und Veranstaltern zur Programmgestaltung der MUZ Bühne am Bardentreffen
Studio AK:	Arbeitskreis für den Betrieb im MUZstudio und zur Einarbeitung neuer Tontechniker
Arbeitsgruppe Sport und Musik:	Gruppe zur Planung eines jugendkulturellen Rahmenprogramms für die Frauen Fußball WM 2011
Musikbeirat Mittelfranken:	Zusammenschluss von ehrenamtlichen Musikförderern in Mittelfranken

5.2 Finanzierung

Die Arbeit des Vereins wurde im Jahr 2009 mit einem Zuschuss der Stadt Nürnberg in Höhe von 106.500 € unterstützt. Dieser Zuschuss entspricht 26 % des Gesamtbudgets aus 2009 (der Jahresabschluss 2010 liegt zum aktuellen Zeitpunkt noch nicht vor). Im Jahr 2010 betrug der städtische Zuschuss der 103.300 € und für das laufende Jahr 2011 sind 104.100 € vorgesehen. Mit Hilfe dieser Basisfinanzierung konnten die in diesem Bericht aufgeführten Angebote realisiert werden.

Für die Arbeit über die Grenzen Nürnbergs hinaus steht ab 2011 zusätzlich ein jährlicher Zuschuss von Seiten des Bezirk Mittelfranken in Höhe von 20.000 € zur Verfügung, mit dem der Aktionsradius der Musikzentrale ausgeweitet werden kann.

Alle weiteren Personal-, Betriebs-, Werbe-, Miet- und sonstige Kosten werden durch die beschriebenen Angebote erwirtschaftet oder projektbezogen durch zusätzliche Sponsoren und Fördergelder sowie Spenden akquiriert. Auch die Mitgliedsbeiträge (44 € pro Jahr und Mitglied) tragen einen Teil zur Gesamtfinanzierung bei.

Dennoch wäre die Arbeit der Musikzentrale Nürnberg ohne des idealistisch geprägten Engagements der festen und freien Mitarbeiter, das weit über das im Gehalt abgegoltene Stundenkontingent hinausgeht, in dem beschriebenen Umfang mit den zur Verfügung stehenden Mitteln nicht finanzierbar.

Dieses Engagement, aber insbesondere auch die ehrenamtliche Mitarbeit von Vorständen, MusikerInnen und anderen Unterstützern, stellt die Basis der Vereinsarbeit dar.

5.3 Entwicklung der Musikzentrale in den letzten Jahren

Um den Bedarf nach struktureller Förderung von regionaler Musik im Bereich Pop zu belegen, soll an dieser Stelle exemplarisch die Entwicklung verschiedener Teilbereiche der Angebote der Musikzentrale anhand von Statistiken und Zahlen dargestellt werden.

Abbildung 1: Abendveranstaltungen im MUZclub

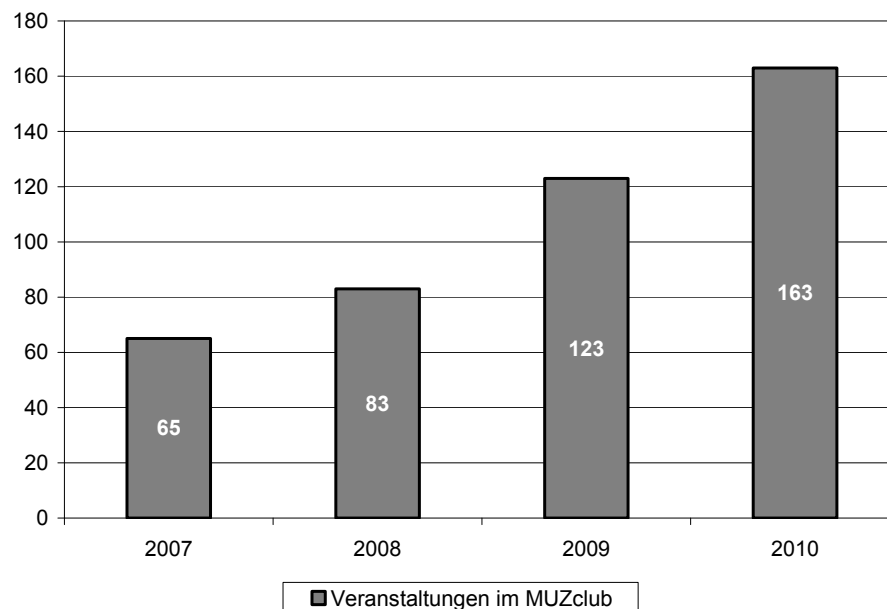


Abbildung 2: Anzahl der bisher im MUZclub aufgetretenen Bands

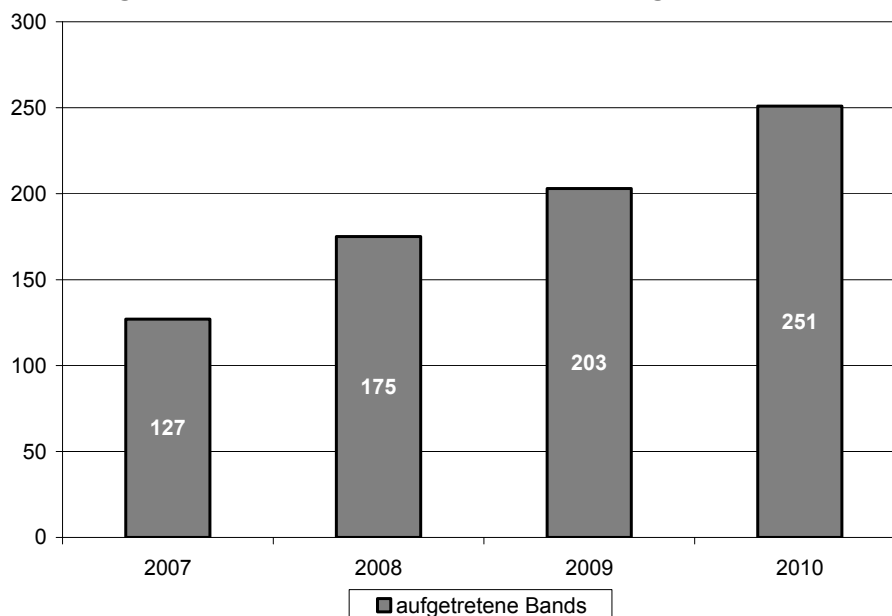


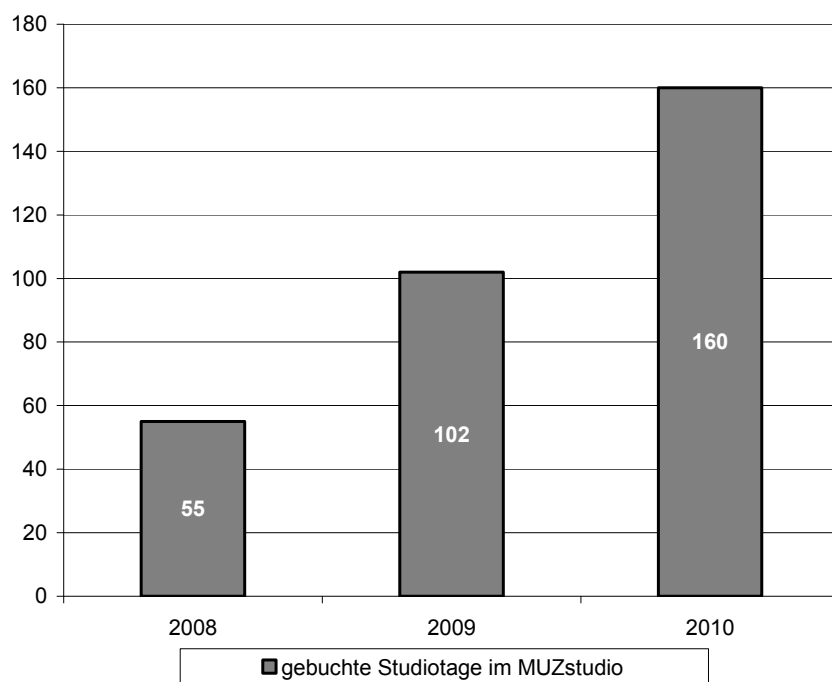
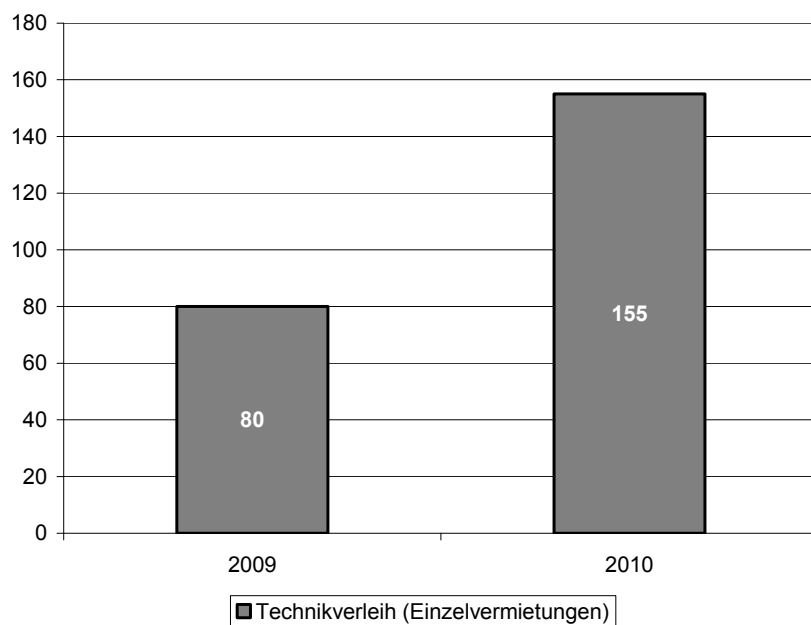
Abbildung 3: Anzahl der Nutzungstage im MUZstudio**Abbildung 4: Anzahl der Verleiheinsätze im Bereich Tontechnik**

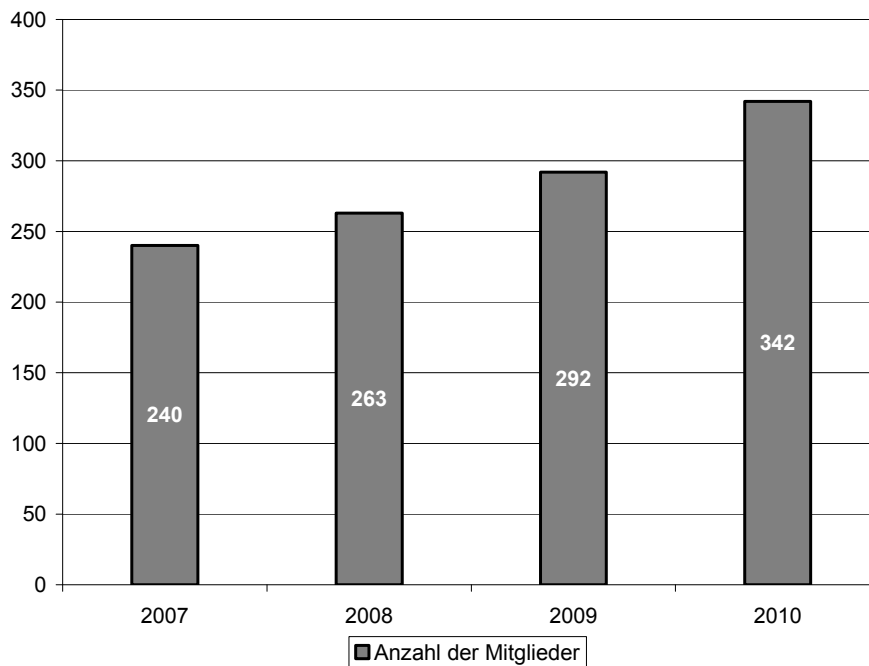
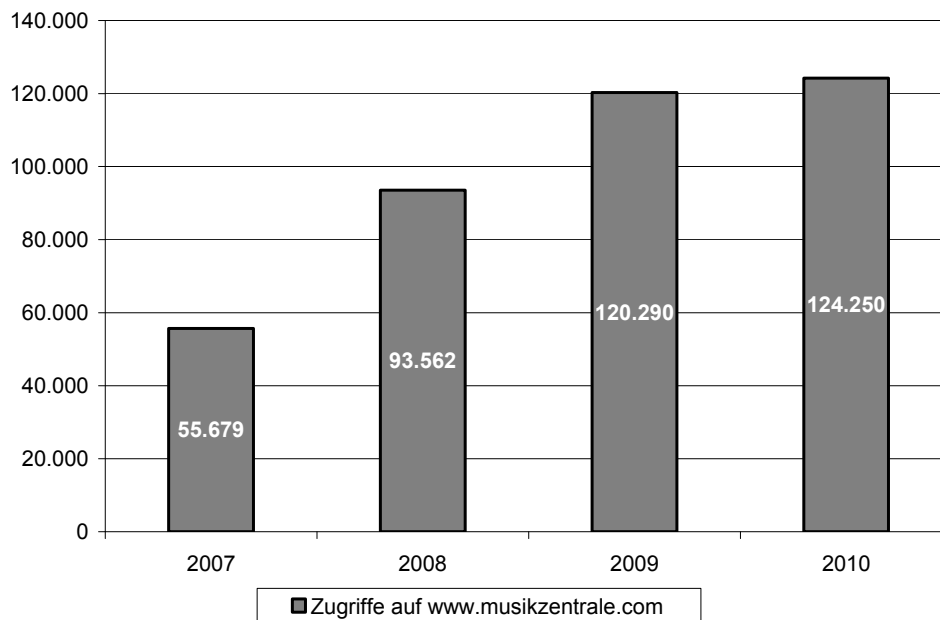
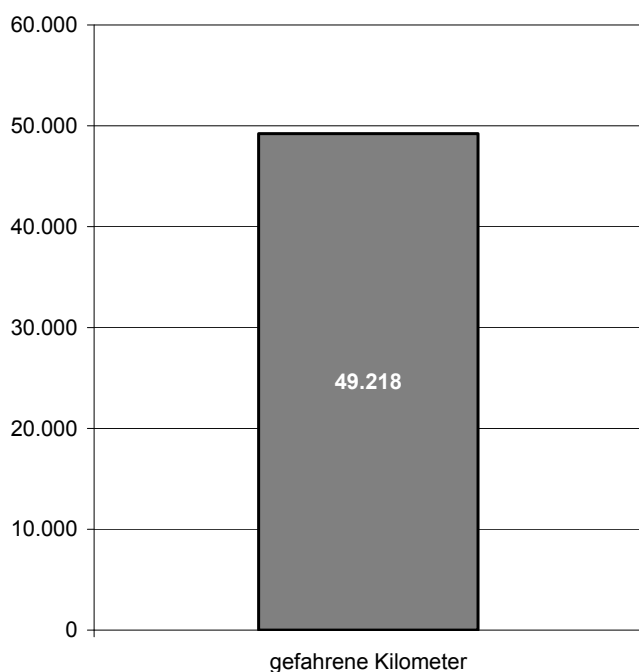
Abbildung 5: Anzahl der Mitglieder der Musikzentrale Nürnberg e.V.**Abbildung 6: Zugriffe auf die Homepage www.musikzentrale.com**

Abbildung 7: Gefahrene Kilometer mit dem MUZbus im Jahr 2010 (an 125 Verleihtagen)



6. Ausblick

Die Musikzentrale Nürnberg e.V. ist in den letzten Jahren zu einem Kompetenzzentrum für Jugendkulturförderung im Bereich der populären Musik herangewachsen.

Die positive Außenwirkung über die Grenzen Nürnbergs hinaus wird z.B. durch die Einladung zu bundes- und landesweiten Netzwerktreffen, Beratergremien, Podiumsdiskussionen, aber auch durch die bezirksweite Vertreterfunktion belegt. Immer häufiger erreichen die MUZ Kooperations-, aber auch Beratungsanfragen aus den unterschiedlichsten, an die Jugendkultur angrenzenden Arbeitsbereichen auch weit über Nürnberg hinaus. Alleine im MUZclub bewerben sich monatlich mehr als 300 Bands. Ebenso wurde die Musikzentrale als einziger freier Träger der Jugendhilfe beispielhaft für gemeinnütziges Engagement im Rahmen des Kultur- und Kreativwirtschaftsberichtes der Metropolregion Nürnberg im Bereich der Musikwirtschaft genannt.

Der Erfolg der Arbeit ist ausschließlich mit Unterstützung durch die öffentliche Hand möglich. Das Kulturfeld der Nachwuchskünstler in der populären Musik kann ohne Förderung und Subventionen kaum oder zumindest nicht in diesem Umfang existieren, da diese Bands nach marktüblichen Kriterien nicht gewinnbringend oder zumindest kostendeckend arbeiten können und somit immer uninteressant für kommerzielle Anbieter sein werden.

Durch das hohe Aufabenvolumen und das sich ständig verändernde Anforderungsprofil, ist es aber leider auch nicht möglich, allein durch den Einsatz und die Bündelung von ehrenamtlichem Engagement, ein tragfähiges und nachhaltiges Fördergerüst zu errichten.

Populärmusikförderung muss also seinem aktuellen Stellenwert entsprechend als eigenständiger Bereich der Jugend- und Kulturarbeit fest in dem Bewusstsein und der finanziellen Verantwortung einer Stadt verankert sein.

Im Bereich der E-Musik wurde dieses Bewusstsein bereits vor langer Zeit erfolgreich entwickelt. So ist es kaum diskussionswürdig, dass ein klassisches Orchester seine Existenzgrundlage überwiegend aus öffentlichen Mitteln bezieht und jeder Sitzplatz in staatlichen Opernhäusern hoch subventioniert wird.

Aus Sicht der Populärmusikförderung steht dieser Förderbedarf von Sparten- bzw. Nischenkultur wie auch klassischer Musik außer Frage und ist mehr als berechtigt. Musik und Kultur müssen gefördert werden und sind erhaltenswert, unabhängig von längst überholten Klassifizierungen in Hoch- und Subkultur, in E- und U-Musik. Wie im Falle der klassischen Musik darf sich Kultur nicht ausschließlich an kommerziellen Maßstäben messen lassen, im Gegenteil. Gerade dann, wenn kommerzieller Druck wegfällt, entsteht Platz für das freie Entfalten von Kreativität, können mutige Ideen entwickelt und neue Konzepte initiiert werden. Eben auf diesem Nährboden entstehen neue Trends, neue Strömungen und kann sich Kultur weiterentwickeln.

Dieses Bewusstsein ist für die Popkultur wichtig und zeitgemäß. Auch Popkultur muss im Bezug auf die Förderung dieses Selbstverständnis erreichen, muss als hochwertiges und vor allem ebenso ernsthaftes Kulturgut akzeptiert und in Form von Unterstützung durch die öffentliche Hand entsprechend honoriert werden.

Nürnberg hat diesbezüglich bereits vor Jahren mit der Unterstützung der Musikzentrale einen beispielhaften Schritt getan, der in anderen Städten durchaus Nachahmer findet (z.B. München: Fachstelle für Popkultur seit Januar 2011, Augsburg: Popkulturbeauftragter 2008). Die Musikzentrale Nürnberg bedankt sich an dieser Stelle für die jahrelange Unterstützung und die gute Zusammenarbeit mit der Stadt Nürnberg.

Mittel- und langfristig ist ein zusätzlicher Ausbau der vorgestellten Strukturen und Angebote im Bereich der Popförderung notwendig, um kompetent und zeitnah auf die relevanten Veränderungen und Anforderungen reagieren zu können.

Nur wenn das zweifellos vorhandene Potential erkannt und entsprechend gefördert wird, kann sich die Musikszene Nürnbergs auch weiterhin positiv entwickeln und letztendlich zu einem Aushängeschild der Jugendkulturarbeit in der Metropolregion Nürnberg und darüber hinaus werden.