

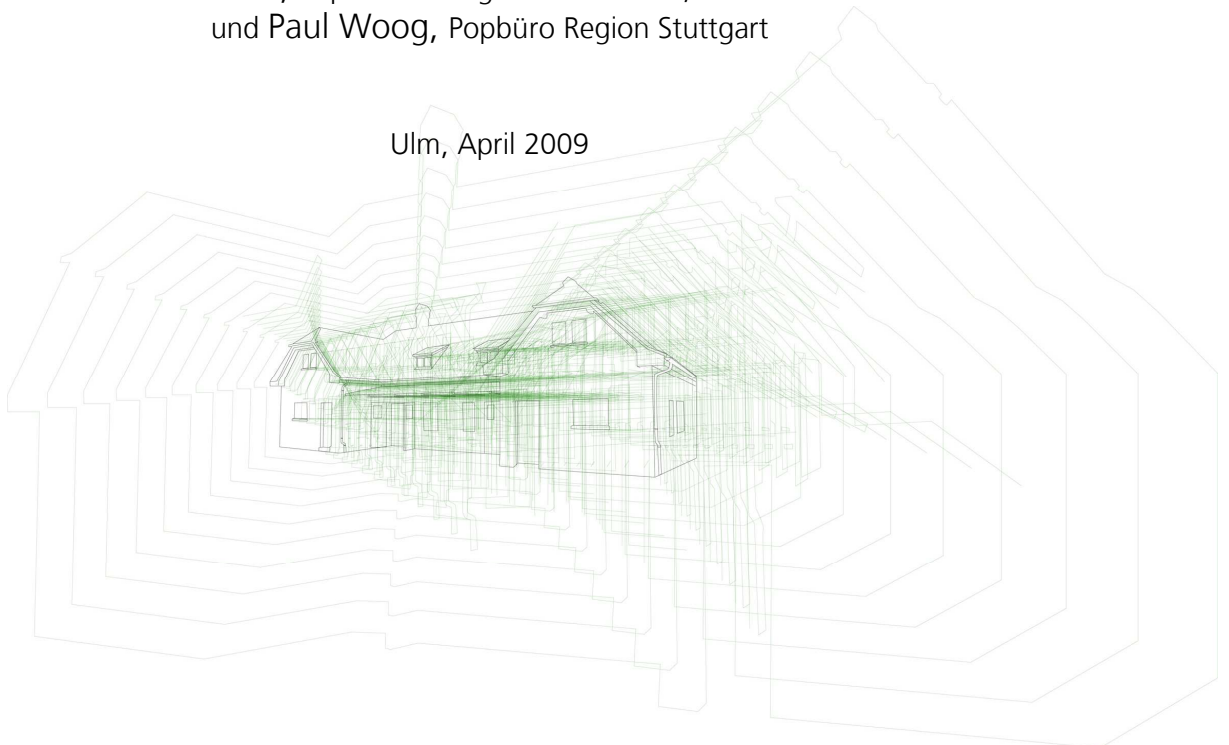


# Zwischenbilanz „5 Jahre Popbastion Region Ulm/Donau“ und Entwicklungsperspektiven

von  
Rita Hebenstreit und Margret Anthon  
Stadt Ulm, Hauptabteilung Kultur      Stadtjugendring Ulm e. V.  
Popbastion Region Ulm/Donau

unter Mitarbeit von  
Michael Böhm, Popbastion Region Ulm/Donau, freier Mitarbeiter  
und Paul Woog, Popbüro Region Stuttgart

Ulm, April 2009



## **Inhalt**

<b>1. Vorwort</b> .....	S. 2
<b>2. Ausgangslage bei Gründung der Popbastion (2002/2003)</b> .....	S. 2
<b>3. Die Popbastion Region Ulm/Donau heute (2008/2009)</b>	
<b>3.1. Aktuelle Arbeitsfelder</b> .....	S. 6
<b>3.1.1. Projektübersicht</b> .....	S. 6
<b>3.1.2. Projektbeschreibungen</b> .....	S. 7
<b>3.1.3. Zusammenfassung</b> .....	S. 12
<b>3.2. Finanz- und Personalsituation</b> .....	S. 14
<b>3.2.1. Finanzen</b> .....	S. 14
<b>3.2.2. Personal</b> .....	S. 15
<b>4. Wo geht der Weg hin?</b>	
<b>4.1. Ziele und Schwerpunkte</b> .....	S. 16
<b>4.1.1. Bedeutung der drei Bereiche                 Jugendarbeit, Kulturarbeit, Musikwirtschaft</b> .....	S. 18
<b>4.2. Maßnahmen</b> .....	S. 20
<b>4.3. Fazit</b> .....	S. 27
<b>5. Anlagen</b>	
<b>5.1. „Nachwuchsförderung Rock und Pop in Ulm“ 2002         Fachbereichsbeschluss vom 17.5.2002</b>	
<b>5.2. Vereinbarung zwischen Stadt Ulm und Stadtjugendring Ulm e.V.</b>	
<b>5.3. Ausführliche Projektbeschreibungen</b>	
<b>5.4. Finanzübersicht 2003 bis 2009</b>	
<b>5.5. Presseberichte</b>	

## 1. Vorwort

Die Popbastion Region Ulm/Donau feierte im vergangenen Jahr (2008) ihren fünften Geburtstag. Auf Basis einer Konzeption „Nachwuchsförderung Rock und Pop in Ulm“, die der Fachbereichsausschuss Kultur, Bildung, Sport und Freizeit im Jahr 2002 beschlossen hatte, nahmen Stadtjugendring Ulm e.V. (sjr) und Hauptabteilung Kultur der Stadt Ulm ihre Arbeit für die „Popbastion“ im Jahr 2003 auf.

Die Popbastion ist keine feste Einrichtung. Sie besteht von Beginn an als Projekt, getragen durch eine Vereinbarung beider Partner über die Zusammenarbeit und durch das Engagement der MitarbeiterInnen und Coaches. Es fließen – abgesehen von der Freistellung einer Mitarbeiterin mit 180 Stunden jährlich – keine städtischen Mittel in das Projekt ein. Der sjr stellt ebenfalls eine Mitarbeiterin mit 240 Stunden jährlich für das Projekt frei. Der größte Anteil der Finanzierung der Projekte wird über Drittmittel aufgebracht (s. 3.2. Finanz- und Personalsituation).

In den fünf Jahren seit der Gründung der Popbastion hat sich ein umfangreiches Arbeitsfeld entwickelt. Zahlreiche Projekte sind entstanden und haben sich nachhaltig etabliert, die Projekte selbst sind gewachsen, das stadtinterne wie landesweite Netzwerk ist groß geworden. Es ist nun an der Zeit, die Arbeit der vergangenen Jahre zusammenzufassen, zu überprüfen und zu überlegen, wie die Musikförderung Rock und Pop für die Zukunft gestaltet werden kann und wo zukünftig Schwerpunkte gesetzt werden sollen.

## 2. Ausgangslage bei Gründung der Popbastion (2002/2003)

Impulsgeber für die Ulmer Aktivitäten im Bereich der Rock/Pop-Förderung war eine Initiative des Landes Baden-Württemberg zur Förderung der Popular- und Jugendmusik. Diese Initiative hatte zum Ziel, das gesellschaftliche, kulturelle und wirtschaftliche Potenzial der Popmusik stärker zu fördern. Die Arbeitsgruppe „Förderung der Popular- und Jugendmusik in Baden-Württemberg“ des Staatsministeriums hatte im Jahr 2001 eine Empfehlung für die Entwicklung von regionalen Förderkonzeptionen herausgegeben. Ulm war gemeinsam mit den Städten Stuttgart, Mannheim, Freiburg und Karlsruhe von Anfang an bei den Expertentreffen auf Landesebene vertreten, die zur Vorbereitung der Empfehlung stattfanden. Die Arbeitsgruppe betonte die zentrale Rolle der Basisförderung auf kommunaler und regionaler Ebene, die erst eine zielgerichtete Spitzenförderung ermöglicht. Während in Mannheim die Popakademie vorbereitet wurde, die der Spitzenförderung dient, sollte die Arbeit in den Regionen Rahmenbedingungen für Einsteiger, Semiprofis und Profis (Proberäume, Auftrittsmöglichkeiten, Nachwuchswettbewerbe etc.) schaffen und ein kommunales und regionales Seminar-, Coaching- und Beratungsangebot entwickeln. Die Kommunen sollten eine große Rolle bei der Vernetzung der gesamten Aktivitäten im Land spielen und regionale Anlaufstellen realisieren.

In der Folge wurden in einer Reihe von Gesprächen Perspektiven einer kommunalen Förderung entwickelt und eine städteübergreifende Vernetzung der Förderung vereinbart. In den Städten Stuttgart, Karlsruhe, Mannheim, Freiburg und Ulm entwickelten sich daraus in Eigeninitiative und mit eigenen Mitteln umfangreiche Programme zur regionalen Musikförderung im Bereich Rock/Pop.

Für die regionale Förderung stellte das Land die RegioNet-Fördermittel zur Verfügung, die nach einem bestimmten Schlüssel unter den beteiligten Städten aufgeteilt wurde. Aktuell beläuft sich die Fördersumme für Ulm auf 7.000 € im Jahr. Sie setzt eine Komplementärförderung von 200% vor Ort voraus, d.h. 14.000 € müssen zusätzlich über die Kommune und über Drittmittelgeber eingebracht werden.

## Ein landesweiter Impuls – Ulm war von Anfang an dabei

Am 17. Mai 2002 beschloss der Fachbereichsausschuss Kultur, Bildung, Sport und Freizeit die Konzeption „Nachwuchsförderung Rock und Pop in Ulm“, die die Abteilung Kultur der Stadt Ulm in enger Abstimmung mit dem Stadtjugendring Ulm e.V. und Vertretern der Ulmer Rock- und Popszene entwickelt hatte. (vgl. Anlage 1)

Ausgangslage für die Entwicklung einer Förderkonzeption in Ulm war folgende Situation: In Ulm und der Region gab es im Jahr 2002 über 200 Rock- und Popbands/-künstler, darunter auch bundesweit und international erfolgreiche Künstler wie „Die Happy“, „Siamoon“, „Kinderzimmer Productions“, „Keilerkopf“, Hellmut Hattler und Joo Kraus, die zum Aushängeschild in Sachen Rock und Pop für die Stadt Ulm geworden waren. Diese außergewöhnliche Entwicklung galt es nachhaltig zu unterstützen und zu fördern. Hier konnte – ganz im Sinne der kulturpolitischen Leitlinien der Stadt Ulm – die Förderung für ein überaus aktives kreativ-schöpferisches Potenzial ansetzen, das bisher vernachlässigt worden war. Der „kreative Humus“ sollte nachhaltig unterstützt und gefördert werden, um die Entwicklung in diesem Bereich zu verstetigen und eine Perspektive zu gestalten.

Grundlage der Förderkonzeption war eine Bestandsaufnahme, die gemeinsam von der Abteilung Kultur, dem sjr und Vertretern der Ulmer Rock- und Popszene erarbeitet wurde. Beteiligt waren damals aus der Szene: Achim Lindermeir (Studiobesitzer und Verleger), Thorsten Mewes (Die Happy), Grant Sinclair (Pfeffer), Patrick Wieland (Siamoon), Martin Lindner (Kinderzimmer Prod., Manager, Labelmanager) und Oli Petermann (Musiker, Autor und Musiklehrer).

## Bestandsaufnahme 2002 im Bereich der Musikförderung Rock und Pop

Die Bestandsaufnahme aus dem Jahr 2002 ergab folgendes:

*Proberäume:* Der sjr stellt im Fort Unterer Kuhberg 6 Proberäume für 9 Bands zur Verfügung. Die Raummiete beträgt 40 €/Monat. Darüber hinaus gibt es in Erbach auf privatwirtschaftlicher Basis ca. 30 Bandräume für ca. 70 Bands zu 125-150 € Monatsmiete sowie in Neu-Ulm private Räume auf dem Wiley-Gelände. In Erbach wie auch beim sjr gibt es ungeachtet dieses Angebots lange Wartelisten.

*Studio:* Der sjr stellt das Studio Frizz (Werk X, Beim Alten Fritz) für Tonaufnahmen zur Verfügung. Die Tagesmiete beträgt 80 €. Die technische Ausstattung ist nicht auf dem aktuellsten Stand, die Betreuung wird ehrenamtlich geleistet und ist ebenfalls zu optimieren.

*Auftrittsmöglichkeiten:* Auftrittsmöglichkeiten bestehen in fünf bis acht Treffs in Ulm, im Cafe d'Art (Local Heroes), Roxy (Heimspiel), Ulmer Zelt, Jugendhaus Büchsenstadel und Glacis Neu-Ulm.

*Projekte:* Der sjr bietet sporadisch Konzert- und Workshop-Reihen an, z.B. „on stage“ (Workshops und Konzerte 2000), „donau stage“ (Internationales Jugendmusikprojekt 2002).

Seitens der Stadt gibt es zu dieser Zeit keine Förderung von Rock- und Popgruppen in Ulm. Die Angebote des sjr dienen in erster Linie der Grundversorgung im Sinne einer Breitenförderung.

## Bausteine der Förderkonzeption 2002

Aus dieser Bestandsaufnahme wurden folgende Bausteine für die städtische Förderkonzeption entwickelt: Die Förderung sollte sich danach in die Bereiche Grundversorgung und gezielte Förderung gliedern. Zum einen sollten Angebote gemacht werden, die einer Verbesserung und

Erweiterung der bereits bestehenden Grundversorgung dienen und die der Allgemeinheit der aktiven Nachwuchsbands zu Gute kommen.

Im Rahmen einer gezielten Förderung sollten besonders talentierte und ambitionierte Nachwuchsbands, die von einer Fachjury ausgewählt werden, durch individuelle Coaching- und Fördermaßnahmen gezielt unterstützt werden, wobei sich einzelne Angebote in den genannten Förderbereichen überschneiden würden.

*Bausteine im Bereich der Grundversorgung:*

- Bereitstellung von Proberäumen und Auftrittsmöglichkeiten
- Aufbau einer zentralen Internet-Informations- und Kommunikationsplattform für den Bereich Rock und Pop in Ulm, überregionale Vernetzung dieser Website
- öffentliche Seminar- und Workshopangebote u.a. im Bereich Instrumental- und Stimmtechnik sowie Musikrecht und -wirtschaft

*Bausteine im Bereich der gezielten Förderung:*

- individuelle Aus- und Fortbildungs- sowie Coaching-Programme in den Bereichen Instrumental- und Stimmtechnik, Show, Live Sound, Light Show, Studioteknik, Musikrecht und -wirtschaft
- Produktion von Tonaufnahmen (Demos) und Musikvideos
- Unterstützung von Start-up-Projekten im Bereich Konzertagenturen, Musikverlage, z.B. durch Bereitstellung von Bürokapazitäten

Ein weiterer Schwerpunkt sollte bei der Vermittlung von Know-how im Bereich Computer bzw. Neue Medien und Musik liegen.

### Räume für die Popbastion

Der Fachbereichsausschuss hatte mit Beschluss der Konzeption 2002 auch die Zusage gegeben, zur Umsetzung der Musikförderung Rock/Pop auf dem Gelände der Oberen Donaubastion im Gebäude 4/1 Räume bereitzustellen (für Proben, Workshops, Seminare, als Geschäftsräume und für Start-up-Projekte). Insgesamt sollten im Rahmen der Neugestaltung der Oberen Donaubastion als zukünftiges soziales und kulturelles Zentrum drei Etagen für die Popbastion ausgebaut werden. Nachdem das Gebäude jedoch an einen privaten Investor verkauft wurde, brauchte es weitere Jahre, bis dieser Entschluss in einer stark reduzierten Form in die Tat umgesetzt werden konnte: Am 12. Dezember 2008 konnte die Popbastion – pünktlich zum Jubiläum – endlich ihre eigenen Räume im „Haus Popbastion“, Schillerstraße 1/13 in der Oberen Donaubastion beziehen. Statt der ursprünglich geplanten drei Etagen stehen nun immerhin zwei Räume auf einer Etage zur Verfügung. Die Popbastion teilt sich das Gebäude mit der Künstlergruppe „Kradhalle e.V.“.

Auf der Grundlage des Beschlusses des Fachbereichsausschusses schlossen der sjr und die Stadt Ulm 2003 eine Vereinbarung über die Zusammenarbeit und Arbeitsaufteilung für die „Popbastion“ und begannen mit der Arbeit (vgl. Anlage 2).

### Die ersten Projekte 2003

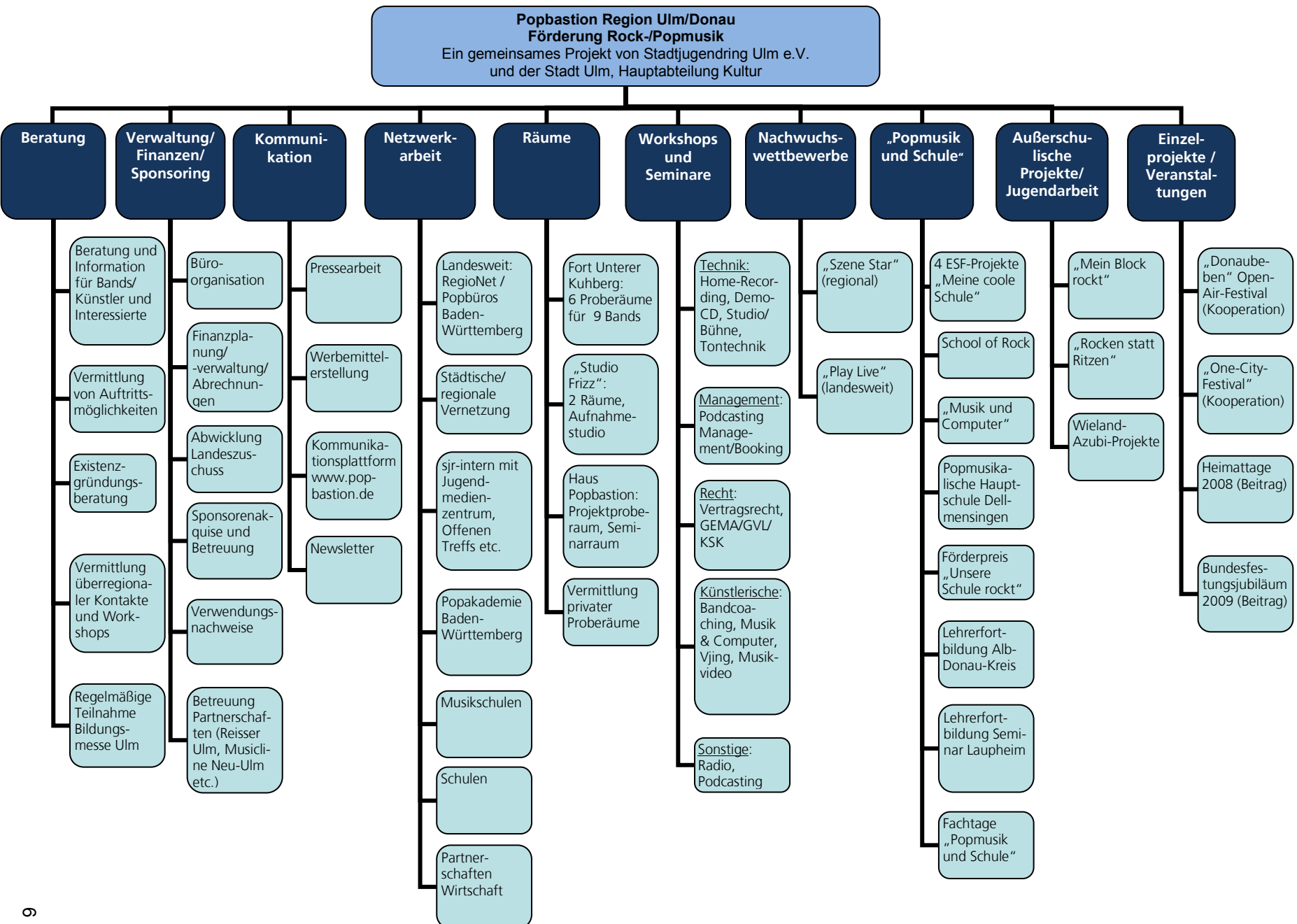
Im Jahr 2003 wurde die Internetplattform [www.popbastion.de](http://www.popbastion.de) online gestellt, die die ersten Aktionen unter dem Dach der Popbastion zentral kommunizierte: Am 22. November fand unter dem Titel „Wie präsentiere ich meine Band“ der erste Workshop statt, der ein umfangreiches Seminarprogramm in den Bereichen Computer, Studioteknik und Musikproduktion nach sich zog. Zur selben Zeit startete das erste Mal der Nachwuchswettbewerb „Szene Star“ und fand große Resonanz – insbesondere das Finale im Dezember. Unterdessen wurden Zukunftspläne

geschmiedet – die „School of Rock“ und erste Bausteine im Bereich Existenzgründungsberatung in Zusammenarbeit mit der Wirtschaftsförderung der Stadt Ulm wurden geplant. Eigentlich zielte damals alles darauf ab, die Räume in der Oberen Donaubastion, rechts neben dem Roxy, bald beziehen zu können. Ziel war es, die Arbeit in eigenen Seminar-, Workshop- und Start-up-Projekt-Räumen intensivieren zu können und eine zentrale Anlaufstelle zu schaffen. Die Arbeit mit den RegioNet-Partnern in Stuttgart, Karlsruhe, Mannheim, Freiburg intensivierte sich, gemeinsame Projekte wurden geplant – bis heute findet hier ein enger und regelmäßiger Austausch statt.

### 3. Die Popbastion Region Ulm/Donau (2008/2009)

#### 3.2. Aktuelle Arbeitsfelder

##### 3.1.1. Projektübersicht



### 3.1.2. Projektbeschreibungen

Die Popbastion Region Ulm/Donau ist nach fünf Jahren Arbeit in einem breiten Tätigkeitsfeld und zahlreichen Einzelprojekten aktiv. Nachfolgend werden analog zum Schaubild Projektübersicht die aktuellen Projekte der Popbastion Region Ulm/Donau kurz erläutert. Ausführliche Beschreibungen sind in Anlage 3 zu finden.

#### *Beratung*

Laufend erreichen die Popbastion Region Ulm/Donau Anfragen: Künstler und Bands suchen Proberäume und Auftrittsmöglichkeiten, benötigen Beratung in steuerlichen Angelegenheiten, suchen Kontakte zu anderen Musikern und stellen Fragen zu GEMA/GVL/Künstlersozialkasse, Jugendschutzrechtlichen Bestimmungen u. v. m. Jugendliche wie erwachsene Musiker suchen Kontakt zur Popbastion, häufig auf der Suche nach Proberäumen und um Kontakte zum Netzwerk in der Stadt zu erhalten. Regelmäßig nimmt die Popbastion auf der alle zwei Jahre stattfindenden Bildungsmesse teil und stößt dort auf großes Interesse bei Eltern, Lehrern und Jugendlichen.

#### *Verwaltung/Finanzen/Sponsoring*

Die Angebote der Popbastion Region Ulm/Donau erfordern einen hohen Verwaltungsaufwand, besonders im Bereich der Abwicklung für den Landeszuschuss und der Verwendungsnachweise für diverse Drittmittelgeber. Die Sponsorenakquise ist zeitintensiv, aber unumgänglich, um für die Projekte über genügend Mittel zu verfügen. Auch die Büroorganisation für die vielfältigen Projekte, die in fast jedem Bereich an Schnittstellen zwischen verschiedenen Abteilungen und Einrichtungen angesiedelt sind und unter Beteiligung zahlreicher Ehrenamtlicher und Honorarkräfte durchgeführt werden, erfordern viel Einsatz und Koordination.

#### *Kommunikation*

Die Internetplattform [www.popbastion.de](http://www.popbastion.de) dient der Vernetzung der Szene und ist das wichtigste Medium für die Kommunikation der Angebote der Popbastion Region Ulm/Donau. Das Forum bietet Such- und Interaktionsmöglichkeiten, alle Projekte, Termine, Partner usw. sind übersichtlich und informativ dargestellt. Die Seite wurde im Jahr 2008 neu aufgestellt und an das neue Erscheinungsbild angeglichen. Zur Kommunikation der Angebote und Veranstaltungen findet eine intensive Pressearbeit statt, werden Flyer und Plakate gedruckt und der Newsletter verschickt.

#### *Netzwerkarbeit*

- *Popbüros Baden-Württemberg/RegioNet-Förderung*

Die Popbastion Region Ulm/Donau beteiligt sich von Beginn an intensiv am landesweiten Netzwerk im Bereich der Rock/Pop-Förderung und trägt zu den Entwicklungen auf Landesebene bei. In engen Abständen finden gemeinsame Treffen statt, aus denen sich einerseits Impulse für die eigene Arbeit ergeben, andererseits gemeinsame Projekte entstehen. So ist die Popbastion Region Ulm/Donau maßgeblich an der Konzeption für das landesweite Projekt „Popmusik und Schule“ und die Lehrerfortbildung für den Rock-Pop-Bereich beteiligt und ist damit mitverantwortlich für einen der erfolgreichsten Schwerpunkte im landesweiten Angebot, das sich über die verschiedenen Kompetenzen der regionalen Akteure speist. Die Popbastion wurde inzwischen sogar von der bayerischen Landesebene als Berater in Sachen Popmusik und Schule angefragt.

- *Städtische/regionale Vernetzung*

Über die Hauptabteilung Kultur findet eine Verknüpfung mit den Kulturveranstaltungen der Stadt statt. So bieten sich bei Projekten wie der Kulturnacht, den Heimattagen oder dem Bundesfestungsjubiläum vielfältige Möglichkeiten, regionale Künstler aus dem Bereich Rock/Pop zu integrieren oder ganze Projekte der Popbastion Region Ulm/Donau zu verorten. Über die städtische Anbindung besteht zudem ein kurzer Weg zu wichtigen Partnern wie der Musikschule, den Schulen und der Profiszene. Durch regionale Projekte wie den Szene-Star-Nachwuchswettbewerb oder die Lehrerfortbildung entstand inzwischen ein großes Netzwerk zu Veranstaltern, Schulen, Lehrern, Bands, Einzelkünstlern und vielen weiteren Partnern bis hinein in die Wirtschaft.



- *Netzwerk Stadtjugendring*

Über den Stadtjugendring besteht ein enges Netzwerk zu verschiedenen Querschnittsbereichen der Mitgliedsverbände, wie z.B. dem Jugendmedienzentrum e.tage oder den offenen Treffs, die Auftrittsmöglichkeiten für junge Bands bieten (Saustall, Club Action etc.). Die Kinderbuchmesse, die Mädchenwoche, „Kooperation Jugendarbeit/Schule“ und Projekte mit dem Landesjugendring lassen zahlreiche Kooperationsmöglichkeiten zu.

### *Räume*

Die Popbastion Region Ulm/Donau vermittelt eine Reihe von Probe- und Auftrittsmöglichkeiten. Es geht darum Räume vorzuhalten, in denen sich junge Musiker ausprobieren können. Der Stadtjugendring betreut für die Popbastion sechs Proberäume im Fort Unterer Kuhberg sowie das Tonstudio „Studio Frizz“ in der Kienlesbergbastion.

Seit 2008 verfügt die Popbastion im „Haus Popbastion“ (Kradhalle, Obere Donaubastion) über zwei zusätzliche Projektproberäume, die insbesondere für eigene Projekte der Popbastion verwendet werden; einer der Räume kann zudem stundenweise von Musikern angemietet werden. Alle Proberäume sowie das Studio Frizz sind laufend ausgebucht; es gibt eine Warteliste, auf der aktuell neun Bands verzeichnet sind. Seit 2003 hat sich hier also nur eine begrenzte Verbesserung der Proberaumsituation ergeben. Insbesondere das Vorhaben, eigene Räume für die Geschäftsstelle und Start-up-Projekte zu finden, konnte nicht realisiert werden. Die Geschäftsstelle ist seit Gründung in den Räumen der sjr-Geschäftsstelle untergebracht. Die Proberäume stehen zudem aufgrund der Bestimmung des Stadtjugendrings nur jungen Menschen bis 27 Jahren zur Verfügung. Das heißt, für ältere Musiker findet über die Popbastion Region Ulm/Donau derzeit keine Raumvergabe statt.

In der Region gibt es insgesamt eindeutig zu wenige Proberäume im niedrigen Preissegment für Nachwuchskünstler, wie auch im höheren Preissegment für erwerbstätige Musiker. Diese Tatsache behindert die kulturelle Entwicklung der Stadt Ulm und vergibt die Chance, jungen Menschen eine sinnvolle und kreative Freizeitgestaltung zu ermöglichen.

### *Workshops und Seminare*

Die Popbastion Region Ulm/Donau verfügt durch ihr Netzwerk über Fachleute der verschiedensten Fachrichtungen, um adressatenorientiert Workshops und Seminare anbieten zu können. Die Themen reichen dabei von rechtlichen Fragen zu GEMA-/GVL-Abgaben oder Vertragsfragen über künstlerische Workshops und Bandcoachings bis hin zu Querschnittsthemen wie Podcasting- und Radioworkshops. Mit 27 Teilnehmern war der Workshop „Tontechnik“ im Februar 2009 mit einem renommierten und international anerkannten Soundmeister sehr gut besucht. Im „Haus Popbastion“ stehen seit 2008 eigene Räume für Seminare und Workshops mit geeigneter Ausstattung zur Verfügung. Weitere Angebote sind für Herbst 2009 geplant.

Die Workshops und Seminare wurden 2007 und 2008 nur in geringer Zahl angeboten und fanden – im Gegensatz zu früheren Angeboten und dem letzten Workshop – wenig Resonanz. Workshops müssten regelmäßiger angeboten und kommuniziert werden, um in der Szene angenommen zu werden. Es fehlt den Mitarbeitern der Popbastion Region Ulm/Donau momentan an Zeit, um ein kontinuierliches und an die Bedürfnisse angepasstes Angebot aufzubauen und kommunizieren zu können.

### *Nachwuchswettbewerbe: „Szene Star“ und „Play Live“*

In einem ganztägigen Demomathon, zwei Vorrundenkonzerten und einem Finale wird seit 2003 der regionale „Szene Star“ ermittelt, der anschließend auf die großen Bühnen wie „Ulmer Zelt“ und „Obstwiesenfestival“ geschickt wird. Der landesweite Wettbewerb „Play live“ wird von der Popbastion Region Ulm/Donau ebenfalls beworben und unterstützt und dient den bereits etwas geübteren Bands als Sprungbrett in die überregionale Szene. Die Nachwuchswettbewerbe stellen eine effektive und faire Förderung in den Mittelpunkt, um die teilnehmenden Bands auf ihrem Weg zum Erfolg zu unterstützen. Beide Wettbewerbe bieten für Musiker Auftrittsmöglichkeiten, professionelles Feedback von Musikexperten zu Musik, Darstellung und Vermarktung der

eigenen Band, Transparenz der Entscheidungen, effektive und faire Förderung sowie Geld- und Sachpreise. Außerdem ermöglichen die Wettbewerbe sowohl den Teilnehmern, wie auch den Veranstaltern einen Überblick über die Bandszene in der Region zu erhalten: Zum „Szene Star“ bewarben sich 2008 insgesamt 36 Bands.

#### *Angebote „Popmusik und Schule“*

- *Europäische Sozialfonds-Projekte „Meine coole Schule“*

Für die Jahre 2008 und 2009 hat der Stadtjugendring im Bereich „Verbesserung des Humankapitals“ – Spezifisches Ziel: „Vermeidung von Schulversagen und Erhöhung der Ausbildungsreife von schwächeren Schülern“ für Projekte der Popbastion Region Ulm/Donau Anträge auf Mittel aus dem Europäischen Sozialfonds gestellt, die positiv beschieden wurden. So können derzeit an vier Schulen Coaches der Popbastion wöchentlich an die Schule kommen und zu den Themenkomplexen „Rockband“, „Musical und Tanz“, „Hip Hop“ sowie „Musik am Computer“ die Arbeit der Musiklehrer in Bereichen unterstützen, die den Schülerinnen und Schülern nahe stehen, im Schulalltag jedoch häufig zu kurz kommen. Derzeit werden 5 Gruppen mit insgesamt 45 Schülerinnen und Schülern an den Schulen GHWRS Spitalhofschule Ulm, Alois-Bahmann-Schule Ulm (Förderschule), Elly-Heuss-Realschule Ulm, GHWRS Dellmensingen betreut. Die ESF-Mittel müssen zu 50 % komplementär finanziert werden; hierzu werden der Personalaufwand und insbesondere die Raumkosten des Stadtjugendrings als Eigenmittel eingesetzt. Für 2010 kann im Herbst 2009 ein Folgeantrag gestellt werden; es hängt dann von der Empfehlung des Arbeitskreises in Ulm ab, ob der Antrag befürwortet wird.

- *School of Rock*

Bereits zum vierten Mal tourten 2008 die Coaches der Popbastion Region Ulm/Donau durch die Klassenzimmer. 39 Klassen, Gruppen und Schulbands präsentierten 2008 auf der großen Roxy-Bühne ihre Songs, die sie teilweise selbst geschrieben und komponiert hatten. Alle Altersstufen und Schularten waren beteiligt und sind begeistert von den Ideen und Impulsen, die das Projekt Schülern und Lehrern an die Hand gibt. Viele Schüler entdecken bei diesem Projekt ihr musikalisches Talent und nehmen inzwischen Instrumentalunterricht. Einzelne Schüler und insbesondere die Schulen haben sich angeregt durch das Projekt inzwischen Instrumente und Technik angeschafft. Die Finanzierung des Projekts läuft zu 100 % über Drittmittel (Spenden und Sponsoren). „School of Rock“ zählt zu den erfolgreichsten Projekten der Popbastion, das belegen auch die Teilnehmerzahlen: 2004: 405, 2005: 457, 2006: 608, 2008: 513.

- *„Musik am Computer“*

Die Popbastion Region Ulm/Donau und die e.tage Jugendmedienzentrum des Stadtjugendring Ulm e.V. führten im Zeitraum Oktober bis Dezember 2007 dieses Projekt durch, das Hauptschülern ermöglicht, Erfahrungen im Umgang mit Musik und deren Erstellung am Computer zu machen. Die Projekte an der Pestalozzi-Schule, Elly-Heuss-Realschule und Albrecht-Berblinger-Schule in Ulm verliefen sehr viel versprechend. Anschlussprojekte werden derzeit über das Jugendmedienzentrum des sjr vorbereitet und durchgeführt.

- *Popmusikalische Hauptschule*

Seit dem Schuljahr 2006/2007 wird im Rahmen der Ganztagesbetreuung an der Grund-, Haupt- und Werkrealschule in Dellmensingen ab der 5. Klasse Popmusik in den Unterricht integriert. Bandedquipment wurde mit Hilfe von Sponsoren angeschafft. Das Pilotprojekt läuft mit großem Erfolg: Jeder Fünft- und Sechstklässler erlernt ein Instrument. Ein Coach der Popbastion Region Ulm/Donau (Musiker, Musikpädagoge) betreut und leitet seit 2006 die Rockband (5.- und 6.- Klässler). Seit Frühjahr 2008 ist ein weiterer freier Mitarbeiter der Popbastion an der Schule (Jahrgangsstufe 7 bis 9); er hat zwei Hip Hop-Crews zusammengestellt, die wöchentlich in Arbeitsgruppen Texte verfassen, Beats basteln, für Auftritte üben und eine CD produzieren. Bis Ende 2009 werden diese Projekte weitergeführt. Die Angebote der Popbastion in der Schule sind darüber hinaus abhängig von der Weiterbewilligung der ESF- und Landesmittel.

- *Förderpreis „Unsere Schule rockt“*

Die Popbüros Baden-Württemberg – die Popbastion Region Ulm/Donau ist Teil dieses Verbundes – sowie die Popakademie Mannheim entwickelten 2008 den landesweiten Schulförderpreis „Unsere Schule rockt“ für allgemeinbildende Schulen. Teilnehmende Schulen haben damit die Möglichkeit, sich und ihre Musik-Angebote zertifizieren zu lassen. 55 Schulen aus dem Land bewarben sich um die Zertifikate, Sach- und Geldpreise. Aus Ulm und der Region gab es gleich vier Gewinner. Die Popbastion hat vor allem an den beiden Gewinnerschulen aus Dellmensingen und Ulm durch ihre Arbeit an den Schulen maßgeblich zu diesem Erfolg beigetragen.

- *Lehrerfortbildungen*

Popmusik und Popkultur sind wesentliche Bestandteile der Lebenswelt von Schülerinnen und Schülern und bieten vielfältige Möglichkeiten im Unterricht, in Arbeitsgemeinschaften und Projekten eingebunden zu werden. Seit 2005 hat die Popbastion Region Ulm/Donau zusammen mit Musikpädagogen und Musikern Angebote für Fort- und Weiterbildung zu diesem Thema entwickelt, die von allen Lehrerinnen und Lehrern fächerübergreifend genutzt werden können und inzwischen landesweit „Schule machen“. Die Fachtage sollen ab 2010 verstärkt im landesweiten Netzwerk angeboten werden.

#### *Außerschulische Projekte und Jugendarbeit*

- *„Mein Block rockt“*

Nach zwei sehr erfolgreichen Projekten in der Weststadt (Albrecht-Berblinger-Schule) und in Wiblingen (Sägefelschule) erhalten momentan Jugendliche in Böfingen die Chance, mit bekannten Ulmer Hip Hoppern zu arbeiten. Die Coaches kommen einmal in der Woche ins Jugendhaus und musizieren dort gemeinsam mit den Jugendlichen. Das Angebot ist am Anfang offen gestaltet, mit dem Ziel, eine feste Kerngruppe zu bilden und zu fördern. Am Ende stehen ein Live-Auftritt sowie eine CD-Produktion im Studio. Das aktuelle Projekt findet in Kooperation mit der Mobilen Jugendarbeit Böfingen statt. Im Blickfeld stehen vor allem gefährdete Jugendliche mit Migrationshintergrund. Ziel ist es, den Jugendlichen eine sinnstiftende Freizeitgestaltung anzubieten, ihnen die Möglichkeit zur Entdeckung und Weiterentwicklung eines eigenen schöpferischen Potentials zu geben, Musik zu machen als Form der „gewaltfreien“ Auseinandersetzung, sprachliche Fähigkeiten und soziale Kompetenzen zu fördern. „Mein Block rockt!“ hat landesweit Beachtung gefunden: Zu Beginn des ersten Projekts 2005 berichteten mehrere namhafte Tageszeitungen des Landes über das Projekt. Die Schlagzeilen lauteten u.a. „Ulm meistert Integration mit Popmusik“.

- *„Rocken statt Ritzen“*

Gemeinsam mit der Kinder- und Jugendpsychiatrie der Universitätsklinik Ulm und Einsatz e.V. entwickelte die Popbastion Region Ulm/Donau ein Rockband-Projekt für Mädchen. Es soll Jugendlichen über die Musik helfen, selbst verletzendes Verhalten – das so genannte „Ritzen“ – zu überwinden. Die Teilnehmerinnen nehmen zweimal in der Woche an einem Kurs teil, der therapeutische Einzelgespräche sowie ein Bandcoaching beinhaltet.

- *Wieland-Projekt/Partnerschaften Wirtschaft*

Von Beginn an war die Wirtschaft der Popbastion Region Ulm/Donau eng verbunden. Die Musikgeschäfte Reisser in Ulm und musicline in Neu-Ulm unterstützen die Popbastion seit vielen Jahren beim Projekt „School of Rock“ mit Instrumenten und Geräten, diverse Banken und weitere Unternehmen unterstützen die Popbastion immer wieder mit größeren und kleineren Beträgen. Die Partnerschaft mit dem Unternehmen Wieland ist jedoch innovativ und von besonderer Qualität für beide Seiten. Sie basiert auf einer gleichberechtigten Partnerschaft und aktiver Beteiligung beider Seiten. Die Wieland-Werke AG, einer der größten Arbeitgeber und Ausbildungsbetriebe in der Region, unterstützt die Popbastion Region Ulm/Donau seit 2008 als „Partner der Popbastion“ einerseits mit einem finanziellen Betrag über mehrere Jahre, zudem aber auch mit Arbeitseinsatz und Know-how vor Ort. Die Wieland-Lehrlinge haben sich tatkräftig am Ausbau im „Haus Popbastion“ beteiligt und erwerben in Projektassistenzen bei der Popbastion zudem eine ganze Reihe

„außerbetrieblicher“ Kompetenzen. Im Gegenzug werden für ein komplettes Ausbildungsjahr (60-70 Jugendliche) Workshops, Coachings und Seminare der Popbastion angeboten, mit dem Ziel eine Art „Azubi-Band“ zu installieren. So findet über einen längeren Zeitraum ein intensiver Austausch zwischen den Partnern statt und beide Partner finden Kontakt zu ihrer Zielgruppe außerhalb ihres eigenen Bereiches.

#### *Einzelprojekte und -veranstaltungen*

- *„Donaubeben“ Open-Air-Festival (Kooperation)*

Das Benefizopenair-Konzert findet 2009 zur dritten Mal in Kooperation mit Rotaract Ulm statt und ist speziell als Veranstaltung für die ganz jungen Rock- und Popfans gedacht. Da es bereits um 16 Uhr los geht (2009 bereits um 13 Uhr), können auch Jugendliche ab 14 Jahre das volle Festival-Flair genießen. Über 1000 junge Besucher tummelten sich beim letzten Festival auf dem Gelände der Oberen Donaubastion. Betreut vom Stadtjugendring wird das Freiluftevent überwiegend von ehrenamtlichen Jugendlichen organisiert und durchgeführt. Die jungen Leute können sich in Eventmanagement, Personalführung, Öffentlichkeitsarbeit und Fund Raising ausprobieren und erwerben eine ganze Reihe von fachlichen und persönlichen Kompetenzen.

- *„One-City- Festival“ (Kooperation)*

Die Arbeit der Popbastion Region Ulm/Donau zeigt Früchte: Bei diesem Projekt haben sich Nutzer von Angeboten der Popbastion (in diesem Fall Mieter von Probenräumen) zunächst zu Coaches entwickelt („Mein Block rockt“) und nun die Popbastion als Kooperationspartner für ihr erstes eigenes Großevent angesprochen. Mit dem „One-City-Festival“ soll der zunehmenden Gewaltbereitschaft der Jugendlichen und der Aufsplitterung in verfeindete Gruppen entgegengewirkt werden: Jugendliche Hip Hopper aller Stadtteile aus Ulm und Neu-Ulm erhalten eine gemeinsame Bühne. Jungen Männern und Frauen sollen dabei die eigentlichen Werte des Hip Hop vermittelt werden und dadurch einen Beitrag zu einer möglichst gewaltfreien Region Ulm und Neu-Ulm geleistet werden. Bei einer erfolgreichen Durchführung soll das Festival jährlich etabliert werden. Langfristig wird damit die Möglichkeit zur Etablierung einer Hip-Hop-Szene gegeben. Für eine erfolgreiche Durchführung ist eine Zusammenarbeit der Bereiche Sozialarbeit und Kultur notwendig.

- *Heimattage Baden-Württemberg 2008 (Beitrag)*

Die Popbastion Region Ulm/Donau beteiligt sich an den Großevents der Stadt, so auch bei den Heimattagen 2008. Hier war sie insbesondere beim Themenschwerpunkt „Baden-Württemberg musiziert!“ ein wichtiger Partner: Der Lehrerfachtag „Popmusik und Schule“ fand in diesem Rahmen statt und die Popbastion vermittelte Bands für die offene Bühne auf dem Münsterplatz.

- *Jubiläum „150 Jahre Bundesfestung Ulm/Neu-Ulm“ (Beitrag)*

Natürlich darf die Popbastion Region Ulm/Donau als Mieter einiger Räume in den Bundesfestungsanlagen auch bei diesem Thema nicht fehlen: Die Popbastion öffnet 2009 beim Festungsfest die Pforten im „Haus Popbastion“ in der Oberen Donaubastion und stellt ihr Angebot zwei Tage lang mit Band-Live-Coachings, Projektpräsentationen und Auftritten junger Bands vor.

### 3.1.2. Zusammenfassung aktuelle Arbeitsfelder

Die Arbeit von Stadtjugendring und Stadt Ulm im Bereich der Rock/Pop-Förderung ist mit der Gründung der Popbastion stark intensiviert worden. Der regelmäßige interne (Stadtjugendring/Stadt Ulm) wie landesweite Austausch (Popbüros Baden-Württemberg) hat Impulse gesetzt, die in neuen Projekten mündeten. Durch eine gemeinsame Anlaufstelle für die Rock/Pop-Förderung konnten bestehende Angebote (Proberäume, Treffs als Auftrittsorte sowie auf der anderen Seite die Wirtschaftsförderung und die Kulturveranstaltungen etc.) gebündelt und gemeinsam kommuniziert werden.

Die Aktivitäten haben sich über die fünf Jahre stark entwickelt, neue Projekte wurden etabliert und der Tätigkeitsbereich hat sich ausgeweitet. Es wurde einerseits ein regelmäßiges Programm auf die Beine gestellt („School of Rock“), andererseits immer wieder Impulse durch Einzelveranstaltungen gesetzt (z. B. „Rock mich Amadeus“). Durch Nachwuchswettbewerbe, Workshopangebote, den neuen Projektproberaum im „Haus Popbastion“ und den Aufbau eines Netzwerks (via Internetplattform, aber auch real durch Kontakte bei den Wettbewerben und Projekten) wurden konkrete Maßnahmen ergriffen, um die Rahmenbedingungen und Möglichkeiten für Bands und Musiker/innen zu verbessern.

Die Popbastion Region Ulm/Donau wird mittlerweile von vielen Seiten als kompetenter Ansprechpartner insbesondere bei musik- und sozialpädagogischen Projekten angefragt („Rocken statt Ritzen“, „Meine coole Schule“, „Popmusik und Schule“) und verfügt inzwischen über eine Vielzahl hochqualifizierter Coaches.

Die vielen Anfragen von Kooperationspartnern zeigen dabei, wie wichtig es ist, den Bereich Rock und Pop zu fördern und zu nutzen: Es ist die Musikrichtung, die den Hörgewohnheiten der Jugendlichen am nächsten liegt, bei der man sie in ihrem alltäglichen Umfeld „abholen“ kann. Das betrifft sowohl musikalisch bislang unbedarfte, wie musikalisch bereits begeisterte oder sogenannte „gefährdete“ Jugendliche. In jedem Fall findet man über diesen Bereich einen Ansatzpunkt für Projektarbeit in verschiedenen Bereichen.

Kontinuität ist wesentlich für eine erfolgreiche Förderung. In einigen Bereichen hat die kontinuierliche Arbeit der Popbastion Region Ulm/Donau bereits Früchte gezeigt: Frühere Teilnehmer der Workshops „School of Rock“ sind selbst zu Coaches heranwachsen. Damit bleibt der Kontakt zur Szene erhalten, lebendig und „jung“ und schafft neues Engagement und Aktivitäten. Die Idee der Popbastion, Initialzündungen für Engagement in der Szene zu liefern, hat sich insbesondere in den Projekten „Donaubeben“ und „One-City-Festival“ verwirklicht, bei denen aus der Szene heraus neue Projekte entstanden sind, die die Popbastion als Kooperationspartner nur noch begleitet.

Dass der Verlust von Kontinuität den Erfolg der Projekte gefährdet, zeigt das Beispiel Workshops: Aufgrund der knappen Ressourcen konnte keine regelmäßige Workshopreihe organisiert werden. Vereinzelte Workshops waren wegen fehlender Kontinuität und unzureichender Kommunikation der Angebote schlecht besucht. Um den Erfolg von Projekten nicht dem Zufall zu überlassen, Potenziale zu erkennen und gezielt zu fördern muss der Kontakt zu heranwachsende Bands und Künstlern konstant sein.

Der Schwerpunkt der Aktivitäten der Popbastion Region Ulm/Donau liegt zurzeit im Bereich der Jugendarbeit. In diesem Bereich ist die Popbastion quantitativ wie qualitativ gut aufgestellt. Hier werden in Ergänzung zu den Angeboten der Musikschulen (dort Einzelunterricht, hier Bandcoachings und Erstkontakte zu Musik und Instrument) und dem Musikunterricht der Schule, Projekte umgesetzt.

Diese Schwerpunktbildung erklärt sich insbesondere über die Tatsache, dass sich die Popbastion den Aufgaben zugewandt hat, die sie angesichts der finanziellen wie personellen Ausstattung und aufgrund der Vorerfahrung der Mitarbeiterinnen – insbesondere durch die Nähe zum Stadtjugendring – am besten leisten kann. Ein weiterer Grund für die Ausrichtung auf die Gruppe der Jugendlichen ergibt sich durch die Regularien des Stadtjugendrings, die eine Förderung der über 27-jährigen ausschließen – dies ist insbesondere bei der Vergabe der Proberäume relevant, die alle über den Stadtjugendring verwaltet werden; von städtischer Seite gibt es kein Proberaumangebot.

Rock-/Popmusik-Förderung kann aber nicht allein Jugendliche betreffen. Bereits im Konzept aus dem Jahr 2002 wurde betont, dass der Schwerpunkt nicht allein in der Jugendarbeit liegen sollte, wenn auch von der „Nachwuchsförderung“ die Rede war. Genaugenommen aber genügt dieser Begriff nicht den Ansprüchen eines ganzheitlichen Ansatzes. Insbesondere von Landesseite wird zunehmend darauf gedrungen, dass sich die Popbastion der Rock-/Popförderung als Ganzes öffnen soll, statt die Angebote auf Jugendliche und junge Erwachsene zu beschränken. Eine nachhaltige Förderkonzeption muss sowohl Anfänger wie auch Semiprofis und Profis, muss Künstler wie auch Unternehmer der Musikwirtschaft miteinschließen. Denn ohne die Perspektive einer professionellen Ausübung ist auch Nachwuchsförderung nur bedingt wirksam.

Der aktuellen Ausrichtung der Angebote entspricht auch die Entwicklung des Netzwerks: Mit vielen Schulen sowie den Musikschulen Neu-Ulm, Nersingen und Vöhringen, besteht ein reger Austausch und eine fruchtbare Zusammenarbeit. Mehr ein Produkt des Zufalls sind dagegen noch die Kontakte zu Unternehmen der Musikbranche (Tonstudios, Agenturen, Labels).

Insgesamt lässt sich festhalten, dass sich in einigen Bereichen der Rock/Pop-Förderung in Ulm seit 2002 viel entwickelt hat und die Popbastion Region Ulm/Donau zu einer wichtigen Institution in der Stadt wie auf Landesebene geworden ist. Die Popbastion verfügt über große Potenziale, die bisher erfolgte Arbeit eröffnet nun viele Chancen, die momentan aber nur zum Teil genutzt werden können, da Mittel und Personal fehlen, das Engagement auszuweiten. Dass die Arbeit in die richtige Richtung geht und es lohnend ist, nun darauf aufzubauen, zeigen auch die Rückmeldungen von Unternehmen und Veranstaltern:

„Die Popbastion ermöglicht sehr vielen Jugendlichen den ersten Kontakt mit modernen Musikinstrumenten. So ergeben sich für uns neue Märkte.“  
Günter Gedenk, Geschäftsführer Musikhaus Reisser Ulm, 31.03.09

„Ohne die Popbastion wäre die Ulmer Rock- und Popszene um einiges ärmer. Auch wir Händler profitieren von der Arbeit der Popbastion.“  
Werner Gunkel, Geschäftsführer Musicline Neu-Ulm, 30.03.09:

„Das Ulmer Zelt wird in seiner Spielzeit 2009 allein fünf junge Ulmer Bands auf die große Bühne schicken. Nicht um das Programm aufzufüllen, sondern um dem Ulmer Publikum ein paar tolle junge Bands zu präsentieren. Das alleine beweist schon, wie qualitativ und quantitativ hochwertig die Bandszene in Ulm ist. Der Szene Star 2009 und die Arbeit der Popbastion unterstützen diese Szene nachhaltig und sind daher für eine lebendige Jugendkultur unerlässlich. Ulm hat eine lange Tradition von tollen, hochkarätigen Musikern und Rockbands, um diese zu erhalten und auszubauen bedarf es einer Institution, die sich für die Belange der Bands einsetzt, die Interessen bündelt und in der Öffentlichkeit vertritt. Das Ulmer Zelt ist froh, dass die Popbastion diesen wertvollen Beitrag für die Ulmer Kulturszene leistet.“  
Lars Frick, Geschäftsführer Ulmer Zelt, 1.4.2009

## 3.2. Finanz- und Personalsituation

### 3.2.1. Finanzen

Die Höhe des Gesamtbudgets der Popbastion Region Ulm/Donau hängt von der Fähigkeit ab, Drittmittel einzuwerben, was angesichts der zur Verfügung stehenden Arbeitszeit der beiden Mitarbeiterinnen kein leichtes Unterfangen ist. Daher schwankte der Gesamtbetrag in den letzten Jahren stark (vgl. Übersicht in Anhang 4). Den Grundstock der Finanzierung bilden die so genannten „Regio-Net“-Fördermittel des Landes Baden-Württemberg – seit 2007 wird Ulm mit einem Betrag von 7.000 € gefördert. Bedingung für die Förderung ist die komplementäre Aufstockung des Betrags mit 100% kommunalen Mitteln (also durch die Stadt Ulm) und 100% weiteren Mitteln (Beitrag des sjr, Drittmittel und Teilnehmerbeiträge).

Der städtische Beitrag setzt sich aus Personalbereitstellung und Fördermitteln für den sjr zusammen: Im Rahmen eines Budgetansatzes stellt die Stadt dem Stadtjugendring einen Festbetrag zur Verfügung, der mit zur Deckung von Mieten und Nebenkosten dient. Darin enthalten sind auch die Mieten und Nebenkosten für Proberäume und das „Haus Popbastion“. Durch die Energiekostensteigerung in den letzten Jahren kommt es stetig zu einem Defizit, das der sjr aus eigenen Mitteln aufzubringen hat. Die Stadt hat darüber hinaus den Umbau der Kradhalle finanziert und hälftig der Popbastion Region Ulm/Donau zur Verfügung gestellt („Haus Popbastion“). Mit ihrem Anteil finanziert die Stadt also die Grundinfrastruktur. Projekte können aus diesen Mitteln nicht bestritten werden.

Der Stadtjugendring stellt ebenfalls eine Mitarbeiterin zur Verfügung und bringt darüber hinaus Mittel für Projekte und Veranstaltungen aus ihrem Budget ein, überlässt und unterhält Räume für Veranstaltungen und Projekte, stellt zudem die Infrastruktur der Geschäftsstelle (Verwaltung) sowie Arbeitszeit von Auszubildenden, Praktikanten und Zivildienstleistenden zur Verfügung. Innerhalb des Stadtjugendrings ergeben sich Synergien mit anderen Bereichen, so dass Projekte über verschiedene Kostenstellen abgewickelt werden.

Die Popbastion Region Ulm/Donau kann durch diese Förderung also relativ sicher über 21.000 € (inkl. Personalkosten) pro Jahr verfügen, wobei auch die RegioNet-Mittel jährlich neu beantragt werden müssen (über die Mittel verfügt der Verwaltungsrat der Popakademie Mannheim). Neue Regionen beginnen mit der Musikförderung im Bereich Rock/Pop, die mittelfristig ebenfalls Fördermittel beantragen werden (z.B. Reutlingen, Schwäbisch Gmünd, Ravensburg, Radolfzell/Konstanz, Calw, Region Heilbronn-Franken, Region Neckar-Alb). Hier bedarf es politischer Unterstützung auf Seiten des Landes, damit in Zukunft für alle Akteure genügend Fördermittel zur Verfügung stehen.

### 3.2.1. Personal

#### „Feste“ Mitarbeiterinnen (aus Eigenmitteln der beiden Träger finanziert):

Stadt Ulm, Hauptabteilung Kultur: 15 Stunden pro Monat (180 Stunden im Jahr)

Stadtjugendring Ulm e.V.: 20 Stunden pro Monat (240 Stunden im Jahr)

#### Geringfügig Beschäftigte:

Über das Budget der Popbastion Region Ulm/Donau wird derzeit ergänzend beschäftigt:  
1 Person auf 400 € Basis : 32 Stunden im Monat (384 Stunden im Jahr)

#### Honorarkräfte

Für die Popbastion Region Ulm/Donau sind projektweise derzeit 28 MitarbeiterInnen auf Honorarbasis als Coaches und Workshopleiter tätig. 1.182 Honorarstunden kommen pro Jahr zusammen.

#### Ehrenamtliche Mitarbeit:

Das inzwischen recht umfangreiche Aufgabengebiet der Popbastion Region Ulm/Donau wäre ohne zusätzliche Unterstützung von vielen engagierten Menschen nicht möglich. Bei fast allen Angeboten sind zahlreiche Ehrenamtliche aktiv.

Über die beiden festen Mitarbeiterinnen stehen für Projektplanung, -konzeption und -organisation also derzeit pro Monat 35 Stunden Arbeitszeit zur Verfügung, das ist zusammen kaum mehr als ein Arbeitstag pro Woche. Mit der hier veranschlagten Stundenzahl kann man den Ansprüchen der Popbastion Region Ulm/Donau nicht gerecht werden. So kann weder die Vielfalt und Qualität der bestehenden Projekte gehalten werden, noch ein Ausbau der Bereiche erfolgen.



## 4. Wo geht der Weg hin?

### 4.1. Ziele und Schwerpunkte

Die Richtung, in die sich die Popbastion Region Ulm/Donau entwickeln muss, stellt sich aufgrund der beschriebenen Situation mit ihren positiven Entwicklungen wie den Defiziten deutlich dar: Die Popbastion muss ihre Angebote in den drei Bereichen Soziales, Kultur und Musikwirtschaft zukünftig konzeptionell stärker auf einander abstimmen. Der Kontakt zu den jeweiligen Zielgruppen und Partnern muss intensiviert und dauerhaft gepflegt werden. Kontinuität und konzeptionelle Arbeit sollten zukünftig mehr im Vordergrund stehen. Die Einrichtung muss auch für Profis interessant werden. Durch das Setzen von Impulsen soll die Popbastion Entwicklungen bei Künstlern und in der Musikwirtschaft der Region bewirken.

Seit 2008 haben die Gemeinderäte zudem beschlossen, der Kultur unter dem Stichwort „Ulm – Kulturstadt an der Donau“ einen großen, strategischen Stellenwert zuzuschreiben. Spitzenförderung und qualitativ hochwertige Kulturarbeit ist aber nur durch beständige Basisarbeit möglich.

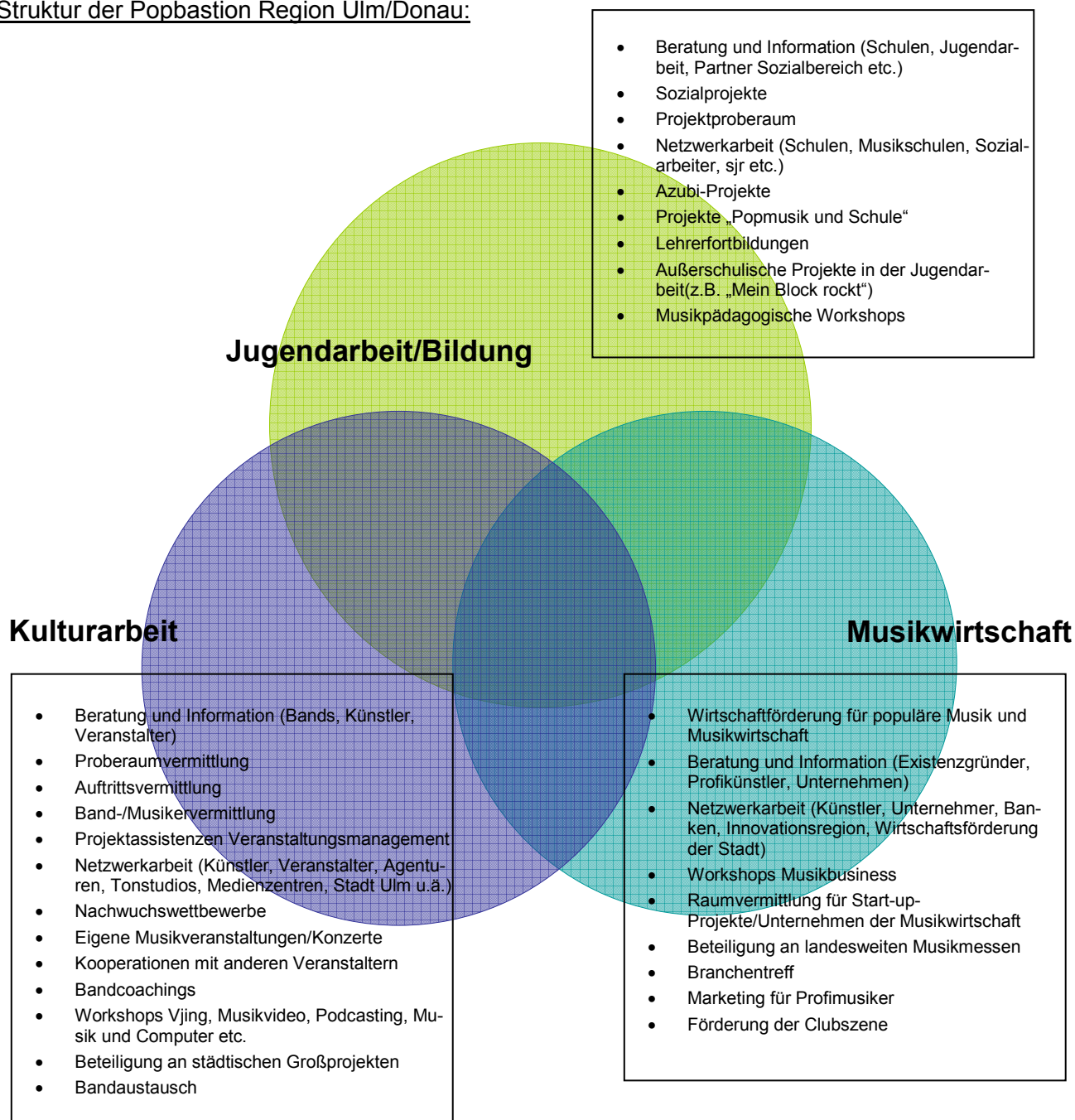
Konkret gilt es folgende Punkte anzugehen:

1. Aufbau der Wirtschaftsförderungsangebote für populäre Musik und Musikwirtschaft
2. Ausbau der Kulturarbeit
3. Sicherung der Nachhaltigkeit der Projekte im Bereich Jugendarbeit/Bildung
4. Querschnittsorientierung aller drei Bereiche – Wirtschaft, Kultur und Jugend
5. Kontinuität und Nachhaltigkeit in den einzelnen Bereichen gewährleisten.
6. Abstimmung der Projekte und Angebote (auch von Dritten) aufeinander, so dass insgesamt ein durchgehendes Angebot für alle Interessengruppen und Entwicklungsstadien besteht („weiße Flecken“ im Angebot ausfüllen)
7. Intensivere Kommunikation der Angebote, mehr Service
8. Mehr Angebote für und stärkere Wirkung in die Region

Die Abstimmung der Projekte aller drei Bereiche (Jugendarbeit, Kulturarbeit und Musikwirtschaft) und ein zuverlässiges Angebot in jedem dieser Bereiche sichert die Nachhaltigkeit der einzelnen Maßnahmen. Die Arbeitsfelder tangieren sich, wirken in die anderen stark hinein und bilden füreinander Perspektiven. Kultur, Kommerz und gesellschaftliche Bedeutung durchdringen sich und machen die Förderung von „Popmusik“ zu einer Querschnittsaufgabe in den Bereichen Wirtschaft, Kultur und Jugend (s. auch Menrath, Janina / Woog, Paul; Staatsministerium Baden-Württemberg (Hrsg.): Empfehlungen der Arbeitsgruppe Förderung der Popular- und Jugendmusik in Baden-Württemberg, Stuttgart 2002. S. 9-17. [www.mfg.de/popmusik](http://www.mfg.de/popmusik)). Es sind genau die unterschiedlichen Einstellungen und Ideen zur Popmusik aus diesen drei Bereichen, die sich wunderbar ergänzen. Ein wirtschaftlich orientiertes Standortprogramm ohne kulturelles Konzept würde beispielsweise ebenso scheitern wie ein Bandcoaching ohne gruppenpädagogische Elemente. Nur wenn die Aktivitäten aus den betroffenen Abteilungen der Stadt Ulm ineinandergreifen, kann die Popbastion Region Ulm/Donau auch für das Kreativpotenzial einer Stadt nachhaltig wirken.

Die Bedeutung dieser Querschnittsorientierung ergibt sich auch aus der Entwicklung eines Künstlers bzw. Unternehmers der Musikbranche: Der Erstkontakt mit einem Instrument erfolgt vielleicht an der Schule oder in einem außerschulischen Projekt (Sozialarbeit, erste musikpädagogische Ansätze, Basisförderung), dann folgen im Optimalfall Proberaumnutzung, Coachings, Workshops (Jugend- und Kulturarbeit), daran schließen sich Auftritte und Wettbewerbsteilnahmen an (Kulturarbeit), die Band etabliert sich, sucht ein Label, feste Auftrittsorte, tritt regelmäßig bei Veranstaltungen auf, benötigt Instrumente, Material etc. (Wirtschaftsförderung, Kulturarbeit), der eine oder andere wendet sich eher dem Musikbusiness in Form der Gründung einer Agentur, eines Tonstudios zu, sucht Räume, Kontakte, Wirtschaftspartner, Finanzhilfen etc. (Wirtschaftsförderung, Kulturarbeit).

**Darstellung der zukünftigen Arbeitsbereiche**  
**Struktur der Popbastion Region Ulm/Donau:**



Das Popbüro Region Stuttgart hat diese Bereiche bereits in vorbildlicher Weise verknüpft und sie zudem in der Trägerstruktur aufgegriffen: Das Popbüro ist ein Angebot der Wirtschaftsförderung Region Stuttgart GmbH und der Stuttgarter Jugendhaus gGmbH mit Unterstützung der Landeshauptstadt Stuttgart (Kulturamt, Wirtschaftsförderung). Die Aufgaben im Ulm sind im Grunde dieselben, die Einbeziehung der Verantwortlichen der drei Bereiche in der Stadt damit notwendig und auch für die Trägerschaft der Popbastion Region Ulm/Donau wünschenswert.

Für eine erfolgreiche Umsetzung der in Kapitel 4.2 beschriebenen Maßnahmen ist die Kenntnis der Bedeutung der drei Wirkungsbereiche Voraussetzung. Darum soll die Relevanz im Folgenden kurz angerissen werden, ohne Anspruch auf Vollständigkeit.

#### **4.1.1 Bedeutung der drei Bereiche Jugendarbeit, Kulturarbeit, Musikwirtschaft**

##### Bereich Jugendarbeit / Bildung

Die Projekte der Popbastion Region Ulm/Donau erreichen in großem Maße Kinder ohne musikalische Vorbildung, Jugendliche mit Migrationshintergrund oder auch „gefährdete“ Jugendliche. Sie fördern den interkulturellen Austausch. Hier wird Persönlichkeitsentwicklung und Wertorientierung mit den Mitteln und Formen des kulturellen Ausdrucks ermöglicht. Die integrative Wirkung der Projekte ermöglicht es, wichtige Schlüsselqualifikationen wie Sozialverhalten und Teamfähigkeit zu fördern, Randgruppen einzubeziehen und Schief lagen in sozialen Brennpunkten zu reduzieren (s. auch: Freie Hansestadt Hamburg, Kulturbehörde (Hrsg.): Rahmenkonzept Kinder und Jugendkulturarbeit in Hamburg. Mitteilung des Senats an die Bürgerschaft Drucksache 18/649 vom 27.07.04. und: Lange, Terje / Woog, Paul: Netzwerk Im-Puls. Subjektive Stilinszenierung Jugendlicher als Grundlage für die Jugendkulturarbeit in der Großstadt". Diplomarbeit an der Universität Tübingen, 1999. S. 115 ff.)

Popmusik kann helfen Grenzen zu überwinden, Einblick in fremde Lebenswelten zu bekommen und den Anderen besser zu verstehen. Für jugendliche Musiker mit Migrationshintergrund bieten kulturelle Austauschmaßnahmen dabei oft die doppelte Erkenntnis, dass man sich besser musikalisch äußern kann, wenn man sich seiner vielfältigen Wurzeln bewusst ist und dass dieses „Mehr“ keinesfalls ein „Weniger“ ist. Durch populäre Musik kann jeder seine Identität jenseits von Nationalität und kultureller Herkunft entfalten. Die Musik schafft direkt Gemeinschaft und ist die gemeinsame Sprache und daher zentrales Medium um sowohl internationale als auch interkulturelle Herausforderungen und Fragestellungen zu bearbeiten. In diesem Zusammenhang besitzt Popmusik einen besonderen Stellenwert. In ihr werden die sich verändernden kulturellen Ausdrucksformen Jugendlicher sehr stark wahrnehmbar. Sie können dort „verhandelt“ und auch qualifiziert werden: Beschäftigung mit Popmusik bedeutet Auseinandersetzung.

##### Bereich Kulturarbeit

Populäre Musik gehört zum täglichen Umgang vor allem junger Menschen und ist wichtigster Teil der Gegenwartskultur. Popmusik wird nicht nur konsumiert, sondern durch die Präsentation in den Medien mit bestimmten Symbolen und Bildern verknüpft, körperlich im Tanz erfahren und zu einer regelrechten Existenz erfahrung im musikalischen Erlebnis stilisiert. Die Arbeit der Musikförderung Rock/Pop nutzt und bedient diesen kulturellen Erfahrungshorizont. Sie spricht Menschen an, deren hauptsächlich kulturelles Betätigungsfeld (aktiv wie passiv) die Popmusik ist. Durch ihre Veranstaltungen und die Vermittlung von Bands und Künstlern tragen Einrichtungen wie die Popbastion Region Ulm/Donau und ihre Partner zum kulturellen Leben in der Stadt bei. Durch mehr Service in diesem Bereich und die Stärkung der Club- und Festivalszene kann die Musikförderung Künstlern und Unternehmern eine Perspektive bieten, ihre kreative Tätigkeit in dieser Stadt auszuleben. Sie schafft überdies Anreize in der Szene eigene Projekte anzugehen, kann kreative Prozesse initiieren.

Popmusikförderung kann als Begleitung der Musiker auf einem Weg verstanden werden – von der Motivation, zum ersten Mal ein Instrument in die Hände zu nehmen bis hin zur Begleitung einer (professionellen) Musikgruppe. Dieser Prozess ist nicht immer gleich, sondern verläuft individuell und muss ergebnisoffen bleiben. 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.

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. Strukturierte Lehrangebote (Musikschulen, Seminare, Workshops) und nicht regulierte Erfahrungsräume (Proberäume, Auftrittsmöglichkeiten etc.) sollten als „ganzheitliches“ Lernangebot konzipiert werden – dabei soll und muss die Popbastion diese Angebote gar nicht alle selber machen, sondern regional vorhandene bündeln und kommunizieren, fehlende Angebote initiieren und auf landesweite Weiterbildungsmöglichkeiten hinweisen.

### Bereich Wirtschaftsförderung

Die Kreativwirtschaft ist neben den „Life-Sciences“ (Biowissenschaften/Lebenswissenschaften) der einzige Wirtschaftszweig, dem EU-weit noch Wachstumspotenzial zugesprochen wird. Aus Untersuchungen z. B. in Großbritannien und Nordrhein-Westfalen geht hervor, dass die „kreativen Branchen“ überdurchschnittliche Wachstumsraten sowohl hinsichtlich ihrer Wertschöpfung als auch ihrer Beschäftigtenzahlen aufweisen (vgl. Ministerium für Wirtschaft, Mittelstand und Energie des Landes Nordrhein-Westfalen Kulturwirtschaftsbericht Nordrhein-Westfalen. Kultur- und Kreativwirtschaft Märkte – Innovationen, Düsseldorf 2008). Nach der Informations- und Telekommunikationsbranche ist die Medienbranche mit einer Wachstumsrate von fünf Prozent die am schnellsten wachsende Industrie der Weltwirtschaft. Die Kreativwirtschaft soll neben der Förderung von Forschung und Technologieentwicklung zur nachhaltigen Sicherung dieser Wertschöpfung beitragen.

Populäre Musik aus Deutschland hat es eher schwer, und dies nicht nur international, sondern auch im eigenen Land. Angebote, Räume und Konzepte zur Förderung sind immer noch rar. Klassische Methoden, wie beispielsweise eine Businessplanerstellung aus der Existenzgründerförderung lassen sich zum Beispiel hervorragend auf die Entwicklung einer Bandstrategie anpassen und viele der sich um dieses Angebot entwickelten Förder- und Beratungsangebote der Wirtschaftsförderung erlauben eine Anpassung und Erweiterung der ökonomischen um kulturelle und gesellschaftliche Ziele.

Nur eine Förderarchitektur, die mit ihrem Angebot alle Bedarfe von dem Augenblick an, in dem ein junger Mensch das erste Mal ein Instrument in die Hand nimmt, bis hin zur beruflichen Selbständigkeit als Profimusiker, Veranstalter oder Agenturbetreiber berücksichtigt – schafft eine nachhaltige Musikförderung und erhöht die Attraktivität des Standorts Ulm als lebenswerte, kreative und lebendige Stadt für Familien, für Künstler und für Unternehmen. Popmusik muss aber auch als Wirtschaftszweig nicht nur als Standortfaktor gesehen werden. Die Musik ist selbst die produzierende Wirtschaftskraft, die Leute in Lohn und Brot bringt, die Innovationskraft in sich birgt und die einen nicht unerheblichen Teil zur Wertschöpfung beiträgt.

Die Aktivitäten der Popbastion Region Ulm/Donau sind ein kleiner aber wesentlicher Beitrag zum Standortmarketing für die Bereiche Kultur, Soziales, Kreativwirtschaft und Tourismus. Nachhaltige Aktivitäten der Popbastion schaffen oder stabilisieren auf lange Sicht Arbeitsplätze: Musikunterricht, Musikgeschäfte, Veranstalter, Ausstatter, Plattenfirmen, Werbeindustrie, Musikverlage,

Agenturen, Aufnahmestudios, IT-Branche, Kreativwirtschaft, Hochschulen, Verwertungsgesellschaften usw. Zudem ist eine lebendige Musikszene mit Clubkultur und Musikfestivals für die Lebensqualität vor Ort wie auch für den Tourismus ein wichtiger Faktor.

## 4.2. Maßnahmen

### 1. Aufbau der Wirtschaftsförderungsangebote für populäre Musik und Musikwirtschaft

Erste Ansätze für die Integration des Bereichs Musikwirtschaft bei der Popbastion Region Ulm/Donau wurden bereits bei der Gründung der Popbastion gemacht. Ein Kontakt zur Wirtschaftsförderung der Stadt besteht, momentan aber nur als Link über die Homepage und nicht über konkrete gemeinsame Maßnahmen. Die Ansätze konnten bislang kaum weiter verfolgt und die Angebote kommuniziert werden. Gemeinsame Gespräche in den letzten Monaten haben gezeigt, dass hier viele Ideen für neue Projekte bestehen und das Interesse an einer intensiveren Zusammenarbeit auf beiden Seiten vorhanden ist.

Die Beratung und Information für Existenzgründer, Profikünstler und Unternehmen der Musikwirtschaft muss aufgebaut und die Popbastion in der Branche als Ansprechpartner bekannt gemacht werden. Beratungsangebote sollten sich in die Angebote der anderen Anbieter, wie der kommunalen Wirtschaftsförderungen, der IHKs oder Existenzgründereinrichtungen einfügen. Die „Beratung aus einer Hand“ ist für die Akteure dabei sehr wichtig, weil künstlerische und wirtschaftliche Fragestellungen sich oftmals durchdringen. Existenzgründungsangebote müssen dabei auf die spezifischen Probleme von Künstlern/Musikern abgestimmt werden. Künstler, die kleine kreative Unternehmenszellen gründen wollen, stehen oft vor der Frage: „Wie kann ich anfangen, mit meiner Musik Geld zu verdienen“. Fragestellungen wie Gewerbebeantragung, GEMA/GVL, Labelcode kommen auf. Viele Veranstalter sehen die Notwendigkeit einer Beratung dagegen erst, wenn der Kollaps droht, bzw. der Steuerbescheid des Finanzamtes auf dem Tisch liegt, der nicht mehr gezahlt werden kann.

Beratungs- und Coachingangebote sind vor allem wichtig, weil sie Kontakte und Know-how- „on the job“ vermitteln: praxisnah und sofort umsetzbar. Denkbar wäre, gemeinsam mit der Wirtschaftsförderung eine Infobroschüre für Jungunternehmen der Musikwirtschaft und für Musiker/Bands zu konzipieren, die Beratungsstellen und Ansprechpartner zu den häufigsten Fragen beinhaltet.

- Erstellung einer Infobroschüre Musikwirtschaft (Papier und Internet)

Darüber hinaus muss die Popbastion in Zukunft Fördermöglichkeiten und Qualifizierungsmöglichkeiten im Bereich Musikbusiness vermitteln und anbieten können. Workshops sind ein wesentlicher Bestandteil im Bereich Wirtschaftsförderung und Existenzgründungsberatung, müssen aber gezielt nach den jeweiligen Bedürfnissen eingesetzt werden.

- Bedarf für Seminare und Workshops ermitteln
- Entwicklung und richtige Terminierung geeigneter Seminare
- Kommunikation der Workshops über Infoblätter, Newsletter, Website und das Netzwerk der Wirtschaftsförderung der Stadt Ulm

Raumvermittlung für Musik- und Medienunternehmen heißt im Wesentlichen Büro- und Produktionsflächen zu bieten, hier insbesondere Studio- und Proberäume. Gesucht sind Räume für Start-up-Projekte, für Bands, Veranstaltungsräume (Indoor/Outdoor) und Gewerbeflächen (Objektbörse).

- Räume für Start-up-Projekte und für Bands vermitteln und günstig zugänglich machen
- Einrichtung einer Objektbörse für Gewerbeflächen für Künstler und Unternehmer der Kreativwirtschaft (hier ist die konkrete Unterstützung der Wirtschaftsförderung der Stadt Ulm gefragt) (Homepagebasiert)
- Ideal wäre zudem die Erstellung einer Datenbank für die Raumvermittlung (von Auftrittsmöglichkeiten, Tonstudios, Firmenveranstaltungen, Kleinmessen, Künstlerwohnungen, Projekt- und Seminarräumen, Veranstaltungsflächen für Großveranstaltungen (Ort, Größe, Kosten, Ansprechpartner etc.)

Die Popbastion Region Ulm/Donau muss auf die Bedürfnisse von Künstlern und Unternehmern im Bereich Wirtschaftsförderung hinweisen und an den richtigen Stellen für das Thema sensibilisieren. Daher ist die Netzwerk- und Gremienarbeit hier ebenfalls ein wesentlicher Bestandteil der Arbeit. Folgende Maßnahmen sind dazu notwendig:

- Vorstellung der Popbastion Region Ulm/Donau in und regelmäßige Teilnahme am Erfahrungsaustausch Existenzgründer der Wirtschaftsförderung der Stadt Ulm
- gemeinsame Konzeptionierung von Fördermaßnahmen mit Akteuren wie Finanzamt, IHK, Hochschulen, Banken, Agentur für Arbeit, Unternehmern, Innovationsregion, Wirtschaftsförderung der Stadt
- Schulung der eigenen Mitarbeiter in der Existenzgründungsberatung für Künstler und/oder Ausbau und Übernahme des Bereichs durch den Stadtentwicklungsverband Ulm/Neu-Ulm

Parallel soll die eigene Klientel aktiviert werden, ihre Potenziale zu erkennen, Probleme zu formulieren und ein Netzwerk zu schaffen.

- Einladung zu einem runden Tisch der Musikbranche mit dem Ziel einen regelmäßigen Austausch und Partnerschaften herzustellen
- Ggf. Durchführung eines ersten kleinen Musikbranchen- und -szenetreffs für die Region Ulm/Donau – mit Präsentationsmöglichkeiten für Unternehmen, Bands, Künstler, einer kleinen Bühne, Workshopangeboten und einer Talkrunde
- Beteiligung der Popbastion Region Ulm/Donau an den landesweiten Musikmessen über den Gemeinschaftsstand der Popbüros Baden-Württemberg. Möglichkeit für Unternehmen, sich dort ebenfalls zu präsentieren

Bei der Finanzierungsvermittlung geht es nicht nur um die Vermittlung von Risikokapital bei Gründungen, sondern oft um Mikrofinanzierungen oder sogar die Akzeptanz kleiner Musikfirmen und Künstler bei Banken, um ein Konto zu eröffnen und einen Kontokorrent-Rahmen zu erhalten. Da die Musikbranche von den Banken als Hochrisikobereich eingestuft wird, muss dies bisher einzelfallbezogen erfolgen.

- Auf Landesebene wäre es hilfreich, wenn ein Förderfonds der Landesbank angeboten wird, der speziell Unternehmenserweiterung und Existenzgründung im Fokus hat, damit auch Ulmer Unternehmen eine höhere Eigenkapitalrate erreichen können.

## 2. Ausbau der Kulturarbeit

Angebote im Bereich Kulturarbeit gibt es bereits, doch könnte die Ausrichtung noch stärker fokussiert werden. Folgende Maßnahmen sollen hier getroffen werden:

Die Beratung von Bands, Künstlern, Veranstaltern ist ein wesentlicher Baustein für diesen Bereich. Auftrittsorte, Probenräume, Gewerbeflächen, Transportmöglichkeiten und Förderungsmöglichkeiten und Qualifizierungsangebote müssen vermittelt werden, Hilfen zur Tourplanung, zum Marketing und zum Bandaustausch gegeben werden. Dieser Bereich sollte konzeptionell überarbeitet werden, Informationen zu relevanten Themen zusammengetragen und zur Verfügung gestellt werden.

- Aktualisierung/Ergänzung der Datenbank für die Band- und Musikervermittlung, zur Vermittlung von Auftrittsmöglichkeiten etc.
- Zusammenstellung von Informationen zu besonders nachgefragten Themenbereichen und Fragestellungen für die Homepage (Auftrittsorte, Fördermöglichkeiten, Tourplanung und Transport, Qualifizierungsangebote lokal und überregional, Bandaustausch etc.)
- Aufbau von Maßnahmen zur Unterstützung von hervorragenden Musikern beim Marketing

Das Proberaumangebot für Bands ist zu gering. Es gibt derzeit kein einziges Angebot in der Stadt Ulm für Bands, günstig an Proberäume zu kommen, abgesehen von den Proberäumen für Jugendliche über den Stadtjugendring, die Musikern über 27 Jahren bis dato nicht zur Verfügung stehen. Kontakte zu halten und Möglichkeiten für eine feste Ansiedlung und professionelle Ausübung der Künstler vor Ort zu bieten, ist wichtig für eine nachhaltige Entwicklung der Angebote der Popbastion Region Ulm/Donau und das Kreativpotenzial der Stadt. Optimal wäre ein gemeinsamer Standort für Anfänger und Fortgeschrittene, so dass sich Kontakte und Zusammenarbeit entwickeln können.

- Mehr Räume für Bands und Musiker schaffen und vermitteln

Workshops können bei Bedarf in folgenden Bereichen stattfinden: Individuelle Bandcoachings, künstlerische und musikpädagogische Angebote (in Ergänzung zu Angeboten der Musikschulen, z.B. VJing, Musikvideo, Podcasting, Stage-Performance, Tontechnik, Musik und Computer etc.), Musikbusiness (Fragen zu Auftritten und Verträgen) und Marketing

- Gezielte Terminierung von Workshops direkt im Anschluss oder kurz vor Nachwuchswettbewerben, gezielte Platzierung von Themen, so dass das Angebot leichter in der entsprechenden Zielgruppe kommuniziert werden kann
- Workshopeteilnahmen als Preise bei Wettbewerben
- Rückkopplung mit Musikschulen und Veranstaltern optimieren: Talentierte Bands und Musiker könnten über Dritte auf Fortbildungsangebote der Popbastion Region Ulm/Donau hingewiesen werden und umgekehrt
- Geeignete Bewerbung von Workshops entwickeln (Infoblatt, Internet)

Es gibt eine große Nachfrage nach Auftrittsmöglichkeiten insbesondere für junge Bands. Hier sollten mehr Möglichkeiten geschaffen werden bzw. bestehende Angebote besser kommuniziert werden. Auf Veranstaltungen und Konzerten entstehen konkrete Möglichkeiten für Kommunikation und Interaktion unter den Teilnehmern. Hier trifft das Publikum auf die Künstler, findet Öff-

fentlichkeitsarbeit für die Bands statt. Dieser Bereich bedarf der konzeptionellen Ausarbeitung und Entwicklung:

- Datensammlung „On Stage“ entwickeln und über das Internet zur Verfügung stellen – wo gibt es Auftrittsmöglichkeiten, welche Clubs, Festivals, Veranstaltungsreihen, welche Stilrichtung (von den Offenen Treffs, über die Open Stage im Roxy, die Kulturnacht bis hin zum Ulmer Zelt und Obstwiesenfestival)
- Entwicklung eigener Projekte und Veranstaltungen, die Nachwuchskünstler und Profimusiker auf der Bühne zusammenbringen und öffentlich in der Stadt einem größeren Publikum präsentieren.

Nachwuchswettbewerbe sind ein Beitrag zum kulturellen Leben in der Stadt – Veranstalter kommen und halten Ausschau nach neuen Talenten, Auftrittsmöglichkeiten werden vermittelt, Kontakte in der Szene werden intensiviert. Für die Szene sind Sie ein wichtiger Impulsgeber und motivierend – ein Großteil der Bands setzt sich einen Wettbewerb zum Ziel, um lange geplante Aufnahmen durchzuführen und einen Internetauftritt zu gestalten oder einfach intensiver zu proben. Der regionale Szene Star (Region Ulm, Neu-Ulm, Alb-Donau-Kreis, Kreis Biberach) soll weiterhin abwechselnd mit dem überregionalen Play Live-Wettbewerb veranstaltet werden. Der regionale Wettbewerb wird von der Popbastion Region Ulm/Donau veranstaltet, beim landesweiten Wettbewerb ist die Popbastion Kooperationspartner. Beide Angebote ergänzen sich.

- Regelmäßige Durchführung der Nachwuchswettbewerbe, feste Etablierung eines Termins

Freie Musikprojekte und -veranstaltungen sollen in Kooperation mit Partnern entwickelt werden, um den Austausch und die Motivation für Bands zu fördern. Hierfür steht insbesondere der Projektproberaum im neuen „Haus Popbastion“ zur Verfügung.

- Crossover-Projekte z.B. mit der Akademie für Kommunikation, dem Jugendmedienzentrum e.tage entwickeln
- Musikfilmabende, Jam-Sessions und eine Newcomer-Stage ins Programm nehmen
- Musik-Ferienangebote

### 3. Sicherung der Nachhaltigkeit der Projekte im Bereich Jugendarbeit/Bildung

Im Bereich Jugendarbeit / Bildung ist die Popbastion Region Ulm/Donau bereits auf einem hohen Niveau unterwegs. Die Projekte zeigen Früchte und die Nachfrage von Seiten der Schulen und Lehrer ist immens. Die Rückmeldungen von Teilnehmern, Coaches, Eltern und Lehrern bestätigen den Erfolg und die Wirksamkeit der Projekte (vgl. Anlage 3, Projektbeschreibungen). Die Arbeit soll auf gleichem Niveau und in gleicher Intensität fortgesetzt werden, die Nachhaltigkeit der Angebote gilt es jedoch zu sichern. Eine Ausweitung der Angebote auf andere Sozialräume und weitere Schulen wäre sinnvoll. Folgende Maßnahmen sind geplant:

Das Projekt „*School of Rock*“ soll weiterentwickelt werden. Durch die Arbeit der vergangenen Jahre haben sich neue Bands formiert, Schulen haben Equipment angeschafft und Proberäume geschaffen, so dass eine Neuausrichtung sinnvoll ist: Ständen bislang musikalisch unerfahrene Jugendliche im Fokus, so werden im nächsten Schritt die (neu entstandenen) Schulbands gezielt Coachings erhalten.

Weitere Angebote des Bereichs „Popmusik und Schule“ wie die ESF-Projekte, Schulworkshops im Bereich „Musik und Computer“, und die Betreuung der Popmusikalischen Hauptschule Dellmen-



singen werden weitergeführt und weiterentwickelt, sofern weiterhin Mittel zur Verfügung stehen. Wünschenswert wäre eine Ausweitung der Angebote an anderen Schulen. Einzelne Coaches werden an Schulen vermittelt, um kurzfristig Ergänzungen zum regulären Musikunterricht zu schaffen. Auch außerschulische Projekte könnten vermehrt angeboten werden.

- Weiterentwicklung der bestehenden Angebote
- Mehr dauerhafte Angebote an Schulen initiieren (Vernetzung Ganztageschule?)

Die Konzeption, Erweiterung und Umsetzung des Angebots an *Lehrerfortbildungen und Lehrerforttagen* ist ein zentraler Bestandteil für die zukünftige Arbeit, in den bereits tatkräftig investiert wurde. Ulm ist hier auf Landesebene Kompetenzzentrum und hat die Möglichkeit, die Entwicklungen maßgeblich voranzubringen. Die Fortbildung der Musiklehrer in Schulen ist eine wichtige Ergänzung zu den Angeboten durch Coaches in den Schulen. Viele Musiklehrer fühlen sich hilflos gegenüber den rock- und popmusikalischen Interessen ihrer Schüler und sind auf Fortbildungen angewiesen.

- Arbeitshilfen für Lehrer erstellen und bereitstellen
- Mitarbeit beim Konzept der landesweiten Lehrerfortbildung im Bereich Popmusik
- Regelmäßige Seminarangebote/Fachtage in Ulm organisieren
- Etablierung Ulms als Kompetenzstandort im Bereich Popmusik und Schule

Eine engere Zusammenarbeit mit der Abteilung Familie, Kinder und Jugendliche bzw. dem Fachbereich Bildung und Soziales der Stadt Ulm ist wünschenswert. Sozialarbeiter sollten stärker in die Projekte einbezogen werden, ein besserer Abgleich der Maßnahmen und Ziele erfolgen. Beispiele „One City Festival“ und „Mein Block rockt“: Diese Projekte verschränken in besonderer Weise die Bereiche Kultur- und Jugendarbeit, hier ist eine enge Zusammenarbeit mit den Sozialarbeitern der Städte Ulm von Nöten – auch in Neu-Ulm ist eine stärkere Zusammenarbeit wünschenswert.

- Entwicklung einer langfristigen Zusammenarbeit mit der Abteilung Familie, Kinder und Jugendliche der Stadt Ulm

Es scheint eine Tendenz bei Jugendlichen zu geben, freie Angebote ohne feste Anmeldeformalitäten und Terminverpflichtung bevorzugt anzunehmen. Daher möchte die Popbastion Region Ulm/Donau hier mehr Angebote schaffen; mit dem „Haus Popbastion“ steht hierfür endlich auch Raum zur Verfügung.

- Ferienangebote in Zusammenarbeit mit der Jugendhilfe entwickeln
- Entwicklung freier Angebote mit niederschwelligem Zugang. Ein fester wöchentlicher/monatlicher Treff z.B. für Hip Hopper könnte ein Pilotprojekt sein

#### 4. Querschnittsorientierung aller drei Bereiche – Wirtschaft, Kultur und Jugend

Die Bedeutung einer Querschnittsorientierung aller drei Bereiche wurde oben bereits dargestellt. Es gilt insgesamt in allen Bereichen Hilfen zur Selbsthilfe anzubieten, bestehende Angebote zu ergänzen. Um die Projekte und Maßnahmen der drei Bereiche aufeinander abzustimmen ist die Etablierung einer zentralen Anlaufstelle und eines Hauptansprechpartners für die Popbastion Region Ulm/Donau unerlässlich. Nur wenn an einem Ort alle Informationen zusammenlaufen, kann

eine sinnvolle Abstimmung der Angebote und ein regelmäßiger Austausch mit den Partnern der drei Wirkungsbereiche erfolgen und entsprechend nachgesteuert werden.

→ Einsetzung eines/einer hauptamtlichen Mitarbeiters/Mitarbeiterin für die Popbastion

Insgesamt sollte eine stärkere Serviceorientierung der Popbastion das Ziel sein, denn damit wird die Einrichtung interessant für die Zielgruppen und das Netzwerk: Die Popbastion muss in Sachen Rock/Pop für alle Anfragen eine direkte Antwort oder eine qualifizierte Weiterleitung der Anfrage an Dritte gewährleisten, unabhängig davon, welchen Bereich die Anfrage betrifft.

#### 5. Kontinuität und Nachhaltigkeit in den einzelnen Bereichen gewährleisten.

Kontinuität in der Arbeit in allen Bereichen kann nur durch eine regelmäßige Überprüfung und Anpassung der Angebote erreicht werden. Wichtigste Voraussetzung dafür ist ein regelmäßiger Austausch zwischen den Partnern aller Bereiche. Die Gespräche müssen angestoßen werden, Konzepte weiterentwickelt und die Resultate der Gespräche in Maßnahmen umgesetzt werden. Mit der bestehenden Struktur der Popbastion Region Ulm/Donau ohne hauptamtliche Kraft und Geschäftsführung bleibt die Kontinuität der Arbeit ein Produkt des Zufalls und auf einige Bereiche beschränkt, so dass die Einsetzung eines Hauptansprechpartners auch unter diesem Aspekt unerlässlich ist.

Aufgabe einer hauptamtlichen Geschäftsführung wäre sodann die Konzeption und Kommunikation aufeinander abgestimmter Angebote. Bei jedem Projekt muss Informationsmaterial für Folgeangebote zur Verfügung stehen. Wettbewerbe wie der Szene Star eignen sich besonders gut, um das Netzwerk zu stärken und auf weitere Angebote hinzuweisen.

→ Erstellung einer „Infobroschüre Popbastion“, die das regelmäßige Angebot zusammenfasst

→ Zusammenstellung von „Infopaketen“ für einzelne Themenschwerpunkte

→ Bessere Kommunikation der Angebote durch einheitliches Informationsmaterial zu allen Angeboten und Bereitstellung aller Informationen auf der Website

Eine regelmäßige Überprüfung der Angebote in Gesprächen mit den jeweiligen Partnern und Beteiligten ist ebenfalls eine Voraussetzung für nachhaltige Projektarbeit. Daher sollen folgende Maßnahmen ergriffen werden:

→ Etablierung von Special-Interest-Groups, wo es sinnvoll erscheint

→ Regelmäßige Ansprache der Musik-Szene, um den persönlichen Austausch zu intensivieren durch offene Treffs, z.B. Jam Sessions mit Profis, Newcomer-Stage, Musikfilmabende, Ferienangebote und Crossover-Projekte

→ Internetauftritt als zentrale Kommunikationsplattform erweitern:

- Nachwuchs- wie Profimusiker sowie Unternehmer der Musikbranche müssen auf dieser Seite alle Informationen erhalten, die für sie wichtig sind, wenn sie neu in die Stadt kommen (Kontakte zur Szene, Beschreibungen der Auftrittsmöglichkeiten, aktuelle Veranstaltungshinweise, weiterführende Links zur Existenzgründung, Raumvermittlung, Ansprechpartner bei Behörden etc.)
- Präsentationsplattform für Bands und Künstler (Profile mit Tourdaten, Fotos und mp3-downloads, Bilder/Filmen von eigenen Projekten und Veranstaltungen)
- Forum: Austausch- und Kommunikationsmöglichkeit für Bands und Künstler, Such-, Kauf- und Tauschbörse,

- Veranstaltungstipps von und gute Verlinkung mit regionalen und überregionalen Partner wie Studios, Veranstaltern, Clubs, Förderinstitutionen, Schulen, Musikschulen, Musikgeschäften, Messen, myspace, team ulm, you tube usw.

#### 6. Abstimmung der Projekte und Angebote (auch von Dritten) aufeinander, so dass insgesamt ein durchgehendes Angebot für alle Interessengruppen und Entwicklungsstadien besteht (weiße Flecken im Angebot ausfüllen)

Kontinuität ist nur möglich, wenn das Angebot stimmt. Dabei ist es nicht immer notwendig, alle Angebote selbst vorzuhalten, sondern bestehende von Partnern (Musikschulen, Wirtschaftsförderung, andere Popbüros, Weiterbildungseinrichtungen etc.) zu sammeln, über eine gemeinsame Plattform zu veröffentlichen und ggf. neue Projekte bei den Partnern zu initiieren. Es muss auch kein gänzlich lückenfüllendes Programm entstehen, sondern Hilfe zur Selbsthilfe geboten werden. Künstlern und Musikunternehmern müssen Partner und Möglichkeiten vermittelt werden. Folgende Maßnahmen sollen daher in Angriff genommen werden:

- Überprüfung des bestehenden Angebots und Entwicklung/Initiierung neuer Angebote für die verschiedenen Zielgruppen, inhaltliche wie zeitliche Abstimmung der Projekte aufeinander
- Durchgängige Auswertung und Dokumentation jedes Projekts zur ständigen Überprüfung des Angebots, um veränderte Bedürfnisse schnell zu erkennen und Folgeangebote danach auszurichten

Ein durchgehendes Angebot für alle Stadien der Entwicklung im Bereich Rock/Pop anzubieten, bedeutet auch, die Künstler/innen nicht fallen zu lassen, wenn sie der „jugendlichen“ Altersgruppe entwachsen sind (s.o.).

- Folgeangebote entwickeln für die Semiprofis und Profis (Raumangebote für Proben und Start-up-Projekte, Studios, Wirtschaftsförderungsangebote, Einbindung in Projekte der Popbastion Region Ulm/Donau etc.)

#### 7. Mehr Angebote für und stärkere Wirkung in die Region

Auf längere Sicht sollte die Popbastion noch weiter in die Region ausstrahlen. Das ist zum einen für Ulm als Kulturstadt ein wichtiger Aspekt, zum anderen Voraussetzung für die Förderung durch das Land. Die RegionNet-Mittel werden an Förderregionen, nicht an Städte vergeben, mit dem Ziel, in das ganze Umfeld einer Stadt hineinzuwirken. Im Bereich „Popmusik und Schule“ sowie dem Nachwuchswettbewerb „Szene Star“ wird dieser Forderung bereits Rechnung getragen. In den Bereichen Musikwirtschaft und Kulturarbeit besteht aber noch Potenzial. Über die Vernetzung in der Region, auf Landes- und Bundesebene im Bereich Kreativwirtschaft bestehen viele Möglichkeiten der Beteiligung für die Popbastion Region Ulm/Donau.

- Ausweitung des Netzwerks und der Wirkung der Angebote in die Region hinein, z. B. durch Auftrittsvermittlung, Musikmessen, Kommunikation der Angebote in Einrichtungen in der Region, mehr Austausch mit den regionalen Clubs
- Intensivierung des überregionalen Bandaustausches

Wesentlich für die Entwicklung der Popbastion Region Ulm/Donau und den Austausch auf Landesebene ist schlussendlich die enge Zusammenarbeit mit dem Popbüro Region Stuttgart und den Popbüros Baden-Württemberg. Hier kann die Popbastion über Gremienarbeit ins Land hineinwirken und Impulse erhalten. Baden-Württemberg liegt in der Rock/Pop-Förderung bundes-

weit an der Spitze, so dass die Entwicklungen der baden-württembergischen Pop-Regionen auch weit über die Landesgrenzen hinaus Beachtung finden und zum Vorbild genommen werden.

### 4.3. Fazit

Der Einsatz und die Entscheidung der Politik vor fünf Jahren für die Popbastion haben sich gelohnt. Der Erfolg der etablierten Projekte insbesondere im Bereich der Sozial- und Schularbeit zeigt: Die Arbeit ist notwendig, die Projekte gefragt und die Angebote füllen eine große Lücke zwischen Musikschulangeboten, Schulanangeboten und Sozialarbeit. Nun gilt es, die Nachhaltigkeit der Maßnahmen zu gewährleisten und die erarbeiteten Chancen zu nutzen. Das „Haus Popbastion“ steht, endlich hat die Popbastion eigene Räume, die sie für Projekte und Workshops nutzen kann. Das Haus soll mit Leben gefüllt werden.

Die Ziele sind gesetzt, wie bereits zu Beginn des Kapitels 4 formuliert: Die Popbastion Region Ulm/Donau muss ihre Tätigkeiten in den drei Bereichen Jugendarbeit/Bildung, Kulturarbeit und Musikwirtschaftsförderung zukünftig stärker verbinden und aufeinander abstimmen, in den Bereichen Musikwirtschafts- und Kulturarbeit darüber hinaus ausbauen. Der Kontakt zu den jeweiligen Zielgruppen und Partnern muss stärker gesucht und dauerhaft gepflegt werden. Kontinuität und konzeptionelle Arbeit sollen zukünftig mehr im Vordergrund stehen.

Die gemeinsame Trägerschaft der Popbastion von sjr und Stadt erscheint sinnvoll, da auf diese Weise sowohl die Interessen von Sozial- und Kulturbereich sowie ihrer Zielgruppen Berücksichtigung finden. Dennoch wird eine Trägerschaft auf städtischer Seite allein durch die Hauptabteilung Kultur den Erfordernissen im Bereich Musikwirtschaftsförderung und Jugendarbeit nicht gerecht. Wünschenswert ist auf städtischer Seite eine Einbeziehung aller drei Bereiche: Hauptabteilung Kultur, Fachbereich Bildung und Soziales (insbes. Abteilung Familie, Kinder und Jugendliche) und Wirtschaftsförderung/Stadtentwicklungsverband. Das bedeutet konkret: Die Popbastion Region Ulm/Donau benötigt die Unterstützung des Fachbereichs Bildung und Soziales, da hier seit Jahren ein großer Schwerpunkt der Arbeit liegt, den es weiterzuführen lohnt, sowie der Wirtschaftsförderung der Stadt Ulm, da hier von Seiten der Szene Bedarfe formuliert werden. Um konkrete Aufgaben zu verteilen, wäre als pragmatisches Modell zunächst die Etablierung eines gemeinsamen Jour fixes der Abteilungen sinnvoll.

Die vorgeschlagenen Maßnahmen stellen einen Leitfaden dar, der stückweise erarbeitet werden kann und der Unterstützung der Partner bedarf. Die genannten Ziele anzugehen ist mit den jetzigen finanziellen wie personellen Mitteln nicht möglich. In der Pilotphase hat sich die Splittung in zwei Aufgabenbereiche ohne Hauptansprechpartner als nicht praktikabel erwiesen: Der Kommunikationsaufwand, sich gegenseitig auf dem Laufenden zu halten, steht in keinem annehmbaren Verhältnis gegenüber der zur Verfügung stehenden Arbeitszeit. Die thematischen Impulse für die Arbeit müssen zwar weiterhin aus den entsprechenden Bereichen bzw. Abteilungen kommen, die Koordination der Aufgaben verlangt jedoch nach einer koordinierenden Stelle. Die Einsetzung eines festen Ansprechpartners und Hauptverantwortlichen, der Konzepte erstellt, die Angebote prüft und die Kommunikation zwischen den Partnern am Laufen hält, ist inzwischen unumgänglich geworden.

Zur Koordination, Information und Planung der Angebote ist eine leistungsfähige Kopplung von Haupt- und Ehrenamt notwendig. Um die Arbeit professioneller zu organisieren, muss eine ausreichende Regelfinanzierung zumindest für eine feste Geschäftsführung, optimaler Weise auch Sachmittel für das Basisangebot der Popbastion zur Verfügung gestellt werden. Städtische Mittel stehen für Projekte bislang nicht zur Verfügung, auch nicht über den Projektfördertopf für die freie Kulturszene oder den Projektfördertopf Musik: Die Popbastion kann hierfür selbst keine Mittel beantragen, da sie keine eigene Einrichtung ist und in städtischer Trägerschaft sitzt.

Wenn es gelingt weitere Partner einzubinden – durch die Übernahme einzelner Aufgaben und finanzielle Beteiligung – und die Arbeit besser zu koordinieren, könnte auf Dauer der Kostendruck für die Projekte und die laufende Arbeit reduziert werden. Mittelfristig sollten insbesondere die Regionen stärker in die Pflicht genommen werden, da die Popbastion bereits jetzt überregional aktiv ist und diesen Bereich in Zukunft noch intensivieren möchte.

Die Popbastion Region Ulm/Donau spielt landesweit in der obersten Liga mit, das bestätigen uns die Rückmeldungen aus Stuttgart und der Partner des Verbundes Popbüros Baden-Württemberg. Ulm sollte diesen Stand, der nun über fünf Jahre kontinuierlich aufgebaut wurde, halten und die Chancen zur Professionalisierung nutzen.

Die Stadt muss daher Personalmittel bereitstellen, will Sie für die Popbastion eine Grundstruktur für eine kontinuierliche und nachhaltige Rock-/Popförderung schaffen. Die Umsetzung der vorgeschlagenen Projektbausteine ist sodann abhängig vom Erfolg, zusätzliche Mittel zu akquirieren. Auf längere Sicht wäre die Überführung der Popbastion in eine eigene Rechtsform wünschenswert und sinnvoll.

Es bestehen nun drei Möglichkeiten, die Arbeit der Popbastion und damit die Pop- und Rockmusikförderung in Ulm und der Region fortzuführen bzw. eine Basis für eine feste Grundstruktur zu schaffen (oder nicht zu schaffen). Der entsprechende Betrag für Personalmittel würde dann über einen Antrag auf Sonderfaktoren in den Haushalt 2010 eingebracht. Denkbar wäre im Übrigen eine erneute Überprüfung der Positionierung und Weiterentwicklung der Popbastion Region Ulm/Donau nach einem Zeitraum von weiteren fünf Jahren.

#### Variante 1: Alles bleibt wie es war, es werden keine Personalmittel zur Verfügung gestellt.

Werden keine zusätzlichen Mittel für eine koordinierende Stelle zur Verfügung gestellt, muss das Aufgabenfeld der Popbastion Region Ulm/Donau stark eingeschränkt werden und auf ein handhabbares Maß reduziert werden.

Sinnvoll wäre es, sich auf die bereits bestehenden Stärken zu besinnen, d.h. insbesondere in der Jugendarbeit aktiv zu bleiben. Doch auch hier müssen Projekte reduziert werden, denn in der Pilotphase wurden viele Aktivitäten basierend auf hauptsächlich ehrenamtlichem Engagement verfolgt. Die Entwicklung und Durchführung der Lehrerfortbildung könnte nicht mehr weitergeführt werden, da dieser Bereich hauptsächlich über die Stelle des geringfügig beschäftigten Mitarbeiters organisiert und vorangetrieben wird (hier sitzt die Fachkompetenz). „School of Rock“ könnte nicht mehr stattfinden. Die zwei Nachwuchswettbewerbe müssten auf einen reduziert werden (regionaler „Szene Star“), eine aktive Beteiligung beim landesweiten Wettbewerb wäre nicht mehr möglich. Hauptbetätigungsfelder blieben die Betreuung des „Hauses Popbastion“ (Projektproberaum) mit Veranstaltungen von Seminaren und Workshops und die bestehenden Proberaumvermittlung für Jugendliche. Die Aktivitäten in den Bereichen Kulturarbeit (insbesondere eine Beteiligung bei städtischen Großprojekten) und Musikwirtschaftsförderung könnten nicht mehr aktiv verfolgt werden. Die Internetplattform könnte nur noch als statische Informationsseite aufrechterhalten werden. Problematisch bliebe zudem die fehlende Verortung der Geschäftsstelle der Popbastion, die bislang halb beim Stadtjugendring, halb bei der Hauptabteilung Kultur liegt.

---

Variante 2: Personalmittel für eine Teilzeitkraft (50%, EG 9) Geschäftsführung Popbastion Region Ulm/Donau werden zur Verfügung gestellt

Finanzbedarf: 20.000 € pro Jahr

Damit könnte ein/e hauptamtliche/r und feste/r Ansprechpartnerin für die Popbastion Region Ulm/Donau eingesetzt werden, die/der die Bedürfnisse und Aufgaben aller Bereiche übersieht und koordiniert.

Die bisherigen Projekte könnten gesichert und auf einander abgestimmt werden, ein regelmäßiger Austausch mit den Akteuren der Bereiche Jugendarbeit, Kulturarbeit und Wirtschaftsförderung etabliert werden. Die Einwerbung weiterer Projektmittel wäre hierdurch zumindest auf dem jetzigen Stand zu halten. Einzelne Projekte in den Bereichen Kulturarbeit und Wirtschaftsförderung könnten initiiert werden. Insbesondere eine kontinuierliche Arbeit wäre damit gewährleistet, die Popbastion erhielte eine klar identifizierbare Geschäftsstelle.

Variante 3: Personalmittel für eine Vollzeitkraft (EG 9) Geschäftsführung Popbastion Region Ulm/Donau werden zur Verfügung gestellt

Finanzbedarf: 40.000 € pro Jahr

Diese Mittelbereitstellung würde von der personellen Seite aus, die Möglichkeiten schaffen, das hier vorgestellte Konzept mittelfristig komplett umzusetzen. Einzelne Bausteine hingen auch hier von der Möglichkeit ab, weitere Mittel einzuwerben, doch ständen hierfür mehr Kapazitäten zur Verfügung.

Die Geschäftsführung wäre in der Lage, sich im städtischen, regionalen wie landesweiten Netzwerk voll einzubringen und alle drei Bereiche gleichmäßig zu entwickeln. Der Aufwand für die Akquirierung von Drittmitteln stände in einem annehmbaren Verhältnis zur Projekt- und Organisationsarbeit. Relativ kurzfristig könnte die Aufgabenaufteilung mit den Partnern organisiert und konkretisiert werden, um Angebote zu vervollständigen und den Kostendruck insgesamt zu minimieren.