

Datum: 11.08.2021
Telefon: 0 233-24433
Telefax: 0 233-21269

Kulturreferat
Referatsleitung
KULT-R

Hilfe für Münchner Musiker*innen durch eine Öffentlichkeitskampagne der Stadt München

Antrag Nr. 20-26 / A 01222 der SPD / Volt – Fraktion, Fraktion Die Grünen – Rosa Liste vom 22.03.2021, eingegangen am 22.03.2021

An die Fraktionen Die Grünen – Rosa Liste und SPD / Volt, Rathaus

Sehr geehrte Stadträt*innen der SPD/Volt-Fraktion
Herr Roland Hefter,
Frau Julia Schönfeld-Knor,
Frau Kathrin Abele,
Herr Klaus Peter Rupp,
Herr Lars Mentrup
und sehr geehrte Stadträt*innen der Fraktion Die Grünen – Rosa Liste
Herr Dr. Florian Roth,
Herr David Süß,
Herr Thomas Niederbühl,
Frau Marion Lüttig,
Frau Mona Fuchs und
Frau Angelika Pilz-Strasser,

nach § 60 Abs. 9 GeschO dürfen sich Anträge ehrenamtlicher Stadtratsmitglieder nur auf Gegenstände beziehen, für deren Erledigung der Stadtrat zuständig ist.

Sie beantragen die Schaffung einer Rubrik für lokale Musiker*innen und Bands auf der Webseite der Stadt (muenchen.de).

Der Inhalt Ihres Antrages betrifft damit eine laufende Angelegenheit, deren Besorgung nach Art. 37 Abs. 1 GO und § 22 GeschO dem Oberbürgermeister obliegt. Eine beschlussmäßige Behandlung im Stadtrat ist daher rechtlich nicht möglich.

Zu Ihrem Antrag vom 22.03.2021 teile ich Ihnen Folgendes mit:

Das Kulturreferat begrüßt den Vorstoß der Stadtratsfraktionen SPD / Volt und Die Grünen – Rosa Liste zur Schaffung einer eigenen Rubrik für lokale Münchner Musiker*innen und Bands von muenchen.de. Die Verwaltung greift somit gerne den Vorschlag auf, den durch die Krise schwer getroffenen Münchner Musiker*innen und Bands eine öffentliche Plattform zu geben und ihnen auch während der auftrittsfreien beziehungsweise auftrittsarmen Phasen der Pandemie die Möglichkeit zu geben, medial präsent zu sein.

Zu diesem Zweck hat das Kulturreferat mit dem Kompetenzteam für Kultur- und Kreativwirtschaft und muenchen.de eine Öffentlichkeitskampagne in zwei Schritten entworfen.

Im ersten Schritt wählte eine vierköpfige Expert*innen-Jury aus Vertreter*innen der Fachstelle Pop (vertreten durch Jakob Döring), dem Verband der München Kulturveranstalter (VdMK, vertreten durch Danijela Kufner), dem Verband Unabhängiger Musikunternehmer*innen (VUT-Süd, vertreten durch Petra Deka) und Martin Jonas, dem Programmgestalter des Herzkasperl-Festzelts der „Oidn Wiesn“ des Münchner Oktoberfests insgesamt 20 Münchner Künstler*innen und Bands aus, die gleichermaßen als repräsentativ für die Münchner Musikszene als

auch für förderungswürdig erachtet wurden. Sie werden mit einer kurzen Begründung der Jury und der Einbindung von Musikvideos auf der Webseite einer breiten Öffentlichkeit präsentiert. Acht dieser Künstler*innen wurden vorab in einer in einer Liste auf muenchen.de vorgestellt, die weiteren 12 Künstler*innen werden über einen Zeitraum von drei Monaten jeweils als Band der Woche prominent auf der Startseite von Muenchen.de und den Social-Media Kanälen von muenchen.de in Szene gesetzt. Die Jury wurde unter paritätischen und repräsentativen Gesichtspunkten ausgewählt, um durch die unterschiedlichen Perspektiven eine möglichst vielfältige Auswahl zu garantieren.

Diese Auswahl stellt jedoch nur den Startschuss für den weitaus umfangreicheren Teil der Öffentlichkeitskampagne dar: Denn allen Münchner Bands wird die Möglichkeit gegeben, sich auf der Plattform #muenchenhältzamm unter dem Tag #bands einzutragen um sich somit auf muenchen.de über Kurzportraits einer breiten Öffentlichkeit zu präsentieren um somit weitere Hörer*innen zu erreichen. Über die zusätzlichen Tags „Showband“ und „Independent/Alternativ“ können die Musiker*innen ihr Zielpublikum noch weiter definieren und darüber auch noch passender weitere Konzertangebote und Kooperationen akquirieren. Über diese beiden Tags wird den unterschiedlichen Zielsetzungen der Musiker*innen Rechnung getragen: Wer versteht sich als gewerblich agierender Dienstleister*in und wer versteht sich als Teil einer non-kommerziellen, (sub-)kulturellen Bewegung? Diese Zuordnung erleichtert es auch potentiellen Veranstalter*innen oder Kund*innen, schnell passende Musiker*innen für ein geplantes Event zu finden.

Um die Reichweite und somit auch Attraktivität und Effektivität dieser Kampagne zu verstärken, produzierte die Webseite der Stadt muenchen.de mehrere kurze Videos mit den Jurymitgliedern, um das Startlisting der 20 ausgewählten Bands und Musiker*innen zu präsentieren sowie um möglichst effektiv für das Band-Listing auf #muenchenhältzamm zu werben. Über den Zeitraum von drei Monaten werden somit wöchentlich Münchner Künstler*innen auf der Webseite als auch auf den Social Media Kanälen von muenchen.de präsentiert und demnach unterstützt als auch für das Band-Listing auf #muenchenhältzamm geworben. Auch nach diesen drei Monaten wird muenchen.de diese Listen in unregelmäßigen Abständen auf ihren Social Media Kanälen ausspielen und auf der Freizeit-Rubrik von muenchen.de behalten.

Trotz intensiver Beratung der paritätisch besetzten Jury unter Leitung des Kulturreferats konnte keine Auswahl mit einem ausgewogenen Anteil von 50% Frauen unter den ausgewählten Musiker*innen erzielt werden. Letztlich sind 20 Künstler*innen und Bands ausgewählt worden, von denen 50% der Künstlergruppen zumindest gemischt besetzt sind, 25% der Künstler*innen und Gruppen sind ausschließlich aus Frauen bzw. FLINTA* (Frauen, Lesben, Intersexuelle-, Nichtbinäre, Trans- und Agender Personen) zusammengesetzt. Wichtige Diskussionspunkte, wie die Beteiligung von sich offen als queer identifizierenden, Black, Indigenous and People of Colour Künstler*innen als auch von Künstler*innen die sich für queere und LGBT-QL*-Anliegen in der Öffentlichkeit einsetzen, wurden in der Auswahl berücksichtigt und umgesetzt.

Die Auswahl der Institutionen, die an der Jurysitzung teilnahmen, erfolgte mit dem Ziel, die Expertise und Erfahrung aus den verschiedensten Winkeln der Münchner Musikszene zu bündeln und somit eine inhaltliche möglichst ausgewogene, repräsentative Auswahl zu treffen um damit dem Angebot an alle Münchner Bands, sich auf #muenchenhältzamm zu präsentieren, einen Start bei großer Reichweite zu ermöglichen. Außerdem profitiert die Webseite der Stadt München von der vielfältigen und repräsentativen Vorstellung der Münchner Bands selbst.

Die Kosten für die Umsetzung der Aktion tragen das Kompetenzteam für Kultur- und Kreativwirtschaft sowie das Kulturreferat.

Ich bitte Sie, von den vorstehenden Ausführungen Kenntnis zu nehmen und hoffe, dass Ihr Antrag zufriedenstellend beantwortet ist und als erledigt gelten darf.

Mit freundlichen Grüßen

gez.

Anton Biebl
Berufsm. Stadtrat