

Protokoll

Zum ersten Fachtag niedersächsischer Spielstättenmacher

Stand: 4. Dezember 2014

Fachtag am 24. November 2014, im Ballhof in Hannover

Kurze Einführung

Gunnar Geßner, Musikland Niedersachsen gGmbH

Musikland Niedersachsen ist eine Netzwerkeinrichtung. Eine Aufgabe ist es, die verschiedenen nds. Musikszene untereinander und miteinander zu vernetzen. Dafür haben wir unterschiedliche Formate, z. B. die Jahreskonferenz, die Webseite, Broschüren, die Festivalkarte, die hier auch ausliegt. Es gibt immer auf die Szenen zugeschnittene Herangehensweisen, die für die verschiedenen Akteure, Fachpublika oder auch die breite Öffentlichkeit interessant sein können. Fachtage sind dabei ein besonderes Format vom Musikland Niedersachsen. Dieser erste Fachtag für Spielstättenmacher ist inspiriert vom Fachtag für Festivalmacher, den wir 2014 schon zum vierten Mal veranstaltet haben. Die Themen wechseln sich jährlich ab und reichen von sehr konkret (z. B. Ticketing 2013) bis eher inspirativ (z. B. Kleine Formen und Rahmenprogramm 2014). Dieser erste Fachtag für Spielstättenmacher ist ein Experiment, soll aber in den nächsten Jahren weitergehen.

Ich hatte für den theoretischen Einstieg zuerst überlegt einen Soziologen oder sonstigen Theoretiker einzuladen, habe mich dann aber ausschließlich für Praktiker entschieden. Und zwar einerseits für bereits etablierte Spielstättennetzwerke und daneben relativ jungen aus Städten, die in der Größe vergleichbar sind. Trotzdem möchte ich kurz anreißen, was ein Netzwerk wissenschaftlich bedeutet: Da geht es um die Begriffe Knoten, Kanten und Maschen (festere Gebilde aus Knoten und Kanten). Die Aufgabe wäre es also, mit euch, den Knoten/Spielstätten, über unsere Kanten, den Themen und Anliegen, eine Masche in Niedersachsen zu stricken. In Niedersachsen gibt es nun mit den 14 innerhalb der LiveKomm vernetzten Clubs auf dem Papier ein Netzwerk. Die Frage wäre jetzt: Wohin und mit welchen Mitteln soll es in Niedersachsen gehen?

Podium: Netzwerke – Welche funktionieren, warum?

Vorstellung der Teilnehmer

- Christian Landsmann: früher Assistent im Clubkombinat Hamburg, jetzt Assistent des Geschäftsführenden Vorstands der LiveMusikKommission, <http://www.livekomm.org>
- Jurij Klaus: früher Club-Betreiber (Astra-Stube) und Clubkombinatsmitgründer, jetzt Clubplaner Hamburg, <http://www.clubkombinat.de> & <http://www.clubplaner.de>
- Didi Stahlschmidt: Kulturbüro der Stadt Dortmund, Abteilung Förderung Populärmusik, früher: Journalist, Booker, Produzent, <http://www.dortmund.de>

- Rainer Grigutsch: Club Commission Berlin, Ansprechpartner in Berlin für die LiveKomm, früher: Veranstalter, <http://www.clubcommission.de>

Vorstellung der Netzwerke

- Dortmund: Das Netzwerk mit knapp 50 Live-Clubs existiert bereits, ist nur noch nicht nach außen kommuniziert worden. Eigentlich fehlt nur der Schritt ins Digitale. Jetzt wird gerade eine Broschüre gedruckt, um allen zu zeigen, dass sie Teil eines Netzwerks sind. Vernetzungen in der Bandszene gibt es mit RockStage e. V.: In Jugendzentren usw. präsentiert der Verein Konzerte. Das Nachtleben organisiert sich im Ausgehen in Dortmund e. V. <http://www.ausgehenindortmund.de/>
- Hamburg: Für die Gründung des Clubkombinats gab es einen konkreten Anlass, das war die Clubprämie, ein ungerechter Preis, den die Stadt vergeben hat. Das hat den Gründungsschub gegeben und war ein Anlass, dass man sich organisieren muss. Es gab also eine Gegenbewegung aus der Szene. Gegründet wurde das Clubkombinat 2004. Es waren nicht alle Clubs von Anfang an dabei, sind es auch immer noch nicht.
- Berlin: Die Club Commission in Berlin gibt es seit 2000. Berlin war (und ist) ein Ort für Aufbruch, für elektronische Musik, für Freiheiten. Ab 2000 aber wurden die Freiräume weniger und von Seiten der Politik gab es den Bedarf an einem Netzwerk, an Ansprechpartnern, die Themen bündeln und bei Konflikten vermitteln. Es gab also teilweise einen Impuls der Stadt, teilweise auch der Akteure selbst, die ihr Selbstverständnis zeigen wollten. Die Politik will eine klare strategische Ausrichtung. Das ist oft ein Widerspruch in sich, weil die Spielstätten so unterschiedlich sind.
- LiveMusikKommission: Die Grundidee der LiveKomm ist, dass es ein Netzwerk für diese Netzwerke geben muss. Die Initiative Musik hat ein Spielstättenporträt erstellt. Dabei kam u. a. heraus, dass es zwar aktive Spielstättennetzwerke gab, aber keinen Bundesverband, der die Anliegen auf Bundesebene bündelt. Die Politik hat hier einen Bedarf angemerkt, um einen Ansprechpartner zu haben. Die LiveKomm wurde 2012 gegründet.

Gründe für Netzwerkbildung

- Man kann nur in einer Gruppe Forderungen stellen. Alleine ist man eine Einzelmeinung, mit mehreren ein politisch-gesellschaftlicher Akteur.
- Die Verwaltung, die Stadt profitiert davon, wenn es ein Netzwerk gibt. Es gibt dann einen Ansprechpartner, der die Anliegen bündelt und verhandelt. Aber Politik- und Kreativleute zusammenzubringen ist oft schwierig.

Nebenkriterien: Größe der Stadt und touristische/wirtschaftliche Bedeutung für Netzwerke

- Touristische Zuschreibungen sind erst der dritte oder vierte Schritt, es ist viel wichtiger, dass es Macher gibt, die für eine Sache brennen. Die Leute müssen Lust haben zu netzwerken und sich selbst zu präsentieren. Die Effekte, die es hat, nimmt man aber gerne mit. Aber es gibt oft einen Widerspruch zwischen Faktoren wie Rausch, Emotion, dem kulturellen Ausdruck usw. und dem wirtschaftlichem Potenzial. Man braucht aber beides.

Unterschiede zwischen den Netzwerken in Dortmund, Hamburg und Berlin

- Dortmund ist zwar kein Stadtstaat, aber das Netzwerk hört trotz umliegender Städte an der Stadtgrenze auf, ein größeres NRW-Netzwerk funktioniert nicht. Und die Musikwirtschaftsnetzwerke sind nicht so relevant aus Sicht des Kulturbüros, weil sie nicht gefördert werden müssen.

- In Hamburg bezahlt die Kulturbehörde die GEMA, das zeigt wie wohlhabend Hamburg noch ist. Details zum Fördermodell des Live Concert Account sind hier: <http://www.hamburg.de/kulturbehoerde/liveconcertaccount/>
- Ein Unterschied ist die Anzahl der Mitglieder. Hamburg hat sich nur auf Spielstätten und Clubs beschränkt, in Berlin ist das Netzwerk größer, auch mit einzelnen Musikern und DJs und Veranstaltern etc.
- In Berlin gibt es eine neue Stadtkommunikation durch ein großes, offenes Netzwerk. Man generiert Benefits, die direkt in die Arbeit eingehen und hat Pilotprojekte entwickelt.

Verhandlung unterschiedlicher Interessen

- In Berlin brauchte es viel Kommunikationsarbeit, um Interessenkonflikte auszugleichen. Es gibt eine klare Aufgabenabgrenzung, bedingt nach Größe, Themen etc. Gemeinsame Themen sind z. B. GEMA, kulturelle Wahrnehmung, Förderung. Interne Auseinandersetzungen spielen kaum eine Rolle, weil sie zu nichts führen, letztlich ziellos sind.
- In Hamburg macht Kampnagel nicht mit, er ist subventionierte Konkurrenz. Jeder Zahler sollte aber willkommen sein.
- Eigentlicher Konkurrent ist das Thema subventionierte Kultur, Theater, Zoo etc. Dort wird mit ziemlich viel Geld hantiert und es können niedrige Ticketpreise angeboten werden, wenn Popkünstler z. B. im Theaterfoyer spielen. Die Frage ist, wie sich die soziokulturellen Zentren und die marktwirtschaftlichen Clubs aufstellen, wenn die stark geförderte Kultur in Konkurrenz tritt?

Zusammenhalt & zentrale, verbindende Elemente

- Viele Zuschreibungen sind Kopfgeburten. Wichtig ist das Leitbild aus Akzeptanz und Toleranz. Wichtig ist die zwischenmenschliche Komponente bei den unterschiedlichsten Personen in den Spielstätten. Man kann verschiedene Methoden, Sozialisation usw. erkennen und dennoch zu einem gemeinsamen Ergebnis kommen.
- In Dortmund geht es nur um selbstgemachte Musik, das verbindet. Es gibt auch einen Fachbeirat von acht Menschen, um mit kommunalen Mitteln sauber umzugehen. Der Fachbeirat ist bunt zusammengestellt aus Kneipen, Bookern, etwas Nicht-Städtischem, Leuten, die sich um Bandproberäume kümmern. Nightlife und reine Discos sind aus der Förderung durch das Kulturbüro ausgeklammert und in einem anderen Netzwerk organisiert.

Wie funktioniert die Arbeit im Netzwerk?

- Innerhalb der Netzwerke der LiveKomm sehr unterschiedlich, in Bremen gibt es z. B. keinen Geschäftsführer, anderswo schon. Bei der LiveKomm gibt es einmal im Monat eine Vorstandssitzung online, da können alle elf Mitglieder sich beteiligen. Es gibt einen Arbeitskreis für GEMA, KSK, einen für Europa wegen der Mitgliedschaft im europäischen Netzwerk LiveDMA usw. Nach der Mitgliederversammlung gibt es dann immer neue Impulse für die Arbeit. Im Bundesverband gibt es zwei Büros: eine Vertretung in Berlin und das Büro in Hamburg.
- Im Clubkombinat kann man jederzeit anrufen und sagen, wenn man ein Anliegen hat. Das Clubkombinat sitzt mit der LiveKomm im selben Büro. Das Clubmeeting einmal im Monat ist gut, um die Kollegen zu treffen. Das wirkt vertrauensbildend untereinander. Und man kennt sich auch, weil Hamburg bei den Spielstättenmachern nicht so der Durchlauferhitzer ist.
- In Berlin sind elf Personen im erweiterten, vier im kleinen Vorstand, also 15 Kollegen mit einer Sitzung im Monat, dann noch häufigere Treffen des geschäftsführenden Vorstands und der Arbeitsgruppen. Außerdem gibt es noch Infoveranstaltungen.

tungen, oft mit Kooperationspartnern. Man muss immer Vorteile bieten und Anlässe bündeln. Im Sommer gibt es regelmäßig Grillabende, das sind niedrigschwellige Treffen, wo man sich aber intensiv austauschen kann. Es gibt auch ganz konkrete Anlässe, um zusammen zu feiern, zum Beispiel der Bar Bitches Ball. Es gibt auch Mitglieder, die man nie sieht. Da ist es dann nur wichtig, dass die zahlen. Es sind in der Club Commission vier hauptamtliche Mitarbeiter beschäftigt. Lange waren es nur 1,5 Stellen trotz hoher Mitgliedsbeiträge, aber jetzt konnte aufgestockt werden.

Grundlagen für erfolgreiches Netzwerken

- Kommunikation, Wissensaustausch, reiner Austausch
- Eine Gruppe, die Ziele hat und etwas ändern möchte.
- Ein fester Ansprechpartner, der einen guten Blick aufs Netzwerk hat und es auch versteht. Und: Fragen stellen! Bedürfnisse erkennen. Dann muss man ein Angebot machen und die Leute dazu einladen, das zu nutzen.
- Man braucht Verrückte, die Kleinigkeiten ändern und die Welt verbessern wollen. Und das möglichst effizient.

Fragen aus dem Publikum

Wer sind die Ansprechpartner aus der Politik? (Pahli, Feinkost Lampe)

- Es ist die Verwaltung. Das sind Ministerialbeamte und natürlich auch Kommunal- und Landespolitiker, die man einspannen kann.
- Es ist gut, wenn es Zeitfenster gibt, wo sich die Politik der Themen annimmt. Man muss mit verschiedenen Parteien reden, nicht nur mit der Regierung oder der Opposition.

Was sind ganz konkrete Themen? Gibt es Erfolge und Misserfolge? (Stephan, Kulturfabrik Löseke)

- In Hamburg war die Clubprämie der Anknüpfungspunkt, an dem man etwas ändern wollte, weil manche Clubs immer davon profitiert haben, andere nie. Weiter Aufmerksamkeit in der Politik, Wirtschaftsfaktor, dass man beim Tourismus nicht unter den Tisch fällt, Kulturraumbestandsschutz. Also da gibt es schon einige Themen.
- Auch z. B. Umsetzung des Mindestlohns, wildes Plakatieren und andere Themen, die gerade aktuell relevant sind.
- Ein Beispiel ist der 3RAUM neben dem Ballhof, der vor einem halben Jahr geschlossen wurde. Es waren sehr individuelle Gründe, aber eigentlich ist es systemisch. Wenn solche Probleme in regelmäßigen Abständen auf den Tisch gelegt werden und es ein gemeinsames Engagement gibt, dann haben es die individuellen Spielstätten einfacher.
- Es ist auch gut, wenn das Kulturbüro die Spielstätten kennt. Das ist nämlich nicht immer der Fall. In Hamburg gibt es wenigstens eine Populärmusikabteilung, aber das gibt es nicht überall.

Neues von der LiveKomm

- Michael Schluff wurde 2011 für die LAG Rock Niedersachsen zu einem Gründungstreffen der LiveKomm in Bayern eingeladen. Das war gut für die niedersächsische Szene, weil es sonst kein niedersächsisches Netzwerk gäbe.

- Niedersachsen darf mit seinen 14 Mitgliedern bei der Jahreshauptversammlung mit drei Stimmen votieren, es gibt zwei Delegierte aus Niedersachsen: David Lampe (BéiChézHeinz, Hannover) und Sebastian Otto (Jazzfestival Göttingen).
- Die Hauptversammlung der LiveKomm fand im Herbst beim Reeperbahnfestival in Hamburg statt: Der Rahmen war gut, weil dort viele Clubbetreiber vor Ort sind. Sie wird voraussichtlich jedes Jahr dort stattfinden. Programm: Verleihung des Spielstättenprogrammpreises, Jahreshauptversammlung der LiveKomm mit Vorstandsbericht, Wahlen und Beschlussfassung. Themen sind: Mitgliederzuwachs. Zwei Diskussionsrunden zu Abgaben und Ticketing, Workshops zu Gender, die Toolbox der Club Commission wurde vorgestellt etc. Abends gab es einen eigenen Empfang zum Reeperbahnfestival und der Schweizer Verband war da, der Austausch war also sehr gut.
- Zukunft: Für 2015 ist der Termin beim Reeperbahnfestival schon angesetzt, für die Frühjahrstagung soll es einen Termin in Süddeutschland geben. Präsenzen bei der jazzahead! Bremen, beim Eurosonic in Groningen, bei der Musikmesse in Frankfurt, also alle branchenrelevanten Treffen werden besetzt.

Vision der LiveKomm

1. Die nächste Million ist unsere → gerechtere Spielstättenförderung
 2. Jazz ist kein Raumschiff → Gespräche mit der Deutschen Jazz Föderation
 3. Abgaben → Dialog mit der GEMA ausweiten, dabei ist der BDV in Hamburg sehr wichtig, Strategische Ausrichtung
 4. Erhebung kulturwirtschaftlicher Kennzahlen vorantreiben → Studie initiieren
 5. Talent Exchange Programme → Konzept wird erstellt: Austausch von Azubis etc.
 6. Förderung interner Netzwerke → Club-Fuffi mit Partner tixforgigs.com
 7. Attraktive Kulturpakete für Industriepartner → Finanzierung z. B. via Booking
- Problem war zuerst die Finanzierung des Netzwerks: Mitgliederbeiträge und wie man sinnvoll damit umgeht.
 - Hintergrund der Booking-Idee: Genossenschaftliches Modell einer Reihe von Veranstaltungen.

Hintergrund für neue Förderstrategie durch den Bund

- Der Spielstättenprogrammpreis steht in der Kritik, es gibt wieder die Frage nach einer besseren, gerechteren Spielstättenförderung.
- Bedarfe müssen artikuliert werden. Infrastruktur war ein klares Thema.
- Gemeinsam mit Rüdiger Kruse aus Hamburg, einem der Väter des Spielstättenprogrammpreises wurde sich ausgetauscht.
- Ein Arbeitspapier wurde eingereicht, es wurde von der Politik positiv bewertet und es gab mit 1,5 Mio. € mehr Geld von Seiten des Bundes.
- Die Struktur wird jetzt gemeinsam mit der Initiative Musik gGmbH erstellt. Siehe: <http://initiative-musik.de/presse/pressearchiv/2014/pressemitteilung-livekomm-und-initiative-musik-nr-93.html>
- Konzept des neuen Förderprogramms: Verbesserung der Infrastruktur (Digitalisierungsprogramm). Die Clubs müssen einen Anteil selbst tragen, es gibt ein Antragsformular und ein klares Verfahren, damit das Geld gerecht verteilt werden kann. Es wird ein offener Prozess sein, Anregungen aus der Praxis werden mit einfließen.
- Der Bund griff mit den 1,5 Mio. € in die strukturelle Kulturförderung, die eigentlich Ländersache ist, ein. Das ist neu und interessant.

- Kleineres Thema: GEMA-Blackbox zum Monitoring clubrelevanter Musik. Die GEMA wurde zu einem Anbieterwechsel genötigt, Media Control ist zu mainstreamig. Die Gespräche werden fortgesetzt. Siehe: <http://www.livemusikkommission.de/gema-entwickelt-mit-hilfe-der-livekomm-diskotheken-monitoring-weiter-yacast-wird-neuer-dienstleister/>

Podium: Wie arbeiten die Netzwerke?

Clubverstärker Bremen

- Julia von Wild und Norbert Schütz (auch Vorstand LiveKomm) berichten von ihrer Arbeit. Siehe auch: <http://www.clubverstaerker.de/>
- Der Anstoß für den Clubverstärker war die Befragung der Initiative Musik. Es wurden Akteure aus Bremen von der Musikförderung der Stadt an einen Tisch gebeten und vor 1,5 Jahren wurde das Netzwerk gegründet.
- Inhalte: Thematisch wurde sich an die LiveKomm angedockt (GEMA-Aufschrei war ein großes Thema, das viele bewegt hat). GEMA-Rabattierung war ein Grund, warum viele Clubs beim Clubverstärker ein- und bei der DEHOGA ausgetreten sind. Außerdem gibt es ähnliche Probleme der Clubs, die man bündeln kann. Dann gibt es eine Rechtsberatung durch zwei musikaffine Anwälte, die Rabatte für Mitglieder haben. Aktuelle und zukünftige Themen sind Nachbarschaftsstreitigkeiten, Gentrifizierung etc.
- Nach anderthalb Jahren Clubverstärker gibt es noch nicht so viele ganz konkrete Ergebnisse, aber dass man überhaupt als eine große Stimme zusammensitzt ist schon ein wichtiges Ergebnis.
- Es sind 20 Clubs Mitglieder in im Clubverstärker, darunter sind geförderte und nicht geförderte Clubs. Die jazzahead! als Festival ist auch Mitglied und es gibt ein Fördermitglied.
- Finanzierung: Die Wirtschaftsförderung Bremen hat eine Anschubfinanzierung geleistet, sodass die Arbeit losgehen konnte. Aktuell läuft ein neuer Antrag, der darüber entscheidet, wie der Verein in Zukunft arbeiten wird. Um Erfolge zu erzielen, braucht man einen langen Atem.
- Aktuelles Projekt: es soll ein gemeinsames Clubfestival geben mit allen Mitgliedsclubs. Es soll sich nicht nur an User, sondern auch an die Clubbetreiber (mit Workshops) wenden.

Netzwerke in Ostdeutschland (Leipzig, Dresden)

- Rainer Grigutsch berichtet, da er die Gründungen für die LiveKomm begleitet. Landesverband Sachsen hat rund 20 Mitglieder.
- Zuerst steht natürlich der Austausch, aber natürlich auch der Umgang mit den Problematiken und der GEMA-Skandal hat die Clubkultur wirklich ernsthaft in Frage gestellt. Bei einigen Clubs stieg die GEMA von 20.000 auf 250.000 €.
- Die Inhalte- und Themenfindung dauert quasi immer noch an, es gab Stammtische usw.
- In allen Bundesländern gibt es unterschiedliche Herangehensweisen an die thematischen Fragen, und durch den Bundesverband gibt es einen großen Sprung in Richtung Methodik, aber auch Erfahrungsaustausch. Der Wissensstand ist also schon sehr hoch.

Arbeitsgruppen

1. Werbung & Marketing (Leitung: David Lampe)

- PR für eine Metropolregion Hannover-Braunschweig-Hildesheim → politische Wahrnehmung „Clubkultur“ ist wichtiger als Marketing in anderen Städten für die einzelnen Clubs, eventuell könnte überlegt werden, sich um Gelder aus dem Kreativwirtschaftstopf der Metropolregion zu bewerben
- Maßnahmen von Musikland Niedersachsen: vielleicht Imageprodukt, ähnlich der Festivalkarte
- Suche nach möglichen Sponsoren
- In Planung: „Marketingclub“

2. Verwaltung: Bau, Lärm und Sicherheit (Leitung: Gunnar Geßner)

- Ein Netzwerk würde Beteiligung an politischen Prozessen vereinfachen, z. B. bei Ausschüssen
- Wissenszentrum aus dem eigenen Netzwerk → Weiterverteilung von Wissen
- Aufbau eines Netzwerks von Experten nach dem Berliner und Bremer Vorbild
- Fernziele: Ansprechpartner generieren, der ausschließlich für das Nachtleben zuständig ist, nicht nach Postleitzahlen; Forderung eines Nachtbürgermeisters (Vorbild: Amsterdam) mit hoher öffentlicher Symbolkraft und Verankerung in Politik und Verwaltung
- Konkrete Arbeit eher auf kommunaler Ebene, Verhandlungen und Beteiligung aber auch auf Landesebene, z. B. zum Thema Versammlungsstättenverordnung

3. Politik: Öffentlichkeit, Förderung und Vergnügungssteuer (Leitung: Michael Schluff)

- Arbeit an Selbstdarstellung, Vertretungsanspruch, Struktur → legitimer Ansprechpartner für die Politik durch eine Ausweitung des Netzwerkes um Oldenburg, Osnabrück und den Nordwesten, um flächendeckende Struktur beweisen zu können
- Inanspruchnahme der Beratung der LAGS Regionalberater und Antragstellung für Investitionen → Herangehensweise über die Landschaften
- Übernahme von Angeboten der LiveKomm und Außendarstellung, um mehr Mitglieder zu werben
- 75 % der Liveclubs sind weder in der LAGS noch in der LAG Rock → sie sind also kaum vernetzt
- Es gibt Überlegungen, wie LAGS und LiveKomm zusammenarbeiten können bis hin zur Fusion → die Schnittmengen, gerade auch in der Zukunft sind sehr groß
- Es sollte einen Ansprechpartner aus der Politik für die Clubkultur geben, weil man immer zwischen Kultur-, Wirtschafts- und Sozialministerium hängt → vielleicht kann das auch positiv angesehen werden
- Befreiung von der Vergnügungssteuer für Clubs mit „kulturellem“ Selbstverständnis → Herausgabe eines Konzeptpapiers durch die LiveKomm
- Umgang mit dem Tanzverbot

Schlussrunde

Ein paar nähere konkrete Ziele können formuliert werden: Eine lockere, ortswechselnde Stammtischrunde wie in Bremen wäre gut für die Kommunikation. Vielleicht sollte man sich in einem relativ festen Kreis 2015 ein Mal im Monat treffen, 2016 dann alle zwei Monate. Fünf bis sieben Leute sollten sich dann finden, um aktiv weiterzuarbeiten. Momentan machen eher große Runden Sinn, bis das Netzwerk ins Rollen gekommen ist. Musikland Niedersachsen kann administrative und organisatorische Aufgaben übernehmen und einen Fachtag als Podium anbieten, aber es kann keine aktive Sprecherrolle übernehmen, da es kein Verband ist. Für Treffen sollten Online-Dienste benutzt werden, um weiter entfernte Clubs nicht vom Netzwerk auszuschließen. In Kürze sollte das niedersächsische Netzwerk auf 20 Spielstätten im ganzen Flächenland kommen.

Protokoll: Ulrike Eberle, Musikland Niedersachsen gGmbH

Ansprechpartner: Gunnar Geßner, gessner@musikland-niedersachsen.de



Der 1. Fachtag niedersächsischer Spielstättenmacher fand in Kooperation mit der LiveMusikKommission e. V. Hamburg statt. <http://www.livekomm.org>

Kontakt

Musikland Niedersachsen gGmbH

Hedwigstr. 13, 30159 Hannover

Tel. 0511/64279204, Fax -209

info@musikland-niedersachsen.de

www.musikland-niedersachsen.de

Musikland Niedersachsen gGmbH ist eine Gesellschaft der Stiftung Niedersachsen. Sie wird gefördert durch das Land Niedersachsen und die Niedersächsische Sparkassenstiftung.



Stiftung
Niedersachsen



Niedersächsisches Ministerium
für Wissenschaft und Kultur



Niedersächsische
Sparkassenstiftung