

FOOD FOR THOUGHT

Einleitung

FOOD FOR THOUGHT bedeutet wörtlich Nahrung zum Nachdenken und verweist auf die gleichnamige Single der Band UB40 aus 1980. Es ist der perfekte Titel für ein besonderes Deutsch-Niederländisches Projekt mit den Zutaten Essen und Musik und einer fragenden Haltung als Ausgangspunkt. In einer Zeit, in der das Kundtun einer Meinung dem Nachdenken darüber zuvorkommt, glauben wir, dass es notwendig ist eine aktiv hinterfragende und untersuchende Haltung in unser Projekt zu integrieren.

Projekt

Die Popfabryk, das MusikZentrum Hannover und die LAG Rock in Niedersachsen e.V. haben das Ziel, durch die Arbeit mit jungen Akteuren der Popkultur die aktive kulturelle Teilhabe und die Talententwicklung zu fördern. In dem Projekt teilen wir unsere Expertise auf diesem Gebiet und entwickeln diese gemeinsam weiter. In der Umsetzung des Projekts wollen wir gemeinsam mit den jungen Teilnehmern relevante Organisationen in Leeuwarden und Hannover besuchen und einen Einblick in deren Praxis bekommen.

Mit dem Projekt schaffen wir eine Verbindung zwischen Essen und Musik in einem Deutsch-Niederländischen Kontext. Wir bringen junge Musiker und Köche zusammen, die fünf Tage in Leeuwarden und fünf Tage in Hannover gemeinsam verbringen. Aufstrebenden Bands begegnet Backstage ein wechselndes Catering von ‚Chinesisch‘ über Pizza, bis hin zu Pommes. Im Gegensatz zum technical rider, ist in diesem Stadium ihrer Karriere von einem hospitality rider noch keine Rede.

Was würden diese Bands selber als Essen wählen und warum? Wie denken sie über Essen und dessen Herstellungs- und Verarbeitungsweisen? Vier aufstrebende Bands und vier Köche werden dies gemeinsam untersuchen. Normalerweise nehmen Bands einen Techniker auf Tour mit, dieses Mal wird die Crew erweitert mit einem Koch. Jede Band überlegt, bespricht und entscheidet sich für ein Lieblings-Backstage-Essen, das durch die vier Köche gemeinsam für die ganze Gruppe zubereitet wird. Ausgangspunkt für die Köche ist, dass die Zutaten lokal und nachhaltig produziert sein müssen. Über die direkte Nachbarschaft zur Popfabryk und zum MusikZentrum sollen Kontakte zu den Anwohnern entwickelt werden, um diese in die Auswahl und Produktion und somit auch in das Projekt mit einzubeziehen. Das Servieren des Essens geht einher mit einem Bericht über dessen Herstellung, den Zutaten und dessen Auswahl. Die Präsentation wird von Freiwilligen aus dem Stadtquartier übernommen. In Hannover stellt der Kulturkiosk, der im Zuge der Bewerbung Hannovers zur Kulturhauptstadt entwickelt wurde eine zentrale Anlaufstelle dar. Hier werden Kochexperimente gewagt und Gespräche rund um das Essen geführt. Für die Projektphase sollte er auf dem Gelände des MusikZentrums positioniert werden.

Während sich Köche täglich gemeinsam mit dem Einkauf und der Zubereitung einer der Lieblingsessen der teilnehmenden Bands beschäftigen, werden die Musiker aufgeteilt in vier neue Bands: die Hälfte der Mitglieder Deutsch, die andere Hälfte Niederländisch. Sie sollen in den Gruppen ein neues Lied schreiben zu dem Thema Nahrung. Das Lied wird aufgenommen (audio/video). Das Projekt wird in jeder Stadt abgeschlossen mit einem Konzert, bei dem das Publikum zu Beginn in einem Pop-up Restaurant die vier Lieblingsmahlzeiten der auftretenden Bands essen kann. Zubereitet wird das Essen durch die teilnehmenden Köche und den freiwilligen Helfern aus der Nachbarschaft, die sich ebenfalls um das entstehende Pop Up Res-

taurant kümmern werden. Einzelne Meetings werden von der Projektleitung anberaumt, um die vorhandenen Ressourcen aus der jeweiligen Nachbarschaft sinnvoll nutzen und einsetzen zu können. Das MusikZentrum Hannover wird sich aufgrund des geografischen Standortes zu drei Stadtteilen öffnen: Nordstadt, Hainholz und Vahrenwald. Die Popfabryk in Leeuwarden wird mit den Betreibern der umliegenden Gastronomie und dessen jeweiligen Besuchern arbeiten. Die Popfabryk ist im Zentrum Leeuwardens angesiedelt.

Die Teilnehmer des Projekts besuchen beide Städte und lernen deren kulturelle und kulinarische Szene kennen. Sie arbeiten in neu gemischter Zusammensetzung an einem neuen Lied und an neuen Rezepten, treten gemeinsam auf kochen gemeinsam, nehmen an Workshops teil, stellen Aufnahmen und unter Mithilfe der Nachbarschaft ein Rezeptbuch her. Ihre Talententwicklung ist hierbei immer von zentraler Bedeutung.

Die jungen Akteure lernen sich kennen und können Erfahrungen austauschen und durch den Einsatz professioneller Coaches, Workshopleitern und Chefköchen vergrößern. Sie arbeiten während des Projekts an einem gemeinsamen Endprodukt.

Mit Nahrung für den Geist und den Körper als roten Draht, werden Fragen gestellt, Wissen und Erfahrungen geteilt, Zusammenarbeit gefördert, Netzwerke aufgebaut, Einsichten gesammelt und Übereinkünfte gefunden in einem Niederländischen-Deutschen Kontext. Das Projekt dient als Startpunkt für eine weitere Zusammenarbeit zwischen der Popfabryk, der LAG Rock, dem MusikZentrum Hannover, sowie den Bands, den Köchen und der angrenzenden Nachbarschaft untereinander. Das Publikum lernt neue Niederländische und Deutsche Bands und natürlich ihre Lieblings-Backstage-Essen kennen.

Ziele

- Junge Musiker zur fördern und sie zu unterstützen, sowohl im Allgemeinen als auch im Deutsch-Niederländischen Kontext.
- Durch ein ansprechendes, herausforderndes Entwicklungsprojekt einen Beitrag zur Talententwicklung zu bieten.
- Neue Zusammenhänge, Crossover und Austausch anzuregen um die Teilhabe von jungen Menschen, ihre Kreativität und ihren Unternehmersinn zu fördern.
- Zum Nachdenken über unsere Entscheidungen, sowohl bezüglich unserer Nahrung, als auch dem Musizieren anzuregen.
- Das Schaffen, Festigen und Ausbauen der Zusammenarbeit zwischen der Popfabryk (Leeuwarden-NL), der LAG Rock und dem MusikZentrum Hannover (Hannover-DE).
- Die Entwicklung von Expertise und gegenseitiges Lernen während der gemeinsamen Arbeit an dem Projekt
- Förderung von nachbarschaftlichem Engagement mit nachhaltigen Zielen, bspw. Der Entstehung von Kochzirkeln
- Den Startschuss zu geben für Folgeprojekte zwischen den Partnern, an denen junge Kreative teilhaben können und durch die sich das Netzwerk weiter entwickeln kann.

Zielgruppe

Direkte Zielgruppe: sechzehn Musiker, vier Köche und freiwillige Helferinnen und Helfer aus den jeweiligen Nachbarschaften aus Leeuwarden und Hannover, die via Sozialen Medien und durch das eigene und intermediäre Scouting geworben werden. Die Auswahlkriterien sind hierbei ihre Motivation, Qualität und Ambition. Weiterhin sind durch die Organisationen Projektleiter, Assistenzen und ein Fotograf involviert.

Indirekte Zielgruppe: Organisationen, Institutionen und Betriebe im kreativen und kulinarischen Sektor in beiden Städten, die in das Projekt einbezogen werden, um so das Netzwerk zu vergrößern.

Publikum: 400 Besucher bei den Veranstaltungen, die durch die PR- Kanäle der Teilnehmer und der Institutionen angesprochen werden. Zusätzlich noch ein Publikum das mit den Videoclips der Bands und den Rezeptbüchern erreicht wird.

Zusammenarbeit

Die Popfabryk ist die Produktionsstätte für Popkultur in Friesland. Die Einrichtung entwickelt, produziert und verbreitet neue Formen der Popkultur. Die Bereicherung, Verbreitung und Erneuerung der Popkultur sind hierbei die wichtigen Ausgangspunkte, sowie die Interaktion zwischen Popmusik und anderen Kunstdisziplinen. Die Popfabryk ist eine Netzwerkorganisation und bildet ein wesentliches Bindeglied in der Talententwicklung der reichen Popkultur Frieslands. Sie arbeitet zusammen mit verschiedenen Bühnen, Ausbildungseinrichtungen, Festivals, Organisationen, Initiativen, Startups und Unternehmen in der Friesischen und Nördlichen Kulturszene. Die Popfabryk unterscheidet sich von anderen Institutionen dadurch, dass es die Talententwicklung der Kulturschaffenden in den Vordergrund stellt. Die Popfabryk richtet den Blick nach außen und sucht aktiv die Zusammenarbeit auf regionalem, nationalem, Europäischem und Internationalem Niveau. Ausgangspunkt hierbei ist es Auftrittsmöglichkeiten für talentierte Kulturschaffende zu schaffen und damit einen Beitrag an das dynamische Friesische Kulturklima zu leisten, in der junge Akteure gedeihen können. Die Popfabryk ist eine relativ kleine Non-Profit Organisation mit einem begrenzten Personalumfang und Mitarbeitern auf Projektbasis. Auch Freiwillige werden häufig in die Umsetzung größerer Produktionen einbezogen.

Die LAG Rock ist ein Zusammenschluss örtlicher Musikinitiativen, kommunaler Einrichtungen wie Jugend- und Kulturzentren oder Musikschulen verschiedener niedersächsischer Städte sowie von VeranstalterInnen und Privatpersonen. Die Landesarbeitsgemeinschaft ist als gemeinnützig anerkannt.

Sie hat es sich zur Aufgabe gemacht, Populärmusik im Land Niedersachsen zu fördern und den Erfahrungsaustausch und die Zusammenarbeit mit und zwischen den örtlichen Einrichtungen zu verbessern.

Mit der Ausrichtung von local heroes auf Landesebene fördert die LAG Rock den musikalischen Nachwuchs. Die Bandfactory Niedersachsen bietet ausgewählten Bands ein Sprungbrett ins Profilager inkl. Showcase, Workshops mit Musikprofis und anschließender Auftrittsförderung. Planet Video bietet ausgewählten Bands den Einstieg in den Beruf: Profimusiker.

Ein weiterer inhaltlicher Schwerpunkt ist die Arbeit im jugendkulturellen Bereich. Mit den Projekten HipHop School und Pop II Go – Unterwegs im Leben fördert die LAG Rock insbesondere Jugendliche aus sozialen Brennpunkten. Regelmäßig initiiert die LAG Rock innovative Pilotprojekte im Land Niedersachsen und erforscht neue Wege im Bereich Populärmusik.

Das MusikZentrum Hannover unterstützt und promotet junge Akteure in der popkulturellen Szene. Es fördert und ermöglicht den Austausch von Erfahrungen, Wissen und Netzwerken zwischen Musikern und Kulturschaffenden in anderen Disziplinen, indem es Übungsräume, Auftrittsmöglichkeiten und Infrastruktur zur Verfügung stellt. Sie organisieren kulturelle Projekte wie die Fete de la Musique und das Jugendmusiktheater. In solchen Projekten unterstützen und fördern sie das Kennenlernen und den Austausch junger Musiker und Professionellen und die Entwicklung ihrer kreativen Ideen. In den Projekten

arbeitet das MusikZentrum mit professionellen Musikern als freien Dozenten, Freiwilligen, Betriebe, Gemeindebehörden und Stiftungen zusammen.

Im September 2015 organisierten der Fonds Soziokultur und der Fonds voor Cultuurparticipatie das Expertenmeeting Junge Kunst in Dortmund. Paul Giesen (Popfabryk) und Sabine Busmann (MusikZentrum Hannover) haben sich dort kennengelernt. Beide waren damals schon eingespannt in anderen Niederländisch-Deutschen Partnerschaften, aber äußerten den Wunsch in Zukunft ein gemeinsames Projekt zu realisieren. Dieser Moment ist nun gekommen. Im vergangenen Monat haben sich die Partner im MusikZentrum Hannover getroffen und dieses Projekt wurde entwickelt.

Leeuwarden ist dieses Jahr Kulturelle Hauptstadt von Europa mit "Iepen Mienskip" als organisierende Institution. Ein Kooperationsprojekt zwischen Nachbarländern schließt sich daran nahtlos an. Hannover wird sich für 2025 als Kulturhauptstadt Europa bewerben.

Die Partner veranstalten das Projekt in der eigenen Stadt und sind gemeinsam sowohl organisatorisch als auch inhaltlich verantwortlich für dessen Realisierung. Nach Ablauf des Projektes wird das produzierte Material online gestellt. Bei einem Abschlusstreffen wird das Projekt auf Grund der Zielstellungen und den Resultaten evaluiert. Das Projekt soll Anstoß sein für eine weitere Zusammenarbeit in der Zukunft.

Die Partner haben schon andere Europäische Projekte realisiert und arbeiten mit jungen Musikern zusammen. Sie haben Erfahrungen in der Organisation von verschiedenen Austauschprogrammen, Shows, Wettbewerben, Workshops und Produktionen für junge kreative Akteure. Die Verbindung zwischen Nahrung und Musik ist relativ neu. Dafür wird eine Zusammenarbeit mit dem Slow Food Youth Network angestrebt, das sowohl in den Niederlanden und in Deutschland aktiv ist.

Food for Thought steht für die praxisnahe Wissensweitergabe und das Schaffen von Expertise auf dem Gebiet der kulturellen Teilhabe und der Talententwicklung in der Popkultur. Wir setzen gemeinsam ein partizipatives Projekt um, in dem jeder Partner einen eigenen Part mit den eigenen Visionen und Methodik und mit seinen eigenen Möglichkeiten organisiert. Das ist die Basis für die Erkundung, den Vergleich, die Diskussion und die Wissensweitergabe untereinander.

Bei der Ausführung in Leeuwarden werden u.a. involviert: Frieslandpop, Academie voor Popcultuur, Popbunker, 3voor12 Friesland, Café Neushoorn, Feeze Festival, Broodje Bewust en Slow Food Youth Network Fryslân. In Hannover wird ebenfalls mit dem Slow Food Youth Network zusammen gearbeitet, weiterhin mit dem Office of Unesco City of Music, der Hörregion Hannover und voraussichtlich Hannover Concerts und dem Platzprojekt Hannover.

Vorbereitung:

Starttreffen zwischen den Partnern, näheres Kennenlernen, Planwochenenden, Abstimmung der Öffentlichkeitsarbeit und Werbung, Abstimmen der teilnehmenden jungen Kreativen etc.

Auswahl der teilnehmenden jungen Musiker und Köche für jede Stadt. Ausschreibungen für die Nachbarschaft zur freiwilligen Teilnahme.

Vorbereitendes Treffen der Teilnehmer mit Workshopelementen: Biografie schreiben/ Fotoshoot/ Stageplan erstellen/ Soziale Medien/ das Lieblings-Backstage-Essen aussuchen etc.

Umsetzung

- Mittwoch:** Reisen, Einchecken, Programminformationen, Update auf den Sozialen Medien, Einkaufen, weiteres Kennenlernen, Formulieren und Begründen des Lieblings-Backstage-Essen, gemeinsame Mahlzeit der ersten Band mit Erläuterung der Köche, kurzer Auftritt vor geladenen Gästen, formen der gemischten Bands
- Donnerstag:** Arbeiten in den gemischten Bands, Städtetour mit einem Musik- und Nahrungsbezogenen Programm, (Management, Lebensmittelläden, Bühnen, Brauerei, Booker, nachhaltige Festivals, Gestalter, Popfotograf, Gehörschutz, Videoclipproduzenten etc.) mit Workshops vor Ort, Update auf den Sozialen Medien, gemeinsame Mahlzeit der zweiten Band mit Erläuterung der Köche, Film schauen der inhaltlich bezogen ist auf Nahrung und Nachhaltigkeit
- Freitag:** Arbeiten in den gemischten Bands, Städtetour mit einem Musik- und Nahrungsbezogenen Programm, (Management, Lebensmittelläden, Bühnen, Brauerei, Booker, nachhaltige Festivals, Gestalter, Popfotograf, Gehörschutz, Videoclipproduzenten etc.) mit Workshops vor Ort, Update auf den Sozialen Medien, gemeinsame Mahlzeit der dritten Band mit Erläuterung der Köche, akustisches Wohnzimmerkonzert
- Samstag:** Arbeiten in den gemischten Bands, Gestaltung des Rezeptbüchleins, live Audio/Video Aufnahmen der neuen Lieder, Update auf den Sozialen Medien, gemeinsame Mahlzeit der vierten Band mit Erläuterung der Köche, Abschlusskonzert, bei dem das Publikum zu Beginn in einem Pop-up Restaurant die vier Lieblingsmahlzeiten der auftretenden Bands essen kann. Der Kulturkiosk sollte dabei in Hannover als Pop-Up Restaurant fungieren.
- Sonntag:** Update auf den Sozialen Medien und Online stellen des Materials soweit es fertig ist, Evaluation und Abfahrt

Die Partner geben ihre lokale Note an das oben beschriebene Programm, so dass der Deutsch-Niederländische Kontext deutlich zum Ausdruck kommt. Das Programm bietet auch für die Organisatoren einen Mehrwert, die untereinander und mit den Inhabern und Managern der verschiedenen Locations Ideen austauschen können.

Es gibt fünf Tage in Leeuwarden und fünf Tage in Hannover. Die genauen Locations müssen noch ausgesucht werden. Falls es möglich wird, wird das Projekt an stattfindende Festivals gekoppelt, um das Publikum zu vergrößern. Vorläufig wird ausge-

gangen von den Bühnen des MusikZentrum Hannover und des Neushoorn in Leeuwarden. Bei Letzterem wird das Abschlusskonzert als Teil des Freeze Festivals realisiert.

Es soll vier gemeinsame Auftritte und zwei intimere Wohnzimmerkonzerte geben, bei denen insgesamt ca. 400 Menschen erreicht werden. Zu der Durchführung in Hannover sollte der Kulturkiosk als fester Treffpunkt und Standort auf dem Gelände des MusikZentrums oder in unmittelbarer Nähe positioniert werden um als Anlaufstelle und Treffpunkt für alle Interessierten und Beteiligten zu fungieren.

Öffentlichkeitsarbeit

Wir werden das Projekt durch die normalen Kanäle der Popfabryk, der LAG Rock und des MusikZentrums, sowie den anderen involvierten Institutionen bekanntmachen. Ein junger Fotograf soll das Projekt visuell dokumentieren. Die teilnehmenden Akteure werden gebeten ihre eigenen Kanäle zu benutzen, um das Projekt bekannt zu machen und zu bewerben.

Das Resultat wird durch Fotografien, Videoclips und das Rezeptbuch für Interessierte festgehalten und online veröffentlicht. Wir streben weiterhin redaktionelle Veröffentlichungen in beiden Städten an. Durch die bestehenden Kontakte der Popfabryk und ihren Partnern ist die Aufmerksamkeit der Medien für das Projekt in Friesland und Hannover garantiert.

Kosten- und Finanzierungplan

Der Kosten und Finanzierungsplan ist beigelegt und betrifft das gesamte Projekt, bestehend aus der Vorbereitung, sowie den fünf Tagen in Hannover und in Leeuwarden.

Ausblick

Dass Kultur und damit Musik und – einen weiteren Kulturbegriff vorausgesetzt – Kulinarik wichtige Elemente sein können, um neue Verbindungen und Austauschprozesse zwischen Menschen herzustellen, ist sicherlich keine neue Erkenntnis, aber trotzdem Grundlage dieses Projekts. In dieser Form wurde auch noch nicht versucht, beides zu verknüpfen, erst recht nicht von den beteiligten Organisationen, obwohl sie Experten im genreübergreifenden Denken und Handeln sind (man denke z.B. an die Kooperationen des MusikZentrum im Bereich Sport oder der LAG Rock im Bereich Gesundheit). Dieses gemeinsame Betreten von Neuland unter internationalen Partnern soll genau diese Partnerschaft üben und als Startschuss für weitere Kooperationen dieser Art gesehen werden. Neben den internationalen Perspektiven sind insbesondere die Aspekte der Beteiligung von nicht unmittelbar im Projekt verankerten Akteuren spannend. Beteiligungsprozesse bei denen es um das gemeinsame Nach- und Überdenken von grundsätzlichem Handeln (inklusive internationalem Ab- und Vergleich) geht, können das Anstoßen von Veränderungsprozessen und damit einen gesellschaftlichen Wandel bewirken. Diesen Prozess im Rahmen der Kulturhauptstädte Europas (Leeuwarden als aktuelle, Hannover als potentielle und eventuell weitere Städte aus Vergangenheit und Zukunft), aber auch im Kontext der bestehenden internationalen Verbindungen (insbesondere ins „Brexit-geplagte“ Großbritannien) fortzusetzen ist eine Perspektive des Projekts. Die hier gemachten Erfahrungen sind dafür eine gute Grundlage.

KONTAKT

MusikZentrum Hannover

Emil-Meyer-Straße 26 – 28, 30165 Hannover

www.musikzentrum-hannover.de, info@musikzentrum-hannover.de

Sabine Busmann

sabine.busmann@musikzentrum-hannover.de

0511 260 930 12

Gunnar Geßner

gunnar.gessner@musikzentrum-hannover.de

0511 260 930 11

Popfabryk Leeuwarden

Postbus 2585, 8901 AB Leeuwarden

www.popfabryk.nl

Paul Giesen

pauk@popfabryk.nl
