

Projektentwurf
der Benefiz-Konzertreihe

Musik für Morgen

+++ VORLÄUFIGE FASSUNG +++

Premiere und Dreh der Folge 1 „Kleine Weltreise“
am 28. April 2006
im Franziskaner Festsaal, Schwäbisch Gmünd

Projektentwurf der Benefiz-Konzertreihe „Musik für Morgen“

1. Hintergründe	
Keine Gewinner ohne Verlierer	3
Globalisierung und regionaler Handlungsbedarf.....	3
Historische Parallelen zum aktuellen Zeitgeschehen: Time to act?	3
2. Fundraising und Entertainment.....	3
3. „Musik für Morgen“ als Marke und Programm	
Ethische und soziale Intention	3
Spielerische Auseinandersetzung mit dem Thema „Komplementärwährungen“	3
Mischgestalt „Kulturveranstaltung plus Klein-Messe“	4
4. Kulturförderung aus Kooperationen mit Marketing-Partnern: Das Foyer als Kleine Messe	
Kerngedanke	4
Kooperationsmodelle: „Win-Win-Win“	5
Kalkulationsmodelle	5
5. Die Firma a.l.m.a.	
Musik für Morgen	5
V€GA\$ - die Show	5
Vertrieb von regionalen Nischenprodukten	5
Gastronomische Dienstleistungen	5
6. Programmentwürfe „Musik für Morgen“	
<u>Projekt 1</u> „Kleine Welteise“	6
<u>Projekt 2</u> „Die Winterreise“	6
<u>Projekt 3</u> „Alfonsa di Monsa, die Katzenprinzessin“ geplant für 2006/07	6
<u>Projekt 4</u> „Brazilian Night“	6
<u>Projekt 5</u> „Weihnachtsträume“	6
7. Anhang	
Das Wunder von Wörgl.....	7
Literaturempfehlungen	7

Projektentwurf der Benefiz-Konzertreihe „Musik für Morgen“

1. Hintergründe

Keine Gewinner ohne Verlierer

in Vorbereitung...

Globalisierung und regionaler Handlungsbedarf

in Vorbereitung...

Historische Parallelen zum aktuellen Zeitgeschehen: Time to act?

in Vorbereitung...

2. Fundraising und Entertainment

Kerngedanke von „Musik für Morgen“: Regionale, gemeinnützige sowie der wirtschaftlichen Nachhaltigkeit verpflichtete Projekte finanziell unterstützen **und** diese Projekte bekannter und im relevanten Umfeld beliebter machen: So werden auch ehrenamtliches Engagement oder direkte Geld- oder Sachspenden in diese Projekte angeregt.

Die Programme der Konzerte sind so angelegt, daß sie – je nach Gegenstand der Spendenaktion – ein breiteres oder gezielteres Publikum ansprechen. Der Begriff „Konzert“ bzw. „Musik“ wird hier weit gefasst: Auch Tanz, Theater, Comedy oder Artistik können unter diesem Dach Platz finden: „Konzert“ wird als Synonym für „Performance“ bzw. „Vorstellung“ im weitesten Sinne gesehen.

Vom künstlerischen Niveau her können verschiedene Qualitäten bedient werden: Laien und/oder professionelle und bekanntere Künstler, örtliche Vereine, Bands oder Show-Acts - je nach Möglichkeiten, Interessen, Thema der Spendenaktion und Nachfrage seitens der potentiellen Zuschauer (Umfragen!).

3. „Musik für Morgen“ als Marke und Programm

Die Gemeinsamkeiten der Veranstaltungen unter dem Dach „Musik für Morgen“ (geschützte Wortmarke) werden folgendermassen definiert:

Ethische und soziale Intention

Regionales Denken und Handeln als notwendige Ergänzung zur globalisierenden Gesamtentwicklung.

Die multikulturelle Situation als Chance, voneinander zu lernen: Über Tanz, Musik und Gaumenfreuden lassen sich Barrieren kultureller und sprachlicher Art am ehesten überwinden.

Spielerische Auseinandersetzung mit dem Thema „Komplementärwährungen“

Im Foyer der Veranstaltungen wird der Handel (v.a. Gastronomie, aber auch Waren unterschiedlicher Art, z.B. Bücher, DVD, CD) ausschliesslich über ein Coupon-System abgewickelt. Dieses Vorgehen ist dem Publikum in der Regel schon vertraut von Volksfesten und ähnlichen Veranstaltungen, wo aus logistischen

Gründen Marken oder Coupons verwendet werden: Nur eine Kasse führt zu einer angenehmen Arbeitersparnis an den Ausgabestellen für verschiedene Speisen und Getränke. Darüber hinaus bietet ein solches System auch hervorragende Möglichkeiten für ein präzises Controlling.

Im Zusammenhang mit Musik für Morgen wird dieses vertraute Gutschein-System spielerisch und Schritt für Schritt erweitert und variiert. Parallel dazu werden Chancen, Risiken und die Vielzahl von Modalitäten und Varianten von komplementären Währungssystemen kommuniziert und diskutiert. Hierzu werden baldmöglichst Experten für Rahmenveranstaltungen der Konzerte eingeladen (Vorträge, Podiumsdiskussionen). Mehr dazu auf: www.regiogeld.de

Ziel ist es, auf Basis der Veranstaltungen einen von wissenschaftlicher Forschung begleiteten Feldversuch anzubahnen. Schwäbisch Gmünd ist auf Grund zweier Faktoren hervorragend für einen solchen Versuch geeignet:

Einerseits leidet die Stadt unter einer hohen Arbeitslosenquote in der historischen Kernstadt (nach ungesicherten Aussagen bei 14%) und der daraus resultierenden räumlich eingrenzbaeren wirtschaftlichen Strukturschwäche.

Andererseits genießt die Stadt und das Umland relativ hohen Wohlstand in einer kulturell stark engagierten und traditionell regional gut vernetzten Gesamtbevölkerung.

Eine Kooperation mit dem seit einigen Jahren in Schwäbisch Gmünd bestehenden Tauschnetz Bumerang e.V. begann mit der Premiere der „Kleinen Weltreise“.

Siehe dazu auch die Anlage: „Das Wunder von Wörgl“

Mischgestalt „Kulturveranstaltung plus Klein-Messe“

Die dritte Komponente, die „Musik für Morgen“ ausmacht, ist die gemeinsame Inszenierung und Kalkulation der Konzerte mit den Angeboten im Foyer.

Auch hier ist ein interessantes Experimentierfeld auszumachen, in diesem Falle für zukünftige Formen der Kulturfinanzierung. Und auch in diesem Zusammenhang wird begleitende Arbeit seitens einer Forschungseinrichtung (BWL/Marketing) angestrebt.

Statt viel Kommerz im Theater und viele, oft halbwertige Shows auf den Messen: Kultur und Markt im fruchtbaren Verbund. Nichts Neues. Aber: Neue Kalkulations-Modelle vor dem Hintergrund eines modernen, marketing-orientierten Denkens. Vielleicht sogar langfristig ein eleganter Weg aus der zunehmenden Kargheit der postfeudalistisch - grossbürgerlichen Subventionsfinanzierung wesentlicher Teile der deutschen Gegenwartskultur.

Mehr dazu im folgenden Abschnitt.

4. Kulturfinanzierung aus Kooperationen mit Marketing-Partnern: Das Foyer als Kleine Messe

Kerngedanke

Im Foyer der Konzerte wird ausgesuchten Partnern die Möglichkeit gegeben, sich und ihre Produkte zu präsentieren und zu vertreiben. Auch aus dem Bereich Gastronomie sorgen aufeinander abgestimmte und zum Konzept der Veranstaltung passende Partner für das Wohl der Gäste (Erlebnisgastronomie – vgl.

„Spiegelzelle“). Auf diesem Wege wird die Attraktivität der Veranstaltungen erhöht und gleichzeitig zusätzliche Ets für die Kulturveranstaltung generiert.

Bei der Auswahl der Marketing-Partner wird darauf geachtet, daß das Foyer und die dort stattfindende Kleine Messe mit der kulturellen Kern-Veranstaltung harmoniert (Art der Produkte, Stil der Verkaufsförderung... „*Der Ton macht die Musik*“).

So können je nach Bedarf die Eintrittspreise niedrig gehalten oder aber der Spenden- oder Veranstaltungsetat erhöht werden.

Die Partner profitieren gemeinsam von den Werbe- und PR-Kampagnen rund um die jeweilige Veranstaltung. Und sie haben im Foyer eine angenehme Nähe zu ihren Zielgruppen in einer entspannten, offenen und lebendigen Atmosphäre.

Natürlich sind auch Sponsoren und Mäzene nach traditionellen Muster herzlich willkommen. Ziel der Kleinen Messe im Foyer von „Musik für Morgen“ ist es jedoch, weit über diese klassischen, in Europa weniger bedeutsamen Formen der privat engagierten Kulturförderung hinauszudenken und eine für beide Seiten profitable Geschäftsgrundlage zu entwickeln und zu erproben.

Kooperationsmodelle – „Win-Win-Win“: Dreifacher Nutzen für Konsumenten, Wirtschaft und Kulturbetrieb
in Vorbereitung...

Kalkulationsmodelle
in Vorbereitung...

5. Die Firma a.l.m.a.

Die Firma „a.l.m.a. - act local marketing arts“ wurde im Sommer 2005 von Heinz-Georg Schramm in Schwäbisch Gmünd gegründet. Das Portfolio ist im Aufbau und besteht aus aufeinander abgestimmten Projekten rund um die Themen Kultur und Marketing:

Musik für Morgen
in Vorbereitung...

VEGA\$ - die Show
in Vorbereitung... www.vegas-die-show.de

Vertrieb von regionalen Nischenprodukten
in Vorbereitung...

Gastronomische Dienstleistungen
in Vorbereitung...

(...)

Mehr auf www.alma24.de.

6. Programmentwürfe „Musik für Morgen“

Projekt 1 „Kleine Welteise“

im Franziskaner Festsaal, Schwäbisch Gmünd

Premiere und Dreh des Pilotfilmes (Doku-Soap) am 28.4.2006 um 19.30 h, 29.4.06 um 15.00 h & 20.00 h

Der Erlös unterstützt das Projekt „Werkhof Ost“ des JuFuN e.V. und des Stadtteilbüro Oststadt.

Für Folge 1 ist eine Wiederholung im Spätsommer oder Herbst 2006 in Arbeit. Die „Kleine Weltreise“ ist ein multikultureller „Bunter Abend“, der für jeden Geschmack etwas bietet und vielen auch Fremdes und Neues schmackhaft machen möchte. Weitere Folgen mit jeweils unterschiedlichen Programmen (je nach Verfügbarkeit und Interesse von Gästen und Vereinen aus der Region, am Konzert teilzunehmen) sind vorgesehen („Kleine Weltreise – Folge 2“ usw.)

Projekt 2 „Die Winterreise“

ist geplant den November 2006.

Ein klassisch-romantischer Liederabend mit Franz Schubert's Meisterwerk. Der Erlös ist vorgeschlagen zur Einrichtung eines Spielplatzes mit Begegnungsstätte am östlichsten Ende von Schwäbisch Gmünd (Projekt des JuFuN e.V. in Zusammenarbeit mit dem Projekt „Glaubenswege – soziale Stadt Ost“ der Gemeinde St. Franziskus).

Projekt 3 „Alfonsa di Monsa, die Katzenprinzessin“ geplant für 2006/07

Ein Musical für Kinder, in der Schweiz schon seit einigen Jahren sehr erfolgreich. Der Erlös ist vorgeschlagen für die Traumagruppe von www.st-canisius.de in Schwäbisch Gmünd und wird zur Anschaffung von Musikinstrumenten, Zelten und anderer erlebnispädagogisch dienlicher Ausrüstung verwendet.

Projekt 4 „Brazilian Night“

Geplant als Open-Air / Zelt-Event für den Sommer 2007.

Der Erlös ist vorgeschlagen als Eigenkapital-Basis für den zur Zeit in Gründung befindlichen Verein **Inocencia e.V.** (Arbeitstitel). Der Verein will eine erlebnispädagogisch-therapeutische Begegnungsstätte zwischen Kindern und Tieren in der Nähe von Schwäbisch Gmünd einrichten (Ferien-Bio-Bauernhof).

Projekt 5 „Weihnachtsträume“

Geplant für den Advent 2006 oder 2007.

Ziel ist, daß die Gäste von „Musik für Morgen“ für diesen Abend sowohl das Programm als auch das Ziel der Spendenaktion bestimmen. Dies wäre denkbar in Zusammenarbeit mit einer lokalen Zeitung, Radio- oder TV-Sender.

7. Anhang

Das Wunder von Wörgl

Ein historisches Beispiel für eine umlaufgesicherte Währung, dessen Wirkungen genau dokumentiert sind, ist das sogenannte »Wunder von Wörgl« in der Depression der 30er Jahre. Aufgrund der damaligen Geldmengenreduzierung und des folgenden deflationären Preisverfalls erlahmte überall die Wirtschaft. In der Tiroler Gemeinde Wörgl, einem Eisenbahnknotenpunkt zwischen Kufstein und Innsbruck, versuchte der dortige sozialdemokratische Bürgermeister Unterguggenberger, die Ursachen von Stagnation und Arbeitslosigkeit und damit der leeren Gemeindekassen zu ergründen, und wurde bei dem deutsch-argentinischen Sozial- und Geldreformer Silvio Gesell fündig. In dessen Hauptwerk »Die natürliche Wirtschaftsordnung« fand er die Zusammenhänge zwischen Geldumlauf und Wirtschaftskrise dargelegt.

Unterguggenberger verstand, im Gegensatz zu den Wirtschaftsverantwortlichen, daß dem Geld damals »Beine gemacht« werden mußten, um die Krise zu überwinden. Die von ihm herausgegebenen »Arbeitsbestätigungsscheine«, für die er im gleichen Umfang Schillinge bei der lokalen Bank hinterlegte, waren darum mit einem »Umlaufmotor« versehen, der ihre Zurückhaltung mit Nachteilen verband: Auf der Rückseite der Scheine waren zwölf Felder, die jeden Monat nacheinander mit einer Klebmarke zu füllen waren, wenn der Nennwert des Scheins erhalten werden sollte. Da fast jeder die Kosten der Klebmarke in Höhe von einem Prozent des Nennwertes sparen wollte, gab man die Scheine möglichst im gleichen Rhythmus wieder aus, in dem man sie einnahm: Die Wirtschaft belebte sich, in die Gemeindekasse floß wieder Geld, und während ringsherum die Arbeitslosigkeit weiter anstieg, ging sie in Wörgl deutlich zurück.

»Das Wirtschaftswunder von Wörgl« erregte ein über die Grenzen reichendes Aufsehen. Der spätere französische Ministerpräsident Daladier fuhr nach Wörgl und berichtete ausführlich im französischen Parlament. Der bekannte amerikanische Geldtheoretiker Irving Fisher schickte einen Assistenten nach Tirol, hielt das Modell zur Überwindung der US-Rezession für geeignet und bezeichnete sich selbst als »bescheidenen Schüler Silvio Gesells«. Doch als dann mehrere hundert Bürgermeister Österreichs das Wörgler Modell nachmachen wollten, wurde es von der Nationalbank in Wien verboten. Sie betrachtete die »Arbeitsbestätigungsscheine« als Geld und sah sich in ihrer Autonomie gefährdet. Über die positiven Auswirkungen dieses Geldes und die negativen ihres eigenen haben sich die Verantwortlichen in der Notenbank, wie auch die Mehrzahl der Wirtschaftswissenschaftler, offensichtlich keinerlei Gedanken gemacht. Wie heute war auch damals die Frage der Geldordnung und ihrer Fehlstrukturen tabu. Zum 50. Jahrestag dieses Wörgler Experimentes brachte die Monatszeitung des Österreichischen Gewerkschaftsbundes »Arbeit & Wirtschaft« im März 1983 noch einmal einen ausführlichen Bericht. Darin hieß es unter anderem:

„Unterguggenberger hatte nicht die Absicht, in Österreich eine neue Währung einzuführen oder die Nationalbank in ihren Rechten zu schmälern. Was er aber wollte, ist ihm für die Spanne von 14 Monaten gelungen: Mit Herz und Verstand hat er in die kleine Gemeinde, in der er jeden kannte, in der Hunderte seiner Eisenbahnerkollegen lebten und hungerten, einen Hoffnungsschimmer getragen. Er hat ermöglicht, daß Familien sich wieder satt essen konnten, daß Schuhe und Kleider wieder einmal instand gesetzt, dringende Schulden teilweise abgezahlt werden konnten und daß aus einem verwahrlosten Winkel eine gepflegte kleine Stadt wurde.“

Man sollte meinen, daß zumindest die Gewerkschaften heute genug Anlaß hätten, nicht nur an solche Erfolgsmodelle zu erinnern, sondern sich auch etwas intensiver mit den Wirkungsmechanismen unseres Geldes zu befassen.

Dieser Text wurde ins Netz gebracht von: W. Roehrig. Weiterverbreitung ausdrücklich erwünscht. Mehr hierzu auf www.volmetaler.org

Literaturempfehlungen

in Vorbereitung...