



RockCity Hamburg e.V.
Zentrum für Popularmusik
Sternstraße 4
D 20357 Hamburg
t +49 (0) 40 . 319 60 60
f +49 (0) 40 . 319 60 69
music@rockcity.de
www.rockcity.de

RockCity Hamburg e.V. – Zentrum für Popularmusik / Sternstraße 4 / 20357 Hamburg

PRESSEINFORMATION

Hamburg, den 27.05.2024

RockCity Hamburg präsentiert Ergebnisse ihrer Nachhaltigkeitsstudie in der freien Hamburger Musikszene

Nachhaltigkeit, Umweltschutz und klimagerechtes Arbeiten sind für die Hamburger Musikschaaffenden von großer Relevanz. Wie wichtig Klima- und Umwelt-Faktoren für die Musikakteur:innen in den Arbeitsbereichen Produktion, Vertrieb und Merchandise sind, verrät die Nachhaltigkeitsstudie, die RockCity Hamburg in Kooperation mit der Leuphana Universität Lüneburg im Dezember 2023 unter allen Musikaktivist:innen der Hansestadt auf den Weg gebracht hat. Damit wurden erstmalig Musiker:innen, DJs, Bands und Produzent:innen direkt in zukünftige Nachhaltigkeitsstrategien einbezogen. Die Umfrage ist als nichtwissenschaftliche Stichprobe zu verstehen und nicht repräsentativ. Die Ergebnisse liegen nun digital oder als Printversion vor. Sie dienen gleichermaßen als Grundlage und Erfolgsgarantin für kommende Nachhaltigkeitsmaßnahmen und –konzepte für die freie Hamburger Musikszene.

Haltung

Die Wichtigkeit des Themas Nachhaltigkeit wird von 219 Hamburger Musikschaaffenden als hoch bis sehr hoch eingestuft. Ebenso spielen ethische Überlegungen, wie Diversität und Gleichberechtigung neben Umwelt-Faktoren in den abgefragten Arbeitsbereichen Produktion, Vertrieb und Merchandise eine wichtige Rolle für die meisten Musikschaaffenden. Dies ist eine wichtige Erkenntnis der Umfrage, da sie die Basis ist für zukünftige Nachhaltigkeitsmaßnahmen und -konzepte.

Für 78% der befragten Personen ist Nachhaltigkeit als gesellschaftliches Thema sehr wichtig. Im beruflichen Umfeld ist die Zustimmung für die Relevanz vom Umwelt- und Klimaschutz deutlich geringer ausgeprägt (44%). Hier mangelt es an Vertrauen in die eigene Selbstwirksamkeit.

Produktion

Für insgesamt 76% der befragten Personen sind ethische Überlegungen im Bereich Produktion von Belang und mehr als zwei Drittel achten bei der Stromnutzung bereits auf die Erzeugung aus erneuerbaren Energien. Nachhaltige Arbeitsbedingungen und -umfelder sind zwar kein Kriterium bei der Auswahl eines Musikstudios, aber 88% wählen regionale Studios aus und vermeiden so Reisetätigkeiten und Transporte. Bei Instrumenten und Equipment verwendet die Mehrheit (67,5%) überwiegend gebrauchte Instrumente oder leiht diese für Aufnahmen aus. 42% der befragten Personen reduzieren Studio- und Produktionszeit, um Energie zu sparen.

Vertrieb

Bei der Wahl der Vertriebspartner:innen und/oder einer (digitalen) Vertriebsplattform spielen für 73% der befragten Personen ethische und ökologische Aspekte eine Rolle. Jedoch ist die zu erzielende (internationale) Reichweite für 46% das entscheidende Kriterium. Digitale Emissionen, die vorrangig beim Vertreiben von Musik in den Rechenzentren und Serverparks der Streaming-Plattformen entstehen, sind den Musikkreativen

sehr bewusst. Einsparpotenziale und Einflussmöglichkeiten sind hier jedoch begrenzt: Die Klientel wählt den Vertrieb, die/der einem die größte Reichweite und eine internationale Verbreitung ermöglicht und hofft darauf, dass die jeweiligen Anbieter:innen selbst die Verantwortung für Klimaschutz übernehmen. Bei den Vertriebsformaten sind alternative Herstellungsarten von Vinyl-Schallplatten seit der Verknappung von Öl stärker in den Fokus gerückt. 38% der Umfrage-Teilnehmenden stellen keine CD mehr her.

Merchandise

Im Bereich Merchandise ist die Hamburger Musikszene auf einem guten Weg. 83% der befragten Personen achten bereits auf nachhaltige Lösungen beim Merchandise. Zudem achten alle Umfrage-Teilnehmenden (100%) bei der Herstellung ihrer Merchandise-Artikel auf eine faire und nachhaltige Produktion. Aber das Thema Merchandise im Kontext Nachhaltigkeit und Klimaschutz polarisiert auch: Die Frage, wann die Musiker:innen bereit wären, ganz auf den Verkauf von Fan-Artikeln zu verzichten, bewirkt eine hohe Anzahl an Textbeiträgen, die klar stellen, dass die Bereitschaft, auf Merchandise zu verzichten, hoch ist, wenn es nicht eine wichtige, mitunter DIE wichtigste Einnahmequelle wäre. Alternative Merchandise-Formate, wie digitale Fan-Items oder Re- und Upcycling-Konzepte, sind bisher wenig geläufig. Hier gilt es, entsprechendes Know-how und Best Cases zu vermitteln.

Profil der befragten Personen

Eine ausnehmend hohe Anzahl der Umfrageteilnehmenden besteht aus Profis, die ihr Geld auch als Side-/Begleit-Musiker:innen verdienen. Diese Klientel betrachtet den eigenen Wirkungsgrad für nachhaltiges Arbeiten in den Bereichen Vertrieb und Merchandise als eher gering, da sie von einzelnen Engagements leben und vermeintlich wenig Einfluss nehmen können. Hier werden Aufklärung und Angebote für zum Beispiel klimafreundliche Mobilität von Künstler:innen, wie dem „Green Touring Fonds“ von RockCity, einen Beitrag zur Erreichung der gesteckten Klimaziele und insbesondere zur Reduktion klimaschädlicher Emissionen leisten.

Dies sind wichtige Erkenntnisse der Studie, die den Erfolg von geplanten Nachhaltigkeitsmaßnahmen und -konzepten sichern sollen.

Hier geht es zur Auswertung: <https://796f074a.flowpaper.com/RCNAHABEA4LayRZwebdoppelseiten/>

Eine Printversion des Berichts kann bei RockCity unter Angabe der Postadresse via Mail angefordert werden: info@rockcity.de

Andrea Rothaug, RockCity Hamburg e.V.: „Die Umfrageergebnisse zeigen uns, dass wir mit unseren bisherigen Maßnahmen auf dem richtigen Weg sind und bestärken uns darin, Nachhaltigkeitsstrategien in die gesamte musikalische Wertschöpfungskette einzuarbeiten.“

Dr. Carsten Brosda, Senator für Kultur und Medien: „Die RockCity Nachhaltigkeitsumfrage macht deutlich, dass die freie Hamburger Musikszene das Thema Nachhaltigkeit als gesellschaftliche Aufgabe und Herausforderung der Zukunft annimmt. Die Erhebung ist eine wichtige Bestandsaufnahme und gute Grundlage, damit Musikschaaffende künftig Aspekte der Nachhaltigkeit noch stärker in den Blick nehmen und entsprechend arbeiten können.“

Die Erhebung ist Teil des RockCity Nachhaltigkeitsprojekts, finanziert durch die Behörde für Kultur und Medien Hamburg. 2023 wurde das Förderprogramm „LIVE FONDS“ um den „Green Touring Fonds“ erweitert,

der klimafreundliches und umweltschonendes Reisen zu Konzertauftritten von Musiker:innen, Bands und DJs aus Hamburg fördert.

RockCity Hamburg e.V. – Zentrum für Populärmusik fördert seit 1987 szenenah, kontinuierlich und marktgerecht die Arbeits-, Auftritts- und Vermarktungsmöglichkeiten Hamburger Musikschafter.

Rückfragen der Medien an:

Martina Zurhold

Projektmanagement Nachhaltigkeit RockCity Hamburg e.V.

Telefon: 040 319 60 60

martina@rockcity.de

Andrea Rothaug

Geschäftsführung RockCity Hamburg e.V.

Telefon: 040 319 60 60

music@rockcity.de

Kontakt PR- / Öffentlichkeitsarbeit:

Martha Wurmus

Tel.: 040 319 60 60

martha@rockcity.de

Mit freundlicher Unterstützung der Behörde für Kultur und Medien Hamburg



Hamburg | Behörde für Kultur
und Medien