Der Freundeskreis im Gespräch

Sabine Busmann und Martin Wöbbeking

Frisch geboostert treffen wir Anfang Dezember in einem Restaurant am Steintor zwei Freundeskreis-Mitglieder, deren Arbeit sich durch Corona sehr verändert hat: Sabine Busmann (SB), die Geschäftsführerin des MusikZentrums, und Martin Wöbbeking (MW), geschäftsführender Gesellschafter von Radio Hannover. Während die Kultur- und Veranstaltungsbranche mit Ausfällen zu kämpfen hat, sind lokale Medien als Nachrichtenlieferanten gefragter denn je. Ein Gespräch über Unsicherheit, kreative Lösungen – und Zuversicht.

Wir beginnen mit einer kurzen Vorstellung!

SB – Ich habe in Hessen studiert und bin Ende der 90er nach Hannover gezogen. Eigentlich bin ich studierte Diplom-Geografin und nur durch einen Zufall im Kulturbereich gelandet. 1997 habe ich beim MusikZentrum als Projektleitung angefangen und seitdem arbeite ich dort. Vor zwei Jahren habe ich die Geschäftsführung übernommen.

Was war das für ein Zufall, der Sie zur Kultur führte?

SB – Ganz einfach: Als Geografin habe ich keine Anstellung in Hannover finden können, damals war die Situation für diesen Beruf nicht so rosig. Im MusikZentrum, das zu dem Zeitpunkt gerade weitere Gebäude ausbaute – das Tonstudio, die Veranstaltungshalle –, wurde jemand zur Entlastung der Geschäftsführung gesucht. Es war sogar von Vorteil, dass ich nicht aus der Musikszene Hannovers kam. Im Laufe der Jahre habe ich gemerkt, dass mir das total liegt und dass auch vonseiten des MusikZentrums gewünscht wurde, dass ich bleibe.

MW – Das Schicksal hat's gut gemeint!

Und wie ist es bei Ihnen?

MW – Ich habe eine bewegte berufliche Vergangenheit hinter mir. Ursprünglich komme ich aus dem Eventgeschäft. Ich habe 20 Jahre lang die Zigarettenmarke West in Hamburg betreut, das war früher die zweitgrößte Zigarettenmarke in Deutschland mit einem sehr hohen Werbeetat. Wir haben für West über 7.000 Veranstaltungen durchgeführt, bis sie 2008 die Zigarettenwerbung eingestellt haben. Glücklicherweise hatten wir noch einen zweiten großen Kunden: die Firma Schüco in Bielefeld, die ja bekannt ist für Fenster, Türen, Gebäudefassaden, und außerdem einen großen Solarbereich aufgebaut hat. Diese Tätigkeit hat mein Interesse für Photovoltaik geweckt und ich habe wenig später eine Solarfirma gegründet, die ich heute noch betreibe, BLIS Solar. Im Mai 2013 bekam ich einen Anruf von einem Geschäftspartner aus Hamburg, der mir erzählte, jemand suche Partner für einen Radiosender in Hannover. In meinem Arbeitsumfeld als Eventagentur habe ich auch den Bereich Medien/Kommunikation betreut, deshalb hat mich diese Idee sehr gereizt. Knapp ein Jahr später haben wir dann auch schon den Sender Radio Hannover gegründet, bei dem ich geschäftsführender Gesellschafter bin.

Geschäftsführender Gesellschafter – was genau bedeutet das?

MW – Das heißt, ich bin nicht nur Geschäftsführer, sondern auch Teilhaber von Radio Hannover. Wir sind sechs Partner: vier Hauptgesellschafter und zwei Juniorpartner. Wir sind also eine Gruppe von Privatpersonen, die diesen Sender betreibt, und das ist eigentlich nicht so üblich. Meistens stehen bei Radiosendern große Institutionen oder Verlagshäuser dahinter wie beispielsweise bei unseren beiden Nachbarn aus der Goseriede. Wir dagegen sind ein inhabergeführter Privatsender.

SB – Das MusikZentrum funktioniert genauso. Ich bin auch geschäftsführende Gesellschafterin.

MW – Gutes Konzept!

SB – Ja, finden wir auch! Ich würde gerne noch ergänzen: Ich bin auch Vorständin beim kre|H|tiv-Netzwerk Hannover und außerdem im Beirat der UNESCO City of Music. Hinzu kommt, dass ich Netzwerke gegründet habe, unter anderem bin ich Mitgründerin von „women* in music hannover" in Kooperation mit der Stadt Hannover.

Was gefällt Ihnen denn am besten an Ihrem Job?

MW – Das Medium Radio bringt eine enorme Vielfalt mit sich. Wir sind ein Privatsender, der sich maßgeblich in Hannover tummelt. Deshalb stehen wir immer in engem Kontakt zum aktuellen Stadtgeschehen unter anderem in den Bereichen Kultur, Sport und Wirtschaft – man kommt dadurch mit sehr unterschiedlichen Menschen zusammen. Da man als Medium wahrgenommen wird, bekommt man auch viel tiefere Einblicke in verschiedene Bereiche. Das ist schon interessant!

SB – Ich kann das Wort „Vielfalt" nur unterstreichen. Es macht total Spaß, mit Menschen aus ganz unterschiedlichen Sphären zu arbeiten. Jeder Tag ist anders! Unsere Projekte, die wir in Kooperation mit verschiedenen Partnern durchführen, laufen immer dezentral und sind spannend und bereichernd für den Arbeitsalltag.

MW – Bei uns ist auch jeder Tag anders. Jeden Morgen gibt es eine Redaktionskonferenz, bei der wir überlegen, welche Themen wir aufgreifen wollen: Was passiert diese Woche? Was ist momentan wichtig? Was bewegt die Stadt, was gibt es Neues? Nach diesen Überlegungen wird das Programm ausgerichtet. Wir versuchen auch immer – egal, ob's um nationales oder internationales Geschehen geht – das auf die Lebenssituation der Menschen in der Region Hannover herunterzubrechen.

SB – Seid ihr da manchmal auch zu schnell? Wir denken manchmal, dass wir mit der Themenfindung zu schnell sind, dass wir zu weit über den Stadtrand hinausgehen. Und dann müssen wir noch ein Jahr warten – dann kommt es erst hier an.

MW – Von uns wird ja ein sehr hoher Aktualitätsgrad erwartet. Eines unserer Hauptmerkmale sind die Hannover-News, die immer zur halben Stunde laufen. Passiert etwas in Hannover um fünf nach zehn und wir bekommen es mit, dann haben wir es um halb elf on air. Es gibt aber natürlich auch Schwerpunktthemen, die wir über einen längeren Zeitraum betreuen. Was die Kultur angeht, decken wir auch einen sehr breiten Bereich ab. Zum einen sprechen wir über die Häuser, mit denen wir schon langjährige Kooperationen haben, etwa Oper und Schauspiel. Zum anderen nehmen wir für unsere Veranstaltungstipps aber auch kleinere oder weniger präsente Spielstätten in den Blick. Das MusikZentrum erwähnen wir ganz oft, weil es dort Veranstaltungen gibt, die unsere Hörer interessieren. Wir haben den Anspruch, möglichst breit gestreut über alles zu informieren, was gerade in der Stadt los ist. Und das ist gerade in dieser schnelllebigen Zeit super wichtig.

Ist es so, dass lokale Medien wegen Corona eine größere Bedeutung gewonnen haben?

MW – Ich denke schon. Man kann die Zahl der UKW-Hörer zwar nicht genau ermitteln, aber man kann über die Audiodienste – unsere App, Web-Stream – exakt messen, wie viele Hörer eingeschaltet haben. Gerade in der Anfangszeit der Pandemie konnte man einen großen Anstieg beobachten, was den Konsum lokaler Medien betrifft. Das haben verschiedene Medienanalysen ergeben. Auch uns hat die Pandemie mehr Hörer gebracht, und das ist im Grunde leicht zu erklären: In einer unübersichtlichen Situation will man wissen, was die aktuellen Beschlüsse für einen selbst bedeuten. Aktuell ist es ja zum Beispiel so, dass Hannover im Vergleich zu vielen anderen Regionen in Deutschland eine verhältnismäßig niedrige Inzidenz hat. Bei uns erfährt man, welche Verordnungen jetzt in der eigenen Stadt gelten, was ich beim Einkaufen beachten muss, beim Konzertbesuch oder bei der nächsten Sportveranstaltung.

Das MusikZentrum richtet viele Projekte für Kinder und Jugendliche aus. In einer Pandemie ist das sicher schwierig ...

SB – Ja, ich habe das Gefühl, Kinder und Jugendliche werden ein bisschen so behandelt wie die Kultur: Ihre Bedürfnisse werden gar nicht berücksichtigt, weil niemand die Verantwortung übernehmen möchte. Wir haben 2021 trotzdem Verschiedenes realisiert, zum Beispiel das Projekt „Soundtrack VOICE". Hierfür haben Jugendmusikgruppen aus jeder Regionsstadt Songs geschrieben über ihr Befinden – über das, was ihnen aktuell auf dem Herzen liegt. Die haben wir bei uns im Studio aufgenommen und dazu noch Videos gedreht. Insgesamt 19 Songs und 19 Videos haben wir produziert! Im Oktober haben wir eine Jugendmusikkonferenz durchgeführt, die super besucht war, und außerdem ein Projekt gegründet, das nennt sich „Bock auf Musik – BAM". Das ist eine digitale Plattform, auf der im Prinzip alle Informationen zum Musikgeschehen für die Zielgruppe 14 bis 27 Jahre versammelt werden: Wo kriege ich technisches Equipment her? Wo kann ich üben? Welche Bands bestehen? Wie kann ich mich digital fortbilden? Diese Plattform ist gerade mitten im Aufbau.

MW – Schönes Thema für uns! Das leite ich gleich an die Redaktion weiter.

SB – Sehr schön! Was ich außerdem erwähnen möchte, ist unser Rockmobil, dass im Mai 2022 sein 30-jäh-

riges Jubiläum feiern wird. Bei diesem Projekt fährt ein VW-Bus zu Kindern und Jugendlichen, die kaum Möglichkeiten haben, mit Musik in Kontakt zu kommen – mit viel Erfolg, es sind schon diverse Musikgruppen aus diesem Kontext heraus entstanden! Außerdem bieten wir schon seit vielen Jahren ein JugendMusikTheater an. Das ist kostenfrei und richtet sich an alle, die gerne mit Tanzen, Theater, Technik oder Musik in Berührung kommen möchten. Die Teilnehmenden proben einmal die Woche und haben jedes Jahr eine Aufführung – auch in den Corona-Jahren! Und dann haben wir jetzt gerade auch ganz frisch eine vom kre|H|tiv-Netzwerk und der Stadt Hannover initiierte digitale Seite übernommen, die nennt sich „creative-native.info". Bei der Seite geht es darum, Jugendlichen zu zeigen, was es alles an Ausbildungsberufen rund um den kreativen Bereich in Hannover gibt. Das ist auch nötig: An unseren Schülerpraktikant*innen merken wir nämlich immer wieder, dass sie über die Vielfalt der Berufsmöglichkeiten in diesem Sektor noch wenig wissen. Die Seite ist schon ziemlich gut gefüllt, aber da ist noch viel Arbeit.

Das MusikZentrum ist auch ein Ausbildungsbetrieb für fünf Berufe im Veranstaltungs- und Medienbereich. Diese Branchen sind aktuell arg gebeutelt – laufen die Ausbildungen trotzdem?

SB – Ja, sie gehen weiter, mittlerweile haben wir den dritten Jahrgang, der mit Corona zu tun hat. Die Ausbildung ist aber in den meisten Bereichen kaum ableistbar, da die gesamte Praxisarbeit fehlt. Wir werden sehr von der Stadt unterstützt, haben mit der deutschen Eventakademie anderthalb Jahre lang Fortbildungskurse gemacht, vor allem für die Veranstaltungskaufleute und die Techniker*innen. Als Teil der Kulturbande haben wir 2020 die Kulturwiese und 2021 die Sommerbühne am Ricklinger Bad durchgeführt. Diese Bühne, das KOMMRAUS-Festival, ist ein reines Ausbildungsprojekt gewesen, damit die überhaupt in irgendeiner Form praktisch arbeiten konnten. Nun scheint aber alles wieder den Bach runterzugehen – eine Ausbildungskooperation mit dem Staatstheater, die eigentlich am 01.01. starten sollte, werden wir voraussichtlich verschieben müssen.

Wie ist es bei Radio Hannover? Wie haben sich hier die nun fast schon zwei Corona-Jahre ausgewirkt?

MW – Im ersten Jahr hat der Bereich Mediaberatung bei uns faktisch gar nicht stattgefunden. Möbelhäuser, die zuhaben, brauchen keine Werbung. Der ganze Bereich Vertrieb und Marketing war deshalb in Kurzarbeit. Beim Radiobetrieb hingegen hatten wir das genaue Gegenteil – hier waren wir sogar mehr als sonst gefordert. Wir haben unseren Redakteuren die entsprechende Technik zur Verfügung gestellt, damit sie auch im Home Office ein professionelles Radioprogramm produzieren können. Außerdem haben immer dieselben Leute in einem Team zusammengearbeitet, damit bei Corona-Fällen der Ansteckungsradius nicht so groß ist. In der Hinsicht hatten wir großes Glück: Nur einmal war ein Praktikant erkrankt, der aber niemanden bei uns angesteckt hat.

Fotos: Bernd Schwabe, Wikipedia

Sie mussten jetzt aber kein Corona-Sonderformat aus dem Boden stampfen?

MW – Nein, das hat die normale Berichterstattung genügend abgedeckt! Irgendwann haben wir gemerkt, dass es auch einmal gut tut, andere Themen anzusprechen. Ich weiß ja nicht, wie es euch geht, aber ich konnte es schon teilweise nicht mehr hören! Man muss ja auch hin und wieder etwas Zuversicht ausstrahlen – ganz bewusst gute Nachrichten bringen, um die Leute zu motivieren, ihnen die Schwermütigkeit zu nehmen. Für manche Betriebe waren und sind das außerordentlich trostlose Zeiten, allen voran für die Veranstaltungsagenturen und Kulturhäuser. Mit denen sind wir ja auch persönlich gut bekannt, da ist es schrecklich mitanzusehen, wie von heute auf morgen alles ausfällt.

SB – Wir haben auch große Berührungspunkte im Veranstaltungsbereich über die Fête de la Musique, da ist Radio Hannover ja ebenfalls immer vertreten.

MW – Genau!

SB – Momentan gehen wir davon aus, dass das im nächsten Jahr wieder vollumfänglich stattfinden wird ...

MW – Doch, das wird auf jeden Fall klappen!

Dann sind Sie optimistisch, was 2022 angeht?

SB – Zwangsläufig – man muss ja jetzt schon mit den Planungen beginnen. Mittlerweile muss man im Kulturbereich für jegliche Situation einen Plan A, B und C vorrätig haben. Und die muss man im Zweifelsfall sehr kurzfristig realisieren können.

MW – Ich denke, im nächsten Sommer wird es auf jeden Fall besser werden. Das haben wir ja schon in diesem Jahr festgestellt. Ich bin tatsächlich optimistisch für die Zeit ab Frühjahr 2022. Doch wie die Lage danach weitergeht, wird man dann sehen müssen. Ich denke aber, bis 2023 haben wir auf jeden Fall noch mit Corona zu tun.

SB – Ja, auf jeden Fall. Darauf stellen wir uns auch ein. Entscheidend dafür, ob es mit der Kultur weitergeht, wird aus meiner Sicht aber auch das Verhalten der Zuschauer*innen sein. Wir haben das ja schon bei der KOMMRAUS-Bühne gesehen: Die Jüngeren waren unbeschwerter, bei den Älteren gab es jedoch viel Verunsicherung, obwohl es open air war. Und dann kommt noch dazu, dass viele aus der Veranstaltungsbranche gewechselt sind, es fehlt also überall an Fachpersonal für Großveranstaltungen. Wir sind alle sehr gespannt darauf, wie das logistisch zu bewältigen sein wird, wenn wieder Normalbetrieb herrscht!

● Anja Dolatta