

# »THE HAPPY MUSIC SONG CONTEST«

KONZEPT

## WAS BISHER GESCHAH:

Vom JEDERPOP bis zu den Chiemsee-Liedermachern	Seite 3
Die Zeit nach Corona: The Rolling Hippie Music Market	Seite 6
Neuer Name. Neues Konzept	Seite 7
Relaunch: der Fahrplan	Seite 8
Teilnahmebedingungen	Seite 9
Projektteam, Jury, Venues	Seite 10
Referenzen	Seite 11
Werbesujet	Seite 12
Presseinformation	Seite 13
Impressum	



CHIEMSEE-LIEDERMACHER-CONTEST 2017  
BLICK RICHTUNG CHIEMSEE

CHIEMSEE-LIEDERMACHER-CONTEST 2017  
BLICK RICHTUNG FESTIVAL-GELÄNDE

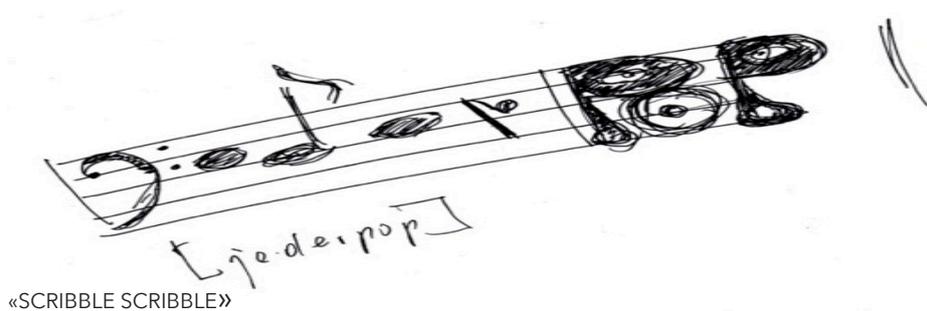


## Was bisher geschah Vom JEDERPOP bis zu den Chiemsee-Liedermachern

... es war 1998

JEDERMANN hört Popmusik. Popmusik aus Salzburg ans scheinwerfergleißende Tageslicht zu fördern und eine florierende Salzburger Popszene aufzubauen, ist Ziel von „JEDERPOP“.

Die Protagonisten Christian Lehner und Benno Oberdanner glauben an dieses Ziel und scharen bald Gleichgesinnte um sich. Darunter viele Musiker:innen aus der Region, die ihre Chance sehen, aus Berufung Beruf zu machen. Aber auch die Medien gesellen sich an ihre Seite und ... Sponsoren finden Interesse. Und so stellt sich der Erfolg rasch ein. Knapp dreihundert Teilnehmer:innen im ersten Jahr setzen die Messlatte hoch. Aber auch qualitativ setzt JEDERPOP neue Maßstäbe. Alea iacta erant.



(1999)

Am Rande der Festspiele wird in Salzburg der Ruf nach dem JEDERPOP immer lauter. „Die Zeit war reif für JEDERPOP“ titelt die Tageszeitung Salzburger Nachrichten und präsentiert gemeinsam mit dem Privatsender Welle 1 den Salzburger Musik-Contest nun einem breiten Publikum. Die Vernetzung mit ähnlichen, regionalen Contests in den anderen Bundesländern, sowie im benachbarten Bayern (Sternenzelt) läuft an. Die EUREGIO bildet grenzüberschreitend eine ideale Kommunikations- und Veranstaltungsplattform. Die Messlatte wird nach oben korrigiert, die Vierhunderter-Marke bereits im zweiten Jahr überschritten: Die Gewinner 1999 lösen Begeisterungstürme aus.

(2000)

JEDERPOP begibt sich auf die Suche nach dem Amadeus 2000. Partner sind die Kulturabteilungen von Stadt und Land Salzburg sowie die EUREGIO (Ein Festival der Region wird angedacht), Medienpartner sind die Salzburger Nachrichten, Salzburg TV, Salzburger Woche, X-Act Music Magazine und die Welle 1. Der ORF winkt ab .. „man wolle keinen Austropop fördern“... Hauptsponsor Privatbrauerei Josef Sigl stellt seinen Gewölbekeller als Open-Stage zur Verfügung, der rasch zum Musikertreff und zur Keimzelle neuen Popschaffens in der Region wird.

(2001)

Wahre Perlen werden aus der Schale (=Proberaum) ans Tageslicht gespült. Heute pendeln einige Newcomer von damals zwischen New York und Salzburg. Und sie erinnern sich gerne an das kreative Schaffen im Tonstudio, die unbeschwerte Zeit im Tourbus zum nächsten Promogig .... Die Antenne Salzburg löst in diesem Jahr die Welle ab und sorgt für mehr Airplay. Eine Lawine kommt ins Rollen.

Im Herbst 2002 kommt die Starmania ins Österreichische Fernsehen und mit einem Schlag gilt das Interesse in allen Bundesländern der erfolgreichsten Casting-Show, die der ORF jemals ausgestrahlt hat. Man fördert nun doch Austropop (!). Für die erste Staffel gehen österreichweit 1.700 Bewerbungen ein. 48 Nachwuchssänger:innen qualifizieren sich für die Sendung. Aus ihnen werden zwölf für das Finale ausgewählt. Der Rest ist bekannt und fast schon wieder vergessen. Bis auf Christl Stürmer.

Die Jahre vergehen.

Das Starmania-Fieber ist längst abgeklungen, geblieben sind die Künstler, die an jenem Tropf hängen, der Hoffnung heißt. Der Ruf nach JEDERPOP ist nun weit über Salzburgs Grenzen zu hören.

Popkultur soll (wieder) einen neuen Stellenwert, ein neues Betätigungsfeld, einen neuen Arbeitsmarkt bekommen. Während z.B. Jazz und Worldmusic in ihren zahlreichen Facetten u.a. mithilfe deftiger Finanzspritzen in den vergangenen Jahren fußfassen konnten (Salzburger Jazzherbst, Jazz and the City, ...), ist Pop wieder in den Dornröschenschlaf verfallen. Allein die Aktivitäten freier Kulturstätten halten die heimische Popkultur am Leben.

Inzwischen schreiben wir das Jahr 2015.

Die Grenzen zwischen Pop, Rock und Jazz verschwimmen zunehmend, die neue Volxmusik hält Einzug.

Der Chiemgau in Bayern zeigt Interesse an einem gemeinsamen Festival, will sich einbringen. Als neuer Partner und Mitveranstalter wollen sich Politik und Tourismus im Namen wiederfinden.

„Die Chiemsee-Liedermacher“ sind geboren, rufen zum Contest und laden zum Festival ein. Ein familienfreundliches Festival am Chiemsee soll es werden. Auf dem gesamten Festgelände gibt es Stationen mit internationalen Straßenmusikanten; Maler, Bildhauer und Landschaftsgestalter zaubern zudem Montmartre-Flair ans Westufer des „Bayerischen Meeres“. Hippie-Feeling am abendlichen Lagerfeuer ist spürbar. Erinnerungen an Woodstock werden wach. Der Chiemsee-Liedermacher-Contest wird Open-Air ausgetragen. Für die Gewinner:innen gibt es CD- und DVD-Produktionen und viel Öffentlichkeit. Im vierten Jahr will das beschauliche Örtchen Gstadt am Chiemsee exakt zur selben Zeit, am selben Ort sein 850-Jahre-Jubiläum feiern. Mit Blasmusik, Weißwurst und Brezen. Zwei Welten prallen aufeinander. Ebenso Politiker und Touristiker. Es kracht. Man geht auseinander. Auf der Strecke bleiben die Liedermacher, die sich erneut auf die Suche nach einem neuen Zuhause begeben.

(2019)

Ein vorerst letztes Mal trifft man sich beim großen Seefest in Mondsee, wo „in memoriam 50 Jahre Woodstock“ dem Geiste jener Zeit gehuldigt wird, der diese Generation geprägt hat wie keine andere.

Corona steht vor der Tür. Die Liedermacher:innen ziehen sich in ihre Proberäume und Home-Studios zurück. Die Perlen verschließen sich wieder in ihren Schalen. Drei Jahre herrscht de facto Arbeitsverbot für die gesamte Branche.

## Die Zeit nach Corona: The Rolling Hippie Music Market

Der Event-Markt verändert sich, einige Musikagenturen werden für immer verschwunden bleiben. Bühnenbauer, Licht- und Tontechniker ebenso.

In den Kellerstudios der Musiker aber entstehen spannende Projekte, die so schnell wie möglich „danach“ auf scheinwerfergleißende Bühnen gelangen sollen.

Aber auch so mancher Veranstalter nutzt diese Zeit und begibt sich auf die Suche nach dem Licht am Ende des Tunnels, der Corona heißt. Man findet in dieser Zeit viel Gegenliebe im Gespräch mit dem maskierten Gegenüber in dünn besetzten Bürgermeister- und Touristikchef-Büros.

(2021)

Man ist gut vorbereitet und will wohldosiert auf ausgewählte Venues zugehen. Und schon bald sollte der erste „Rolling Hippie Music Market“ durch die Lande ziehen. Im Zentrum eine mobile Bühne, Hippiemarkt und Gastronomie. Es wird nachgeholt, was drei Jahre lang so sehr fehlte. Neue Brücken werden geschlagen, schnell sind Berührungsängste abgebaut, man trifft sich auch wieder vor großen Bühnen, eng bei- und zueinander stehend.

Was immer noch anhält, ist die Aufbruchsstimmung, der Mut zu neuem Schaffen „danach“.

Popmusik, die Freude macht, Freude schenkt, ist angesagter denn je.

Musiker wollen raus aus den Proberäumen, fordern als Starthilfe wieder einen Contest, ein eigenes Festival ein.



LOGO: THE ROLLING HIPPIE MUSIC MARKET

## History repeating? Ein neuer Name, ein neues Konzept müssen her!

Die Protagonisten der einstigen Salzburger Contest-Szene wollen bei einem erneuten Relaunch mehr Einfluss auf die (Stil-)Richtung = bessere Vermarktbarkeit nehmen. Auch ein neuer Name muss her.

### Zufall?

Bei einem Konzertbesuch im Kronensaal in Zürich stößt Benno Oberdanner auf (gleiche Wellenlänge namens) Max Benz, Hotel-direktor, Veranstaltungsmanager seines Event-Saales und selbst Musiker. Er signalisiert Interesse an einer grenzüberschreitenden Kooperation.

Mit Bayern, Österreich und der Schweiz sollen im Herzen Europas neue Impulse gesetzt werden.

Neues Credo nach Pandemie, in Zeiten der Wirtschaftskrise und den Kriegen zum Trotz: Happy Music!!

Apropos History repeating: Nach der Flowerpowermusik (Scott McKenzie - San Francisco, The Mamas and the Papas - California Dreaming u.v.m.) der späten 1960er Jahre hielt The Happy Sound of Philadelphia Einzug auch in die europäischen Charts, später entwickelte sich daraus der Discosound (Night Fever, Bee Gees) der das Tanzpublikum bei ausgelassener Partylaune hielt. Y.M.C.A (1978, Village People) wurde ein Welthit und zählt noch heute in diversen Rankings zu einem der besten Dance-Hits, der tief in New York verwurzelt ist, und zu den beliebtesten Openern in der Ballroomszene.

Aktuell entwickelt sich Latinpop laut einer Studie von FM4, Österreichs beliebtesten Jugendsender, zur größten Popmacht der Welt und hält gerade Einzug in die europäischen Charts.

Die Zeit ist reif für Happy Music made in Europe.

## Relaunch: der Fahrplan.

1. Ein neuer Name muss her. Die Liedermacherei soll sich in Richtung Pop (auch Volx-Rock) öffnen. Produktion von CD als Hauptpreis sind nicht mehr zeitgemäß. Vielmehr sollen als **Benefit** Live-Auftritte bei touristischen Events ein breites Publikum garantieren. Mit Musik, die gute (Party-) Laune verbreitet, zum Tanzen einlädt. Darüber hinaus soll den Finalisten ein professioneller Mitschnitt (Compilation DVD) ihres Auftrittes als Promo-Material zur Verfügung gestellt werden.
2. Titel: **The Happy Music Song Contest**
3. Vorbereitung Werbemittel & Pressetexte
4. Aktualisierung der (immer noch gut besuchten) Website der Chiemsee-Liedermacher. Social Medias werden kanalisiert.
5. Aufruf zum Contest ab Frühjahr 2025, alle (Musik-)Schulen, Unis, Tonstudios, SM, (zu findende) Medienpartner; Bewerbungsfrist: 1. August 2025
6. August 2025: Jurysitzungen, Auswahl der Kandidat:innen in den drei Ländern (A, CH, D)
7. Herbst 25: Live-Semifinale in Indoor-Venues in A, CH, D, Kür der „Landes-Besten“, die beim Live-Finale (2026) antreten  
Präsentation der Venues im touristischen Wettbewerb (analog 9 Plätze, 9 Schätze im ORF)
8. Frühjahr 26: Die „Landesmeister live in Contest“, indoor
9. Sommer 26: Die große Show, die Landes-Sieger live on Stage, Open-Air  
Begleitet wird die Happy-Music-Show von einer Partyband, die den Namen des Contests trägt und die Bewerber des Contests bei Bedarf (Solobewerbungen) unterstützen kann.

Teilnahmebedingungen:

1. Teilnehmen können alle Gruppen oder Solisten:innen des Genres, die Ihren Wohnsitz in Bayern, Österreich oder der Schweiz haben.
2. Das einzureichende Demo soll drei Songs - 2 Eigenkompositionen, 1 Coverversion (Interpretation, nicht 1:1 Cover) - mit einer Titellänge von jeweils ca. 3 Minuten enthalten sowie einen Jingle (ca. 10 sec.), der bei diversen Aufrufen und Ankündigungen zur Anwendung kommen soll.  
Wichtig ist vor allem, dass sich das Demo live reproduzieren lässt. Zugelassen sind alle Stilrichtungen des Pop, sofern sie auch festivaltauglich sind und Happy-Feeling vermitteln. Tanzbarkeit ist obligatorisch. Coverversionen müssen individuell-eigenständig interpretiert werden.
3. Die Teilnahme ist kostenlos. Aufwendungen werden den Teilnehmern:innen nicht erstattet.
4. Die Einsendungen haben digital in Bild und Ton zu erfolgen (Demo, Pressefotos, Band-/Interpreten-Info).
5. Die Auswahl der Bewerber erfolgt durch eine Jury, bestehend aus Produzenten, Musikern, Fachjournalisten, Veranstaltern und Mitarbeitern des Contests.
6. Die Auswahlkriterien sind Festivaltauglichkeit, Originalität, Individualität und Persönlichkeit, Kreativität (Spielwitz in Komposition, Arrangement und Interpretation), Musikalität (handwerkliche Fähigkeiten, Umsetzung künstlerischer Ideen) Präsentation und Live-Performance.
7. Die ausgewählten Teilnehmer:innen stehen nach Terminabsprache für Vorbereitungsgespräche zur Verfügung.
8. Die ausgewählten Teilnehmer:innen verpflichten sich, an Semi- und Finalveranstaltung ohne Vergütung teilzunehmen. Termine und Locations werden rechtzeitig bekannt gegeben und auf der Website [www.x-promotion.at/contest](http://www.x-promotion.at/contest) veröffentlicht und laufend aktualisiert. Weiters stehen die Finalisten:innen bis zum nächsten Contest für Promotionzwecke gegen Spesenersatz zur Verfügung.
9. Urheberrechtsansprüche bleiben den Teilnehmer:innen voll erhalten.
10. Mitarbeiter des Contests sind von der Teilnahme ausgeschlossen.
11. Durch das Einreichen der Bewerbungsunterlagen werden die Teilnahmebedingungen ausnahmslos anerkannt. Der Inhalt der Teilnahmebedingungen ist dem / der TeilnehmerIn in seiner / ihrer Muttersprache bekannt. Es gilt österreichisches Recht. Die Veranstalter / Teilnehmer vereinbaren als ausschließlichen Gerichtsstand die Gerichtsbarkeit des sachlich für 5020 Salzburg zuständigen Gerichtes. Änderungen und Ergänzungen der Teilnahmebedingungen bedürfen zu ihrer Gültigkeit der schriftlichen Form. Ein Abgehen davon durch mündliche Nebenabrede ist unzulässig.
12. Einsendungen bis 1. August an: [contest@x-promotion.at](mailto:contest@x-promotion.at)
13. Der Rechtsweg gegen die Entscheidung der Jury ist ausgeschlossen.

## Mögliches Projektteam, Jury, Venues

Max Benz, Direktor Boutique Hotel Kronenhof, Musiker, Zürich (CH)

Peter Heinrich, em. Touristiker Chiemgau (D)

Christian Lehner, Autor, Journalist, Musiker, Klagenfurt (A)

Gert Prix, Direktor Eboardmuseum, Musiker, Klagenfurt (A)

Markus Waltenberger, Kunsthalle am Meierhof, Schwertberg (A)  
X-Promotion, Konzert- und Veranstaltungsagentur

### **Venues für Semifinali** (Jury + Publikumsvoting)

Kunsthalle am Meierhof, Schwertberg (A);	11. Oktober 2025
Eboardmuseum, Klagenfurt (A);	25. Oktober 2025
Kronensaal, Zürich (CH);	TBA
Alm im Kurpark, Ruhpolding (D);	8. November 2025

### **Finale für Landessieger** (Venue noch offen)

„The Happy Music Show“ im Umfeld eines großen (See)festes (Nutzung der vorhandenen Infrastruktur) mit eigener Showband („The Happy Music Showband“) & den Finalisten:innen, The Rolling Happy Music Market (Sideevent mit festivalaffinen Produkten wie z.B. bei den großen Hippiemärkten in Rio, Ibiza, Salzachgalerien (A) etc.)

Die Locations werden nach touristischen Kriterien ausgewählt und stehen selbst im Contest zueinander. Umfangreiche Präsentation im Vorfeld auf Social Medias.

Z.B.

Chiemsee (D)

Mondsee (OÖ) und/oder See in Kärnten

Zürichsee (CH) oder .....

Erweiterung des Aktionsradius ab 2028/29

## Referenzen

Altstadt Salzburg Marketing • AMREF • Ana Paula da Silva • Austrotel • BMW Austria • Burg Forchtenstein • Burg Gruttenstein • Chiemsee Liedermacher Festival / Chiemseebazart • CHL - das Dialekt-Musik-Projekt • Cristiana Pegoraro • Cosmoterra • Erich Götzinger Werbeagentur • Erzdiözese Salzburg / Offener Himmel • Euregio / Agenda 21 • Fürst Immobilien • Gstadter Kultursommer • Gusswerk Silvester • Hallstatt Tourismus • Hotel Das Edlinger • Jazzit Salzburg • Landeshauptstadt Klagenfurt am Wörthersee • LichtTonVideo (LTV) • Marcus Matthews • Neumarkter Kultursommer, Rupertikirtag • ÖBB / Art Goes Railway • ORF / Ö3 • Österreichische Sporthilfe / Gala ORF / Ö3 Beach Mania • Porsche Austria • POS Hauer Werbeagentur • Salzachgalerien • Salzburg / Fest für Mozart • Salzburger Jazzherbst / Jazz in der Altstadt • Salzburger Advent • Salzburger Künstlerball • Salzburger Landestheater • Salzburger Wein & Wienerliedfestival • SCA • Seat Allmobil • Sheraton • Stadt Bad Reichenhall • Stadtgemeinde Feldkirchen • Stadtgemeinde St. Veit an der Glan • Stanglwirt / Weißwurst-party • SWATCH International • Tourismus Mondsee/ Seefest • Tourismus Obertauern / Mountain Mania • The Rolling Happy Music Market • Tourismus Salzburg • Tourismus St. Wolfgang • Weinfest der Regionen • Welle 1 • WWF Österreich • Wüudara Gschnas • X-Werbeagentur

## Das Sujet



RUHPOLDING  
Bayern

EBOARDMUSEUM

Klagenfurt

Presseinformation

## *Frischer Wind am europäischen Pop-Himmel*

„The Happy Music Song Contest“

Ein neuer, grenzübergreifender Pop-Contest will frische, positiv geladene U-Musik zu breiter Aufmerksamkeit im sich soeben neu erfindenden Pop-Genre verhelfen - ausgehend von Deutschland, Österreich und der Schweiz und den dort schaffenden Musiker:innen und basierend auf der Tatsache, dass lt. Studien diverser Jugendsendern die Hörgewohnheiten sich derzeit massiv verändern.

Wie schon in den 1960ern und 70ern soll sich Lateinamerika zur neuen Popmusik-Weltmacht entwickeln. Latin-Grooves sollen also schon bald die europäischen Charts erobern und die Dancefloors einheizen.

Doch zuerst ein kurzer Rückblick: 1998 erfanden und begründeten der Salzburger Benno Oberdanner (Senior CEO Agentur X-Promotion, Seekirchen am Wallersee) und Christian Lehner (Journalist, Autor, Musiker, einst Salzburg, heute Klagenfurt) den damals äußerst beliebten Newcomer-Contest „Jederpop“. Daraus entwickelte sich ab 2015 aufgrund starken Interesses aus Bayern der grenzüberschreitende Bewerb „Chiemsee-Liedermacher-Contest“ mit Live-Finale an den Gestaden des Chiemsees.

## *Aufbruchsstimmung und Mut zu neuem Schaffen*

Nach Corona, Kriegsmüdigkeit in Europa und schlechter Stimmung überall wird der Ruf seitens der Musiker:innen nach einem Relaunch wieder laut. Die Zeit ist reif, der Gedanke ausgereift für den Drei-Länder-Bewerb „The Happy Music Song Contest“ samt Festival.

Gesucht werden Musiker:innen und Formationen, die (auch) mit eigenen Songs und der vielfältigen Bandbreite der Popmusik ausgelassene Party-Laune verbreiten können und absolut festivaltauglich sind, was bei Live-Vorrunden und in Live-Finalshows auch zu beweisen sein wird.

## Presseinformation

Eine Fach- und Publikumsjury wird am Schluss die Sieger küren, mit Compilation-DVD als Benefit und Live-Auftritten als Motivation und Sprungbrett.

Teilnehmen können alle Gruppen und Solist:innen mit Wohnsitz in Deutschland, Österreich und der Schweiz. Einzureichen sind Demos mit zwei eigenen Songs und einer kreativ interpretierten Coverversion von jeweils rund drei Minuten Länge. Sowie als besondere Herausforderung ein 10 bis 15 Sekunden langer Jingle, der für Aufrufe zum Bewerb, Ankündigungen sowie bei Live-Veranstaltungen ab 2026 zum Einsatz kommen kann und soll.

Altersgrenze gibt es keine.

Die detaillierten Teilnahmebedingungen, Termine und das Procedere sind auf der Agentur-Website [www.x-promotion.at/contest](http://www.x-promotion.at/contest) zu finden.

Aktuelle Austragungsorte von Vorrunden und Semi-Finalis sind vorerst die *Alm im Kurpark* von Ruhpolding in Bayern, das *Event-Hotel Kronenhof* in Zürich, das *Eboardmuseum* in Klagenfurt sowie die neue Eventlocation der *Kunst-und Kulturinitiative Unteres Mühlviertel* in Schwertberg in Österreich. Weitere Venues für 2025 und darüber hinaus sind bereits im Bewerbungsstatus.

Die Auswahl erfolgt nach veranstaltungstechnischen und touristischen Kriterien.

Einsendeschluss zum Contest (ausschließlich digital in Bild und Ton) ist der 1. August an: [contest@x-promotion.at](mailto:contest@x-promotion.at)

Die Jury tagt im August und wählt die Viertel- und Semi-Finalist:innen aus, die sich ab 11. Oktober Live-Battles liefern.

Stand 19.2.25

Ergänzungen und Korrekturen vorbehalten

## **Ideenscribble / Konzept / Projektbegleitung**

### **X-Promotion**

Matthias Bayrhammerstraße 27  
5201 Seekirchen  
Austria

T +43 6212 4177

F +43 6212 4177 DW1

M +43 676 7655048

**[info@x-promotion.at](mailto:info@x-promotion.at)**

**[www.x-promotion.at](http://www.x-promotion.at)**



Stand 24. 02. 2025.

Änderungen/Ergänzungen vorbehalten.