

Summary

English version

Summary: "Communicating Sustainability in the Music Industry"

With Maria Elena de Matteo, a communications strategist, campaigner, and environmentalist with over a decade of experience in the public, private, and non-profit sectors.

Key Themes:

- **Power of Music and Storytelling:** Music is a universal medium that transcends barriers, making it an effective platform to inspire climate action. Studies indicate that 70% of music fans are open to artists advocating for sustainability, and 40% find it inspiring when artists speak up about climate issues.
- **Storytelling as a Tool:** Stories resonate deeply because they evoke emotions and make data relatable. Compelling narratives follow a structure (beginning, conflict, resolution) and can use frameworks like ABT (And-But-Therefore) or SCQA (Situation, Complication, Question, Answer).
- **Practical Steps for Artists:**
 - Speak authentically to fans, sharing personal sustainability commitments.
 - Inspire action by showing practical steps fans can take, from reducing waste to supporting climate policies.
 - Highlight collective power by emphasizing that change is a shared effort.
- **Examples of Leadership:** Artists like Billie Eilish, Massive Attack, and Coldplay lead by making their tours sustainable and engaging fans through direct messages and campaigns.
- **Intersectionality and Climate Action:** Effective sustainability communication must consider race, gender, culture, and socio-economic disparities.

Practical Tips:

- Identify a clear purpose and emotional hook in your message.
- Keep stories authentic and action-oriented.
- Use visuals, videos, and social media for maximum engagement.

Key Takeaways for the Music Industry:

- Sustainability can be woven into an artist's identity and brand.
- Collaboration with fans, communities, and sustainability experts amplifies impact.
- Music events and tours can lead by example, showcasing sustainable practices while inspiring wider change.

This session highlighted the vital role of music in shaping positive change and offered tools for professionals to communicate sustainability effectively.

Deutsche Version

Zusammenfassung: "Kommunikation von Nachhaltigkeit in der Musikindustrie"

Mit Maria Elena de Matteo, Kommunikationsstrategin, Aktivistin und Umweltschützerin mit mehr als einem Jahrzehnt Erfahrung im öffentlichen, privaten und gemeinnützigen Sektor.

Zentrale Themen:

- **Die Kraft von Musik und Storytelling:** Musik ist ein universelles Medium, das Barrieren überwindet und eine effektive Plattform bietet, um Klimaschutz zu fördern. Studien zeigen, dass 70 % der Musikfans offen dafür sind, dass Künstlerinnen *sich für Nachhaltigkeit einsetzen, und 40 % finden es inspirierend, wenn Künstlerinnen über Klimathemen sprechen.*
- **Storytelling als Werkzeug:** Geschichten berühren, weil sie Emotionen wecken und Daten greifbar machen. Überzeugende Erzählungen folgen einer Struktur (Anfang, Konflikt, Lösung) und können mithilfe von Frameworks wie ABT (And-But-Therefore) oder SCQA (Situation, Complication, Question, Answer) gestaltet werden.
- **Praktische Ansätze für Künstler*innen:**
 - Authentisch mit den Fans sprechen und persönliche Nachhaltigkeitsziele teilen.
 - Fans durch praktische Handlungsvorschläge inspirieren, wie z. B. Müllreduzierung oder Unterstützung von Klimaschutzinitiativen.
 - Die kollektive Kraft hervorheben, indem betont wird, dass Veränderung ein gemeinsamer Prozess ist.
- **Beispiele für Vorbilder:** Künstler*innen wie Billie Eilish, Massive Attack und Coldplay setzen Maßstäbe, indem sie ihre Touren nachhaltig gestalten und ihre Fans durch direkte Botschaften und Kampagnen einbinden.
- **Intersektionalität und Klimaschutz:** Effektive Nachhaltigkeitskommunikation muss Aspekte wie Rasse, Geschlecht, Kultur und sozioökonomische Unterschiede berücksichtigen.

Praktische Tipps:

- Definieren Sie einen klaren Zweck und eine emotionale Botschaft.
- Halten Sie Geschichten authentisch und handlungsorientiert.
- Nutzen Sie visuelle Inhalte, Videos und soziale Medien, um maximale Aufmerksamkeit zu erzielen.

Wichtige Erkenntnisse für die Musikindustrie:

- Nachhaltigkeit kann fest in die Identität und Marke von Künstler*innen eingebunden werden.
- Zusammenarbeit mit Fans, Communities und Nachhaltigkeitsexpert*innen verstärkt die Wirkung.
- Musikveranstaltungen und -tours können durch nachhaltige Praktiken eine Vorbildfunktion übernehmen und breitere Veränderungen anstoßen.

Diese Session hob die entscheidende Rolle der Musik bei der Förderung von positivem Wandel hervor und bot Werkzeuge, um Nachhaltigkeit effektiv zu kommunizieren.