



Seminararbeit zum ÖBV-Führungskräfteseminar West 2008/2009

PLATZKONZERTE IM WANDEL DER ZEIT

von

Rainer Schulze

Musikverein: Bundesmusikkapelle Vomp

06. Juni 2009

Vorwort

Jede Gemeinde, die in Tirol Umsätze aus erwerbswirtschaftlicher Tätigkeit erzielt (z.B. Vermietung, Verpachtung, etc.), ist nach dem Tourismusförderungsgesetz abgabepflichtig. Gleiches gilt für unternehmerische Tätigkeiten. Daher sind alle 279 Gemeinden Tirols als „Tourismusgemeinden“ einzustufen. Es gibt ja praktisch in jeder Gemeinde Tourismus bzw. Fremdenverkehr in irgendeiner Form.

Wie beinahe jedes Mitglied einer Musikkapelle weiß, gibt es in Tirol mehr Musikkapellen als Gemeinden. In jeder Gemeinde finden Sommerkonzerte (im weiteren auch Platzkonzerte oder Tourismuskonzerte genannt) statt, die meistens von den Kapellen gestaltet und vom jeweiligen Tourismusverband veranstaltet werden.

Die Gestaltung und organisatorische Abwicklung der Sommerkonzerte geschieht schon im Musikbezirk Schwaz auf verschiedenste Weise. Ebenso sind die Herausforderungen von verschiedener Natur. Es ist aber ein Trend hin zu weniger Sommerkonzerten pro Musikkapelle zu beobachten, der hauptsächlich auf die begrenzten finanziellen Mittel der Tourismusverbände zurückzuführen ist.

Da die Platzkonzerte einen idealen Rahmen bieten, den eigenen Musikverein einer breiteren Öffentlichkeit zu präsentieren, suchen die Kapellen wieder nach mehr Auftrittsmöglichkeiten im Sommer. Die Abwicklung eines Platzkonzerts, wo man als Musikverein selbst Veranstalter ist, wirft aber aufgrund der Veranstaltungsmeldepflicht bei der AKM, der Vermarktung (die dann auf eigene Faust geschehen muss) und der wegfallenden Förderungen neue Probleme auf.

In meiner Zeit als Schriftführer im Vorstand der BMK Vomp (seit 2004) ist dieses Thema immer wieder aufgetaucht und diskutiert worden – und wird immer wichtiger. Der Tourismusverband veranstaltet jedes Jahr immer weniger Platzkonzerte. In der Stadt Schwaz werden die Platzkonzerte schließlich unter drei Musikvereinen aufgeteilt.

Dies waren für mich Gründe genug, das Thema „Platzkonzerte im Wandel der Zeit“ für meine Seminararbeit zu wählen. Mein Ziel ist, durch statistische Aufbereitung des Ist-Zustandes und einer Ideensammlung von Funktionären im Musikbezirk Schwaz einige Impulse zur Organisation eines eigenen Musiksommers zur Verfügung zu stellen.

Zur eigenen Person

Mein Name ist Rainer Schulze; geboren am 30. Oktober 1985. Nach der Volksschule besuchte ich das Gymnasium Paulinum in Schwaz von 1996-2004, wo ich die Matura im Juni 2004 mit ausgezeichnetem Erfolg bestand. Seit Herbst 2004 studiere ich Physik (Studiengang Diplom) an der Leopold-Franzens-Universität Innsbruck.

Seit 1999 besuche ich die Musikschule in Schwaz. Mein Hauptfach ist Klarinette bei Paul Pranter. Im Jänner 2003 trat ich in die Bundesmusikkapelle Vomp ein und bin dort seither aktiv. Im Dezember 2004 wurde ich zum Schriftführer-Stv. gewählt und übe seit 2006 das Amt des Schriftführers nach dem Austritt meines Vorgängers aus.



Meine musikalischen Interessen liegen sowohl in der Klassik als auch im Jazz. Vor zwei Jahren begann ich daher, Saxophon zu spielen und bin seit Herbst 2008 Mitglied der „Silver Swing Big Band“ (Schwaz). In den Sommern von 2005-2008 nahm ich an den „Outreach“ Jazz-Workshops teil, die der Trompeter Franz Hackl in Schwaz veranstaltet. Im Februar 2009 legte ich das goldene Jungmusiker-Leistungsabzeichen (Instrument: Klarinette) mit sehr gutem Erfolg ab.

Aufgrund meiner vielen musikalischen Interessen ist es mir daher auch ein persönliches Anliegen, die Kultur der Platzkonzerte durch einen sinnvollen Beitrag – eben diese Seminararbeit – aufzuwerten.

Inhaltsverzeichnis

Vorwort	3
Zur eigenen Person	4
Inhaltsverzeichnis	5
1. Ausgangssituation	6
1.1 Anzahl der Sommerkonzerte in den vergangenen Jahren	6
1.2 Das typische Platzkonzert	7
1.3 Situation in Innsbruck und Fügen.....	9
2. Motivationen der Platzkonzertbesucher	11
2.1 Aus der Sicht der Musikanten	11
2.2 Aus der Sicht der Zuhörer	13
3. Platzkonzert in Eigenregie – Perspektiven und Schwierigkeiten	15
3.1 Rechtliches	15
3.2 Kosten-Nutzen Überlegungen	17
4. Platzkonzerte im Wandel der Zeit	18
4.1 Ein historischer Rückblick	18
4.2 Mögliche Zukunftsszenarien	18
4.3 Marketing des Platzkonzerts.....	19
4.4 Ideenkatalog zur Bereicherung der Platzkonzerte – die Zusatzleistungen	20
4.5 Probleme des Vomper Platzkonzerts.....	21
5. Zusammenfassung	22
Danksagung	23
Anhang	24
Anhang A: Literatur- und Quellenangabe	24
Anhang B: Fragebogen.....	25
Anhang C: Auswertungstabelle der Fragebögen.....	26
Anhang D: AKM Autonomer Tarif.....	27
Veröffentlichungshinweis	28

1. Ausgangssituation

Die Sommerkonzerte gehören für eine österreichische Musikkapelle zu den Fixpunkten im Jahr. Große Unterschiede gibt es aber in der Organisation der Konzerte, je nachdem, ob die Heimatgemeinde des Musikvereins Tourismusabgabe bezahlt, d.h. als Tourismusgemeinde gilt oder nicht. Der häufigere Fall ist sicherlich der erste, vor allem wenn man sich auf die westlichen Bundesländer beschränkt. Wie die Situation in einem Ballungszentrum aussieht, z.B. in unserer Bundeshauptstadt Wien, kann ich aus eigener Erfahrung gar nicht beurteilen. Ich habe aber gehört, dass in Ober- und Niederösterreich die Sommerkonzerte nicht in dieser Form existieren. Dort werden mehr Marschierveranstaltungen praktiziert. Da die Seminararbeit ohnehin zum Führungskräfte-seminar *West* geschrieben wird, erscheint es sinnvoll, sie in Bezug auf Tirol zu verfassen. Abgesehen von Innsbruck gibt es dort keine größeren Städte.

Im folgenden Kapitel wird daher die Ausgangssituation für Schwaz und Umgebung diskutiert; unserer Landeshauptstadt ist ein kürzerer Abschnitt gewidmet. Die Situation im Musikbezirk Schwaz (mit Einbeziehung des Zillertals) spiegelt die Situation im restlichen Tirol gut wider – mit Ausnahme von Innsbruck. Die Bezirkshauptstadt wird beleuchtet und auch die umliegenden Gemeinden. Dann folgen noch zwei besondere Szenarien, nämlich wie bereits erwähnt die Situation in Innsbruck sowie in Fügen, wo die Platzkonzerte schon einem Massentourismus gleichkommen.

1.1 Anzahl der Sommerkonzerte in den vergangenen Jahren

Bevor wir den Ist-Zustand diskutieren, möchte ich eine kurze Statistik präsentieren. Einer der wichtigsten Gründe, diese Arbeit zu verfassen, ist, dass die Tourismusverbände immer weniger Platzkonzerte veranstalten. Diese Behauptung soll an dieser Stelle statistisch gezeigt werden. Dabei wurde meine eigene Musikkapelle, sowie die beiden Schwazer Vereine berücksichtigt (Stadtmusik Schwaz, Knappenmusik Schwaz). Sie sind interessant, da der Tourismusverband die Platzkonzerte unter ihnen und der BMK Pill aufteilt. Jede Kapelle spielt dort also nur drei Konzerte im Sommer. Zusammen sind dies neun Konzerte, womit die BMK Vomp aber seit 2006 unter den Schnitt fällt. Damit man einen direkten Vergleich mit der Bundesmusikkapelle Vomp hat, habe ich auch die BMK St. Margarethen in die Statistik aufgenommen (Abb. 1).

Ein Trend nach unten lässt sich überraschenderweise nur bei der BMK Vomp feststellen. Die MK der Tourismusgemeinde Maurach ist dagegen von Mai bis September eingeteilt. In Stans sorgt Tourismusverbandsobmann Gschwentner für Auftrittsmöglichkeiten. Die offensichtliche Tatsache, dass die Sommerkonzerte unter 3 Vereinen in Schwaz aufgeteilt werden, bedeutet für unsere Schwazer Kollegen eine Kürzung ihrer Auftrittsmöglichkeiten im Sommer. Um so intensiver versuchte die Stadtmusik Schwaz im vorigen Jahr (2007) ihr Jubiläum zu feiern. Mir war damals neu, dass ein Eintrittspreis gesetzt wurde. Diesen Aspekt werden wir bei der Diskussion der Alternativen zur Gestaltung durch den Tourismusverband berücksichtigen.

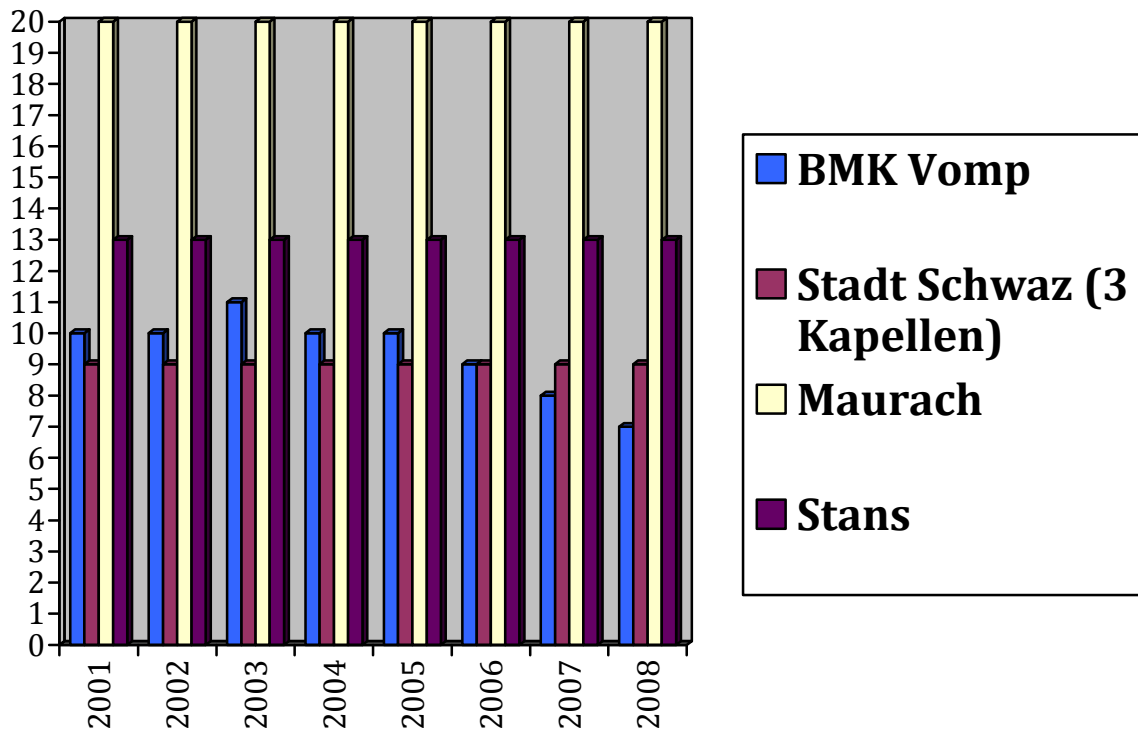


Abbildung 1: Platzkonzerte von 2001-2008

1.2 Das typische Platzkonzert

In diesem kurzen Abschnitt wird, wie bereits erwähnt, der Ist-Zustand diskutiert, wie er in den meisten Gemeinden zu finden ist. Veranstalter der Platzkonzerte ist in der Regel der örtliche Tourismusverband. Die Saison erstreckt sich von Juli bis August, manchmal findet ein Abschlusskonzert noch im September statt.

Aus meiner Erfahrung als Mitglied einer Musikkapelle habe ich versucht, die gespielten Genres prozentuell abzuschätzen (Abb. 2). Dabei verstehe ich unter „zeitgenössischen Werken“ aktuelle Kompositionen, die nicht eindeutig den anderen Genres zugeordnet werden können. Ein Beispiel sind etwa die Werke von Jacob de Haan (z.B. „Concerto D’Amore“, „Pacific Dreams“) oder Kurt Gäble (z.B. „Hornfestival“), die oft Elemente der Popmusik und der Klassik oder des Barock verbinden.

Die Schwankungsbreite meiner Schätzung ist groß. Ich schätze sie auf $\pm 5-10\%$. Nehmen wir etwa das Genre Jazz als Beispiel. Ich bin dabei von meinem Musikverein ausgegangen, wo wir mit „Birdland“ (Joe Zawinul) in den letzten beiden Jahren und 2008 mit „Watermelon Man“ (Herbie Hancock) Jazz Standards in Blasmusik-Bearbeitung gespielt haben. In Schwaz etwa habe ich solche Stücke nie gehört, womit dieses Genre komplett wegfallen würde.

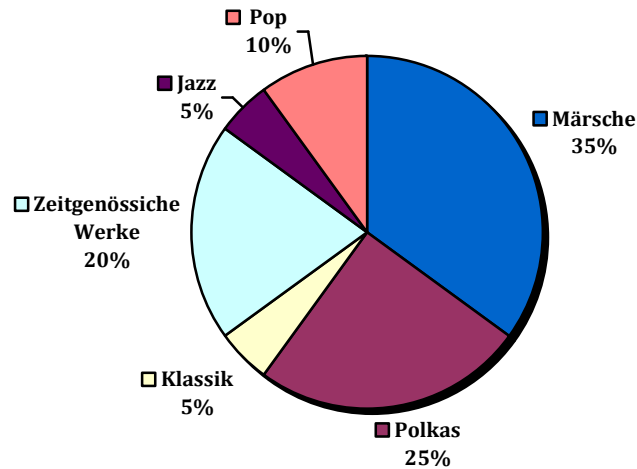


Abbildung 2: Gespielte Genres (Schätzung)
Schwankungsbreite: $\pm 5\text{-}10\%$

Wir behalten diese Schätzung im Hinterkopf, wenn wir in Kapitel 2 die Motivation der Zuhörer untersuchen, zum Platzkonzert zu gehen. Nun wollen wir auf die Veranstaltungsorte eingehen und ein paar gängige Gedanken hierzu zusammenfassen.

Wenn ich von meinem Musikbezirk (Schwaz) ausgehe, so lässt sich feststellen, dass alle Musikkapellen mit Ausnahme der Schwazer Kapellen in Pavillons auftreten, wobei in Vomp die Einzigartigkeit des direkten Anschlusses eines Gasthofs besteht (mit dem ein Kollektivvertrag existiert). Um so verwunderlicher ist der Trend nach unten. In Schwaz treten die Kapellen meist im Hof der Bezirkshauptmannschaft auf. Damit lässt sich feststellen, dass durch die verschiedenen Orte ein anderes Zielpublikum angesprochen werden muss. Während bei einem festen Pavillon in der Nähe eines Gasthauses ein Stammpublikum und einige gerade logierenden Touristen angesprochen werden müssen, herrscht etwa im Zentrum von Schwaz ein stärkerer Fußgängerverkehr. Die Zielgruppe ist dort also neben den auch dort vorhandenen Stammgästen äußerst dynamisch. Daher ist es dort meiner Meinung nach um so wichtiger, die Moderation kurz und prägnant zu halten, damit die potentiellen Zuhörer rasch zum musikalischen Genuss kommen und sich zum Bleiben entscheiden.

Um feststellen zu können, ob die Situation im Musikbezirk Schwaz eine häufige ist, habe ich Musikkollegen aus anderen Musikbezirken Tirols – darunter auch die Teilnehmer des Führungskräfte-seminars – um die Ausfüllung eines Fragebogens gebeten (siehe Anhang B). In Abb. 3 sehen wir ein Histogramm, das die Häufigkeit der Anzahl an Platzkonzerten pro Saison darstellt. Obwohl hier bereits viele Mitglieder verschiedener Musikkapellen befragt wurden, lässt sich kein absoluter Trend ablesen. Mit Vorsicht kann man behaupten, dass es um 8 und 13 eine Häufung an Platzkonzerten pro Saison zu geben scheint. Damit fällt unser Musikbezirk eindeutig ins untere Feld:

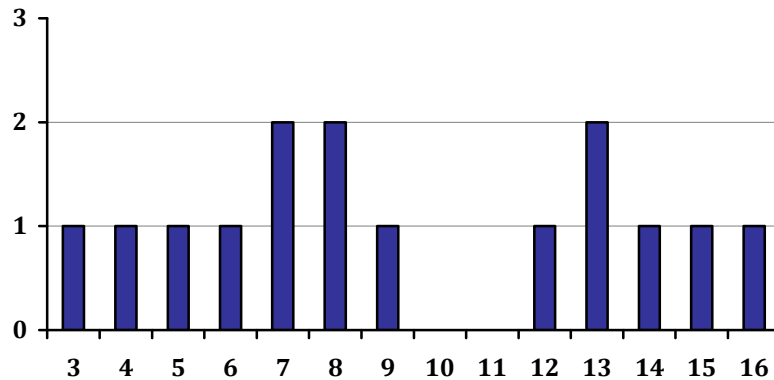


Abbildung 3: Häufigkeit der Platzkonzerte in Tirol u. Vorarlberg

Jede Schwazer Kapelle und die MK Pill¹ mit 3 Konzerten (insgesamt neun). Die BMK Vomp steht mit 7 Konzerten noch gut da. Bedenkt man aber, dass mit 9 Konzerten (Schwaz) der Bedarf für einen Sommer gut gedeckt ist, so ist die Situation nicht allzu pessimistisch einzustufen.

An dieser Stelle möchte ich noch zwei weitere interessante Ergebnisse der Auswertung angeben: Aus den **16** Befragten ließ sich schlussfolgern, dass im Raum Tirol/Vorarlberg etwa **14 %** der Platzkonzerte selbst veranstaltet werden. Es gibt also bereits einige Kapellen, die Initiative ergreifen. Weiters lässt sich feststellen, dass ca. **70 %** der Musikkapellen einen eigenen Pavillon haben. In diesem Kontext ist bemerkenswert, dass scheinbar die Existenz eines eigenen Pavillons nichts mit der Anzahl der gespielten Konzerte pro Saison zu tun hat (siehe Anhang C).

Es ist möglich, dass sich der Trend zu weniger Platzkonzerten, die der Tourismusverband veranstaltet, in Vomp durch die begrenzten Geldmittel erklären lässt: Der Tourismusverband muss Geld in das Tourismusgebiet Hinterriss/Eng investieren, da viele Touristen für einen Wanderurlaub dorthin kommen – also eine gewöhnliche Kosten-Nutzen-Frage. Daher müssen wir uns in Vomp die Frage stellen, wie man die Platzkonzerte insofern aufwerten kann, dass der Tourismusverband wieder mehr Geld investieren möchte. Das werden wir im letzten Kapitel auch allgemein diskutieren.

1.3 Situation in Innsbruck und Fügen

An dieser Stelle soll kurz diskutiert werden, welche Alternativen bereits versucht wurden. In Innsbruck beispielsweise finden alljährlich die Promenadenkonzerte im Innenhof der Hofburg statt. Heuer (2009) finden die Konzerte täglich vom 8. Juli bis zum 2. August statt, wobei jeden Tag eine andere Kapelle spielt. Es werden zahlreiche Gastkapellen (aus Tirol und vermehrt auch aus dem Ausland) geladen. Für die Innsbrucker Kapellen bedeutet das, dass sie sich um Auftrittsmöglichkeiten auswärts bemühen müssen. Dass eine Kapelle gar nicht bei den Promenadenkonzerten auftritt, ist keine Seltenheit. Die Konzerte sind erfolgreich, das

¹ Bem.: Es finden in Pill 4-5 Konzerte pro Saison statt.

geht aber auf Kosten eingeschränkter Auftrittsmöglichkeiten für schwächer besetzte Orchester.

In Fügen ist ein anderes Szenario inzwischen gang und gäbe: Es werden in Kooperation mit den benachbarten Hotels mehrere hundert Touristen pro Platzkonzert in die Fügener Festhalle gebracht, für die das Konzert fixer Teil des Tourismusprogramms ist. Man hört, dass dort immer die gleiche bzw. eine ähnliche Show veranstaltet wird. Das mag finanziell einträglich sein, meine persönliche Ansicht ist aber, dass auch die Musikanten Abwechslung haben sollten und diese ist dort mit Sicherheit in eingeschränktem Maße gegeben. Das ideale Platzkonzert würde also die Zuhörer begeistern und den Musikanten Spaß machen, weil sie spielen können, was ihnen Spaß macht.

2. Motivationen der Platzkonzertbesucher

Auf dem Weg zur Verbesserung der Platzkonzerte ist es wichtig, zu untersuchen, warum Zuhörer (gerne) zum Platzkonzert kommen. Die Motivationen können selbstverständlich verschiedenster Art sein. Da ich aber auf der anderen Seite nur eine begrenzte Anzahl an Leuten befragen kann, möchte ich auch die Musikanten zu Wort kommen lassen. Deshalb umfasst der Fragebogen auch einige allgemeine Fragen an die Musikanten, die einen Kontext zur Motivation der Zuhörer herstellen lässt.

2.1 Aus der Sicht der Musikanten

Ich möchte mit der Sicht der Musikanten beginnen, da diese wegen des größeren Abdeckungsbereichs der Fragebögen ein allgemeines Bild zeichnet. Die Fragen, die ich an die Musikanten stellte, lauten:

1. Besteht die Zuhörerschaft überwiegend aus Stammgästen?
2. Werden die Platzkonzerte gut beworben?
3. Sind Zuhörer von außerhalb meist selbst Mitglied einer Musikkapelle?
4. Hört das Publikum am liebsten „typische Blasmusik“ (Märsche, Polkas)?
5. Macht es Sinn, die Konzerte durch den Auftritt anderer Vereine zu bereichern?
6. Ist die Stimmung sehr ausgelassen (vgl. Zeltfest)?

Auf die Fragen konnten die Befragten auf einer Skala von „stimme ich sehr (1) – gar nicht (5) zu“ (in fünf Schritten) antworten. In Abb. 4 ist die Auswertung zu sehen. Ich möchte nun zu jeder Frage feststellen, welche Tendenz vorliegt.

Frage 1: Besteht die Zuhörerschaft überwiegend aus Stammgästen?

Hier lässt sich eindeutig feststellen, dass eher Stammgäste die Platzkonzerte besuchen, als Touristen, Passanten usw.

Frage 2: Werden die Platzkonzerte gut beworben?

Die Musikanten schätzen die Werbung als gut ein. Das stellt aber einen gewissen Widerspruch zur Beantwortung der Frage 1 dar, wenn die Werbung auf externe Zuhörer zugeschnitten ist.

Frage 3: Sind Zuhörer von außerhalb meist selbst Mitglied einer Musikkapelle?

Hier liegt ein gutes Mittelmaß vor. Man sollte daher bei der Programmauswahl beides berücksichtigen: Ein gutes Maß an neuen Werken für die Musikanten (die die Standardwerke bereits kennen) und ein gefälliges Standardrepertoire. Aus meiner Erfahrung kann ich sagen, dass dies überall ohnehin schon gut realisiert wird. Dies führt uns gleich auf die Analyse von Frage 4.

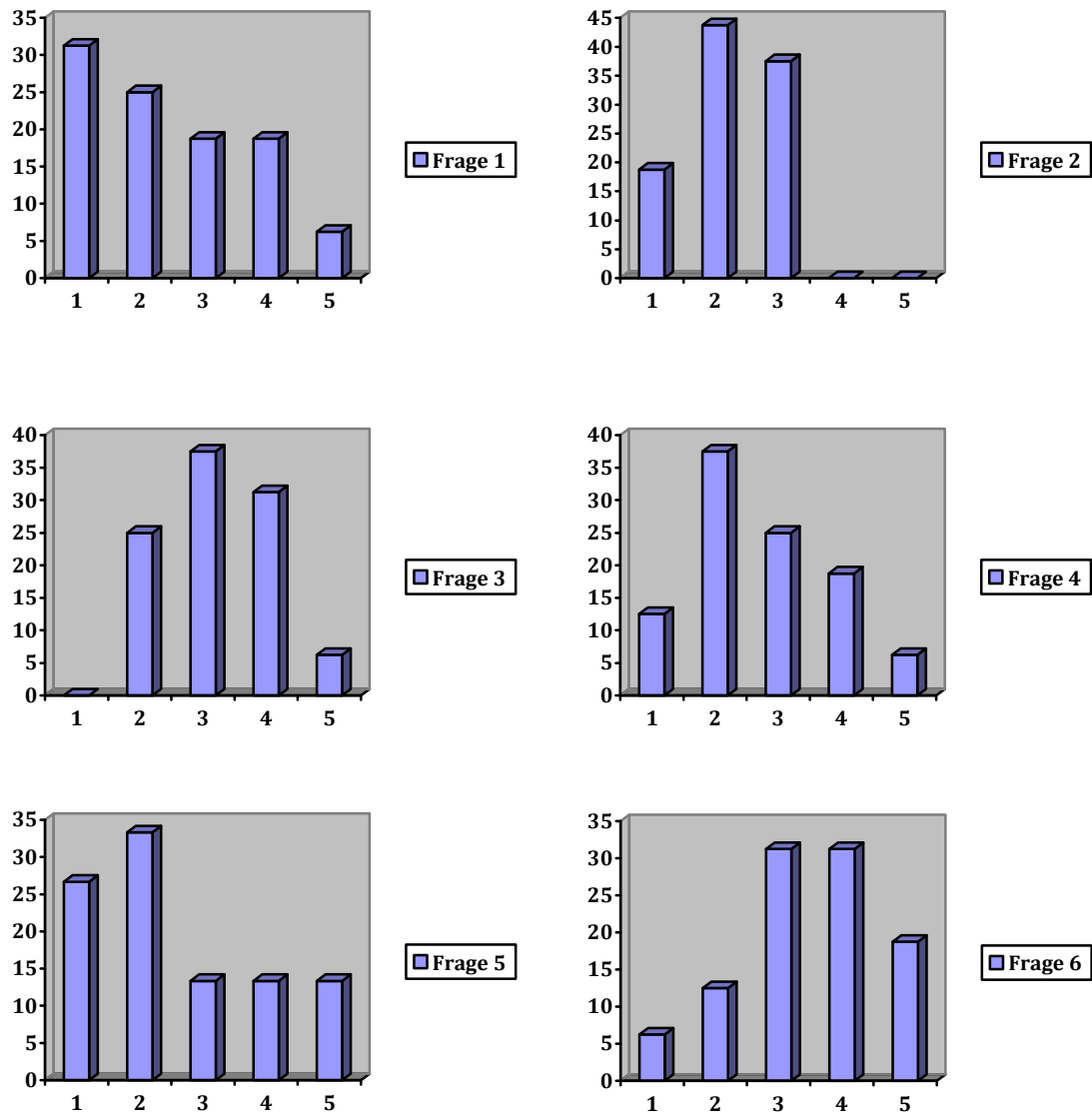


Abbildung 4: Auswertung des Fragebogens (Anteil in % gegen die Antwortmöglichkeiten)

Frage 4: Hört das Publikum am liebsten „typische Blasmusik“?

Aus der Statistik sehen wir, dass die Frage mit „eher schon“ am besten beantwortet wird. Doch ich interpretiere dies so: Es darf die typische Blasmusik nicht fehlen (gerade in Gemeinden, wo viele Touristen die Konzerte besuchen), aber man sollte viel zeitgenössische Werke auch im Musiksommer spielen. Immerhin ist der zweitgrößte Anteil (25%) das Mittel, was ich so interpretiere: Die Zuhörer kommen zum Konzert und lassen sich von der Musikkapelle überraschen. Es ist nicht so wichtig was gespielt wird, Hauptsache die Qualität und Stimmung passen.

Frage 5: Macht es Sinn, die Konzerte durch den Auftritt anderer Vereine zu bereichern?

Hier lässt sich feststellen, dass die Musikkapellen ihre Platzkonzerte überdurchschnittlich oft durch den Auftritt anderer Vereine (Ensembles, Trachtengruppen,...) aufwerten (möchten).

Frage 6: Ist die Stimmung sehr ausgelassen (vgl. Zeltfest)?

Die Stimmung bei den Platzkonzerten ist keinesfalls festzeltmäßig. Es gibt nach meiner Erfahrung auch immer Gespräche, aber niemals so laut, dass ich mich als Musikant hätte fragen müssen, warum ich auf der Bühne sitze.

Wir stellen also insgesamt fest, dass die Zuhörer viele Stammgäste sind, die wegen „ihrer“ Musikkapelle zum Platzkonzert kommen. Jeder Verein muss für sich beantworten, ob das genug Zuhörer sind oder ob er gerne mehr hätte. Darauf muss auch die Werbung schließlich zugeschnitten werden. Was zählt, ist eine flächendeckende Information, wann und wo das Konzert stattfindet.

Einzelfälle ausgenommen sollte man schließlich ein ausgewogenes Programm für seine Zuhörer spielen – wie es der Hausverstand an sich schon sagt. Da die Aufmerksamkeit der Platzkonzertzuhörer durchaus gegeben ist (die Stimmung ist nicht bierzeltmäßig), macht es auch Sinn, den ein oder anderen Abend mit Sonderprogramm einzubauen, wo man (eigene) Ensembles, Chöre o.ä. auftreten lässt. Diese sind für die Plattform oft auch dankbar. Ein Beispiel: In Vomp praktizieren wir bei unserem Sommerfest immer ein Jugendorchestertreffen. Dieses findet meist Sonntag nachmittag statt und es finden sich im Musikbezirk immer drei bis fünf Teilnehmer. Der Gastgarten war stets mehr als voll und die Jugendorchester dankbar für die Auftrittsmöglichkeit.

2.2 Aus der Sicht der Zuhörer

Jetzt möchte ich die Zuhörer selbst zu Wort kommen lassen. Ich habe hier mit zwei Personen ein Gespräch geführt. Eine Person ist Stammgast bei den Platzkonzerten, die andere besucht die Platzkonzerte so gut wie nie. Ich glaube, dass ihre Meinungen und Antworten auf meine Fragen repräsentativ genug sind.

1. Person: Geb. 1987, Wohnort Vomp:

Warum gehst du zum Platzkonzert?

- persönliche Einladung eines Bekannten (und nicht allein)
- wenn der Stil passt (z.B. Evergreens Abend)

Warum gehst du nicht zum Platzkonzert?

- schlechtes Wetter
- teilweise wegen der Musik → es sollte mehr Pop- und Rockmusik gespielt werden

2. Person: Geb. 1953, Wohnort Vomp:

Warum gehst du zum Platzkonzert?

- Geselligkeit
- Musik
- Verwandte bei der Musikkapelle

Anmerkung:

- die Person wendet ein, dass man beim Platzkonzert weiß, was gespielt wird
- Geselligkeit im Vordergrund

- besucht Konzerte allgemein wegen Ruf der Gestalter bzw. Auftretenden u. Genre

Wir können hier schon einige wichtige Schlüsse ziehen: Die Motivation hängt unter Umständen nicht vom gespielten Programm ab, die Zuhörer wissen schließlich ungefähr, was gespielt wird. Eine persönliche Anmerkung zu Person 1: Wir sollten in Erwägung ziehen, dass die Person nicht zur Zielgruppe zu zählen ist, da sie andere Musik als Blasmusik eben bevorzugt. Das heißt, man sollte versuchen, neue Besucher der Platzkonzerte zu gewinnen, indem man die Konzerte jenen vorstellt, die sie nicht kennen.

Aus meiner Erfahrung besuchen in der Tat nur jene das Platzkonzert, die auch wissen, was sie erwartet. Sieht man ins Publikum, ist die Motivation der Besucher klar: Sie möchten einen geselligen Abend verbringen und entscheiden sich für die Musik als Untermalung. Erinnern wir uns an Abb. 2 im 1. Kapitel. Aus der Schätzung der gespielten Genres kann meiner Einschätzung nach gesagt werden, dass der „allgemeine Geschmack“ gut getroffen wird. Es müssen daher andere Faktoren als das Konzertprogramm sein, die zu mehr Zuhörern führen.

Wir werden in Kapitel 4 auch eine kurze Marketing-Analyse für das typische Platzkonzert sehen, die auf den Daten dieser beiden Abschnitte basiert. Dort werde ich auch Ideen präsentieren, wie man Stammgäste und neue Zuhörer motiviert und letztere gewinnt.

3. Platzkonzert in Eigenregie – Perspektiven und Schwierigkeiten

In diesem Kapitel möchte ich eine Situation annehmen, wie wir sie in unserer Musikkapelle einmal ins Auge gefasst haben. Bei einer Vorstandssitzung tauchte das fiktive Szenario selbst gestalteter Platzkonzerte auf. Nehmen wir an, der Musikverein entschließt sich, seine Platzkonzerte selbst zu veranstalten. Der Tourismusverband, der in den letzten Jahren ohnehin schon bei den Konzerten eingespart hat, verzichtet daraufhin komplett auf die Förderung. Nun ist der Musikverein auf sich gestellt. Jede Herausforderung bedeutet aber auch Perspektiven und Chancen. Als Beispiel sei hier etwa genannt, dass man als Selbstveranstalter leichter Themenabende o.ä. realisieren kann – da die Rücksprache mit dem Tourismusverband wegfällt.

3.1 Rechtliches

Hier möchte ich zwei wichtige Faktoren beleuchten: Ein Platzkonzert im Zusammenhang mit dem Tiroler Veranstaltungsgesetz und anschließend im Zusammenhang mit der Meldepflicht der gespielten Stücke bei der AKM.

Gehen wir davon aus, dass unser Musikverein über einen Pavillon zur Konzertveranstaltung verfügt, dann ist ein Platzkonzert als Veranstaltung nicht anmeldepflichtig, wenn es in einem baubewilligten Pavillon veranstaltet wird. Ausnahmen können entstehen, wenn der Pavillon etwa an der Straße liegt und der Verkehr durch das Platzkonzert beeinträchtigt werden könnte. In einem solchen oder ähnlichen Fall muss das Platzkonzert bei der zuständigen Behörde (Gemeinden: Bürgermeister, Innsbruck: Polizeidirektion u. Stadtmagistrat) angemeldet werden. Dabei gilt zu beachten, dass bei Konzerten wo bis zu 300 Besucher erwartet werden, die Veranstaltung 14 Tage vor Beginn angemeldet werden muss und andernfalls 4 Wochen vor Beginn. Nur der Vollständigkeit halber sei angemerkt, dass ab 1000 Besuchern ein Sicherheitskonzept in Zusammenarbeit mit den zuständigen Behörden ausgearbeitet werden muss. Findet ein Einmarsch statt, ist es immer ratsam die örtliche Feuerwehr zur Regulierung und Umleitung des Verkehrs hinzuzuziehen.

Es ist ebenfalls zu beachten, dass die AKM² in einer Tourismusgemeinde nur ein Platzkonzert pro Saison (15. Mai bis 15. September) genehmigt. Dieses ist durch die Kopfquote gedeckt, die der ÖBV pro Mitglied der AKM entrichtet. Weitere Konzerte fallen gemäß der Richtlinien, die seit 01.09.2008 gültig sind, nicht mehr unter die Kopfquote und sind abgabepflichtig. Es wird aber eine Ermäßigung von 40% gewährt. Aus den Richtlinien des ÖBV möchte ich an dieser Stelle anführen, was zu beachten ist und einige Beispiele geben.

Die Veranstaltungen sind mittels Anmeldekarte (kann unter www.akm.co.at bezogen werden) bis spätestens drei Tage vor Beginn der Veranstaltung bei der zuständigen

² Staatlich genehmigte Gesellschaft der **A**utoren, **K**omponisten und **M**usikverleger

Geschäftsstelle der AKM anzumelden. Die Berechnung der Pauschale geschieht auf folgende Weise: Zuerst wird entschieden, ob die Veranstaltung mit oder ohne Tanz ist und anschließend wird der Eintrittspreis mit einem Faktor multipliziert, der sich nach dem Fassungsräum richtet. Davon können wie erwähnt 40% Prozent abgezogen werden (Ermäßigung für Mitglieder des ÖBV). Dann hat man die Pauschale ohne MwSt.

An dieser Stelle gebe ich die Faktoren für Fassungsräume bis 400 Personen an. Einerseits ist es unwahrscheinlich, dass mehr Leute zum Platzkonzert kommen (ein Gartenfest oder Zeltfest ist ja kein Platzkonzert), andererseits gab man mir seitens der AKM die Auskunft, dass für Konzerte ohne Eintrittspreis und freiwillige Spenden die maximale Pauschale nach dem Fassungsräum für 400 Personen gerichtet ist. Im Anhang D befindet sich eine vollständige Tabelle des autonomen Tarifs.

Tab.1: Autonomer Tarif (AKM)

Fassungsräum	ohne Tanz		mit Tanz	
	min. Satz	Faktor je €	min. Satz	Faktorje €
bis 100	9,45	10,50	17,96	19,95
101-150	15,12	16,80	28,73	31,92
151-200	20,79	23,10	39,50	43,89
201-300	26,46	29,40	50,27	55,86
301-400	32,13	35,70	61,05	67,83

Die Spalte „Faktor je €“ gibt den Faktor an, mit dem der Eintrittspreis multipliziert werden muss, um die zu entrichtende Pauschale auszurechnen. Dabei ist zu beachten, dass bei **freiwilligen Spenden** ein Eintrittspreis von € 3,00 angenommen wird (durchschnittliche freiwillige Spende).

Für unser Platzkonzert in Eigenregie können wir folgendes Beispiel angeben. Nehmen wir an, es werden freiwillige Spenden verlangt und es haben 400 Leute Platz:

Ø 3 € freiw. Spende x Faktor 35,70	€ 107,10
abzügl. 40%	€ 42,84
=	€ 64,26
+ 20% MwSt	€ 12,85
Gesamt	€ 77,11

Wird kein Eintritt verlangt (auch keine freiwilligen Spenden), bildet grundsätzlich der Aufwand für Musiker- und Künstlerhonorare bzw. der sonstige nachgewiesene Aufwand die Berechnungsgrundlage. Dabei wird eine etwaige Kapellmeisterentschädigung nicht dazugezählt. Ist kein sonstiger Aufwand nachweisbar, dann gilt der in Tab.1 angegebene Mindestsatz.

Ein anderes Szenario: Man verzichtet auf freiwillige Spenden. Dann stellt immer noch der Schnapsverkauf durch die Marketenderinnen eine gute Einnahmequelle dar. Es ist in diesem Fall folgende Pauschale zu entrichten:

- 6,80 € bis 100 Personen
- 11,34 € für 101-150 Personen
- max. 24,95 € (400 Personen)

Das ist der Mindestsatz inkl. MwSt. und abzüglich der Ermäßigung von 40%. Man sieht also, dass sich die Kosten durch die AKM Pauschale in Grenzen halten. Wie wir aber sehen werden, sind noch andere Faktoren zu berücksichtigen.

3.2 Kosten-Nutzen Überlegungen

Folgendes ist zu bedenken: In der Regel bezahlt der örtliche Tourismusverband der aufführenden Kapelle eine Pauschale pro Konzert, was bei 7 Konzerten bereits (ohne Zahlen nennen zu wollen) zu einem wichtigen Posten im Jahresbudget wird. Außerdem übernimmt der Tourismusverband die Werbung für die Konzerte. Das umfasst meist Plakate, Flyer und eine Einschaltung in diversen Druckmedien. All das sind zusätzliche Kosten, die der Kapelle entstehen, wenn sie ihre Konzerte in Eigenregie durchführt.

Wir können also schlussfolgern, dass ein Platzkonzert in Eigenregie nicht immer rentabel ist. Es hängt sehr von der Anzahl der Besucher ab, ob etwa der Schnapsverkauf einträglich ist. Eine Alternative zum Eintritt wäre, die Konzerte in Kooperation mit örtlichen Gasthäusern zu veranstalten. Ich habe gehört, dass dies bereits praktiziert wird. Dabei muss kein Eintritt erhoben werden, sondern der Wirt teilt den Gewinn, der ihm durch die konsumierenden Konzertgäste entsteht, mit der Kapelle. Es ist vielleicht auch möglich, andere Drittveranstalter (Firmen, Gemeinde,...) zu finden. Vorsicht ist aber geboten, wenn daraus Verpflichtungen für diesen Dritten erwachsen (Festakte, usw.).

Erst wenn die Anzahl der vom Tourismusverband übernommenen Konzerte eine kritische Zahl unterschreitet (diese muss wohl jede Kapelle selbst abschätzen), dann führt kein Weg um die Selbstgestaltung herum.

4. Platzkonzerte im Wandel der Zeit

4.1 Ein historischer Rückblick

Ich möchte an dieser Stelle einen Rückblick der Vomper Platzkonzert-Geschichte geben. Unser Obmann Helmuth Mair erzählte mir, wie sich die Konzerte entwickelt haben. Nach dem Krieg erholte sich die Kapelle langsam von den Verlusten. Damals war die Musikkapelle Vomp weniger als 20 Mann stark. Man spielte am „unteren Dorfplatz“ drei Konzerte pro Sommer.

In den 70er Jahren begann der Tourismus in seiner heutigen Form zu entstehen. Die Verbände wurden gegründet. Ab diesem Zeitpunkt war von Tourismuskonzerten die Rede. Die BMK Vomp gab 10 Konzerte pro Sommer. Diese Zahl gilt bis 2005 (siehe Kapitel 1). Im Jahre 1985 wurde der Pavillon fertiggestellt. Seit diesem Jahr finden alle Tourismuskonzerte dort statt.

In den letzten Jahren ging mit der Kürzung der Platzkonzerte leider auch eine Abnahme der Zuhörerzahl einher. Der Grund ist, dass die Verbände zunehmend auch andere Attraktionen förderten (z.B. Tourismusgebiet Hinterriss/Eng). Damit ist eine Abnahme der Werbung für die Konzerte verbunden. Jetzt sind wir bei 6-7 Konzerten pro Sommer. Diese Zahl ist an sich noch nicht erschreckend. Bedenklich ist aber, dass seit 2009 die Verbände zusammengelegt worden sind (in unserer Region „Silberregion-Karwendel“). Dabei wurde den Ortsausschüssen das Budget abgezogen. Sie müssen jetzt immer ein Budget-Ansuchen stellen. Die Verwaltung mag dann effizienter werden, aber die Ortsausschüsse hatten stets ein Budget für die Konzerte zur Verfügung. Dies wird in Zukunft alles zentral verwaltet. Ob dann dasselbe Budget aufgewendet wird, kann nicht vorhergesehen werden. Wir denken aber, dass es zu Kürzungen kommt.

4.2 Mögliche Zukunftsszenarien

Es ist für uns nicht absehbar, was geschehen wird. Möglich ist, dass es bei den 7 Konzerten bleibt (eine Steigerung ist sehr unwahrscheinlich). Das wäre für uns eine akzeptable Lösung. Gut möglich ist aber eine weitere Kürzung auf 2-4 Konzerte. Wie wir gesehen haben, ist es selbst in diesem Fall besser, die Konzerte zu geben, denn sie stellen eine Einnahmequelle dar. Obmann Mair und ich sind der Auffassung, dass wir das Jahr 2010 zumindest abwarten sollten. Falsch wäre, jetzt Eigeninitiative zu ergreifen, da die Gefahr besteht, dass der Tourismusverband sonst alle Konzerte streicht. Sind uns dann die Auftritte pro Sommer zu wenig, so können wir Konzerte an anderen Orten geben (Vomper Dorfplatz, Schlössl, usw.). Ob diese dann den Charakter einer Einnahmequelle oder nur einer Plattform zur Präsentation der BMK Vomp haben werden, wissen wir ebenfalls noch nicht. Eines ist sicher: Sie dürfen nicht unrentabel werden.

Ähnlich dürfte es den anderen Musikkapellen in Raum Tirol/Vorarlberg gehen. Wie wir gesehen haben, ist die Anzahl an Konzerten pro Saison höchst unterschiedlich. Sicher ist nur, dass sie weniger werden wird, wenn Tourismusverbände zusammengelegt werden.

Es ist auch klar, dass die Generation die nun erwachsen wird und in Zukunft die Platzkonzerte besucht, vielleicht andere Erwartungen hat. Das Angebot an Konzerten ist gewachsen, die musikalische Bildung hat auch zugenommen. Das sieht man auch an den bei Frühjahrskonzerten gebotenen Programmen. Die Platzkonzerte sollten Teile dieses anspruchsvolleren Programms beinhalten – möglicherweise in Zukunft verstärkt.

4.3 Marketing des Platzkonzerts

Erfolgreiches Marketing ist der Schlüssel zu mehr Zuhörern und mehr Zuhörer wiederum bewirken, dass der Tourismusverband Interesse an der Finanzierung der Konzerte hat. Deshalb ist es sinnvoll, sich Gedanken über das Marketing des Platzkonzerts zu machen.

In Abb. 5 ist ein Grundschemata des Marketings zu sehen. Es stellt dar, dass eine Kernleistung in ein Paket von Zusatzleistungen verpackt wird. Wir wollen uns überlegen, was dies für das Platzkonzert bedeutet.

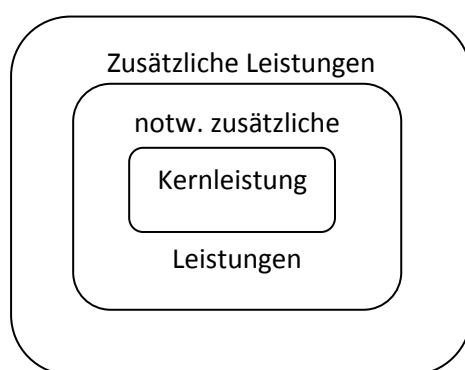


Abb. 5: Modell von Leistungen

Die Kernleistung stellt das musikalische Programm dar. Für ein Platzkonzert sind notwendige Zusatzleistungen klarerweise die Möglichkeit, Getränke und ev. Speisen während des Konzerts konsumieren zu können sowie ein Platzangebot für geselliges Beisammensein. Auf die zusätzlichen Leistungen wollen wir separat eingehen, indem wir den im Vorwort erwähnten Ideenkatalog präsentieren, den ich aus eigenen Ideen (und Erfahrungen) und Ideen von Musikanten aus dem Raum Schwaz zusammengestellt habe.

Es sollen an dieser Stelle nach den im Modul III³ erlernten elementaren Marketingstrategien die Zielgruppe, die Leistungen und Gegenleistungen und die Bedürfnisse derselben bestimmt werden. Wir betrachten hier die zwei wichtigsten Zielgruppen: Bevölkerung (überwiegend Stammgäste) und Gäste (Touristen).

Zielgruppe	Leistung (Musik)	Gegenleistung	Bedürfnisse
Bevölkerung	Konzert, Unterhaltung, Rahmen	Zuhörer, Besuch, Motivatoren	Unterhaltung, Rahmen

³ 07.03.-08.03.2009, Bildungsinstitut Grillhof, Vortrag von Prof. Walter Moriel

Gäste (Touristen)	Konzert, Unterhaltung, Tradition	Besuch, indirekt Geld	Tradition, Musik
-------------------	--	--------------------------	------------------

Die zwei Gruppen unterscheiden sich insofern, dass für die Touristen eher die Tradition (das Erleben einer österreichischen Kapelle) im Vordergrund steht, während die Stammgäste neben dem musikalischen Programm auch eines netten Rahmens bedürfen. Die Leistung wird durch das Platzkonzert für beide Gruppen gleichermaßen erfüllt. Man hört, dass die Touristen überall für symphonische Blasmusik offen sind. Damit kann man für die Stammgäste Neues bieten, ohne dabei die Erwartungen der Touristen zu enttäuschen. Wir sehen also, dass das Platzkonzert im Grunde eine sehr einfach zu vermarktende Leistung darstellt. Das sollten die Musikkapellen den Tourismusverbänden in Gedanken rufen, denn das für die Musikkapelle rentable Platzkonzert wird idealerweise in Zusammenarbeit mit dem Tourismusverband vermarktet. Damit aber die Vermarktung leichter wird, muss man Akzente setzen. Das führt uns auf die zusätzlichen Leistungen und den Ideenkatalog.

4.4 Ideenkatalog zur Bereicherung der Platzkonzerte – die Zusatzleistungen

Im Idealfall setzt die Musikkapelle für jedes der Platzkonzerte der Saison einen eigenen Akzent. Welche Möglichkeiten es gibt, Akzente zu setzen und was die Konsequenzen sind, soll jetzt mit dem Ideenkatalog diskutiert werden.

a) Platzkonzert unter einem musikalischen Motto

Es ist eine interessante Möglichkeit, die Platzkonzerte z.B. unter das Motto „Evergreens“, „die schönsten Märsche“ oder etwa „Soloparade“ zu stellen. Man hat so die Möglichkeit, jede Woche einen neuen Akzent zu setzen. Die BMK Vomp hat diese Idee 2003 realisiert. Aus Erfahrung weiß ich aber, dass dann das bestbesuchte Konzert das unter dem Motto „Evergreens“ ist (es spricht die größte Zielgruppe an). Die anderen Konzerte waren bei weitem nicht so gut besucht, obwohl speziell das Konzert unter dem Motto „die schönsten Märsche“ sehr anspruchsvoll war. Es ist auch ein zusätzlicher Probenaufwand mit dieser Idee verbunden. Im folgenden Jahr haben wir diese Idee nicht weiter verfolgt. Unser Kapellmeister fühlte sich nämlich zudem jedes Konzert in der Programmauswahl eingeeengt. Ich halte die Idee dennoch für gut. Wie wir sehen, kann sie nämlich etwas modifiziert werden.

b) Themenabend

Im Gegensatz zum musikalischen Motto könnte man etwa auf die Idee verfallen, einen Konzertabend unter ein nationales Motto zu stellen. Man könnte etwa einen Italien-Abend veranstalten, wo man passende Stücke spielt (z.B. Florentiner Marsch,...) und man bietet dazu italienische Gerichte an. Schon allein der Themenabend „kulinarische Schmankerln“ wo die Küche etwas aufwändiger gestaltet wird, kann ein guter Publikumsmagnet sein. Man kann selbstverständlich die Ideen a) und b) mischen. So sind nicht alle Platzkonzerte unter ein musikalisches Motto gestellt (der Kapellmeister hat Freiheiten) und doch gibt es etwas Besonderes.

c) Gastkünstler beim Platzkonzert

Erinnern wir uns an die Fragen aus Kapitel 2. Die Musikkapellen erachten es durchschnittlich als sinnvoll, die Konzerte durch andere Vereine aufzuwerten. So kann man z.B. gemeinsam mit einem örtlichen Gesangsverein den einen oder anderen Traditionsmarsch singen und den Chor auch solo auftreten lassen. Auch ein Trachtenabend mit Tanzshow ist denkbar (etwa in Zusammenarbeit mit der örtlichen Jungbauernschaft). Last not least bleiben die vereinseigenen Ensembles, die man einbinden sollte. In Vomp ist das Platzkonzert ohne das Flügelhornweiserl eigentlich nicht mehr denkbar. Wir haben aber auch ein sehr gutes Klarinettenquartett (das „Fliegenquartett“ unter der Ltg. von Günter Dibiasi) und eine erfolgreiche Kammermusik, die aus fünf jungen Damen besteht. Ich glaube, dass diese Ensembles stärker eingebunden werden sollten.

Generell gilt, dass keine dieser Ideen die alleinige Basis für die Gestaltung eines Musiksommers sein muss. Im Gegenteil: Jede Idee bietet die Möglichkeit, ein Platzkonzert zu etwas Besonderem zu machen. Zusammengenommen kann man so einen interessanten Musiksommer gestalten.

4.5 Probleme des Vomper Platzkonzerts

Abschließend möchte ich einige Probleme aufzählen, denen wir uns Vomp stellen müssen. Wir haben im Ausschuss besprochen, dass man diese Dinge sachlich aber konkret beim Namen nennen sollte.

In Vomp gibt es sehr wohl Nächtigungen. Das Hotel Vomperhof spielt dabei aber nur die Rolle eines Auffanghotels für die Gäste aus Stans (Hotel Schwarzbrunn). Den Touristen wird leider gar nicht erst die Möglichkeit geboten, die Vomper Platzkonzerte zu besuchen. Das Rahmenprogramm sieht einen Abend bei den Geschwistern Gundolf in Innsbruck beim Sandwirt vor. Dass die Gäste einen realistischeren Eindruck der Tiroler Tradition erhalten würden, wenn sie das Konzert besuchten, scheint dabei vergessen oder übersehen zu werden. Das ist schon seit Jahren so. In Vomp gibt es daher quasi keinen Tourismus.

Wir hoffen aber, dass sich dies ändert, indem wir statt Kritik stetig eine Verbesserung unserer Platzkonzertkultur vornehmen – nach dem Motto „Jammern bringt nichts“. Irgendwann wird sich wohl herumsprechen, dass hier das kulturell anspruchsvollere und eindrucksvollere Erlebnis geboten wird. Und selbst wenn nicht: Unsere Stammgäste werden uns dankbar sein und vielleicht können wir noch mehr Vomper für die Konzerte begeistern!

5. Zusammenfassung

Wir haben in Kapitel 1 die Ausgangssituation erläutert und Hintergründe des typischen Platzkonzerts erörtert. Das typische Platzkonzert in einem Dorf der westlichen Bundesländer wurde skizziert. Diese Überlegungen machen alle anschließenden Gedankengänge leichter.

In Kapitel 2 haben wir die Motivation der Besucher untersucht und sind zu dem Schluss gelangt, dass dem typischen Platzkonzertbesucher bewusst ist, was ihn erwartet. Möglicherweise kann man sogar hier konkret ansetzen um neue Akzente einzubringen. Wir haben einige Fragen an die Musikanten selbst gestellt und deren Antworten erläutert. Es ist sicher für jede Kapelle interessant, sich im Zusammenhang mit dieser Auswertung zu fragen: Wo stehen wir?

In Kapitel 3 haben wir die rechtlichen und finanziellen Schwierigkeiten des Platzkonzerts in Eigenregie diskutiert. Wir haben die Veranstaltungsmeldung und die AKM-Gebühren beleuchtet. Außerdem findet der Leser meine Kosten-Nutzen-Gedanken im abschließenden Abschnitt.

Das 4. Kapitel trägt den Titel meiner Seminararbeit selbst und ist fast als Kernstück anzusehen, selbst wenn es nicht das längste Kapitel geworden ist. Man findet dort aber eine kurze Marketinganalyse des Platzkonzerts und einen Ideenkatalog zur Bereicherung der Konzerte. Speziell letzteren kann ich jedem Leser ans Herz legen. Hier sind die Perspektiven und Chancen der Zukunft!

Danksagung

An dieser Stelle möchte ich auf eine Danksagung nicht verzichten, da diese Seminararbeit ohne die Hilfe gewisser Menschen nicht möglich gewesen wäre.

Der größte Dank gebührt meinem Obmann Helmuth Mair, der sich stets Zeit für meine Fragen nahm und mit dem ich (oft lange) Diskussionen über die Themen dieser Arbeit hatte – für die er mich zudem zu sich nach Hause einlud.

Allen übrigen Ausschussmitgliedern der BMK Vomp gebührt ebenfalls ein herzlicher Dank für die Ideen, die sie teils schon vor Beginn dieser Arbeit in die Sitzungen eingebracht haben und die einen wesentlichen Beitrag zu dem Ideenkatalog bilden.

Ich danke außerdem allen, die sich die Zeit genommen haben, meinen Fragebogen auszufüllen; ganz besonders meinen Seminarkollegen des Führungskräfte-seminars West.

Frau Beate Außerlechner von der Zweigstelle der AKM Innsbruck danke ich für die unkomplizierte Bereitstellung der Informationen bezüglich der Berechnung des Aufführungsentgelts.

Abschließend bedanke ich mich beim ganzen Ausschuss der BMK Vomp, der mir durch seinen Beschluss die Teilnahme am Führungskräfte-seminar erst möglich gemacht hat. Ich hoffe, den Erwartungen gerecht zu werden, die sie nun in mich setzen werden.

Anhang

Anhang A: Literatur- und Quellenangabe

BMK Fügen. (kein Datum). Abgerufen am 20. 3 2009 von <http://www.bmk-fuegen.at/index.php>

div. (8. 3 2009). Fragebögen zum Thema Platzkonzerte. Bildungsinstitut Grillhof, Vill.

Innsbrucker Promenadenkonzerte. (2009). Abgerufen am 20. 3 2009 von <http://www.promenadenkonzerte.at/>

ÖBZ. (2008). *AKM: Neue Richtlinien.* ÖBV.

Tiroler Veranstaltungsgesetz. (2004). *LGBI 86/2003, 72/2004* . Tirol, Österreich.

Anhang B: Fragebogen**Fragebogen zur Seminararbeit, Rainer Schulze**

zum Führungskräfte-seminar West, 2009

Platzkonzerte im Wandel der Zeit

Wieviele Platzkonzerte werden in deiner Kapelle (ca.) pro Jahr gegeben? (Wenn möglich: exakte Zahl letzten Jahres. → in dem Fall bitte anmerken)	
Veranstaltet ihr davon welche selbst, i.e. ist der TVB <i>nicht</i> Veranstalter? Wenn ja, wieviele?	
Wo finden die Platzkonzerte statt? Habt ihr einen (eigenen) Pavillon?	
	stimme ich sehr – gar nicht zu
Die Zuhörerschaft besteht überwiegend aus Stammgästen (Familien der Musikanten, etc.).	<input type="checkbox"/> <input type="checkbox"/> <input type="checkbox"/> <input type="checkbox"/> <input type="checkbox"/>
Die Platzkonzerte werden gut beworben (Plakate, Flyer).	<input type="checkbox"/> <input type="checkbox"/> <input type="checkbox"/> <input type="checkbox"/> <input type="checkbox"/>
Zuhörer von außerhalb sind meist selbst Mitglieder einer Musikkapelle.	<input type="checkbox"/> <input type="checkbox"/> <input type="checkbox"/> <input type="checkbox"/> <input type="checkbox"/>
Unser Publikum hört am liebsten „typische Blasmusik“ (Tiroler Märsche, böhmische Polkas).	<input type="checkbox"/> <input type="checkbox"/> <input type="checkbox"/> <input type="checkbox"/> <input type="checkbox"/>
Macht es Sinn, die Konzerte durch den Auftritt anderer Vereine, die <i>nicht</i> Musikkapellen sind (Chöre, Ensembles o.ä.) zu bereichern?	<input type="checkbox"/> <input type="checkbox"/> <input type="checkbox"/> <input type="checkbox"/> <input type="checkbox"/>
Die Stimmung beim Platzkonzert ist sehr ausgelassen (vgl. Zeltfest).	<input type="checkbox"/> <input type="checkbox"/> <input type="checkbox"/> <input type="checkbox"/> <input type="checkbox"/>

Zu meiner Orientierung: In welcher Kapelle spielst du? _____

Danke für deine Hilfe!

Anhang C: Auswertungstabelle der Fragebögen

Fragebogen Nr.	# Konzerte	# selbst veranst.	# selbst v. %	eig. Pavillon
1	13	0	0,0	0
2	14	0	0,0	0
3	15	1	6,7	1
4	8	0	0,0	1
5	9	0	0,0	k.A.
6	5	0	0,0	0
7	3	3	100,0	1
8	8	0	0,0	1
9	4	2	50,0	0
10	7	0	0,0	1
11 ⁴				
12	13	0	0,0	1
13	12	2	16,7	k.A.
14	16	0	0,0	1
15	7	3	42,9	1
16	6	0	0,0	1
			Gesamt:	% eig. Pavillon:
			14,4	69,23

⁴ keine Angabe, da in selber Musikkapelle wie Nr. 9

Anhang D: AKM Autonomer Tarif

gültig ab: 01.11.2008

§ 00 Autonomer Tarif o.T.

§	Fass. Raum	ohne Tanz	
		Mind. Satz (F 0,90)	Faktor je EURO
00	bis 100	9,45	10,50
00	101 - 150	15,12	16,80
00	151 - 200	20,79	23,10
00	201 - 300	26,46	29,40
00	301 - 400	32,13	35,70
00	401 - 500	37,80	42,00
00	501 - 600	43,47	48,30
00	601 - 700	49,14	54,60
00	701 - 800	54,81	60,90
00	801 - 900	60,48	67,20
00	901 - 1000	66,15	73,50
00	1001 - 1100	71,82	79,80
00	1101 - 1200	77,49	86,10
00	1201 - 1300	83,16	92,40
00	1301 - 1400	88,83	98,70
00	1401 - 1500	94,50	105,00
00	1501 - 1600	100,17	111,30
00	1601 - 1700	105,84	117,60
00	1701 - 1800	111,51	123,90
00	1801 - 1900	117,18	130,20
00	1901 - 2000	122,85	136,50
00	2001 - 2100	128,52	142,80
00	2101 - 2200	134,19	149,10
00	2201 - 2300	139,86	155,40
00	2301 - 2400	145,53	161,70
00	2401 - 2500	151,20	168,00

Für je weitere 100 Personen Fassungsraum erhöht sich das Auführungsentgelt um €

5,670

6,30

Bei freiem Eintritt bzw. mit einem Eintritt bis zu € 0,90 ist im Feld "DEP" 0,90 einzutragen.
Aufwandsgrenze € 125,00

Seite 3 von 21

gültig ab: 01.11.2008

§ 00 Autonomer Tarif m.T.

§	Fass. Raum	mit Tanz	
		Mind. Satz (F 0,90)	Faktor je EURO
00	bis 100	17,96	19,95
00	101 - 150	28,73	31,92
00	151 - 200	39,50	43,89
00	201 - 300	50,27	55,86
00	301 - 400	61,05	67,83
00	401 - 500	71,82	79,80
00	501 - 600	82,59	91,77
00	601 - 700	93,37	103,74
00	701 - 800	104,14	115,71
00	801 - 900	114,91	127,68
00	901 - 1000	125,69	139,65
00	1001 - 1100	136,46	151,62
00	1101 - 1200	147,23	163,59
00	1201 - 1300	158,00	175,56
00	1301 - 1400	168,78	187,53
00	1401 - 1500	179,55	199,50
00	1501 - 1600	190,32	211,47
00	1601 - 1700	201,10	223,44
00	1701 - 1800	211,87	235,41
00	1801 - 1900	222,64	247,38
00	1901 - 2000	233,42	259,35
00	2001 - 2100	244,19	271,32
00	2101 - 2200	254,96	283,29
00	2201 - 2300	265,73	295,26
00	2301 - 2400	276,51	307,23
00	2401 - 2500	287,28	319,20

Für je weitere 100 Personen Fassungsraum erhöht sich das Auführungsentgelt um €

10,773

11,97

Bei freiem Eintritt bzw. mit einem Eintritt bis zu € 0,90 ist im Feld "DEP" 0,90 einzutragen.
Aufwandsgrenze € 125,00

Seite 4 von 21

Veröffentlichungshinweis

Der Verfasser erklärt sich ausdrücklich damit einverstanden, dass die vorgelegte Seminararbeit auf der Homepage des ÖBV veröffentlicht wird.