

Zwei Welten treffen sich – DACH-Symposium für Musik und Wirtschaft

Ein Bericht von Britta Wagener

Anfang Oktober fand am Vorarlberger Landeskonservatorium ein spannendes Symposium zum Thema Musik und Wirtschaft statt. Im Rahmen eines von der Internationalen Bodenseehochschule (IBH) geförderten Forschungsprojektes, welches von der FHS St. Gallen Hochschule für angewandte Wissenschaft (Prof. Dr. Wilfried Lux und Maria Nänny), dem Vorarlberger Landeskonservatorium (Mag. Evelyn Fink-Mennel) und der Fachhochschule Nordwestschweiz (Dr. Pietro Morandi) durchgeführt wird, gab es die Möglichkeit für ein erstes öffentliches Treffen von Interessenten sowohl aus dem Bereich Wirtschaft als auch dem Bereich Musik. Ca. 40 Teilnehmerinnen und Teilnehmer folgten der Einladung des Vorarlberger Landeskonservatoriums, wobei insgesamt die Musikerinnen und Musiker deutlich in der Überzahl waren.

Nach einer kurzen Begrüßung durch den Geschäftsführer des VLK, Dr. Peter Schmid, und der musikalischen Einstimmung durch das Holzbläsertrio *Herzwind*, erhielt Projektleiter *Wilfried Lux* das Wort und stellte das Forschungsprojekt vor. Ziel des Projektes ist es, ein Handbuch mit Handlungsempfehlungen für Kooperationen zwischen Musikern und Unternehmen zu erstellen. Basis für die Zusammenstellung des Handbuches sind quantitative und qualitative Erhebungen aufgrund von Fragebögen und Expertengesprächen. Des Weiteren sollen Workshops mit interessierten Vertretern beider Seiten durchgeführt werden, welche verschiedene Möglichkeiten der Zusammenarbeit genauer erarbeiten und schlussendlich in Handlungsempfehlungen ableiten.

Im Kernteil des Nachmittags berichteten fünf Experten von Unternehmens- und Musikerseite über ihre Erfahrungen mit Kooperationen. Zunächst stellte der Hotelier *Walter Lingg* vom *Hotel Krone* in Au (Bregenzervald) sein Kooperationsprojekt vor. Er setzt stark auf den Standortfaktor Kultur und gibt seit inzwischen bald vier Jahren Studierenden des VLK einmal wöchentlich eine Auftrittsmöglichkeit in seinem Hotel. Als Entschädigung erhalten die jungen Künstler ein Gourmet-Essen sowie einen Übernachtungsgutschein in seinem Hotel. Die Kooperation wird von Herrn Lingg als durchweg positiv beschrieben und bringt aus Unternehmersicht durchaus



Projektleiter Wilfried Lux

Mehrwert. Es stärkt die Kundenbindung, schärft die Marke und sorgt für ein Alleinstellungsmerkmal (USP). Die Musik bringt Menschen zusammen und sorgt für ein positives Urlaubserlebnis bei den Gästen.

Die nächste Referentin, *Monika Rühl*, Leiterin Social Responsibility bei der *Lufthansa* in Frankfurt, nahm aus gesundheitlichen Gründen per Videoschaltung an der Tagung teil. Sie berichtete von einem Projekt, welches auf die Mitarbeitergesundheit abzielt. So wurde aus privaten Geldern ein Flügel angeschafft, welcher für die Veranstaltung von Klavierkonzerten für interessierte Mitarbeiter und deren Partner genutzt wird. Es soll ein Beitrag zur arbeitszeit- und arbeitsortna-

hen Entspannung sein. Seit 2014 wurden 36 Konzerte für jeweils max. 200 Zuhörende durchgeführt, welche sich großer Beliebtheit erfreuen. Es treten sowohl namhafte Musiker wie auch sehr begabte Nachwuchskünstler auf, die für sehr moderate Gagen spielen. An den Konzerten werden Spenden gesammelt, die meist die Kosten der Konzerte decken. Das Projekt wurde unternehmensintern nicht evaluiert, wie Frau Rühl rückblickend bedauert und hat im Zuge aktuellen Stellenabbaus bei Lufthansa keine Schirmherrschaft von Seiten des Vorstandes. Es wird eingestellt.

Der folgende Beitrag kam von Musikerseite. Der Vorarlberger Musiker und Musikvermittler *Stefan Dünser*

berichtete davon, „was Musiker freut und plagt“. Als Trompeter bei den international erfolgreichen Musikensembles *Die Schurken* und *Sonus Brass* verfügt er über weitreichende Erfahrung im Musikgeschäft. Als Musiker und Künstler möchte man sich in erster Linie einmal nicht verstellen und sich mit seinem ureigenen Können und seiner eigenen Kreativität am besten im Rahmen einer mitreißenden Live Performance am Markt verkaufen. Ideal ist, wenn für genau dieses Produkt eine Nachfrage da ist, die in angemessen entlohnten Einzelengagements, besser noch in wiederholten Engagements oder aber in längerfristigen Kooperationen mündet. Eine gute Presse, Mund-zu-Mundpropaganda, sowie selbstinitiiertes Networking sind hier unabdingbar. Häufig erlebt man, dass vor allem junge und noch nicht etablierte Musiker weit unter ihrem Aufwand und Wert entlohnt werden. Zudem ist es schwierig, mit den zuständigen Stellen in Kontakt zu kommen, die über ein Engagement entscheiden. Leider besteht auch eine völlig falsche Vorstellung darüber, was Musik machen für den Musiker überhaupt bedeutet – es ist nicht nur eine Liebhaberei, ein Hobby, welches ausgeübt wird. Es handelt sich schlussendlich um ein hart erlerntes „Handwerk“, mit welchem der Lebensunterhalt zu bestreiten ist. Auch der Musiker muss von seinem Lohn eine Familie ernähren, Sozialabgaben leisten, seine Steuern zahlen und sich um seine Altersvorsorge kümmern.

Einen weiteren Beitrag von Musikerseite leistete die Schweizerin *Gabriela Krapf*. Sie ist Sängerin und Songwriterin und berichtete vor allem von dem, was professionelle Musiker plagt – nämlich, dass ihre Arbeit nicht immer angemessen entlohnt wird. So komponierte sie beispielsweise einen Werbe-Jingle für ein kleineres regionales Unternehmen lediglich gegen eine Auftrittsmöglichkeit bei einem Firmen-Event. Dies ist leider ein sehr charakteristisches Beispiel für die geringe Wertschätzung der Arbeit von Musikern: die eigentliche schöpferische

Arbeit, die eine Menge Ausbildung und Können voraussetzt, wird nicht bezahlt. Dafür geht man davon aus, dass es genug „Lohn“ sei, wenn man der Musikerin die Möglichkeit gibt, sich zu präsentieren. Natürlich ist es erfreulich, wenn sich daraus Folgeaufträge ergeben, aber dafür gibt es keine Garantie. Und selbst wenn sich etwas ergibt, wird man genau genommen für Arbeit entlohnt, die man später bei dem neuen Gig leistet, die eigentliche Arbeit, die Komposition des Jingles, ist und bleibt unbezahlt.

Der letzte Referent des Nachmittags war *Dipl.-Psych. Stefan Burzik*. Er ist professionell ausgebildeter Geiger und Psychologe und hat sein Konzept *Flowskills* vorgestellt. Gemeinsam mit einem professionellen Dirigenten bietet er im Rahmen seiner Tätigkeit als Coach u. a. Seminare für Führungskräfte an. Den Führungskräften wird die Möglichkeit gegeben, in die Rolle des Dirigenten vor einem Symphonieorchester zu schlüpfen. Das Orchester führt lediglich die Informationen aus, welche der Dirigent durch sein Auftreten, seine Körpersprache und seine Schlagtechnik (eine zweckmäßige Technik wird vorher kurz erarbeitet) vermittelt. Vor dem Hintergrund des Konzeptes der „Resonanten Führung“,

welches die Aspekte Kontakt, Klarheit, Emotion und Inspiration umfasst, können nun die Führungsqualitäten der Teilnehmer anhand der Performance vor dem Orchester gemeinsam mit dem Coach reflektiert werden und Rückschlüsse für die eigene Führungspraxis gezogen werden. Ein schönes Beispiel, wie die Kompetenzen von Musikern wertvolle Erkenntnisse für Kompetenzen von Führungskräften der Wirtschaftswelt mit sich bringen können.

Im Anschluss an die fünf Vorträge gab es eine Podiumsdiskussion mit den Referenten, die von Maria Nänny geleitet wurde. Die Teilnehmenden des Symposiums konnten sich hier einbringen. Wilfried Lux fasste die Ergebnisse der Diskussion kurz zusammen. So gibt es ganz offensichtlich ganz unterschiedliche Arten von Kooperationen, die an sich viel Potenzial für beide Seiten bergen. Aus Unternehmenssicht bewegt man sich hier hauptsächlich im Bereich des Sponsorings und der Corporate Social Responsibility. Schlussendlich kann man festhalten, dass die Durchführung von Kooperationsprojekten von der Unternehmenseite her bislang mit der Musikaffinität der verantwortlichen Person steht und fällt. Für Unternehmen ist es zudem häufig schwierig,

Stefan Dünser, Walter Lingg, Stefan Burzik, Wilfried Lux, Gabriela Krapf und Moderatorin Maria Nänny (vlnr)



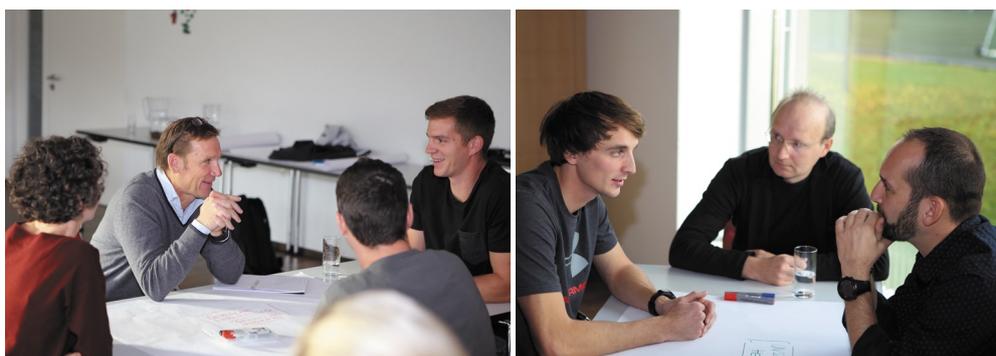
einen messbaren Erfolg in Form von Kennzahlen aus einer Kooperation zu ermitteln, was einer tatsächlichen Integration in die Unternehmensprozesse entgegensteht. Von Musikerseite kann man festhalten, dass nach wie vor sehr viel Gratisarbeit geleistet wird. Dabei wird die eigentliche künstlerisch-kreative Arbeit, die man durch viel Fleiß, Durchhaltevermögen und Talent erlernt hat und mit der man seinen Lebensunterhalt verdienen wollte, zu einem gar nicht bis schlecht bezahlten Nebenverdienst mit unregelmäßigen Aufträgen. Dadurch ist man häufig gezwungen, auf andere regelmäßig bezahlte Tätigkeiten auszuweichen, um überleben zu können. Was Musiker also brauchen, sind Kooperationen, die längerfristig angelegt sind, auf die man sich verlassen kann und die einen angemessenen Beitrag zum Lebensunterhalt leisten. Reine Auftrittsmöglichkeiten á la „Da kannst du bekannt werden“ als Lohn sind zwar nett, aber schlussendlich eine Ausnutzung der Kompetenz von Musikern. Eine wichtige Erkenntnis aus dem Nachmittag ist jedoch auch, dass Musiker selbst aktiv werden müssen und sich ein gutes Konzept überlegen sollten, wie sie sich am Markt verkaufen wollen. Eine passive Haltung in der Opferhaltung verbunden mit der Einstellung, dass Unternehmen ja Geld haben und das auch geben können, ist unangebracht und wenig zielführend. Genau wie ein Unternehmen, das mit seinen Produkten erfolgreich am Markt bestehen will, müssen auch Musiker durch Selbstmarketing auf sich aufmerksam machen und Überzeugungsarbeit leisten. Wenn man als Unternehmen einen Mehrwert aus einer Kooperation für sein Unternehmen erkennt, wird man auch bereit sein, dafür Geld in die Hand zu nehmen.

Diese Erkenntnisse werden nun Grundlage für die weitere Arbeit des Forschungsprojektes sein. Ziel ist es, Workshops mit Unternehmen und Musikern zu veranstalten, aus denen man Handlungsempfehlungen für erfolgreiche Kooperationen ableiten kann.

Exzellenz in Sport & Musik



Das Vorarlberger Landeskonservatorium verfolgt ebenso wie das Olympiazentrum Vorarlberg das Ziel, Menschen zur Exzellenz in ihrem jeweiligen Bereich zu entwickeln und zu begleiten. Diese Wahrnehmung hat Simon Nußbaumer (Bereichsleitung und Strukturmanagement im Olympiazentrum Dornbirn) und Dir. Jörg Maria Ortwein dazu inspiriert, die „Exzellenz in Sport & Musik“ in den Mittelpunkt einer Kooperation zu stellen.



Am ersten Treffen nahmen neben den beiden Initiatoren auch hochrangige Vertreter beider Einrichtungen teil: alle Landestrainer des Olympiazentrums, ein Cheftrainer aus einem Verband sowie der Sportkoordinator des Sportgymnasiums Dornbirn, Geschäftsführer des Olympiazentrums Sebastian Manhart sowie ausgewählte Lehrende des Vorarlberger Landeskonservatoriums aus verschiedenen Hauptfachklassen. Moderiert und konzipiert wurde der Workshop vom Diplom- und Sportpsychologen Michael Kuhn, der unter anderem für den Deutschen Handballbund und in freier Praxis tätig ist.

Erarbeitet wurden zunächst die besonderen Herausforderungen in der Arbeit des Olympiazentrums und des Landeskonservatoriums. Weiter wurden Gemeinsamkeiten und Unterschiede beleuchtet und mögliche gemeinsame Lernfelder erörtert. „Über den eigenen Tellerrand hinaus schauen und interdisziplinär lernen“ war das Motto, das bei diesem ersten Treffen im Fokus stand: „Nur wenn man sich öffnet und andere Sichtweisen zulässt, neue Plattformen für das Lernen und das Entwickeln zur Verfügung stellt, dann eröffnen sich neue Möglichkeiten für eine qualitative Verbesserung der eigenen Bemühungen rund um die Athleten und Musiker“, waren sich die beiden Initiatoren einig.

Insgesamt eröffnete der Workshop viele neue Perspektiven für die tägliche Arbeit. Simon Nußbaumer resümierte abschließend: „Es herrschte eine tolle Atmosphäre und alle waren begeistert, diese Möglichkeit des Austauschs und des Lernens zu nutzen. Alle Beteiligten fanden es durchwegs spannend und es gab lebhafte Diskussionen“. Und Jörg Maria Ortwein ergänzte: „Es besteht auf beiden Seiten ein großes Interesse, diesen Austausch weiter zu entwickeln um entworfene Ideen und Ansätze zu vertiefen“.