

10 + 1 Tipp für Konzertveranstalter

Cafés, Kneipen, Restaurants und andere Lokalitäten überlegen sich oft spontan, dass Livemusik ein Publikumsmagnet sein könnte. Eilig wird ein Musiker, eine Band, ein Künstler engagiert. Im Rahmen der Möglichkeiten wird versucht auf die Veranstaltung aufmerksam zu machen.

Trotzdem bleiben häufig die Zuschauer aus, oder die Veranstaltung wird nur ein geringer Erfolg. Veranstaltungen und Konzerte benötigen einen Rahmen, einen Vorlauf ein Ambiente und ein planvolles herangehen. Daher hier einige Vorschläge, die aus der Praxis gewachsen sind.

Tipp I:

Authentizität!

Führe nur solche Veranstaltungen durch, zu denen du selber inhaltlich stehen kannst.

Bist du selbst ein Fan von Schlagermusik, komm nicht auf die Idee irgendeine Rockband zu veranstalten.

Deine Gäste werden es dir nicht abkaufen.

Die erste Frage ist also: gefällt mir dieser Act selber so gut, dass ich ihn sehen möchte?

Tipp II:

Bühne!

Schaff Platz in deinem Laden für ein Konzert.

Es muss keine feste Bühne sein, es muss keine Lichtanlage oder dicke Soundanlage unter der Decke hängen.

Es sollte nur immer erkennbar sein, dass hier an diesem Platz die "Musik" spielt.

Tipp III:

Kontinuität!

Plane immer mehrere Konzerte für einen längeren Zeitraum.

Kontinuität ist der Stichwort.

Es nützt überhaupt nichts einmal irgendwann zwischendurch im Jahr ein Konzert zu veranstalten.

Zwischen drei und sechs Veranstaltungen für einen Zeitraum von 6-12 Monaten machen deutlich, wofür dein Lokal steht.

Und, auch deine Gäste haben Termine, möchten gerne langfristig planen.

Tipp IV:

Qualität!

Biete deinen Gästen stets ausreichende, qualitativ hochwertige Veranstaltungen.

Wenn du nicht weißt, welche Künstler du buchen kannst und welche nicht, dann schau auf die Webseiten deiner Mitbewerber. Auch die Webseiten der Künstler bieten Hinweise darauf, wo vergangene Veranstaltung stattgefunden haben.

Tipp V:**Kostenkontrolle!**

Setze dir immer ein Limit für die Kosten der gesamten Veranstaltung.

Benenne du dem Künstler eine fixe Gage oder ein Honorar, dass du zahlen kannst.

(Auch wenn mich die Kollegen jetzt hassen werden)

Overheadkosten für Werbung und Catering mit einplanen.

Ganz wichtig: GEMA! Dazu mehr in Tipp sechs.

Tipp VI:**GEMA!**

Die GEMA berechnet sich nach Höhe des Eintrittspreises und der Raumgröße.

Das ist für die meisten Veranstaltungsorte wenig dramatisch und lässt sich im Bereich bis zu 50 € pro Veranstaltung gut planen.

Meine Empfehlung: ein Anruf bei der GEMA genügt meistens, um zu erklären, was man vorhat. Auch kann man dort für gesamte Veranstaltungsreihen eine Art "Abo" vereinbaren.

Tipp VII:**Kundenbindung!**

Wenn du mehrere Veranstaltungen durchgeplant und terminiert hast, biete deinen Gästen die Möglichkeit eine Abo-Karte zum vergünstigten Preis für alle Veranstaltungen zu kaufen.

Auch Gruppentarife, wie 4 Karten zum Preis von 3, sind eine nette Idee.

So lässt sich schon vorher planen, wie viele Zuschauer ungefähr kommen werden.

Noch schlimmer als zu wenig Zuschauer sind zu viele Gäste.

(Ich habe es mehr als einmal erleben müssen, dass Gäste vor der Tür standen und schlicht nicht mehr hereinkamen. Das macht dauerhaft keinen guten Eindruck für den Veranstalter.

Ein geregelter Vorverkauf hätte diese Situation verhindern können.)

Nebenbei bemerkt, zieht die Idee, Eintritt plus ein Freigetränk, nicht mehr besonders gut.

Tipp VIII:**After-Show-Marketing!**

In der Regel führen Veranstalter nur Werbung vor Konzerten durch.

Jedoch gehört eine ordentliche Veranstaltung auch danach beworben.

Zukünftige Gäste und Besucher sollen sehen und erfahren, wie gut und intensiv die Stimmung bei der Veranstaltung war.

Sie werden sicherlich in ihrem Bekanntenkreis darüber berichten und können anhand deiner Dokumentation viel besser erklären was sie erlebt haben.

Tipp IX:**Sei nett zu Künstlern!**

Viele Künstler sind häufig sehr lange, sehr oft über Hunderte von Kilometern unterwegs.

Du solltest ihnen immer einen ruhigen Raum zur Vorbereitung auf deine Veranstaltung zur Verfügung stellen.

Das muss keine großartige Backstage-Garderobe sein. Das heimische Wohnzimmer tut es ebenso. Überhaupt ist Familienanbindung für Künstler immer etwas Besonderes.

Tipp X:

Kooperation!

Wenn es dir im Alltagsgeschäft zu viel wird, dich um Planung für Veranstaltung zu kümmern, wenn du nicht weißt wen und was du buchen sollst, dann gibt es immer noch die Möglichkeit einer Kooperation mit einem Verein oder anderen externen Partnern.

Kulturvereine oder Interessengemeinschaften suchen häufig Möglichkeiten zur Präsentation ihrer Inhalte.

Mit diesen Leuten lässt sich in der Regel sehr gut arbeiten, da sie genau wissen, was sie wollen. Stelle einfach deinen Veranstaltungsraum zur Verfügung und überlasse den externen Partnern die Planung und Durchführung.

Inhaltlich kann man so etwas wunderbar vertraglich regeln.

Kooperation ist auch für die Notwendigkeit einer möglichen Übernachtung des Künstlers ziemlich hilfreich.

Es nützt ja nichts, wenn du als Veranstalter auch noch ein kostspieliges Hotelzimmer dazu buchen musst.

Kann dem ortsnahen Hotel oder Pension beispielsweise die regelmäßige Übernachtung deiner Künstler und eventuell angereister Gäste nahe gebracht werden, so lässt sich hier sicherlich ein guter Preis verhandeln.

Tipp X+I

Veranstaltungstag!

Ein Blick auf den Veranstaltungskalender deiner Umgebung zeigt an, es ist unglaublich viel los.

Kino, Theater, Konzerte, Lesungen, Tag der offenen Tür, Jubiläum hier und Jubiläum da...

Kein Mensch weiß mehr, wann er diese ganzen Events noch besuchen soll. Die Wochenenden sind voll und ausgebucht.

Deswegen hier der absolute Sondertipp: **bleib weg vom Wochenende.**

Verlege deine Veranstaltung auf einen normalen Wochentag.

Das gilt gemeinhin als besonderes Risiko. Die Praxis aber zeigt, dass eine Veranstaltung unter der Woche vom Publikum sehr gut angenommen wird.

So ist zum Beispiel die hochkarätige [Montagsmelange](#) in Rietberg permanent ausverkauft.

Ein rechtzeitiger Beginn und ein klar definiertes Ende an einem Wochentag wird mehr Publikum in dein Geschäft führen, als eine große Veranstaltung an einem Samstagabend.

Abschließend möchte ich noch zwei Veranstalter aufzeigen, die (aus meiner Sicht) ein hervorragendes Konzept umgesetzt haben.

[Weinhandel Plat. Blomberg/Lippe](#)

Über das Jahr verteilt mehrere Konzerte und Lesungen an einem sehr kleinen Fachgeschäft für gute Weine.

Eine unglaublich intime Atmosphäre. Die Besucher sind dicht gedrängt zusammen.

Das Ehepaar Plat hat ausgezeichnete Weinsorten im Ausschank. Wein und Kultur passt ausgezeichnet zusammen. Die Veranstaltungen sind immer und sofort nach Bekanntwerden ausverkauft

[Spökes, Bielefeld](#)

Der Geschäftsführer war vom Spökes in Bielefeld setzt auf Kooperation.

Der, in der Szene sehr bekannte [Greyhound George](#) veranstaltet regelmäßig alle 14 Tage den "Blues Monday." Dazu werden musikalische Gäste aus der Blues Richtung eingeladen. Nach und nach hat sich die Veranstaltung so rum gesprochen, dass das Spökes an einem Montagabend auseinanderbricht. Der Eintritt ist kostenfrei.