

27.11.95, 00:00



### Archiv

Aus FOCUS Nr. 48 (1995)

## Brennpunkt

# KONZERTE

### **Der Boom der Branche ist vorbei: Die Gagen und Eintrittspreise steigen, doch die Musikfans bleiben zu Hause**

Trotz ausverkaufter Stadien bei den Tourneen der Rolling Stones oder von Marius Müller-Westernhagen: Die deutschen Konzertveranstalter jammern. „Wie immer am Ende eines Jahrhunderts ist die Suche nach neuen Trends besonders intensiv, aber die Verwirrung auch“, sagt Marek Lieberberg, einer der drei großen deutschen Veranstalter. Es gäbe einfach zu wenig Künstler, die in der Lage sind, die Fans in Massen anzuziehen.

Allzuoft mußten in diesem Jahr weniger bekannte Bands und Interpreten vor nur halbvollem Haus auftreten – mit der Folge, daß die Konzertkartenumsätze um 15 Prozent absackten.

Auch für das kommende Jahr schwant den Managern nichts Gutes, denn der Bund erhebt ab 1996 eine Steuer von 25 Prozent auf die Gagen ausländischer Künstler. Da die sich kaum mit weniger Geld als bisher zufriedengeben dürften, werden die Veranstalter den Schwarzen Peter ans Publikum weiterreichen: „Nächstes Jahr steigen die Ticketpreise um mindestens 20 Prozent“, sagt Jens Michow, Präsident des Interessenverbands der Deutschen Konzertveranstalter (IDKV).

Das könnte ins Auge gehen, denn zur Zeit kosten Konzertkarten im Schnitt 45 Mark, und schon das ist 37 Prozent der Deutschen zu teuer. Das ergab eine repräsentative Umfrage des Marktforschungsunternehmens GfK im Auftrag des IDKV. Die Studie enthält noch weitere unangenehme Neuigkeiten für die Veranstalter: Nur 26 Prozent der Deutschen besuchen Rock- und Popkonzerte; 42 Prozent dagegen gehen regelmäßig ins Kino.

3,3 Milliarden Mark geben die Deutschen 1995 für ihr abendliches Entertainment aus, aber weniger als ein Drittel davon fällt für die Konzertveranstalter ab. Das liegt auch daran, daß sich nur 11,3 Prozent der Konzertgänger auf den riesigen Open airs wohlfühlen, auf die deutsche Veranstalter in diesem Sommer besonders gesetzt hatten.

Bestuhlte Konzerthallen ziehen 33,8 Prozent der Befragten den Großveranstaltungen vor. Außerdem „gibt es kaum mehr spektakuläre, neue Künstler, die die großen Stadien füllen können“, sagt Marcel Avram, Chef der Münchner Mama Concerts. Wie viele seiner Kollegen sieht auch er deshalb am Horizont der Konzertindustrie „dunkle Wolken“ heraufziehen.

### **WER IST SCHULD AN DEN HOHEN PREISEN?**

MARCEL AVRAM, Mama Concerts & Rau:

Der Markt ist unübersichtlich geworden, und die Trends gehen kreuz und quer in alle Richtungen. Erfolg hat man heute vor allem mit Techno-Veranstaltungen; Heavy Metal dagegen ist bis auf einige Ausnahmen out. Auch Musicals laufen nicht mehr gut.

Spektakuläre Künstler sind immer schwieriger zu finden. Das Publikum hat alles gesehen und ist nur noch zu begeistern, wenn Stars mit außergewöhnlichen Platten kommen.

Außerdem schießen die Kartenpreise in die Höhe. Schuld daran sind die enorm hohen Hallenmieten und die neuen Künstlersteuern.

JENS MICHOW, Veranstalter-Verband:

Die Konzertbranche ist die einzige, in der der Kaufmann für gute Arbeit sogar noch bestraft wird. Denn die Marge, die ihm nach Abzug des Künstlerhonorars bleibt, ist sehr gering.

Im kommenden Jahr werden ausländische Künstler mit 25 Prozent Steuern zur Kasse gebeten. Das bleibt natürlich an den Veranstaltern hängen. Schließlich ist den ausländischen Künstlern das deutsche Steuerrecht egal.

Die Künstler wollen ihre volle Gage sehen. Wegen ihrer geringen Gewinnspanne sind die Veranstalter dann gezwungen, die Steuer auf die Preise draufzuschlagen.

EDDIE VEDDER, Rockband Pearl Jam:

Die großen Konzertveranstalter in Amerika teilen sich mittlerweile computergesteuerte Ticketdienste, über die sie ihre Konzerte zentral vermarkten. Über diese Firmen läuft der Löwenanteil der Kartenverkäufe.

Die Veranstalter haben sich de facto damit ein Monopol gesichert. Sie können nach Belieben die Preise hochtreiben.

Bands wie wir können gar nicht mehr spielen, ohne unsere Tickets über diese Monopolunternehmen zu verkaufen. Als wir es doch versucht haben, durften wir in einigen großen Hallen und Stadien nicht auftreten.

## **VERANSTALTER**

Hoffmann Konzerte: auf klassische Musik spezialisiert. Umsatz: 200 Mio. Mark, davon 120 Mio. mit der Welttournee der drei Tenöre

Mama Concerts & Rau: Rock- und Popkonzerte sowie große Festivals. Umsatz 125 Mio. Mark. Veranstaltet 1996 die Tour von AC/DC mit 120 000 Zuschauern.

Marek Lieberberg Konzertagentur: Veranstaltete mit R.E.M. (150 000 Zuschauer) und Westernhagen (700 000) zwei der erfolgreichsten Tourneen 1995. Umsatz: 100 Mio. Mark

## **Rock over Germany: die erfolgreichsten Tourneen 1995**

ROLLING STONES – VOODOO LOUNGE – EUROPEAN TOUR 95

Besucher: 700 000

Konzerte: 10

Agentur: German Tours

R.E.M. 95

Besucher: 150 000

Konzerte: 5

Agentur: Lieberberg

WESTERNHAGEN – AFFENTOUR 95

Besucher: 700 000

Konzerte: 14

Agentur: Lieberberg

## **Bereits ausverkauft: die drei Tenöre 1996 in München**

THE 3 TENORS – LIVE IN MÜNCHEN

Besucher: 67 000\*

Konzert: 1 in 1996

Agentur: Hoffmann

\*350000 auf ihrer Welttournee

---

Foto: Focus Magazin Verlag

Copyright © FOCUS Online 1996-2009