

„... die Musi is leider jetzt aus“

Schwere Zeiten für die Eventbranche – Ersatztermine wahrnehmen

Musikalisch verpackt könnte der Corona-Lockdown vom März in der Kulturszene wie der Stadl-Klassiker von Karl Moik klingen: „Servus, Pfüad Gott und auf Wiedersehn, die Musi is leider jetzt aus ...!“ Bei dem harmonischen Schunkellied im Dreivierteltakt ist eine gewisse Wehmut über das Ende eines schönen Abends nicht zu überhören, dennoch ist der Blick auf ein nächstes Mal gerichtet, was letztendlich positiv stimmt. Ganz so positiv sieht es allerdings aktuell in der Eventbranche nicht aus, vieles ist ungewiss und nicht zu planen. Die Gebrüder Schuster sind altbewährte Konzertveranstalter aus Bogen. Dominik „Nick“ Schuster erläutert im Gespräch seine Sicht auf die aktuelle Situation.

Der Shutdown – ein Showdown für die Kulturszene. Es herrscht totaler Stillstand auf unbestimmte Zeit. Da plagen einen doch Existenzängste?

Schuster: Seit der Pandemie ist der gesamte Zweig der Eventbranche in bedrohliche Schieflage geraten. Während andere Sparten ihre Dienste und Produkte wenigstens schrittweise wieder anbieten dürfen, macht die Planung von Events erst dann wieder Sinn, wenn sämtliche Ausgangsbeschränkungen aufgehoben sind. Die Kulturschaffenden fürchten deshalb, dass die Krise für sie andauern wird, wenn sie für andere Branchen längst überstanden ist. Für unsere Agentur Showtime kann ich sagen, dass wir in allen Jahrzehnten gelernt haben, keine zu hohen Risiken einzugehen und kein Geld auszugeben, das noch nicht verdient war. Es sind sehr viele von der Corona-Krise betroffen, deshalb will ich nicht jammern, obwohl es gerade nicht einfach ist.

Etliche Events unterschiedlichster Größenordnungen und Kategorien organisiert, veranstaltet und betreut ihr jährlich bayernweit. Dazu werden einige Künstler ausschließlich über euch gebucht. Kann es in absehbarer Zeit wieder „Bühne frei“ heißen?

Schuster: Das ist schwer zu sagen. Kultur ist ein Luxus, den man sich gerne gönnt, aber nicht unbedingt braucht. Wenn die Menschen nach der Krise sparsamer leben, wird das die Livebranche deutlich zu spüren bekommen. Dazu kommt, dass jede Veranstaltung eine intensive Vorbereitungszeit benötigt, um wirtschaftlich sinnvoll geplant werden zu können. Solange aber nicht sicher ist, ab wann Kulturbegeisterte wieder unbedenklich an einer Veranstaltung teilnehmen können, kann die Planungsphase erst gar nicht eingeleitet werden. Erschwerend kommt hinzu, dass abgesagte Termine soweit als möglich im kommenden Jahr nachgeholt werden

sollen. Wegen der plötzlichen Flut von Events werden viele Veranstaltungen sicher nicht die notwendigen Zuschauerzahlen erreichen, um kostendeckend zu sein.

Die Kulturbranche ist systemrelevant, hat die Bundesregierung kürzlich verlauten lassen. Denn sie wirkt sich entscheidend auf andere Wirtschaftszweige aus. Siehst du das auch so?

Schuster: Absolut! Tatsächlich ahnen nur die wenigsten, wie viele Existenzen sie wirklich mit dem Kauf einer Eintrittskarte sichern. Da sind natürlich die Akteure, ihre Manager und Assistenzen, die Organisatoren, die Hallen- und Clubbetreiber. Aber auch die Ticketsysteme mit Tausenden Arbeitsplätzen, die Veranstaltungstechniker, Sicherheitskräfte, Werbeagenturen, Print- und Hörfunkmedien, Druckereien und in letzter Konsequenz die Reinigungskräfte, Gastronomie, Caterer, Hotellerie und der Tourismus. Bei großen Events mit Millionenumsätzen verweisen kritische Stimmen auf die hohen Gagen und Gewinnspannen. Aber generell gilt: Je größer der Event, desto mehr Menschen partizipieren daran und desto länger muss ausgesetzt werden.

Wie sieht es mit Soforthilfen aus?

Schuster: Die Kulturtreibenden erhalten für drei Monate einen geringen Teil ihrer laufenden Betriebsausgaben als Soforthilfe vom Bund. Sie können aber keine Umsätze generieren, um den verbleibenden Verlust und private Kosten zu mindern. Die Künstler erhalten nur minimale Pauschalbeträge und auch nur dann, wenn sie bestimmte Voraussetzungen erfüllen. Ganz viele fallen durch das Raster. Das Schlimme ist, dass niemand weiß, wie lange durchgehalten werden muss! Besonders katastrophal würde sich die Rückzahlung aller schon verkauften Eintrittskarten auswirken. Die Bundesregierung hat dieses Problem erkannt und wie bei Pauschalreisen eine Gutscheinelösung statt Erstattung eingeführt. Das führt aber in der Praxis nicht selten zu Diskussionen und frustrierten Kunden, was eigentlich kein Dienstleister haben möchte. Vor allem die Veranstalter sehen das Problem damit nicht gelöst, sondern



Horst und Dominik Schuster (von links) von der Konzertagentur Showtime hoffen zuversichtlich auf Lösungen für die Eventbranche.

Foto: Showtime

nur verlagert, und die Künstler befürchten, dass ihr Anteil nicht bis zu ihnen durchgereicht wird. Das ist beispielsweise der Fall, wenn sich der Kunde für eine andere Show als die ursprüngliche entscheidet.

Wie kann man die Kulturbranche unterstützen, damit Konzertfans & Co in Zukunft nicht auf unvergessliche Abende verzichten müssen?

Schuster: Wir alle aus der Kulturbranche appellieren ausdrücklich an „unsere“ Kartenkäufer, Ersatztermine wahrzunehmen oder die Karten an jemanden zu verschenken, aber bitte nicht zurückzugeben. Auf diese Weise trägt jeder dazu bei, dass in Deutschland auch in Zukunft gesungen, getanzt, gelacht und unterhalten werden kann. Hilfeleistung durch Unterlassung sozusagen.

Das Lied der Toten Hosen „Tage wie diese“ beschreibt extreme Vorfreude auf ein lang ersehntes Treffen. Die Energie aus dem Lied reißt einen förmlich mit, fühlst du trotz der Krise ein Kribbeln, wenn die Kulturszene wiederbelebt wird?

Schuster: Auf jeden Fall. Die Band „Unheilig“ hat sich vor ein paar Jahren von ihren Fans mit einem Lied verabschiedet, das die aktuelle Stimmung in der Livebranche gut einfängt: „... Lasst uns noch einmal eure Hände sehn und zusammen Abschied feiern ... Es ist Zeit zu geh’n, wir danken euch für all die Jahre ...“. Da blicke ich lieber mit Campinos Worten in die Zukunft: „... an Tagen wie diesen, wünsch ich mir Unendlichkeit!“

Interview: Claudia Sprenger

■ Info:

Die Agentur Showtime konnte bereits einen Großteil der Veranstaltungen auf neue Termine verlegen, bereits gekaufte Tickets behalten ihre Gültigkeit. Mehr Infos unter www.agentur-showtime.de.