



VERBAND SCHWEIZER MUSIKCLUBS UND FESTIVALS  
FEDERATION SUISSE DES CLUBS ET DES FESTIVALS DE MUSIQUES ACTUELLES



# BERICHT ZUR ERSTEN KONFERENZ FÜR AKTUELLE MUSIK

Die soziale, kulturelle und wirtschaftliche Bedeutung der Musikclubs und Festivals in der Schweiz

- 👉 175 nicht Gewinn orientierte Musikclubs und Festivals in **20 Kantonen** und **3 Sprachregionen**
- 👉 PETZI setzt sich ein für Live-Musik & Freiwilligenarbeit und fördert Weiterbildungen.
- 👉 PETZI stellt ein nicht-gewinnorientiertes Vorverkaufssystem zur Verfügung
  - 👉 ...all das seit **20 Jahren**.
- 👉 2014... wurden die Mitglieder von PETZI von **2266340 Besuchern** genutzt.
- 👉 Es wurden **4033 Angestellte** beschäftigt.
  - 👉 **17321 Freiwillige** haben sich auf den Plattformen engagiert.
  - 👉 **11314 Konzerte** wurden programmiert.
    - 👉 **21857 Künstler** wurden gebucht.
    - 👉
    - 👉

**Bravo und Dank an unsere Mitglieder  
für euren Einsatz für die Kultur!**



VERBAND SCHWEIZER MUSIKCLUBS UND FESTIVALS

FEDERATION SUISSE DES CLUBS ET DES FESTIVALS DE MUSIQUES ACTUELLES

# BERICHT ZUR ERSTEN KONFERENZ FÜR AKTUELLE MUSIK

Die soziale, kulturelle und  
wirtschaftliche Bedeutung  
der Musikclubs und Festivals  
in der Schweiz

# Inhaltsverzeichnis<sup>1</sup>

- 5 Einleitung
- 6 Wer ist PETZI?
- 9 Programm der Konferenz vom 25. Oktober 2016
- 10 Resümee der Expertenbeiträge

**Alexander Tschäppät**, Stadtpräsident Bern

**Stéphanie Arboit**, Journalistin

**Markus Gander**, Geschäftsleiter Infoklick.ch, Kinder- und Jugendförderung Schweiz

**Hedy Graber**, Leiterin Direktion Kultur und Soziales Migros-Genossenschafts-Bund

**Paul Broadhurst**, Senior Cultural Policy Officer for Music bei der Greater London Authority

**Gustav**, Musiker, und **Vincent Sager**, Direktor Opus One SA

**Nicolas Gyger**, Stv. Leiter Kulturabteilung Kanton Waadt

**Aldo Caviezel**, Mitglied Leitender Ausschuss der Konferenz der kantonalen Kulturbeauftragten

- 17 Zusammenfassung der Resultate des Workshops: Bedürfnisse von PETZI und seinen Mitgliedern sowie Empfehlungen
- 23 Fazit
- 25 Studie «Analyse PETZI-Statistik»
- 52 Organisation / Dank / Kontakt

<sup>1</sup> Im Interesse einer besseren Lesbarkeit wird nicht ausdrücklich in geschlechtsspezifische Personenbezeichnungen differenziert. Die gewählte männliche Form schliesst eine adäquate weibliche Form gleichberechtigt ein.

# Einleitung

Die Schweiz ist das Land mit der höchsten Dichte an Live-Musikclubs und -Festivals in Europa. Diese Plattformen der Populärmusikkultur gehören zu den dynamischsten und meistbesuchten der Schweizer Kulturlandschaft. Sie leisten einen wesentlichen und oft unterschätzten wirtschaftlichen, sozialen und kulturellen Beitrag und sind niederschwellig für eine breite Bevölkerungsschicht zugänglich.

PETZI, der Dachverband der Schweizer Non-Profit-Live-Musikclubs und -Festivals, organisierte aus Anlass des 20-Jahr-Jubiläums die erste Schweizer Konferenz für aktuelle Musik und lud Politik, Behörden, Partner und die Musikszene zum Austausch ein. Die Konferenz hat PETZI und seine Mitglieder in den Fokus gerückt und wichtige Bausteine für die Zukunft der Schweizer Club- und Festivalkultur gesetzt. Expertenvorträge, Inputs, exklusive Statistiken und ein Workshop gewährten einen Einblick in den Schweizer Konzertclub- und Festivalbereich und haben wichtige Diskussionen angestossen.

Das Jubiläum als Chance für einen Schritt in die Zukunft: Um diesen Weg konsequent zu gehen, soll der vorliegende Bericht die wichtigsten Inputs, Erkenntnisse und Ideen gebündelt zur Verfügung stellen – sowohl für die Musikszene als auch für Behörden und Politik. Ein Papier als Faktenbasis und Ideengeber für wichtige Diskussionen auf der kommunalen, kantonalen und nationalen Ebene – immer dann, wenn es um die Kulturlandschaft Schweiz geht.

# Wer ist PETZI?

PETZI ist der Dachverband der Schweizer Non-Profit-Musikclubs und -Festivals mit insgesamt 175 Mitgliedern in 20 Kantonen. Der Verband beheimatet Clubs und Festivals, die mit einem kulturellen und nicht gewinnorientierten Ziel hauptsächlich Konzerte zeitgenössischer Musik veranstalten. Die kulturellen Angebote dieser Plattformen werden von etwa 2.3 Millionen Besuchern und Besucherinnen jährlich besucht und aktiv genutzt.

Der nationale Verband PETZI vertritt die Interessen seiner Mitglieder und fungiert als Informations- und Austauschzentrale für die Mitglieder, die Partner und die Öffentlichkeit. Der Verein, koordiniert von zwei Geschäftsstellen in Zürich und Fribourg, wird vom Dienst für Jugendfragen des Bundesamtes für Sozialversicherungen (BSV) mit einem Leistungsvertrag unterstützt.

Ziele und Aktivitäten von PETZI sind:

- ☛ **Förderung der Zusammenarbeit** und des Informationsaustausches zwischen den Mitgliedern
- ☛ **Interessensvertretung** und Funktion als Verhandlungspartner gegenüber lokalen, kantonalen und nationalen Behörden und Organisationen
- ☛ **Unterstützung und Beratung** der Mitglieder in aktuellen Fragen sowie medialen und logistischen Belangen; Mediationen
- ☛ Kontinuierliches **Monitoring der Rechtssituation** und der veranstalterspezifischen Gesetze in der Schweiz, Teilnahme an Vernehmlassungen, Stellungnahmen
- ☛ Organisation von **Weiterbildungen** und Themenkonferenzen
- ☛ **Zusammenarbeit mit Organisationen der Musik- und Jugendkulturszene im In- und Ausland**

Ein typischer PETZI-Musikclub definiert sich folgendermassen: Es ist eine ortsgebundene Non-Profit-Organisation, die vorwiegend Eigenveranstaltungen anbietet, darunter regelmässig Konzerte von nationalen und internationalen Bands. Nebst dem hohen Wert der Live-Musik ist auch die Förderung von Integration und Partizipation sowie die Reinvestition eines allfälligen Gewinn-

nes in die Kultur ein wichtiges Thema. Die Besucherkapazität reicht von 50 bis 5000 Personen und der Hauptzweck sind die Konzerte (mind. 50 Prozent) und kulturellen Veranstaltungen. Ein PETZI-Club ist also keine Bar mit unregelmässigem Konzertangebot, kein Partyclub und keine Eventhalle.

Das typische PETZI-Festivalmitglied vertritt grundsätzlich die gleichen Werte wie die Clubs und veranstaltet in der Regel (jährlich) wiederkehrende, mehrtägige Anlässe, welche sich durch Ort und Gestaltung bzw. Programm vom alltäglich zu programmierenden Konzert abheben. Die Tageskapazität darf 5000 Personen nicht übersteigen.

# Programm der Konferenz vom 25. Oktober 2016

## **Begrüssung**

Alexander Tschäppät, Stadtpräsident Bern

## **Wer ist PETZI?**

Gil Vassaux, Nationaler Vorstand PETZI, Fribourg

Isabelle von Walterskirchen, Geschäftsleitung PETZI, Zürich

## **Die kulturelle, soziale und wirtschaftliche Bedeutung der Musikclubs und Festivals in Zahlen**

Stéphanie Arboit, Journalistin, Vevey

## **Sozial und integrativ!**

Markus Gander, Geschäftsleiter Infoklick.ch Kinder- und Jugendförderung Schweiz, Moosseedorf

## **Über die Förderung von Clubs, Festivals und Popmusik**

Hedy Graber, Leiterin Direktion Kultur und Soziales Migros-Genossenschafts-Bund, Zürich

## **Blick über die Grenzen: London's Grassroots Music Venues – Rescue Plan**

Paul Broadhurst, Senior Cultural Policy Officer for Music bei der Greater London Authority, London

## **Die Club- und Festivalbühne als Booster?**

Gustav, Musiker, Fribourg

Vincent Sager, Direktor Opus One SA, Nyon

## **Überblick und Austausch**

Die Referenten und Referentinnen des Vormittags stehen dem Publikum Rede und Antwort

## **Gemeinsam in die Zukunft – Ideen und Bedürfnisse der Anwesenden**

Gespräche in moderierten Kleingruppen

## **Präsentation der Resultate und Empfehlungen aus den Gruppen, Erfahrungsbericht aus dem Waadtland**

Nicolas Gyger, Stv. Leiter Kulturabteilung Kanton Waadt, Lausanne

## **Schlussworte und Verabschiedung**

Aldo Caviezel, Mitglied Leitender Ausschuss der Konferenz der kantonalen Kulturbeauftragten, Zug

Beat Junker, Präsident PETZI, Schaffhausen

# Resümee der Expertenbeiträge

**Alexander Tschäppät, Stadtpräsident Bern**, lobte PETZI dafür, dass der Verband sich und seinen Mitgliedern Gehör verschaffe. «Klare Worte finden, klare Positionen einnehmen und seine Anliegen an den richtigen Stellen anbringen; und sich natürlich untereinander und auch mit Vertretern aus Politik und Verwaltung vernetzen», das sei richtig und wichtig, sagte Tschäppät.

Die kulturelle Bedeutung der Plattformen sei nur die eine Seite. Was ihn fast noch mehr beeindruckte, sei die sehr wichtige gesellschaftliche Aufgabe, die von diesen Musikclubs, -veranstaltern und -festivals übernommen werde. «In diesen Organisationen können die Jungen so vieles lernen, ohne es überhaupt zu merken. Weil sie etwas tun, das ihnen wirklich am Herzen liegt, wofür sie sich tatsächlich interessieren. Sie lernen es einfach so nebenbei und tun dabei noch das Schönste, was man überhaupt tun kann: anderen Menschen mit einem guten Konzert oder einem tollen Festival eine Freude bereiten.»

**Stéphanie Arboit, Journalistin aus Vevey**, analysierte die Resultate der grossen Umfrage 2015 unter den 175 PETZI-Mitgliedern. Die Zahlen zeigen insbesondere auf, dass PETZI eine wichtige Rolle in der Gesellschaft wahrnimmt und kulturelle, soziale und wirtschaftliche Werte schafft, die sich längst mit denen etablierter und höher subventionierter Kultursparten messen können. Die PETZI-Veranstaltungsorte bieten in **fast allen Regionen der Schweiz ein breites kulturelles Spektrum mit einer guten Auslastung an.**

Augenfällig ist auch, dass die oft mit freiwilligem Einsatz und viel Herzblut geführten PETZI-Veranstaltungsorte in Sachen finanzielle Unterstützung im europaweiten Vergleich schlecht abschneiden: **Die Non-Profit-Clubs und -Festivals werden hierzulande mit 29 Prozent subventioniert, gegenüber 41 Prozent in Europa.** Insgesamt zeigt die finanzielle Situation der PETZI-Mitglieder, dass die **Produktionskosten nicht von den Einnahmen durch Ticketverkäufe gedeckt werden.** Dies trotz des hohen Einsatzes von **17'400 ehrenamtlichen Mitarbeitern.** Zusammen mit den Angestellten und den Auszubildenden ergibt das total 21'500 Mitarbeiter. **Der tiefe durchschnittliche Eintrittspreis von CHF 18.30** ermöglicht zusammen mit den vielen kostenlosen Veranstaltungen ein **niederschwelliges Angebot im Bereich der**

**Live-Musik-Veranstaltungen in der Schweiz.** Dieses ist insbesondere für das Heranführen junger Menschen an die Musik- und Live-Musik-Kultur enorm wichtig. Zusammen mit den Ausbildungsplätzen und den ehrenamtlichen Einsatzmöglichkeiten sind die Veranstaltungsorte als **Bildungsstätten für junge Menschen in der Schweiz** nicht wegzudenken.

Kulturell nicht zu unterschätzen ist auch die Tatsache, dass an den Veranstaltungen der PETZI-Mitglieder **56 Prozent Schweizer Künstler** gebucht werden. Stéphanie Arboit meinte: **«Ohne die Plattform der kleineren und mittleren Veranstalter hätte die Schweizer Musikszene keine Chance zu existieren.»**

Die lokale Musikszene ist auch für die nationale Musikindustrie wichtig. Damit leisten die PETZI-Mitglieder nicht nur einen wichtigen Beitrag an Kultur, Jugendpartizipation, Integration und Bildung, sondern auch an die Wirtschaft. Der ökonomische Effekt zeigt sich ebenfalls in der eindrücklichen Zahl von **rund 100 Millionen Franken, welche von den Clubs und Festivals direkt in die Schweizer Wirtschaft fließen.**

→ Umfassende Informationen zu der Statistik und Stéphanie Arboits Studie finden Sie in Kapitel 7.

**Markus Gander, Geschäftsleiter Infoklick.ch Kinder- und Jugendförderung Schweiz,** erklärte das Ziel einer ressourcenorientierten Kinder- und Jugendförderung: Es gehe darum, die möglichen Schwächen zu verstehen und die Stärken nachhaltig zu fördern, also die Lösungskompetenz und das vorhandene Potenzial ins Zentrum zu stellen. Die Gesundheitsbehörden seien sich einig: Partizipation im Jugendalter lässt junge Menschen gesund aufwachsen. **Menschen, die früh lernen, dass sie unabhängig von ihrer Herkunft und ihrem Bildungshintergrund etwas bewirken können und ernst genommen werden, verfügen grundsätzlich über bessere Bewältigungsstrategien in Krisen.** Gander betonte, der **PETZI-Musikclub sei ein perfektes Umfeld für Partizipation.** Junge Menschen, die kleine Projekte realisieren, ihre eigenen Stärken und Möglichkeiten positiv erfahren, werden auch als Erwachsene vor grösseren Vorhaben nicht zurückschrecken und der Gesellschaft und Wirtschaft wertvolle Dienste erweisen. Markus Gander untermauerte seine Aussage mit verschiedenen Beispielen junger Menschen, die Teil der Club-

<sup>2</sup> Den London's Grassroots Music Venues Rescue Plan können Sie hier herunterladen: <http://bit.ly/2gk8ckz>

oder Festivalkultur wurden, sich durch diese Begeisterung und das Übernehmen von Verantwortung entwickeln konnten und heute wichtige gesellschaftliche, politische oder unternehmerische Persönlichkeiten sind.

**Hedy Graber, Leiterin Direktion Kultur und Soziales Migros-Genossenschafts-Bund**, berichtete von der Relevanz und Notwendigkeit der privaten Popkulturförderung. Migros-Kulturprozent ist einer der namhaftesten nationalen privaten Förderer in den Bereichen Kultur, Gesellschaft, Bildung, Freizeit und Wirtschaft und **fördert die Popmusik seit mehr als 20 Jahren**. «Dabei haben wir von Anfang an auf Live-Musik gesetzt. Unser Popmusikfestival m4music **setzt auf den Club als Veranstaltungsort, weil er unseren Fördergedanken am besten transportieren kann**», sagte Hedy Graber. Das wichtigste Ziel: die zunehmende Professionalisierung der Schweizer Popmusikszene mit Projekten und Förderbeiträgen zu unterstützen.

Die Popmusik sei in der Mitte der Gesellschaft angekommen und sie freue sich über den Erfolg der Popmusik und insbesondere den Erfolg der Clubkultur, stellte Hedy Graber fest. Diese Kultur sei vielfältig und lebendig, sie stehe aber auch vor neuen Herausforderungen. **So seien Clubs eher ein urbanes Phänomen und damit auch Teil eines immer stärker umkämpften Lebensraums**. Stichworte seien wachsende Regulation, Lärmvorschriften, Kontroversen um Raucherzonen, Gewalt und Drogen. **«Es braucht die Möglichkeit, sich auszutauschen, und eine Lobby**, die sich für die Interessen der Clubs und Festivals starkmacht», sagte Hedy Graber und gratulierte PETZI dazu, dass der Dachverband diese Interessen seit 20 Jahren verfolgt.

**Paul Broadhurst, Senior Cultural Policy Officer for Music bei der Greater London Authority**, betonte, dass man zur Club- und Festivalkultur Sorge tragen und insbesondere auch **(Selbst-)Vertrauen schaffen** müsse. Seit 2008 wurden in London 40 Prozent der Musikclubs geschlossen – landesweit gar 50 Prozent. **«Um das Blatt zu wenden, investiert der Londoner Bürgermeister viel in die Information über Clubkultur, in das Schaffen von Planungssicherheit und in die Vermittlung gegenüber anderen Interessengruppen**», berichtete Paul Broadhurst. Dazu wurde eine «Music Venues Taskforce» eingesetzt und der «London's Grassroots Music Venues Rescue Plan»<sup>2</sup> erarbeitet – ein Bericht mit Empfehlungen für den Bürgermeister, die lokalen Behörden, die Regierung, die Stadtentwickler, die Polizei, die Erteiler von Bewilligungen, die Wirtschaft, den Tourismus sowie die Musikszene und -industrie. Am Beispiel eines der grössten und berühmtesten Londoner Clubs, des

Ministry of Sound, und dessen jahrelangem Kampf ging Paul Broadhurst auf das grosse [Problem der Gentrifizierung und Planungsunsicherheit in den Städten](#) ein: Wohnraum und Clubkultur kommen sich immer näher, und damit erhalten Information und Vermittlung eine Schlüsselrolle.

In London versucht man mit einem neuen 6-Punkte-Plan die [Planungssicherheit und das Selbstbewusstsein der Musikclubs](#) langfristig gezielt zu stärken und auch einen Rahmen für die notwendige Risikobereitschaft zu schaffen:

**1. Planung:** Bürgermeister und Behörden sorgen dafür, dass die Musikclubs bei künftigen Stadtplanänderungen explizit erwähnt und mitbedacht werden. Im Falle einer Umgestaltung/Neubebauung der bestehenden Umgebung eines Clubs gilt das wichtige [«Agent of Change»-Prinzip](#): Der Veränderungsverursacher, sprich der Bauherr, ist für alle notwendigen Massnahmen (wie z. B. Lärmschutz) verantwortlich.

**2. (Stadt-)Entwicklung:** London will wieder die Musikhauptstadt der Welt werden und daher die Entwicklung von speziellen Musikzonen und die [Entstehung neuer Clubs](#) fördern.

**3. Steuern:** Ein Ziel ist es, den Musikclubs Steuern zu erlassen oder zumindest Steuervergünstigungen zu gewähren.

**4. Bewilligungen/Rahmenbedingungen:** Überregulation, behördlicher Aufwand und Hürden sollen abgebaut und durch [vereinfachte Bewilligungssysteme](#), generelle Rücksichtnahme sowie den Aufbau regelmässiger und guter Beziehungen zwischen Behörden und Clubs ersetzt werden.

**5. «Ökosystem Musik» fördern:** Ein eigener Ausschuss, der [Music Development Board](#), soll die Umsetzung all dieser Massnahmen begleiten und überprüfen sowie konkrete, messbare Zielgrössen setzen. Zudem wird neu die Position eines [Night Czar](#)<sup>3</sup> geschaffen.

**6. Musik promoten:** Tourismus, Musikindustrie und Regierung sollen in eine [Kampagne zur Promo der Musikclubs](#) investieren.

<sup>3</sup> Infos zu Amy Lamé, die als erste Night Czar Londons amtiert:  
<https://www.london.gov.uk/people/mayoral/amy-lame>

Zusätzlich zum Rescue Plan wurde ein [Leitfaden «A bis Z zu Planung und Kultur»](#) für lokale Behörden, Stadtentwickler und Kulturorte erstellt. Dieser soll für die prokulturelle Stadtplanung sensibilisieren und enthält Fallbeispiele sowie Schlüsselprinzipien zur Integration von Kultur in die Entwicklung und Neugestaltung von Arealen und Stadtgebieten.

**Gustav, Musiker, und Vincent Sager, Direktor Opus One SA**, sprachen mit der Moderatorin Rahel Walser über die Relevanz der Musikclubs und Festivals für die Musiker und die Industrie. «Ohne Clubs wäre meine Musik nie sichtbar geworden und gewachsen», stellte Gustav fest. Insbesondere die kleinen Bühnen seien ein notwendiger künstlerischer Freiraum für das Ausprobieren und auch das Scheitern. [«Ohne Auftrittsmöglichkeit keine Musik.»](#)

So sah das auch Vincent Sager, der zudem die Niederschwelligkeit der Musikclubs hervorhob: «Sie ermöglichen den [Zugang zur Popmusik für Musiker und auch fürs Publikum](#)». Somit seien die kleinen und mittleren [Veranstaltungsorte wichtige Werbeträger](#) für die gesamte Kette der Musikindustrie – nicht nur für grosse In- und Outdoorveranstalter, sondern eben auch für die Plattenindustrie.

**Nicolas Gyger, Stv. Leiter Kulturabteilung Kanton Waadt und Vizepräsident der Fondation Romande pour la Chanson et les Musiques Actuelles (FCMA)**, berichtete über die positive Entwicklung der Zusammenarbeit zwischen der Musikszene, namentlich PETZI, und seiner Behörde. [Regelmässige Treffen wurden organisiert und führten zu einem guten Austausch sowie zur Klärung von Bedürfnissen. Daraus gingen auch konkrete Projekte mit positiven Effekten für beide Seiten hervor.](#) So finanzierte beispielsweise die Kulturabteilung eine von PETZI begleitete Studie, die eine Erhöhung und bessere Ausdefinierung der Fördermittel für die Waadtländer Clubs ermöglichte. Aus dem regelmässigen Austausch entstand auch der beiderseitige Wunsch nach mehr Professionalisierung für die Mitarbeiter von Clubs und Festivals. Gemeinsam mit der FCMA wurde ein CAS-Lehrgang für das Management von aktueller Musik auf die Beine gestellt – ebenfalls ein grosser Erfolg dank Zusammenarbeit.

Nicolas Gyger stellte fest, dass der Wunsch nach mehr Zusammenarbeit in den letzten Jahren nicht nur in der Musikszene aufgekommen sei, sondern

auch zwischen den Kantonen in der Romandie. Die Bündelung von Interessen, Kompetenzen und Ressourcen sowohl in der Musikszene, u.a. durch PETZI, wie auch in den Behörden helfe allen und müsse noch stärker gefördert werden.

**Aldo Caviezel, Mitglied Leitender Ausschuss der Konferenz der kantonalen Kultur-beauftragten**, betonte, dass das Schweizer Musikschaffen ohne die Schweizer Non-Profit-Musikclubs und Festivals keine Chance habe, seine Kunst zu etablieren. Er zitierte die Taschenstatistik 2016 des Bundes, welche zeigt, dass immerhin 70 Prozent der Bevölkerung Konzert- und Musikanlässe besuchen. «Leider», so Caviezel weiter, «zeigt sich, dass das Publikum wenig Überraschungen mag, was die Programmierung besonders von Nachwuchskünstlern und unbekanntem Formationen erschwert. Die Mitglieder von PETZI nehmen hier ihre Verantwortung wahr, einheimischem und lokalem Musikschaffen eine lebenswichtige Plattform zu bieten. Dies ist ein wichtiger Beitrag zur Förderung des Schweizer Musikschaffens.» Hier sei auch der optimale Ansatzpunkt für eine Zusammenarbeit zwischen der öffentlichen Hand und den Kulturvermittelnden zu verorten; die finanzielle Absicherung der Auftritte von Nachwuchsbands sei eine pragmatische Art, eine verlässliche Basis für Künstler und Veranstalter herzustellen.

Aldo Caviezel führte aus, dass in den letzten Jahrzehnten viele Förderformate und Wettbewerbe geschaffen wurden, um dem Nachwuchs Plattformen zurückzugeben, die er aufgrund des veränderten Publikumsverhaltens verloren hatte. Die nachhaltige Aufgabe dieser Formate sei es, Kollaborationen mit und Angebote für die direkten Abnehmer zu schaffen, und eine wichtige Gruppe dieser Abnehmer seien eben die Festivals und Musikclubs. Caviezel betonte: «Darum liegt viel Potenzial in der koordinativen und inhaltlichen Kooperation zwischen Nachwuchsförderung (z. B. öffentliche Hand) und den Vermittlungsinstitutionen, sprich Festivals und Musikclubs. ..»

Caviezels **wichtigste Empfehlungen an PETZI und seine Mitglieder:**

- ☛ Kollaborationen mit der öffentlichen und privaten Förderung: engere An- und Einbindung an Wettbewerb- und Förderformate
- ☛ Stärken der eigenen Netzwerke und Kollaborationen untereinander (Schaffung von neuen Auftrittsformaten im Verbund)
- ☛ Pflegen des regelmässigen Dialogs mit der öffentlichen Hand auf allen Stufen: die Mitglieder mit den Gemeinden, Städten und

Kantonen; die Dachorganisation PETZI mit den Kantonen und dem Bund; Ansprechpersonen bzw. Verbündete auf allen Ebenen sollen als Botschafter gewonnen werden

- ☛ Führen regelmässiger nationaler Konferenzen wie dieser, unter Einbezug aller politischen Ebenen

Caviezels **wichtigste Empfehlungen an die öffentliche Hand:**

- ☛ Erkennen und Stärken der wichtigen gesellschaftlichen, integrativen und kulturellen Funktion der Vermittlung von aktueller Musik durch PETZI
- ☛ Vertrauen in die Arbeit von PETZI und seinen Mitgliedern
- ☛ Aufrechterhalten des Dialogs mit den Clubs, Plattformen, Förderformaten und Festivals und Übernahme koordinativer Funktionen
- ☛ Verweisen auf die wichtige gesellschaftliche und kulturelle Funktion der Idee PETZI in der nächsten Vernehmlassung zur Kulturbotschaft 2021–2025 – Integration der Clubs und Festivals als Kulturvermittler

Aldo Caviezel schloss mit seinem Fazit: «Eine intelligente Zusammenarbeit zwischen Förderer, Künstler und Vermittler ist unabdingbar und das einzige Rezept, dem Geförderten Gehör und eine Entwicklung zu verschaffen, die auf Nachhaltigkeit und nicht auf Eintagsfliegen, auf Qualität und nicht auf Quantität zielt.»

# Zusammenfassung der Resultate des Workshops: Bedürfnisse von PETZI und seinen Mitgliedern sowie Empfehlungen

Dieser Workshop brachte PETZI, seine Mitglieder, Vertreter der Musikbranche sowie Vertreter kommunaler, kantonaler und nationaler Behörden und Politiker zusammen. Gemeinsam wurden Probleme der PETZI-Mitglieder benannt und Empfehlungen für eine künftige Zusammenarbeit definiert, um diese Probleme zu lösen und den kulturellen, sozialen und ökonomischen Einfluss der PETZI-Mitglieder weiterzuentwickeln.

Die Resultate werden nachfolgend in dieser Form vorgestellt:

Problem

☛ Empfehlung

→ Verantwortliche

## 1. Beziehungen zu den Behörden

### 1.1. Rechtlicher Rahmen – Einbezug von PETZI und seinen Mitgliedern

Die Entwicklung der Rechtsvorschriften und der kommunalen, kantonalen und nationalen Regelungen zu wichtigen Themen wie Sicherheit, Lärm, Steuern usw. sind oft nicht auf die Realität der PETZI-Mitglieder zugeschnitten. Ihre Realität unterscheidet sich stark von Örtlichkeiten mit kommerzieller Zielsetzung, wie etwa Dancings, Diskotheken oder Bars.

☛ Die PETZI-Mitglieder sowie PETZI als Dachorganisation sollten als Experten in ihrem Tätigkeitsbereich systematisch von den Gemeinden, den Kantonen und dem Bund als Berater einbezogen werden, um geeignete rechtliche Rahmenbedingungen zu setzen. Dies insbesondere, wenn es um neue Gesetze mit direktem Einfluss auf die Arbeit von Clubs/Festivals geht.

→ Betrifft Bund, Kantone, Gemeinden, Partner aus der Musikbranche, PETZI, PETZI-Mitglieder

## 1.2. Effizienz und Transparenz bei den administrativen Abläufen

Die PETZI-Mitglieder stehen in ihrer täglichen Arbeit einer umfangreichen Verwaltungsarbeit, häufigen Änderungen von Gesetzen und komplexen Rechtsvorschriften gegenüber. Es ist daher nicht einfach, sich auf den neuesten Stand zu bringen, alle Risiken bei den administrativen Abläufen zu kennen und die richtigen Ansprechpartner für die jeweiligen Anfragen und Bedürfnisse zu finden. Manchmal müssen mehrere Stellen oder Zuständigkeitsebenen konsultiert werden, um eine bestimmte Information zu erhalten. Dieser Aufwand geht zu Lasten der Kultur (weniger Zeit für Kreativität) und der Finanzen (Erhöhung der Kosten für die Verwaltung).

- Reduzierung des administrativen Aufwands und besserer Zugang zu Informationen seitens der Verwaltung (z. B. aktive Kommunikation hinsichtlich der neuesten Rechtsvorschriften). Vereinfachung und Möglichkeit der Transversalität zwischen den Abteilungen (z. B. Genehmigungsantrag für ein Festival bei einer einzigen Stelle – Abteilung der Polizei, Kulturabteilung).

→ Betrifft Bund, Kantone, Gemeinden

## 1.3. Für eine Politik des konstruktiven Austauschs in Belangen des Nachtlebens

Ein grosser Teil der Aktivitäten der PETZI-Mitglieder spielt sich nachts ab. Das führt insbesondere zu Herausforderungen und Fragestellungen im Miteinander mit der Nachbarschaft sowie bei Prävention und Sicherheit.

- Wir ermutigen die politischen Stellen, Räume des Dialogs und der Mediation zu schaffen, um eventuelle Konflikte bei der Nutzung auf konstruktive Weise zu lösen, indem beispielsweise ein «Nacht-Rat» oder ein «Ammann der Nacht» (z. B. Zürcher NachtStadtrat) als Berater oder Ansprechperson eingesetzt wird.

→ Betrifft Kantone, Gemeinden, Nacht-Rat

## 2. Ehrenamtlichkeit, Zivildienst, kulturelle Bildung und Mediation – Anerkennung und Unterstützung

### 2.1. Ehrenamt, Bildung und Professionalisierung in den PETZI-Locations

Die PETZI-Mitglieder schaffen Arbeitsplätze und sind zugleich wichtige Akteure für den sozialen Zusammenhalt und die Bildung. Sie bieten Arbeitsstellen für ausgebildete Arbeitnehmer sowie eine geeignete Umgebung für ehrenamtliche Mitarbeiter oder Praktikanten. Diese erwerben Kompetenzen, erlernen einen Beruf und nehmen an der Planung und Umsetzung kultureller Aktivitäten teil (Partizipation). Parallel hierzu bieten die PETZI-Mitglieder ihren Mitarbeitern und ihrem Publikum die Möglichkeit, bei kulturellen und künstlerischen Projekten andere Leute zu treffen und sich mit ihnen zusammenzuschliessen (Integration).

Mit dem Ziel, die Fähigkeiten anzuerkennen und zu bestätigen, die in den Mitgliedseinrichtungen erworben wurden, hat PETZI 2011 ein Zertifikat zum Ausweisen von ehrenamtlichem Engagement erarbeitet (analog Sozialzeitausweis).

- ☛ Wir schlagen den Kantonen vor,
  - a) sich ebenfalls für die Anerkennung des Ehrenamts einzusetzen, indem sie dieses Zertifikat in die Reihe der offiziellen Zertifikate aufnehmen, damit es einen echten Mehrwert für den Lebenslauf darstellt.
  - b) die Ausbildung der Arbeitnehmer und ehrenamtlichen Mitarbeiter der PETZI-Clubs und -Festivals zu fördern, indem sie die Ausbildung unterstützen (z.B. durch Ausbildungs-Schecks), mit dem Ziel, die Einrichtungen zu professionalisieren.
  - c) die von PETZI bescheinigten Ausbildungen anzuerkennen (wie etwa die gemeinsam mit der FCMA in der französischsprachigen Schweiz organisierten Ausbildungen).

→ Betrifft Bund, Kantone, Gemeinden

### 2.3. Akteure der kulturellen Vermittlung

Durch ihre Politik der erschwinglichen Preise, ihre Programmgestaltung, ihr

Konzept der kulturellen Teilhabe (Involvierung der Ehrenamtlichen) sowie konkrete Aktionen der Vermittlung (z. B. Tag der offenen Club-Tür) sind die PETZI-Locations Akteure der Politik und der kulturellen Teilhabe.

- ☛ Die Kulturpolitik sollte die PETZI-Mitglieder als Orte der Vermittlung betrachten und sie in diesem Sinne fördern.

→ Betrifft Kantone, Gemeinden, PETZI-Locations

## **2.3. Zivildienst**

Die kulturellen Einrichtungen (in jedweder rechtlichen Form) sind nicht als Einsatzbetrieb für Zivildienstleistende anerkannt.

- ☛ Die PETZI-Locations sollen als Betriebe, die gesellschaftlichen Mehrwert schaffen, und als Einsatzbetriebe für Zivildienstleistende anerkannt werden.

→ Betrifft Bund, Kantone, Gemeinden, PETZI-Mitglieder

## **3. Unterstützung der lokalen und regionalen Szene bei Planung, Produktion und Verbreitung**

### **3.1. Unterstützung der lokalen und regionalen Künstler bei Planung, Produktion und Verbreitung**

Die PETZI-Mitglieder sind Plattformen für das Entstehen und die Förderung einer lokalen und regionalen kulturellen Szene. Sie stellen regelmässig Künstlern Übungs- und Proberäume zur Verfügung und fördern damit die Entstehung neuer Werke. Die PETZI-Mitglieder und ihr Kommunikationsnetz sind ausserdem ein wichtiges Sprungbrett für die Entwicklung der Musiker. Diese Arbeit als Förderer und Vermittler von lokalem Kunstschaffen lässt sich jedoch nicht ohne finanzielle Risiken durchführen.

- ☛ Die Kulturpolitik soll die Arbeit der PETZI-Clubs und -Festivals zur Förderung der lokalen und regionalen Musikszene anerkennen.

→ Betrifft Bund, Kantone, Regionen, Gemeinden, Partner aus der Musikbranche, PETZI, PETZI-Mitglieder

### **3.2. Vernetzung, Austausch und Mobilität zwischen den verschiedenen Sprachregionen**

Trotz sprachlicher, kultureller und politischer Unterschiede innerhalb der Schweiz hat PETZI erfolgreich viele Mitglieder aus verschiedenen Regionen zusammengebracht. Ausserdem tragen die PETZI-Mitglieder zum gesellschaftlichen Zusammenhalt und Austausch zwischen den Regionen bei, indem Künstler ins Programm aufgenommen werden, die aus unterschiedlichen Sprachregionen kommen.

- ☛ Die öffentliche Hand muss die vernetzten Auftrittsmöglichkeiten der Künstler bei verschiedenen PETZI-Mitgliedern fördern sowie die Koordination und Kräftebündelung durch PETZI unterstützen.

→ Betrifft Bund, Kantone, Gemeinden, Partner der Musikbranche, PETZI, PETZI-Mitglieder

## **4. Einbezug von PETZI und seinen Mitgliedern in die Ausgestaltung der öffentlichen Politik**

### **4.1. Unterstützung bei der Programmgestaltung und dem Betrieb der PETZI-Mitglieder**

Die PETZI-Mitglieder müssen oft einer komplexen Logik der Unterstützung einzelner Projekte folgen oder sind auf punktuelle Unterstützung angewiesen. Ihre Programmgestaltung und ihr Betrieb müssen aber in einer Form unterstützt werden, die ihre kontinuierliche Arbeit gewährleistet.

- ☛ Die finanzielle Unterstützung der PETZI-Mitglieder muss erhöht und auf verschiedenen Ebenen durchgeführt werden: kommunal, regional (Agglomeration) und kantonale. Was diese letzte Ebene betrifft, stellen die von PETZI und dem Kanton Waadt bereitgestellten Grundlagen für die aktuelle Musik einen guten Arbeitsansatz dar. Ausserdem sollten die PETZI-Mitglieder bei anderen Stellen bzw. departementsübergreifend Unterstützung erhalten: bei der Jugendarbeit, der Wirtschaftsförderung, der Tourismusförderung, sowie der Förderung der Beschäftigung und der Bildung.

→ Betrifft Kantone, Gemeinden, Regionen, Grundeigentümer

## 4.2. Weitere Formen der Förderung

Die Mieten der Örtlichkeiten, insbesondere in den Städten, steigen unaufhörlich. Die Kosten für die (Kunst-)Produktion und die erforderlichen Sicherheitsmassnahmen sind in den letzten zehn Jahren ähnlich in die Höhe geschossen.

- ☛ Die Behörden können die Einrichtungen auch auf andere Weise als direkt finanziell unterstützen: durch die Zurverfügungstellung von Räumen oder Kostenfreiheit (z. B. für Miete, Infrastruktur, Material). Ebenso könnten Kulturproduzenten gefördert werden, indem die Behörden gegenüber privaten Eigentümern die Wertigkeit und Sicherheit einer Zusammenarbeit garantieren oder eine Mediatorenrolle bei Geschäften zwischen privaten Eigentümern und Musikplattformen übernehmen.

→ Betrifft Kantone, Gemeinden, Regionen

## 4.3. Integration der PETZI-Mitglieder in den Planungsprozess

Die PETZI-Mitglieder bewegen sich auf einem immer enger werdenden Gebiet, bei immer grösserem Druck, was freien, verfügbaren Platz betrifft – vor allem in den städtischen Zentren. Um einerseits musikalische Aktivitäten in den städtischen Zentren auch zukünftig zu garantieren und andererseits die Entstehung neuer Orte zu ermöglichen, schlagen wir folgende Punkte vor:

- ☛ Förderung der Integration der Mitglieder in den Flächennutzungsplan und/oder den Neuzuteilungsprozess in den Quartieren, in denen sie ihre Projekte entwickeln.
- ☛ Schaffung und/oder Beibehaltung von Zonen, in denen weniger bzw. keine Lärmsensibilität herrscht, oder von gemischten Nutzungszonen (Kultur- und Gewerbezone).
- ☛ Betrachtung der Musikclubs und Festivals als strukturgebend im Rahmen politischer und rechtlicher Aktionen – beispielsweise, indem die Existenz eines Musiklokals in den Mietkalkulationen und Kaufverträgen der Eigentümer des Quartiers berücksichtigt wird.

→ Betrifft Kantone, Regionen, Gemeinden, Grundeigentümer

# Fazit

Die erste Konferenz für aktuelle Musik war mit 160 Partizipierenden ein voller Erfolg. Die anwesenden Behördenvertreter, Politiker und Partner sowie Interessierten schätzten die fundierten Einblicke in verschiedene Aspekte des Schaffens von PETZI und seinen Clubs und Festivals. Begegnungen und ein lebendiger Austausch jenseits von Funktionsstufen wurden ermöglicht, und alle Teilnehmer, auch die PETZI-Clubs und -Festivals sowie der Verein PETZI selbst, nahmen konkrete Handlungsaufträge und Ideen mit nach Hause. Zusammenfassend kann aus den Fachbeiträgen und den Resultaten der Konferenz folgendes Fazit gezogen werden:

**Sozial:** Für die Gesellschaft sind die in fast allen Regionen der Schweiz beheimateten PETZI-Clubs und Festivals als Ausbildungsstätten, als niederschwellig zugängliche Kulturorte und als ehrenamtliche Betätigungsfelder nicht mehr wegzudenken. Sie sind notwendige Plattformen des sozialen Zusammenhalts und tragen somit einen wichtigen Teil zum Kitt der Gesellschaft bei.

**Kulturell:** Die PETZI-Mitglieder bieten dem lokalen und einheimischen Musikschaffen eine lebenswichtige Plattform, um Schweizer Musik sichtbar zu machen, sowie ein (Übungs-)Feld und eine öffentliche Bühne für Kreation und Innovation.

**Wirtschaftlich:** Aus den PETZI-Clubs und -Festivals fliessen nicht nur grosse Summen an Investitionen direkt in die Schweizer Wirtschaft, sie sind auch wichtige Werbeträger und überhaupt ein Nährboden für die nationale Musikindustrie (namentlich Plattenfirmen und Grossveranstalter).

Aus all diesen Gründen ist es an der Zeit, mehr (Selbst-)Vertrauen zu schaffen! Dafür braucht es Netzwerke wie PETZI, die ihre Clubs und Festivals konkret unterstützen und Vertrauen fördern. Dieses Vertrauen muss auch in der Zusammenarbeit mit Behörden und Politik geschaffen werden und in Form von Planungssicherheit und wichtigen Rahmenbedingungen (Gesetze, Steuern, Abgaben, Vermittlung etc.) in naher Zukunft in die Clubs und Festivals zurückfliessen. Wenn 70 Prozent der Bevölkerung Konzert- und Musikanlässe besuchen (Taschenstatistik des Bundes) und die Musikclubs und Festivals als wichtigste Plattformen für den Nachwuchs und das Schweizer Musikschaffen gelten, dann müssen die Musikveranstalter dieses Landes bei Politik, Behörden und in der Gesellschaft zwingend mehr Anerkennung und Unterstützung als Kulturvermittler und -produzenten finden.

# Studie «Analyse PETZI-Statistik»

- 26** Einführung
- 27** Methodik
- 27** Musikclubs und Festivals (PETZI-Mitglieder)  
Anzahl Mitglieder  
Art der Institutionen  
Geografische Verteilung  
Dichte (auf 100'000 Einwohner) im europäischen Vergleich
- 28** Besucher  
Auslastung  
Anzahl Besucher (absolut und im Verhältnis zur Schweizer Bevölkerung)  
Anzahl Besucher im Vergleich zu anderen Kulturbereichen der Schweiz  
– Museen – Theater –Tanz  
Anzahl Besucher im europäischen Vergleich  
Bedeutung der aktuellen Musik im Schweizer Kulturverhalten  
– Konzerte – Privater Musikkonsum  
Besucherzahl von PETZI-Mitgliedern im Vergleich zur Besucherzahl von SMPA-Mitgliedern
- 32** Kulturelles Angebot  
Anzahl Veranstaltungen  
Gratisveranstaltungen/Gratiseintritte  
Durchschnittlicher Ticketpreis im Vergleich zu anderen Schweizer Kulturbereichen  
Herkunft der Künstler nach Art der Institution
- 35** Finanzen (finanzielle Mittel)  
Subventionen für Schweizer Künstler  
Subventionen für PETZI-Mitglieder im Verhältnis zur gesamten Kulturförderung  
Subventionen nach Art der Institution (relative und absolute Summen)  
Verteilung der Einnahmen in % im europäischen Vergleich  
Gesamtausgaben  
Künstlerkosten im Verhältnis zu den Gesamtausgaben  
Künstlerkosten und Ticketverkäufe  
Publikumskosten für Veranstalter und Behörden
- 38** Bezahlte und ehrenamtliche Mitarbeiter (personelle Ressourcen)
- 39** Fazit

## Einführung

«In unserer zunehmend komplexen Welt werden Informationen und Statistiken immer wichtiger – für die Orientierung, für Entscheidungsprozesse, für den planenden Blick in die Zukunft. [...] Sie liefern Grundlagen für die politische Diskussion und verdeutlichen die gesellschaftliche und wirtschaftliche Bedeutung der Kultur.»

Diese Zeilen stammen aus der Einführung in die Taschenstatistik Kultur in der Schweiz, ausgearbeitet vom Bundesamt für Kultur (BAK) in Zusammenarbeit mit dem Bundesamt für Statistik (BAS).

→ Mit dieser Studie will der Verein PETZI ebenfalls einige Zahlen hervorheben, die den bis anhin unterschätzten gesellschaftlichen Einfluss der PETZI-Mitglieder unterstreichen: ihren Beitrag auf kultureller, sozialer und wirtschaftlicher Ebene.

Die Studie stützt sich auf die ersten Daten zu Musikclubs und Festivals in der Schweiz, die vom Verein PETZI bei seinen Mitgliedern auf nationaler Ebene erhoben wurden. Die Zahlen stammen aus dem Jahr 2014.

Die für die Analyse verwendeten Daten basieren auf der von Live DMA initiierten europäischen Studie. Die

Dachorganisation Live DMA umfasst alle europäischen Verbände, welche die Interessen von Live-Musikclubs wahrnehmen. PETZI ist ebenfalls Mitglied. Hier wurden also Typologien/Kenngrößen verwendet, die in Europa bereits in Kraft sind, insbesondere im Zusammenhang mit der Grösse der Clubs.

Nebst den Zahlen von Live DMA stützen sich die Vergleiche im Wesentlichen auf Daten, die vom Bundesamt für Kultur und vom Bundesamt für Statistik veröffentlicht wurden, sowie auf Angaben der Swiss Music Promoters Association (SMPA). Dieser Branchenverband nimmt die Interessen von grossen, gewinnorientierten Konzert- und Festivalveranstaltern wahr, im Gegensatz zu PETZI, dessen Mitglieder in erster Linie ideelle Ziele verfolgen.

Diese Studie stützt sich einzig auf die Statistik und begnügt sich damit, ein Bild der Schweizer Club- und Festivallandschaft zu zeichnen, deren Akteure Mitglieder von PETZI sind. Hier gilt, genauso wie für die Taschenstatistik Kultur 2016 des Bundesamts für Kultur: «Aus zwei unterschiedlichen Zahlen oder Balken kann nicht direkt gefolgert werden, dass der Unterschied statistisch signifikant ist. Für eine bessere Lesbarkeit wurden die Vertrauensintervalle nicht dargestellt.»<sup>1</sup>

## Methodik

Der Verein PETZI befragte seine 175 Mitglieder und die Mehrheit, resp. 75 %, nahm nach bestem Wissen und Gewissen an der Umfrage teil. Damit die Analyse für den Verein PETZI in seiner Gesamtheit repräsentativ ist, wurden die Angaben der 25 % Mitglieder, die nicht geantwortet hatten, geschätzt, indem eine lineare Regression der erhobenen Daten erstellt wurde (mit der Kapazität als Variable). Die Einschätzung berücksichtigt die Disparitäten zwischen den PETZI-Mitgliedern auf der Grundlage ihrer «Grösse» und stellt somit eine angemessene Auswertung der Gesamtheit der PETZI-Mitglieder dar. Die Daten wurden von PETZI erhoben und von der Journalistin Stéphanie Arboit<sup>2</sup> analysiert.

## Musikclubs und Festivals (PETZI-Mitglieder)

Anzahl Mitglieder:  
175 Mitglieder: 106 Clubs (blau)  
und 69 Festivals (grün)  
→ [Grafik Seite 43](#)

→ Die Schweiz erfreut sich eines grossen kulturellen Angebots, nicht nur in ihrer Gesamtheit, sondern auch im Vergleich mit den Nachbarländern und anderen Bereichen der Kunst in der Schweiz, wie wir<sup>3</sup> weiter unten<sup>4</sup> erfahren werden.

## Art der Institutionen:

→ [Grafik Seite 43](#)

Die Mehrheit der Clubs sind kleinere Veranstaltungsorte (58 % verfügen über eine Besucherkapazität von weniger als 400 Personen). Für die Mehrheit der Festivals gilt ein ähnlicher Prozentsatz: 57 % der Festivals werden als mittelgross eingestuft (zwischen 1000 und 3000 Personen). Diese Besucherzahl übersteigt aber die Kapazität der Mehrheit der grossen Clubs.<sup>5</sup>

## Geografische Verteilung:

→ [Grafik Seite 43](#)

Die Mehrheit der Clubs und Festivals ballt sich um die urbanen Gebiete:

Städte um den Genfersee  
Zürich  
Basel-Stadt  
Bern

Überraschend ist hier die Gewichtung der Westschweiz mit 83 Mitgliedern gegenüber 92 in der Deutschschweiz, wobei erwähnt sei, dass vor allem die zahlreichen Festivals in der Romandie diese Zahl beeinflussen. Wenn einzig Musikclubs betrachtet werden, verfügt die Westschweiz über rund die Hälfte des Deutschschweizer Angebots (37 im Vergleich zu 69 Clubs).

→ [Grafik Seite 43](#)

## Dichte (auf 100'000 Einwohner) im europäischen Vergleich

Die europaweite Umfrage von Live DMA<sup>7</sup> ermittelte die Anzahl Musikclubs für folgende Länder:

→ [Grafik Seite 43](#)

Norwegen: 198  
Frankreich: 145  
Spanien<sup>8</sup>: 124  
Schweiz: 106  
Dänemark: 66  
Holland: 54  
Belgien<sup>9</sup>: 25

Im Vergleich mit unseren kontinentalen Nachbarn (skandinavische Länder<sup>10</sup> ausgenommen) scheint die Schweizer Clubdichte aussergewöhnlich, auch wenn man «nur» die 106 Clubs betrachtet (weil Festivals in der Live-DMA-Umfrage nicht berücksichtigt wurden, wurden sie auch bei diesem Vergleich<sup>11</sup> ausgelassen). Betrachtet man die Anzahl Clubs auf 100'000 Einwohner, stellt man fest, dass die Schweiz die grösste Clubdichte aufweist! Und dies mit Abstand: eine 6-mal höhere Dichte als Frankreich und Belgien, eine 4-mal höhere als Holland und Spanien. Norwegen<sup>12</sup> hingegen bietet eine noch grössere Dichte mit fast 4 Clubs pro 100'000 Einwohner.

→ [Grafik Seite 43](#)

An dieser Stelle könnte eine verfrühte, kritische Behauptung aufgestellt

werden: Ist das Angebot in der Schweiz zu umfangreich? Die Auslastung beweist jedoch das Gegenteil: Das Angebot entspricht einer realen Nachfrage.

## Besucher

### Auslastung

Würde das Angebot die Nachfrage übersteigen, müsste die Besucherrate besorgniserregende Zeichen setzen. Dies ist aber nicht der Fall. Im Gegenteil, die Schweizer Besucherrate stimmt mit dem europäischen Mittelwert überein.<sup>13</sup>

→ [Grafik Seite 43](#)

### Anzahl Besucher (absolut und im Verhältnis zur Schweizer Bevölkerung):

## **2'266'340 Besucher**

haben 2014 Veranstaltungen der aktuellen Musik besucht, die von PETZI-Mitgliedern organisiert wurden.

[Würde man diese Besucherzahl als einzelne Individuen betrachten, dann wäre dies über ein Viertel – fast ein Drittel – der Schweizer Bevölkerung, das 2014 einen der 175 PETZI-Veranstaltungsorte besuchte.](#)

→ [Grafik Seite 44](#)

Das Gedankenspiel verdeutlicht die Gewichtung dieser über 2 Millionen Besucher im Verhältnis zur Schweizer Bevölkerung. Natürlich ist es in der Realität so, dass einzelne Musikliebhaber mehrmals verschiedene Veranstaltungen besuchen und damit mehrmals gezählt werden.

Anzahl Besucher im Vergleich zu anderen Kulturbereichen der Schweiz<sup>14</sup>

Wie lassen sich die Besucher aktueller Musikveranstaltungen mit denen anderer Kulturbereiche vergleichen? 2014 gab es in der Schweiz 1142 Museen, die über 21 Millionen Besucher<sup>15</sup> anzogen. Dies entspricht einem Durchschnitt von **18'389 Besuchern/Museum**. PETZI-Musikclubs verzeichnen einen Durchschnitt von **17'546 Besuchern/Club**.<sup>16</sup>

→ Grafik Seite 44

Die in der Taschenstatistik Kultur veröffentlichten Daten zeigen auf, dass auch Besuche in Botanischen Gärten und Zoos<sup>17</sup> als Museumseintritte gezählt werden. Zudem sind Museen im Allgemeinen ganztags und meistens 6 Tage die Woche geöffnet, im Gegensatz zu Clubs, deren Aktivitäten sich auf das Wochenende konzentrieren.

→ Bei der durchschnittlichen Anzahl Besucher pro Club stehen diese den Museen in nichts nach!

Natürlich gibt es neben den grossen Museen kleinere mit lokaler Ausrichtung. Aber auch hier lässt sich eine Parallele zu den Clubs ziehen: Die kleineren Clubs koexistieren mit den grossen, die mehr Publikum anziehen. **Diese Diversität trägt auch in dieser Sparte zum Reichtum der Schweizer Kultur bei.**

Bei den Theatern haben wir die durchschnittliche Frequentierung der 11 meistbesuchten Schweizer Theater mit der durchschnittlichen Frequentierung der 11 meistbesuchten PETZI-Clubs verglichen.

→ Grafik Seite 44

Wieso haben wir die 11 meistbesuchten genommen? Eine Stichprobe von einem kleinen Dutzend schien uns sinnvoll, im Wissen, dass es sich hier um die Flaggschiffe der Schweizer Theaterkultur handelt (darunter das Zürcher Opernhaus mit seinen 232'000 Besuchern). Des Weiteren schien es uns angebracht, die wichtigste Westschweizer Institution, die Opéra de Lausanne<sup>18</sup>, miteinzubeziehen, die an 11. Stelle steht.

→ Es zeigt sich, dass die PETZI-Mitglieder im Vergleich zu den prestigeträchtigen Institutionen mit internationalem Renommee mithalten können:

Die durchschnittliche Besuchsrate der 11 meistbesuchten Theater liegt

um 1.75 Punkte höher als die durchschnittliche<sup>19</sup> Besucher rate der 11 meistbesuchten PETZI-Clubs.

Bemerkenswert ist, dass alle PETZI-Locations vereint 16-mal weniger Subventionen erhalten als ein einzelnes Theater. Das Zürcher Opernhaus erhält öffentliche Gelder in Höhe von 80 Millionen im Gegensatz zu den 11 meistbesuchten PETZI-Locations, die zusammen 5.3 Millionen erhalten!

Gewiss bringen Theaterproduktionen höhere Kosten mit sich (Bühnenbild, Kostüme etc.), die nicht direkt mit den Kosten der Clubs verglichen werden können. **Die Mehrheit sieht es aber auch als selbstverständlich an, dass Theatermitarbeiter bezahlt werden (besonders Techniker). Im Gegensatz dazu wird viel zu oft von Club-Mitarbeitern erwartet, dass sie sich ehrenamtlich engagieren (zumindest zum grössten Teil), und dies unabhängig von ihren professionellen Kompetenzen.**

Im Bereich Tanz besuchten im Jahr 2014 nur 26 % der Bevölkerung mindestens einmal eine Veranstaltung. Im Gegensatz dazu besuchten 2014 71 % der Bevölkerung mindestens ein Konzert oder eine musikalische Veranstaltung.<sup>20</sup>

→ Grafik Seite 44

→ Der Bevölkerungsanteil, welcher Konzerte aktueller Musik besucht, sollte im Vergleich mit etablierten Kulturbereichen nicht unterschätzt werden.

Anzahl Besucher im europäischen Vergleich:

Die Bevölkerungszahl der Schweiz ist zwar kleiner als die ihrer Nachbarn, ihr kulturelles Angebot ist aber sehr umfangreich. Und dennoch ist die durchschnittliche Auslastung der Clubs hoch – dies auch im Vergleich mit dem europäischen Mittelwert (mal 1.5).

Mit Blick auf die vorangehenden Berechnungen, die höhere Clubdichte und gleichwertigen Besucherraten hätte man annehmen können, dass die Abweichung zwischen Schweizer und europäischen Besucherraten kleiner ist. Der Unterschied lässt sich hauptsächlich an zwei Faktoren festmachen:

– Die Kapazität der PETZI-Clubs (411) ist kleiner als die durchschnittliche Kapazität europäischer Clubs (583).

– Eine grössere Kapazität bringt gezwungenermassen eine grössere Konkurrenz unter den Musikclubs mit sich und somit kleinere Besucherzahlen pro Veranstaltung.

## Bedeutung der aktuellen Musik im Schweizer Kulturverhalten

Man könnte sich von gängigen Stereotypen zu der Annahme verleiten lassen, es seien hauptsächlich die Musikstile der klassischen und der Volksmusik, die in der Schweiz geschätzt werden. Dies ist, gemäss *Taschenstatistik Kultur*<sup>21</sup>, nicht der Fall und trifft weder auf Personen zu, die privat Musik hören, noch auf Konzertgänger:

### Konzerte

- Pop-/Rock-Konzerte zählen die höchsten Besucherzahlen, sie positionieren sich noch vor der klassischen Musik und der Oper.
- Soul und Jazz kommen an dritter Stelle.
- Elektronische Musik positioniert sich im unteren Bereich der Tabelle. Wenn man hier aber alle sogenannten aktuellen Musikstile<sup>22</sup> hinzufügt, «dominiert» die aktuelle Musik die Konzertbesuche in der Schweiz.

Im Vergleich zu diesen rund 60% erreicht die klassische Musik nur mühsam 25% und die anderen Musikstile liegen nicht über 20%.<sup>23</sup>

→ Grafik Seite 45

## Privater Musikkonsum

Wenn man sich aber nicht auf den «Ausgang» beschränkt, sondern die Gewohnheiten zu Hause betrachtet, zeichnet sich folgendes Bild: «Die Musikstil-Hitparade sieht beim privaten Musikhören etwas anders aus: Privat hört eine Mehrheit der Schweizer Bevölkerung Chansons und Liedermacher inkl. Mundartrock sowie Variété- oder Schlagermusik (rund 7 von 10 Personen), dicht gefolgt von Pop/Rock und Weltmusik (mit je rund 65%) sowie von Jazz, Funk oder Country (etwas über 60%). Klassische Musik (inkl. Oper) wird von rund der Hälfte der Bevölkerung gehört – genau gleich viel wie Techno, House, Rap oder Hip-Hop. Schweizer Volks- und Blasmusik hören 4 von 10 Personen privat.»<sup>24</sup>

→ Grafik Seite 45

→ Auch hier unterstreichen die Daten die Bedeutung der aktuellen Musik im Schweizer Kulturverhalten, ob in der Öffentlichkeit oder privat.

### Besucherzahl von PETZI-Mitgliedern im Vergleich zur Besucherzahl von SMPA-Mitgliedern

Im Rahmen der Untersuchungen zur aktuellen Musik sollen auch die nicht gewinnorientierten Musikclubs und Festivals, also die PETZI-Mitglieder, mit den gewinnorientierten Locations

für Live-Musik, also den Mitgliedern der Swiss Music Promoters Association (SMPA),<sup>25</sup> verglichen werden. Hier stellt man fest, dass die SMPA-Veranstaltungsorte 2.2-mal mehr Besucher anziehen als PETZI-Locations, wobei sie allerdings auch über 3.4-mal mehr Mittel<sup>26</sup> verfügen.

→ Grafik Seite 45

## Kulturelles Angebot

### Anzahl Veranstaltungen

2014 organisierten PETZI-Mitglieder **11'314 Veranstaltungen**. Ein umfangreiches Angebot:

**Auf jeden Tag im Jahr verteilt, würden PETZI-Mitglieder schweizweit täglich 31 Veranstaltungen in ihren Clubs und an ihren Festivals<sup>27</sup> organisieren.**

→ Grafik Seite 45

Natürlich sind die Clubs die grössten Anbieter von Veranstaltungen (vor allem grosse Clubs mit grosser Kapazität), im Gegensatz zu den Festivals, die per Definition zeitlich eingeschränkt sind.

Die Grafik rechts zeigt auf, wie sich diese Veranstaltungen auf die verschiedenen Institutionen verteilen. Man erkennt, dass ungefähr die Hälfte aller Veranstaltungen in kleineren Clubs stattfindet.

→ Grafik Seite 45

→ Dies unterstreicht die Bedeutung der kleineren Veranstaltungsorte für eine gute Abdeckung in den Regionen.

### Gratisveranstaltungen /Gratiseintritte

Untersucht man das Verhältnis der verschiedenen Clubs und Festivals zum Thema Gratiseintritte, so stellt man fest, dass die kleineren Locations die grösste Anzahl Gratiseintritte im Verhältnis zur Besucherzahl aufweisen. Diese Tatsache lässt sich folgendermassen erklären:

→ Grafik Seite 46

- Die kleinen Institutionen pflegen die engste Beziehung zu ihrem Publikum. Oft bieten sie Gratiseintritte im Tausch gegen Dienstleistungen an. Dies ist vor allem bei kleinen Festivals der Fall (wo der Prozentsatz von 56% Gratiseintritten nicht erstaunt): Freiwillige Helfer unterstützen das Festival mit ihren fachlichen Kompetenzen und erhalten als Gegenleistung z.B. einen Gratiseintritt für sich und ihre Begleitung.
- Die kleinen Institutionen organisieren ebenfalls zahlreiche Gratisveranstaltungen (32% der kleinen Clubs, 41% der kleinen Festivals).
- Partner und Sponsoren erhalten ebenfalls Gratiseintritte.

Dennoch ist festzuhalten, dass Grati-  
seintritte nicht unverhältnismässig  
oft verteilt werden: Der Prozentsatz  
der Grati-seintritte entspricht quasi  
dem der Gratisveranstaltungen.<sup>28</sup> Die  
Zahlen stimmen mit dem europäi-  
schen Mittelwert überein:

→ Grafik Seite 46

– Der Durchschnitt liegt bei  
«78% paid visits, 22% free  
visits»<sup>29</sup>, in den Schweizer Clubs  
sind es 79% und 22%.

– Das Verhältnis ist auch in  
Bezug auf Gratisveranstaltungen  
ähnlich: 84% und 15% in Europa,  
78% und 22% in Schweizer  
Clubs.

In diesem Zusammenhang gilt es ei-  
ne wichtige Tatsache nicht zu ver-  
gessen: Gemäss dem BAK und BAS  
stellen die finanziellen Möglichkei-  
ten das zweitwichtigste Hindernis für  
den Besuch von kulturellen Veran-  
staltungen dar (an erster Stelle  
steht die verfügbare Zeit und an  
dritter die geografische Entfernung).  
«Ein Drittel der Befragten sieht sich  
wegen fehlender finanzieller Mittel  
im Genuss kultureller Aktivitäten  
eingeschränkt.»<sup>30</sup>

→ Grafik Seite 46

→ In dieser Hinsicht spielen die  
PETZI-Mitglieder eine **wichtige  
soziale Rolle**, indem sie einen  
niederschweligen Zugang zu

Kulturveranstaltungen bieten, die  
gratis oder kostengünstig sind.

Das Publikum kann so Live-Musik  
geniessen, ohne viel dafür bezahlen  
zu müssen. Die Zugänglichkeit von  
Kultur für jedes Budget ist übrigens  
einer der Grundwerte der PETZI-Mit-  
glieder.<sup>31</sup>

Auch wenn die Wirklichkeit viel kom-  
plexer ist, helfen PETZI-Mitglieder  
bei der sozialen Integration junger  
Menschen, die sonst in ihrer Region  
nicht unbedingt Zugang zu kulturel-  
len Aktivitäten mit integrativem Wert  
hätten und im schlimmsten Fall Ge-  
fahr liefen, sozial ausgeschlossen zu  
werden. Diese «intra muros»-Integ-  
ration hilft auch, Lärmstörungen im  
öffentlichen Raum zu verringern.

#### Durchschnittlicher Ticketpreis im Vergleich zu anderen Schweizer Kulturbereichen

Der durchschnittliche Ticketpreis für  
PETZI-Veranstaltungen ist kaum hö-  
her als der durchschnittliche Preis  
eines Kinotickets in der Schweiz: Er  
liegt bei CHF 18.30<sup>32</sup>, ein Kinoticket  
kostet durchschnittlich CHF 15.50.<sup>33</sup>

Die durchschnittlichen Eintrittspreise  
für verschiedene Kulturbereiche  
(Theater, Tanz, klassische Musik etc.)  
stehen weder beim BAS noch auf den  
Internetseiten der verschiedenen Ver-  
bände zur Verfügung. Es ist jedoch

interessant zu sehen, dass 2014<sup>34</sup> der durchschnittliche Ticketpreis für Veranstaltungen der SMPA-Mitglieder bei CHF 79.40 lag.

→ [Grafik Seite 46](#)

### Herkunft der Künstler nach Art der Institution

→ [Grafik Seite 47](#)

Es fällt auf den ersten Blick auf, dass die Herkunft der Künstler stark je nach Art des Veranstaltungsortes variiert. So kann man feststellen, dass die kleinen Clubs (small und medium) stark zur Förderung von Schweizer und lokalen Musikern beitragen: 2014 luden diese Clubs 10'165 Musiker/Gruppen ein, auf ihren Bühnen zu spielen.

Im Gegensatz dazu lässt sich eine weitere Proportion ableiten: Je grösser die Institution, desto mehr internationale Künstler müssen gebucht werden, um das Soll zu erreichen:

- Im Verhältnis zur Grösse der Clubs werden (in aufsteigender Grösse) 37% resp. 45 bis 64% internationale Künstler gebucht.
- Im Verhältnis zur Grösse der Festivals werden (in aufsteigender Grösse) 31% resp. 37 bis 49% internationale Künstler gebucht.

→ Entgegen einer weitverbreiteten Meinung, die dem hohen Bekanntheitsgrad von gewinnorientierten Festivals (SMPA-Mitglieder) zugeschrieben werden kann, buchen PETZI-Mitglieder mehr Schweizer Künstler als internationale Acts.

Vergleichen wir also die PETZI-Mitglieder mit den grossen Festivals und gewinnorientierten Veranstaltungen der SMPA-Mitglieder. Zur Erinnerung: Die 32<sup>35</sup> gewinnorientierten Veranstalter verfügen über 3.4-mal mehr Mittel als die 175 PETZI-Veranstalter vereint. Dennoch buchen PETZI-Mitglieder **12-mal mehr Schweizer Künstler**, fast 6-mal mehr internationale Künstler und im Gesamten **8-mal mehr Künstler aller Herkunft**.

PETZI-Mitglieder haben durchschnittlich **56% Schweizer Künstler** in ihrem Programm, verglichen mit 36% bei SMPA-Mitgliedern.

→ [Grafik Seite 47](#)

→ Man kann also sagen, dass SMPA-Veranstalter 3-mal mehr Geld ausgeben, um 8-mal weniger Künstler einzuladen. Dabei soll jedoch nicht unerwähnt bleiben, **dass oft berühmte und um ein Vielfaches teurere Künstler gebucht werden. Dieser Kostenpunkt lässt sich auch auf den durchschnittlichen Ticketpreis übertragen, der 4-mal**

höher ist als für Veranstaltungen von PETZI-Mitgliedern.

→ SMPA-Mitglieder sind Partner von PETZI und ihre Arbeit ist wichtig für die nationale Musikindustrie und Musikszene. Hier geht es nicht um ein Werturteil. Es soll lediglich aufgezeigt werden, dass die beiden Einrichtungen sehr unterschiedliche Voraussetzungen haben und andere Rollen erfüllen.

## Finanzen (finanzielle Mittel)

### Subventionen für Schweizer Künstler

Mit Bezug auf die in Kapitel 3 thematisierte Programmgestaltung sollen hier die gebuchten Schweizer Künstler den gewährten Subventionen gegenübergestellt werden.

Es zeigt sich, dass ausser bei grossen Clubs und kleinen Festivals die Subventionen nicht proportional zur Anzahl gebuchter Schweizer Künstler sind. Wäre es nicht angebracht, mit öffentlichen Geldern die lokale Kunst zu fördern?

Besonders auffallend ist diese Disproportionalität bei kleinen Clubs und grossen Festivals, aber sie trifft auch bei mittelgrossen Veranstaltern zu.

→ Grafik Seite 47

### Subventionen für PETZI-Mitglieder im Verhältnis zur gesamten Kulturförderung<sup>36</sup>

Alle PETZI-Mitglieder vereint erhalten weniger als 1% der gesamten Kulturförderung, die sich auf CHF 2'724'000'000 (2.724 Mrd.) beläuft, welche von den Gemeinden, den Kantonen<sup>37</sup> und dem Bund ausgeschüttet werden.

→ Grafik Seite 48

Die Subventionen, die PETZI-Mitglieder erhalten, belaufen sich auf **CHF 3.10 pro Einwohner**. «Alle Staatsebenen zusammen finanzierten im Jahr 2013 die Kultur mit **CHF 337** pro Einwohner/in, während beispielsweise die Staatsausgaben für die Bildung **CHF 4376** pro Einwohner/in, für Verkehr und Nachrichtenübermittlung **CHF 2087** pro Einwohner/in und für die Gesundheit **CHF 1699** pro Einwohner/in betragen.»<sup>38</sup>

→ Grafik Seite 48

### Subventionen nach Art der Institution (relative und absolute Summen)

Die absoluten Summen zeigen, dass mittelgrosse Clubs den grössten Anteil an den 25 Millionen erhalten (mit 11.5 Millionen fast die Hälfte). Ungefähr die gleiche Summe (resp. 6.5 Millionen und 4 Millionen) kommt grossen und kleinen Clubs zugute.

Die Festivals erhalten verhältnismässig wenig (3.4 Millionen für 69 verschiedene Festivals).

→ Grafik Seite 48

Durchschnittlich

- sind es vor allem die grossen Clubs, die am meisten von den Subventionen profitieren: mit CHF 800'000 pro Location.
- erhalten die mittelgrossen Clubs weniger als die Hälfte dieses Betrags: CHF 300'000.
- erhalten die kleinen Clubs im Vergleich zu den kleinen Festivals mehr Subventionen, aber weniger als die grossen Festivals.

→ Diese kleinen Institutionen (die den wesentlichen Teil unserer Mitglieder ausmachen, nämlich 130 von 175 bzw. drei Viertel aller Veranstalter) erhalten mit CHF 90'000 pro Live-Musik-Institution tatsächlich sehr wenig Fördergelder.

Verteilung der Einnahmen in %  
im europäischen Vergleich

Was sofort auffällt: Die kleinen und mittelgrossen Schweizer Clubs sind weniger auf Subventionen angewiesen als die europäischen Clubs derselben Grösse. Nur die grossen Clubs erhalten prozentual mehr Subventionen als im europäischen Vergleich.

→ Im Schnitt erhalten die Schweizer Clubs viel weniger Subventionen als die europäischen Clubs. Wir sprechen hier von durchschnittlich 12% weniger: Bei Schweizer Clubs belaufen sich die Subventionen durchschnittlich auf weniger als ein Drittel (29%), wobei auf europäischer Ebene die Subventionen durchschnittlich 41% der Einnahmen ausmachen.

→ Grafik Seite 49

Bei allen Schweizer Clubs (unabhängig von ihrer Grösse) decken Ticketverkäufe einen grösseren Teil der Kosten als bei europäischen Clubs. Der Unterschied ist vor allem bei kleinen und mittelgrossen Clubs frappant, bei grossen Clubs wird dieser kleiner. Dies liegt auch daran, dass der durchschnittliche Ticketpreis eines Schweizer Clubs (CHF 16.40)<sup>39</sup> höher ist als der durchschnittliche Ticketpreis eines Live-DMA-Clubs<sup>40</sup> – unterschiedlich hohe Lebenskosten verpflichten.

Was Getränke und andere Einnahmen betrifft, ist dieser Posten natürlich für kleine Clubs wichtiger. Denn da bleiben die Besucher noch für ein Gespräch nach dem Konzert, während bei den grossen Clubs die Leute tendenziell den Ort nach dem Konzert relativ bald verlassen.

→ Grafik Seite 49

→ Die Bedeutung dieser **überschaubar grossen Clubs als Orte der Begegnung** soll nochmals betont werden. Die Mehrheit der PETZI-Mitglieder sind Clubs dieser Grösse (98 der 175 PETZI-Mitglieder sind kleine bis mittelgrosse Clubs).

Ein Paradox, das wir hier hervorheben möchten:

- In der Schweiz gilt: je grösser der Club, desto grösser die Subventionen.
- In Europa ist es genau umgekehrt.

### Gesamtausgaben

Nicht gewinnorientierte Clubs und Festivals haben Mühe, die Einnahmen mit den Ausgaben im Gleichgewicht zu halten (die Gesamtausgaben belaufen sich auf rund 98 Millionen und die Einnahmen auf rund 95 Millionen). Das verdeutlicht, wie viel Geld dank dieser Clubs in die Wirtschaft fliesst: **fast CHF 100 Millionen!**

→ [Grafik Seite 50](#)

### Künstlerkosten im Verhältnis zu den Gesamtausgaben

Die Künstlerkosten machen nur ein Drittel der 100 Millionen Gesamtausgaben aus. Auch wenn, je nach Bekanntheitsgrad, die internationalen Künstler im Vergleich zu Schweizer

Bands sicher höhere Gagen erhalten (und höhere Produktionskosten mit sich bringen), ist es nicht so, als würde dieser Betrag komplett ins Ausland fließen. Hier soll eine bereits genannte Zahl<sup>41</sup> noch einmal in Erinnerung gerufen werden: PETZI-Mitglieder buchen durchschnittlich **56% Schweizer Künstler**.

Es ist interessant zu sehen, dass die Schweiz sich **bezüglich der prozentual den Künstlerkosten zugeordneten Ausgaben genau im europäischen Durchschnitt befindet**.

Zudem wird im europäischen Bericht 2016 erwähnt, dass sich die prozentualen Kosten für Künstler von einem Land zum anderen<sup>42</sup> nicht besonders unterscheiden. Aus unserer Analyse geht hervor, dass sich dieser Prozentsatz auch nicht im Vergleich der verschiedenen Veranstalter unterscheidet (abgesehen vom Paradox der kleinen Festivals).

→ [Grafik Seite 50](#)

### Künstlerkosten und Ticketverkäufe

Je grösser die Live-Musik-Institution, desto mehr schlagen sich die Einnahmen aus Ticketverkäufen in der Gesamtheit der Einnahmen nieder. Dabei lässt sich das gute Wirtschaften der Schweizer Clubs daran ablesen, dass die Ticketverkäufe den grössten Teil der Künstlerkosten decken.

In Europa präsentiert sich ein ganz anderes Bild. Eine Ausnahme bilden hier nur die grossen Veranstalter, die einen Wert von 94% erreichen.

→ [Grafik Seite 51](#)

### Publikumskosten für Veranstalter und Behörden

Die Kosten für einen Besucher pro Veranstaltung werden berechnet, indem man den Gesamtbetrag der Investitionen durch die Anzahl Besucher teilt.

Die Kosten für einen Besucher für die Behörden können ihrerseits berechnet werden, indem man den Gesamtbetrag aller Subventionen durch die Anzahl Besucher teilt.

→ Die Durchschnittskosten für einen Besucher einer PETZI-Veranstaltung belaufen sich für die Veranstalter auf CHF 43.20.

→ Die Durchschnittskosten für einen Besucher einer PETZI-Veranstaltung belaufen sich für die Behörden auf CHF 11.00.

Die Durchschnittskosten eines Besuchers einer SMPA-Veranstaltung belaufen sich auf CHF 64.40.<sup>43</sup>

→ [Grafik Seite 51](#)

### Bezahlte und ehrenamtliche Mitarbeiter (personelle Ressourcen)

Zum Schluss sollen die personellen Ressourcen untersucht werden. 2014 beschäftigten PETZI-Mitglieder **21'500 Personen**, die sich folgendermassen aufteilen lassen:

100 in Ausbildung  
17'400 ehrenamtliche und  
4000 bezahlte Mitarbeiter<sup>44</sup>

SMPA-Mitglieder beschäftigten 314 Personen und, vor allem punktuell (Festivals), 21'779 Freiwillige (und 11 Auszubildende).

Im europäischen Vergleich werden PETZI-Mitarbeiter besser bezahlt, was einen Vorteil für den Arbeitsmarkt darstellt. PETZI-Mitglieder bieten hingegen weniger Ausbildungsplätze an.

Trotz der geringeren Anzahl an offiziellen oder inoffiziellen Ausbildungsplätzen bieten die PETZI-Mitglieder jedoch ihren 17'400 freiwilligen Helfern zahlreiche Möglichkeiten der Weiterbildung und nehmen damit wichtige berufliche und soziale Aufgaben wahr: Betreut von den 4000 Angestellten haben die Helfer innerhalb ihrer Funktion die Chance, sich zahlreiche Kompetenzen anzueignen, sei es als Veranstaltungsbetreuer, in der Kommunikation, im technischen

Bereich, in der Programmgestaltung, der Administration, dem Gastgewerbe, der Ausstattung, Verwaltung oder Produktion.

→ [Grafik Seite 51](#)

## **Fazit**

Die ausgewerteten Zahlen und Fakten zeigen die wichtige Rolle der PETZI-Mitglieder für die Gesellschaft auf – nicht nur auf der kulturellen Ebene, sondern auch auf der sozialen und wirtschaftlichen.

PETZI-Mitglieder bieten ein vielfältiges und flächendeckendes Angebot, das sich durch eine hohe Besucherlastung auszeichnet.

Wir konnten feststellen, dass PETZI-Veranstaltungen mit ihren Besucherzahlen durchaus mit den sogenannten etablierten Kulturanbietern mithalten können. Obwohl sie weniger Unterstützung erhalten als die anderen Bereiche oder ihre Kollegen aus der Europäischen Union, bieten diese Clubs und Festivals der Bevölkerung eine grosse Auswahl an Künstlern, wobei die Schweizer Künstler eine besondere Bedeutung haben.

Diese Club- und Festivalkultur generiert Einnahmen und reinvestiert diese ununterbrochen in die Wirtschaft des Landes (wie wir anhand der CHF 100 Millionen sehen konnten). Mit

den geschaffenen Ausbildungsplätzen und einer grossen Bandbreite an Freiwilligenarbeit generiert sie aber auch einen wichtigen Fachwissenstransfer.

Der Bildungsaspekt sowie die integrative und kohäsive Rolle, welche die PETZI-Mitglieder übernehmen, sind nebst dem wirtschaftlichen und kulturellen Einfluss wichtige Grundpfeiler ihrer Arbeit. Wegen ihrer positiven Auswirkung auf die Schweizer Gesellschaft sollten diese Leistungen in Zukunft sicherlich verstärkt und weiterentwickelt werden.

## Fussnoten

<sup>1</sup> Taschenstatistik Kultur in der Schweiz, 2016, S. 15.

<sup>2</sup> Stéphanie Arboit wirkte bereits für PETZI und den Service culturel du Canton de Vaud in einer Studie über 12 Musikclubs und Mitglieder von PETZI im Kanton Waadt mit.

<sup>3</sup> In dieser Studie wird der generische Plural verwendet.

<sup>4</sup> Resp. unter «Dichte (auf 100'000 Einwohner) im europäischen Vergleich», «Anzahl Besucher im europäischen Vergleich» und «Anzahl Besucher im Vergleich mit anderen Kulturbereichen der Schweiz».

<sup>5</sup> Festivals, die als mittelgross eingestuft werden, haben eine Kapazität von über 1000 Personen. Die grössten Clubs haben eine Kapazität von 1500 Personen.

<sup>6</sup> Der Einfachheit halber wird das Tessin zu den Westschweizer Kantonen gezählt.

<sup>7</sup> In dieser Umfrage werden Festivals nicht berücksichtigt. Sie schliesst hingegen gewinnorientierte und nicht gewinnorientierte Clubs gleichermaßen mit ein.

<sup>8</sup> Ohne Katalonien.

<sup>9</sup> Wallonische und niederländische Teile vereint.

<sup>10</sup> Im Vergleich zur Schweiz ist die Dichte auf 100'000 Einwohner kleiner in Dänemark, aber grösser in Norwegen.

<sup>11</sup> Obwohl Festivals hier nicht berücksichtigt werden, soll doch erwähnt sein, dass viele die Schweiz als «Festival-land» sehen.

<sup>12</sup> Dies liegt einerseits an den aussergewöhnlichen sozialen

Eigenheiten Skandinaviens, andererseits an der geografischen Ausdehnung Norwegens, das ausserdem nur dünn besiedelt ist. Norwegen ist 9-mal grösser als die Schweiz.

<sup>13</sup> Die Besucherrate der Schweizer Festivals liegt geringfügig unter 31 %.

<sup>14</sup> Die Zahlen stammen aus der Taschenstatistik Kultur 2016 (S. 45) – erfasst wurden diese aber im Jahre 2013. Diese Verzerrung scheint

keinen grösseren Einfluss zu haben, da die Unterschiede von einem Jahr zum nächsten nicht erheblich sind.

Bemerkungen zum Vergleich: Es ist nicht einfach, vollkommen verschiedene Bereiche miteinander zu vergleichen und die nötigen Daten zu erheben. Die vom BAK aufgelisteten Museen sind 6,5-mal zahlreicher vertreten als unsere Veranstalter.

Deshalb ist die durchschnittliche Auslastung pro Institution als Grundlage der Analyse relevanter. Mittelwerte auszurechnen hätte sicherlich zu interessanten Resultaten geführt, dies konnte aber in dem für diese Analyse gegebenen Zeitraum unmöglich durchgeführt werden (man hätte die Daten aller 1142 Museen erheben müssen). Im Bereich der Theater hat nicht einmal das BAK alle Daten zusammengetragen. Dies ist der Grund, wieso wir uns auf die 11 besten gestützt haben.

Im Bereich Tanz waren gemäss BAK die einzigen zur Verfügung stehenden Daten jene zur Frequenzierung. Unabhängige Zahlen scheinen nicht verfügbar zu sein, da die Daten zu Tanzveranstaltungen

anscheinend in die Daten zu Theatern integriert wurden.

<sup>15</sup> Die erfolgreichste Institution ist das Verkehrsmuseum in Luzern (519'381), gefolgt von Maison Cailler in Broc (386'046) und dem Château de Chillon in Vevy (348'647).

<sup>16</sup>  $1'859'914 / 106 = 17'546$  (95 % der Leistung der Museen von 18'389). Festivals haben aufs Jahr gesehen weniger Besucher als Clubs, da sie zeitlich limitiert sind (ein Tag oder wenige Tage). Deshalb wurden Festivals nicht in den Vergleich mit Museen einbezogen, die wie Clubs als feste Standorte das ganze Jahr geöffnet sind. Aber auch wenn man sie in die Berechnung einbeziehen würde, hielten die Angebote aktueller Musik im Vergleich mit den Museen absolut mit – mit durchschnittlich 12>950 Eintritten/Location ( $2'266'340 / 175$ ) bzw. 70 % der Leistung der Museen.

<sup>17</sup> Ist diese Verzerrung teils verantwortlich für den Unterschied im Mittelwert (843) zwischen Clubs und Museen? Als Beispiel: Wenn man die Zahlen des Botanischen Gartens in Chambésy-Genève abzieht, fällt die Zahl auf 18'141 Eintritte/Museum (Unterschied von 595 zu den Clubs).

<sup>18</sup> Anzumerken ist, dass sie im Oktober 2012 nach Renovationsarbeiten wiedereröffnet wurde.

<sup>19</sup> Hier sei angemerkt, dass der Mittelwert quasi mit dem Durchschnitt übereinstimmt. Eine gute Sache: Dies bedeutet, dass keine auffallenden Extremwerte den Durchschnitt massgebend

beeinflussen.

<sup>20</sup> Taschenstatistik Kultur 2016, S. 22. Es sei angemerkt, dass die Besucherrate der Museen und Ausstellungen zwischen 2008 und 2014 beachtlich zugenommen hat (Zahlen in der Taschenstatistik Kultur 2015) und so Konzerten und Musikspektakeln den ersten Platz streitig macht. Dies liegt an der Entwicklung der Museen in unserem Land, wo viele Gebäude total saniert wurden und neue Aktivitäten angeboten werden. Die Tendenz zu zahlreicheren temporären Ausstellungen im Gegensatz zu einer permanenten Ausstellung sowie die Gründung von Nacht der Museen, die Entstehung neuer Orte und die Entwicklung der kulturellen Vermittlung an diesen Orten tragen ebenfalls zum Anstieg der Besucherraten in Museen bei.

<sup>21</sup> Taschenstatistik Kultur 2016, S. 30-31. Die Prozentangaben übersteigen 100 %, weil das BAK kumuliert: Tatsächlich kann ein und dieselbe Person verschiedene Musikstile geniessen.

<sup>22</sup> In den Grafiken dargestellt durch Zugabe der Kategorien des BAK: 1) Pop, Rock, Hard-Rock, Metal oder Punk, 3) Jazz, Gospel, Soul, R'n'B, Funk, Dixie, Blues, Country oder Folk und 7) Dance, Techno, House, Rap, Hip-Hop. Natürlich lassen sich die Stile nicht klar abgrenzen, und Weltmusik (Kategorie 5 des BAK) oder aktuelle Chansons Françaises (Kategorie 6 des BAK) hätten zur aktuellen Musik gezählt werden können. Hier entschied man sich aber für einen restriktiveren Ansatz, anstatt eine «Sammelsuri-

um»-Kategorie zu bilden.

<sup>23</sup> 18 % Schweizer Volks- oder Blasmusik, 15,5 % internationale Volksmusik oder Weltmusik, 13,8 % Chansons und Singer-Songwriter und 13 % Varieté, Musicals, Filmmusik oder Tanzmusik.

<sup>24</sup> Taschenstatistik Kultur 2016, S. 30.

<sup>25</sup> Die Swiss Music Promoters Association (SMPA) ist der Branchenverband der professionellen Schweizer Konzert-, Show- und Festivalveranstalter. Momentan zählt der Verband 35 Mitglieder (und ein Ehrenmitglied), unter ihnen befinden sich die grössten Schweizer Festivals (Paléo, Montreux, Gurten etc.) und die grössten Promoter (Live Music, Opus One, Good news und Winterthurer Musikfestwochen).

<sup>26</sup> Wir werden diese Zahl weiter unten im Kapitel «Herkunft der Künstler» wieder aufnehmen.

<sup>27</sup>  $11'314 / 365 = 30.99$ .

<sup>28</sup> Eine detaillierte Analyse des Verhältnisses der Anzahl Gratiseintritte pro Veranstaltung mit Ticketpreis im Vergleich zur Anzahl Eintritte bei Gratisveranstaltungen wäre sehr interessant. Leider fehlen uns für eine solche Untersuchung die nötigen Daten.

<sup>29</sup> Live DMA, Facts and Figures, Juli 2016.

<sup>30</sup> Taschenstatistik Kultur 2016, S. 26.

<sup>31</sup> Siehe dazu auch das nächste Kapitel, «Durchschnittlicher Ticketpreis im Vergleich zu anderen Schweizer Kulturbereichen».

<sup>32</sup> Bemerkung: Der durchschnittliche Clubeintritt (CHF 16.40) ist natürlich tiefer als

der durchschnittliche Ticketpreis für ein Festival (CHF 30.40).

<sup>33</sup> Genauer: CHF 15.53, diese Summe stammt aus der Taschenstatistik Kultur 2015.

<sup>34</sup> Index SMPA 2014.

Bemerkung: 2013 lag der durchschnittliche Ticketpreis bei CHF 84.20. Die Preissenkung um 5.7 % von 2013 auf 2014 wurde von den Mitgliedern der SMPA mit Besorgnis kommentiert: «Im Interesse der Öffentlichkeit wollen die Organisatoren eine Erhöhung des durchschnittlichen Ticketpreises vermeiden. Sie müssen daher ein grösseres finanzielles Risiko eingehen», so der Geschäftsführer der SMPA, Stefan Breitenmoser. «Der potenzielle Nutzen ist im Rückgang.» Studiert man aber die Zahlen der SMPA, sieht man, dass sich die Preise seit 2008 nicht markant verändert haben: CHF 82.40 (2008); CHF 84.20 (2009); CHF 84.40 (2010); CHF 84.50 (2011); CHF 85.40 (2012); CHF 84.25 (2013); CHF 79.42 (2014).

<sup>35</sup> Stand 2014, nicht dabei sind die 2 Veranstalter, die im Laufe des Jahres dazugekommen sind

<sup>36</sup> Achtung, die Zahlen aus der Taschenstatistik Kultur 2016 wurden im Jahr 2013 erhoben. Daher die kleine, aber nicht signifikante Verzerrung in Bezug auf die PETZI-Zahlen, die aus dem Jahr 2014 stammen.

<sup>37</sup> Eingerechnet in diese vom BAK gelieferte Zahl sind die Lotteriegelder, die in den kantonalen Ausgaben eingeschlossen sind. 2013 belief sich der Beitrag der

Lotterien auf 220 Millionen.

<sup>38</sup> Taschenstatistik Kultur 2016, S. 8.

<sup>39</sup> Siehe Fussnote des Kapitels «Durchschnittlicher Ticketpreis im Vergleich mit anderen Schweizer Kulturbereichen».

<sup>40</sup> Diese belaufen sich auf 8.50 Euro bzw. CHF 9.30 (Oktober 2016), also die Hälfte des durchschnittlichen Preises für PETZI-Veranstaltungen. Dieser Preis wurde nicht in die Analyse einbezogen. Es macht keinen Sinn, Länder zu vergleichen, in denen die Aufwendungen der Institutionen und die Lebenskosten völlig unterschiedlich sind.

<sup>41</sup> Siehe Kapitel «Herkunft der Künstler nach Art der Institution».

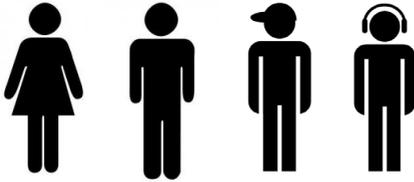
<sup>42</sup> Live DMA, Facts and figures 2016, S. 17.

<sup>43</sup> Gesamtausgaben geteilt durch die Anzahl Besucher:  $320'784'023 / 4'981'209 = \text{CHF } 64.40$ . Dieser Wert ist ein wenig verzerrt, da die einzige Zahl, auf die wir uns hier stützen können, der Bruttoumsatz ist.

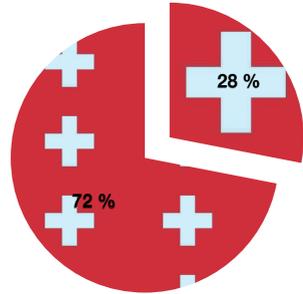
Eine Randbemerkung: Das BAK erwähnt in der Taschenstatistik Kultur nicht die Angestellten von Buchhandlungen. PETZI-Mitglieder zählen 4000 Festangestellte zu 100 %, fast halb so viele Personen arbeiteten 2014 in den 548 Schweizer Buchhandlungen: 2000 Festangestellte zu 100 %.



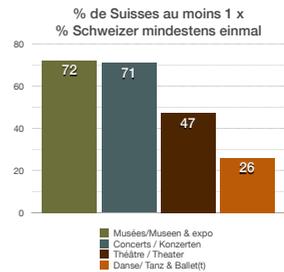
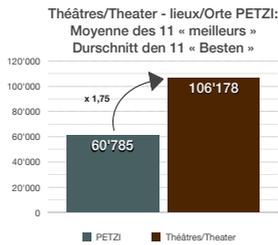
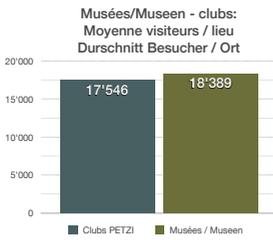
**Plus de 2 millions de visiteurs**  
**Mehr als 2 Millionen Besucher**



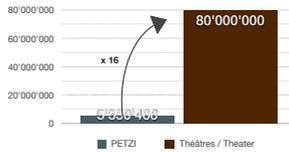
Visiteurs uniques  
 Einmalige Besucher



**Comparaison avec d'autres domaines artistiques**  
**Vergleich mit anderen künstlerischen Bereichen**

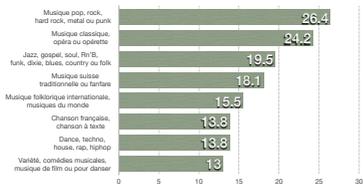


**Comparaison avec 1 subvention!**  
**Vergleich mit 1 Subvention!**

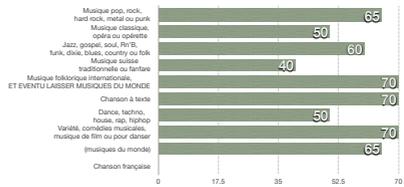


Vergleicht mit künstlerischen Bereichen

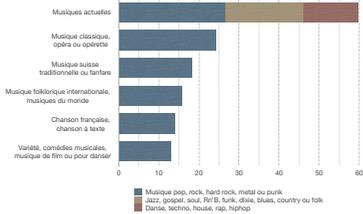
Genres musicaux écoutés en concert (en %)



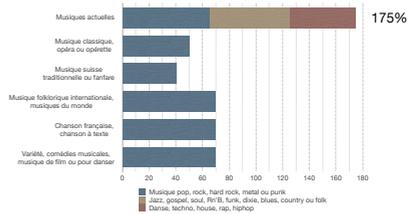
Genre musicaux écoutés à la maison (en %)



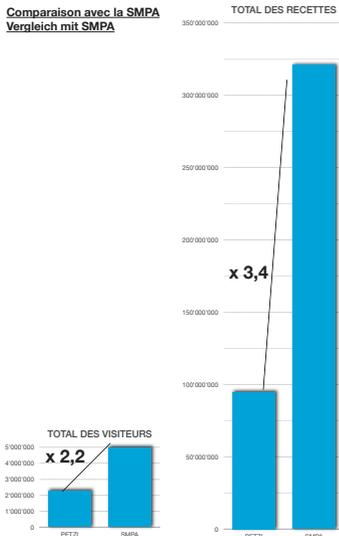
Musiques actuelles écoutées en concert par rapport aux autres genres musicaux (en %) 59,7



Musiques actuelles écoutées à la maison par rapport aux autres genres musicaux (en %) 175%



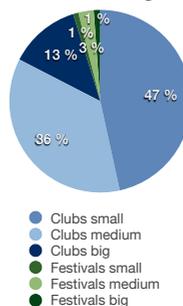
Comparaison avec la SMPA Vergleich mit SMPA



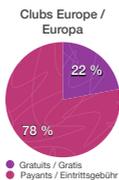
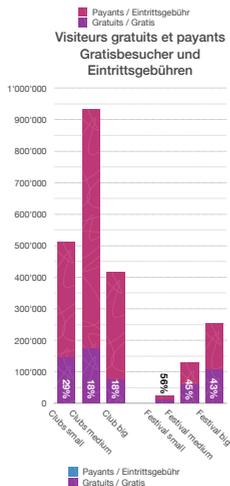
Evénements / Veranstaltungen:

11'314  
=> 31 soirées/jour en Suisse  
=> 31 Abend / Tag in der Schweiz

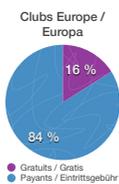
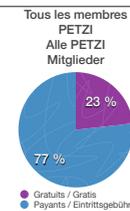
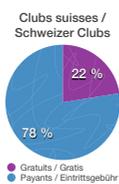
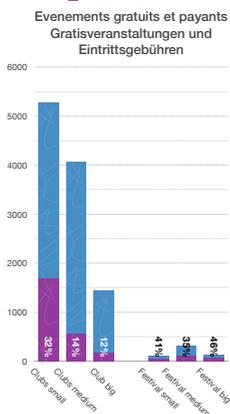
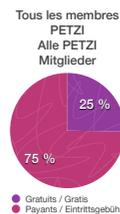
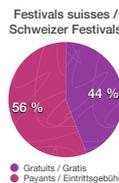
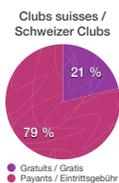
Répartition des événements Verteilung den Veranstaltungen



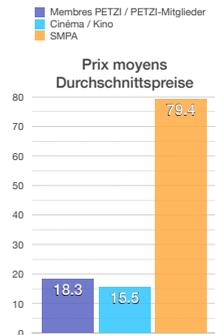
Hören der Musik in der Schweiz  
Vergleich mit SMPA, Veranstaltungen, Verteilung der Veranstaltungen



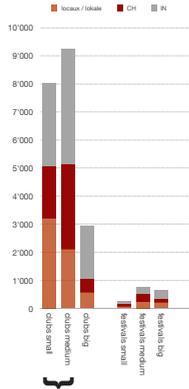
### Pourcentage moyen de visiteurs gratuits Durchschnittlicher Anteil der Gratis-Besuche



### Pourcentage moyen de soirées gratuites Durchschnittlicher Anteil der Gratuisveranstaltungen



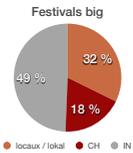
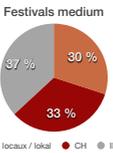
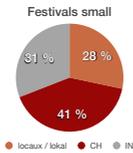
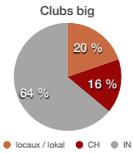
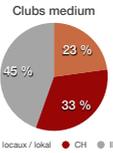
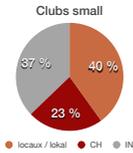
Durchschnittlicher Anteil der Gratis-Besuche und Gratisveranstaltungen;  
Hinderungsgründe für den Besuch kultureller Veranstaltungen



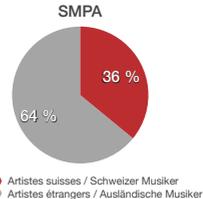
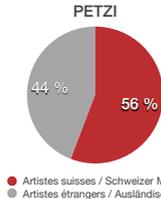
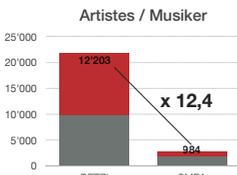
**10'165**  
artistes suisses  
Schweizer Musiker

**12'203**  
artistes suisses  
Schweizer Musiker

**Événements selon la provenance des artistes**  
**Veranstaltungen nach Herkunft der Musiker**



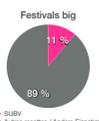
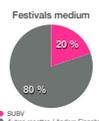
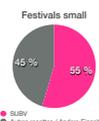
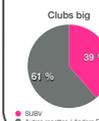
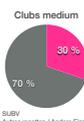
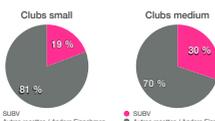
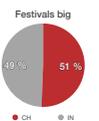
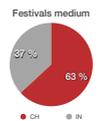
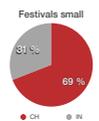
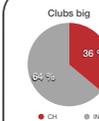
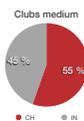
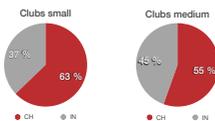
**Vergleich mit SMPA**



**21'857**

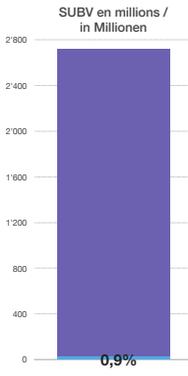
**Pas de relation directe entre les subventions et les artistes suisses...**  
**Keine direkte Beziehung zwischen Subventionen und Schweizer Musiker...**

...sauf:  
...außer:



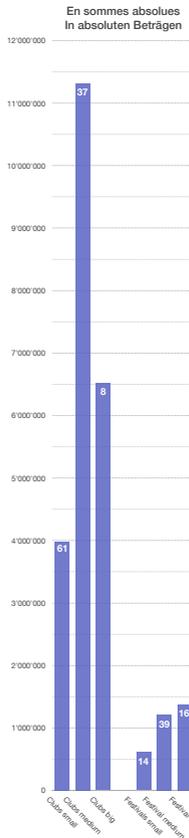
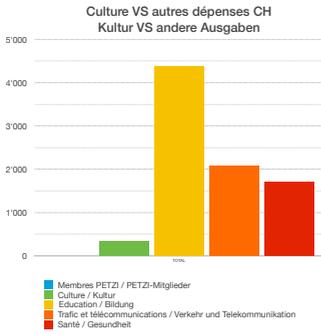
Veranstaltung nach Herkunft der Musiker

Vergleich mit SMPA; keine direkte Beziehung zwischen Subventionen und Schweizer Musiker



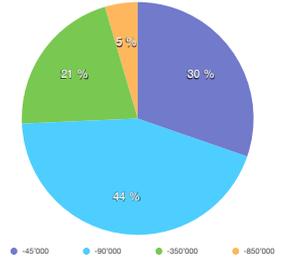
**Total des subventions culturelles suisses:**  
**Total schweizer Kultur-Subventionen:**  
**2 milliards 724 millions**  
**337 fr. / habitant**  
**337 fr. / Einwohner**

**Total des subventions aux membres PETZI:**  
**Gesamtanteil der Subventionen für PETZI-Mitglieder:**  
**25 millions**  
**3,10 fr. / habitant**  
**3,10 fr. / Einwohner**



**Détails des subventions aux lieux PETZI**  
**Detaillierte Subventionen**

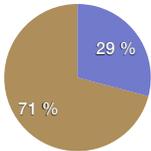
Montant moyen des subventions pour les  
membres PETZI /  
Durchschnittlicher Subventionenbetrag für  
PETZI-Mitglieder



Subventionen in Millionen  
 Detaillierte Subventionen

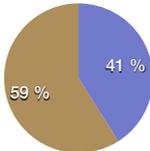
## Répartition des recettes Einnahmenverteilung

CH  
SUBV moyennes /  
Durschnittliche  
SUBV



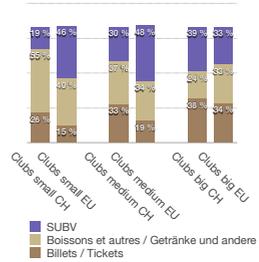
● SUBV CH  
● Autres recettes CH / Andere Einnahmen CH

EU  
SUBV moyennes /  
Durchschnittliche  
SUBV



● SUBV EU  
● Autres recettes EU / Andere Einnahmen EU

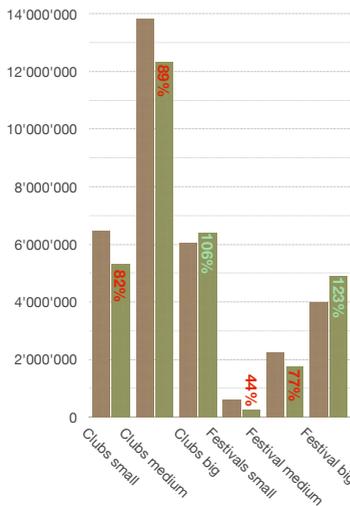
CH - EU



## Couverture des frais artistiques Deckung von Produktionskosten

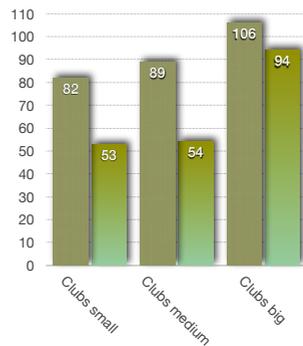
■ Frais artistiques / Produktionskosten  
■ Vente des billets / Eintrittskarten

Par la ventes de billets /  
Mit Eintrittskarten

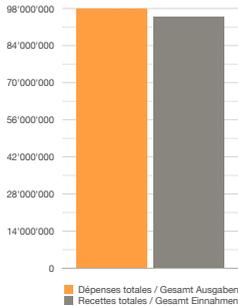


■ Suisse / Schweiz  
■ UE

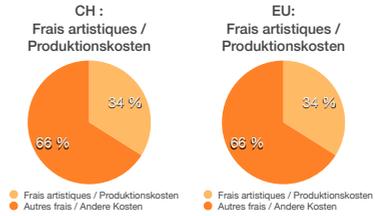
Comparaison EU en % /  
Vergleich EU in %



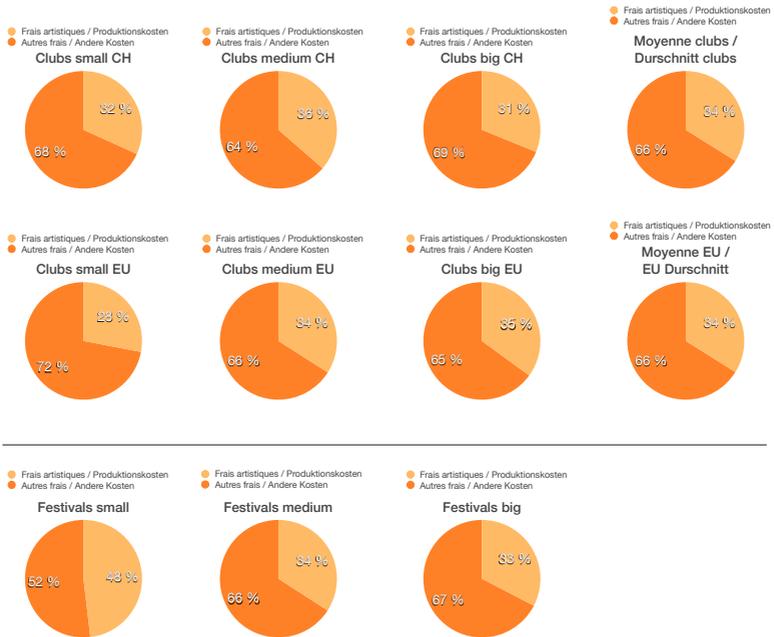
Einnahmeverteilung  
Deckung von Produktionskosten



**Total des dépenses des membres PETZI:**  
**Ausgaben-Total bei den PETZI-Mitgliedern:**  
**CHF 100 millions**  
**(CHF 97'803'906.-)**



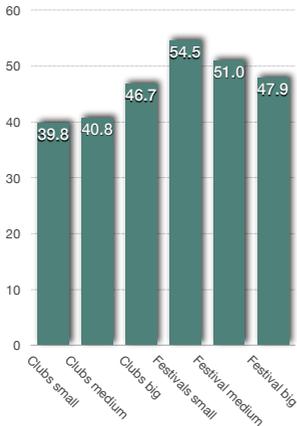
**Toujours la même part pour les frais artistiques...**  
**Immer der gleiche Anteil für Produktionskosten...**



**... sauf dans les petits festivals**  
**... ausser in den Festivals small**

Immer der gleiche Anteil für Produktionskosten..

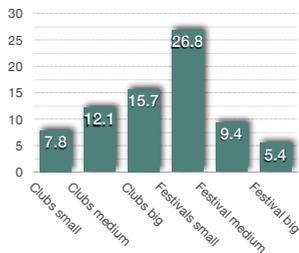
**Au sein des membres PETZI /  
bei den PETZI-Mitgliedern**



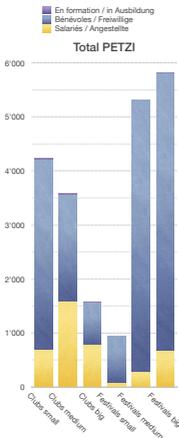
**Moyenne / Durchschnitt:  
CHF 43,20.-**

**Coûts par spectateur  
Kosten pro Besucher**

**Pour les pouvoirs publics /  
Für die Behörden**

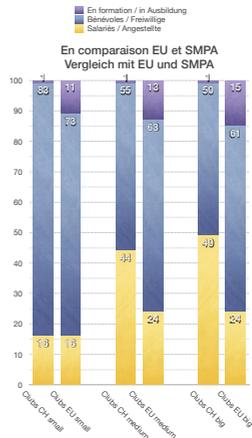


**Moyenne / Durchschnitt:  
CHF 11.-**



**4'000 salariés / Angestellte  
17'400 bénévoles / Freiwillige  
100 en formation / in Ausbildung  
=> 21'500 employés / Mitarbeiter**

**Ressources humaines  
Human Resources**



Kosten pro Besucher  
Human Resources

# Organisation / Dank / Kontakt

Die Konferenz wurde organisiert durch PETZI Verband Schweizer Musikclubs und Festivals.

Konzeption: Gil Vassaux, Yves Mermoud, Oliver Dredge, Albane Schlechten, Yvonne Dünki (PETZI-Vorstand), Martino Guzzardo (Amodotuo GmbH) und die beiden Geschäftsführerinnen

Projektkoordination: Isabelle von Walterskirchen (Geschäftsführerin PETZI Deutschschweiz), Céline Roduit (Geschäftsführerin PETZI Romandie)

Organisation: Yvonne Dünki (fyld gmbh), Isabelle von Walterskirchen, Céline Roduit

Moderation: Martino Guzzardo (Amodotuo GmbH)

Kommunikation & Bericht: Jane Wakefield (fyld gmbh), Isabelle von Walterskirchen, Albane Schlechten

Übersetzung & Redaktion: Anne-Sylvie Mariéthoz, Julien Vuilleumier, Cécile Maurer (Wording Studio), Verena Bühl (Herzog & Vombach)

Grafik: Julia Künzi

Analyse PETZI-Statistik:  
Stéphanie Arboit

Die Konferenz konnte dank der freundlichen Unterstützung des Bundesamts für Kultur, des Bundesamts für Sozialversicherungen, der Konferenz der kantonalen Kulturbefragten und der Schweizerischen Gemeinnützigen Gesellschaft SGG stattfinden. Das Patronat hat die Stadt Bern übernommen.

**Ein herzlicher Dank geht an alle Organisierenden, Beteiligten und Supporter! Und ein grosser Dank an unsere Mitglieder für alles, was sie für die Kultur leisten.**

Für weiterführende Fragen oder Anliegen stehen wir Ihnen jederzeit gerne zur Verfügung.

[www.petzi.ch](http://www.petzi.ch)

**Deutschschweiz:**

Verein PETZI

Isabelle von Walterskirchen

Postfach 678

8038 Zürich

Telefon: +41(0)44 485 58 99

E-Mail: buero@petzi.ch

**Romandie**

Association PETZI

Albane Schlechten

Rue Jacques Gachoud 1

1700 Fribourg

Telefon: +41(0)26 422 39 04

E-Mail: office@petzi.ch

