

## Mein eigener Gesangskurs – Ideen richtig umsetzen

**Kurzfassung eines Vortrag von Martin Vácha und Daniela Schwarz bei einer Veranstaltung des Bundes Österreichischer Gesangspädagogen (BÖG) am 9. April 2005.**

Zweck des Vortrags war es, Lust auf eigene Gesangskurse zu machen. Die beiden Vortragenden haben ihre Erfahrungen als künstlerisch-pädagogischer Leiter (Martin Vácha) und als organisatorische Leiterin (Daniela Schwarz) zahlreicher Projekte eingebracht.

### 1. Idee:

Wer einen Kurs initiieren möchte, sollte sich zunächst ganz genau im klaren sein, welche Inhalte für welche Zielgruppe vermittelt werden sollen. Erst nach der genauen Ausformulierung der Inhalte und der Zielgruppe (Profis? Amateure? Altersgruppe?) ergibt sich die Frage nach dem Personal. Welche Personen, welche Referenten können die Lerninhalte ideal vermitteln? Trotz des Primats der sachlichen Inhalte ist Mut zur Individualität zu empfehlen. Wenn mir französische Barockmusik ein besonderes Anliegen ist, warum soll nicht auch mein Kurs in diesem Bereich einen Schwerpunkt setzen?

Beim Engagieren von Dozenten ist unbedingt darauf zu achten, dass bei Nicht-Zustandekommen des Projekts (evtl. Deadline fixieren?) für mich bzw. für den Veranstalter keine Kosten entstehen. Achtung: Auch ein mündlicher Vertrag gilt nicht nur moralisch sondern auch juristisch!

### 2. Organisation:

➤ *Wer tritt als Veranstalter auf?*

Grundsätzlich gibt es hier folgende Möglichkeiten:

- ich als Privatperson,
- ein gemeinnütziger Verein,
- eine Gebietskörperschaft (das kann auch die Musikschule der Gemeinde XY sein) und schließlich
- eine Firma.

Welche Vor- und Nachteile haben nun diese vier Optionen? Als Privatperson – und diese Einsicht ist von großer Bedeutung – bin ich im Geschäftsleben prinzipiell eine Firma. Auch ein freiberuflich tätiger Gesangslehrer ist ein Unternehmer. Öffentliche Zuwendungen sind hier wohl sehr viel schwerer zu erwarten. Schließlich agiere ich als Firma ja gewinnorientiert und *nicht* gemeinnützig! Diese Variante eignet sich daher hauptsächlich für kleinere Projekte ohne allzu großen Finanzbedarf. Außerdem ist hier die Frage eventueller Haftung jedenfalls zu klären.

Wenn ein gemeinnütziger Verein als Veranstalter auftritt, fällt mir das Ansuchen auf öffentliche Subventionen wesentlich leichter. Andererseits fällt aber natürlich meine alleinige Entscheidungsgewalt zugunsten vereinsinterner Entscheidungsstrukturen weg. Gebietskörperschaften als Veranstalter bieten oft eine bequeme Ausfallhaftung. Hier ist aber die größte Einschränkung meines Handlungsradius zu erwarten.

Ein weiterer Bereich ist hier von wesentlicher Bedeutung: Wenn ich als Firma agiere, kann ich – zumindest in Österreich – nur bis zu einer bestimmten Umsatzgrenze mehrwertsteuerfrei agieren. Ab einer solchen Grenze muss ich bei den Kursteilnehmern Mehrwertsteuer einfordern. Da Kursteilnehmer üblicherweise keine

vorsteuerabzugsfähigen Unternehmer sondern „Endverbraucher“ sind, bleiben sie in diesem Fall natürlich auf diesen Kosten sitzen.

➤ *Wo findet mein Kurs statt?*

Man sollte sofort Fragen nach notwendigen Unterrichtsräumen mit Klavier abklären. Außerdem ist auch in der Anfangsphase der Organisation unbedingt das Fassungsvermögen eventueller Zimmeranbieter sowie die Möglichkeit zur Verpflegung abzuklären. In einem Ort, der nur 12 Fremdenzimmer hat ist es wohl schwierig, einen Kurs für Chöre zu veranstalten...

➤ *Brauche ich weiteres Personal?*

Über das Fachpersonal – also die Dozenten – hinaus wird es in vielen Fällen notwendig sein, auch Mitarbeiter für Organisation und/oder Betreuung der Teilnehmer anzuwerben. Zu bedenken ist v.a., dass man als künstlerisch-pädagogischer Leiter eines Kurses während der eigenen Unterrichtszeit keine Möglichkeit hat, sich um organisatorische Dinge – und seien es Kleinigkeiten – zu kümmern. Desto jünger die Teilnehmer sind, desto eher ist natürlich Betreuung notwendig.

➤ *Gibt es ein Konzert oder andere Veranstaltungen im Rahmen des Kurses?*

Auch dafür muss man natürlich die notwendigen Vorkehrungen (insbes. Raum) treffen.

### 3. Marketing:

Die sich nun stellende Frage lautet: Wie erfahren die potentiellen Teilnehmer von meinem Kurs?

Um diese Frage beantworten zu können, muss ich mir meiner Zielgruppe sowie meines Potentials bewusst sein.

*Ad Zielgruppe:* Wen möchte ich denn gerne ansprechen als Teilnehmer? Soll es ein Anfänger- oder ein Meisterkurs sein? Soll eine bestimmte Altersgruppe eingeladen werden? Solche und noch etliche Fragen mehr werde ich mir stellen, um zu meiner persönlichen Zielgruppe zu gelangen.

*Ad Potential:* Im nächsten Schritt werde ich meine Stärken und Schwächen für mich selbst beschreiben und sie in die Kursgestaltung einfließen lassen. Mein Spezialwissen - die Dinge, von denen ich über ein bisschen oder vielleicht sogar beträchtlich mehr Wissen verfüge als Kollegen – formuliere ich und entscheide, ob ich es in den Kurs integrieren möchte. Dabei ist anzumerken, dass nicht nur Fakten, die das Singen betreffen, Spezialwissen sind. Auch Kontakte, die meinen Kurs einer speziellen Zielgruppe zugänglich machen, sind Spezialwissen.

Ist mein Produkt, wie ich den Gesangskurs nun nenne, fertig, beginnt die Umsetzung. Sie unterteilt sich in vier Kategorien.

➤ *Produkt*

Dies ist unser Gesangsseminar mit allen Zusatzleistungen, wie z. B. Unterkunft, etc.

➤ *Preis*

Darunter versteht man die Seminarkosten sowie Ermäßigungen, Aktionen, etc.

➤ *Distribution*

Hiermit sind die Vertriebskanäle gemeint: wo kann man den Kurs kaufen?

#### ➤ *Kommunikation*

Diese teilt sich in Werbung, PR, Events, Direct Marketing, New Media.

Die PR wird gerne in 3 Phasen durchgeführt: Ankündigung, Durchführung und Nachbereitung.

Zu guter Letzt kommt noch der Punkt der Kontrolle. Hat der Kurs stattgefunden, ist es Usus und sehr lehrreich – vor allem bei Absicht der Wiederholung des Kurses – das Feedback der Teilnehmer sowie der Lehrenden einzuholen.

#### 4. Finanzierungsplan:

Ein Finanzierungsplan sollte erstellt werden sobald die Größe und die wichtigsten Eckdaten des geplanten Kurses bekannt sind.

Am Beispiel einer Einnahmen-Ausgaben Rechnung sollte man folgenden Punkten besondere Beachtung schenken:

In der *Einnahmen-Seite* werden alle Einnahmen, also alles Geld, das zu mir kommt, sei es auch ein Durchlaufposten, aufgezählt und falls für diese noch keine konkreten Summen genannt werden können werden Annahmen eingetragen. Auch Subventionen und Sponsoring werden in der Einnahmen-Seite eingetragen.

In der *Ausgaben-Seite* werden sämtliche Zahlungen, die ich zu tätigen habe, eingetragen. Auch Kosten, die schon vor dem Kurs entstehen, wie zum Beispiel Druckkosten für Folder, werden hier eingetragen, da auch diese Kosten von der Einnahmen-Seite gedeckt werden müssen.

Ein solcher Finanzierungsplan kann im Bedarfsfall einer Förderstelle vorgelegt werden.

#### 5. Partnerschaften:

Grundsätzlich ist zu unterscheiden zwischen

- Partnern, die als Koveranstalter o.ä. das Projekt ideell unterstützen und
- Partnern, die das Projekt finanziell fördern.

Ein Koveranstalter kann in ein Projekt folgende Leistungen einbringen:

- Er stellt Infrastruktur zur Verfügung. Beispiel: Die kooperierende Musikschule stellt ihre Räumlichkeiten und ihr Büro gratis zur Verfügung.
- Er bietet leichteren Zugang zur Zielgruppe. Beispiel: Ich suche mir für ein Chorsemnar den Sängerbund (Dachorganisation der Chöre) als Partner.
- Er schafft Image für das Projekt. Beispiel: Meinem neu gegründeten Verein „Meisterkurse auf Burg Dunkelgrün“ steht die Musikuniversität XY zur Seite.

Idealerweise bietet ein Koveranstalter natürlich mehr als einen Vorteil. Es muss allerdings immer klar sein, dass ein Logo auf meinem Folder oder die Nennung als Partner oder Koveranstalter den eigentlichen Veranstalter nicht von irgendeiner Verantwortung enthebt – außer es gibt diesbezügliche vertragliche Vereinbarungen.

Partnerschaften, die auf eine finanzielle Unterstützung des Projekts hinauslaufen, teilen wir in folgende Gruppen:

- Sponsoring: Der Partner (normalerweise eine Firma) erhält für eine Werbeeinschaltung o.ä. eine Rechnung. Achtung: Sponsoring basiert auf dem Prinzip Leistung gegen Leistung. Die Bezahlung eines Inserats im Programmheft ist keine Spende! In diesem Fall entstünden nämlich Schwierigkeiten bei der steuerlichen Absetzbarkeit auf Seiten des Sponsors.

- Subvention: Sie werden von öffentlichen Stellen auf Basis von gesetzlichen Bestimmungen vergeben. In Frage kommen hier Gemeinden, Länder, der Bund sowie in manchen Fällen die Europäische Union.
- Spenden: Sie werden im Regelfall von Privatpersonen ohne Gegenleistung vergeben. Spenden können einerseits über Erlagscheinaktionen, andererseits als „freie Spenden“ bei Konzerten generiert werden.

Partnerschaften bringen beiden Teilen etwas und schaffen dadurch sog. win-win-Situationen. Keinesfalls sollte man aber vergessen, seine Partner auch regelmäßig zu betreuen.

## 6. Evaluierung:

Wie schon zuvor erwähnt ist die Evaluierung ein sehr wichtiger Punkt beim Veranstellen eines Seminars. Vor allem, wenn ich die Absicht habe, den Kurs zu wiederholen. Der Teilnehmer wird als Kunde gesehen und ich möchte die Zufriedenheit des Kunden erfahren.

Hierbei gibt es verschiedene Möglichkeiten:

- Persönliches Feedback
- Organisationspostkasten während des Kurses
- E-mail Feedback nachträglich
- Feedbackfragebogen

Dieselben Möglichkeiten gibt es natürlich für das Lehrpersonal bzw. die Mitarbeiter an dem Kurs. Eine Nachbesprechung wäre eine weitere Feedback-Möglichkeit.