



„Anfangs war alles noch sehr rudimentär“

Kultour, Spezialist für mobile Bühnen, hat unmittelbar nach Beginn der Corona-Pandemie seine Pläne für 2020/2021 angepasst. Neben Investitionen in Marketing und Vertrieb entwickelte man neue Produkte, mit denen man den angestammten Markt zum Teil verlassen hat. Ein Gespräch über gestern, heute und morgen mit Geschäftsführer Hans von Burkersroda.

Vorab eine Frage: Was hat Corona bei Kultour verändert?

Wir sind bisher ganz gut durch die Krise gekommen, hatten wir doch einen sehr guten Auftragsbestand, den wir bis in den Oktober hinein abarbeiten konnten. Jetzt gerade entdecken viele unserer Kunden ihre Möglichkeit, Instandhaltungs-Arbeiten und ab Januar auch Modernisierungen ihrer Bühnen bei uns vornehmen zu lassen.

Das klingt positiver als bei vielen anderen, daher erst einmal ein Blick zurück: Heute gibt es zwei Unternehmen mit dem Namen Kultour, auf der einen Seite ein Busunternehmen im Bereich des Touring und auf der anderen Seite den Anbieter mobiler Bühnen & mehr. Wie kam es dazu?

In den späten 70er Jahren gab es bei uns in Münster einen Verein für Reisen und Touristik mit Bussen, die kleinere Reisegruppen in die „spannenden“ Gebiete in Europa brachten, etwa nach Albanien, Russland oder Island. Durch Zufall lernte ich während meiner Zeit als BWL-Student diesen Verein kennen, wurde binnen kürzester Zeit in die Organisation eingebunden und war fortan für die Disposition der Busse zuständig. Aus diesem anfänglichen Hobby wurde schließlich mit Übernahme des Vereins durch ein paar Freunde und mich ein Beruf.

Wir teilten dann die unterschiedlichen Reise-Segmente auf und gründeten einzelne, kleine Unternehmen, so etwa die heute immer noch existierende „Horizonte“, die Klassenfahrten, Schulausflüge und Gruppenreisen anbietet. Die zweite Firma hieß „Kultour“ und befasste sich mit

Tourneen. Damit waren wir quasi Vorreiter in diesem Segment und befassten uns anfangs nur mit Gruppen. Unser größter Kunde damals hieß „Internationales Institut für vergleichende Musikstudien“. Deren Aufgabe bestand darin, Künstler aus Papua-Neuguinea, Algerien und vergleichbaren Ländern aus der ganzen Welt gezielt in Europa touren zu lassen – ein halbstaatliches Unternehmen.

Das war sozusagen der Startschuss im Tourgeschäft. Und je komfortabler die Busse wurden, umso mehr Künstler kamen zu uns. Zu den ersten zählte Eric Burdon. Es war seinerzeit noch so, dass wir Sitzgruppen mit gegenüberliegenden Sitzen und Tischchen dazwischen hatten – wie in einem Bahnabteil. Wir haben dann Bretter und Matratzen darüber gelegt, sodass die Musiker dort auch schlafen konnten. Das war allerdings noch sehr rudimentär.

Aus diesen Anfängen hat sich der Kultour Tourneeservice als Teil einer größeren Firmengruppe von sechs Freunden und mir entwickelt. Mitte der 90er Jahre erwischte uns eine schwere Krise, die nicht alle Unternehmensteile überlebt haben. Im Herbst 1994 wurde dann die Firma Kultour mit dem Tourneegeschäft neu gegründet. Als das Unternehmen sich gerade wieder stabilisierte, kam die nächste Krise mit dem plötzlichen Verfall des englischen Pfunds, der dazu führte, dass die ganzen englischen Tourbusse aufgrund des günstigen Umrechnungskurses plötzlich auf dem europäischen Festland unterwegs waren. Das brachte mich zu der Frage, was man alternativ tun könnte.





Und dann sagt man sich einfach so: „Baue ich halt mobile Bühnen“?

Nicht ganz. Wie es der Zufall so will, fragte jemand, ob ich nicht eine Idee für eine große Bühne hätte, die einem Orchester Platz biete und 20 Minuten nach der Vorstellung bereits wieder verschwunden sein müsse. Nach längerer Suche fand ich die Firma Europodium im Elsass, die damals bereits mobile Bühnen baute und die gewünschte Trailerbühne im Angebot hatte. Diese mobilen Bühnen faszinierten mich dermaßen, dass ich von einem Besuch vor Ort die kleine mobile Bühne „Stagecar 3“ mitbrachte. Da es diese Art von Bühnen in Deutschland bis dato noch nicht gab, war die neue Geschäftsidee geboren.

Trotz längerer Überlegung fiel mir kein passender Name für die erste deutsche Trailerbühne ein, also nannte ich sie einfach „Willy“ – wie der Vorname. Binnen kürzester Zeit verkauften wir rund 100 Stück – und damit war „Willy“ in der Branche ein Begriff. (Foto links unten) Doch mit dem Erfolg kam auch der Wettbewerb, und es kam zu Differenzen mit dem französischen Hersteller. Also begannen wir, unsere eigenen Bühnen zu entwerfen und zu bauen. Prinzipiell hielten wir uns an „Willy“ als Muster und sind bis heute dafür bekannt, dass unsere Bühnen auf Fahrgeräten montiert sind und sich ausklappen. Verglichen mit den anderen Konstruktionen spart man auf diesem Weg bis zu 90 Prozent Zeit und Personal - und letzten Endes geht es nur darum.

Gab es auch ein Vermietgeschäft?

In der Tat. Aus dem Bühnenverkauf hatte sich relativ schnell auch eine Bühnenvermietung entwickelt. Unsere 4 bis 5 Vorführmodelle wurden während der laufenden Saison vermietet und zu Saisonende abverkauft. Bereits nach kurzer Zeit war das Mietgeschäft größer als das Handelsgeschäft, sodass wir uns einige Jahre lang ausschließlich um die Bühnenvermietung gekümmert haben. Unter tatkräftiger Unterstützung von Michael Lück (Expo Engineering, Bild unten Mitte) begannen wir im Laufe der Zeit aber wieder, eigene Produkte zu entwickeln. Unsere erste gemeinsam entworfene Bühne war die Smart Stage 80, eine 10 x 8 m große

Trailerbühne, die es zu dem Zeitpunkt in Deutschland noch nicht gab. Später kamen Tribünen dazu. Diese waren besonders erfolgreich im Sport, allen voran Reiten und Radfahren. Das führte dazu, dass irgendwann unser Tribünenpark deutlich größer als unser Bühnenpark war.

Dennoch wurde der größere Vermietbereich aufgegeben – um sich auf das kleinere Herstellungs- und Verkaufsgeschäft zu konzentrieren?

Das große Problem in der Vermietung mobiler Bühnen ist die Saisonalität. Entweder hat man zu wenig Material und Personal – oder alles steht still. Also haben wir einen Schlussstrich gezogen, die vorhandenen Bühnen verkauft und die Tribünen zwar behalten, aber das Handling ausgelagert. Von dem Moment an konnten wir uns vollständig auf die Herstellung konzentrieren. Alternativ hätten wir den Markt monopolisieren und den einzigen ernstzunehmenden Mitbewerber aus dem Geschäft drängen können. Aber erstens wollte der Kollege damals nicht verkaufen, und zweitens hatten wir auch nicht das entsprechende Personal, sodass letztendlich auch die nötige Motivation fehlte. Wir haben uns also auf die Herstellung konzentriert.

War diese Umstellung eine gute Entscheidung?

2013 Haben wir die Bühnenvermietung aufgegeben und damit angefangen, den Stahlbau selbst zu machen. 2017 folgte die Aufgabe der Tribünenvermietung. Und ja: Es war eine gute Entscheidung. Wir haben trotz Aufgabe eines ganzen Geschäftszweigs nicht an Umsatz eingebüßt. Im Gegenteil: Wir haben den Verlust aus der Vermietung überkompensiert.

Sind die Kunden diesen Weg einfach mitgegangen? Schließlich geht es beim Kauf einer mobilen Bühne um erhebliche Summen, und in Zeiten wie diesen bedeutet eine Investition oftmals auch, dass bereits lange vor dem Liefertermin Gelder fällig werden...

... das nennen wir Saisonalität im Kopf unserer Kunden. Der gemeine Bühnenkunde denkt im März zu Frühlingsbeginn über Anschaffungen





nach. Er möchte die bestellte Bühne natürlich spätestens Anfang Mai einsetzen können. Eine für einen Hersteller ziemlich ungünstige Situation, kann er ja nicht nur drei Monate produzieren, sondern bestenfalls das ganze Jahr über. Heute produzieren wir große Bühnen nur auf Anfrage. Kleine Bühnen haben wir allerdings immer auf Lager.

Bestellt ein Kunde nun eine große Bühne, folgt die nächste Schwierigkeit: Er soll bei Auftragsvergabe schon für eine Finanzierung bezahlen, bevor die Ware geliefert wurde. Als Folge bestellen die Kunden wiederum eine neue Bühne so spät wie möglich. Wir als Hersteller dagegen wünschen uns im Idealfall Bestellungen gleich nach der abgelaufenen Saison, damit wir genügend Zeit für die Herstellung haben.

Ein schwierig zu lösender Balanceakt.

Keineswegs. Mit unserem Finanzierungs-Partner (*die abc-Finance GmbH – Anmerkung der Red.*) bieten wir seit kurzem einen ganz einfachen Weg, um dieses Problem zu lösen: Mit Unterzeichnung des Kaufvertrags wird eine Anzahlung fällig, die unser Partner an uns auszahlt. Die anfallenden Zinsen werden durch uns übernommen. Damit beginnt für den Kunden die Zahlung der Leasing-Rate erst bei Lieferung, also dann, wenn auch durch die Vermietung der Bühne Einnahmen fließen. Wir finden auch in Zeiten der Pandemie immer eine Lösung.

Findet die Produktion komplett hier vor Ort statt?

Die Endmontage und der Stahlbau bis ca. 10 Meter Länge findet komplett hier statt. Was größer ist, lassen wir fertigen, aber unter unserer Kontrolle. In unserem Beschichtungswerk wird beschichtet.

Wie sieht es mit dem Wettbewerb aus?

Da muss man den Markt aufteilen in die Bereiche bis 3,5 Tonnen und über 3,5 Tonnen, in Bühnengrößen gesprochen heißt das heißt, 8 x 6 m oder 9 x 7 m. Im Bereich von 3,5 Tonnen haben wir Mitbewerber, zum Beispiel in Deutschland Stagemobil oder in Österreich Stagepartner sowie ein paar ganz agile Firmen in Osteuropa, die ihr Geschäft ausschließlich über den Preis machen und unsere Produkte kopieren, ohne unser Know How zu besitzen. Aber ich denke, die Kunden erkennen auch, dass wir mit Ingenieuren arbeiten und nicht nur mit Handwerkern, die das irgendwie zusammensetzen. Unterm Strich liegt unser Marktanteil bei den kleinen Bühnen schätzungsweise bei 30 %, bei den großen bei rund 50 bis 60 %.

Wie sind die gesetzlichen Vorgaben für mobile Bühnen?

In Hinblick auf das Gesetz bewegen wir uns in einer großen Grauzone, da diese Bühnen gewissermaßen Zwitter sind: Einerseits sind es Fahrzeuge und andererseits sind es Bauwerke. Als Fahrzeuge unterliegen sie den normalen Fahrzeug-Richtlinien, und als Bauwerke unterliegen sie dem Baurecht. Wie auch beim Hausbau gibt es eine Statik, eine Bauabnahme usw., mit dem Unterschied, dass es eben ein „fliegender“ Bau ist, den man an verschiedenen Orten aufstellen kann. Die Baugenehmigung für

größere Bühnen ist das Baubuch. Davon ausgenommen sind nur Bühnen unter 5 Metern Höhe.

Das wiederum interpretieren viele Leute so, dass sie in den Segmenten unterhalb der Grenze von 5 Metern Höhe und 75 Quadratmetern Fläche die Bühne nicht als Bauwerk ansehen; und auch die Aufsichtsbehörden sagen, dass sie sich um diese Fälle nicht kümmern, was oft zu Unstimmigkeiten führt. Im Bereich über 5 Metern Höhe und über 75 Quadratmetern Fläche ist man zwingend an die Vorschriften gebunden.

Gibt es neben den gesetzlichen Vorgaben weitere zu beachtende Sicherheitsaspekte?

Man unterscheidet bei Bühnen die beiden Zustände „in Betrieb“ und „außer Betrieb“. In Betrieb muss die Bühne bis zur Windstärke 8 standhalten.

Nimmt man die Bühne außer Betrieb, entfernt man die Rücken- und Seitenwände, was auf der Bühne zu einer steifen Brise führen kann oder anders: Das Schlagzeug fliegt dann schon fast weg. Auch gibt es bei den meisten LED-Wänden Probleme, da sie eine große Windangriffsfläche bieten und man sie nicht ohne weiteres abtakeln kann. Ganz anders unserem mobilen Smart Screens: Die klappt man einfach ein - und aus dem Bauwerk wird ein Fahrzeug.

Bei den Rückwänden gibt es seit ein paar Jahren die Vorschrift, dass man von unten die Rück- und Seitenwand entfernen können muss, wenn man von dem „In-Betrieb-Zustand“ in den „Außer-Betrieb-Zustand“ wechselt und es schon ziemlich windig ist. Niemandem ist zuzumuten, bei Sturm mit einer Leiter irgendwo in 10 Metern Höhe irgendetwas abzubauen.

Also haben wir anfangs Rückwände entwickelt, die durch einen einfachen Mechanismus nach unten fallen – eine suboptimale Lösung, da die Rückwände oft nicht so fielen, wie sie sollten. Wir brauchten also eine andere Lösung: Heute ziehen wie die Rückwand komplett hoch – wie bei einer Gardine. Dann fängt zwar der Stagemanager wegen des Schlagzeugs an zu schreien, aber das muss man als Bühnenbetreiber aushalten.

Kann man bei Bedarf einer richtig großen Bühne zum Beispiel 4 kleinere Bühnen miteinander kombinieren?

So etwas kann meines Wissens nach nur der kanadische Weltmarktführer Stageline, den ich sehr respektiere. Das Unternehmen baut tatsächlich 16 Meter breit, 15 Meter hoch und 60 Tonnen schwer. Es kommen beim Einsatz mehrere Trucks, die zusammen eine hybride Bühne errichten: Ein Truck liefert den ausklappbaren Boden, ein weiterer Truck hat vier Masten geladen, die mit einem Kran eingesetzt werden und ein dritter Truck bringt das Dach, das ausgerollt und mit den Masten hochgefahren wird. Trotz des Aufwands ist das deutlich effektiver, als alles mit der Hand zu bauen.

Gibt es weitere Sonderbauten?



Es gibt auch mobile Bühnen, in denen Licht und Ton integriert ist. Da die Anforderungen und Wünsche jedoch so unterschiedlich sind, machen das die Kunden zumeist in Eigenregie.

Dann gibt es noch die Abteilung Showtrucks. Die dienen teilweise einem ähnlichen Zweck wie eine Bühne, sehen aber anders aus: Das Dach ist immer 2,50 Meter und nicht 5 Meter hoch, und sie haben auch ansonsten andere Features. Man drückt drei Knöpfe, und das Ding klappt auf – aber es bleibt immer ein Lastwagen. Die Fläche an sich ist sehr begrenzt, eine Traglast im Dach oder Traversen, an die man etwas montieren kann, ist gar nicht vorhanden.

Aber es gibt auch mobile Bühnen, die per Knopfdruck aufgebaut werden?

Alle großen Trailerbühnen arbeiten mit hydraulischen Systemen, die mit Knöpfen oder Hebeln bedient werden. Bei uns geschieht dies immer durch das Bedienteil einer Funk-Fernsteuerung. Leider reicht es aber nicht aus, nur ein paar Knöpfe zu drücken, und die Arbeit ist getan. Die hydraulische Anlage dient nur dazu, die Baugruppen zu bewegen, für die Körperkraft nicht ausreicht. Wenn die Hydraulik ihre Arbeit erledigt hat, bleibt noch genug Handarbeit zu tun: Geländer setzen, Windverbände einbauen, Spindeln anziehen usw. Dennoch ist die Zeitersparnis enorm: Im Vergleich zu einer modularen Bühne fallen beim Aufbau nur 10-15 anstelle 100-150 Mannstunden an.

Verlierer der Pandemie ist eine andere große Bewegung: Fridays For Future. Ist es in diesen Zeiten noch möglich, nachhaltig zu wirtschaften? Was ist überhaupt an mobilen Bühnen nachhaltig?

Ich sollte vor einiger Zeit einen Bericht über Nachhaltigkeit schreiben. Natürlich sammeln wir unser Regenwasser, heizen mit Holz und nutzen unseren Solarstrom vom Dach. Das habe ich alles geschrieben. Doch dann habe ich angefangen, mich mit der Nachhaltigkeit von



Stahl zu beschäftigen. Ein Produkt aus Stahl wird in der Regel drei mal recycelt. Also ein Stück Stahl wird einmal im Stahlwerk hergestellt und hält ungefähr 100 Jahre und manifestiert sich im Schnitt in drei verschiedenen Formen. Und damit sind wir bei den großen Themen Nachhaltigkeit und Umweltschutz. Viele sagen, die Stahlwerke und die Zementwerke sind die schlimmsten Umweltverpester, und da ist auch etwas dran. Aber wenn man das jetzt mal in Relation setzt zu der Lebensdauer des Produkts, dann hat es doch schon wieder eine gewisse Nachhaltigkeit, oder? Hinzu kommt die Nachhaltigkeit bei Transport und Handling

Unsere Bühnen halten 20 Jahre oder länger und kommen mit sehr wenig Wartung aus. Lediglich die Dächer (aus Plane oder Blech) müssen im Schnitt nach zehn Jahren einmal getauscht werden.

Die nachhaltige Zukunft wird im Moment überlagert von den Problemen der Krise. Die jungen Leute kommen sicherlich zurück, und werden ihre Themen setzen.

Bei einer solchen Langlebigkeit: Ist der Markt dann nicht irgendwann gesättigt?

Dieser Markt sättigt sich nicht. Unsere Klientel segmentiert sich ja. Das sind zum einen die Städte und Kommunen, die in der Regel ihre eigenen Bühnen haben und diese nach 10 bis 15 Jahren austauschen. Die Verleiher bilden die zweite Gruppe. Hier folgt das Investment anderen Regeln: Große Verleiher tauschen ihr Material regelmäßig aus. Die Lebensdauer spielt hier kaum eine Rolle, die Verleiher wollen „frisches Material“ haben, damit sie beim Kunden besser dastehen oder auch, weil sie aufgrund hoher Gewinne etwas abschreiben müssen – die Gründe sind vielfältig. Verleiher wechseln ihren Bestand an mobilen Bühnen etwa alle vier bis sechs Jahre.

Außerdem verändert sich der Markt: 8 x 6 Meter-Bühnen mit Traversen und Bühnenpode



**FLÜSTERLEISER PROFI:
EYE-740**



MOTOR. ZOOM FLICKER FREE RDM

RGBW 1 - 16°

WIRELESS SOLUTION
MADE IN SWEDEN

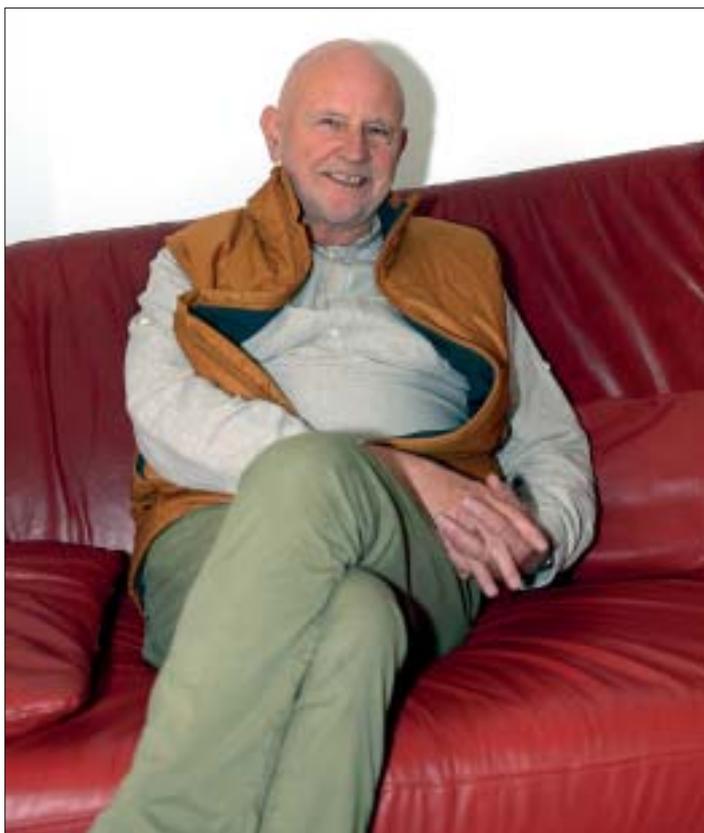


UPGRADE



Futurelight®

AGAINST DARKNESS



sten, die vor 20 Jahren noch als Renner galten, braucht heutzutage kein Mensch mehr.

Aber alle klagen über zu wenig und zu teures Personal und schreien nach effektiven Lösungen im Bereich großer Bühnen. Hier ist es nun einmal so, dass man heutzutage Personal mieten muss, das kostet mindestens 30 Euro die Stunde. Nach acht Stunden lassen die den Hammer fallen bzw. wenn sie länger arbeiten müssen, dann kosten sie 25 % mehr. Um eine große Bühne zu bauen, braucht man im Schnitt zehn Leute für zwei Tage – und das ist dann das Feld, in dem wir uns bei den großen Bühnen bewegen. Allerdings gehen unsere Überlegungen nicht in Richtung größerer Bühnen, sondern eher höherer Individualität, d.h. wie gehen seit einigen Jahren exakt auf Kundenwünsche ein, seien es veränderbare Bühnenhöhen oder seitliche Anbauten oder FOH-Bereich.

Seit rund drei Jahren sind wir auch im Maschinenraum etwas anders aufgestellt und haben auch einen Maschinenbauingenieur und einen Metallbaumeister in unseren Reihen. Diese gehen die Dinge anders an, als wir es früher als Mischung aus Praktikern, Kaufleuten und Handwerkern getan haben. Ich würde sagen, wir arbeiten heute deutlich substantieller und erreichen so die besseren Lösungen. Da auch mein Arbeitsleben wie alles irgendwann ein Ende hat, arbeitet sich seit April diesen Jahres mein Sohn Fritz als Ingenieur in das Aufgabenfeld ein, um in absehbarer Zeit das Steuer zu übernehmen.

Haben sich angesichts des vergangenen Jahres durch Corona diese Ziele des Unternehmens verändert? Sind die geplanten Neuheiten geblieben, oder hat man reagiert?

Wir haben sehr schnell nach Ausbruch der Krise die Entwicklung an unserem Programm, unsere großen Bühnen durch einfach zu handelnde Anbauten festival-tauglich zu machen, gestoppt. Wir hatten geplant, einen mobilen FOH und mobile Anbauten für unsere Großbühnen zu entwickeln. Dieses Projekt wurde auf 2022 verschoben. Wir investieren massiv in Vertrieb und Marketing und haben neue Produkte entwickelt, mit denen wir unseren angestammten Markt zum Teil verlassen.

Zum Beispiel?

Wir haben mit dem Smart Screen Guide ein digitales System zum Crowd Management entwickelt, das überall dort zum Einsatz kommt, wo Menschenströme geleitet werden sollen, von allgemeinen Veranstaltungen über Festivals, Messen oder im Verkehr bis hin zu Corona-Impf-Stationen. Das System besteht aus einem LED-Screen mit einfach zu bedienender Zuspield-Einheit, der auf einem Mast montiert ist. In der kleinen

Version ist der Mast fest und der Screen hat das Format von ca. 2 x 1 m. Die große Version hat einen Screen von ca. 4 qm, der horizontal und vertikal ausgerichtet werden kann und mit einem hydraulischen System aus einer Kiste ein- und ausfährt. Beide Systeme funktionieren plug-and-play und brauchen keinen Techniker für Aufbau und Betrieb.

Neu ist auch eine mobile Raumeinheit „Smart Space“, die sich aus einer LKW-Wechselbrücke zu einem überdachten, ca. 100 qm großen Raum mit einem 5 Meter hohen Dach ausklappt, einsetzbar etwa im Bereich Hospitality oder bei Merchandise-Einheiten auf Veranstaltungen aller Art.

Zurück zum Kerngeschäft der Bühnen: Wie lange dauert die Fertigung einer Bühne im Schnitt?

Man muss hier Herstellungsprozess im Stahlbau und den Montageprozess unterscheiden. Also eine kleine Bühne zu montieren, dauert zwischen drei und fünf Tagen. Bei den großen Bühnen gibt es Stahlbaugruppen. Da braucht man pro Stahlbaugruppe ungefähr eine Woche bei einem Schweißer – insgesamt also vier bis sechs Wochen für den Stahlbau. Die anschließende Beschichtung dauert zwei Wochen, danach folgt der Transport, und dann wird montiert. Eine Smart Stage 120 montieren wir in zwei Wochen. Zusammengefasst beträgt die reine Arbeitszeit rund acht Wochen, mit Lieferzeiten usw. das Doppelte – also 15 bis 16 Wochen für eine große Bühne.

Verkauft Kultour auch ins Ausland?

Sehr viel! Unsere Exportquote bezogen auf den jährlichen Umsatz von etwa zwei Millionen Euro beläuft sich häufig auf 50 Prozent. Wir verkaufen viel in die Schweiz, nach Skandinavien und sogar nach Australien und Afrika. Viele Kontakte entstehen über das Internet. Die Interessenten geben „mobile stage“ ein – und wir werden „ausgespuckt“. Wir pflegen einen intensiven und guten Kundenkontakt, da wir ja ausschließlich direkt verkaufen.

Auch Messen sind für uns sehr wichtig. Aber während der derzeitigen Pandemie flammt die Skepsis gegenüber Messen wieder auf. Wird es in 15 Jahren noch Messen geben, oder werden Messen durch das virtuelle Angebot ausgetrocknet? Ich denke, dass Messen verschiedene Funktionen haben, hauptsächlich „Meet & Greet“ und natürlich die Präsentation von Produkten. Meet & Greet könnte man auch anderswo machen, aber unsere Produkte zeigen können wir nur im realen konkreten Raum. Und wenn jemand eine größere Summe investiert, dann will er das Produkt real sehen – nur auf dem Papier oder im Netz reicht da nicht aus. Viele Aussteller knüpfen ihre Entscheidung an die Kosten-Nutzen-Frage und gehen mit gewissen Erwartungen auf eine Messe. Wir schrauben unsere Erwartungen gar nicht so hoch, denn – ganz ehrlich: Wir wissen nicht, was als Ergebnis bei einer Messe herauskommt. Für mich ist daher der Verkaufserfolg die Summe aus allen Marketingaktivitäten insgesamt und nicht von einer isolierten, speziellen Aktivität.

Und wie wichtig sind aus Sicht von Kultour Fachverbände wie VPLT, ISDV & Co.?

Fachverbände sind schon wichtig, wobei mein Eindruck war, dass Jens Michow mit seinen Veranstaltern (*BDKV = Bund Deutscher Konzert-Veranstalter - Anmerkung der Red.*) während der Corona-Krise am besten durchgedrungen ist, auch in der Politik und bei den Medien. Möglicherweise deshalb, weil dieser Verband das klarste Profil hat und nicht eine Reihe von Mitgliedern mit unterschiedlichsten Interessen vom Lehrling über den Solo-Selbstständigen bis hin zu Dienstleistern und Herstellern wie beim VPLT. Inwieweit die jetzt beschlossenen Maßnahmen auf welche Intervention von welchem Verband zurückzuführen ist, kann ich nicht beurteilen. Allerdings sollten sich meines Erachtens Verbände hinsichtlich ihrer Mitglieder stärker profilieren und besser vernetzen.

Noch einmal ganz zurück zum Anfang: Aus dem Freundeskreis von damals ist also einmal der Bühnenhersteller Kultour hervorgegangen. Und sonst?

Die Firma Kultour und Tourneeservice, die den gleichen Schriftzug hat wie wir, gibt es heute noch. An der Firma sind wir aber nicht beteiligt. Von den ursprünglich fünf Eigentümern ist heute nur noch die Firma Prima Klima aus Berlin aktiv. Dieser Markt hat sich entgegen meiner Erwartung sehr gut entwickelt. Dadurch, dass die Künstler heute nur noch auf Tour ihr Geld verdienen, hat sich dieser Tourneebereich unglaublich ausgeweitet. Wir alle blicken jedenfalls mit Spannung und Hoffnung auf ein baldiges Ende der Krise und positiv ins Jahr 2021.