

Autor: **Yves Chapuis**

BLASMUSIK DER ZUKUNFT

Was die Generation
über ihr Hobby sagt

Umfrage in der Deutschschweizer Blasmusikszene im Frühling 2020



Bild: MG Lyss

Entstanden im Rahmen einer Masterarbeit am Institut für Musikwissenschaft der Universität Bern.

Inhalt

Einleitung	1
Weiterführende Informationen	2
Die Umfrage	3
F1 Was ist dein Geschlecht?*	3
F2 Was ist dein Jahrgang?*	4
F3 In welchem Kanton befindet sich dein Verein?*	5
F4 Wie lange spielst du schon in einem Blasmusikverein (ohne Jugendmusik, etc.)?*	7
F5 In wievielen Blasmusikvereinen spielst du im Moment regelmässig (ohne Jugendmusik, etc.)?*	7
F6 Wo wohnst du?*	8
F7 Was ist deine Funktion im Verein?*	9
F8 Was ist der ausschlaggebende Grund, wieso du in deinem Verein bist?*	10
F9 Bitte erstelle eine Rangfolge der Musikstile, die du privat am liebsten hörst.....	12
F10 Bitte erstelle eine Rangfolge der Musikstile, die du im Verein am liebsten spielst/spielen würdest.	14
F11 Hörst du zuhause Blasmusik?.....	16
F12 Wieso hörst du nicht oder nur selten Blasmusik? Was gefällt dir nicht?.....	18
F13 Wie empfindest du die Verteilung der Musikrichtungen im Repertoire deines Vereins?.....	21
F14 Wie gefallen dir folgende Auftrittformen?.....	28
F15 Wie stark stimmst du folgenden Aussagen zu?.....	32
F16 Wie stark stimmst du folgenden Aussagen zu?.....	36
F17 Was motiviert dich, in deinem Verein mitzuspielen?	41
F18 Was findest du störend an deinem Verein bzw. was würdest du verbessern?.....	42
F19 Wie siehst du die Zukunft der Blasmusik?	45
Zusammenfassende Bemerkungen zum Repertoire	48
Zusammenfassende Bemerkungen zum Marketing	49
Fazit	52

Einleitung

Blasmusikvereine in der Schweiz (und auch anderswo) leiden unter Mitgliederschwund – eine Problematik, die in den Vereinen und Verbänden regelmässig thematisiert wird. Konkrete und ausführliche Untersuchungen zu den bestehenden Schwierigkeiten sind jedoch nur spärlich vorhanden. In meiner Masterarbeit wollte ich deshalb einen Überblick über die aktuellen Probleme dieser Musizierpraxis erstellen und auch versuchen, mögliche Lösungsansätze zu finden. Dabei habe ich mich vor allem auf die Frage fokussiert, wie die Generation Z (Jahrgänge 1995–2010) in den Blasmusikvereinen ihr Hobby empfindet.

Im Frühling 2020 habe ich im Rahmen meiner Untersuchungen eine Umfrage in der Deutschschweizer Blasmusikszene durchgeführt, die auf den folgenden Seiten ausgewertet wird. Dabei fokussiere ich mich in erster Linie auf einen Vergleich zwischen den Ergebnissen der Gesamtumfrage und denjenigen spezifisch der Generation Z (Jahrgänge 1995–2010). Es geht mir darum herauszufinden ob, und wie, die Meinung dieser Alterskohorte von den Ansichten anderer Generationen abweicht, beziehungsweise, wie die Jugend besser in Blasmusikvereinen integriert werden kann. Die einzelnen Fragen habe ich tabellarisch und teilweise auch grafisch ausgewertet. Zusätzlich habe ich die Ergebnisse jeweils kurz kommentiert.

Die MG Lyss

Meine Masterarbeit beschäftigt sich speziell mit einer Fallstudie in der Musikgesellschaft Lyss, in der ich selbst Mitglied bin. Diese Formation wird daher auch in der folgenden Auswertung erwähnt und soll hier kurz vorgestellt werden. Die MG Lyss besteht zu 58.4% aus Mitgliedern der Generation Z. Durch diesen tiefen Altersdurchschnitt stellt die Formation ein ideales Fallbeispiel dar, um zu untersuchen, was diese Generation möglicherweise an der Blasmusikszene verändern wollen würde. Der Verein hat im Sommer 2019 sein visuelles Auftreten modernisiert, seine Präsenz in den sozialen Medien erhöht und sich auch musikalisch neu ausgerichtet. Auf diese Weise versucht die MG Lyss, sich für jüngere Generationen attraktiver zu präsentieren und so ihren Mitgliederschwund aufzuhalten.

An einem äusserst erfolgreichen Konzert in der Kulturfabrik KUFA Lyss im September 2020 spielte der Verein ein Programm mit Arrangements aus den Bereichen der Pop-, Rock- und Filmmusik. Unterstützt wurde sie dabei von einer Sängerin, einem Rapper sowie einer Lichtshow. Dass die Formation aber nach wie vor grossen Wert auf ihre sozialen Aspekte legt, bewies sie mit einem Online-Adventskonzert, welches im Dezember 2020 in über 90 Altersheimen aus der ganzen Schweiz gestreamt wurde.

Mehr Informationen zur MG Lyss:

Web: www.mglyss.ch

Facebook: facebook.com/mglyss | Instagram: @mglyss | TikTok: @mglyss_official

Blasmusik der Zukunft

Gerne bieten wir an, unser Wissen und unsere Erfahrungen aus der Musikgesellschaft Lyss auch deinem Verein näher zu bringen und euch bei konkreten Problemen mittels Umfragen, Präsentationen und/oder Workshops zu unterstützen. Für mehr Informationen erreichst du uns über blasmusikderzukunft.ch.

Unser Angebot

Problemanalyse: Umfragen, Mitgliedergespräche

Um den Herausforderungen in eurem Verein auf die Spur zu kommen führen wir individuell zusammengestellte Umfragen durch und werten die gewonnenen Daten anschliessend aus. Die Ergebnisse stellen wir euch entweder als PDF zusammen oder präsentieren sie gleich allen Mitgliedern an einem Vereinsanlass. Nach Wunsch bereiten wir zusätzlich gemeinsam mit euch Mitgliedergespräche vor. Durch diese Gesprächen kommt jedes Mitglied zu Wort und kann sich persönlich zum Verein äussern. Anschliessend finden wir gemeinsam mit euch Lösungsstrategien zu den aufgedeckten Schwierigkeiten.

Zukunft meines Vereins – Brainstorming

Um mit den rasanten gesellschaftlichen Veränderungen mitzuhalten, müssen sich die Vereine zukunftsorientiert weiterentwickeln. Dies setzt in allen Bereichen Offenheit für neue Ideen und Konzepte voraus.

Unser Team organisiert mit euch ein Brainstorming, an dem die Vereinsmitglieder ihre Ideen für die Zukunft einbringen können. Mittels gezielter Methoden regen wir die Kreativität der Anwesenden an, so dass alle ihre Stimme einbringen können.

Gemeinsam decken wir Stärken und Schwächen eures Vereins auf und erarbeiten mögliche Ziele und Projekte.

Image / Marketing / Auftrittskonzept

Durch gezielte Veränderungen in eurem visuellen Auftreten – sowohl digital wie analog – helfen wir euch, das Image eures Vereins zu verbessern und einen bleibenden Eindruck in der Öffentlichkeit zu hinterlassen. Zusätzlich beraten wir euch in der Organisation und Gestaltung von attraktiven Events und Konzerten, die euer Zielpublikum ansprechen.

Analyse der Führungsstrukturen

Nach einer gezielten Analyse der Führungsstrukturen im Verein beraten wir euch in der Aufstellung einer modernen, teamorientierten Organisationsstruktur. Die Arbeit in Teams vereinfacht die Miteinbeziehung von Mitgliedern in aussermusikalische Aufgaben. So können Arbeiten gleichmässiger auf alle Schultern verteilt werden.

Technische Unterstützung

Gerne unterstützt euch unser junges Team in konkreten technischen Angelegenheiten. Wir beraten euch in der sinnvollen Nutzung von sozialen Medien wie Facebook, Instagram oder Tiktok und gestalten gemeinsam mit euch eine moderne, visuell ansprechende Vereinswebseite. Nach Wunsch können wir die Betreuung der Homepage entweder komplett übernehmen – vom Konzept über die Gestaltung bis hin zur Instandhaltung – oder euch in der Bedienung der entsprechenden Tools schulen.

Das Team

Yves Chapuis, M.A. ist Musikwissenschaftler, Dirigent, Tubist und Verfasser einer Masterarbeit zum Thema «Blasmusik der Zukunft. Was die Generation Z zu ihrem Hobby sagt». Nebst dem musikalischen Bereich kennt er sich auch im Marketing sowie in der Informatik bestens aus und bietet seine Unterstützung in allen Bereichen gerne an.

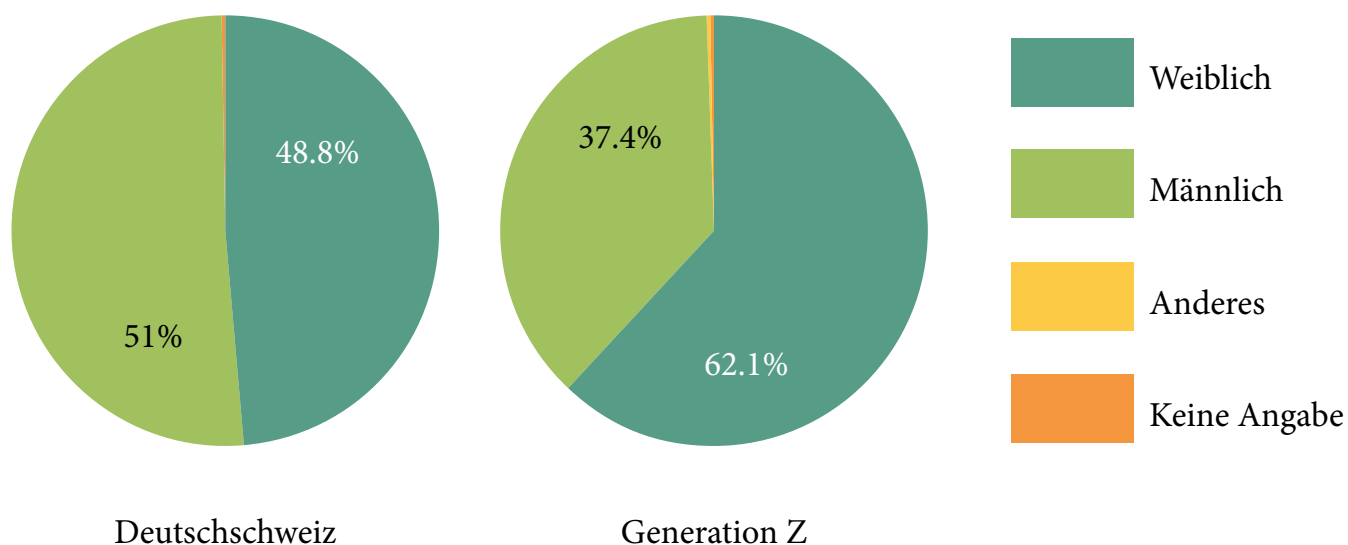
Fabrice Brunner ist Aktivierungsfachmann HF, Zukunftsforscher, Schlagzeuger und der kreative Kopf des Teams. An Ideen fehlt es ihm nie und er bringt seine Kenntnisse in Marketing und Social Media gerne auch in eurem Verein ein.

Fabio Jakob ist Mitglied der Generation Z, Experte für Social Media, spielt Barisax und kennt die Sichtweise der Jugend bestens. Er erarbeitet gerne mit euch eine Strategie zur besseren Nutzung von Plattformen wie Facebook, Instagram und Tiktok.

Kim Bühler kennt sich als Mitglied der Generation Z bestens mit der Sichtweise der Jugend aus. Sie spielt Klarinette, ist in unserem Team für die Administration zuständig und hilft euch gerne bei der Erstellung und Instandhaltung eurer Webseite.

F1 Was ist dein Geschlecht?*

Total Teilnehmer*innen der Umfrage: 1'947
 Antworten auf diese Frage: 1'947 (100%)



	Deutschschweiz	in Prozent	Generation Z	in Prozent
Weiblich	951	48.8%	259	62.1%
Männlich	992	51.0%	156	37.4%
Anderes	2	0.1%	1	0.2%
Keine Angabe	2	0.1%	1	0.2%
<i>Total</i>	<i>1'947</i>	<i>100%</i>	<i>417</i>	<i>100%</i>

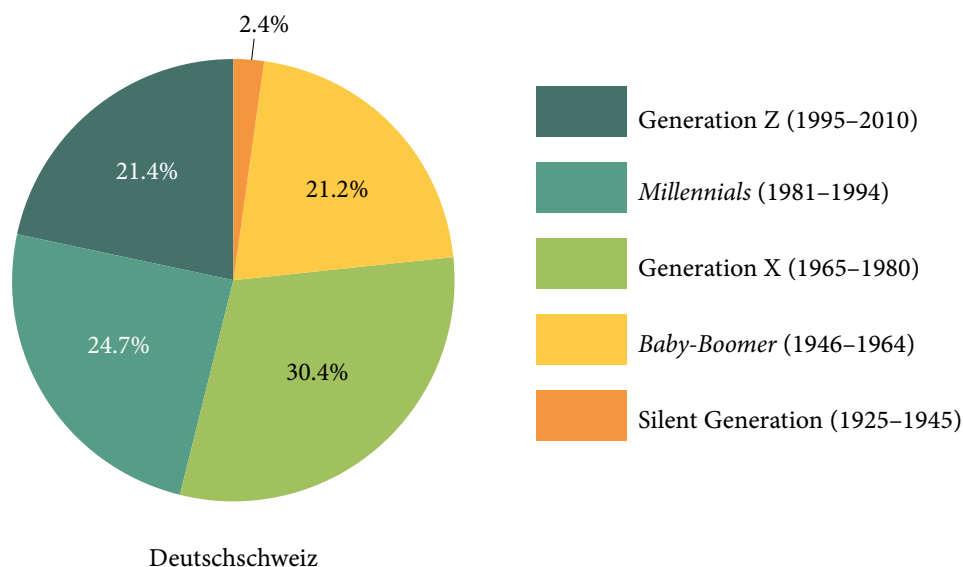
Tabelle 1: Geschlechterverteilung

Kommentar

In der Generation Z ist der Frauenanteil mit 62.1% klar höher als in den Ergebnissen der Deutschschweiz insgesamt (48.8%). Generell kann gesagt werden, dass zwischen dem Alter und dem Frauenanteil eine negative Korrelation besteht – Letzterer also mit abnehmendem Alter zunehmend ist.

F2 Was ist dein Jahrgang?*

Total Teilnehmer*innen der Umfrage: 1'947
 Antworten auf diese Frage: 1'947 (100%)



	Anzahl Teilnehmer*innen	in Prozent
Generation Z (1995–2010)	417	21.4%
Millennials (1981–1994)	480	24.7%
Generation X (1965–1980)	591	30.4%
Baby Boomers (1946–1964)	412	21.2%
Silent Generation (1925–1945)	47	2.4%
<i>Total</i>	<i>1'947</i>	<i>100%</i>

Tabelle 2: Altersverteilung

Kommentar

Da die Umfrage online durchgeführt wurde ist anzunehmen, dass die jüngeren Generationen gegenüber den älteren tendenziell etwas überrepräsentiert sind.

F3 In welchem Kanton befindet sich dein Verein?*

Total Teilnehmer*innen der Umfrage: 1'947
 Antworten auf diese Frage: 1'947 (100%)

Kantonalverband	Total Mitglieder (2020)	Teilgenommen	in Prozent
Aargauischer Musikverband	3'976	444	11.2%
Appenzeller Blasmusikverband	676	2	0.3%
Musikverband beider Basel	1'705	114	6.7%
Bernischer Kantonal-Musikverband	7'354	791	10.8%
Glarner Blasmusikverband	330	22	6.7%
Graubündner Kantonaler Musikverband	2'366	22	0.9%
Luzerner Kantonal-Blasmusikverband	4'373	20	0.5%
St. Galler Blasmusikverband	4'274	48	1.1%
Schaffhauser Blasmusikverband	368	25	6.8%
Schwyzner Kantonal-Musikverband	1'344	4	0.3%
Solothurner Blasmusikverband	2'122	108	5.1%
Thurgauer Kantonal-Musikverband	1'928	52	2.7%
Unterwaldner Musikverband	649	19	2.9%
Blasmusikverband Uri	510	0	0%
Zuger Blasmusikverband	553	86	15.6%
Zürcher Blasmusikverband	4'192	184	4.4%
<i>Total Deutschschweizer Kantonalverbände</i>	<i>36'720</i>	<i>1'941</i>	<i>5.3%</i>

Tabelle 3: Anzahl Teilnehmer*innen pro Deutschschweizer Kantonalverband

Zusätzliche Teilnehmer*innen aus mehrheitlich französischsprachigen Kantonalverbänden:

Société cantonale des musiques fribourgeoises: 4

Associacion cantonale des musiques valaisannes: 2

Kommentar

Um meine Umfrage möglichst breit zu streuen, habe ich den entsprechenden Link per E-Mail an alle mehrheitlich deutschsprachigen Kantonalverbände geschickt, mit der Bitte, sie den Vereinspräsident*innen weiterzuleiten. Zusätzlich habe ich die Umfrage in meinem privaten Umfeld sowie über die sozialen Medien geteilt. Dies hat dazu geführt, dass aus einigen Kantonen wesentlich mehr Antworten eintrafen als aus anderen: Aus den Kantonen Aargau, Basel, Bern, Glarus, Schaffhausen, Solothurn und Zug haben jeweils über 5% aller Mitglieder teilgenommen. Zudem ist klar, dass die grösseren Kantonalverbände die Ergebnisse wesentlich prägen. Die entsprechende Verteilung ist der folgenden Tabelle zu entnehmen:

Kantonalverband	Anzahl Teilnehmer*innen	in Prozent
Aargauischer Musikverband	444	22.8%
Appenzeller Blasmusikverband	2	0.1%
Musikverband beider Basel	114	5.9%
Bernischer Kantonal-Musikverband	791	40.6%
Société cantonale des musiques fribourgeoises	4	0.2%
Glarner Blasmusikverband	22	1.1%
Graubündner Kantonaler Musikverband	22	1.1%
Luzerner Kantonal-Blasmusikverband	20	1.0%
St. Galler Blasmusikverband	48	2.5%
Schaffhauser Blasmusikverband	25	1.3%
Schwyzner Kantonal-Musikverband	4	0.2%
Solothurner Blasmusikverband	108	5.6%
Thurgauer Kantonal-Musikverband	52	2.7%
Unterwaldner Musikverband	19	1.0%
Blasmusikverband Uri	0	0%
Associacion cantonale des musiques valaisannes	2	0.1%
Zuger Blasmusikverband	86	4.4%
Zürcher Blasmusikverband	184	9.5%
<i>Total:</i>	<i>1'947</i>	<i>100%</i>

Tabelle 4: Geografische Verteilung

F4 Wie lange spielst du schon in einem Blasmusikverein (ohne Jugendmusik/Jugendensemble/etc.)?*

Total Teilnehmer*innen der Umfrage: 1'947
 Antworten auf diese Frage: 1'947 (100%)

	Anzahl Teilnehmer*innen	in Prozent
Bis 4 Jahre	231	11.9%
5–9 Jahre	276	14.2%
10–19 Jahre	414	21.3%
20–34 Jahre	544	27.9%
35–49 Jahre	343	17.6%
Mehr als 50 Jahre	139	7.1%
<i>Total</i>	<i>1'947</i>	<i>100%</i>

Tabelle 5: Anzahl Jahre aktives Mitspielen in einem Erwachsenenblasmusikverein

F5 In wievielen Blasmusikvereinen spielst du im Moment regelmässig (ohne Jugendmusik/Jugendensemble/etc.)?*

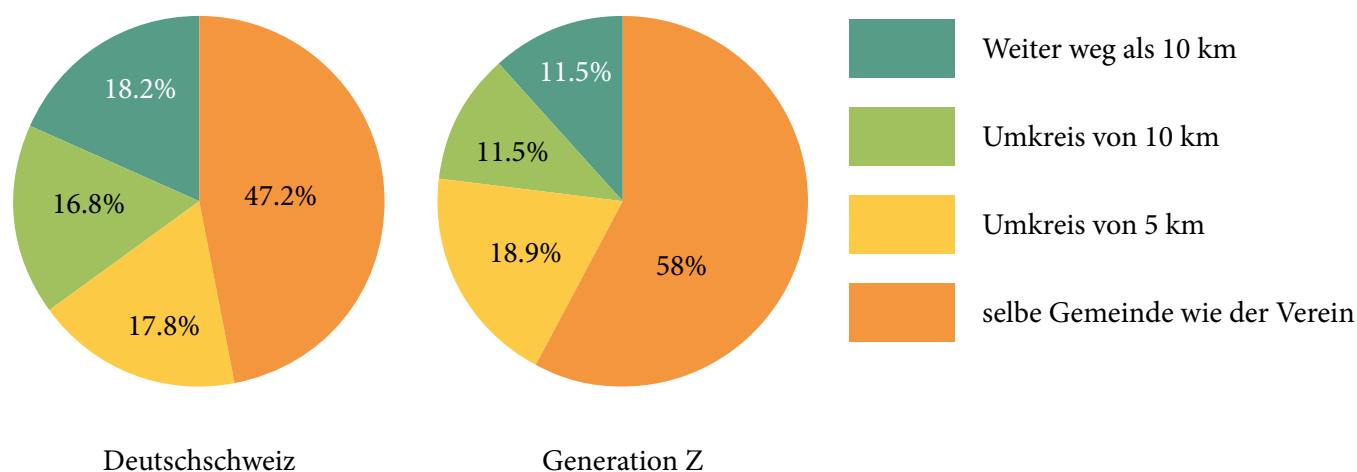
Total Teilnehmer*innen der Umfrage: 1'947
 Antworten auf diese Frage: 1'947 (100%)

	Deutschschweiz	in Prozent	Generation Z	in Prozent
1 Verein	1'511	77.6%	335	80.3%
2 Vereine	348	17.9%	58	13.9%
3 Vereine	76	3.9%	19	4.6%
4 Vereine	10	0.5%	3	0.7%
Mehr als 4 Vereine	2	0.1%	2	0.5%
<i>Total</i>	<i>1'947</i>	<i>100%</i>	<i>417</i>	<i>100%</i>

Tabelle 6: Anzahl Vereine, in welchen Teilnehmer*innen aktiv musizieren

F6 Wo wohnst du?*

Total Teilnehmer*innen der Umfrage: 1'947
 Antworten auf diese Frage: 1'947 (100%)



	Deutschschweiz	in Prozent	Generation Z	in Prozent
Weiter weg als 10 km	354	18.2%	48	11.5%
Umkreis von 10 km	327	16.8%	48	11.5%
Umkreis von 5 km	347	17.8%	79	18.9%
selbe Gemeinde wie der Verein	919	47.2%	242	58.0%
<i>Total</i>	<i>1'947</i>	<i>100%</i>	<i>417</i>	<i>100%</i>

Tabelle 7: Entfernung des Wohnorts von der Gemeinde des Vereins

Kommentar

Knapp die Hälfte aller Musizierenden wohnt in der Gemeinde, in der sich auch ihr Verein befindet. Dennoch zeigt die Umfrage, dass der Wohnsitz nicht mehr unbedingt die Mitgliedschaft im Verein diktiert. Mitglieder der Generation Z wohnen mit 58% zwar noch häufig in der Gemeinde, in der auch ihr Verein registriert ist, dies ist jedoch darauf zurückzuführen, dass viele von ihnen noch bei den Eltern wohnen. In den restlichen Generationen ist der Prozentsatz, der im Verein seines Wohnorts musiziert, positiv korrelativ zum Alter: 55.3% der Silent Generation, 49.5% der Baby Boomer, 44.0% der Generation X und 39.0% der Millennials wohnen in derselben Gemeinde. Das Bild der Musikgesellschaft als «Dorfverein» ist am schwinden, da auch die Identifikation der Einwohner*innen mit ihrem Wohnort rückläufig ist.

F7 Was ist deine Funktion im Verein?*

Total Teilnehmer*innen der Umfrage: 1'947

Antworten auf diese Frage: 1'947 (100%)

Mehrfachauswahl möglich.

	Deutschschweiz	in Prozent	Generation Z	in Prozent
Präsident*in	205	10.5%	5	1.2%
Dirigent*in	84	4.3%	5	1.2%
Vorstandsmitglied	428	22.0%	57	13.7%
Musikkommissionsmitglied	370	19.0%	63	15.1%
Aktivmitglied	1'703	87.5%	394	94.5%
Ehemaliges Mitglied	21	1.1%	2	0.5%
Nicht Mitglied	33	1.7%	5	1.2%
Sonstiges	157	8.1%	25	6.0%
<i>Total</i>	<i>1'947</i>	<i>100%</i>	<i>417</i>	<i>100%</i>

Tabelle 8: Funktionen im Verein

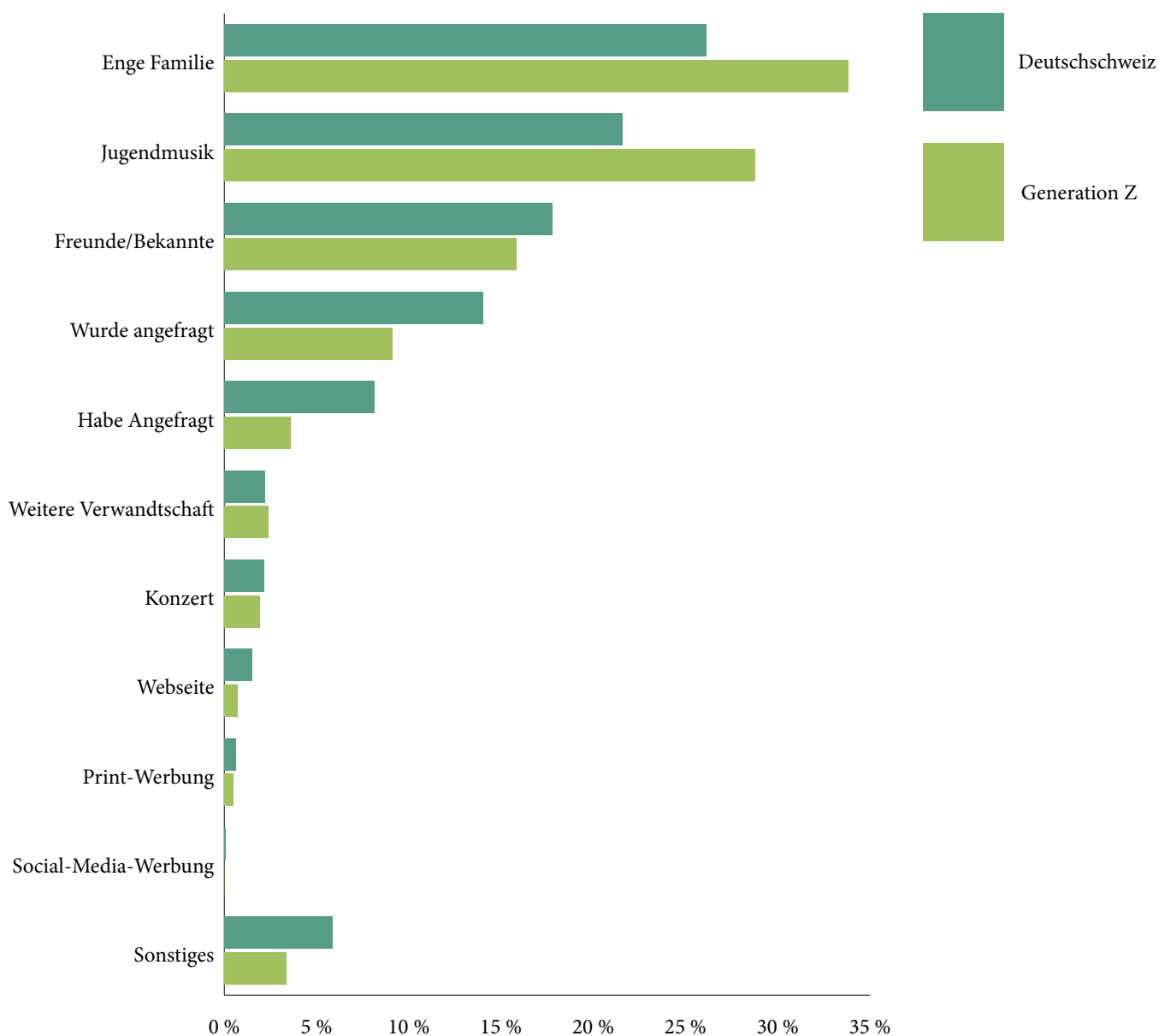
Kommentar

Die Präsident*innen sind mit 10.5% eindeutig überrepräsentiert. Dies ist wohl darauf zurückzuführen, dass diese den Link von den Verbänden als erste zugestellt bekamen.

F8 Was ist der ausschlaggebende Grund, wieso du in deinem Verein bist?*

Total Teilnehmer*innen der Umfrage: 1'947

Antworten auf diese Frage: 1'947 (100%)



	Deutschschweiz	in Prozent	Generation Z	in Prozent
Enge Familie (Geschwister, Eltern, Grosseltern) im Verein	509	26.1%	141	33.8%
War in der Jugendmusik	420	21.6%	120	28.8%
Freunde / Bekannte im Verein	346	17.8%	66	15.8%
Ich wurde angefragt.	273	14.0%	38	9.1%
Ich habe angefragt.	158	8.1%	15	3.6%
Weitere Verwandtschaft	43	2.2%	10	2.4%
War an einem Konzert des Vereins	42	2.2%	8	1.9%
Werbung via Website	29	1.5%	3	0.7%
Gedruckte Werbung	12	0.6%	2	0.5%
Werbung via Social Media	1	0.1%	0	0.0%
Sonstiges	919	47.2%	14	3.4%
<i>Total</i>	<i>1'947</i>	<i>100%</i>	<i>417</i>	<i>100%</i>

Tabelle 9: Ausschlaggebende Gründe für den Vereinsbeitritt

Kommentar

46.1% der Teilnehmer*innen traten ihrem Verein bei, weil sie bereits jemanden kannten (26.1% aufgrund der engeren Familie, 17.8% aufgrund von befreundeten oder bekannten Personen und 2.2% aufgrund von entfernterer Verwandtschaft). Weitere 21.6% traten bei, weil sie zuvor in der Jugendmusik gespielt hatten. Auch hier ist anzunehmen, dass sie bereits Vereinsmitglieder kannten.

Daneben wurden 14% der Mitglieder durch den Verein angefragt, während 12.4% selbst angefragt haben – teilweise aufgrund von Werbung oder eines Konzertbesuchs.

Die Generation Z verändert dieses Bild nicht wesentlich. Mit 33.8% ist der Anteil, der aufgrund der engeren Familie beitrug etwas höher. Dasselbe gilt mit 28.8% für den Anteil, der bereits in der Jugendmusik gespielt hat.

Dass die meisten Mitglieder von Blasmusikvereinen über persönliche Beziehungen dazu gestossen sind, ist nicht überraschend. Viele Mitglieder der Generation Z konsultieren vor dem Kauf eines Produkts Rezensionen anderer Kund*innen und lassen sich auch von Freund*innen sowie der Familie beraten. Auf diesen Sachverhalt stützt sich beispielsweise das Marketing mit *Influencern*, denn diese Personen scheinen für die Jugendlichen näher an ihrem persönlichen Leben als traditionelle Werbung.

F9 Bitte erstelle eine Rangfolge der Musikstile, die du privat am liebsten hörst.

Total Teilnehmer*innen der Umfrage: 1'947
 Antworten auf diese Frage: 1'825 (93.7%)

Deutschschweiz	Mittel	Generation Z	Mittel
1. Pop / R&B / ...	3.62	1. Pop / R&B / ...	2.96
2. Filmmusik / Musicals	3.69	2. Filmmusik / Musicals	3.72
3. Rock / Metal / ...	3.45	3. Rock / Metal / ...	5.37
4. Jazz / Big Band / Blues / ...	5.61	4. Jazz / Big Band / Blues / ...	5.99
5. Klassische Musik / Kunstmusik	5.85	5. Hip-Hop / Trap / Rap / ...	6.03
6. Märsche	6.63	6. Klassische Musik / Kunstmusik	6.35
7. Country	6.93	7. Country	7.05
8. Schlager	7.08	8. EDM / Dubstep / Trance / ...	7.47
9. Volkstümlich (z.B. Polka, Ländler)	7.17	9. Märsche	7.49
10. traditionelle Musik anderer Länder	7.93	10. Volkstümlich (z.B. Polka, Ländler)	9.18
11. Hip-Hop / Trap / Rap / ...	8.01	11. traditionelle Musik anderer Länder	8.51
12. EDM / Dubstep / Trance / ...	8.92	12. Schlager (8.81/12)	8.81

Tabelle 10: Ranglisten der gerne gehörten Musikstile

Musikstil	Standardabweichung: Deutschschweiz	Generation Z
Pop / R&B / ...	2.93	2.42
Filmmusik / Musicals	2.31	2.39
Rock / Metal / ...	3.45	3.52
Jazz / Big Band / Blues / ...	3.08	3.01
Klassische Musik / Kunstmusik	3.27	3.24
Märsche	3.04	2.96
Country	2.72	2.57
Schlager	3.33	2.82
Volkstümlich (z.B. Polka, Ländler)	3.27	3.03
traditionelle Musik anderer Länder	2.85	2.83
Hip-Hop / Trap / Rap / ...	3.32	3.39
EDM / Dubstep / Trance / ...	3.21	3.36

Tabelle 11: Standardabweichung bei der Rangierung der gerne gehörten Musikstile

Kommentar

Die in Tabelle 10 dargestellte Rangliste der gerne gehörten Musikstile basiert auf dem Mittelwert aller individuellen Rangierungen und wird durch den Median bestätigt. Die angegebenen Mittelwerte lassen gewisse Clusters erkennen. So sind Pop- und Filmmusik beispielsweise eindeutig die beiden beliebtesten Genres. In den Ergebnissen der Gesamtumfrage werden sie gefolgt von Rock, Jazz und Kunstmusik, welche wiederum nahe beieinander stehen. Die Generation Z hört hingegen lieber Hip-Hop als Kunstmusik.

Dass die Antworten auf diese Frage – wie bei einer durchmischten Altersgruppe zu erwarten war – stark auseinandergehen zeigt die Standardabweichung, welche bei den meisten Musikstilen zwischen 2.5 und 3.5 liegt. Interessanterweise ist dies auch bei der Generation Z der Fall.

F10 Bitte erstelle eine Rangfolge der Musikstile, die du im Verein am liebsten spielst bzw. spielen würdest.

Total Teilnehmer*innen der Umfrage: 1'947
 Antworten auf diese Frage: 1'802 (92.6%)

Deutschschweiz	Mittel	Generation Z	Mittel
1. Arr. ¹ von Filmmusik / Musicals	3.07	1. Arr. von Filmmusik / Musicals	2.62
2. Unterhaltende Originalwerke	3.63	2. Konzertante Originalwerke	4.14
3. Konzertante Originalwerke	4.21	3. Unterhaltende Originalwerke	4.44
4. Märsche	5.36	4. Arr. von Pop / R&B / ...	5.57
5. Arr. klassischer Werke	5.60	5. Märsche	5.76
6. Arr. von Pop / R&B / ...	5.67	6. Arr. klassischer Werke	6.11
7. Volkstümliches (z.B. Polka)	6.15	7. Arr. von Jazz / Jazzige Stücke	6.52
8. Arr. von Jazz / Jazzige Stücke	6.45	8. Volkstümliches (z.B. Polka)	6.56
9. Arr. von Rock / Metal / ...	6.80	9. Arr. von Rock / Metal / ...	7.06
10. Arr. von Hip-Hop / Trap / Rap / ...	8.96	10. Arr. von Hip-Hop / Trap / Rap / ...	8.24
11. Arr. von EDM / Dubstep / ...	9.31	11. Arr. von EDM / Dubstep / ...	8.90

Tabelle 12: Ranglisten der gerne gespielten Musikstile

1 Arrangements (oder auch Bearbeitungen)

Musikstil	Standardabweichung: Deutschschweiz	Generation Z
Arr. von Filmmusik / Musicals	2.14	2.10
Unterhaltende Originalwerke	2.35	2.59
Konzertante Originalwerke	2.80	2.85
Märsche	2.64	2.74
Arr. klassischer Werke	2.71	2.80
Arr. von Pop / R&B / ...	2.82	2.88
Volkstümliches (z.B. Polka)	2.89	2.87
Arr. von Jazz / Jazzige Stücke	2.77	2.79
Arr. von Rock / Metal / ...	2.65	2.70
Arr. von Hip-Hop / Trap / Rap / ...	2.04	2.39
Arr. von EDM / Dubstep / ...	2.14	2.33

Tabelle 13: Standardabweichung bei der Rangierung der gerne gespielten Musikstile

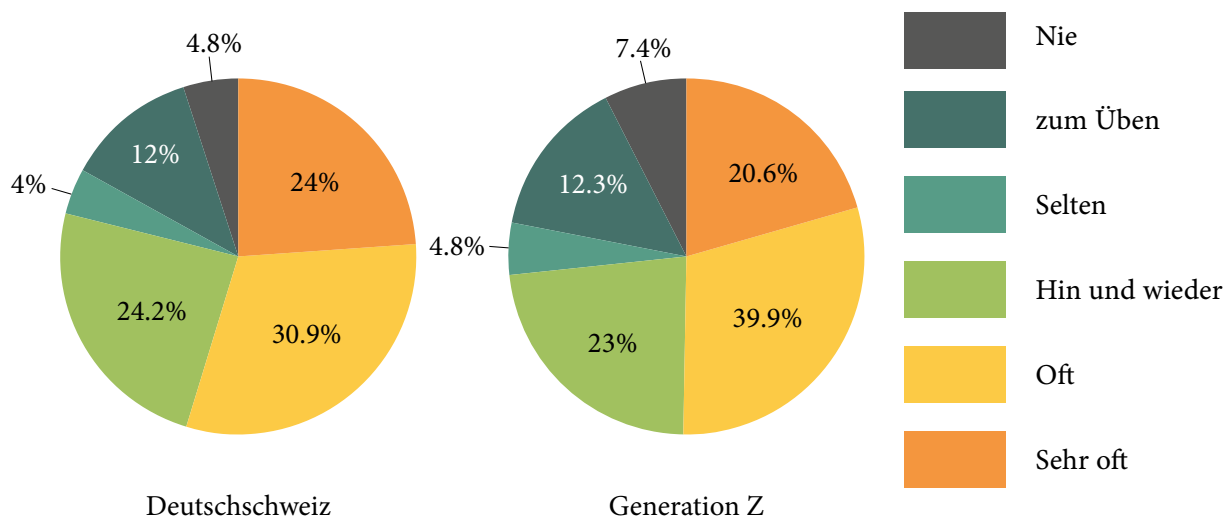
Kommentar

Die in Tabelle 12 dargestellte Rangliste der gerne gespielten Musikstile basiert auf dem Mittelwert aller individuellen Rangierungen und wird durch den Median bestätigt. Auch hier lassen die angegebenen Mittelwerte gewisse Clusters erkennen. So zeigt sich beispielsweise, dass Arrangements von Film- und Musicalmusik ein klarer Favorit sind, sowie, dass kein grosses Bedürfnis nach Arrangements von Hip-Hop und EDM besteht. Letzteres ist wohl zumindest teilweise darauf zurückzuführen, dass diese Genres kaum gespielt werden.

Auch bei dieser Frage sind, wie zu erwarten, die Standardabweichungen ziemlich hoch und alle Genres werden auf sämtlichen elf Rängen mehrmals erwähnt. Anhand der vergleichsweise tiefen Standardabweichung lässt sich auch erkennen, dass die durchschnittlich positive Rangierungen von Film- und Musicalmusikarrangements sowie die durchschnittlich negative Rangierung von Hip-Hop- und EDM-Arrangements breit gestützt sind.

F11 Hörst du zuhause Blasmusik?

Total Teilnehmer*innen der Umfrage: 1'947
 Antworten auf diese Frage: 1'836 (94.3%)



	Deutschschweiz	in Prozent	Generation Z	in Prozent
Ja, sehr oft (> einmal wöchentlich)	441	24.0%	78	20.6%
Ja, oft (> einmal monatlich)	567	30.9%	113	39.9%
Ja, hin und wieder (> einmal jährlich)	445	24.2%	87	23.0%
Ja, selten (einmal jährlich)	74	4.0%	18	4.8%
Ja, aber nur während dem Üben	221	12.0%	54	12.3%
Nein, nie	88	4.8%	28	7.4%
<i>Total</i>	<i>1'836</i>	<i>100%</i>	<i>378</i>	<i>100%</i>

Tabelle 14: Häufigkeit, in der zuhause Blasmusik gehört wird

	Mindestwert	Höchstwert	Median	Mittelwert	Standardabweichung
Deutschschweiz	Sehr oft (1.0)	Nie (6.0)	2.0	2.64	1.45
Generation Z	Sehr oft (1.0)	Nie (6.0)	2.0	2.84	1.54

Tabelle 15: Basisstatistiken zur Frage «Hörst du zuhause Blasmusik?»

Kommentar

Die Mehrheit der teilnehmenden Personen (30.9%) hören mehr als einmal pro Monat, aber höchstens einmal pro Woche, Blasmusik. Diese als «Ja, oft» bezeichnete Option wird durch den Median von 2.0 bestätigt und durch den Mittelwert von 2.64 nach unten gezogen. Auffällig ist, dass trotzdem 20.9% der befragten Personen selten bis nie Blasmusik hören. Die Generation Z verändert dieses Bild nur unwesentlich: Der Median liegt auch unter dieser Alterskohorte bei 2.0 und der Mittelwert ist mit 2.84 nur leicht höher.

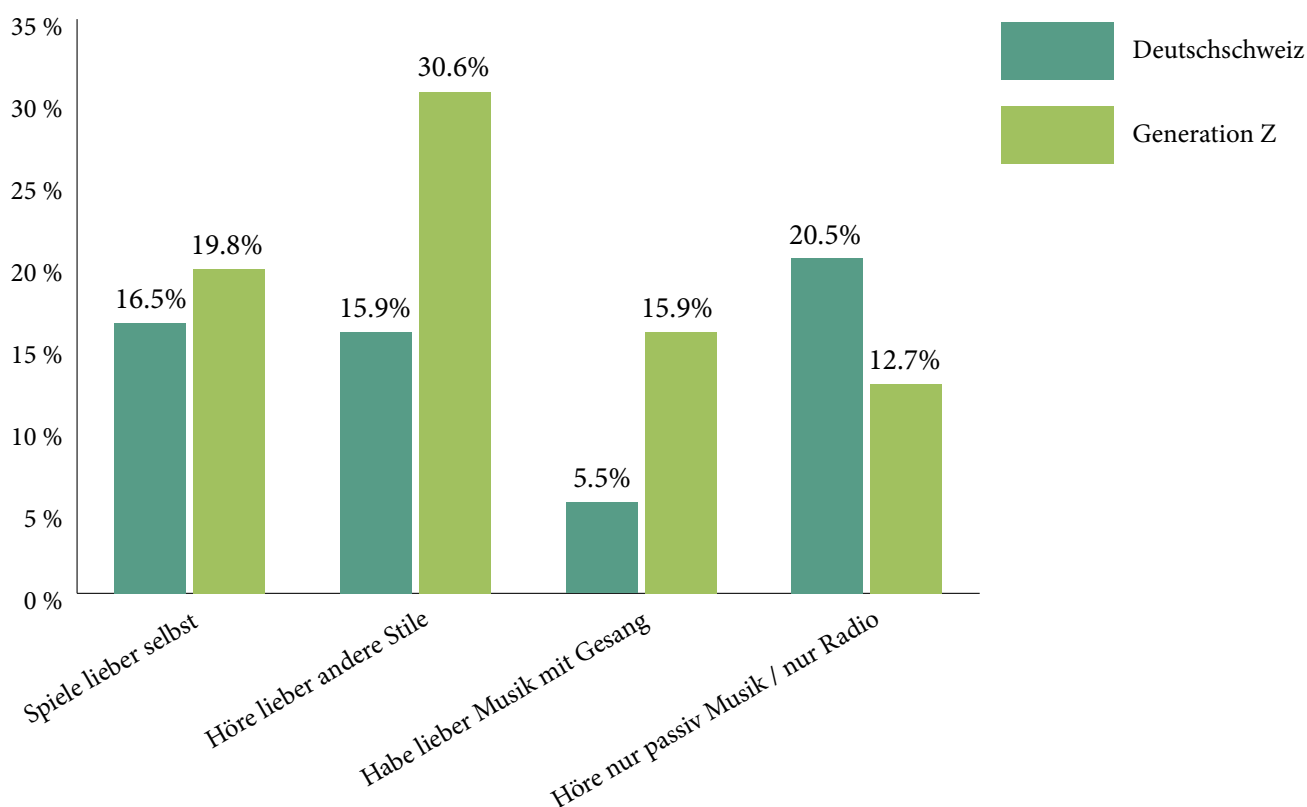
Wenn die Umfrageergebnisse so gefiltert werden, dass nur Personen gewertet werden, die bei dieser Frage «selten», «nur während dem Üben» oder «nie» angekreuzt haben (383 Personen), zeigt sich, dass dies hauptsächlich Mitglieder der Generationen X, Y und Z sind. Dies führt dazu, dass diese Personengruppe lieber Pop, Rock, Hip-Hop, Jazz und Filmmusik hört als dies in der Gesamtumfrage der Fall ist. Sie finden zudem, es werden zu viele Märsche und Polkas gespielt, dafür zu wenig Arrangements von Pop- und Filmmusik. Ebenfalls präferieren diese Teilnehmer*innen Auftritte mit ausschliesslich moderner Unterhaltungsmusik (Pop, Jazz, Filmmusik, etc.) über solche mit allen Stilrichtungen. Trotzdem wünschen sie sich aber ein Repertoire, in dem grundsätzlich alle Genres vertreten sind. Interessant ist zudem, dass 64.3% dieser Personengruppe Frauen sind – ein höherer Anteil als selbst in der Generation Z.

F12 Wieso hörst du nicht oder nur selten Blasmusik? Was gefällt dir nicht?

Total Personen, denen diese Frage angezeigt wurde: 828

Teilnehmer*innen mit den Antworten «hin und wieder», «selten», «nur während dem Üben» und «nie» auf Frage 11

Antworten auf diese Frage: 704 (85.0%)



	Deutschschweiz	in Prozent	Generation Z	in Prozent
Spiele lieber selbst	116	16.5%	31	19.8%
Höre lieber andere Stile	112	15.9%	48	30.6%
Habe lieber Musik mit Gesang	39	5.5%	25	15.9%
Höre nur passiv Musik / nur Radio	144	20.5%	20	12.7%
Blasmusik im Verein reicht mir	46	6.5%	Aufgrund des geringen Anteils nicht ausgewertet.	
Höre generell kaum Musik	42	6.0%		
Höre Blasmusik nur an Konzerten	41	5.8%		
Blasmusik ist altmodisch	37	5.3%		
Total	704	100%	157	100%

	Deutschschweiz	in Prozent	Generation Z	in Prozent
Schlechte Qualität der Aufnahmen	31	4.4%	Aufgrund des geringen Anteils nicht ausgewertet.	
Eignet sich nicht zum passiven Hören	19	2.7%		
Gefällt Freunden / Familie nicht	18	2.6%		
Blasmusik ist eintönig / langweilig	14	2.0%		
Aufnahmen sind schwer zu finden	13	1.8%		
<i>Total</i>	<i>704</i>	<i>100%</i>	<i>157</i>	<i>100%</i>

Tabelle 16: Gründe, wieso Blasmusik nicht so oft gehört wird

Kommentar

Viele Leute (20.5%) sind passive Hörer*innen. Sie wählen sich Musik nicht aktiv aus, sondern hören Radio – häufig bloss im Hintergrund. Im Radio wiederum läuft auf den meisten Sendern keine, und wenn, dann nur traditionelle Blasmusik. 16.5% der befragten Personen gaben zudem an, Blasmusik lieber zu spielen als zu hören. Weitere 15.9% mögen andere Stile einfach lieber.

Die Generation Z scheint weniger passiv Musik zu hören. Diese Alterskohorte gibt vor allem an, Blasmusik gerne zu spielen, beim Hören aber andere Genres zu präferieren. 15.9% schreiben zudem, lieber Musik mit Gesang zu konsumieren.

Zu einer ähnlichen Feststellung kommt auch eine Studie im Elsass. In Interviews sagen Mitglieder von dortigen Musikvereinen beispielsweise, dass Blasmusikaufnahmen einerseits schwer zu finden, andererseits aber auch von schlechter Qualität seien.¹ Ähnlich negativ wird von Konzerten anderer Vereine gesprochen, die relativ selten besucht werden. Auch Untersuchungen von Gabriela Mattmann in der Schweiz kommen zu einem vergleichbaren Ergebnis:

Viele Jugendliche wollen das Erlernte weiterhin anwenden und sehen im Verein, dessen Proben sie regelmässig besuchen und wo sie zum Üben angehalten werden, eine gute Möglichkeit, dies umzusetzen. [...] Vor allem bei jungen Mitgliedern kommt zum Ausdruck, dass Blasmusik für die Beteiligten eher eine aktive denn eine passive Tätigkeit ist, das heisst, sie spielen zwar gern in einem Verein, doch zu Hause hören sie vor allem Rock- und Popmusik [...]. Sie gehen auch selten zu einem Konzert eines anderen Blasmusikvereins.²

In diesem Zusammenhang hat mir ein Mitglied der MG Lyss ausserdem erzählt, er spiele zwar gerne schwierige Originalwerke, möge sich diese aber nicht passiv anhören. Vereine wagen sich an solche Stücke, um sich

1 Vincent Dubois, Jean-Matthieu Méon und Emmanuel Pierru: *The Sociology of Wind Bands. Amateur Music between Cultural Domination and Autonomy*, übersetzt aus dem Französischen von Jean-Yves Bart, Abington und New York: Routledge 2016.

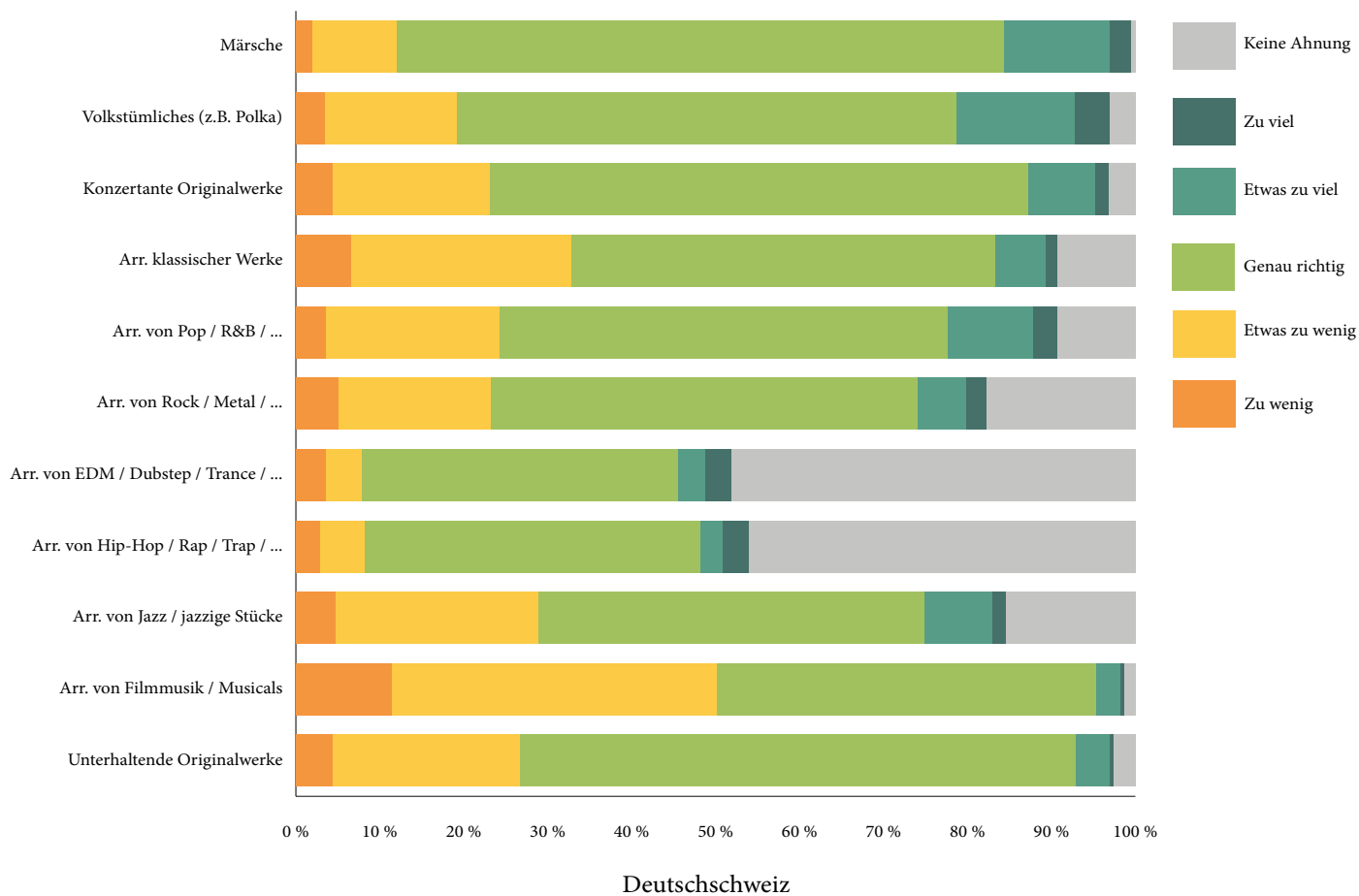
2 Gabriela Mattmann: *Die Roten und die Schwarzen. Die Gemeinde Rain und ihre Musikvereine* (= Zürcher Beiträge zur Alltagskultur, Band 11), Zürich: Chronos 2002.

musikalisch verbessern zu können. Aus einer didaktischen Perspektive ist das zwar sinnvoll, wenn diese Musik dann aber an Konzerten in suboptimaler Qualität aufgeführt wird, fördert dies kein positives Image der Blasmusik. Und wenn teilweise selbst Blasmusikant*innen diese Werke privat und an Konzerten nicht gerne hören, ist es fraglich, inwiefern sie zu einer Popularisierung dieser Musizierpraxis beitragen können – auch Sinfonieorchester, die ausschliesslich E-Musik aufführen, haben schliesslich mit Publikumsmangel zu kämpfen.

F13 Wie empfindest du die Verteilung der Musikrichtungen im Repertoire deines Vereins?

Total Teilnehmer*innen der Umfrage: 1'947

Antworten auf diese Frage: 1'768 (90.8%)



Musikstil	zu wenig (1)	etwas zu wenig (2)	genau richtig (3)	etwas zu viel (4)	zu viel (5)	k.A.
Märsche	33 1.9%	175 10.1%	1'248 72.2%	218 12.6%	45 2.6%	9 0.5%
Volkstümliches (z.B. Polka)	60 3.4%	275 15.7%	1'042 59.5%	246 14.1%	74 4.2%	53 3.0%
Konzertante Originalwerke	77 4.4%	330 18.7%	1'128 64.1%	141 8.0%	28 1.6%	57 3.2%
Arr. klassischer Werke	114 6.5%	460 26.3%	881 50.4%	105 6.0%	24 1.4%	163 9.3%
Arr. von Pop / R&B / ...	62 3.6%	356 20.6%	925 53.5%	175 10.1%	50 2.9%	162 9.4%
Arr. von Rock / Metal / ...	87 5.1%	313 18.2%	876 50.8%	98 5.7%	43 2.5%	306 17.8%
Arr. von EDM / Dubstep / ...	60 3.5%	74 4.3%	646 37.7%	56 3.3%	53 3.1%	827 48.2%
Arr. von Hip-Hop / Trap / Rap / ...	49 2.9%	91 5.3%	686 40.0%	45 2.6%	54 3.2%	789 46.0%
Arr. von Jazz / Jazzige Stücke	80 4.6%	419 24.3%	794 46.0%	141 8.2%	27 1.6%	267 15.5%
Arr. von Filmmusik / Musicals	198 11.4%	676 38.7%	790 45.3%	50 2.9%	8 0.5%	23 1.3%
Unterhaltende Originalwerke	76 4.3%	392 22.4%	1'160 66.2%	70 4.0%	10 0.6%	45 2.3%
<i>Total Antworten (100%):</i>	<i>1'768</i>					

Tabelle 17: Zufriedenheit mit der Anzahl gespielten Stücke pro Genre (Gesamtumfrage)

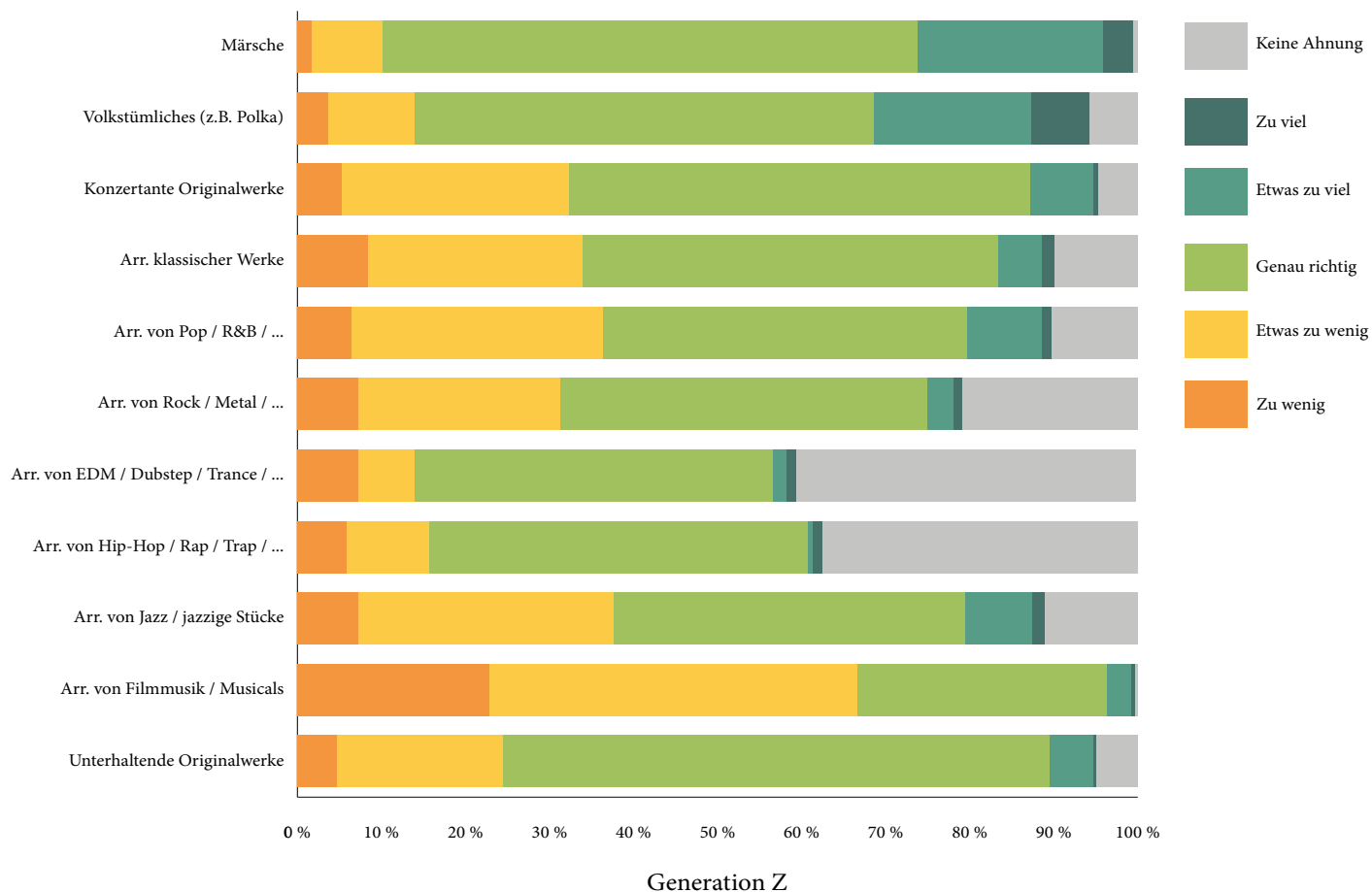
Musikstil	Median	Mittelwert	Standardabweichung
Märsche	3.0	3.04	0.64
Volkstümliches (z.B. Polka)	3.0	3.00	0.79
Konzertante Originalwerke	3.0	2.83	0.70
Arr. klassischer Werke	3.0	2.66	0.77
Arr. von Pop / R&B / ...	3.0	2.87	0.78
Arr. von Rock / Metal / ...	3.0	2.79	0.78
Arr. von EDM / Dubstep / ...	3.0	2.96	0.81
Arr. von Hip-Hop / Trap / Rap / ...	3.0	2.96	0.77
Arr. von Jazz / Jazzige Stücke	3.0	2.74	0.78
Arr. von Filmmusik / Musicals	2.0	2.42	0.75
Unterhaltende Originalwerke	3.0	2.73	0.63

Tabelle 18: Basisstatistiken

Antworten der Generation Z

Total Mitglieder der Generation Z in der Umfrage: 417

Antworten auf diese Frage: 361 (86.6%)



Musikstil	zu wenig (1)	etwas zu wenig (2)	genau richtig (3)	etwas zu viel (4)	zu viel (5)	k.A.
Märsche	6 1.7%	30 8.5%	226 63.7%	78 22.0%	13 3.7%	2 0.6%
Volkstümliches (z.B. Polka)	13 3.6%	37 10.3%	197 54.7%	67 18.6%	25 6.9%	21 5.8%
Konzertante Originalwerke	19 5.3%	97 27.0%	198 55.9%	27 7.5%	2 0.6%	17 4.7%
Arr. klassischer Werke	30 8.3%	92 25.6%	178 49.4%	19 5.3%	5 1.4%	36 10.0%
Arr. von Pop / R&B / ...	23 6.4%	108 30.0%	156 43.3%	32 8.9%	4 1.1%	37 10.3%
Arr. von Rock / Metal / ...	26 7.2%	86 24.0%	157 43.7%	11 3.1%	4 1.1%	75 20.9%
Arr. von EDM / Dubstep / ...	26 7.2%	25 7.0%	153 41.6%	6 1.7%	4 1.1%	145 40.4%
Arr. von Hip-Hop / Trap / Rap / ...	21 5.9%	35 9.8%	162 45.1%	2 0.7%	4 1.1%	135 37.6%
Arr. von Jazz / Jazzige Stücke	26 7.2%	109 30.4%	150 41.8%	29 8.1%	5 1.4%	40 11.1%
Arr. von Filmmusik / Musicals	82 22.8%	157 43.7%	107 29.8%	10 2.8%	2 0.6%	1 0.3%
Unterhaltende Originalwerke	17 4.7%	71 19.7%	234 65.0%	19 5.3%	1 0.3%	18 5.0%
<i>Total Antworten (100%):</i>	361					

Tabelle 19: Zufriedenheit mit der Anzahl gespielten Stücke pro Genre (Generation Z)

Musikstil	Median	Mittelwert	Standardabweichung
Märsche	3.0	3.18	0.70
Volkstümliches (z.B. Polka)	3.0	3.16	0.85
Konzertante Originalwerke	3.0	2.70	0.72
Arr. klassischer Werke	3.0	2.62	0.79
Arr. von Pop / R&B / ...	3.0	2.65	0.80
Arr. von Rock / Metal / ...	3.0	2.58	0.77
Arr. von EDM / Dubstep / ...	3.0	2.71	0.79
Arr. von Hip-Hop / Trap / Rap / ...	3.0	2.70	0.72
Arr. von Jazz / Jazzige Stücke	3.0	2.62	0.82
Arr. von Filmmusik / Musicals	2.0	2.14	0.82
Unterhaltende Originalwerke	3.0	2.75	0.64

Tabelle 20: Basisstatistiken

Kommentar

Bei den meisten Musikrichtungen finden über 50% der Musizierenden, die Anzahl gespielter Stücke sei genau richtig. Weil Hip-Hop und EDM kaum gespielt werden, wählten dort viele Teilnehmende die Option «keine Ahnung». Für die weitere Untersuchung können diese beiden Stile daher weitgehend ignoriert werden.

Es scheint keine Musikrichtung zu geben, die eindeutig zu viel gespielt wird. Werte von über 10% bei «etwas zu viel» und «zu viel» erreichen jedoch Poparrangements (13%), Märsche (15.2%) sowie volkstümliche Musik (18.4%) und Werte von über 20% bei «etwas zu wenig» und «zu wenig» erreichen Jazz (28.9%), Transkriptionen von Kunstmusik (32.9%) sowie ganz eindeutig Filmmusik (50%).

Wenn einzelne Generationen gesondert betrachtet werden, zeigt sich ein klareres Bild. Nach Meinung der Baby-Boomer werden beispielsweise Rock- (20.2%) und Poparrangements (21%) zu viel und Originalkompositionen der U-Musik (31.3%), volkstümliche Musik (32%), Transkriptionen von Kunstmusik (33.9%) sowie Filmmusik (35%) zu wenig gespielt. Ein, zumindest teilweise, gegenteiliges Bild zeichnet die Generation Z. Für diese Alterskohorte spielen die Vereine generell zu viel Märsche (25.6%) und volkstümliche Musik (25.6%) und dafür zu wenig Rockarrangements (31.2%), Originalwerke der E-Musik (32.2%), Transkriptionen von Kunstmusik (33.9%), Poparrangements (36.4%), Jazz (37.6%) und Filmmusikarrangements (66.6%).

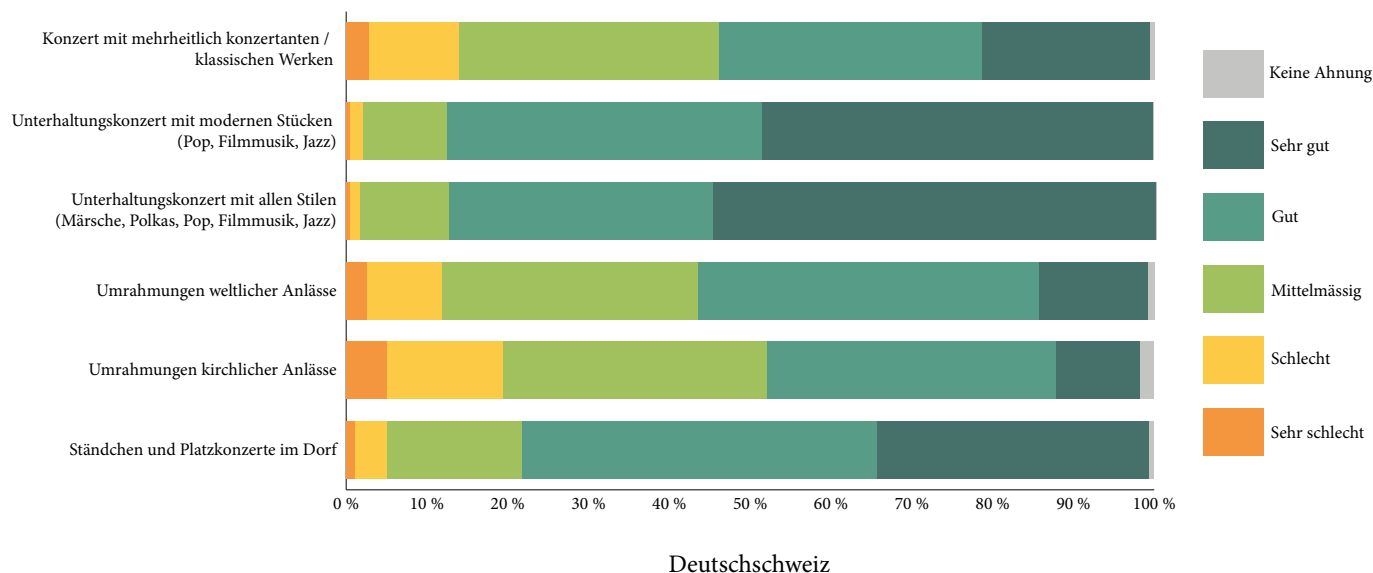
Während insbesondere Filmmusikbearbeitungen, Transkriptionen von Kunstmusik und zu einem kleineren Grad auch Originalkompositionen von allen Generationen mehr gewünscht werden, scheiden sich die Mei-

nungen im Bereich der modernen und traditionellen Unterhaltungsmusik. Während sich die Generation Z mehr Arrangements aus dem Pop/Rockbereich wünscht, möchten die Baby-Boomer eher weniger davon – bei den Märschen und volkstümlichen Stücken ist die Situation hingegen genau umgekehrt.

F14 Wie gefallen dir folgende Auftrittformen?

Total Teilnehmer*innen der Umfrage: 1'947

Antworten auf diese Frage: 1'772 (91.0%)



	sehr schlecht (1)	schlecht (2)	mittelmässig (3)	gut (4)	sehr gut (5)	k.A.
Konzert mit mehrheitlich konzertanten/klassischen Werken	49 2.8%	196 11.1%	568 32.3%	573 32.5%	364 20.7%	11 0.6%
Unterhaltungskonzert mit modernen Stücken (Pop, Filmmusik, Jazz, etc.)	8 0.5%	29 1.6%	182 10.3%	688 39.0%	854 48.4%	3 0.2%
Unterhaltungskonzert mit allen Stilen (Märsche, Polkas, Pop, Filmmusik, Jazz, etc.)	7 0.4%	22 1.2%	197 11.1%	571 32.3%	970 54.8%	3 0.2%
Umrahmungen weltlicher Anlässe	44 2.5%	164 9.3%	558 31.7%	742 42.2%	238 13.5%	14 0.8%
Umrahmungen kirchlicher Anlässe	89 5.0%	252 14.3%	577 32.7%	632 35.8%	183 10.4%	32 1.8%
Ständchen und Platzkonzerte im Dorf	19 1.1%	69 3.9%	296 16.8%	774 43.9%	595 33.7%	12 0.7%

Total Antworten (100%): 1'772

Tabelle 21: Bewertungen verschiedener Auftrittformen (Gesamtumfrage)

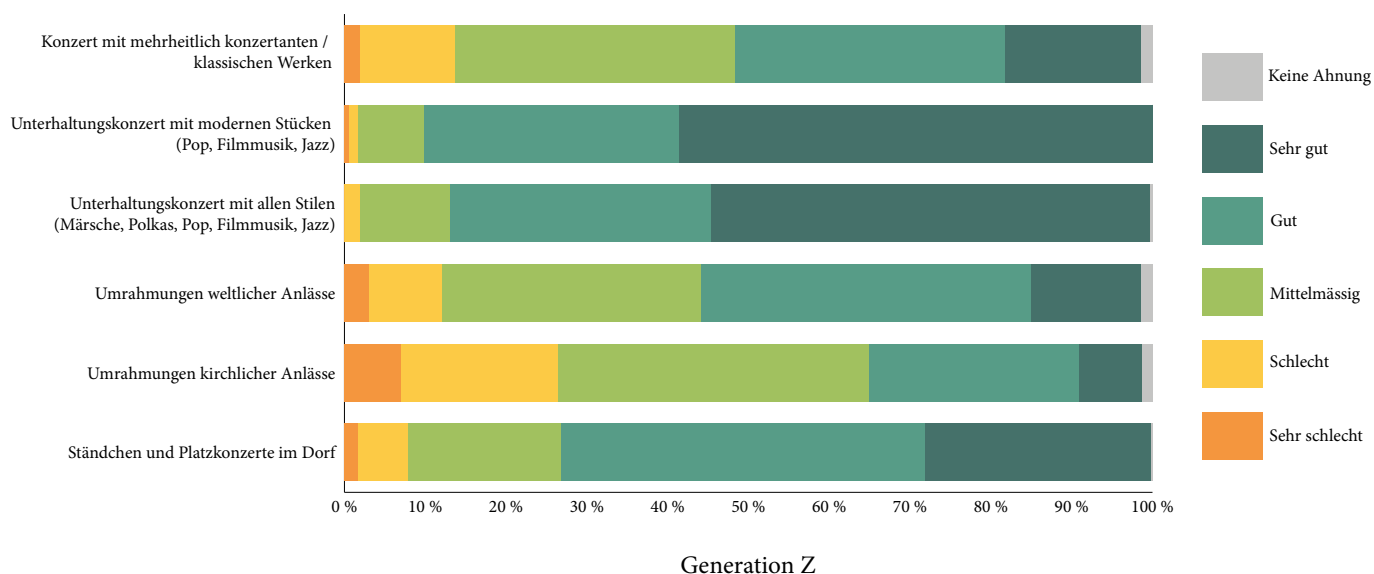
	Median	Mittelwert	Standardabweichung
Konzert mit mehrheitlich konzertanten/ klassischen Werken	4.0	3.58	1.03
Unterhaltungskonzert mit modernen Stücken (Pop, Filmmusik, Jazz, etc.)	4.0	4.34	0.76
Unterhaltungskonzert mit allen Stilen (Märsche, Polkas, Pop, Filmmusik, Jazz, etc.)	5.0	4.40	0.77
Umrahmungen weltlicher Anlässe	4.0	3.55	0.93
Umrahmungen kirchlicher Anlässe	3.0	3.33	1.02
Ständchen und Platzkonzerte im Dorf	4.0	4.06	0.87

Tabelle 22: Basisstatistiken

Antworten der Generation Z

Total Mitglieder der Generation Z in der Umfrage: 417

Antworten auf diese Frage: 360 (86.3%)



	sehr schlecht (1)	schlecht (2)	mittelmäs- sig (3)	gut (4)	sehr gut(5)	k.A.
Konzert mit mehrheitlich konzertanten/klassischen Werken	7 1.9%	42 11.7%	125 34.7%	120 33.3%	61 16.9%	5 1.4%
Unterhaltungskonzert mit modernen Stücken (Pop, Filmmusik, Jazz, etc.)	2 0.6%	4 1.1%	29 8.1%	114 31.7%	211 58.6%	0 0.0%
Unterhaltungskonzert mit allen Stilen (Märsche, Polkas, Pop, Filmmusik, Jazz, etc.)	0 0.0%	7 1.9%	40 11.1%	116 32.2%	196 54.4%	1 0.3%
Umrahmungen weltlicher Anlässe	11 3.1%	32 8.9%	115 32.1%	146 40.8%	49 13.7%	5 1.4%
Umrahmungen kirchlicher Anlässe	25 7.0%	70 19.5%	138 38.4%	93 25.9%	28 7.8%	5 1.4%
Ständchen und Platzkonzerte im Dorf	6 1.7%	22 6.1%	68 18.9%	162 45.1%	100 27.9%	1 0.3%
<i>Total Antworten (100%):</i>	360					

Tabelle 23: Bewertungen verschiedener Auftrittformen (Generation Z)

	Median	Mittelwert	Standardabweichung
Konzert mit mehrheitlich konzertanten/klassischen Werken	4.0	3.52	0.97
Unterhaltungskonzert mit modernen Stücken (Pop, Filmmusik, Jazz, etc.)	5.0	4.47	0.74
Unterhaltungskonzert mit allen Stilen (Märsche, Polkas, Pop, Filmmusik, Jazz, etc.)	5.0	4.40	0.76
Umrahmungen weltlicher Anlässe	4.0	3.54	0.95
Umrahmungen kirchlicher Anlässe	3.0	3.08	1.03
Ständchen und Platzkonzerte im Dorf	4.0	3.92	0.93

Tabelle 24: Basisstatistiken

Kommentar

Die beiden Formen von Unterhaltungskonzerten kommen eindeutig am besten an – sowohl in der Gesamtumfrage wie auch bei der Generation Z. Während das Unterhaltungskonzert mit allen Stilrichtungen in der Gesamtumfrage etwas positiver bewertet wird, kommt dasjenige mit nur moderner Musik in der Generation Z etwas besser weg. Konzertante Auftritte werden zwar auch von der Mehrheit der Teilnehmer*innen als «gut» oder sogar «sehr gut» gewertet, kommen aber bereits bedeutend schlechter weg. Von den Auftritten, die nicht in Konzertsälen stattfinden sind Ständchen und Platzkonzerte am beliebtesten und kirchliche Umrahmungen am wenigsten beliebt.

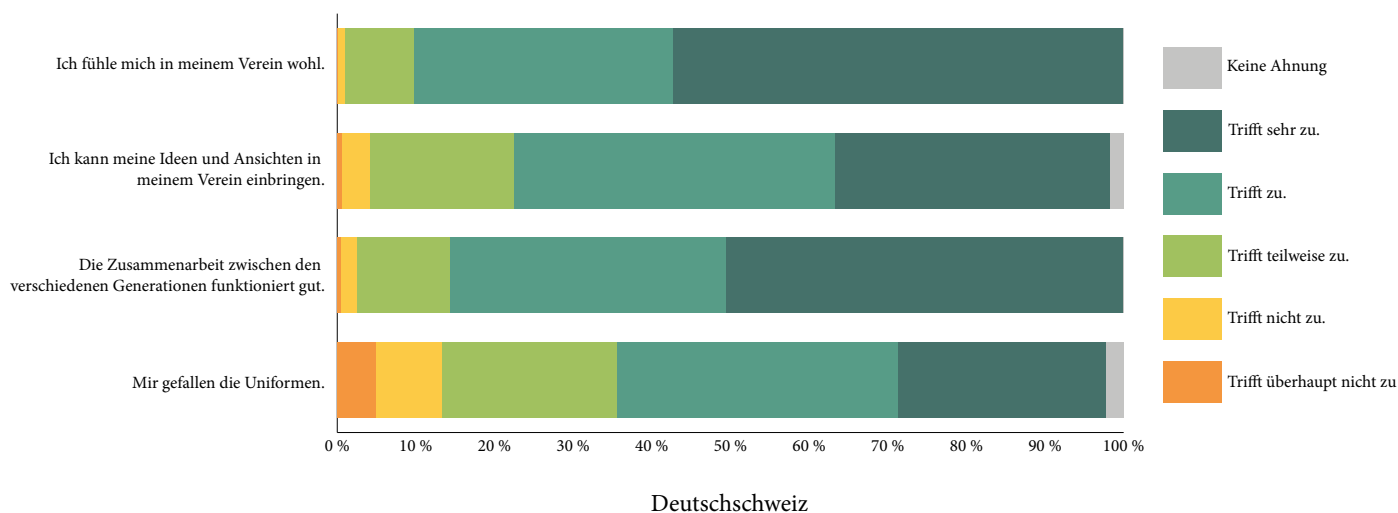
In der Gesamtumfrage sind die Standardabweichungen von konzertanten Auftritten (1.03), kirchlichen Umrahmungen (1.02) und weltlichen Umrahmungen (0.93) vergleichsweise hoch – hier gehen die Meinungen also stark auseinander. In der Generation Z ist dies zudem bei den Ständchen und Platzkonzerten der Fall. Ausser den kirchlichen Umrahmungen haben alle Auftrittformen einen Median von 4 («gut») oder 5 («sehr gut»). Die beiden Unterhaltungskonzerte erreichen sogar einen höheren Mittelwert als 4 («gut»).

Zu Kontroversen führen dürften insbesondere Auftritte an öffentlichen Anlässen von Gemeinde und Kirchengemeinde. Ein Mitglied der Generation der Baby-Boomer mit Jahrgang 1962 findet beispielsweise: «Was heisst gefallen? Es gibt Sachen, die will man machen, und Sachen, die dazugehören ...». Dies empfinden Mitglieder aus jüngeren Generationen tendenziell anders. Trotzdem meint ein Mitglied der Generation Z mit Jahrgang 2000: «Altersheime: Dort ist es für mich völlig okay mehrheitlich «ältere» Stücke zu spielen, da es ja für die Bewohner ist und diese auch immer sehr Freude an uns haben».

F15 Wie stark stimmst du folgenden Aussagen zu?

Total Teilnehmer*innen der Umfrage: 1'947

Antworten auf diese Frage: 1'759 (90.3%)



Aussage	trifft überhaupt nicht zu (1)	trifft nicht zu (2)	trifft teilweise zu (3)	trifft zu (4)	trifft sehr zu (5)	k.A.
Ich fühle mich in meinem Verein wohl.	1 0.1%	15 0.9%	155 8.8%	579 32.9%	1'008 57.3%	0.1% 1
Ich kann meine Ideen und Ansichten in meinem Verein einbringen.	11 0.6%	61 3.5%	323 18.4%	717 40.8%	615 35.0%	31 1.8%
Die Zusammenarbeit zwischen den verschiedenen Generationen funktioniert gut.	8 0.5%	35 2.0%	208 11.8%	617 35.1%	887 50.5%	3 0.2%
Mir gefallen die Uniformen.	87 5.0%	147 8.4%	391 22.2%	628 35.7%	464 26.4%	41 2.3%
<i>Total</i>	<i>1'759</i>					
<i>Antworten (100%):</i>						

Tabelle 25: Bewertungen verschiedener Aussagen (Gesamtumfrage)

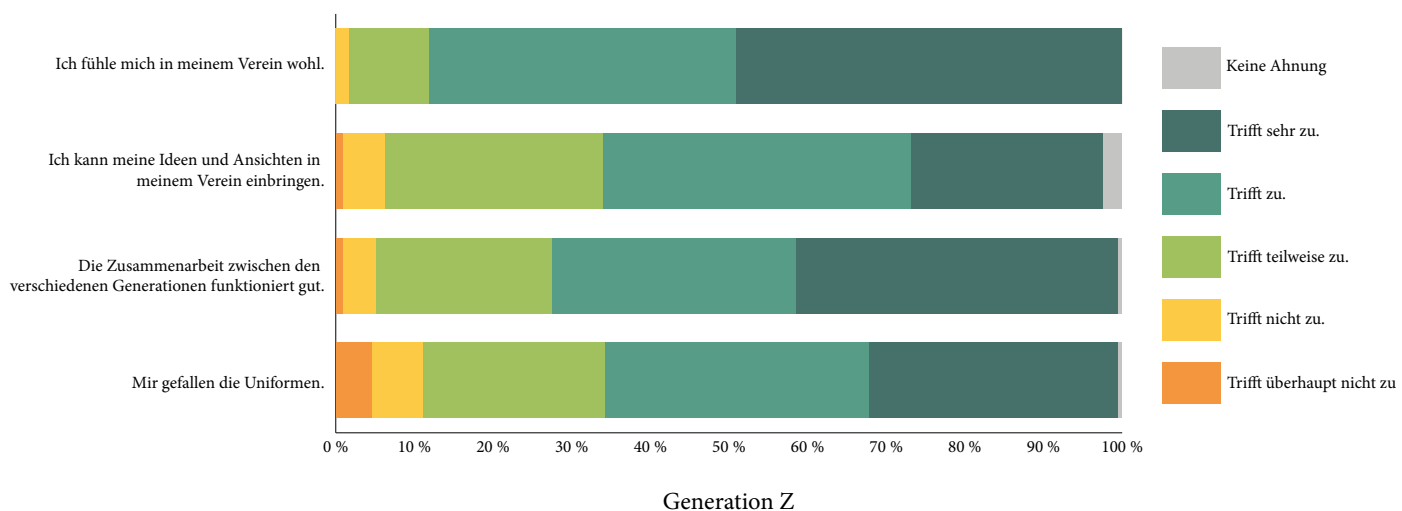
Aussage	Median	Mittelwert	Standardabweichung
Ich fühle mich in meinem Verein wohl.	5.0	4.47	0.70
Ich kann meine Ideen und Ansichten in meinem Verein einbringen.	4.0	4.08	0.86
Die Zusammenarbeit zwischen den verschiedenen Generationen funktioniert gut.	5.0	4.33	0.80
Mir gefallen die Uniformen.	4.0	3.72	1.10

Tabelle 26: Basisstatistiken

Antworten der Generation Z

Total Mitglieder der Generation Z in der Umfrage: 417

Antworten auf diese Frage: 354 (84.9%)



Aussage	trifft überhaupt nicht zu (1)	trifft nicht zu (2)	trifft teil- weise zu (3)	trifft zu (4)	trifft sehr zu (5)	k.A.
Ich fühle mich in meinem Verein wohl.	0 0.0%	6 1.7%	36 10.2%	138 39.0%	174 49.2%	0 0.0%
Ich kann meine Ideen und Ansichten in meinem Verein einbringen.	3 0.9%	19 5.4%	98 27.7%	139 39.3%	86 24.3%	9 2.5%
Die Zusammenarbeit zwischen den verschiedenen Generationen funktioniert gut.	3 0.9%	15 4.2%	79 22.3%	110 31.1%	145 41.0%	2 0.6%
Mir gefallen die Uniformen.	16 4.5%	23 6.5%	82 23.2%	119 33.6%	112 31.6%	2 0.6%
<i>Total</i>		354				
<i>Antworten (100%):</i>						

Tabelle 27: Bewertungen verschiedener Aussagen (Generation Z)

Aussage	Median	Mittelwert	Standardabweichung
Ich fühle mich in meinem Verein wohl.	4.0	4.36	0.73
Ich kann meine Ideen und Ansichten in meinem Verein einbringen.	4.0	3.83	0.90
Die Zusammenarbeit zwischen den verschiedenen Generationen funktioniert gut.	4.0	4.08	0.94
Mir gefallen die Uniformen.	4.0	3.82	1.09

Tabelle 28: Basisstatistiken

Kommentar

Grundsätzlich stimmen die meisten Musizierenden allen Aussagen zu. Auf besonders hohe Zustimmung stösst die Aussage «Ich fühle mich in meinem Verein wohl» – 57.3% finden, sie trifft sehr zu. Auch der Aussage «Die Zusammenarbeit zwischen den verschiedenen Generationen funktioniert gut» stimmt die Mehrheit der Teilnehmer*innen zu. Die Aussage «Ich kann meine Ideen und Ansichten in meinem Verein einbringen» stösst zwar schon auf weniger Zustimmung, trifft aber trotzdem noch für über 70% der Musizierenden zu oder sehr zu. Bei den Uniformen scheinen die Meinungen stärker auseinander zu gehen, denn sie haben als einzige eine Standardabweichung über 1.0. Trotzdem gefallen sie mehr als 60% der teilnehmenden Personen gut bis sehr gut – aber immerhin 8.4% mögen sie nicht und 5% sogar gar nicht. Auf die Frage, was sie an ihrem Verein stört, nennen jedoch nur 1.2% der befragten Personen die Bekleidung. Trotzdem wird die Uniform in der Umfrage teilweise für das negativ konnotierte Image der Blasmusik mitverantwortlich gemacht. So meint eine Person:

Die Blasmusik wird oft als «konservatives», eher ländlich geprägtes Hobby wahrgenommen. Das liegt u.a. daran, dass die Blasmusik in der breiten Öffentlichkeit selten präsent ist, und wenn, dann vor allem in Form von Marschmusik oder bei der Umrahmung offizieller Anlässe (z.B. 1. August, und auch dann werden vor allem Märsche und Polkas/Ländler gespielt). Somit hat die Blasmusik ein konservatives Image, obwohl die Stilrichtungen innerhalb der Blasmusik enorm breit gefächert sind. Hier sind die Vereine und der Verband gefordert, ein anderes, progressiveres Image nach aussen zu verkörpern. Blasmusik besteht nicht nur aus Märschen, historischen Uniformen und «militärähnlichem» Auftreten. (*Männlich, Jahrgang 1986, Kanton Bern*)

Bei den 171 Personen, die sich überhaupt nicht, nicht oder nur teilweise im Verein wohl fühlen handelt es sich um Mitglieder aller Generationen, jedoch sind es mit 56.7% überdurchschnittlich viele Frauen. Diese Teilnehmer*innen bewerten auch die anderen Aussagen in Frage 15 negativer, als dies in der Gesamtumfrage der Fall ist:

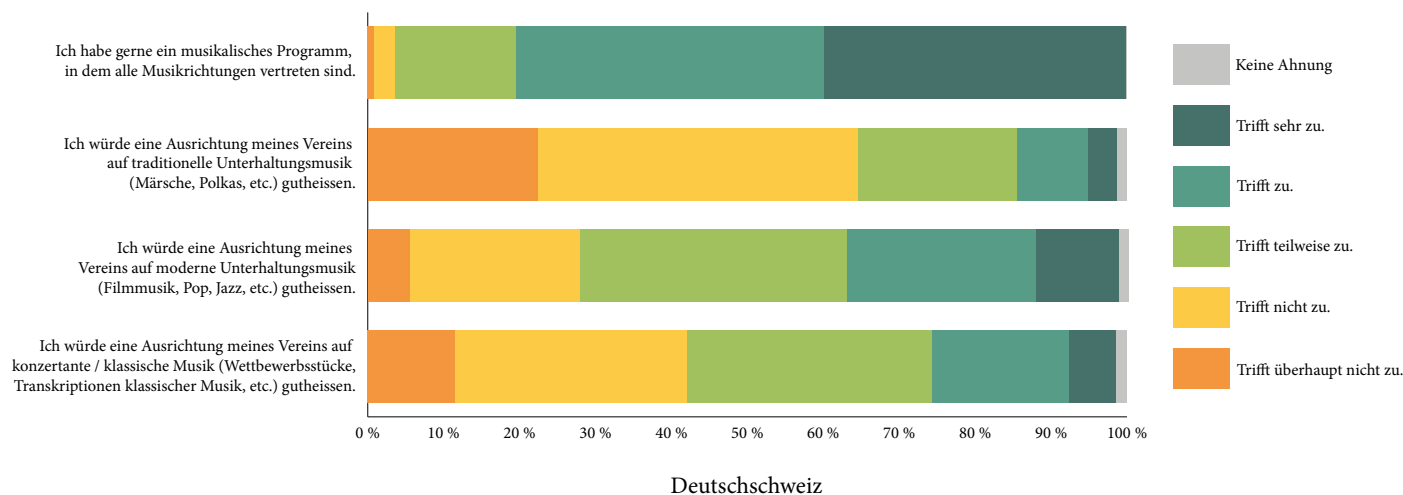
- 5.6% finden, sie können sich gar nicht einbringen, 17.5%, sie können sich eher nicht einbringen und 40.4%, sie können sich mittelmässig gut einbringen,
- 4.7% finden, die Generationenzusammenarbeit funktioniere überhaupt nicht, 12.3%, sie funktioniere nicht und 32.2%, sie funktioniere mittelmässig gut.
- 15.2% finden die Uniformen gar nicht schön, 12.9% finden sie nicht schön und 19.9% finden sie mittelmässig schön.

Die 251 Personen, welche die Generationenzusammenarbeit als sehr schlecht, schlecht oder mittelmässig einstufen, gehören eher den jüngeren Alterskohorten an: 0.4% Silent Generation, 9.2% Baby Boomers, 25.9% Generation X, 25.9% Millennials und 38.7% Generation Z. Dadurch gehören dieser Personengruppe mit 58.6% auch deutlich mehr Frauen an, als dies in der Gesamtumfrage der Fall ist. Zudem führt es dazu, dass der Musikgeschmack dieser Teilnehmer*innen eher demjenigen der jüngeren Mitglieder entspricht.

F16 Wie stark stimmst du folgenden Aussagen zu?

Total Teilnehmer*innen der Umfrage: 1'947

Antworten auf diese Frage: 1'758 (90.3%)



Aussage	trifft überhaupt nicht zu (1)	trifft nicht zu (2)	trifft teilweise zu (3)	trifft zu (4)	trifft sehr zu (5)	k.A.
Ich habe gerne ein musikalisches Programm, in dem alle Musikrichtungen vertreten sind.	15 0.9%	47 2.7%	280 16.0%	713 40.6%	698 39.8%	3 0.2%
Ich würde eine Ausrichtung meines Vereins auf traditionelle Unterhaltungsmusik (Märsche, Polkas, etc.) gutheissen.	391 22.3%	740 42.3%	365 20.9%	166 9.5%	65 3.7%	24 1.4%
Ich würde eine Ausrichtung meines Vereins auf moderne Unterhaltungsmusik (Filmmusik, Pop, Jazz, etc.) gutheissen.	92 5.3%	392 22.4%	616 35.2%	437 24.9%	191 10.9%	24 1.4%

Total 1'758

Antworten (100%):

Aussage	trifft überhaupt nicht zu (1)	trifft nicht zu (2)	trifft teil- weise zu (3)	trifft zu (4)	trifft sehr zu (5)	k.A.
Ich würde eine Ausrichtung meines Vereins auf konzertante / klassische Musik gutheissen.	201 11.5%	535 30.6%	564 32.2%	316 18.1%	109 6.2%	26 1.5%

Total 1'758

Antworten (100%):

Tabelle 29: Bewertungen verschiedener Aussagen (Gesamtumfrage)

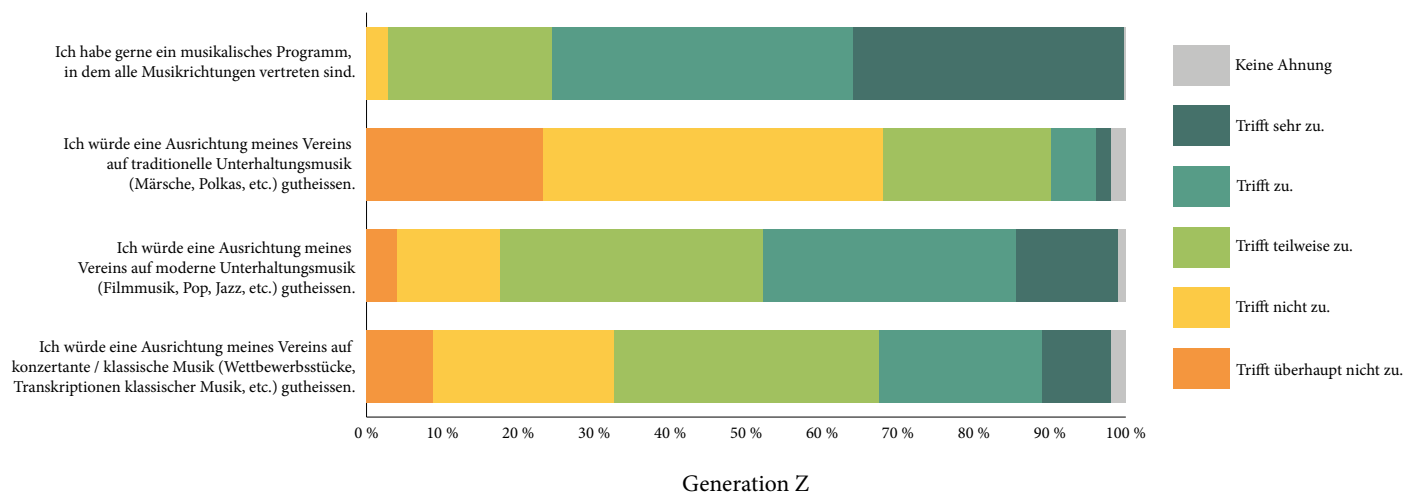
Aussage	Median	Mittelwert	Standardabweichung
Ich habe gerne ein musikalisches Programm, in dem alle Musikrichtungen vertreten sind.	4.0	4.16	0.85
Ich würde eine Ausrichtung meines Vereins auf traditionelle U-Musik (Märsche, Polkas, etc.) gutheissen.	2.0	2.29	1.04
Ich würde eine Ausrichtung meines Vereins auf moderne U-Musik (Filmmusik, Pop, Jazz, etc.) gutheissen.	3.0	3.14	1.06
Ich würde eine Ausrichtung meines Vereins auf konzertante / klassische Musik gutheissen.	3.0	2.77	1.08

Tabelle 30: Basisstatistiken

Antworten der Generation Z

Total Mitglieder der Generation Z in der Umfrage: 417

Antworten auf diese Frage: 353 (84.7%)



Aussage	trifft überhaupt nicht zu (1)	trifft nicht zu (2)	trifft teilweise zu (3)	trifft zu (4)	trifft sehr zu (5)	k.A.
Ich habe gerne ein musikalisches Programm, in dem alle Musikrichtungen vertreten sind.	0 0.0%	10 2.8%	76 21.5%	140 39.7%	126 35.7%	1 0.3%
Ich würde eine Ausrichtung meines Vereins auf traditionelle U-Musik (Märsche, Polkas, etc.) gutheissen.	82 23.2%	158 44.8%	78 22.1%	21 6.0%	7 2.0%	7 2.0%
Ich würde eine Ausrichtung meines Vereins auf moderne U-Musik (Filmmusik, Pop, Jazz, etc.) gutheissen.	14 4.0%	48 13.6%	122 34.6%	118 33.4%	47 13.3%	4 1.1%

Total 1'758

Antworten (100%):

Aussage	trifft überhaupt nicht zu (1)	trifft nicht zu (2)	trifft teil- weise zu (3)	trifft zu (4)	trifft sehr zu (5)	k.A.
Ich würde eine Ausrichtung meines Vereins auf konzertante / klassische Musik gutheissen.	31 8.8%	84 23.8%	123 34.8%	76 21.5%	32 9.1%	7 2.0%

Total 1'758

Antworten (100%):

Tabelle 31: Bewertungen verschiedener Aussagen (Generation Z)

Aussage	Median	Mittelwert	Standardabweichung
Ich habe gerne ein musikalisches Programm, in dem alle Musikrichtungen vertreten sind.	4.0	4.09	0.82
Ich würde eine Ausrichtung meines Vereins auf traditionelle U-Musik (Märsche, Polkas, etc.) gutheissen.	2.0	2.17	0.93
Ich würde eine Ausrichtung meines Vereins auf moderne U-Musik (Filmmusik, Pop, Jazz, etc.) gutheissen.	3.0	3.39	1.01
Ich würde eine Ausrichtung meines Vereins auf konzertante / klassische Musik gutheissen.	3.0	2.98	1.09

Tabelle 32: Basisstatistiken

Kommentar

Die oberste Aussage, «Ich habe gerne ein musikalisches Programm, in dem alle Musikrichtungen vertreten sind», beschreibt den Status Quo vieler Vereine. Häufig findet sich in Konzertprogrammen ein Stück aus fast jeder Stilrichtung. Dieses Konzept kommt sowohl in der Gesamtumfrage wie auch bei der Generation Z gut bis sehr gut an. Die Aussage «Ich würde eine Ausrichtung meines Vereins auf traditionelle Unterhaltungsmusik (Märsche, Polkas, etc.) gutheissen» stösst hingegen auf eine klare Ablehnung.

Die Aussage «Ich würde eine Ausrichtung meines Vereins auf moderne Unterhaltungsmusik (Filmmusik, Pop, Hip-Hop, etc.) gutheissen» kommt mittelmässig an. 35.8% der Teilnehmer*innen stimmen zu oder sehr zu, 35.2% stimmen teilweise zu und 27.6% stimmen nicht oder überhaupt nicht zu. In der Generation Z stimmen mit 46.7% etwas mehr Personen zu oder sehr zu. Von allen vorgeschlagenen musikalischen Ausrichtun-

gen stösst diese jedoch trotzdem auf die grösste Zustimmung.

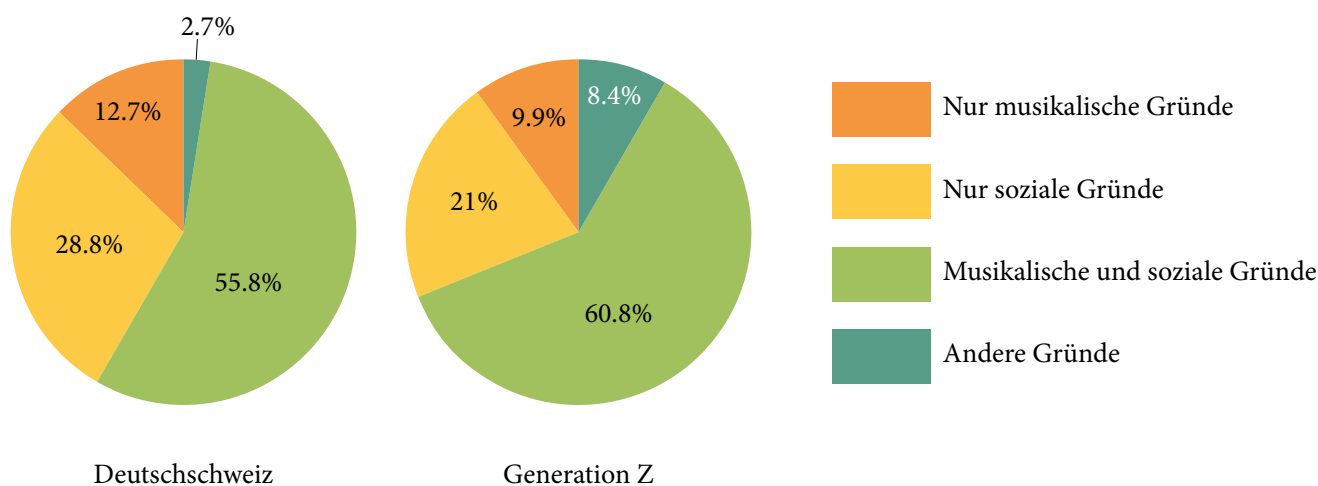
Einer Ausrichtung auf konzertante Werke bzw. Kunstmusik stimmen in der Gesamtumfrage 24.3% der Teilnehmer*innen zu oder sehr zu. 42.1% lehnen ab während 32.2% mittelmässig zustimmen. In der Generation Z finden 30.6% eine solche Ausrichtung gut, 32.6% finden sie schlecht und 34.8% mittelmässig gut.

Als Fazit kann gesagt werden, dass von den drei groben Stilrichtungen «moderne Unterhaltungsmusik», «traditionelle Unterhaltungsmusik» und «konzertante Blasmusik» die erste am besten ankommt. Trotzdem wäre eine Ausrichtung auf diesen Stil kaum mehrheitsfähig. An zweiter Stelle folgt die konzertante Blasmusik und zuhinterst die traditionelle Unterhaltungsmusik. Am beliebtesten scheint im Schnitt jedoch nach wie vor ein bunt durchmisches Konzertprogramm zu sein.

F17 Was motiviert dich, in deinem Verein mitzuspielen?

Total Teilnehmer*innen der Umfrage: 1'947

Antworten auf diese Frage: 1'649 (84.7%)



	Deutscheschweiz	in Prozent	Generation Z	in Prozent
Nur musikalische Gründe	210	12.7%	33	9.9%
Nur soziale Gründe	474	28.7%	70	21.0%
Musikalische und soziale Gründe	921	55.6%	203	60.8%
Andere Gründe	44	2.7%	28	8.4%
<i>Total</i>	<i>1'649</i>	<i>100%</i>	<i>334</i>	<i>100%</i>

Tabelle 33: Motivationsgründe

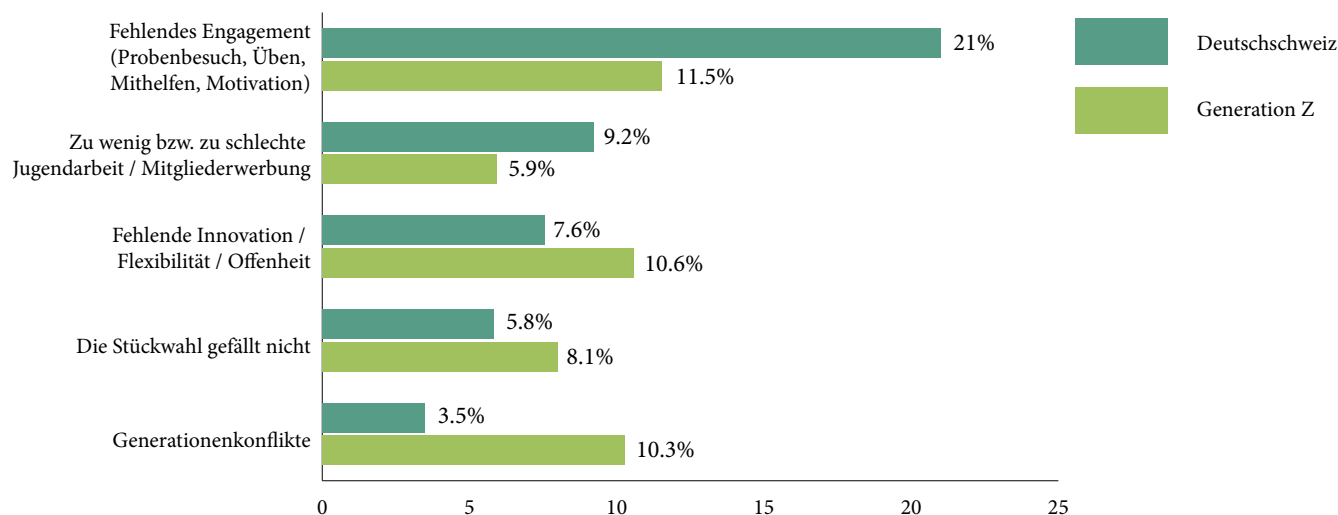
Kommentar

Während für die Mehrheit der teilnehmenden Personen sowohl musikalische wie auch soziale Gründe motivierend sind, werden letztere öfter genannt. Für die Generation Z scheint die Musik etwas wichtiger zu sein – beziehungsweise mehr Personen aus dieser Alterskohorte sehen die Musik neben dem Sozialen als gleichberechtigten Teil des Vereins. Der Unterschied ist aber nicht riesig.

F18 Was findest du störend an deinem Verein bzw. was würdest du verbessern?

Total Teilnehmer*innen der Umfrage: 1'947

Antworten auf diese Frage: 1'575 (80.9%)



	Deutschschweiz	in Prozent	Generation Z	in Prozent
Fehlendes Engagement (Probenbesuch, Üben, Mithelfen, Motivation)	331	21.0%	37	11.5%
Zu wenig bzw. zu schlechte Jugendarbeit / Mitgliederwerbung	145	9.2%	19	5.9%
Fehlende Innovation / Flexibilität / Offenheit	119	7.6%	34	10.6%
Die Stückwahl gefällt nicht	92	5.8%	26	8.1%
Generationenkonflikte	55	3.5%	33	10.3%
Motzen / Lästern	76	4.8%	Aufgrund des geringen Anteils nicht ausgewertet.	
Kommunikation (intern & extern)	64	4.1%		
Die Auftritte gefallen nicht	59	3.8%		
Zu wenig soziale Anlässe	19	1.2%		
Die Uniformen gefallen nicht	19	1.2%		
Total	1'575	100%	321	100%

	Deutschschweiz	in Prozent	Generation Z	in Prozent
Die Stimmenverteilung gefällt nicht.	7	0.5%	Nicht ausgewertet.	
Nichts	442	28.1%	77	24.0%
<i>Total</i>	<i>1'575</i>	<i>100%</i>	<i>321</i>	<i>100%</i>

Tabelle 34: Störfaktoren im Verein

Kommentar

Mit 21% wird das fehlende Engagement anderer Mitglieder klar am meisten als störend empfunden. In diesem Zusammenhang genannt werden beispielsweise der schlechte Probenbesuch, die ungenügende Disziplin und Konzentration an den Proben, die fehlende Motivation anderer Mitglieder, die Schwierigkeit, Helfer*innen für organisatorische Aufgaben zu finden sowie auch der Fakt, dass oft zuhause wenig bis gar nicht geübt wird. Die weiteren Störfaktoren folgen mit einem ziemlichen Abstand. 9.2% der Befragten finden, ihr Verein sei im Bereich der Jugendarbeit und Mitgliederwerbung zu wenig engagiert oder diese sei zu wenig gut. 7.6% kritisieren die fehlende Innovation, Flexibilität oder Offenheit anderer Mitglieder – beispielsweise für neue Ideen. 5.8% gefällt zudem die Stückwahl nicht. Diese Personen wünschen sich oft mehr «Musik für das Volk» – je nach dem entweder moderne oder traditionelle Unterhaltungsmusik. Zudem empfinden 3.5% der Befragten Generationenkonflikte im Verein als störend.

Jetzt die Aussagen der Generation Z: Mit 11.5% der teilnehmenden Personen kritisiert diese ebenfalls das fehlende Engagement anderer Mitglieder am häufigsten. Im Vergleich zur gesamten Umfrage wird der Aspekt jedoch bedeutend seltener genannt. Diese Alterskohorte problematisiert dafür die fehlende Innovation, Flexibilität und Offenheit der Vereine sowie insbesondere auch die Generationenkonflikte bedeutend stärker. Interessanterweise werden Nachwuchsförderung und Mitgliederwerbung in der Generation Z, auf die solche Massnahmen ausgerichtet sind, von nur 5.9% als ungenügend bewertet. Dies deutet darauf hin, dass die aktuellen Nachwuchsprobleme nicht auf unzureichende Förderung, sondern auf andere Probleme zurückzuführen sind.

Spannend in diesem Zusammenhang sind auch konkrete Äusserungen zum Thema Generationenkonflikte im Verein. Folgende drei beispielhafte Zitate stammen aus Antworten der Generation Z:

Bezüglich Berufslernende /Schüler/ Studenten habe ich den Eindruck, dass vorwiegenden von den älteren Personen das Verständnis nicht da ist, wenn man aufgrund anstehenden Prüfung auch mal eine Probe auslassen muss. *(Weiblich, Jahrgang 2000, Kanton Aargau)*

Einige «Miesepeter» im Verein, die gegen fast alle neuen, interessanten Ideen sind. (leider mehrheitlich die älteren Mitglieder). *(Männlich, Jahrgang 1995, Kanton Aargau)*

Die ältere Generation ist sehr stur. Ich würde es begrüßen, wenn sie flexibler wären. *(Weiblich, Jahrgang 1998, Kanton Graubünden)*

Ältere Vereinsmitglieder seien wenig entgegenkommend, gegen neue Ideen und unflexibel, was Absenzen angeht. Angehörige älterer Generationen kritisieren an den Jungen hingegen in erster Linie deren fehlendes Engagement und fehlende Motivation:

Ich wünschte mir, die jüngeren Mitglieder würden sich mehr von der Musik begeistern lassen und mehr Herzblut für den Musikverein entwickeln. (*Weiblich, Jahrgang 1962, Kanton Zug*)

Der Probenbesuch sollte verbessert werden. Der Individualismus der Jungen geht oft zu weit. (*Männlich, Jahrgang 1943, Kanton Solothurn*)

die Jungen wollen nur zögernd Verantwortung übernehmen (*Weiblich, Jahrgang 1975, Kanton Aargau*)

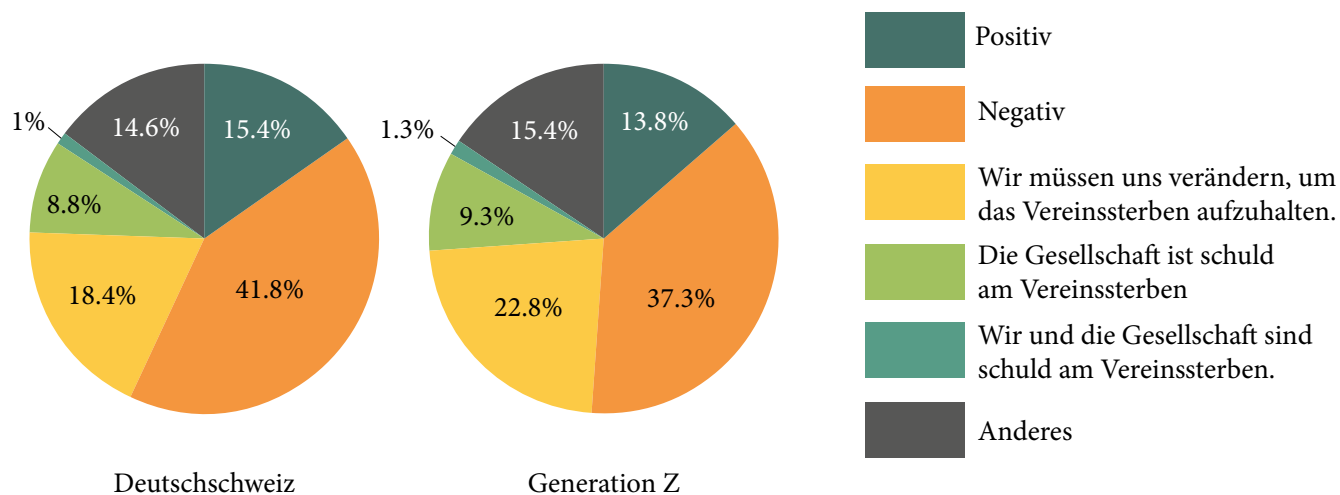
Gabriela Mattmann spricht in ihrer Studie auch das häufig kritisierte fehlende Engagement der jüngeren Mitglieder an. Um diese rascher in den Verein zu integrieren, wird teilweise versucht, sie möglichst früh in Ämter einzusetzen. So soll erreicht werden, dass sich die Jugendlichen vermehrt als wichtigen Teil des Vereins sehen und dadurch weniger schnell austreten. Laut Mattmann könnte sich dies jedoch auch kontraproduktiv auswirken, denn gerade jüngere Generationen stören sich an den grossen Verpflichtungen des Vereinslebens.¹ Eine Lösung dafür könnte die projektmäßige Mitarbeit in einem Ressort sein.

1 Gabriela Mattmann: *Die Roten und die Schwarzen. Die Gemeinde Rain und ihre Musikvereine* (= Zürcher Beiträge zur Alltagskultur, Band 11), Zürich: Chronos 2002.

F19 Wie siehst du die Zukunft der Blasmusik?

Total Teilnehmer*innen der Umfrage: 1'947

Antworten auf diese Frage: 1'584 (81.4%)



	Deutschschweiz	in Prozent	Generation Z	in Prozent
Positiv	244	15.4%	43	13.8%
Negativ	662	41.8%	116	37.3%
Wir müssen uns verändern, um das Vereinssterben aufzuhalten.	292	18.4%	71	22.8%
Die Gesellschaft ist schuld am Vereinssterben.	139	8.8%	29	9.3%
Wir und die Gesellschaft sind schuld am Vereinssterben.	15	1.0%	4	1.3%
Anderes	232	14.6%	48	15.4%
<i>Total</i>	<i>1'584</i>	<i>100%</i>	<i>311</i>	<i>100%</i>

Tabelle 35: Stimmung in Bezug auf die Zukunft der Blasmusik

Kommentar

Lediglich 15.4% der Befragten sehen eine positive Zukunft für ihre Kulturpraxis. 18.4% sehen eine Chance, das Vereinssterben aufzuhalten, aber nur, wenn sich die Blasmusikszene verändert. Diese Personen sind der Meinung, Blasmusik müsse professioneller werden (insbesondere was die Ausbildung angeht), müsse sich attraktiver präsentieren (beispielsweise durch eine andere Stückwahl) oder müsse offener für neue Ideen sein, um so ihr Image aufzubessern. Zudem wird eine stärker projektbezogene Arbeit gewünscht.

Daneben sehen ganze 41.8% der Befragten die Zukunft der Blasmusik negativ. Sie erwarten ein noch grösseres Vereinssterben, da die Jugendlichen nur schwer für dieses Hobby zu begeistern seien. Diese Problematik scheint laut den Antworten hauptsächlich kleinere und niedriger klassierte Dorfvereine zu betreffen. Häufig wird auch gesagt, es werde wohl weniger Vereine geben, dafür aber mehr Projektformationen, was teilweise mit einem steigenden musikalischen Niveau in Verbindung gebracht wird. Da eine solche Entwicklung aber die Attraktivitätsprobleme der Szene nicht oder nur bedingt löst, habe ich solche Antworten als «negative» Zukunftsperspektiven gewertet.

Weitere 8.8% der teilnehmenden Personen geben die Schuld am Vereinssterben den gesellschaftlichen Veränderungen der vergangenen Jahrzehnte. Eine Person meint beispielsweise:

Der Reichtum an Medien und Stilrichtungen ist gewaltig. Die E-Musik [sic. – müsste wohl U-Musik heissen] hat bald 100 Jahre auf dem Buckel und hat bei der Jungen Generation klar überhand genommen. Die ältere Generation stirbt langsam weg. Selbst als Musiker hat man oft mit den eigenen Terminen genug zu kämpfen und geht nicht noch an Konzerte von andern Musiken. Die Vielfalt an Hobbys und Freizeitangeboten sowie Computer werden nur noch wenige zum Hobby Musik treiben. (*Männlich, Jahrgang 1973, Kanton Bern*)

Geklagt wird also über ein – im Vergleich zu früher – grösseres Freizeitangebot, insbesondere im sportlichen Bereich, eine fehlende Bereitschaft, sich freiwillig zu engagieren sowie ein schlechtes Image. Zudem werden technische Errungenschaften problematisiert:

Die Jugend hatte [früher] noch mehr Interesse am Instrument lernen, heute ist Handy, Tablet etc. wichtiger. (*Weiblich, 1975, Kanton Schaffhausen*)

Interessant ist, dass in der Festschrift zum 75jährigen Jubiläum der MG Lyss im Jahr 1945 bereits ähnliche Punkte auftauchen. Auch dort wird ein Nachwuchsproblem festgestellt und auf die mangelnde Zeit der Jungen zurückgeführt – ausdrücklich auch aufgrund von sportlichen Aktivitäten. Die Argumentation, die Jugend hätte zu wenig Zeit, taucht über die Jahrzehnte hinweg in Protokollen der MG Lyss immer wieder auf und kann daher kaum als Hauptproblem spezifisch der heutigen Zeit gelten. Es ist für Vereine gefährlich, ihre Probleme mit einem gesellschaftlichen Wandel zu begründen, denn darauf können sie kaum Einfluss nehmen. Gesellschaftliche Veränderungen mögen zwar zu Problemen führen, es ist aber die Aufgabe der Vereine und Verbände, nicht auf die vermeintlich gute alte Zeit zurückzuschauen sondern zukunftsorientierte Lösungen in einer sich konstant wandelnden Gesellschaft zu finden. Eine Volksbefragung des Bundesamtes für Statistik zum

Kulturverhalten aus dem Jahr 2019 zeigen nämlich, dass die Jugend nicht weniger engagiert ist und auch nicht weniger musiziert als ältere Generationen. Dass sie trotzdem weniger motiviert ist, in einem Blasmusikverein mitzuwirken, dürfte hauptsächlich auf interne Probleme der Szene zurückzuführen sein.

Nichtsdestotrotz scheint es aber zu stimmen, dass die Generation Z zu ihrer Freizeitgestaltung mehr Möglichkeiten zur Verfügung hat als frühere Generationen. In einem Interview mit Mattmann äussert sich beispielsweise eine Person, die 2002 30 Jahre alt war:

Ich weiss es auch nicht, vielleicht ist es die heutige Zeit... Als ich in die Musik ging, war für mich klar, ich will Musik machen, und ich ging aus Interesse in diese Musik. Und dann, ja das war dein Hobby. Und heutzutage haben sie einfach viel mehr Möglichkeiten und gehen mal in die Musik, damit sie einmal in der Musik waren, und irgendwann sagen sie dann vielleicht, ja, nein, das passt mir jetzt nicht, und haben nicht irgendwie das Verantwortungsgefühl, das wir vielleicht hatten [...].¹

Durch die bereits erwähnte erhöhte Mobilität erhält die Blasmusikszene nicht nur Konkurrenz von anderen Freizeitangeboten, sondern Musikant*innen haben zudem die Möglichkeit selbst zu entscheiden, in welchem Verein sie mitspielen möchten. Dadurch sind einzelne Formationen gefordert, sich durch die eigene Attraktivität gegen konkurrenzierende Angebote durchzusetzen.

Nachwuchsförderung in der Blasmusikszene setzt oft auf eine gute Ausbildung sowie auf attraktive Angebote von Jugendmusikvereinen. Zudem wollen, wie bereits erwähnt, die Verbände das generelle Niveau der Vereine steigern – insbesondere was konzertante Originalwerke angeht. In den 1970er Jahren hatte die MG Lyss ein hohes Niveau, es bestand eine Jugendmusik und ab 1979 zudem eine professionelle Musikschule. Trotzdem hatte der Verein Nachwuchsprobleme. Dies ist vermutlich auf eine schlechte Stimmung im Verein sowie auf eine fehlende Zielsetzung zurückzuführen. Denn was bringt eine gute Ausbildung sowie ein attraktives Programm in der Jugendmusik, wenn der Erwachsenenverein aus der Sicht der Jugendlichen unattraktiv ist? In meiner Masterarbeit – und daher auch in dieser Umfrage – gehe ich bewusst nicht auf die Ausbildung oder die Jugendmusikvereine ein – obwohl diese für eine gute Nachwuchsförderung wichtig sind. Einerseits verzichte ich darauf, weil diese beiden Aspekte in Lyss, das als Fallbeispiel dient, gut funktionieren, andererseits aber auch, weil sie in bestehenden Artikeln und Präsentationen zum Thema bereits ausführlich diskutiert werden.

¹ Gabriela Mattmann: *Die Roten und die Schwarzen. Die Gemeinde Rain und ihre Musikvereine* (= Zürcher Beiträge zur Alltagskultur, Band 11), Zürich: Chronos 2002.

Zusammenfassende Bemerkungen zum Repertoire

Über Arrangements, speziell von Popmusik, äussern sich in der Umfrage in der Deutschschweiz diverse Personen negativ. Kritisiert wird beispielsweise, dass viele moderne Charthits keine Melodie mehr haben oder auch, dass sich diese Genres nicht für Blasmusikbesetzungen eignen. So schreibt eine Person:

Vieles ist mit einer Blasmusik kaum vernünftig möglich. Z.B. braucht ein Tubist Atempausen - eine Bassgitarre nicht. (*Männlich, Jahrgang 1962, Kanton Aargau*)

Es ist klar, dass sich Popsongs nicht immer eins zu eins auf eine Bläserbesetzung übertragen lassen. Für ein Konzert der MG Lyss habe ich beispielsweise diverse aktuelle Hits für den Verein arrangiert und auch auf der Tuba gespielt. Dabei waren gewisse Anpassungen an die neue Instrumentierung nötig – trotzdem waren die gewählten Stücke alle problemlos spielbar. Zu solchen Anpassungen äussert sich beispielsweise die Blasmusikdirigentin Isabelle Gschwind in einem Blogbeitrag von Alexandra Link:

Bei der Literaturwahl stellt sich immer die Frage, ob das Werk vereinfacht, authentisch oder erweitert gespielt werden soll. Vereinfachte Arrangements z.B. von Pop-Rock-Balladen oder -Songs sind weniger zu empfehlen. Sie klingen am Radio schön, an Konzerten wirken sie oft langweilig. [...] Zudem geht die Spannung nach der ersten Strophe oft verloren, da diese Songs vom Text leben und in der Instrumentalversion vieles von ihrer Aussage einbüßen. Auch Bearbeitungen mit einstimmig gesetzten Melodien, langen Akkorden als Begleitung und immer gleichbleibender Basslinie tragen wenig zu einer musikalischen Interpretation bei. Authentisch arrangierte Werke sind gerade in den Genres Swing, Jazz und Latin sehr spannend. [...] Interessante Beispiele gibt es besonders im Bereich der erweiterten Arrangements. Darunter ist der kreative Umgang mit dem Original gemeint, indem z.B. die Melodie mehrstimmig gesetzt, eine Gegenstimme dazu komponiert, andere Stilelemente eingearbeitet, Fragmente der Ursprungsmelodie übernommen und neue Kombinationen entwickelt [werden].¹

Als Beispiele für erweiterte Arrangements nennt sie «Brilliant Beatles» von Peter Kleine Schaars sowie die «Queen Symphony» für Blasorchester und Chor von Tolga Kashif. Während an beiden Arrangements an sich nichts auszusetzen ist, verlieren sie meiner Meinung nach durch die Erweiterungen den eigentlichen Charakter von Popmusik und ähneln in gewisser Weise eher Werken der E-Musik. Dies entspricht der teilweise vorhandenen Ansicht, Blasorchester seien musikalisch am ehesten mit Sinfonieorchestern zu vergleichen. Während dies beispielsweise von Link oder Gschwind als positiv betrachtet wird, muss angemerkt werden, dass diese Verbindung historisch gesehen nicht ganz stimmig ist. Während Musikgesellschaften wie die MG Lyss zwar neben Volksmusik und Märschen immer Transkriptionen von Kunstmusik interpretiert haben, lag ihr Fokus lange Zeit auf für «das Volk» leicht verständlichen Stücken – so waren auch die transkribierten Werke häufig bekannte Arien oder Ouvertüren.

Was genau Gschwind unter vereinfachten und authentischen Arrangements versteht wird aus ihrem Beitrag leider nicht klar. Sie merkt jedoch an, dass sich mehrstrophige Popsongs, die oft auch eine gleichbleibende Basslinie haben, für Blasmusikformationen nicht eignen, da sie an solchen Konzerten oft langweilig wirken.

1 Alexandra Link: «Spartenreichtum Blasorchester – Fluch oder Segen? Teil 1», auf: *Blasmusik. Blasmusikblog von Alexandra Link*, 25. Juni 2019, <<https://blasmusikblog.com/spartenreichtum-blasorchester-fluch-oder-segen-teil-1/>> [23.11.2020].

Dem kann mit neuen Konzertkonzepten entgegengewirkt werden. Während repetitive Stücke an einem Konzert mit sitzendem Orchester und Publikum langweilig wirken, laden sie an einer stehenden *Performance* mit Lichtshow zum Mittanzen ein. Dies bietet sich auch an, um an die nach Musikwissenschaftler Andreas Kunz speziell in der Jugendzeit wichtige körperliche Wahrnehmung von Musik anzuknüpfen.²

Selbstverständlich ist der Fokus auf Populärmusik nicht der einzige Weg zum Erfolg. Wichtig ist jedoch meiner Meinung nach eine klare Zielsetzung und Vision für den Auftritt sowie die generelle musikalische Ausrichtung des Vereins. Die Umfrage zeigt äusserst unterschiedliche Musikgeschmäcker. Durch die gegebenen Antworten kam zwar eine Rangliste der Hör- und Spielpräferenzen zustande, die hohen Standardabweichungen deuten jedoch auf unterschiedliche Vorlieben hin. Für die meisten Vereine dürfte eine klare musikalische Ausrichtung somit schwierig sein. Trotzdem kann dies zumindest ein möglicher Weg zum Erfolg sein. Während das Konzept des Dorfvereins durch die erhöhte Mobilität und geringer werdende örtliche Identifikation an Bedeutung verliert, könnten die Vereine so vielleicht besser aus der grossen Masse an Freizeitangeboten herausstechen. Wenn sich beispielsweise das Blasorchester A auf konzertante Blasmusik, die Musikgesellschaft B auf volkstümliche Blasmusik, die Brass Band C auf moderne Unterhaltungsmusik und der Musikverein D auf ein weiterhin stilübergreifendes Repertoire konzentriert, würde die Vielfalt im Blasmusikwesen insgesamt erhalten bleiben, einzelne Vereine könnten aber dennoch einen musikalischen Fokus setzen. Dadurch könnten sich die Musikant*innen den Verein aussuchen, der ihnen am meisten entspricht und es wäre möglich, dem zunehmenden Wunsch – speziell der Generation Z – individuelle Bedürfnisse und Geschmäcker mehr zu berücksichtigen gerecht werden. Meiner persönlichen Erfahrung mit der MG Lyss nach ist zudem die Motivation und Freude an einem Konzert um einiges höher, wenn einem nahezu alle gespielten Stücke gefallen. Wenn diese Freude am Auftritt spürbar ist und sich auf das Publikum überträgt, wirkt sich dies positiv auf die Stimmung aller Beteiligten aus.

Zusammenfassende Bemerkungen zum Marketing

Wichtig im Bereich von Öffentlichkeitsarbeit und Marketing sind beispielsweise die Ständchen, Platzkonzerte und Umrahmungen von Anlässen, an denen sich der Verein einem Publikum präsentieren kann, das sonst nicht unbedingt an Blasmusikkonzerte kommt. Gerade an solchen Auftritten ist es zentral, dass sich die Vereine von ihrer besten Seite zeigen, um so neue Zuschauer*innen und Mitglieder für sich zu gewinnen. Durch den Übergang von einem geselligen und funktionsgebundenen in einen in erster Linie musikalisch orientierten Verein ging die Anzahl solcher Auftritte in vielen Formationen während dem 20. Jahrhundert zurück. Für starke Formationen ist dies weniger ein Problem, da sie mit ihrer musikalischen Qualität Publikum anziehen können. Verzichtet ein Drittklassverein hingegen auf repräsentative Anlässe zugunsten von durch die Mitglieder häufig als interessanter gewerteten Konzerten, kann er aber oft kaum neues Publikum erreichen. Aus

2 Andreas Kunz: *Aspekte der Entwicklung des persönlichen Musikgeschmacks* (= Friedensauer Schriftenreihe, Reihe C Musik-Kirche-Kultur Band 1), Frankfurt u.A.: Peter Lang 1998.

diesem Grund sind Auftritte ausserhalb des Konzertsaals wichtig, um die Sichtbarkeit der Blasmusik in der Öffentlichkeit zu erhöhen.

Während früher die Eltern einen massgebenden Einfluss auf die musikalische Sozialisation und den daraus resultierenden Musikgeschmack ihrer Kinder hatten, wurde der Einfluss der Medien über die letzten Jahrzehnte immer grösser.³ Blasmusik repräsentiert zwar nicht eine bestimmte Musikrichtung, trotzdem kann sie die Medien aber zu ihren Gunsten einsetzen. Häufig beklagen sich Verbände und Mitglieder über die kleine Präsenz ihrer Musizierpraxis in Zeitungen, Radio und Fernsehen. Diese Medien werden jedoch von der Generation Z kaum noch konsumiert. Stattdessen sind viele Jugendliche auf sozialen Medien wie Instagram, YouTube oder TikTok aktiv. Da auf diesen Plattformen kostenlos Inhalte veröffentlicht werden können, stellen sie für die Blasmusikszene eine bisher von vielen Vereinen wenig genutzte Möglichkeit zur Sichtbarkeitsmachung dar. Die Schwierigkeit ist jedoch, dass auch auf diesen Kanälen hohe Erwartungen an die Qualität der veröffentlichten Inhalte bestehen. Erfolgspotenzial haben in erster Linie visuell attraktive Posts mit wenig Text – insbesondere Videos. Die Erstellung solcher Inhalte bedingt jedoch ein gewisses technisches Know-how, das oft fehlt.

Generell sollte das Produkt «Blasmusik» besser vermarktet werden. An Konzerten kann dies beispielsweise durch eine klarere Ausrichtung und eine stärkere Ausstrahlung der Spielfreude erreicht werden. In den sozialen Medien hingegen kann sich Werbung an einer betriebswirtschaftlichen Perspektive orientieren. Ein auf die Generation Z ausgerichtetes Marketing sollte beispielsweise die Exklusivität und Einzigartigkeit von Produkten hervorheben, um so dem zunehmenden Individualismus gerecht zu werden.⁴ Eine digitale Kommunikation sollte zudem auf Augenhöhe stattfinden und auf Humor setzen,⁵ kann sich aber durchaus auch an traditionellen Werten orientieren. Gleichzeitig mit einem möglichen Fokus auf die traditionelle Herkunft der Marke (bzw. des Vereins) sprechen Kleinjohann und Reinecke auch die Wichtigkeit einer «Vision» an: Marken und Firmen sollten für etwas Positives stehen und eine innovative Strategie haben.⁶

Natürlich lassen sich nicht alle genannten Konzepte gleich einfach auf die Blasmusik übertragen. Eine klare Vision oder Zielsetzung der Vereinsleitung führt aber oft auch dazu, dass der Verein mehr aus der Masse der Freizeitangebote heraussticht und sich so besser als einzigartig und speziell verkaufen kann. Dies zeigt sich beispielsweise an der MG Lyss, die mit ihrem Fokus auf moderne Musik in Kombination mit Gesang und Rap werben kann und dies auch tut. Der Dirigent der MG Lyss äussert sich beispielsweise folgendermassen:

Du musst innovativ sein, dann hast du immer eine Chance und die Leute, wenn es in dem Verein stimmt, dann kommen sie von weit her. Die Mobilität ist heute das kleinste Problem. Ich glaube, wenn ein Verein arbeitet und sich zu seiner Art bekennt, Qualität, egal in welche Richtung sie gehen, aber

3 Andreas Kunz: *Aspekte der Entwicklung des persönlichen Musikgeschmacks* (= Friedensauer Schriftenreihe, Reihe C Musik-Kirche-Kultur Band 1), Frankfurt u.A.: Peter Lang 1998.

4 Kleinjohann, Michael und Reinecke, Victoria: *Marketingkommunikation mit der Generation Z. Erfolgsfaktoren für das Marketing mit Digital Natives*, Wiesbaden: Springer Gabler 2020.

5 Ebd., S. 32.

6 Dorsey, Jason und Villa, Denise: *Zconomy. How Gen Z Will Change the Future of Business – And What to Do About It*, New York: Harper Business 2020.

Qualität und Fun haben, Fun heisst für mich auch nicht nur in der modernen Richtung, das kann auch in der konzertanten Blasorchesterliteratur sein, dann hast du weniger Probleme.

Marketing in den sozialen Medien muss demnach nicht immer auf ein konkretes Konzert oder die Mitgliederwerbung ausgerichtet sein. Vielmehr können gute Inhalte auf diesen Plattformen dazu beitragen, das Image der Blasmusik zu verbessern und die Besonderheiten einzelner Vereine aufzuzeigen. Um die Generation Z mehr zu erreichen ist es daher nötig, die in den Vereinen für Marketing und Social Media zuständigen Personen zu schulen und ihnen so die Möglichkeit zu geben, diese Medien sinnvoll zu nutzen.

Fazit

Die Generation Z ist sich durch den technologischen Fortschritt einzigartige, exklusive, spezielle und individualisierte Angebote gewohnt. Mit ihrer gezielten Ausrichtung auf moderne Unterhaltungsmusik hebt sich die MG Lyss beispielsweise trotz kleiner Besetzung von anderen Freizeitangeboten der Region ab, sticht aus der Masse heraus und entspricht so den Erwartungen dieser Alterskohorte. Da der Verein seine Ausrichtung nicht nur an Auftritten, sondern auch über die sozialen Medien präsentiert, wird er zudem auch für Personen sichtbar, die keine Blasmusikkonzerte besuchen.

Eine solche Fokussierung bedeutet jedoch einen Verzicht auf die gewohnte Breite im Repertoire. Einerseits gefällt die gespielte Literatur dadurch nicht mehr allen Vereinsmitgliedern, was möglicherweise in Austritten resultieren kann. Andererseits erhöht eine klare Ausrichtung jedoch die Motivation der Mitglieder, denen der gespielte Stil entspricht. Durch die erhöhte Mobilität besteht zudem die Möglichkeit, dass sich Personen ausserhalb von Lyss durch die klare Fokussierung angesprochen fühlen und dem Verein beitreten.

Natürlich ist eine Ausrichtung auf moderne Unterhaltungsmusik nicht der einzig richtige Weg. Wichtig ist jedoch eine motivierte Vereinsleitung, die bereit ist, neue und ungewöhnliche Ideen umzusetzen und die eine klare Vision für die Zukunft ihres Vereins hat. Wichtig zu erwähnen ist ebenfalls, dass die sozialen Aspekte des Vereinslebens insgesamt zwar als wichtiger gewertet werden als die musikalischen, dass die gespielte Musikrichtung aber dennoch einen Einfluss auf die Motivation der Mitglieder hat.

Meine Umfrage offenbart viele positive Aspekte der Deutschschweizer Blasmusikszene. Die meisten Mitglieder fühlen sich in ihrem Verein wohl und ihnen gefallen sowohl die sozialen, wie auch die musikalischen Aspekte ihres Hobbys. Dies trifft auch für Mitglieder der Generation Z zu. Bezeichnend ist jedoch die Frage nach der Zukunft dieser Musizierpraxis, denn hier offenbart sich, dass viele Mitglieder diese zumindest als schwierig betrachten. Obwohl sie sich selbst mehrheitlich zufrieden fühlen, sind sie der Meinung, die Blasmusikszene passe sich zu wenig der Zeit an, beziehungsweise, die Gesellschaft entwickle sich in eine Richtung, die Vereinsarbeit schwierig mache. So zeigen diese Antworten, dass die Blasmusikvereine trotz den sonst guten Umfrageergebnissen Probleme haben, für die es gilt, Lösungen zu suchen.

Die Blasmusikszene kann als eine Art geschlossenes System betrachtet werden. Die altersübergreifende Zusammenarbeit innerhalb dieses Systems gelingt dabei grösstenteils gut und es scheint, dass funktionierende Kompromisse gefunden werden können. Die Vereine haben jedoch Schwierigkeiten, Personen – insbesondere Jugendliche – ausserhalb des Systems zu erreichen. Dies zeigt sich in der häufigen Überalterung des Konzertpublikums, in der Schwierigkeit, Personen aus jüngeren Generationen zu einer Vereinsmitgliedschaft zu motivieren sowie auch im Rückgang der Blasinstrumentenschüler*innen an Musikschulen. Um diesen Problemen auf die Spur zu kommen, wären jedoch Untersuchungen nötig, die über den Umfang dieser Umfrage hinausgehen.

Nachwuchsförderung in der Schweizer Blasmusikszene konzentriert sich oft auf eine gute Ausbildung sowie

attraktive Jugendensembles. Dass diese Aspekte jedoch keine Garantie für bleibenden Nachwuchs sind, zeigt das erwähnte Beispiel der MG Lyss ab den 1970er Jahren. Mindestens ebenso wichtig ist das Image der Erwachsenenvereine. Hier wird von den Verbänden oft auf eine Steigerung der musikalischen Leistung durch die Interpretation von Originalwerken gesetzt. Dies ist sicherlich ein möglicher Ansatz. Mit der vorliegenden Auswertung hoffe ich aber demonstriert zu haben, dass auch eine Entscheidung für andere Musikgenres ziel führend sein kann.

Eine zukunftsorientierte Strategie der Blasmusikszene sollte auf Verbesserungen in allen drei Aspekten dieser Musizierpraxis setzen. Im sozialen Bereich muss der Zusammenhalt im Verein verbessert und die Stimmung erhöht werden. Dies kann beispielsweise durch eine pointiertere Ausrichtung im musikalischen Repertoire oder neue Arten des geselligen Zusammenseins nach der Probe erreicht werden. Im musikalischen Bereich sollten die Vereine auf spezielle Konzerte mit originellem Programm anstelle des sich repetierenden Jahreszyklus setzen. Dies kann beispielsweise wiederum durch eine Fokussierung des Repertoires oder eine Zusammenarbeit mit Gastsolisten beziehungsweise -vereinen erfolgen. Im repräsentativen Bereich müssen sich die Vereine positiv in der Öffentlichkeit sichtbar machen. Einerseits braucht es hochwertige Platzkonzerte, an denen nicht nur Märsche und Polkas, sondern das ganze Spektrum der im Verein gespielten Genres aufgeführt werden, andererseits müssen auch die sozialen Medien mehr und besser eingesetzt werden. Um bei der Generation Z Erfolg zu haben braucht es in allen Bereichen Offenheit für Neues und eine Bereitschaft sich zu verändern, denn die Gesellschaft entwickelt sich laufend weiter. Nur so kann der aktuelle Mitgliederschwund aufgehalten werden.