

Zürcher Hochschule
für Angewandte Wissenschaften



School of
Management and Law

Praxistag Kulturmanagement
Fokus «Kultur in der
Unterhaltungsbranche»

Freitag, 6. November 2015, Zürich

Vom Werk zur Wirkung.
Crossing Borders.



Praxistag

MAS Arts Management

EINLADUNG

Liebe Studierende

Gerne lade ich Sie herzlich zum Praxistag mit Schwerpunkt «Kultur in der Unterhaltungsbranche» ein. Das Programm des Praxistags bietet Ihnen die Möglichkeit, die Unterhaltungsbranche aus Sicht des Kulturmanagements besser kennen zu lernen und mit wichtigen Branchenvertreterinnen und -vertreter über die vielfältigen Themengebiete zu diskutieren.

Wir freuen uns auf einen spannenden Tag mit interessanten Diskussionen.

Herzliche Grüsse

Leticia Labaronne

Studienleitung MAS Arts Management



Programm

Freitag, 6. November 2015

- VORMITTAG** **BESUCH MAAG MUSIC & ARTS AG, ZÜRICH
(TREFFPUNKT «ALTE HÄRTEREI»)**
- 10.00 Uhr** **Begrüssung und Vorstellung Maag Music & Arts AG**
Philipp Musshafen, Geschäftsführer Maag Music & Arts AG
- 10.45 Uhr** **Führung durch die Maag Hallen**
Philipp Musshafen, Geschäftsführer Maag Music & Arts AG
- ca. 11.30 Uhr** Individuelle Mittagspause
- NACHMITTAG** **BESUCH SWISS CASINOS, ZÜRICH (INDIVIDUELLE ANREISE)**
HINWEIS: Bitte unbedingt einen gültigen Ausweis
(ID, Pass, CH-Führerschein) mitbringen!
- 14.00 Uhr** **Eintreffen am Empfang Swiss Casinos Zürich AG**
Kurzer Rundgang durch das Casino und Versammlung in
«PM's-Room»
- 14.15 Uhr** **Einführung in die «Welt des Casinos» – Eine «Tour d'Horizon»**
Unterschiedliche Anforderungen an die Führung eines Casinos
zum subventionierten Kulturbetrieb (inkl. Diskussion)
Marc Baumann, Direktor Swiss Casinos Zürich AG
- 15.00 Uhr** Pause

- 15.20 Uhr** **Ein Blick hinter die Kulissen**
Sicherheit und Compliance im Casinobetrieb. Eine anspruchsvolle Aufgabe, die oft im Widerspruch zu den Marktzielen steht, aber unerlässlich ist. Praxisbeispiele mit anschließender Diskussion.
Thomas Cavelti, Vizedirektor Swiss Casinos Zürich AG
- 16.00 Uhr** **Die Welt des Casino Spiels**
Black-Jack und Rocket 7 verbunden mit Entertainment (inkl. Drink)
Marcus Jost, Gaming-Manager Swiss Casinos Zürich AG
- 17.00 Uhr** **Abschluss offizieller Teil Praxistag**

BEGINN FAKULTATIVES ABENDPROGRAMM UND GEMEINSAMER MARSCH ZUM KINO METROPOL (STAUFFACHER)

- 17.15 Uhr** **Spectre – James-Bond-Film**
Alle Studierenden sind eingeladen, den neuen James-Bond-Film im nahegelegenen Kino Metropol zu besuchen (Tickets offeriert).
- 20.15 Uhr** **Gemeinsames Essen nach Wahl (auf eigene Kosten)**
- ab 21.30 Uhr** **Besuch der 007-Gambling-Night im Casino**
(Eintritt kostenlos)

Referenten

MARC BAUMANN, DIREKTOR SWISS CASINOS ZÜRICH AG

Marc Baumann war von 2005 bis 2007 als Kaufmännischer Direktor des Schauspielhauses Zürich tätig und von Juni 2009 bis April 2014 Gesamtleiter des Theaters Winterthur. Seit Mai 2014 ist er Direktor der Swiss Casinos in Zürich. Als Lehrbeauftragter an der Universität Zürich im Rahmen des Executive Master in Arts Administration unterrichtete Marc Baumann Gruppenprozesse & Konfliktmanagement. An der ZHAW ist er Gastreferent verschiedener Fachvorträge und Veranstaltungen. Für die Stadt Zürich war er u.a. Projektleiter für die strategische Planung eines neuen Führungsmodells des Stadtrates. Seit 2012 engagiert sich Marc Baumann in Grossprojekten (Bsp. Jubiläumsfeierlichkeiten «Winterthur750»). Im Mai 2014 übernahm er die Direktion des Swiss Casinos.

www.swisscasinos.ch



PHILIPP MUSSHAFEN, GESCHÄFTSFÜHRER MAAG MUSIC & ARTS AG, ZÜRICH

Philipp Musshafen leitet zusammen mit seinem Team seit 2011 die MAAG Music & Arts AG. Durch seine Ausbildung zum eidg. diplomierten Hotelier HF/SHL und seiner langjährigen Tätigkeiten in Führungspositionen der nationalen und internationalen Spitzenhotellerie, so zum Beispiel dem Park Hotel Weggis oder dem Art Deco Hotel Montana in Luzern, hat er einen sehr nahen Bezug zu den vielseitigen Geschäftsbereichen der Firma. Zusammen mit seinem Team arbeitet er täglich mit Herzblut daran, dass sich die Gäste, Kunden und Besucher in den Hallen der MAAG Music & Arts AG wohlfühlen und die Events, Shows, Konzerte sowie auch das Gastronomische Angebot und den Clubbereich geniessen können.

www.bymaag.ch



Organisatorisches

TEILNAHME

Der Praxistag ist für Studierende des MAS Arts Management obligatorisch.

Abmeldungen bis 4. November 2015 schriftlich an leng@zhaw.ch

KOSTEN

Die Verpflegungskosten werden von den Studierenden selbst getragen.

ORT

MAAG Music & Arts AG

Hardstrasse 21

8005 Zürich

(Treffpunkt: «Alte Härterei»)

www.bymaag.ch

Swiss Casinos Zürich AG

Gessnerallee 3-5

8021 Zürich

(Treffpunkt: Empfang Swiss Casinos Zürich)

www.swisscasinos.ch/sczh-casino-zuerich.html

ANREISE

MAAG Music & Arts AG

- S-Bahn bis Bahnhof Hardbrücke, dann ca. 3 Minuten zu Fuss

Swiss Casinos Zürich AG

- S-Bahn bis Zürich Selnau, dann 2 Minuten zu Fuss
- Tram bis Haltestelle «Zürich Stauffacher» oder «Zürich Sihlstrasse»

KONTAKT

Leticia Labaronne

Studienleitung MAS Arts Management

Telefon +41 58 934 71 07

lael@zhaw.ch

Bericht zum Praxistag

Maag Music & Arts AG, Zürich
Swiss Casinos, Zürich

Ein Beitrag von Dominik Zemp, Teilnehmer
Masterprogramm Arts Management

Der vergangene Praxistag Kulturmanagement mit dem Schwerpunkt «Kultur in der Unterhaltungsbranche» bot uns die Möglichkeit, die Unterhaltungsbranche aus Sicht des Kulturmanagements vertieft kennen zu lernen.

MAAG MUSIC & ARTS AG, ZÜRICH

Geschäftsführer Philipp Musshafen stellte den Betrieb der Maag Music & Arts AG umfassend vor.

Die MAAG Music & Arts AG betreibt seit 2002 die nicht subventionierte MAAG Halle in Zürichs trendigem Kreis 5. Sie vermietet die verschiedenen Räumlichkeiten, betreibt einen eigenen Club (Härtere Club) und hat eine eigene Gastronomieabteilung mit dem Bistro k2 und einer Cateringabteilung. Zudem produziert, vermarktet und veranstaltet die MAAG Music & Arts AG Showproduktionen und Konzerte in der ganzen Schweiz. Die MAAG Music & Arts AG ist heute landesweit eine der grössten Konzert- und Kulturveranstalter mit eigener Location und hat rund 30 Festangestellte. Eine möglichst schlanke Organisation wird angestrebt, um gegenüber dem volatilen Eventgeschäft gut aufgestellt zu sein.

Da die Räumlichkeiten nicht mehr als Provisorium eingestuft werden – es besteht ein Mietvertrag mit der Stadt bis 2025 mit ent-

sprechend hohen behördlichen Auflagen – sind die Anforderungen an das Organisationsmanagement herausfordernd.

Business Units

Die Geschäftstätigkeit wird in vier Business Units unterteilt, welche die Mantelstrategie (risikoreiches Kerngeschäft Musical mit anderen Geschäftsfeldern abfedern) deutlich machen:

- Veranstaltungen (Eigenproduktionen, externe Tourveranstaltungen, Konzerte, Partys, Festivals)
- Produktionen (Kultur- und Showproduktionen)
- Gastronomie (Bistro k2, Bankette, Veranstaltungsapéro, Mitbetreiberin von Frau Gerolds Garten)
- Vermietungen (Corporate- und Public-Events)

Im wichtigen Vermietungsgeschäft werden Event-Packages mit Umsatzgarantien angeboten (food and beverages von eigenem Bistro / Catering, Wegfall der Miete), um preislich konkurrenzfähig (Tagesmiete der Räumlichkeiten zwischen Fr. 8000.– und Fr. 14000.–, exkl. Reinigung und zusätzlichen Dienstleistungen) zu sein.

Unique Selling Proposition

Die Unique Selling Proposition (USP) der MAAG MUSIC & ARTS AG besteht darin, dass alle Geschäftsfelder angeboten werden können, während die Konkurrenz dies nur spartenweise tut.



Customer Relationship Management

Die Marketingressourcen werden hauptsächlich in persönlich abgestimmte Massnahmen investiert, um einen optimalen Return on Investment (ROI) zu erzielen. Möglich macht dies ein Customer-Relationship-Management (CRM), welches alle relevanten Stakeholder (Besucher, Businesskunden, Lieferanten, Sponsoren, etc.) in einer Datenbank (300 000 Einträge) aufnimmt. Mit persönlich abgestimmten Pre-Sale und Geburtstagsaktionen werden sehr hohe Mailing-Öffnungsraten von 40% erreicht. Nebst den gängigen Ticketportalen wurde auch ein eigenes Ticketsystem aufgebaut, um die hohen Ticketkommissionen zu reduzieren.

Customer Relationship Management

Die Marketingressourcen werden hauptsächlich in persönlich abgestimmte Massnahmen investiert, um einen optimalen Return on Investment (ROI) zu erzielen. Möglich macht dies ein Customer-Relationship-Management (CRM), welches alle relevanten Stakeholder (Besucher, Businesskunden, Lieferanten, Sponsoren, etc.) in einer Datenbank (300 000 Einträge) aufnimmt. Mit persönlich abge-

stimmten Pre-Sale und Geburtstagsaktionen werden sehr hohe Mailing-Öffnungsraten von 40% erreicht. Nebst den gängigen Ticketportalen wurde auch ein eigenes Ticketsystem aufgebaut, um die hohen Ticketkommissionen zu reduzieren.

SWISS CASINOS, ZÜRICH

Am Nachmittag folgte eine spannende Einführung in die «Welt des Casinos» durch Marc Baumann, Direktor Swiss Casinos Zürich AG und Thomas Cavelti, Vizedirektor Swiss Casinos Zürich AG.

Die Swiss Casinos Zürich AG verfügt über eine Typ A Konzession und bietet mit 371 Glückspielautomaten und 24 Spieltischen das grösste Angebot aller Casinos in der Schweiz. Das Unternehmen beschäftigt rund 165 Vollzeitstellen. Der Bruttospielertrag beträgt 61 Mio. CHF.

Die Swiss Casinos Zürich AG führt eine detaillierte Besucherstatistik durch und erstellt daraus folgende Spielertyp-Unterteilung:

- **Kleineinsetzer:** Kommt regelmässig tagsüber und spielt mit kontrollierten, kleinen Einsätzen.

- Fun-Player: Kommt am Wochenende vor oder nach dem Ausgang.
- Power-Player / Grosseinsetzer: Spielt bewusst und mit teilweise sehr hohen Einsätzen.

Während die Kleineinsetzer als «Freunde des Casinos» behandelt werden (Kundenbeziehung sorgfältig pflegen) und die Fun Player nur in einem zeitlich limitierten Zeitfenster Erträge bringen (Ansprache durch Events), sind es in erster Linie die Grosseinsetzer, welche den Umsatz bringen. Der bestehende Kundenstamm ist hauptsächlich männlich und verfügt mehrheitlich über keinen höheren Bildungsabschluss.

Die Unternehmensführung ist deshalb bestrebt, mit entsprechenden Massnahmen (z.B. «James Bond Gambling Night») die Zielgruppe zu erweitern. Zudem wird mit gezielten Sponsoringaktionen (Silvesterfeuerwerk in Zürich, Patenschaft für Tiger Elena im Zoo Zürich) versucht, eine positive awareness bei einem breiten Publikum zu erlangen.

Das Spielbankengesetz verlangt, dass die Betreiber einer Spielbank in einem Sozialkonzept darlegen, mit welchen Massnahmen das Casino den sozial schädlichen Auswirkungen des Glücksspiels vorbeugen oder diese beheben will. Der Inhalt des Sozialkonzeptes umfasst die Prävention von Spielsucht, die Früherkennung von spielsuchtgefährdeten Spielerinnen und Spieler und auch Spielsperren.

Zürcher Hochschule
für Angewandte Wissenschaften

School of Management and Law

St.-Georgen-Platz 2
Postfach
8401 Winterthur
Schweiz

www.zhaw.ch/sml

