



# CHOR COACHING

AUFBRUCH IN IHRE CHORISCHE ZUKUNFT



## COACHING FÜR CHÖRE: WANN UND WESHALB?

- Leidet Ihr Chor unter schwindenden Mitgliederzahlen?
- Ist Ihr Chor überaltert und unsicher bezüglich der Zukunft?
- Suchen Sie nach neuen musikalischen Herausforderungen?
- Fragen zur Zukunft Ihres Chores...



Ein professionelles Chor-Coaching kann helfen Fragen und Unsicherheiten anzugehen und neue Ziele zu definieren.



# Coaching - Geschichte

Coaching kommt aus dem Sport (30er Jahre). Ziel war die Leistungssteigerung von Spitzensportlern.

In den 70er Jahren wurde das Coaching vermehrt für Beruf und Leben angewendet. Seitdem gab es immer neue Ansätze, im Grunde aber die gleichen Zielsetzungen.

## ZIELE

- Wahrgenommene Lebensqualität
- Motivationsförderung
- Arbeitsleistung optimieren
- Ziele besser erreichen können





# ANFORDERUNGEN AN CHÖRE



## MUSIK

### Personen

- Sängerinnen und Sänger (Anzahl, Motivation, Altersstruktur)
- DirigentIn
- Neue Inputs durch AushilfsdirigentInnen oder StimmbildnerInnen
- Etc.

### Sache

- Musikalische und rhythmische Fähigkeiten
- Repertoire
- Instrument (Klavier, Flügel, etc.)
- Noten (Archiv)
- Teilnahme an Wettbewerben
- Etc.



# ANFORDERUNGEN AN CHÖRE



## STRUKTUR 1

### Organisation

- Verein/ Projektchor/ loses Bündnis
- Vorstand (alle Funktionen besetzt?)
- Präsident
- Stimmführer/ -Sprecher
- Etc.

### Räume

- Proberaum
- Konzertorte
- Archiv
- Etc.

### Finanzen

- Geld
- Buchhaltung
- Jahresbeiträge
- Gönner/ Sponsoren/ «Freunde»
- Konzerteinnahmen
- Sonstige Einnahmen (Lotto, Servieren, etc.)
- Etc.



# ANFORDERUNGEN AN CHÖRE

## STRUKTUR 2

### Öffentlichkeitsarbeit/ Marketing

- Homepage
- Neue Medien (Facebook, etc.)
- Flyer
- PresseverantwortlicheR
- Kontakt zu den Medien
- Vernetzung (Zuschauer, Sponsoren, Freunde)
- Werbemittel für Konzerte / Mitgliederwerbung
- Renommee / Bekanntheitsgrad





# KONSEQUENZ FÜR ERFOLGREICHE CHÖRE

## **Analysieren**

Was und wie präsentiert sich der  
'Ist-Zustand' des Chores?

## **Ziele setzen**

Was und wohin will der  
Chor / Dirigent?

## **Strategie erarbeiten**

Wie erreiche ich meine Ziele?  
Welche Wege schlagen wir ein?

## **Massnahmen treffen**

Welche Massnahmen ergreifen wir?





# AUFBAU EINES CHOR COACHINGS

Analyse



Ziele



Strategien



Massnahmen





## COACHING-BEISPIEL

# DER WEG VOM FRUST ZUR LUST DES GEMISCHTEN CHORES «SINGFRUST»



# ANALYSE CHOR «SINGFRUST» - MUSIK



## MUSIKALISCHE ASPEKTE

### Personen

- DirigentIn:
- Inputs von aussen (AushilfsdirigentIn/ StimmbildnerIn):
- Musikalische/ rhythmische Fähigkeiten der SängerInnen:

Laie, 72 Jahre alt  
wird nicht gemacht  
wenig Notenlesen-Kenntnisse,  
nie Stimmbildung!

### Sache:

- Teilnahme an Wettbewerben:
- Repertoire:
- Konzerte:

früher regelmässig, heute nicht mehr  
seit X Jahrzehnten dasselbe  
1 Jahreskonzert mit Klavierbegleitung,  
Platzkonzert und Ständchen a capp.



# ANALYSE CHOR «SINGFRUST» - STRUKTUR 1



## ORGANISATION

- Verein: gegründet 1882
- Sängerinnen und Sänger: 25, davon 6 - 7 Männer
- Durchschnittsalter: 67 Jahre
- Letzter Neuzugang: vor 4 Jahren
- Vorstand / Präsident: 1-2 Stellen vakant

## RÄUME

- Proberaum: im Luftschutzkeller
- Konzerte: Im Gemeindesaal



## ANALYSE CHOR «SINGFRUST» – STRUKTUR 2



### FINANZEN

- Jahresmitgliederbeitrag: 50.- (seit 1973)
- Gönner/ Freunde/ Passivmitglieder: keine
- Konzerteinnahmen: Kollekte
- Unterstützung durch Gemeinde: regelmässig 1'000.- / Jahr
- Sonstige Einnahmen: Lotto/ Servieren, etc.



## ANALYSE CHOR «SINGFRUST» – STRUKTUR 3



### ÖFFENTLICHKEITSARBEIT/ MARKETING

- Homepage: ja, aber billig und nicht aktualisiert
- Neue Medien (Facebook, etc.) wird nicht genutzt
- Chor/ Konzerte: Werbeflyer für nur für Konzerte
- E-Newsletter: nein
- Mail-Adressen-Datenbank: nein
- Kontakt zu regionalen Medien: zum Teil, wenn Zeit da ist...
- Mitgliederwerbung: Aufruf in den Konzertflyern und Zeitungsberichten
- Image / Bekanntheitsgrad: eher veraltet / unattraktiv



## ANALYSE CHOR «SINGFRUST» – STRUKTUR 4



### ZIELE / STRATEGIE

- Was sind die Ziele des Chores / der Chorleitung? Keine Ahnung
- Gibt es eine Strategie des Chores? Nein
- Wie erreichen wir uns allenfalls gesetzte Ziele? Keine Ahnung
- Welche Massnahmen können und wollen wir zur Zielerreichung ergreifen? Keine Ahnung



# DURCHATMEN...





# ZIELE CHOR «SINGLUST» - MUSIK



## MUSIKALISCHE ASPEKTE

### Personen

- DirigentIn: jungeR aktiveR DirigentIn
- Inputs von aussen (AushilfsdirigentIn/ StimmbildnerIn): Stimmbildung/ Notenlesen
- Musikalische/ rhythmische Fähigkeiten der SängerInnen: Fähigkeiten laufend verbessern

### Sache:

- Teilnahme an Wettbewerben: wieder teilnehmen
- Repertoire: neues Repertoire aufbauen
- Konzerte: u.a. attraktive Konzerte mit Solisten und Orchester



# ZIELE CHOR «SINGLUST» - STRUKTUR 1



## ORGANISATION

- Verein:
- Sängerinnen und Sänger:
- Durchschnittsalter:
- Letzter Neuzugang:
- Vorstand / Präsident:

Verein mit Projektsängerinnen  
suchen von ProjektsängerInnen  
50 Jahre, statt 67 Jahre  
jedes Jahr mind. 3 – 5 neue Sänger  
Ressorts anpassen und attraktivieren

## RÄUME

- Proberaum:
- Konzerte:

neuen Proberaum suchen  
Im Gemeindesaal / Kirche?



## ZIELE CHOR «SINGLUST» – STRUKTUR 2



### FINANZEN

- Jahresmitgliederbeitrag: 200.-
- Gönner/ Freunde/ Passivmitglieder: jedes Aktivmitglied findet mind. 1 Person
- Konzerteinnahmen: Kollekte / allenfalls Tickets
- Unterstützung durch Gemeinde: regelmässig 1'500.- / Jahr
- Sonstige Einnahmen: Lotto/ Servieren, + Sponsoring



## ZIELE CHOR «SINGLUST» – STRUKTUR 3



### ÖFFENTLICHKEITSARBEIT/ MARKETING

- Homepage:
- Neue Medien.
- (Aktuelle) Werbeflyer für Chor/ Konzerte:
- E-Newsletter:
- Mail-Adressen-Datenbank:
- Kontakt zu regionalen Medien:
- Mitgliederwerbung:
  
- Image / Bekanntheitsgrad:

neu und dem Chor entsprechend

Da investieren wir!

Chorflyer zum Verteilen

mit Chimpmail

aufbauen!

PresseverantwortlicheN bestimmen

Aufruf in den Konzertflyern und

Zeitungsberichten + direkte Mund zu

Mund-Werbung

wir wollen attraktiv (für wen?) sein!



# STRATEGIE CHOR «SINGLUST» - MUSIK



## MUSIKALISCHE ASPEKTE

### Personen

- DirigentIn:
- Inputs von aussen (AushilfsdirigentIn/ StimmbildnerIn):
- Musikalische/ rhythmische Fähigkeiten der SängerInnen:

### Sache:

- Teilnahme an Wettbewerben:
- Repertoire:
- Konzerte:



# STRATEGIE CHOR «SINGLUST» - STRUKTUR 1



## ORGANISATION

- Verein:
- Sängerinnen und Sänger:
- Durchschnittsalter:
- Letzter Neuzugang:
- Vorstand / Präsident:

## RÄUME

- Proberaum:
- Konzerte:



## STRATEGIE CHOR «SINGLUST» – STRUKTUR 2



### FINANZEN

- Jahresmitgliederbeitrag:
- Gönner/ Freunde/ Passivmitglieder:
- Konzerteinnahmen:
- Unterstützung durch Gemeinde:
- Sonstige Einnahmen:



# STRATEGIE CHOR «SINGLUST» – STRUKTUR 3



## ÖFFENTLICHKEITSARBEIT/ MARKETING

- Homepage:
- Neue Medien:
- (Aktuelle) Werbeflyer für Chor/ Konzerte:
- E-Newsletter:
- Mail-Adressen-Datenbank:
- Kontakt zu regionalen Medien:
- Mitgliederwerbung:
- Image / Bekanntheitsgrad:



# MASSNAHMEN CHOR «SINGLUST» - MUSIK



## MUSIKALISCHE ASPEKTE

- DirigentIn:
- Repertoire:
- Musikalische + rhythmische Fähigkeiten der SängerInnen:
- Inputs von aussen (AushilfsdirigentIn/ StimmbildnerIn):
- Teilnahme an Wettbewerben:
- 1 Jahreskonzert, Platzkonzert und Ständchen:



# MASSNAHMEN CHOR «SINGLUST» - STRUKTUR 1



## ORGANISATION

- Verein:
- Sängerinnen und Sänger:
- Durchschnittsalter:
- Letzter Neuzugang:
- Vorstand / Präsident:

## RÄUME

- Proberaum:
- Konzerte:



# MASSNAHMEN CHOR «SINGLUST» – STRUKTUR 2



## FINANZEN

- Jahresmitgliederbeitrag:
- Gönner/ Freunde/ Passivmitglieder:
- Konzerteinnahmen:
- Unterstützung durch Gemeinde:
- Sonstige Einnahmen:



# MASSNAHMEN CHOR «SINGLUST» – STRUKTUR 3



## ÖFFENTLICHKEITSARBEIT/ MARKETING

- Homepage:
- Neue Medien
- (Aktuelle) Werbeflyer für Chor/ Konzerte:
- E-Newsletter:
- Mail-Adressen-Datenbank:
- Kontakt zu regionalen Medien:
- Mitgliederwerbung:
- Image / Bekanntheitsgrad:



## WIE WEITER ?

### CHOIR CHANGE PROZESS MANAGEMENT - WORKSHOP

Inhalt:	Theorie-Inputs zu Choir Change Prozessen (Analyse, Ziele, Strategie, Massnahmen) Erfahrungsaustausch, Gruppenarbeit, Auswertung
Zielgruppe:	Chor Vorstände
Termin/ Zeit:	2. Juli 2016 oder 10. September 2016; 10:30 – 17:00 Uhr
Ort:	noch offen
Kosten:	CHF 500.-/ Chor (inkl. Kaffeepausen; exkl. Reise- und Verpflegungsspesen, Anteil Verband) Individual Coaching/ Moderation (bei Zusammenführen von Chören) für einen Chor: CHF 350.- (+ Fahrspesen) je Sitzung à 3 Std.



## NACH ERFOLGTEM CHOR COACHING

Hoffentlich:



”

**CHOR COACHING BRINGT'S !**

**DANKE!**





# KONTAKT



**PATRIC RICKLIN**

Affolternstrasse 139  
8050 Zürich

Tel. 079 362 19 55

[info@patric-ricklin.ch](mailto:info@patric-ricklin.ch)  
[www.patric-ricklin.ch](http://www.patric-ricklin.ch)