



# Online-Umfrage

# Musikverband beider Basel

Schriftliche Interpretation der Resultate durch  
Vorstand & Musik-Kommission des MVBB

Der MVBB wird unterstützt durch



Kanton Basel-Stadt  
Kultur

Der MVBB wird gesponsert von



# Einführung

- Vom 17. bis zum 31. Mai 2024 führte der MVBB, im Zusammenhang mit der Erarbeitung einer neuen Strategie, bei seinen angegliederten Vereinen eine Online-Umfrage durch.
- Die Umfrage wurde, bei einer Abschlussquote von rund 77%, über 500 mal ausgefüllt. Somit haben 25% der Verbandsmitglieder ihre Voten abgegeben.
- Im Rahmen der diesjährigen Klausurtagung haben Vorstand und MuKo die einzelnen Resultate besprochen und entsprechend interpretiert. Teilweise wurden dabei auch bereits mögliche nächste Schritte oder Konsequenzen abgeleitet.
- Auf den nachfolgenden Folien sind diese Aussagen – in zusammengefasster Form – pro Frage entsprechend ausgeführt.

# X | So sind die einzelnen Seiten zu lesen?




Titel (kurzform) aus der Umfrage

Seitenzahl der Auswertung von Caroline Specht

Nummerierung aus der Umfrage

 Einzelne Aussagen zu der Umfrage wurden so gekennzeichnet.





 Aus der Umfrage abgeleitete Konsequenzen, welche im weiteren Verlauf der Strategie-Entwicklung aufgearbeitet werden sollen, wurden so gekennzeichnet.

# 1 | Warst du schon einmal in Kontakt mit dem MVBB?



- A Der Fokus liegt eher beim eigenen Verein.
- A Kontakt wird nicht als solcher wahrgenommen.
- A Alter entspricht den Funktionen und somit auch der «Distanz» zum Verband.
- A Abstand zur Basis darf als Verband so sein.
- A Kontakt zu den Vorständen / Funktionsträgern ist gewünscht und auch entsprechend vorhanden.




## 1a | Kontakt zu welchem Thema?

-  Das Kern-Business (Musiktage bzw. Musikfest) ist die häufigste Art des Kontaktes.
-  Konferenzen sind vor allem bei den Funktionsträgern wichtig und damit einher geht auch wiederum das Alter der Interessierten.
-  Workshops sind bei der Basis weniger bekannt, da die inhaltlichen Themen meistens auf die Funktionsträger ausgerichtet sind.
  
-  Workshops sind auf entsprechendes Zielpublikum auszurichten. Hier sind in Zusammenarbeit mit der IG «Lebendige Traditionen» ebenfalls Weiterentwicklungen angedacht.

## 2 | Zufriedenheit mit der Arbeit des MVBB?

- 🗨️ Die Zufriedenheit wird Allgemein, sprich bei den Funktionsträger sowie der Basis, positiv bewertet.
- 🗨️ Vernetzung findet vor allem auf Vorstandsstufe statt. Die Basis hat diese Vernetzungsmöglichkeiten eher weniger.
- 🗨️ Alter spielt bei dieser Frage nur eine untergeordnete Rolle.

### 3 | Wichtigkeit der vier Zwecke des MVBB?

- 
 Aspekt der Vernetzung wurde allenfalls anders interpretiert, sprich weniger allgemein denn spezifisch. Bspw. Jugendmusik mit jeweiligem Stammverein gegenüber der allgemeinen Vernetzung.
- 
 Die Ausbildungsunterstützung hat keine Priorität, da die Musikschulen in den Bezirken breit vertreten sind.
- 
 Aufgabenteilung zwischen Verband und Vereinen ist beim Thema «Blasmusik fördern und erhalten» zwingend.

## 4 | Nutzung Kurs- und Weiterbildungsangebot?

- 🗨️ Je Jünger die Umfrageteilnehmer sind, desto weniger wurden Kurse besucht.
- 🗨️ Die Verteilung auf die einzelnen Angebote entspricht auch dem Potential möglicher Teilnehmer (Funktionsträger) bzw. dem Zielpublikum.







## 4a | Besuch / Zufriedenheit musikalische Angebote?

- A Teilnehmer stammen vor allem aus der Basis.
- A Teilnehmer am Kurs «Registerleiter» sind oftmals jünger (U30) und könnten späteres Potential für Dirigiermodule bieten.
- A Bläserkurse werden seit längerem nicht mehr angeboten, entsprechend sind die bisherigen Teilnehmer eher älter.








## 4b | Besuch und Zufriedenheit mit Workshops?

- ☞ Spezifische Kurse und deren Teilnehmer:
- «Blasmusik der Zukunft» = Basis und Älter
  - «Recht und Revision» = Funktionsträger und Jünger
  - Die oben aufgeführten Kombinationen sind diametral anders, als bei den einleitenden Fragen der Umfrage.
- ☞ Der Kurs «Schütze dein Gehör» ist einer der wenigen Kurse, der sich explizit an die Basis richtet. Dieser wird jedoch eher schlecht besucht.





## 4b | Gründe für Nichtbesuch der Kurse / Workshops?

-  Namentlich das Zeitmanko wird als Grund genannt. Lediglich die Jüngeren bzw. Älteren haben anscheinend Zeit, bei den dazwischen liegenden Altersgruppen liegt der Fokus anderswo.
-  Aussage «Angebot ist nicht bekannt» ist vor allem bei den jüngeren Teilnehmern zu finden.
  
-  Die heute genutzten Kanäle sprechen die Jüngeren weniger an.
-  Kommunikation soll über sämtliche Kanäle und frühzeitig erfolgen.






## 6 | Wichtigkeit der Kommunikationskanäle?

-  Konferenzen / Delegiertenversammlungen sind für die Funktionsträger vorgesehen und gelten als Pflicht.
-  Der Newsletter findet bei allen Gruppen entsprechenden Anklang, bei den Jüngeren ist sicherlich die Form zu prüfen.
-  Persönlicher Kontakt ist situativ gewünscht.
-  SocialMedia – Netzwerk ist zu definieren – interessiert eher Jüngere.
-  Auch die Website wird als wichtiges Medium gesehen. Rundmails sind jedoch eher die Ausnahme.
-  Die «Pflicht»-Veranstaltungen müssen nicht nur Interessant gestaltet sein, sondern auch einen Mehrwert generieren.
-  NEWSLETTER/WEBSITE sind unbedingt weiter zu forcieren, in die Zukunft zu entwickeln und weiter auszubauen!

## 7 | Aussagen zur Kommunikation?

-  Die Aussage «Die Kommunikation ist zeitgemäss» hat die tiefste Zustimmung. Dies namentlich bei den jüngeren Teilnehmern.
-  Alle Themen sind vor allem bei den Jüngeren negativ konnotiert.
-  Grundsätzlich eher positives Feedback, jedoch müssen wir weiter dran bleiben!
  
-  Zufriedenheit der Jüngeren mit der Kommunikation, muss mit der Frage nach deren Interesse am Verband kombiniert betrachtet werden.








## 8 | Neue Kommunikations- und Informationsangebote?

-  Ein Marktplatz ist schon lange ein Wunsch von vielen.
  -  Bei den Informationen zu den MVBB-Anlässen ist die Fragestellung wohl unklar (findest vs. fändest).
  -  Der Kontakt zu anderen kantonalen Musikverbände soll nicht nur für Musiktage oder -Feste, sondern auch für Ausbildungen, gefördert werden.
  -  Alter oder Funktion für die Frage nicht von Relevanz.
- 
-  Wie soll die Kommunikation allumfassend erfolgen? Nur Website oder nur SocialMedia oder beides?

## 9 | Inputs zur Kommunikation?






- A Die Kommunikation bzw. Inhalten müssen für alle Verfügbar sein.
- A Die Produkte sind für die jeweilige Zielgruppe adressatengerecht aufzubereiten und entsprechend zu verteilen.

# 10 | Besuch / Zufriedenheit öffentliche Anlässe?






-  Musiktage / -Feste sind beliebt und werden (als Verein) besucht.
-  An Weekends wird (von wenigen) als Einzelpersonen teilgenommen.
-  Jugendmusiklager sind bei den Jüngeren weniger beliebt, da evtl. auch bereits Lager durch die eigenen Vereine angeboten werden.
-  Mit Weekends ist man weniger zufrieden, als mit anderen Anlässen.
-  Anlässe, die als Verein besucht werden können, erfreuen sich grösserer Beliebtheit, als solche, die man als Einzelperson besucht.
-  JM-Lager und Weekends sind zu hinterfragen, Feedbacks einholen. Wie zielführend sind die Lager und Weekends?
-  Musiktage / -Feste sind beizubehalten, ausbauen und allenfalls mit Jugend-Blasmusik-Preis zu kombinieren / verbinden.



## 10a | Gründe für Nichtbesuch öffentliche Anlässe?

-  Teilweise nehmen ganze Vereinen nicht teil.
-  Zeitmangel als Grund, wird am ehesten bei den Lagern verortet.
-  Informationskanäle sind nicht flächendeckend bekannt bzw. Informationen werden Vereinsintern nicht weitergeleitet.
  
-  Weshalb nehmen teilweise ganze Vereine nicht an Anlässen teil? Gründe sind zu hinterfragen. Evtl. können Plattformen für kleinere Vereine oder Einzelpersonen angeboten werden, dies muss in die entsprechenden Module einfließen.
-  Informationen sind direkt an die Basis zu richten (evtl. Hitobito oder auch die Erstellung einer MVBB-App).

# 11 | Inputs zu den öffentlichen Anlässen?

-  Die Kommunikation bzw. Bekanntmachung von Anlässen fördern.
-  Kleine Vereine sollten besser Unterstützt werden.
-  Jugendförderung wird aktiv thematisiert.
  
-  Was heisst Jugendförderung genau? Was beinhaltet das?
-  Attraktivität Musiktage / -Feste für Jugendliche erhöhen bzw. Jugendmusiken aktiv bei diesen Anlässen integrieren und Kommunikation dazu vorantreiben.

# 12-14 | Allgemeine Angaben

- 🗨️ Der grösste Teil der Teilnehmenden sind Vereinsmitglieder = Basis. Gefolgt von den Funktionsträgern.
- 🗨️ Die unter 20-jährigen haben am wenigsten teilgenommen.
- 🗨️ (Viele) bis 30-jährige sind in Musikkommissionen, 31-40-jährige eher in Vorständen.
- 🗨️ Das mittlere Alterssegment hat den Fokus wohl öfters bei anderen Verpflichtungen, wie bspw. Familie oder Job.

## 15 | Allgemeine Inputs

- 📌 Die Kommunikation zur Basis ist zu fördern.
- 📌 Was ist mit der Aussage «Nachwuchsförderung» gemeint?
- 📌 Plattform und Unterstützung bei der Durchführung von Musiktagen, vor allem für kleinere Vereine.
- 📌 Musikschulen vermehrt ins Boot holen, diese bilden die zukünftigen Vereinsmitglieder aus.
- 📌 Den MVBB und dessen Wirken einem breiten Publikum vorstellen.

Vorstand und Musik-Kommission

**DANKEN ALLEN HERZLICHST**

für die rege Teilnahme an der Umfrage  
sowie den erhaltenen Support im  
Zusammenhang mit der neuen Strategie!

# Themenliste für Weiterarbeit

1/3



#	Frage	Folie	Thema
A	1a	5	Workshops sind auf entsprechendes Zielpublikum auszurichten. In Zusammenarbeit mit der IG «Lebendige Traditionen» sind hier ebenfalls Weiterentwicklungen angedacht.
B	3	7	Aufgabenteilung zwischen Verband und Vereinen ist beim Thema «Blasmusik fördern und erhalten» zwingend.
C	4b	11	Die heute genutzten Kanäle sprechen die Jüngeren weniger an.
D	4b	11	Kommunikation soll über sämtliche Kanäle und frühzeitig erfolgen.
E	6	12	Die «Pflicht»-Veranstaltungen müssen nicht nur Interessant gestaltet sein, sondern auch einen Mehrwert generieren.
F	6	12	NEWSLETTER/WEBSITE sind unbedingt weiter zu forcieren, in die Zukunft zu entwickeln und weiter auszubauen!
G	7	13	Zufriedenheit der Jüngeren mit der Kommunikation, muss mit der Frage nach deren Interesse am Verband kombiniert betrachtet werden.
H	8	14	Wie soll die Kommunikation allumfassend erfolgen? Nur Website oder nur SocialMedia oder beides? <i>AUCH IM THEMA «D»</i>

# Themenliste für Weiterarbeit

2/3



#	Frage	Folie	Thema
I	10	16	JM-Lager und Weekends sind zu hinterfragen, Feedbacks dazu einzuholen. Wie zielführend sind die Lager und Weekends?
J	10	16	Musiktage / -Feste sind beizubehalten, ausbauen und allenfalls mit Jugend-Blasmusik-Preis zu kombinieren / verbinden.
K	10a	17	Weshalb nehmen teilweise ganze Vereine nicht an Anlässen teil? Gründe sind zu hinterfragen. Evtl. können Plattformen für kleinere Vereine oder Einzelpersonen angeboten werden, dies muss in die entsprechenden Module einfließen.
L	10a	17	Informationen sind direkt an die Basis zu richten (evtl. Hitobito oder auch die Erstellung einer MVBB-App).
M	11	18	Was heisst «Jugendförderung» genau bzw. was beinhaltet das?
N	11	18	Attraktivität Musiktage / -Feste für Jugendliche erhöhen bzw. Jugendmusiken aktiv bei diesen Anlässen integrieren und Kommunikation dazu vorantreiben. <i>AUCH IM THEMA «J»</i>
O	15	20	Die Kommunikation zur Basis ist zu fördern. <i>AUCH IM THEMA «L»</i>
P	15	20	Was ist mit der Aussage «Nachwuchsförderung» gemeint? <i>AUCH IM THEMA «M»</i>

# Themenliste für Weiterarbeit

3/3



#	Frage	Folie	Thema
Q	15	20	Plattform und Unterstützung bei der Durchführung von Musiktagen, vor allem für kleinere Vereine.
R	15	20	Musikschulen vermehrt ins Boot holen, diese bilden die zukünftigen Vereinsmitglieder aus.
S	15	20	Den MVBB und dessen Wirken einem breiten Publikum vorstellen.