

Thaller, René Peter

Book Part — Published Version

Menschen, Marken, Moshpits & Moneten – Analyse der durch die Geschäftstätigkeiten von Napalm Records in der Steiermark ausgelösten regionalwirtschaftlichen Effekte

Provided in Cooperation with:

IST-Hochschule für Management, Düsseldorf

Suggested Citation: Thaller, René Peter (2025) : Menschen, Marken, Moshpits & Moneten – Analyse der durch die Geschäftstätigkeiten von Napalm Records in der Steiermark ausgelösten regionalwirtschaftlichen Effekte, In: Bauer, Matthias Johannes Naber, Tom (Ed.): Menschen, Marken, Moshpits: Wirtschaftliche und kommunikative Aspekte von Open-Air-Veranstaltungen am Beispiel von Metal-Festivals in Deutschland, ISBN 978-3-8316-7820-4, utzverlag, München, pp. 225-245

This Version is available at:

<https://hdl.handle.net/10419/320408>

Standard-Nutzungsbedingungen:

Die Dokumente auf EconStor dürfen zu eigenen wissenschaftlichen Zwecken und zum Privatgebrauch gespeichert und kopiert werden.

Sie dürfen die Dokumente nicht für öffentliche oder kommerzielle Zwecke vervielfältigen, öffentlich ausstellen, öffentlich zugänglich machen, vertreiben oder anderweitig nutzen.

Sofern die Verfasser die Dokumente unter Open-Content-Lizenzen (insbesondere CC-Lizenzen) zur Verfügung gestellt haben sollten, gelten abweichend von diesen Nutzungsbedingungen die in der dort genannten Lizenz gewährten Nutzungsrechte.

Terms of use:

Documents in EconStor may be saved and copied for your personal and scholarly purposes.

You are not to copy documents for public or commercial purposes, to exhibit the documents publicly, to make them publicly available on the internet, or to distribute or otherwise use the documents in public.

If the documents have been made available under an Open Content Licence (especially Creative Commons Licences), you may exercise further usage rights as specified in the indicated licence.

MATTHIAS JOHANNES BAUER,
TOM NABER (HRSG.)

MENSCHEN, MARKEN, MOSHPITS

WIRTSCHAFTLICHE UND KOMMUNIKATIVE ASPEKTE VON
OPEN-AIR-VERANSTALTUNGEN AM BEISPIEL VON
METAL-FESTIVALS IN DEUTSCHLAND



Matthias Johannes Bauer, Tom Naber (Hrsg.)

MENSCHEN, MARKEN, MOSHPITS

**WIRTSCHAFTLICHE UND KOMMUNIKATIVE ASPEKTE
VON OPEN-AIR-VERANSTALTUNGEN
AM BEISPIEL VON METAL-FESTIVALS IN DEUTSCHLAND**



Studien zum Festivalmanagement

Band 4

Herausgegeben von Prof. Dr. Matthias Johannes Bauer und Tom Naber,
IST-Hochschule für Management

Informationen zur Produktsicherheit:

utzverlag GmbH · Nymphenburger Straße 91 · 80636 München · info@utzverlag.de ·
0049-(0)89-27779100

Bibliografische Information der Deutschen Nationalbibliothek: Die Deutsche
Nationalbibliothek verzeichnet diese Publikation in der Deutschen Nationalbibliografie;
detaillierte bibliografische Daten sind im Internet über
<http://dnb.d-nb.de> abrufbar.

Das Werk ist urheberrechtlich geschützt. Sämtliche, auch
auszugsweise Verwertungen bleiben vorbehalten.

Copyright © utzverlag GmbH · 2025

ISBN 978-3-8316-5065-1 (gebundenes Buch)
ISBN 978-3-8316-7820-4 (E-Book)

Printed in EU
utzverlag GmbH, München
089-277791-00 · www.utzverlag.de

Für unsere Reihe „Studien zum Festivalmanagement“ definieren wir den Begriff „Festival“ wie folgt:¹

Festivals sind meist unter freiem Himmel und meist mehrtägig stattfindende Veranstaltungen, auf denen mehrere Künstler/-innen auftreten und ihre Musik präsentieren. Für die Beherbergung der Besuchenden wird oftmals ein Campinggelände ausgewiesen, welches sich auf dem Festivalgelände befindet und ausschließlich für die Unterbringung der Besuchenden (in Form von Camping) genutzt wird. Der Begriff Festival wird im übertragenen Sinne auch für andere Veranstaltungsformate genutzt.

1 Zu den Definitionen des Begriffs Festival in der Forschung siehe weiterführend: Bauer, M. J., Naber, T. und Augsbach, G. (2022): Festivalmanagement. Grundlagen der Produktion von Open-Air-Musikveranstaltungen, Wiesbaden, S. 1f.

INHALTSVERZEICHNIS

Menschen, Marken, Moshpits – Einführung in das Phänomen Metal-Festival

Matthias Johannes Bauer und Tom Naber..... 13

Menschen

Kulturelles Wissen, Genrespezifika und symbolische Interaktion im Kontext von Metalfestivals

Peter Hinrichs 31

Die Vermessung des Metalheads: ein Studienbericht

Nico Rose.....59

Homo Festivus: Das Summer Breeze-Festival und seine Besucher

Alexander Hutzler..... 91

Barrierefreier Internetauftritt von Festivals. Website-Analyse am Beispiel von Metal-Festivals in Deutschland

Jana Diefenbach..... 125

Marken

Identitätskollektive – Visuelle Erscheinungsbilder von Heavy-Metal-Festivals

Jörg Petri 153

Das Geld liegt „auf dem Acker“ – Analyse ausgewählter Musikfestivals im deutschsprachigen Raum als regionaler Wirtschaftsfaktor

Anne Barth..... 199

Menschen, Marken, Moshpits & Moneten – Analyse der durch die Geschäftstätigkeiten von Napalm Records in der Steiermark ausgelösten regionalwirtschaftlichen Effekte

René Peter Thaller.....225

Moshpits

Je mehr Nachhall, desto besser: Auf dem Weg zu einer Kultur des nachhaltigen Verhaltens im Kontext von Musikfestivals

Thomas Seppelfricke249

The Impact of Terrorism on the German Event Industry – An Empirical Study on Security Measures and Attendees' Risk Perception

Nele Dugrillon.....265

Sicherheit, Risiko und Resilienz – Bedeutung für Festivals

Peter Bradl.....305

Welcome to the Meta(l)verse: „Virtual Metal“ – Welche Chancen und Herausforderungen ergeben sich für Metal und Metal-Festivals im virtuellen Raum

Andreas Wagener323

MARKEN



MENSCHEN, MARKEN, MOSHPITS & MONETEN – ANALYSE DER DURCH DIE GESCHÄFTSTÄTIGKEITEN VON NAPALM RECORDS IN DER STEIERMARK AUSGELÖSTEN REGIONALWIRTSCHAFTLICHEN EFFEKTE

RENÉ PETER THALLER

ABSTRACT:

In 2021, Napalm Records as one of the biggest record labels in the independent scene commissioned the Department Financial Accounting & Management Accounting at CAMPUS 02 University of Applied Sciences to quantify the regional economic effects triggered by the entrepreneurial activities in the business areas of publishing, trade and events. Typically, similar projects use face-to-face surveys on-site at events to collect data. Due to the limitations imposed by the COVID-19 pandemic, the methodology changed to desk research. Internal data from Napalm Records supplemented the database for calculations in the macroeconomic simulation model. This model is based on regionalized input-output tables and can determine sectoral output given sectoral input linkages and variable final demand. The model includes the revenues of Napalm Records as well as revenues at the same level (e.g., accommodation and catering at events). These are shown in the direct effects. The intermediate inputs required to generate the revenues are included in the indirect effects. Furthermore, induced effects result from the income spent for consumption and investment purposes generated in the directly and indirectly affected sectors.

The results of the project show that the direct effects in those sectors in which the additional final demand arises directly, the indirect effects in intermediate sectors and the induced effects double the value added in the province of Styria to 8.5 million euros and secure additional jobs to the extent of about 50 %.

KURZLEBENS LAUF:

FH-Prof. René Peter Thaller, BA MA leitet nach langjähriger Erfahrung in der Privatwirtschaft seit 2018 den Fachbereich F&E und Transfer am Department Rechnungswesen & Controlling der CAMPUS 02 Fachhochschule der Wirtschaft GmbH in Graz, Österreich. Regionalwirtschaftliche Analysen von Unternehmen, Vereinen und Events in Sport und Kultur stellen einen zentralen Forschungsschwerpunkt des Departments dar.

KEYWORDS:

Wertschöpfung, Bruttoregionalprodukt, Umwegrentabilität, Input-Output-Rechnung, Beschäftigungseffekt

1. AUSGANGSSITUATION UND ZIELSETZUNG DES PROJEKTS

Im Jahr 1992 begann in der österreichischen Stadt Eisenerz eine Erfolgsgeschichte. Was als Ein-Mann-Betrieb in einem beengten Wohnzimmer begann, wurde zu einem der größten Plattenlabels der Independent-Szene. Fans der härteren Genres ist der Name „Napalm Records“ längst ein Begriff. Bis heute hat Napalm über 1.000 Alben veröffentlicht – viele davon haben Kultstatus erreicht.

Die Napalm Records Handels GmbH hat ihren Hauptsitz und ihr operatives Zentrum (einschließlich des Mailorder-Service) in Eisenerz, Österreich. Weitere Büros gibt es in New York, USA, und Berlin, Deutschland. Napalm Records arbeitet außerdem eng mit einem umfangreichen weltweiten Netzwerk von A&R-Beratern und lokalen Promotern zusammen. Zudem verfügt Napalm Records über einen eigenen Verlag und einen eigenen Event-/Booking-Betrieb. Die Iron Avantgarde Publishing GmbH nimmt die Rechte an unzähligen Werken verschiedener Autoren wahr. Viele Napalm-Records-Bands und viele andere vertrauen auf die Dienste von Napalm Events, wo nicht nur das Tourbooking abgewickelt wird, sondern auch eigene Events wie „Metal on the Hill“ am Grazer Schlossberg und „Rock in Graz“.

Napalm Records beauftragte 2021 das Department Rechnungswesen & Controlling der FH CAMPUS 02, die regionalwirtschaftlichen Effekte, die durch die unternehmerische Tätigkeit in den Geschäftsbereichen Verlag, Handel und Events ausgelöst werden, zu quantifizieren. Die Ergebnisse dieses Projekts lieferten die Basis für eine PR-Kommunikation zur regionalwirtschaftlichen Bedeutung von Napalm Records.

2. METHODISCHE VORGANGSWEISE UND DATENCHECKLISTE

Projekte zur Analyse der regionalwirtschaftlichen Effekte von Unternehmen, Vereinen und Events in Sport und Kultur beginnen mit der Erstellung einer

maßgeschneiderten Datencheckliste. Dieses erste Arbeitspaket dient dem Kennenlernen des Geschäftsmodells und des Kontexts. Die Datencheckliste bildet die Basis für die Planung der Datenerhebung und der Datenauswertung. Die ausgewerteten Daten stellen den Input für ein makroökonomisches Simulationsmodell dar. Die Quantifizierung von regionalwirtschaftlichen Effekten wird von der FH CAMPUS 02 in Kooperation mit dem Institut für Wirtschafts- und Standortentwicklung (IWS) der Wirtschaftskammer Steiermark durchgeführt. Dabei gelangt eine Software der Gesellschaft für Angewandte Wirtschaftsforschung KG (GAW) zum Einsatz. Die Software wird im Folgenden als „GAW-Rechner“ bezeichnet.

Zu Beginn des Projektes mit Napalm Records wurde eine Datencheckliste erstellt, die in die Kategorien

- Physischer Handel
- Digital Music
- Festival „Metal on the Hill“ in Graz
- Festival „Rock in Graz“

unterteilt wurde. Die Datencheckliste ist in Tabelle 1 ersichtlich. Die Spalte „Inputsektor“ bezieht sich auf den GAW-Rechner (siehe Kapitel 4).

Kategorie	Inputdaten	Inputsektor	Quelle
Handel	Umsatzerlöse aus dem Onlineshop pro Artikelgruppe exklusive Tickets für eigene Events	G47 Einzelhandel	Napalm Records
	Umsatzerlöse aus den physischen Stores pro Artikelgruppe exklusive Tickets für eigene Events	G47 Einzelhandel	Napalm Records
Digital Music	Umsatzerlöse aus Lizenzen/Digital	J59 Verlegen von Musik	Napalm Records

Rock in Graz	Umsatzerlöse der Standardtickets nach der Herkunft der Besucher/-innen und Kategorie strukturiert	R90 Kreative, künstlerische und unterhaltende Tätigkeiten	Napalm Records
	Umsatzerlöse derVIP-Tickets nach der Herkunft der Besucher/-innen und gegebenenfalls Kategorie strukturiert	R90 Kreative, künstlerische und unterhaltende Tätigkeiten	Napalm Records
	Ausgabeverhalten in Bezug auf die An- und Rückreise basierend auf der Herkunftsanalyse	H49 Landverkehr	Sekundärstatistik
	Ausgabeverhalten in Bezug auf die Nächtigung basierend auf der Herkunftsanalyse	I55 Beherbergung	Sekundärstatistik
	Ausgabenverhalten in Bezug auf die Verpflegung mit Essen und Getränken der weiteren Besucher/-innen direkt beim Event	I56 Gastronomie	Sekundärstatistik
	Ausgabeverhalten in Bezug auf die Verpflegung der Besucher/-innen nach Ende des Events in Restaurants und Bars in der Innenstadt	I56 Gastronomie	Sekundärstatistik

Metal on the Hill	Umsatzerlöse der Tages-tickets nach der Herkunft der Besucher/-innen und Kategorie strukturiert	R90 Kreative, künstlerische und unterhaltende Tätigkeiten	Napalm Records
	Umsatzerlöse der Festival-pässe nach der Herkunft der Besucher/-innen und gegebenenfalls Kategorie strukturiert	R90 Kreative, künstlerische und unterhaltende Tätigkeiten	Napalm Records
	Umsatzerlöse der VIP-Tickets nach der Herkunft der Besucher/-innen und gegebenenfalls Kategorie strukturiert	R90 Kreative, künstlerische und unterhaltende Tätigkeiten	Napalm Records
	Ausgabeverhalten in Bezug auf die An- und Rückreise basierend auf der Herkunftsanalyse	H49 Landverkehr	Sekundärstatistik
	Ausgabeverhalten in Bezug auf die Nächtigung basierend auf der Herkunftsanalyse	I55 Beherbergung	Sekundärstatistik
	Ausgabeverhalten in Bezug auf die Verpflegung mit Essen und Getränken der weiteren Besucher/-innen direkt beim Event	I56 Gastronomie	Sekundärstatistik
	Ausgabeverhalten in Bezug auf die Verpflegung der Besucher/-innen nach Ende des Events in Restaurants und Bars in der Innenstadt	I56 Gastronomie	Sekundärstatistik

Tabelle 1: Datencheckliste, Quelle: eigene Darstellung.

Die Inputdaten für den GAW-Rechner bilden Umsatzerlöse. Umsatzerlöse werden direkt bei Napalm Records generiert, das sind Umsätze aus dem Verkauf von Tonträgern und Merchandising, aus Lizenzen sowie Erlöse aus dem Direktvertrieb von Tickets. Daten zum Ticketverkauf über Distributoren wie Ö-Ticket, Simplitix und Theaterservice Graz liegen bei Napalm Records auf. Inputseitig

werden zudem Umsatzerlöse bei Unternehmen derselben Wertschöpfungsstufe berücksichtigt, das sind Umsätze aus An- und Rückreise, aus Nächtigungen und aus der Verpflegung am Festival sowie abseits davon.

3. ERHEBUNG DER DATEN

Für die Erhebung der Umsatzerlöse Dritter werden bei vergleichbaren Projekten Face-to-Face-Befragungen vor Ort bei den Events eingesetzt. Zum Teil werden bei Projekten zusätzlich Bewegungsdaten von Mobilfunkanbietern zugekauft, um diese mit den Primärdaten aus den Vor-Ort-Erhebungen zu verschneiden. Aufgrund der Einschränkungen durch die Coronapandemie wurde beim gegenständlichen Projekt mit Napalm Records auf eine Desk Research gewechselt. Die Aussagen der Probanden/Probandinnen zu ihrem Ausgabeverhalten bzw. hier die Sekundärdaten werden auf die Grundgesamtheit hochgerechnet. Die Grundgesamtheit setzt sich aus allen Besuchenden zusammen. Für die Hochrechnung ist es erforderlich, Detaildaten zur Herkunft der Besucher/-innen zu erheben bzw. diesbezügliche Annahmen zu treffen.

3.1 DATENERHEBUNG BEI NAPALM RECORDS

Es galt, die Daten der Kategorien „Physischer Handel“ und „Digital Music“ des Wirtschaftsjahres 2020 zu erheben und auszuwerten. Für die beiden Festivals wurden aufgrund der Coronapandemie die Daten des Wirtschaftsjahres 2019 für die Analyse herangezogen.

Umsatzerlöse aus dem Verkauf von Tonträgern und Merchandising, aus Lizenzen sowie Erlöse aus dem Direktvertrieb von Tickets wurden aus dem Rechnungswesen von Napalm Records gezogen. Daten zum Ticketverkauf über Distributoren wie Ö-Ticket, Simplitix und Theaterservice Graz liegen ebenso bei Napalm Records auf. Für den Input in den GAW-Rechner ist es erforderlich, die

Nettoumsätze sowie die umsatzsteuerliche Behandlung samt Höhe der Steuersätze zu erheben.

Aufgrund einer Verschwiegenheitsvereinbarung können keine Beträge genannt werden.

3.2 DATENERHEBUNG ZU AN- UND RÜCKREISE BEI DEN FESTIVALS

Bezüglich der An- und Rückreise wurde beim gegenständlichen Projekt als Alternative zur üblichen Erhebung des Herkunftsortes durch eine Vor-Ort-Befragung auf Basis der Ticketstatistik die Annahme getroffen, dass 2/3 der Besucher/-innen aus Österreich mit dem Auto anreisen und das übrige Drittel mit öffentlichen Verkehrsmitteln unterwegs ist. Da aber die Erlöse, die durch den Verkauf von Jahreskarten für Bus, Bahn, Straßenbahn usw. nicht direkt durch das Festival generiert werden, blieb dieses Drittel bei der Berechnung außer Betracht. Für die Festivalbesucher/-innen, die aus den Nachbarländern kommen, wurde angenommen, dass alle mit dem Auto anreisen. Dabei fand die einfache Strecke zwischen Graz und dem jeweiligen Herkunftsland Berücksichtigung, weil annahmegemäß nur einmal in Österreich getankt und somit nur einmal ein Erlös im Inland generiert wurde. Weiters wurde davon ausgegangen, dass durchschnittlich zwei Personen gemeinsam in einem Auto zum Festival fahren.

Zur Aufteilung der Autos nach Antriebsart (Diesel, Benzin und Elektro) wurde die jeweilige Anzahl der Autos je Herkunftsort mit den Prozentsätzen des zugehörigen Landes gemäß einer Statistik zu PKW-Neuzulassungen nach Ländern und Antriebsart (ICCT, 2019) multipliziert. Der Berechnung der insgesamt gefahrenen Kilometer lag die kürzeste einfache Wegstrecke von der jeweiligen Hauptstadt des Herkunftslandes der Besucher/-innen nach Graz zu Grunde. Die Berechnung des Energieverbrauches richtete sich nach einer Statistik zum Durchschnittsverbrauch von PKWs (BMDV, 2019). Für die Ermittlung des generierten Gesamterlöses in Österreich wurden zwei weitere Statistiken ver-

wendet, die den durchschnittlichen Preis pro Liter Benzin bzw. Diesel (Statistik Austria, 2019) und Kilowattstunde (Eurostat, 2020) aufzeigen.

Die Berechnung ergab durch die An- und Rückreise generierte Bruttoerlöse in Höhe von etwa 15.000 Euro bei Rock in Graz und etwa 7.000 Euro bei Metal on the Hill. Bei dieser Berechnung ist ein Umsatzsteuersatz von 20 % zu berücksichtigen.

3.3 DATENERHEBUNG ZU NÄCHTIGUNGEN BEI DEN FESTIVALS

In einem ersten Schritt wurde die durchschnittliche kürzeste einfache Wegstrecke vom jeweiligen Herkunftsland der Besucher/-innen nach Graz aus der obigen Berechnung der An- und Rückreise übernommen. Es wurde die Annahme getroffen, dass ab einer einfachen Wegstrecke von 200 Kilometern eine Nächtigung der Besucher/-innen in Graz erfolgte. Der durchschnittliche Hotelzimmerpreis für eine Nacht in Graz lag im Jahr 2019 bei durchschnittlich 70,00 Euro brutto (Tourismusverband Graz). Dieser Durchschnittspreis multipliziert mit der Anzahl der Besucher/-innen, deren Herkunftsland mindestens 200 Kilometer entfernt ist, ergab einen durch die Nächtigungen generierten Bruttogesamterlös in Höhe von etwa 72.000 Euro bei Rock in Graz für rund 1.040 Nächtigungen und etwa 84.000 Euro bei Metal on the Hill für rund 1.210 Nächtigungen. Hier ist jeweils ein Umsatzsteuersatz von 10 % zu berücksichtigen.

3.4 DATENERHEBUNG ZUR VERPFLEGUNG DIREKT BEI DEN FESTIVALS

Die durchschnittlichen Ausgaben für die Verpflegung auf Festivals in Deutschland im Jahr 2015 lagen bei durchschnittlich 45,10 Euro pro Person (REPU-COM, 2016). Es wurde angenommen, dass dieser Wert auf Österreich übertragen werden kann. Unter Berücksichtigung einer Valorisierung von 2 % pro Jahr ergaben sich durchschnittliche Ausgaben in Höhe von 48,82 Euro pro Person. Die Multiplikation mit der Anzahl der Besucher/-innen führte zu einem Brut-

togesamterlös in Höhe von etwa 257.000 Euro für Rock in Graz und etwa 148.000 Euro für Metal on the Hill. Es wurde ein durchschnittlicher Umsatzsteuersatz von 15 % berücksichtigt – dies unter der Annahme einer 50:50-Verteilung von Getränkekonsumation (20 % USt-Satz) und Speisenkonsumation (10 % USt-Satz).

3.5 DATENERHEBUNG ZUR VERPFLEGUNG ABSEITS DER FESTIVALS IN GRAZ

Ausgehend von durchschnittlichen Gesamtausgaben bei Festivals in Höhe von 160,75 Euro pro Person (Festivalfire, 2019) abzüglich Nächtigung in Höhe von 70,00 Euro (siehe Kapitel 3.3) und Verpflegung direkt bei den Festivals in Höhe von 48,82 Euro (siehe Kapitel 3.4) errechnete sich ein Residualwert von 41,93 Euro pro Person. Multipliziert mit allen Besuchenden ergibt sich ein Bruttogesamterlös in Höhe von 133.000 Euro für Rock in Graz und etwa 96.000 Euro für Metal on the Hill. Es wurde ein durchschnittlicher Umsatzsteuersatz von 15 % berücksichtigt. Dies unter der Annahme einer 50:50-Verteilung von Getränkekonsumation (20 % USt-Satz) und Speisenkonsumation (10 % USt-Satz).

4. SIMULATION DER REGIONALWIRTSCHAFTLICHEN EFFEKTE

Die Berechnung der regionalen volkswirtschaftlichen Effekte der Napalm Records Handels GmbH wurde in Kooperation mit dem Institut für Wirtschafts- und Standortentwicklung (IWS) der Wirtschaftskammer Steiermark durchgeführt. Die Analyse erfolgte mit dem Wertschöpfungsrechner der Gesellschaft für Angewandte Wirtschaftsforschung, einem makroökonomischen Simulationsmodell, das auf regionalisierten Input-Output-Tabellen basiert („GAW-Rechner“).

Der theoretische Hintergrund zur Input-Output-Analyse wurde von Leontief (1936) entwickelt und dient seither in der Praxis als Prognose- und Ana-

lyseinstrument für Volkswirtschaften. Durch dieses Modell kann bei gegebener sektoraler Vorleistungsverflechtung (Input-Output-Matrix) und einer variablen Endnachfrage der jeweilige sektorale Output bestimmt werden. Somit kann berechnet werden, welche Auswirkungen eine geänderte Nachfrage nach einem oder mehreren Gütern auf das gesamte Produktionssystem eines Staates (hier: eines Bundeslandes) nach sich zieht und wie viel die einzelnen Produktionssektoren zuliefern müssen.

Bei den Ergebnissen handelt es sich somit um Simulationsergebnisse. Diese sind als Differenz zu einem Referenzszenario zu verstehen, in dem die gesetzten Nachfrageimpulse nicht und auch nicht in anderen Bereichen bzw. Sektoren gesetzt worden sind. Die Ergebnisse zeigen somit die Wirkungen von ggf. sektoral verteilten zusätzlichen Nachfrageimpulsen, die unter ansonsten gleichen Bedingungen gesetzt worden sind (sog. *ceteris paribus*). Die Basis für die bundeslandspezifische Regionalisierung der Input-Output-Verflechtungen liefert dabei die Input-Output-Tabelle für Österreich, die von Statistik Austria veröffentlicht wird.

4.1 INPUTDATEN FÜR DIE SIMULATION

In den GAW-Rechner fließen die Umsatzerlöse von Napalm Records und anderen Unternehmen derselben Wertschöpfungsstufe ein. Die Kosten bzw. Ausgaben werden nicht berücksichtigt, da diese getätigt wurden, um die Umsatzerlöse zu lukrieren. Ausgangspunkt der Analyse ist stets die Endnachfrage (im konkreten Fall: Umsatz aus Handel, Musikproduktion bzw. Events sowie damit verbundene Ausgaben im Sektor Beherbergung und Gastronomie). Vorleistungseffekte werden aufgrund der wechselseitigen, sektoralen Wirtschaftsbeziehungen modellbasiert dargestellt.

Die erhobenen Daten (siehe Kapitel 3) wurden den Sektoren nach ÖNACE, der Klassifikation der Wirtschaftstätigkeiten in Österreich, zugewiesen. Auf Basis der Datencheckliste (siehe Kapitel 2) ergaben sich die Inputsektoren lt. Tabelle 2. In der Tabelle angeführt sind zudem die Art der berücksichtigten Umsatzerlö-

se und der Anteil des jeweiligen Sektors an der insgesamt zusätzlich ausgelösten Endnachfrage.

ÖNACE-Sektor	Bezeichnung	Umsatzerlöse	Anteil
G47	Einzelhandel	Handelswaren via Online-shop und physischer Stores (exkl. Tickets)	54,0%
J59	Verlegen von Musik	Digital Music	33,6%
I56	Gastronomie	Verpflegung direkt bei Festivals, Verpflegung abseits der Festivals in Graz	4,3%
R90	Kreative, künstlerische und unterhaltende Tätigkeiten	Festivaltickets (direkt und Distributoren)	4,0%
H53	Post-, Kurier- und Expressdienste	Versand von Handelswaren	2,8%
I55	Beherbergung	Nächtigungen bei Festivals	1,1%
H49	Landverkehr	An-/Rückreise zu Festivals	0,2%

Tabelle 2: Inputsektoren und deren Anteil an der Endnachfrage, Quelle: eigene Darstellung.

Aufgrund einer Verschwiegenheitsvereinbarung können keine Beträge zu den direkt bei Napalm Records generierten Umsatzerlösen genannt werden.

4.2 ERGEBNISSE DER SIMULATION

Als Endergebnis der Simulation des GAW-Rechners werden die durch den Nachfrageimpuls ausgelösten direkten, indirekten und induzierten Wertschöpfungs- und Beschäftigungseffekte ausgewiesen. Ebenso enthalten sind die dazugehörigen Ergebnisse bezüglich der Auswirkungen auf die Lohnsumme sowie Steuern und Abgaben. Mehrroundeneffekte (indirekt und induziert) werden für weitere zwei Folgejahre dargestellt. Direkte Effekte wirken in der Regel immer sofort im ersten Jahr. Die indirekte Nachfrage und die induzierten Effekte erfolgen annahmegemäß etwas zeitverzögert, wobei sich im zweiten Jahr nach dem

ursprünglichen Konsumimpuls nur noch vereinzelt Auswirkungen beobachten lassen.

Unter direkten, indirekten und induzierten Effekten ist wie folgt zu verstehen:

- Die direkten Effekte betreffen jene Sektoren, in denen die zusätzliche Endnachfrage unmittelbar entsteht.
- Die indirekten Effekte beziehen sich auf die Vorleistungssektoren, die für die Erbringung der nachgefragten Güter und Dienstleistungen notwendig sind.
- Die induzierten Effekte ergeben sich aus dem für Konsum- und Investitionszwecke aufgewendeten Einkommen, das in den direkt und indirekt betroffenen Sektoren generiert wird.

Die Simulationsergebnisse werden in vier Kategorien ausgewiesen:

1. Bruttowertschöpfung
2. Beschäftigungseffekt
3. Lohnsumme
4. Steuer- und Abgabeneffekte

Die durch die im gegenständlichen Projekt mit Napalm Records gegebene Endnachfrage (siehe Kapitel 4.1) simulierten regionalwirtschaftlichen Effekte sind in Tabelle 3 angeführt.

Effekt	Direkt	Indirekt	Induziert	Summe
Bruttowertschöpfung [MEUR]	4,2	1,6	2,7	8,5
Bruttoregionalprodukt [MEUR]	-	-	-	9,3
Bruttoinlandsprodukt [MEUR]	-	-	-	15,6
Beschäftigung [Ganzjahres- Vollzeitäquivalente]	62	11	22	95

Lohnsumme [MEUR]	2,2	0,5	1,0	3,7
Steuern und Abgaben [MEUR]	-	-	-	5,8

Tabelle 3: Regionalwirtschaftliche Effekte, Quelle: Ergebnisse des GAW-Rechners.

Die Ergebnisse der Simulation für Wertschöpfung und Bruttoregionalprodukt können wie folgt zusammengefasst werden:

- Der Gesamteffekt (direkt, indirekt und induziert), der durch die Aktivitäten von Napalm Records ausgelöst wird, beziffert sich auf 8,5 Millionen Euro an Bruttowertschöpfung in der Steiermark.
- Vom gesamten Wertschöpfungseffekt in Höhe von 8,5 Millionen Euro entfallen rund 50 % auf den direkten Effekt, 20 % auf den indirekten Effekt und 30 % auf den induzierten Effekt.
- Ein Euro an direkter Wertschöpfung löst in Summe einen weiteren Euro an indirekter und induzierter Wertschöpfung aus.
- Neben den direkt betroffenen Branchen wie zum Beispiel Handel, Verlegen von Musik sowie Tourismus profitieren über die Vorleistungsverflechtungen auch andere Wirtschaftszweige, die ihrerseits ebenso Nachfrage- und Einkommenseffekte nach sich ziehen (so etwa die freiberuflichen bzw. wissenschaftlichen Dienstleistungen, Finanz- und Versicherungsleistungen oder auch das Grundstücks- und Wohnungswesen).
- Das durch die Endnachfrage ausgelöste Bruttoregionalprodukt (Wirtschaftsleistung) der Steiermark beträgt rund 9,3 Millionen Euro. Österreichweit beträgt der Beitrag zum Bruttoinlandsprodukt 15,6 Millionen Euro.

Die Wertschöpfungseffekte werden als „Bruttowertschöpfung zu Herstellungspreisen“ sowie als Bruttoregionalprodukt ausgewiesen. Der Begriff „Brutto“

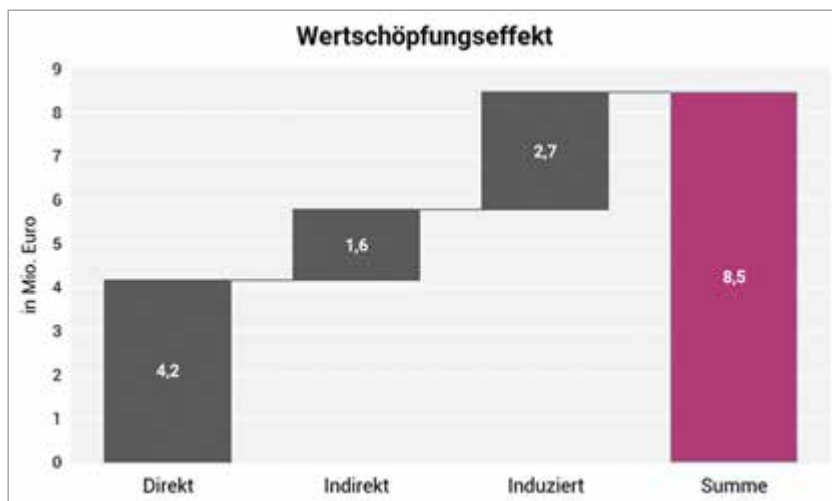


Abbildung 1: Bruttowertschöpfung, Quelle: GAW-Rechner

bedeutet in diesem Zusammenhang, dass Abschreibungen in den ausgewiesenen Summen enthalten sind. Die Bewertung zu Herstellungspreisen bedeutet, dass in den ausgewiesenen Summen keine Gütersteuern wie Umsatzsteuer und sonstige Gütersteuern wie beispielsweise Mineralölsteuer, Tabaksteuer u. ä. und auch keine Gütersubventionen enthalten sind. Einkommensteuern, Sozialabgaben sowie Produktionssteuern und Produktionssubventionen (zum Beispiel Agrarförderungen) sind hingegen enthalten.

Im Bruttoregionalprodukt (regionale bundeslandbezogene Betrachtung) sowie Bruttoinlandsprodukt (gesamtstaatliche Betrachtung) sind zusätzlich zur Bruttowertschöpfung zu Herstellungspreisen die auftretenden Gütersteuern und Gütersubventionen enthalten. Daher ist der regionalwirtschaftliche Effekt gemessen als Bruttoregionalprodukt stets größer als der Effekt gemessen als Bruttowertschöpfung zu Herstellungspreisen.

Darüber hinaus ist der gesamte im jeweils betrachteten Bundesland auftretende Effekt, gemessen als Bruttowertschöpfung zu Herstellungspreisen, differenziert in dem direkten (Endgüternachfrage), indirekten (Vorleistungsnachfrage) und

induzierten (von den bei der Produktion von End- und Vorleistungsgütern ausgehenden) Effekt ausgewiesen. Zusätzlich sind die Summe aller sektoralen Effekte sowie das zusätzliche Bruttoregionalprodukt, das im jeweils betrachteten Bundesland anfällt, ausgewiesen. Das Bruttoregionalprodukt, das in den Bundesländern abseits des betrachteten Bundeslandes, das heißt in „Rest-Österreich“, auftritt, ist ebenfalls ausgewiesen. Auch ist die Veränderung des österreichischen Bruttoinlandsprodukts (BIP) ausgewiesen. Es ist dies die Summe aus zusätzlichem Bruttoregionalprodukt im jeweils betrachteten Bundesland und dem zusätzlichen Bruttoregionalprodukt in Rest-Österreich.

Unter Berücksichtigung der modelltheoretischen Annahmen werden durch die Aktivitäten von Napalm Records 95 Vollzeitarbeitsplätze (in Ganzjahresvollzeitäquivalenten) in der Steiermark sowie durch überregionale „Spillover-Effekte“ 144 insgesamt in Österreich abgesichert. An zwei durch die Endnachfrage direkt geschaffenen Arbeitsplätzen hängt ein weiterer, zusätzlicher Arbeitsplatz, der über die indirekten und induzierten Effekte entsteht.

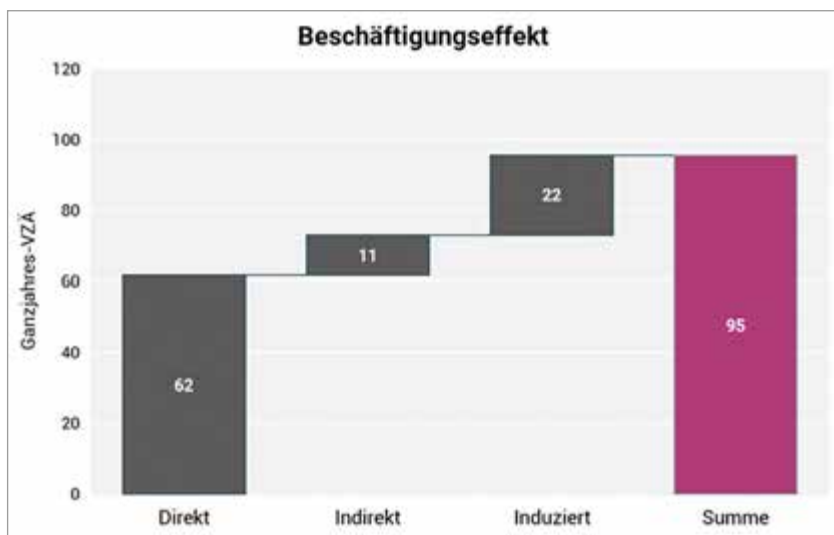


Abbildung 2: Beschäftigungseffekte, Quelle: GAW-Rechner

Die Beschäftigungseffekte werden als Jahres-Vollzeitäquivalente ausgewiesen. Es werden der gesamte im jeweils betrachteten Bundesland auftretende Effekt sowie der Effekt in den weiteren Bundesländern („Rest-Österreich“) ermittelt. Die Messung in Jahres-Vollzeitäquivalenten gibt an, wie viele jeweils ein Jahr lang vollzeitbeschäftigte Personen im Rahmen vor- und nachgelagerter bzw. induzierter Produktion erforderlich sind.

Zur besseren Verständlichkeit der Interpretation ein Beispiel: Ein Beschäftigungseffekt von drei Jahres-Vollzeitäquivalenten kann bedeuten, dass eine Person Vollzeit für drei Jahre Beschäftigung findet oder dass drei Personen jeweils Vollzeit für jeweils ein Jahr Beschäftigung finden oder dass zwölf Personen in Teilzeit (jeweils als halbe Stelle) jeweils ein halbes Jahr Beschäftigung finden.

Die ausgewiesenen Beschäftigungseffekte betreffen ausschließlich unselbstständige Beschäftigungsverhältnisse. Die im jeweils betrachteten Bundesland auftretenden Gesamt-Beschäftigungseffekte sind, wiederum analog zu den Wertschöpfungseffekten, in direkte, indirekte und induzierte Effekte differenziert.

Die **L o h n s u m m e** bezeichnet die Summe der Gehälter aller unselbstständig Beschäftigten, die auf die gesetzten Nachfrageimpulse zurückgeführt werden können, und ist inkl. Sozialbeiträgen (sowohl Arbeitnehmer- als auch Arbeitgeberbeiträge) und sonstigen Lohnnebenkosten wie Beiträge zum Familienlastenausgleichsfonds (FLAF), zur Mitarbeitervorsorgekasse und zum Insolvenzentgeltsicherungsfonds, Kommunalsteuern etc. so wie Lohnsteuern zu verstehen. Durch die Aktivitäten von Napalm Records wird eine Lohnsumme von 6 Millionen Euro in Österreich generiert, davon 3,7 Millionen Euro in der Steiermark.

Die Effekte auf **S t e u e r n u n d A b g a b e n** in Höhe von 5,8 Millionen Euro werden in Umsatzsteueraufkommen, Sozialbeitragsaufkommen, Lohn- und Einkommensteueraufkommen sowie das Aufkommen sonstiger Steuern differenziert (siehe Tabelle 4). Zum Sozialbeitragsaufkommen zählen die Abgaben zur Sozialversicherung von Arbeitgebern, Arbeitnehmern sowie von Selbstständigen und Bauern wie auch die Lohnnebenkosten. Zum Einkommensteuerauf-

kommen zählen neben der „klassischen“ Lohn- und Einkommensteuer auch die Körperschaftsteuer und die Kapitalertragsteuer auf entnommene Gewinne. Die bedeutendsten sonstigen Steuern sind die Mineralölsteuer und die Tabaksteuer, wobei die Tabaksteuer bei typischen interessierenden Projekten allenfalls im Rahmen des induzierten Konsumeffektes eine Rolle spielt.

Effekt auf ...	[MEUR]
Sozialversicherung (unselbstst./selbstst.) inkl. Lohnnebenkosten	2,01
Lohn- und Einkommensteuer (inkl. Körperschaftsteuer und Kapitalertragsteuer)	2,16
Umsatzsteuer	0,89
Sonstige Steuern	0,78
Effekte auf Steuern und Abgaben gesamt	5,84

Tabelle 4: Effekte auf Steuern und Abgaben, Quelle: Ergebnisse des GAW-Rechners.

Die von einem interessierenden Projekt ausgehenden fiskalischen Effekte werden nicht bundeslandspezifisch, sondern ausschließlich für Österreich insgesamt ausgewiesen. Dies deshalb, da die im jeweils betrachteten Bundesland durch ein interessierendes Projekt hervorgerufenen Steuern und Abgaben mit Ausnahme der Kommunalsteuer nicht im Bundesland verbleiben. Vielmehr werden diese zunächst an den Bund überwiesen und in weiterer Folge über den Finanzausgleich zum Teil an die Länder und Gemeinden verteilt. Für den Finanzausgleich spielt es jedoch keine Rolle, wo das Steuer- und Abgabenaufkommen tatsächlich entstanden ist.

5. ZUSAMMENFASSUNG

Napalm Records beauftragte 2021 das Department Rechnungswesen & Controlling der FH CAMPUS 02 in Graz die regionalwirtschaftlichen Effekte, die durch die unternehmerische Tätigkeit in den Geschäftsbereichen Verlag, Handel und Events in der Steiermark ausgelöst werden, zu quantifizieren. Die Ergeb-

nisse dieses Projekts lieferten die Basis für eine PR-Kommunikation zur regionalwirtschaftlichen Bedeutung von Napalm Records.

In der Regel werden bei vergleichbaren Projekten zur Datenerhebung Face-to-Face-Befragungen vor Ort bei Events eingesetzt. Aufgrund der Einschränkungen durch die Coronapandemie wurde methodisch auf eine Desk Research gewechselt. Interne Daten von Napalm Records ergänzten die Datenbasis für die Berechnungen im makroökonomischen Simulationsmodell. Dieses Modell basiert auf regionalisierten Input-Output-Tabellen und kann bei gegebener sektoraler Vorleistungsverflechtung und einer variablen Endnachfrage den sektoralen Output bestimmen. In das Modell fließen die Umsatzerlöse von Napalm Records sowie Umsatzerlöse auf derselben Stufe (zum Beispiel Beherbergung und Gastronomie bei Events) ein. Diese werden in den direkten Effekten dargestellt. Die für die Erzielung der Umsatzerlöse notwendigen Vorleistungen werden in den indirekten Effekten erfasst. Im Weiteren ergeben sich aus dem für Konsum- und Investitionszwecke aufgewendeten Einkommen, das in den direkt und indirekt betroffenen Sektoren generiert wird, induzierte Effekte.

Effekt auf ...	Direkt	Indirekt	Induziert	Summe
Bruttowertschöpfung in der Steiermark [MEUR ... Millionen Euro]	4,2 MEUR	1,6 MEUR	2,7 MEUR	8,5 MEUR
Beschäftigung [VZÄ ... Ganzjahres-Vollzeitäquivalente]	62 VZÄ	11 VZÄ	22 VZÄ	95 VZÄ
Steuern und Abgaben				5,8 MEUR

Tabelle 5: Wertschöpfungs- und Beschäftigungseffekte – Zusammenfassung, Quelle: GAW-Rechner

Die Ergebnisse des Projekts zeigen, dass die direkten Effekte in jenen Sektoren, in denen die zusätzliche Endnachfrage unmittelbar entsteht, die indirekten Effekte in Vorleistungssektoren und die induzierten Effekte aus dem für Konsum- und Investitionszwecke aufgewendeten Einkommen die Wertschöpfung

im Bundesland Steiermark auf 8,5 Millionen Euro verdoppeln sowie zusätzliche Arbeitsplätze im Ausmaß von ca. 50 % absichern.

LITERATURVERZEICHNIS

- BMDV (2019): Durchschnittlicher Kraftstoffverbrauch der in Deutschland zugelassenen Pkw in den Jahren von 2010 bis 2019. Online verfügbar unter <https://de.statista.com/statistik/daten/studie/484054/umfrage/durchschnittsverbrauch-pkw-in-privaten-haushalten-in-deutschland/>, zuletzt geprüft am 15.03.2023.
- Eurostat (2020): Strompreis für private Haushalte in Österreich von 2012 bis 2020. Online verfügbar unter <https://de.statista.com/statistik/daten/studie/287837/umfrage/strompreise-fuer-privathaushalte-in-oesterreich/>, zuletzt geprüft am 15.03.2023.
- Festivalfire (2019): Wie viel wird bei einem Festival vor Ort ausgegeben? Online verfügbar unter <https://de.statista.com/statistik/daten/studie/1021729/umfrage/umfrage-in-deutschland-zum-budget-fuer-den-festival-besuch/>, zuletzt geprüft am 15.03.2023.
- ICCT (2019): Verteilung der Antriebsarten bei Pkw-Neuzulassungen nach ausgewählten Ländern im Jahr 2019. Online verfügbar unter <https://de.statista.com/statistik/daten/studie/1186155/umfrage/pkw-neuzulassungen-in-europa-nach-laendern-und-antriebsart/>, zuletzt geprüft am 15.03.2023.
- REPUCOM (2016): Durchschnittliche Ausgaben für Essen und Trinken auf Festivals in den fünf größten Musikmärkten im Jahr 2015. Online verfügbar unter <https://de.statista.com/statistik/daten/studie/505970/umfrage/ausgaben-fuer-verpflegung-auf-festivals-in-den-fuenf-groessten-musikmaerkten/>, zuletzt geprüft am 15.03.2023.
- Statistik Austria (2019): Durchschnittlicher Preis für einen Liter Benzin und Diesel in Österreich von 2003 bis 2019. Online verfügbar unter <https://de.statista.com/statistik/daten/studie/796448/umfrage/durchschnittlicher->

preis-fuer-einen-liter-benzin-bzw-diesel-in-oesterreich/, zuletzt geprüft
am 15.03.2023.

Tourismusverband Graz: Durchschnittlicher Preis für Übernachtungen in Graz.
Telefonat.

STUDIEN ZUM FESTIVALMANAGEMENT

Herausgegeben von Prof. Dr. Matthias Johannes Bauer und Tom Naber,
IST-Hochschule für Management

Band 4: Matthias Johannes Bauer, Tom Naber (Hrsg.): **Menschen, Marken, Moshpits. Wirtschaftliche und kommunikative Aspekte von Open-Air-Veranstaltungen am Beispiel von Metal-Festivals in Deutschland**
356 Seiten · 2025 · ISBN 978-3-8316-5065-1 (gebundenes Buch),
ISBN 978-3-8316-7820-4 (E-Book)

Band 3: Matthias Johannes Bauer, Tom Naber (Hrsg.): **Sicherheit und Vertrauen. Aspekte von Risikomanagement, Markenloyalität, Awareness und der Gefahr rechtsextremer Ideologien auf Festivals und Open-Air-Veranstaltungen**
396 Seiten · 2024 · ISBN 978-3-8316-5027-9 (gebundenes Buch),
ISBN 978-3-8316-7764-1 (E-Book)

Band 2: Matthias Johannes Bauer, Tom Naber (Hrsg.): **Barrierefreie Open-Air-Veranstaltungen. Studien zur Teilhabe auf Festivals für Menschen mit Sehbeeinträchtigung und mit körperlicher Beeinträchtigung**
156 Seiten · 2023 · ISBN 978-3-8316-5026-2 (gebundenes Buch),
ISBN 978-3-8316-7763-4 (E-Book)

Band 1: Matthias Johannes Bauer, Tom Naber (Hrsg.): **Musikfestivals und Open-Air-Veranstaltungen. Wirtschaftsfaktor – Krisenkommunikation – Nachhaltigkeit**
230 Seiten · 2022 · SBN 978-3-8316-4966-2 (gebundenes Buch),
ISBN 978-3-8316-7715-3 (E-Book)

Unser gesamtes Sortiment erhalten Sie im stationären- oder im Onlinebuchhandel sowie unter www.utzverlag.de.

Heavy Metal-Festivals sind in Deutschland längst zu kulturellen Schwergewichten geworden: Sie vereinen Zehntausende, prägen Regionen, schaffen Marken und beeinflussen ganze Wirtschaftszweige. Der vorliegende Band 4 der Studien zum Festivalmanagement nimmt das Phänomen erstmals umfassend aus wissenschaftlicher Perspektive in den Blick und zeigt, was hinter der faszinierenden Wucht von Menschen, Marken und Moshpits steckt.

Im ersten Teil stehen die Menschen im Mittelpunkt – als Fans, Musik-acts und Teil der Szene. Beiträge zu Genre-Identitäten, psychologischen Besonderheiten von Metalheads, Lebensrealitäten von Festivalfans und einzelnen Aspekten von Festivalangeboten liefern neue Einblicke in die soziale und kulturelle Dynamik der Metal-Community.

Der zweite Teil analysiert Metal-Festivals als wirtschaftliche und kommunikative Kraftfelder: von visuellen Markenwelten über regionale Wirtschaftseffekte bis hin zu den Erfolgsstrategien einzelner Labels.

Im dritten Teil geht es um die Zukunft der Moshpits: Nachhaltigkeit, Sicherheit, Resilienz und Digitalisierung werden als zentrale Herausforderungen und Chancen für Festivals im Wandel diskutiert.

Entstanden im Rahmen eines wissenschaftlichen Round-Table-Gesprächs an der IST-Hochschule für Management, richtet sich dieser Band an alle, die Metal-Festivals nicht nur erleben, sondern auch verstehen wollen.

