

Kaffeeahrt mit den Stars

Ob Rihanna, Pur oder die Wiener Philharmoniker: Popstars und Orchester locken ihre Fans zu Reisen, um das Geschäft anzukurbeln.

(1) Rihanna enttäuschte. Nicht in den Charts, aber auf ihrer Musikreise. Die US-Sängerin lud 77 Fans und zahlreiche Blogger ein, um mit ihr durch sieben Städte in den USA zu touren. Für die Gäste wurde die Reise zur Qual. Rihanna zeigte sich kaum zwischen den Auftritten und ließ alle stundenlang warten, während sie ihren Rausch ausschließ oder shoppen ging.

(2) Andere können das besser als Rihanna: Ende Oktober schipperte die Rockband Kiss auf einem Kreuzfahrtschiff mit 2 500 Fans durch die Karibik. Die US-Rocker gaben Konzerte, legten ihre legendären Gesichtsmasken ab und mischten sich unter die als Kiss kostümierten Gäste. „Was für ein Spaß!“, bloggte ein Fan.

(3) Gerade verbrachte die deutsche Rockgruppe Pur gemeinsam mit knapp 500 Fans eine Woche in einer Ferienanlage auf Zypern. Sänger Hartmut Engler und seine Bandkollegen stiegen mit ihren Gästen in Ausflugsbusse, um Weindörfer zu besichtigen. Sie setzten sich Kochmützen auf und servierten ihren Anhängern das Abendessen.

(4) Es geht ums Geld. Immer mehr Künstler veranstalten Fan-Reisen, um ihre Musik zu vermarkten, beobachtet Martin Lücke, Professor für Musikmanagement an der *Macromedia Hochschule für Medien und Kommunikation* in München. Ein paar Tage an der Seite des Stars schaffe eine große Nähe. „Das ist perfekte Kundenbindung mit dem Ziel, mehr CDs, Konzerttickets und Fan-Artikel zu verkaufen“, sagt Lücke.

(5) Nicht zufällig unternahm Pur gerade jetzt eine erste Fan-Reise. Die Band ist bei einem neuen Label unter Vertrag. 41 sinken die Verkaufszahlen ihrer Alben seit Jahren. Können 500 Fans den Niedergang stoppen? Ja, meint Professor Lücke: „Fans sind die besten Multiplikatoren. Im Web und mit Mund-zu-Mund-Propaganda werben sie noch lange für ihre Band.“ Dass solche Events nachwirken, beweisen Udo Lindenberg's Kreuzfahrten von 2010. Noch heute schwärmen Fans von dem *Rockliner*. Allein 2 300 von ihnen fiebern auf *Facebook* schon der nächsten Schiffsreise mit dem Panikrocker entgegen.

(6) Auch Klassikliebhaber werden bespaßt: Die Wiener Philharmoniker waren diesen Sommer auf einem Schiff im Mittelmeer unterwegs. 2013 machte die Bayerische Philharmonie sechs Tage eine Kreuzfahrt mit Besuchern des *Robinson Clubs* auf Mallorca. „Um von Menschen entdeckt

zu werden, darf die klassische Musik nicht im Elfenbeinturm verweilen“, erklärt Dirigent Mark Mast.

(7) Sehr viel lauter wird die Kreuzfahrt *70 000 Tons of Metal*, auf der im Januar Headbanger mit 40 Metal-Bands durch die Karibik rocken. Das US-Schiff mit einem Viertel deutscher Gäste ist seit Monaten ausgebucht. Restplätze gibt es für die *Full Metal Cruise* im Mai ab Hamburg. Es ist Europas erste Metal-Kreuzfahrt, organisiert von TUI und den Machern des Wacken-Festivals.

Tekst 12 Kaffeefahrt mit den Stars

- 1p 38 Wie verhält sich der 2. Absatz zum 1.?
Er bildet dazu
A eine Bestätigung.
B einen Gegensatz.
C einen Vorbehalt.
D eine Schlussfolgerung.
- 1p 39 „Gerade verbrachte ... das Abendessen.“ (3. Absatz)
Welches Wort trifft die Atmosphäre, die aus diesem Absatz spricht, am besten?
A Ausgelassenheit
B Gemütlichkeit
C Hypokrisie
D Langeweile
- 1p 40 „Kaffeefahrt mit den Stars“ (Titel)
Aus welchem Grund machen die Stars das dem Text nach?
A Dazu werden sie von ihrem Management gezwungen.
B Eine Reise mit den Fans macht einfach Spaß.
C Letztendlich werden sie dadurch mehr verdienen.
D Sie wollen ihr Publikum besser kennenlernen.
- 1p 41 Welche Ergänzung passt in die Lücke im 5. Absatz?
A Dennoch
B Deshalb
C Zudem
- 1p 42 Bij hoeveel van de genoemde fan-reizen gaat het zeker **niet** om een cruise?

Bronvermelding

Een opsomming van de in dit examen gebruikte bronnen, zoals teksten en afbeeldingen, is te vinden in het bij dit examen behorende correctievoorschrift, dat na afloop van het examen wordt gepubliceerd.