

How-To Festival

→ Das Handbuch

**Wie sieht die Festival-
Landschaft in Brandenburg
aus?**

**Wie wird ein Festival
finanziert, organisiert
und durchgeführt?**

**Wie können Behörden und
Festivals gut zusammen-
arbeiten?**

**Wie leisten Festivals
einen gesellschaftlichen
Beitrag?**

Inhalt

Intention und Methodik

Intro

- 9 Zum Begriff „Festival“ – Eine Definition
- 11 Brandenburger Festivals – Eine Bestandsaufnahme

Dimensionen der Festival-Arbeit

Fundament

- 34 Konzept und Projektplan
- 36 Rechtsformen
- 39 Personalmanagement und Teamaufbau
- 42 Location
- 44 Logistik und Infrastruktur

Finanzierung, Kosten und Abgaben

- 47 Finanzierung von Non-Profit-Festivals
- 49 Finanzierung von gewinnorientierten Festivals
- 51 Fördermöglichkeiten
- 52 Sponsoring und Merchandise als Einnahmequelle
- 53 Versicherungen
- 55 GEMA, KSA, Ausländersteuer und Vergnügungssteuer

Kommunikation und Marketing

- 58 Basics und Tools
- 61 Social Media
- 65 Ticketing

Sicherheit

- 68 Sicherheitskonzepte
- 73 Sanitätswachdienst
- 75 Hygiene
- 78 Safer Nightlife

Impulse der Festival-Landschaft

- 82 Awareness – Antidiskriminierung und Safer Spaces
- 86 Inklusion auf Festivals – Alurampe und fertig?!
- 90 Nachhaltigkeit im Festival-Kontext ist ein Prozess, kein schneller Weg
- 97 Festivals und Kommunen – Synergien in der Region entdecken. Ein Interview
- 101 Festival-Booking – Basics, Gagen und Diversität

Leitfaden für Behörden und Festivals

- 108 Rahmenbedingungen und Vorgehen
- 109 Verwaltungsstrukturen verstehen
- 111 Wann, was, wo? Ein Fragenkatalog für Genehmigungen und Anträge
- 114 Kommunikation und Kooperation – Ein exemplarischer Ablaufplan
- 116 Freizeitlärm-Richtlinie für Brandenburg

Outro

- 122 Festivals in Brandenburg – Eine Übersicht nach Landkreisen
- 124 Festival-Zusammenschlüsse und Arbeitskreise
- 125 Weiterführende Literatur
- 126 Stichwortverzeichnis
- 128 Autor:innen
- 130 Bildverzeichnis
- 131 Impressum

→ Materialsammlung

Das digitale Festival-Handbuch und die digitale Materialsammlung werden auf unserer Homepage bereitgestellt.

Hier sind eine Sammlung aller weiterführenden Links aus der Publikation und hilfreiche Vorlagen zu exemplarischen Finanzplänen, Verträgen etc. zu finden.

→ impuls-brandenburg.de/festivalhandbuch

Intention und Methodik

Brandenburg ist das Land der Festivals. Das haben mittlerweile viele erkannt. Zum einen Festival-Macher:innen, die auf der Suche nach neuen Locations sind oder ihren Platz vor einigen Jahren bereits in Brandenburg gefunden haben. Zum anderen auch verschiedene Verwaltungsebenen wie Behörden und Ministerien, die mit einer Vielzahl von Genehmigungs- und Förderanträgen von Festival-Veranstalter:innen konfrontiert sind – Tendenz steigend. Und nicht zuletzt auch die Brandenburger Politik, die in ihrem Koalitionsvertrag Brandenburg zum „Land der Festivals“ erkoren hat.

Die Brandenburger Festival-Landschaft hat mit ihren engagierten Veranstalter:innen und der steigenden Besucher:innenzahl einen starken kulturellen und touristischen Mehrwert für das Land. Verknüpft damit sind wirtschaftliche Faktoren, die sich vor allem positiv auf die regionalen Dienstleister:innen und die jeweiligen Kommunen auswirken. Zudem ist die bewusste Einbindung von regionalen Künstler:innen und Musiker:innen ein wichtiger Aspekt für die Entwicklung der Kulturlandschaft in Brandenburg. Die Wertschöpfungskette ist demnach groß und wächst immer weiter.

Ein bundesweit bisher einzigartiges Festival-Handbuch

Neben bereits etablierten und erfahrenen Veranstalter:innen, kommen stetig neue Festival-Macher:innen hinzu. Doch wie können Festival-Veranstalter:innen und Verwaltungen in ihrer Arbeit unterstützt und ihre Zusammenarbeit verbessert werden? Eine Antwort möchte ImPuls Brandenburg als Fachverband für Soziokultur, Populärmusik und Festivals mit diesem bundesweit bisher einzigartigen Handbuch liefern. Bereits vor einigen Jahren hat der Verband die Populärmusik-Festivals als zentralen Schwerpunkt für die Kultur- und Musikszene im Land Brandenburg erkannt und unterstützt seitdem die

Festival-Macher:innen in ihrer Arbeit. Als Basis der Arbeit diente im Februar 2020 eine breit angelegte Umfrage sowohl bei Brandenburger Behörden als auch bei den Festival-Veranstalter:innen. Durch diese grundlegende Abfrage ist es gelungen, den Bedarf festzustellen und mittels der Auswertung den inhaltlichen Aufbau des Festival-Handbuchs zu konzipieren.

Ein strukturierter Überblick über alle wichtigen Festival-Themen

Ziel ist es, die Festival-Szene und zuständigen Genehmigungsbehörden in ihren Belangen und Bedürfnissen zu stärken sowie das Know-how zu bestimmten Fachthemen und Prozessabläufen zu erhöhen. Als Werkzeug soll das Festival-Handbuch dienen.

Wie sieht ein optimaler Ablauf und Zeitrahmen von Genehmigungsprozessen für beide Seiten aus? Was muss ein Antrag alles beinhalten? Wie wird ein Sicherheitskonzept erstellt? Was bedeutet eigentlich GEMA und KSA?

Es werden Informationen zu Themen wie Nachhaltigkeit, Marketing, Location-Suche, Ticketing, Kosten und Finanzierung, Awareness u. v. m. bereitgestellt. Es wird kein Anspruch der vollständigen Rechtsverbindlichkeit gestellt. Das Festival-Handbuch ist kein allumfassender Lösungsweg, denn die Arbeit der Brandenburger Kommunen ist vielschichtig und nicht immer gleich organisiert. Auch ist die Welt der Festival-Szene sehr individuell und bedarf unterschiedlicher Herangehensweisen. Doch kann dieses Handbuch als Grundlage, Informationssammlung und Ratgeber für Festival-Macher:innen und Behörden gesehen werden, das einen strukturierten Überblick über alle wichtigen Themen rund um die Festival-Arbeit gibt.

Wir bedanken uns bei allen Beteiligten für die Mitarbeit an dem Festival-Handbuch! Das hier gesammelte Wissen lieferten etablierte Festival-Macher:innen, Expert:innen, Jurist:innen und Behördenmitarbeiter:innen aus ihrer langjährigen Erfahrung im Festival-Kosmos.

Franziska Pollin

Zum Begriff „Festival“ – Eine Definition

Wie definiert sich ein Festival und was unterscheidet es von anderen Veranstaltungen? Was genau unter dem Begriff „Festival“ zu verstehen ist, kann unterschiedlich ausgelegt werden. Manche machen es an der Besucher:innenzahl der Veranstaltung fest, andere an der Dauer oder den Inhalten. Eine allgemeingültige wissenschaftliche Definition gibt es bisher nicht.

Zu Beginn dieser Publikation wird deshalb der Versuch einer eigenen Definition des Begriffs „Festival“ unternommen.

Aufgrund der inhaltlichen Ausrichtung und des Förderauftrags vom ImPuls Brandenburg e. V., liegt der Fokus dieser Publikation auf Festivals mit poplarmusikalischem Schwerpunkt. Bei der Definition spielen weder Größenordnungen noch Besucher:innenzahlen eine Rolle, sondern lediglich inhaltliche und organisatorische Parameter, die dabei helfen ein Festival von anderen Veranstaltungen abzugrenzen.

Definition

Ein poplarmusikalisches Festival ist eine kulturelle Veranstaltung mit kuratiertem Programm und zeigt unterschiedliche künstlerische Performances mit Schwerpunkt auf Poplarmusik.

Inhaltliche Parameter

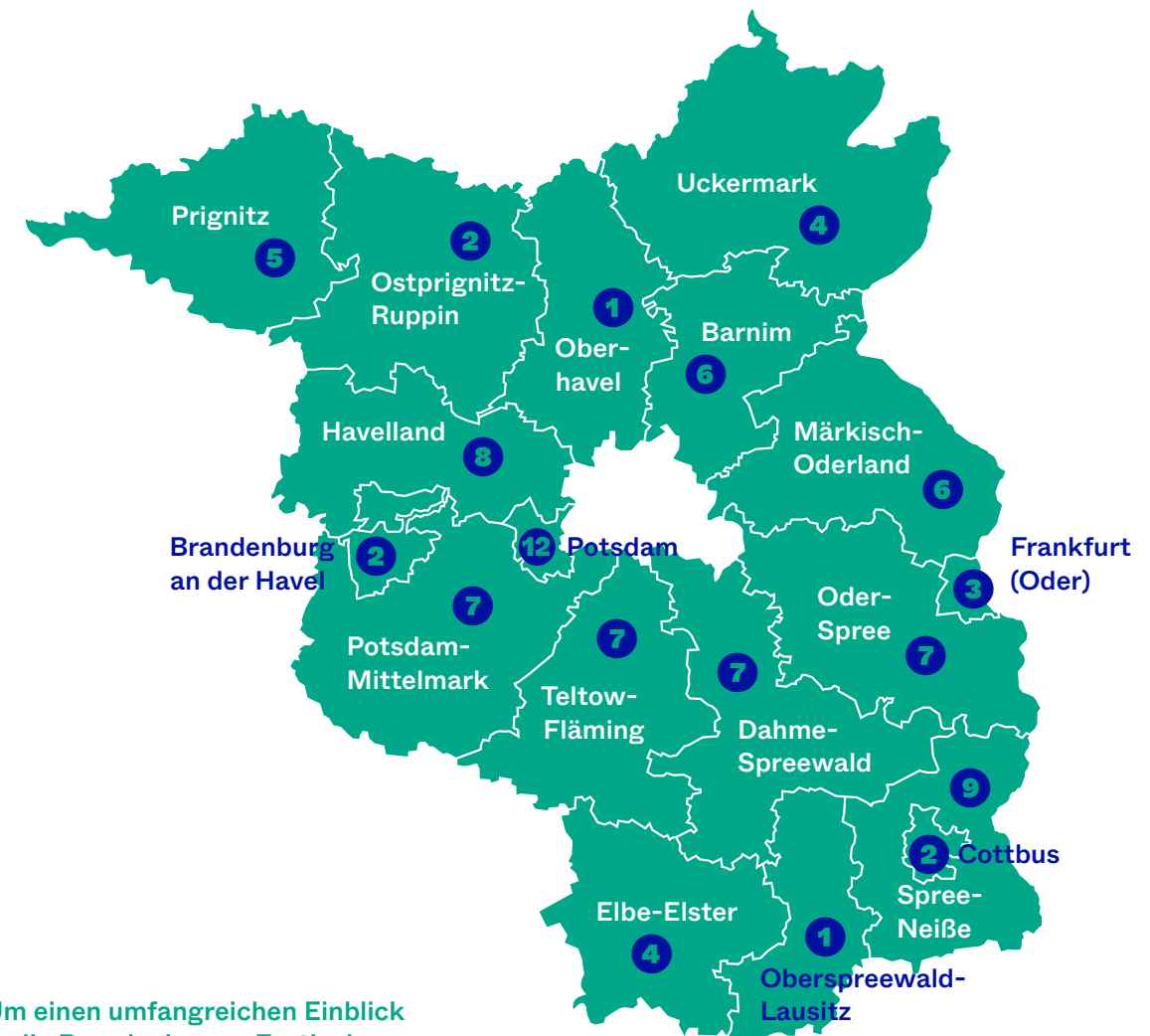
- geplante Veranstaltungen mit einem festgelegten Programm
- ein Programm, das im Vorfeld veröffentlicht wird
- das musikalische Programm steht im Vordergrund und die musikalischen Acts sind mehrheitlich der Poplarmusik zuzuordnen
- Charakter eines Live-Musik-Festivals: es sollen mindestens 51% der gebuchten Künstler:innen mit eigenen Songs oder künstlerische DJs auftreten (Abgrenzung zu Stadtteil- oder Ortsfesten bzw. Volksfesten)
- Versorgungsstände (Essen und Trinken), allgemeiner Warenhandel (über Merchandising hinaus) sowie Kinder- und Familienunterhaltungsangebote (u. a. kein Kirmes- bzw. Schaustellercharakter) müssen in einer angemessenen und typischen Relation zu einem üblichen Live-Musik-Festival stehen
- die Vermischung von Genres und Stilen ist möglich
- es kann ein Rahmenprogramm (u. a. aus den Bereichen Film, Tanz, Theater, Literatur, Kunst, Wissenschaft) über das musikalische Programm hinaus angeboten werden

Organisatorische Parameter

- kann periodisch stattfinden
- kann einen oder mehrere aufeinander folgende Tag(e) andauern
- hat eine zeitliche Begrenzung, also einen definierten Start- und Endzeitpunkt
- verfügt über eine strukturierte Ablauforganisation
- findet an einem oder mehreren Veranstaltungsort(en) statt, die sich in räumlicher Nähe zueinander befinden
- kann unter freiem Himmel oder in einem geschlossenen Raum stattfinden
- kann kostenlos oder kostenpflichtig sein
- kann über einen begrenzten Einlass verfügen oder für alle zugänglich sein
- kann über Übernachtungsmöglichkeiten wie bspw. Campingplätze verfügen
- die Größe der Veranstaltungsfläche und die Besucher:innenanzahl ist nicht vordergründig
- ehrenamtliches Engagement, ein regionaler Bezug sowie nachhaltige Prinzipien spielen in der Regel bei der Erarbeitung und Durchführung eines Festivals eine Rolle

Zahlen, Fakten, visuelle Eindrücke

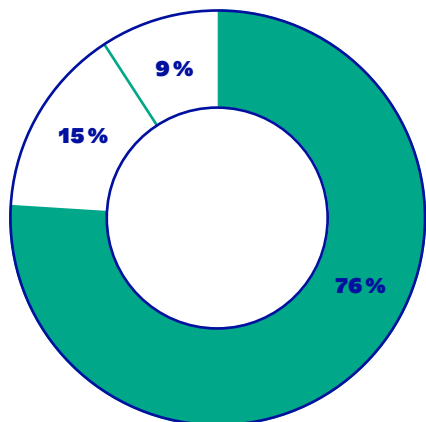
Brandenburger Festivals – Eine Bestandsaufnahme



Um einen umfangreichen Einblick in die Brandenburger Festival-Szene zu bekommen, wurde im Februar 2020 eine landesweite Umfrage durchgeführt. Insgesamt wurden 93 aktive Festivals ermittelt und angeschrieben. 49 Veranstalter:innen haben an der Online-Befragung teilgenommen. Das entspricht einer Rücklaufquote von 52 %. Auf den folgenden Seiten werden ausgewählte Ergebnisse präsentiert.

Seit wie vielen Jahren gibt es Festivals in Brandenburg?

Das jüngste Festival ist ein Jahr alt. Das älteste Festival 48 Jahre alt.



76 % der Festivals gibt es seit 2–20 Jahren

15 % der Festivals gibt es seit 20–40 Jahren

9 % der Festivals gibt es seit 1 Jahr

Wie viele Besucher:innen haben die Festivals?

Das Festival mit den meisten Besucher:innen hat 30.000 Besucher:innen.

Das Festival mit den wenigsten Besucher:innen hat 75 Besucher:innen.

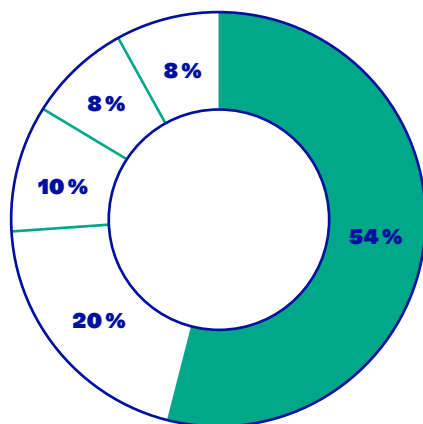
54 % der Festivals haben 500–2.500 Besucher:innen

20 % der Festivals haben bis zu 500 Besucher:innen

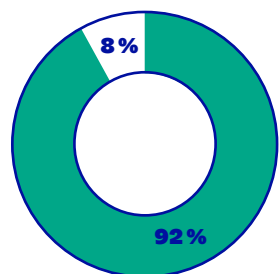
10 % der Festivals haben 2.500–5.000 Besucher:innen

8 % der Festivals haben 5.000–10.000 Besucher:innen

8 % der Festivals haben 10.000–30.000 Besucher:innen



Ehrenamtlichkeit



92 % der Festivals werden zum Großteil oder ausschließlich durch ehrenamtliche Arbeit getragen

Rechtsformen der Festivals

45 % der Festivals sind ein e. V.

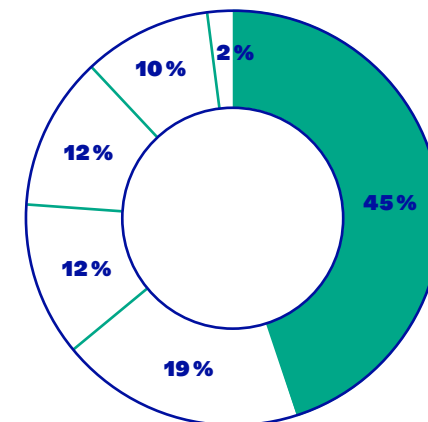
19 % der Festivals sind eine GmbH

12 % der Festivals sind eine UG

12 % der Festivals haben eine andere Rechtsform

10 % der Festivals sind eine GbR

2 % der Festivals sind eine gGmbH



Zusammensetzung der Finanzierung bei Festivals

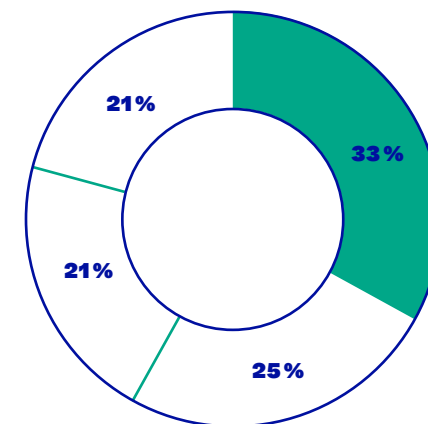
Fast alle Festivals greifen bei der Finanzierung auf Eigenmittel zurück. Etwa die Hälfte der Festivals finanziert sich zusätzlich durch öffentliche Mittel oder Sponsoring. Auch Spenden und Fundraising spielen eine Rolle.

33 % der Festivals finanzieren sich nur durch 1 Quelle

25 % der Festivals finanzieren sich durch 4 verschiedene Quellen

21 % der Festivals finanzieren sich durch 3 verschiedene Quellen

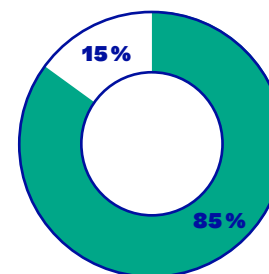
21 % der Festivals finanzieren sich durch 2 verschiedene Quellen



Ticketkosten

85 % der Festivals verkaufen Tickets

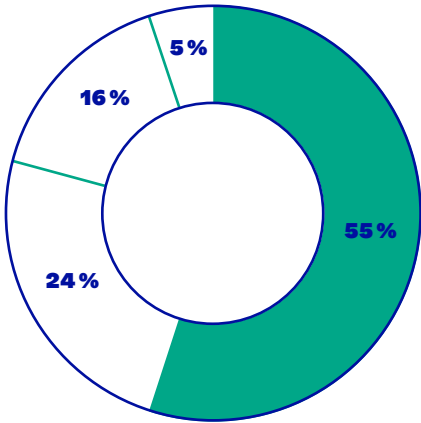
15 % der Veranstaltungen sind Umsonst-und-Draußen-Festivals



Anzahl der Bühnen auf Brandenburger Festivals

Das Festival mit den wenigsten Bühnen hat eine Bühne.
Das Festival mit den meisten Bühnen hat 48 Bühnen.

55 %	der Festivals haben 2 – 5 Bühnen
24 %	der Festivals haben 1 Bühne
16 %	der Festivals haben 5 – 10 Bühnen
5 %	der Festivals haben mehr als 10 Bühnen



Musikgenres

Auf 18 % der Festivals ist nur eine Musikrichtung vertreten.
Auf 82 % der Festivals findet eine Durchmischung der Musikgenres statt.

62 %	Elektronische Musik
59 %	Rock
59 %	Pop
49 %	Indie
44 %	Punk
44 %	Hip-Hop
36 %	Reggae und Ska
33 %	Folk
31 %	Funk

28 %	Jazz
21 %	Metal
15 %	Weltmusik



Was gibt es noch auf Festivals zu erleben?

100 % der Festivals bieten mehr als Musik an.

59 %	der Festivals bieten Workshops an
56 %	der Festivals bieten Kunst an
49 %	der Festivals bieten Performances an

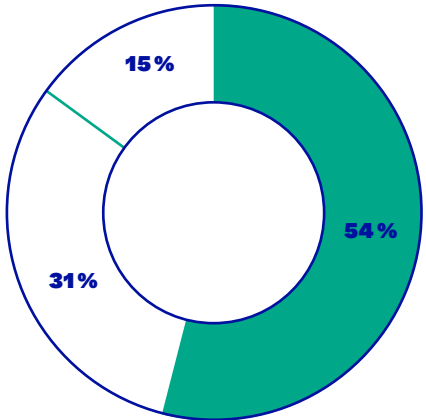


49 %	der Festivals bieten Diskursformate an
41 %	der Festivals bieten Lesungen an
36 %	der Festivals bieten Film an
31 %	der Festivals bieten Theater an
21 %	der Festivals bieten Yoga an
10 %	der Festivals bieten Ausflüge an

Was sonst noch angeboten wird – eine Auswahl:
Präsentation von Projekten, Wissenschaft zum Anfassen, Kinderprogramm, Massagen, Sprachkurse, gemeinsames Singen, Sport, Bike Races, Interviews mit Bands, Darkroom, Bestattungen, Wellness, Escaperoom

Dauer der Festivals

54 %	der Festivals dauern 4 – 5 Tage
31 %	der Festivals dauern 2 – 3 Tage
15 %	der Festivals dauern 1 Tag





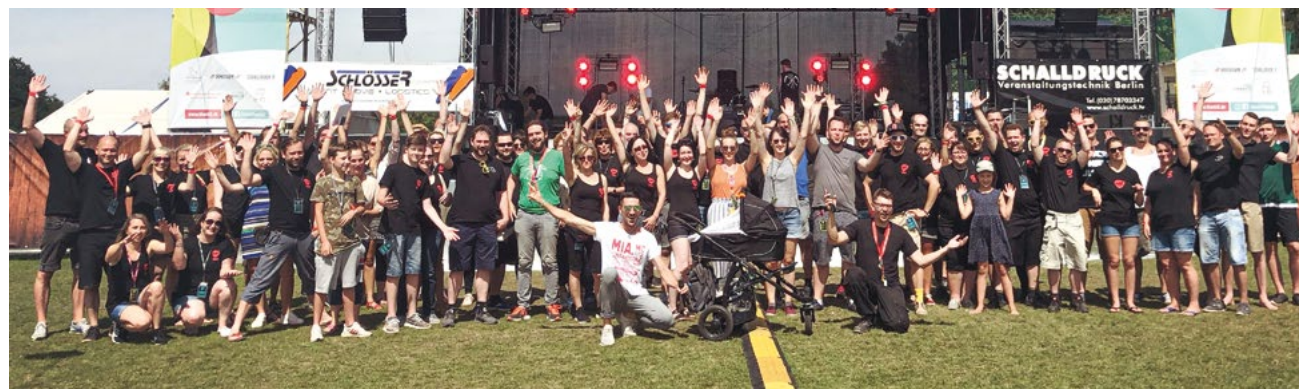
Der Kosmos der Brandenburger Festival-Szene ist bunt und vielfältig. Die Festivals sind im Wald, auf Wiesen, am See oder im urbanen Kontext zu finden. Sie können generationsübergreifend, inklusiv und politisch sein. Vor großen oder kleinen Bühnen kann Musik jeden Genres gehört oder auf kunstvoll gestalteten Dancefloors getanzt werden. Auch für Workshops, Diskurs und Partizipation bieten Festivals Raum. Auf den folgenden Seiten werden visuelle Eindrücke dieser Vielschichtigkeit präsentiert.

← Zurück zu den Wurzeln
↓ Nation of Gondwana





↑ Wilde Möhre
 ↖ Fête de la Musique
 ← Blankit Festival





↑ Feel Festival
← Artlake Festival



↑ alinæ lumr
 ↖ Pfingstrock Open Air
 ← Fête de la Musique





↑ Feel Festival



← Wilde Möhre
 ↓ Bergfunk Open Air
 ↵ Nation of Gondwana





↑ Localize
 ← Jenseits von Millionen
 ← alinæ lumr





↑ Artlake Festival
← Jenseits von Millionen

Dimensionen der Festival- Arbeit

Auf den folgenden Seiten spiegeln sich die Dimensionen der Festival-Arbeit in ihrer Vielfältigkeit wider. Es wird ein strukturierter Überblick über alle wichtigen Themen rund um die Organisation und Durchführung von Festivals gegeben.

Fundament →

Konzept und Projektplan

Das Konzept ist der Ausgangspunkt des Projekts und stellt die Weichen für ein erfolgreiches Festival-Management. Aus dem Konzept lässt sich dann ein Projektplan ableiten, der für die Organisation und Realisierung eines Festivals unentbehrlich ist.

Konzept

Im Konzept werden grundlegende Fragen zum Vorhaben geklärt und schriftlich festgehalten. Zur Orientierung gibt es die W-Fragen, die im Konzept beantwortet werden sollten:

Was? Was soll realisiert werden?
Was sind die Inhalte des Festivals?

Wer? Wer soll das Festival organisieren und durchführen? Wer ist die Zielgruppe, die angesprochen werden soll?

Wo? Wo soll das Festival stattfinden?
Wie soll die Location aussehen und welche Bedingungen muss sie erfüllen?

Wann? Wann soll das Festival stattfinden?
Wie lange ist der Durchführungszeitraum des gesamten Projekts und der Veranstaltungszeitraum?

Wie? Wie soll das Festival realisiert werden?
Wie sieht die Durchführung aus?

Warum? Warum soll es das Festival geben?
Was ist das Ziel? Welchen Nutzen zieht das Publikum aus dem Festival?

Im Konzept sollte präzise der inhaltliche Kern der Festival-Idee dargestellt und detaillierte Angaben zu den Zielen sowie Zielgruppen gemacht werden. Außerdem sollten Inhalte, geplante Besucher:innenzahl, Mitwirkende und der Durchführungsort dargestellt werden. Des Weiteren sollte herausgearbeitet werden, was das Festival einzigartig macht und es von anderen Festivals unterscheidet. Hierfür kann eine kurze Marktanalyse nützlich sein.

Um das Konzept zu verfassen, muss die anfänglich grobe Idee klar und strukturiert dargestellt werden. Dieser Prozess hilft oft dabei, alles Schritt für Schritt nochmal zu durchdenken, die Idee zu präzisieren, Gedanken zu strukturieren, Schwierigkeiten herauszuarbeiten oder Potenziale aufzudecken. Ein gut ausgearbeitetes Konzept ist für die weitere Planung im Team essentiell und hilft auch dabei, Partner:innen, Sponsor:innen und neue Mitstreiter:innen zu gewinnen. Auch für Förderanträge ist ein gutes Konzept goldwert.

Projektplan

Steht das Konzept, geht es an den Projektplan. Der Projektplan ist ein dynamisches Konstrukt, welches die Festival-Organisation ständig begleitet und welches immer wieder fortgeschrieben und abgeändert werden muss. Im Projektplan werden alle Aufgaben strukturiert und festgehalten, die im Rahmen der Festival-Organisation anfallen. Gleichzeitig wird damit ein Zeitplan für das Vorhaben entworfen. Außerdem können hier auch die zuständigen Personen zu den jeweiligen Aufgaben vermerkt werden. Auch Deadlines und Meilensteine (wichtige Punkte im Projekt) können hier notiert werden.

Für einen Projektplan gibt es keine Standards, da die Form – abhängig von der Art und den Anforderungen des Projekts – stark variieren kann. Es ist sinnvoll, den Plan in verschiedene Bereiche des Festivals wie Öffentlichkeitsarbeit, Infrastruktur, Programm etc. zu unterteilen. Für die Erstellung eines Projektplans gibt es viele hilfreiche digitale Tools.

Mit dem Projektplan werden Aufgabenbereiche festgehalten, denen dann bestimmte Teilaufgaben zugeordnet werden können. Außerdem lassen sich auch sog. Arbeitspakete schnüren, also klare und geschlossene Aufgabenstellungen innerhalb des Projekts, die selbstständig von einer Person oder Gruppe bearbeitet werden können.

Hierbei ist es wichtig, die Aufgaben so zu formulieren, dass jede:r im Team versteht, was diese jeweils bedeuten.

Bevor es an die eigentliche Festival-Planung geht, muss entschieden werden, unter welcher Rechtsform das Team agieren und das Festival realisiert werden soll. Bei dieser Entscheidung geht es u. a. um haftungsrechtliche und steuerrechtliche Fragen sowie die Möglichkeiten, Geld einzunehmen bzw. an Fördermitteln partizipieren zu können.

Von der Rechtsform ist insbesondere abhängig, ob ein steuerrechtlich relevanter Gemeinnützigkeitsstatus erlangt werden kann. Privatrechtliche Körperschaften wie z. B. Vereine (rechtsfähig und nichtrechtsfähig) oder GmbHs können diesen Status unter bestimmten Voraussetzungen vom Finanzamt zuerkannt bekommen. Gesellschaften bürgerlichen Rechts wie z. B. eine GbR dagegen nicht. In der Regel ist das Spektrum an Fördermöglichkeiten für gemeinnützig anerkannte Träger größer.

Normalerweise macht die Entscheidung über eine Rechtsform erst Sinn, wenn die Festival-Akteur:innen ihr Vorhaben konkret beschreiben können, wissen ob eine Gewinnerzielungsabsicht angestrebt wird und feststeht, wer zu den verantwortlichen Gründer:innen gehört. Wird sich zu früh auf eine bestimmte Rechtsform festgelegt, besteht die Gefahr, dass das Projekt in diese gezwängt wird und dabei wichtige Inhalte und Ziele verloren gehen. Am stärksten vertreten ist in der Festival-Szene der eingetragene gemeinnützige Verein und die GmbH.

Gesellschaft bürgerlichen Rechts (GbR)

Die Abkürzung „GbR“ steht für „Gesellschaft bürgerlichen Rechts“ und wird auch als BGB-Gesellschaft bezeichnet. Sie ist die einfachste Form der Personengesellschaft und die Rechtsform, die am schnellsten gegründet werden kann. Eine GbR entsteht, wenn sich zwei oder mehrere Personen zusammen-tun, um einen gemeinsamen Zweck zu verfolgen. Sie wird demnach als eine Personengesellschaft eingestuft und gilt nicht als juristische Person.

Merkmale einer GbR

- für jede Geschäftspartner:innenschaft geeignet (Kleingewerbe, Freie Berufe, Arbeitsgemeinschaft)
- großer Freiraum für Einzelne:n möglich
- unkomplizierte und kostengünstige Gründung, schriftlicher Vertrag aber sinnvoll
- kein Mindestkapital

Zu beachten

- Teilhaber:innen haften mit Gesellschafts-vermögen und Privatvermögen
- keine Anerkennung der Gemeinnützigkeit möglich
- einkommensteuerrechtlich in der Regel ungünstig für die Gesellschafter:innen

Gesellschaft mit beschränkter Haftung (GmbH)

Die Abkürzung „GmbH“ steht für „Gesellschaft mit beschränkter Haftung“. Die GmbH ist eine Unternehmensform und zählt zu den Kapitalgesellschaften. Der:Die Inhaber:in einer GmbH wird Gesellschafter:in genannt. Die Besonderheit der GmbH ist, dass Gesellschafter:innen in der Regel nicht mit ihrem Privatvermögen zur Haftung herangezogen werden können.

Merkmale einer GmbH

- für Unternehmer:innen, die die Haftung beschränken wollen
- für Unternehmer:innen, für die die GmbH steuerliche Vorteile gegenüber einer GbR bietet
- bei Standardgründungen einfache Gründungsformalitäten durch Musterprotokoll möglich
- Geschäftsführer:innen können Gesellschafter:innen sein oder auch Angestellte als sog. Fremdgeschäftsführer:innen
- die Gesellschaft haftet mit gesamtem Gesellschaftsvermögen
- die Haftung der Gesellschafter:innen bei Haftungsansprüchen an die Gesellschaft beschränkt sich auf ihre Kapitaleinlage (insgesamt mind. 25.000 Euro)

Zu beachten

- Gründungsformalitäten sind aufwendiger als bei einer GbR
- Geschäftsführung sollte geschäftlich versiert sein (geschäftliche Buchführung, Jahresabschluss erforderlich)
- bei Krediten haften Gesellschafter:innen in der Regel mit zusätzlichen privaten Sicherheiten

Unternehmergesellschaft (UG haftungsbeschränkt)

Die Unternehmergesellschaft (UG haftungsbeschränkt), ist eine Sonderform der GmbH und zählt somit ebenfalls zu den Kapitalgesellschaften. Die Anzahl der Gesellschafter:innen ist wie bei einer GmbH unbeschränkt. Der größte Unterschied zwischen GmbH und UG ist die Höhe des Stammkapitals. Während eine UG bereits ab 1 Euro pro Gesellschafter:in gegründet werden kann, sind bei der GmbH-Gründung 25.000 Euro notwendig. Im Unterschied zur GmbH ist eine UG verpflichtet, jährlich ein Viertel ihres Gewinns als Rücklage einzubehalten. Dies ist so lange vorgeschrieben, bis das Startkapital der GmbH erreicht ist. Danach könnte die UG, wenn gewünscht, in eine GmbH umgewandelt werden, was jedoch mit einer aufwendigen Umfirmierung einhergeht.

Merkmale einer UG

- geringes Stammkapital – einfache Gründung
- für Gründer:innen kleiner Unternehmen, die die Haftung beschränken wollen und über kein Startkapital verfügen
- Haftung der Gesellschafter:innen bei Haftungsansprüchen an die Gesellschaft beschränkt sich auf ihre Kapitaleinlage (insgesamt mind. 1 Euro)
- die Gesellschaft haftet mit gesamtem Gesellschaftsvermögen
- bei Krediten haften Gesellschafter:innen in der Regel mit zusätzlichen privaten Sicherheiten

Zu beachten

- Gründungsformalitäten und Kosten sind nur gering, sofern das einfache Musterprotokoll genutzt wird
- wegen niedrigem Stammkapital in der Regel weniger Ansehen und Kreditwürdigkeit bei Gläubiger:innen und Lieferant:innen
- bei Krediten haften Gesellschafter:innen in der Regel mit zusätzlichen privaten Sicherheiten

Unternehmen mit Gemeinnützigkeitsstatus – gGmbH und gUG (haftungsbeschränkt)

Eine GmbH oder UG kann auch als gemeinnütziges Unternehmen geführt werden, sofern die Voraussetzungen für die Anerkennung der Gemeinnützigkeit gemäß §§ 51 ff. Abgabenordnung vorliegt. Hierbei handelt es sich jeweils um eine „ganz normale“ GmbH oder UG, die dem Recht der GmbH bzw. UG unterliegt. Es gibt nur eine Besonderheit: Sie verfolgt einen gemeinnützigen Zweck im Sinne des Steuerrechts und genießt daher Steuerbefreiungen und -vergünstigungen. Die gGmbH oder gUG (haftungsbeschränkt) kommen in Betracht, wenn ein Projekt das Allgemeinwohl fördert (also gemeinnützig ist), aber dies durch wirtschaftliches Handeln verwirklichen will.

Verein

Ein Verein ist eine freiwillige und auf Dauer angelegte Vereinigung von natürlichen und/oder juristischen Personen zur Verfolgung eines bestimmten Zwecks. Hierbei ist zunächst zwischen einem nicht eingetragenen und eingetragenen Verein (e. V.) zu unterscheiden.

Ein nicht eingetragener Verein verfolgt wirtschaftliche Zwecke und demnach auch Gewinnabsichten. Was hingegen einen eingetragenen Verein grundsätzlich ausmacht, ist sein ideeller Zweck. Zur Beurteilung der Steuerfolgen muss zudem zwischen gemeinnützigen und nicht gemeinnützigen Vereinen unterschieden werden, da jeweils unterschiedliche Steuerfolgen greifen.

Literatur zum Thema Rechtsformen

Kurt Stöber und Dr. Dirk-Ulrich Otto (2020): Handbuch zum Vereinsrecht. Verlag Dr. Otto Schmidt.

Hesselmann, Tillmann & Mueller-Thuns (2020): Handbuch GmbH & Co. KG: Gesellschaftsrecht – Steuerrecht. Verlag Dr. Otto Schmidt.

Gemeinnütziger Verein

Den Gemeinnützigkeitsstatus kann sowohl ein nicht eingetragener wie auch ein eingetragener Verein (e. V.) besitzen. Das Finanzamt erkennt weitgehende Steuerbefreiungen bzw. -vergünstigungen an, wenn der Verein bestimmte gemeinnützige Zwecke verfolgt, die in der Abgabenordnung näher beschrieben sind. Dies muss eindeutig aus der Vereinssatzung hervorgehen. Der gemeinnützige Verein darf die finanziellen Interessen der Vereinsmitglieder keinesfalls fördern. Er lebt in erster Linie von Beiträgen und Spenden. Eine wirtschaftliche und auf die Erzielung von Gewinn gerichtete Tätigkeit ist nur dann erlaubt, soweit sie den gemeinnützigen Hauptzweck fördert und diesem untergeordnet ist. Hier ist Vorsicht geboten, da die Abgrenzungen nicht immer leicht sind.

Merkmale eines eingetragenen gemeinnützigen Vereins (e. V.)

- mind. 7 Gründungsmitglieder erforderlich
- geringe Gründungskosten nötig
- Eintragung der Gründung und des vertretungsberechtigten Vorstands in das Vereinsregister erforderlich
- Mitglieder müssen kein Vermögen einbringen oder persönlich für Schulden des Vereins einstehen
- es besteht keine Vermögensbeteiligung der Mitglieder, auch nicht bei Austritt / Auflösung
- Ein- und Austritt von Mitgliedern ist einfach
- Möglichkeit, Spendenbescheinigungen auszustellen
- Vorstand vertritt Verein nach außen
- Auflösung durch Beschluss der Mitgliederversammlung möglich

Zu beachten

- Eintragung in das Vereinsregister sowie Anerkennung des Gemeinnützigkeitsstatus kann unter Umständen langwierig sein
- Verein lebt von der aktiven Tätigkeit möglichst vieler Mitglieder

Jenny Juchem

Personalmanagement und Teamaufbau

Für die Organisation und Durchführung eines Festivals ist ein funktionierendes Team und gutes Personal grundlegend. Damit steht und fällt eine gelungene Veranstaltung.

Für Personal im Festival-Business gibt es verschiedene Modelle der Anstellung und Mitarbeit. Hier soll zunächst ein Überblick gegeben werden, welche Arten es gibt und welche Form in welchen Fällen Sinn macht. Außerdem wird ein Überblick gegeben, worauf es im Personalmanagement und beim Teamaufbau im Festival-Kontext ankommt.

Arten der Personalanstellung

Festanstellung

Geeignet für die Hauptorganisator:innen und Leitungsfunktionen des Festivals. Sie sind das Zugpferd der Veranstaltung und beschäftigen sich fast durchgehend mit der Planung und Umsetzung. Der Nachteil an einer Festanstellung sind die erheblich hohen Personalkosten. (Beispiele: Festival-Leitung, Produktionsleitung, Programmleitung etc.)

Honorarbasis

Geeignet für Verantwortliche, die nur in einem bestimmten Zeitraum in einem bestimmten Bereich arbeiten, aber Verantwortung übernehmen und ein Team anleiten. (Beispiele: Bereichsleitungen für Einlass und Gastronomie, Shuttle-Fahrer:in etc.)

Ehrenamt / Freiwillige

Geeignet für Festivals mit partizipativem Ansatz. Ehrenamtliche Betätigung ist nicht notwendigerweise von festen Strukturen abhängig. Zum Beispiel können auch Party-

oder Open-Air-Kollektive, die nicht als Verein oder in sonstigen Rechtsformen organisiert sind, ehrenamtliche Helfer:innen einsetzen.

Für Festivals, die in Rechtsformen organisiert sind, ist Folgendes zu beachten:

Gemeinnützige oder öffentlich-rechtliche Körperschaft

Für Personen, die freiwillig ehrenamtliche, nebenberufliche Arbeit in einer gemeinnützigen Körperschaft (z. B. gemeinnütziger Verein, gUG, gGmbH, gGmbH) oder öffentlich-rechtlichen Körperschaft (z. B. Stadt, Gemeinde) leisten, besteht laut § 3 Nr. 26a EStG eine steuerliche Vergünstigung.

➔ **Materialsammlung** Sie können für ihre freiwillige Mitarbeit nach derzeitigem Stand 720 Euro im Jahr als Aufwandspauschale annehmen, ohne dass Sozialabgaben oder Steuern fällig werden. Allerdings muss die Arbeit im gemeinnützigen, mildtätigen oder kirchlichen Bereich erfolgen. Tätigkeiten im wirtschaftlichen Geschäftsbetrieb (z. B. Schichtarbeit an der Bar) innerhalb einer gemeinnützigen Körperschaft sind nicht begünstigt. Hier darf also für diese Tätigkeit keine Aufwandsentschädigung gezahlt werden. Sehr wohl darf diese Tätigkeit aber ehrenamtlich OHNE Aufwandsentschädigung durchgeführt werden. Will ein Festival seinen ehrenamtlichen Helfer:innen also steuerfreie Aufwandspauschalen zahlen, dann muss das Festival zum einen als gemeinnützig anerkannte Körperschaft organisiert sein. Zum anderen darf sich die ehrenamtliche Tätigkeit nicht im wirtschaftlichen Geschäftsbetrieb des Festivals wie z. B. Verkauf von Getränken und Speisen bewegen.

Wirtschaftliche Körperschaften

Grundsätzlich dürfen Personen, die in einem festen Arbeitsablauf eingebunden sind (z. B. Schichtarbeit an der Bar), Arbeitskleidung tragen und Anweisungen bekommen, nicht ehrenamtlich arbeiten, denn dann liegt ein sozialversicherungspflichtiges Anstellungsverhältnis vor. Oder sie müssen selbstständig tätig sein und auf Honorarbasis eine Vergütung erhalten. Im Bereich der wirtschaftlichen Körperschaften (GmbH, GbR etc.) bewegt sich ehrenamtliche Arbeit in einer Grauzone und wird oft diskutiert.

Grauzonen sind bspw. ehrenamtliche Arbeit gegen ein Festival-Ticket oder wenn eine Person einen Workshop anbietet und nicht in den festen Arbeitsablauf des Festivals eingebunden ist. Wer sich über die genauen Bestimmungen näher informieren möchte, kann das im Sozialversicherungsgesetz tun. → **Materialsammlung**

Doch Achtung vor gemischten Modellen der Personalanstellung! Um Befindlichkeiten und Unmut gegenüber bezahltem Personal möglichst gering zu halten, benötigt es klare Kommunikations- und Verantwortungsstrukturen. Fehlende Transparenz sind die Achillesverse im Personalmanagement.

Was muss beachtet werden?

Die Organisationsstruktur ist ein essentieller Bestandteil im Personalmanagement. Egal wie diplomatisch und demokratisch die Veranstaltung geplant wird, am Ende gibt es immer eine Person, die in besonderen Belangen (politisch, gegenüber der Ordnungsbehörde etc.) seinen:ihren Kopf hinhalten muss. Deshalb sollte in Stellenbeschreibungen ganz klar dokumentiert sein, welche Positionen (Festival-Leitung, Produktionsleitung, Programmleitung, Personalleitung etc.) mit welchen Verantwortungen, Entscheidungen und Verpflichtungen einhergehen.

Es muss zusätzlich ein transparenter und reibungsloser Informationsfluss stattfinden, der allen Beteiligten jederzeit Auskunft gibt, z. B. über den Stand der Planungen, wichtige Termine und Meilensteine oder auch Problemstellungen. Das kann mit regelmäßigen

Meetings, Newslettern, Arbeitskreisen oder einem online-basierten Projekt-Management-Tool gewährleistet werden.

Außerdem ist eine festgelegte Kommunikationsstruktur hilfreich, um im laufenden Prozess den Überblick über erledigte bzw. noch zu erledigende Aufgaben zu behalten. So sollte z. B. klar sein, wer zuständig ist, wenn Fragen und Probleme in einem bestimmten Bereich auftauchen.

Es sollte sichergestellt werden, dass jede:r eine feste Stellenbeschreibung mit einer klaren Stellen- und Aufgabendefinition besitzt. Das muss nicht offiziell sein. Es reicht schon, wenn im Team dokumentiert wird, wer welche Position und welche Aufgaben übernimmt und wer die damit einhergehende Verantwortung trägt. Als Muster können herkömmliche Stellenbeschreibungen dienen, wie sie auch auf diversen Jobportalen zu finden sind. Das hilft oft, Positionen zu greifen, Aufgaben zu verteilen und ggf. Stellen zusammenzulegen. Es sollten sich Gedanken gemacht werden, welche Positionen im Rahmen des Festivals besetzt werden müssen. Wo sollte es eine Leitung geben, die die Fäden zusammenhält und welche Stellen können autark laufen (Gastronomie, Einlass, Catering, Crew-Betreuung, Programm, Auf- und Abbau, Künstler:innenbetreuung usw.). Auf dieser Grundlage kann ein geeigneter Schichtplan erstellt und besetzt werden.

Genauso wie ein Unternehmen eine Personalabteilung hat, braucht ein Festival eine:n Verantwortliche:n, die:der sich der Crew-Koordination vollumfänglich annimmt. Hierzu gehören vor allem Aufgaben wie Schichtplanung und -einteilung, Überwachung von Anmeldungen / Bewerbungen, Rücklauf-Management, projektbezogene Kommunikation (z. B. Newsletter, Organisation von Arbeitskreisen), aber auch die Betreuung vor Ort und das Wertschätzungs-Management.

Letzteres ist wichtig, um die Stimmung und Laune oben zu halten. Gerade in der Arbeit mit Ehrenamtlichen sind Sätze wie „Ich arbeite hier ja umsonst“ oder „Am Ende bekomme ich ja eh nix dafür“ Gift für die Zusammenarbeit und den reibungslosen

Ablauf der Veranstaltung. Deshalb sollte jederzeit gut und übersichtlich dargestellt werden, welchen Mehrwert es hat, für das Festival zu arbeiten und dahingehend ein Wertschätzungskonzept ausgearbeitet werden.

Es hilft, ein Dokument oder eine Art „Fibel“ zu verfassen, die diesen Mehrwert durch das Prinzip „what you give is what you get“ erklärt. Beispiel: „What you give“: Engagement, Zuverlässigkeit, Spaß und Neugier. „What you get“: Erfahrung, Crew T-Shirt, freie Verpflegung, neue Bekanntschaften usw.

Auch der Veranstaltungsort ist für ein Festival fundamental. Deswegen sollte die Suche nach der richtigen Festival-Location am Anfang des Planungsprozesses stehen.

Entweder gibt es schon eine Wunsch-Location oder der richtige Platz für die Idee muss erst noch gefunden werden. Ob urban oder ländlich, Wiese oder Wald, indoor oder outdoor, ehemaliger Flugplatz oder Burg – die Möglichkeiten für eine tolle Festival-Location in Brandenburg sind vielfältig.

Diese Dinge sollten bei der Auswahl der Festival-Location immer beachtet werden:

Wem gehört das Gelände und darf es für die Durchführung des Festivals genutzt werden?

Grundsätzlich kann zwischen privater und öffentlicher Fläche unterschieden werden.

Privat

Wenn es sich um ein Privatgelände handelt und z. B. durch Befragung der Nachbarschaft kein:e Besitzer:in ermittelt werden kann, ist es möglich, den:die Besitzer:in durch das örtliche Grundbuchamt ausfindig zu machen – wenn ein berechtigtes Interesse nachgewiesen wird. Deswegen sollte bei der Anfrage an das Grundbuchamt direkt angegeben werden, dass eine Nutzungsgenehmigung bzw. ein Miet- oder Pachtvertrag angestrebt wird. Wurde der:die Besitzer:in ausfindig gemacht, muss er:sie von der Nutzungsidee überzeugt und anschließend eine schriftliche Zustimmung eingeholt werden. Es wird empfohlen, einen Nutzungsvertrag auszu-

handeln, der schriftlich abgefasst und von beiden Seiten unterschrieben wird. Wichtig ist, dass in einem solchen Vertrag alle wichtigen Bestandteile einer Nutzung ausführlich beschrieben werden. Die wichtigsten Punkte, die im Vertrag geregelt werden sollten, sind die Darstellung der Vertragsgegenstände wie Nutzungsart, Nutzungsdauer, Nutzungsentgelt, Verkehrssicherungspflicht, Haftung, Betriebskosten, erforderliche Versicherungen, Kündigungsregeln und Rückgabe.

Was ist eigentlich der Unterschied zwischen Besitz und Eigentum?

Im alltäglichen Sprachgebrauch werden die beiden Begriffe oft als Synonym benutzt, jedoch haben sie andere rechtliche Bedeutungen. Was die Unterschiede sind, kann im Bürgerlichen Gesetzbuch (BGB) nachgelesen werden. → **Materialsammlung**

Öffentlich

Soll eine Location im öffentlichen Raum für ein Festival genutzt werden, muss beim örtlich zuständigen Amt eine Sondernutzungsgenehmigung eingeholt werden. Für öffentliche Grünflächen ist das Grünflächenamt zuständig, für Waldgebiete das Forstamt, für öffentliche Verkehrsflächen das Straßen- und Verkehrsamt oder die Ordnungsbehörde.

Sonstiges

Es gibt auch öffentliche Flächen, die von einem privaten Unternehmen verwaltet werden. In diesem Fall ist ein Vertrag mit der

entsprechenden Verwaltungsfirma, also dem jeweiligen Unternehmen, zu schließen.

Eignet sich das Gelände überhaupt für ein Festival?

In Natur- oder Wasserschutzgebieten ist es grundsätzlich problematisch Festivals durchzuführen. Besondere Vorsicht ist auch in Trinkwassereinzugsgebieten und bei Gewässern mit Grundwasserkontakt geboten. Während bestimmter Phasen wie Brut- oder Aufzuchtzeiten sind Festivals auf bestimmten Flächen ebenfalls nicht möglich, da dies eine enorme Beeinträchtigung der Tierwelt darstellen würde.

Auch sollte darauf geachtet werden, wie der Boden beschaffen ist und ob dieser durch die Belastung eines Festivals nicht über die Maße beansprucht werden würde.

Außerdem sollte sich die Location möglichst nicht in der Nähe eines Wohngebiets befinden. Sonst muss damit gerechnet werden, dass die Einschränkungen durch den Lärmschutz sehr hoch sind.

Wie ist die vorhandene Infrastruktur?

Auch die vorhandene Infrastruktur ist ein wichtiger Faktor und sollte unbedingt in die Überlegungen miteinbezogen werden. Wie ist der Ort an den öffentlichen Nahverkehr angebunden? Wie viele Parkplätze stehen zur Verfügung? Welche Zufahrten zum Gelände können für den Auf- sowie Abbau und den Transport von Materialien genutzt werden? Welche Be- und Entlademöglichkeiten gibt es? Und wie sieht es mit der Stromversorgung aus?

Wie groß ist die Kapazität der Fläche?

Bei der Auswahl der Festival-Location sollte immer mitbedacht werden, wie viele Besucher:innen auf das Gelände passen und ob das mit den Vorstellungen der Festival-Besucher:innenanzahl übereinstimmt. Hier sollte auch mit einbezogen werden, dass ein Festival über die Jahre wachsen kann.

Logistik und Infrastruktur

Zur Logistik eines Festivals gehören verschiedene Gewerke, die für den reibungslosen Ablauf der Veranstaltung unerlässlich sind. Bei der Planung gilt es, diese zeitlich sinnvoll zu koordinieren, deren Einsatz vor Ort nach Bedarf zu terminieren und ein ungestörtes Arbeiten zu gewährleisten.

Zu den wichtigsten Gewerken gehören sanitäre Einrichtungen in Verbindung mit Trink- und Abwasser, Strom, Müllentsorgung, Zäune, Bühnen, Raumsysteme, Fahrzeuge und geländetaugliche Baumaschinen.

Gut geplant ist halb gewonnen. Zur effizienten Umsetzung der Festival-Logistik empfiehlt es sich, als Vorbereitung einen Raum- und Flächenplan sowie einen Produktionsplan zu erstellen. Der Flächenplan legt die genauen Positionen der verwendeten Infrastruktur fest und kann als einfache Skizze oder CAD-Zeichnung (Programm zur Erstellung von Entwürfen, Konstruktionen und technischen Zeichnungen) am Computer umgesetzt werden. Der Produktionsplan beinhaltet die genauen Zeiten, zu denen die jeweiligen Gewerke mit ihrer Arbeit beginnen, zusätzliche Informationen rund um deren Arbeitsprozess sowie Kontaktdaten der zuständigen Ansprechpartner:innen.

Sanitäre Einrichtungen

Zu den sanitären Einrichtungen zählen in erster Linie Duschen und Toilettenanlagen. Bei den Toiletten existiert mittlerweile eine große Bandbreite an Optionen für Festivals. Diese reichen von Sanitärcontainern mit wassergespülten Toiletten, Urinalen und Waschbecken bis hin zu mobilen Toiletten.

Seit einigen Jahren erfreuen sich Ecotoiletten an zunehmender Beliebtheit. Deren ökologischer und nachhaltiger Ansatz ist jedoch im Einsatz und Handling deutlich aufwendiger und damit teurer als herkömmliche mobile Toiletten. Ebenso erfordert die Betreuung und Reinigung mehr Personal.

Trink- und Abwasser

Eine funktionierende Trinkwasserversorgung ist für jedes Festival unerlässlich. Soweit verfügbar, kann mithilfe eines Standrohres an einem Hydranten Wasser entnommen und über zugelassene Trinkwasserleitungen zum Festival-Gelände weitergeleitet werden.

Für eine derartige Trinkwasserzuleitung wird eine Anmeldung bei dem zuständigen Trinkwasserverband benötigt, der die geplante Entnahme genehmigen muss. Das benötigte Standrohr ist hier ebenfalls erhältlich. Der Querschnitt des Standrohres und der Wasserleitung ist hierbei entscheidend. Allgemein gilt: Je größer der Querschnitt desto höher der maximale Wasserdurchlauf, was vor allem bei längeren Installationswegen eine wichtige Rolle spielt.

Zur Überprüfung der Wasserqualität ist es wichtig, nach der Installation des Trinkwassernetzes eine Wasserprobe zu entnehmen und diese von einem zugelassenen Labor testen zu lassen. Die Anforderungen an die Qualität des Trinkwassers sind dabei sehr hoch, da bereits eine geringe Anzahl von Bakterien zu schweren Erkrankungen führen kann. Wird an dieser Stelle gespart, könnten teure Schadenersatzforderungen die Folge sein. Es ist empfehlenswert, den Gäst:innen ausreichend Trinkwasserzapfstellen zur

Verfügung zu stellen. Neben dem Trinkwasser ist das Abwasser ein weiterer wichtiger Posten, den es zu beachten gibt. Die Entsorgung erfolgt in gesonderten Abwasserleitungen. Ist ein Abwasserschacht der anliegenden Wasserbetriebe in Reichweite, kann dieser mit Abwasserleitungen genutzt werden. Alternativ können stationär aufgestellte Abwassersäcke und Abwassertanks, wie bspw. ein IBC-Wassertank, eingesetzt werden. Ein unkontrolliertes Entweichen in die Natur ist nicht zulässig. Das gilt es mit den notwendigen Schutzmaßnahmen zu vermeiden.

Strom

Genau wie die Wasser- ist auch die Stromversorgung für jedes Outdoor Event essentiell. Die meisten Veranstalter:innen sind gezwungen auf mobile Systeme zurückzugreifen, denn selten verfügen die Locations über einen festen Stromanschluss. Es ist ratsam, sämtliche potentiell anfallende Posten, die Strom verbrauchen, im räumlichen Übersichtsplan zu verzeichnen. Dabei ist sowohl der Ort als auch der zu erwartende Verbrauch wichtig, denn daraus ergeben sich die benötigten Kabelwege und die Größe des benötigten Aggregats.

Müllentsorgung

Häufig wird der Umfang des Abfalls, der bei einem Festival entsteht, einfach unterschätzt. Neben den Besucher:innen verursacht auch die eigene Crew beim Auf- und Abbau Müll. Generell ist es wichtig, dass während der Veranstaltung ausreichend Abfallbehälter für die Gäst:innen zur Verfügung stehen und diese in regelmäßigen Abständen überprüft sowie geleert werden. Es ist sehr sinnvoll, den Eintritt um einen Müllpfand zu ergänzen, der bei Abgabe der vorher bereitgestellten Mülltüten wieder erstattet werden kann. Die Umsetzung könnte in Form einer zentralen Müllpfandstation erfolgen, wo im besten Fall der eingehende Abfall gleich in Pfand- und Glasflaschen sowie Restmüll grob getrennt wird. Es macht Sinn, schon auf dem Festival

Abfallbehälter nach Papier, Glas und Restmüll zu trennen. Das ist nicht nur aus ökologischer Sicht wichtig, sondern spart bei kontinuierlich steigenden Entsorgungspreisen eine Menge Geld. Noch entscheidender ist die Endreinigung der Veranstaltungsfläche. Wird diese unzureichend ausgeführt, besteht die Gefahr, sich im nächsten Jahr eine neue Fläche suchen zu müssen. Hierfür sollten ausreichend Personal und die erforderlichen Reinigungsutensilien zur Verfügung stehen.

Zäune

Auch wenn es nicht alle Veranstaltenden unbedingt gern machen, ist die Einfriedung, also die Umzäunung der Eventfläche, notwendig. Bauzäune mit den Abmaßen 3,5×2 Meter, teilweise mit Plane als Sichtschutz oder einem bedruckten Werbebanner, sind hier bei nahezu allen Festivals Standard. Es gilt, verschiedene Anbieter:innen zu vergleichen, die bei der benötigten Menge Sinn machen, und vor allem die Transportkosten genau im Auge zu behalten. Ist es unumgänglich, das gesamte Gelände zu umzäunen, muss darauf geachtet werden, die erforderliche Anzahl an Rettungs- und Notausgängen bereitzustellen. Diese müssen zu jeder Zeit mit Personal besetzt und frei gehalten werden. Dafür können bspw. Rolltore oder Schranken zum Einsatz kommen. Die nötige Anzahl und Dimensionierung kann der Brandenburgischen Versammlungsstättenverordnung entnommen werden. ➔ **Materialsammlung**

Bühnen

Als Bühne für Musiker:innen und Tisch für das DJ-Equipment erfreuen sich Bühnenpodeste größter Beliebtheit. Diese gibt es genormt und zugelassen in verschiedenen Größen mit höhenverstellbaren Füßen. So kann auch in unebenem Terrain eine geradlinige Aufstellung gewährleistet werden. Für größere Soundsysteme und ein aufwendiges Lichtkonzept auf einer Bühne bieten sich Traversensysteme an, also modulare Fachwerkträger, umgangssprachlich auch Truss genannt. Da das Wetter zu jeder Zeit

umschlagen kann, ist es notwendig, das Equipment und die Technik auf der Bühne mit einer Überdachung zu schützen. Die Palette reicht hier von einem einfachen Pavillon bis hin zu aufwendigen Zeltkonstruktionen als Bühnendächer. Oft werden Bühnen mit Holz oder anderem Material verkleidet und dekoriert. Es sollte daran gedacht werden, dass diese zumindest Baustoffklasse B1 haben, also schwer entflammbar sind.

Raumsysteme

Hierzu gehören mobile und modulare Raumsysteme, zumeist in Form eines Containers, die vor Ort als Büro, Lager oder als sanitäre Anlagen genutzt werden können. Die Positionen sollten vorab im Übersichtsplan möglichst maßstabsgetreu festgelegt werden. Besonders bei den WC- und Duschcontainer sollte die Zu- und Ableitung für Strom sowie Wasser beachtet und möglichst frei gehalten werden. Die Kranwagen und Sattelzüge mit den Containern benötigen ebenfalls ausreichend freie Fläche und Luftraum zum Rangieren sowie zum Ab- und Aufladen. Im weiteren Sinne zählen auch Zelte zu den

mobilen Raumsystemen. Diese spenden den Gäst:innen sowie Mitarbeiter:innen im Sommer den benötigten Schatten und sorgen dafür, dass auch bei schlechtem Wetter alles trocken bleibt.

Fahrzeuge und geländetaugliche Baumaschinen

Ab einer gewissen Veranstaltungsgröße kann auf Baumaschinen, wie einem Radlader, nicht mehr verzichtet werden. Gerade wenn es darum geht, mehrere Paletten mit Getränken, schweren Cases für die Bühne, Material, Werkzeuge oder sonstige schwere Gegenstände von einem zum anderen Ende der Veranstaltungsfläche zu transportieren. Es empfiehlt sich, dafür eine:n festgelegte:n Fahrer:in zu haben, die:der sich ausschließlich um die Bedienung der Maschine kümmert. Selbst bei größeren Entfernungen auf dem Gelände muss die Produktions- und Veranstaltungsleitung bei Gefahren sowie Problemen schnell vor Ort sein können. Dafür sollten für das Gelände geeignete Fahrzeuge zur Verfügung stehen.

Finanzierung, Kosten und Abgaben →

Johannes Junge

Finanzierung von Non-Profit-Festivals

Im Folgenden soll ein kompakter Überblick über die Finanzierung und deren Herausforderungen von einem nicht gewinnorientierten Festival gegeben werden.

Start der Planungsphase, Zielgruppe und Größenordnung skizzieren

Um einen guten Überblick darüber zu erhalten, mit welchen grundlegenden Ausgaben zu rechnen sind, sollte sehr frühzeitig mit der Recherche der Eckpunkte begonnen werden. Hierbei gilt es, die wichtigste Frage zu Beginn zu beantworten: Mit welchen Einnahmen ohne Förderungen ist zu rechnen?

Hier sollte ein wirklich realistischer Wert kalkuliert und davon zur Sicherheit nochmal 30 % abgezogen werden. Hierbei liegt vermutlich die größte und folgenreichste Aufgabe, da dabei sehr viele Faktoren eine Rolle spielen werden, wie z. B. die Zielgruppe, erwartete Besucher:innenanzahl unter Berücksichtigung des anvisierten Line-ups, geplante Werbemaßnahmen und die Preiskultur.

Anschließend und im Verlauf der weiteren Planungen ist es wichtig, konsequent zu bleiben – diese Zahl sollte nicht mehr verändert werden bis die Veranstaltung abgerechnet ist. Falls die Einnahmen am Ende doch unterschätzt wurden, können die Überschüsse als Grundkapital und Sicherheit mit ins Folgejahr genommen werden. Denn wider der landläufigen Meinung „eine Non-Profit-Organisation dürfe kein Plus machen“, ist das durchaus möglich. Oft macht es bei solchen Fragen auch Sinn, dass der:die Vereins-schatzmeister:in sich von einem:einer Steuerberater:in Hilfe holt, der:die sich im Bereich

Vereinsfinanzen auskennt. Dieser Service ist oft nicht so teuer wie gedacht.

Nichts ist umsonst

Nun ist es an der Zeit, die Ausgabenseite zu definieren. Es sollten akribisch alle Dinge aufgelistet werden, die Geld kosten, auch wenn sie noch so klein sind. Es sollte nicht nur an die Gagen der Künstler:innen, sondern auch an Dinge wie z. B. Versicherungen, Selbstverpflegung, Mietkosten, Baumarkteinkäufe, Getränke für den Verkauf, Genehmigungen, Druckkosten, Deko, Sicherheit, Absperrungen oder Werbekosten gedacht werden. Am besten werden die Dinge nach „wichtig“ und „nice to have“ sortiert. So können später nicht so relevante Posten im Zweifel gestrichen werden, falls das Geld nicht ausreicht.

Werden nun die ermittelten Ausgaben den Einnahmen gegenübergestellt, ist es ziemlich wahrscheinlich, dass die Einnahmen nicht die Ausgaben decken werden, auch wenn unwichtige Posten schon von der Liste gestrichen wurden. Doch Posten wie Versicherungen und ausreichend Toiletten sind sehr wichtig, deswegen sollten die Ausgaben nicht unter ein unvernünftiges Minimum gebracht werden. Weswegen nun die Drittmittelfinanzierung ins Spiel kommt.

Drittmittelfinanzierung

Für Veranstaltende im Land Brandenburg bestehen einige Möglichkeiten, die Finanzierungslücke zu schließen – und diese sollten auch genutzt werden. Die Gemeinden halten in der Regel Fördertöpfe für gemeinnützige

Organisationen bereit. Hierfür ist es wichtig zu wissen, dass eigentlich alle Förderanträge schnell gemacht sind, wenn die zuvor beschriebenen Punkte sorgfältig bearbeitet wurden und die Finanzierungslücken aufgezeigt werden können.

Es ist wichtig, dass die zu fördernden Bereiche klar genannt werden können und laut den jeweiligen Förderrichtlinien auch förderfähig sind. Es sollte sich nicht erst drei Monate vor der Veranstaltung gekümmert werden, denn dann sind die Fördertöpfe mit hoher Wahrscheinlichkeit leer. Ob es spezielle Deadlines gibt oder ganzjährig fortlaufend Anträge gestellt werden können, kann bei Land und Kommune erfragt werden.

Weiterhin sollte die Möglichkeit der Sponsor:innen-Akquise in Betracht gezogen werden. Firmen sehen gern ihre Logos im Umfeld von Festivals, wenn die Zielgruppe passt.

Und schlussendlich ist da noch die Spende, welche steuerrechtlich unbedingt von Sponsor:innengeldern zu trennen ist. Bei einer Spende handelt es sich um eine selbstlose Zuwendung Dritter ohne erwartete Gegenleistung. So dürfen die Spender:innen in den Werbematerialien der Festivals nicht gesondert hervorgehoben werden. Auf den Plakaten darf z. B. nicht „dieses Festival wird unterstützt durch Firma Muster-

haus GmbH“ stehen. Oder auf der Festival-Website darf nicht auf die Internetseiten der Spender:innen verwiesen werden, da es sonst nicht mehr als selbstlose Spende, sondern als Sponsoring eingestuft werden würde. Jedoch dürfen von den Veranstalter:innen Spendenquittungen an die Unternehmen ausgestellt werden, solange das durch das zuständige Finanzamt genehmigt ist.

Als letzten Punkt sind hier noch die gewährten Rabatte für gemeinnützige Organisationen zu nennen, welche punktuell sehr gut entlasten können. Zum Beispiel finden sich oft spezielle Gebührenordnungen im öffentlichen Bereich, aber auch viele Software-Hersteller:innen oder Anbieter:innen von Kollaborations-Tools bieten umfangreiche Rabattprogramme.

Lessons learned

Wenn das Festival dann vorbei ist, hört die Arbeit an der Finanzierung trotzdem noch nicht auf. Das Leergut sollte wieder zu Geld gemacht werden und die finanzielle Situation genau analysiert und mit der ursprünglichen Planung verglichen werden. Ob das Festival erfolgreich war, entscheidet schlussendlich der:die Schatzmeister:in – und natürlich immer, ob die Arbeit Spaß gemacht hat.

Christoph Elwert

Finanzierung von gewinnorientierten Festivals

Im Folgenden soll ein Überblick gegeben werden, welche Posten auf der Einnahmen- und auf der Ausgabenseite bei der Organisation eines privatwirtschaftlichen und gewinnorientierten Festivals berücksichtigt werden sollten.

Im gesamten Verlauf der Projektplanung sollte diese Aufstellung immer detaillierter und entsprechend angepasst werden. Ein Festival ist ein atmendes Konstrukt, welches sich im Prozessverlauf ändern kann, da auf viele externe Faktoren reagiert werden muss. Im Zeitverlauf können sich rechtliche Rahmenbedingungen ändern, Angebote von Dienstleister:innen angepasst werden, Künstler:innen absagen, für die wiederum Ersatz gebucht werden muss usw. Daher ist ein ständiges Controlling der budgetierten Posten notwendig. Nach erfolgreichem Abschluss des Festivals wird Bilanz gezogen, um zu kontrollieren, ob die gewünschten Zahlen erreicht wurden. Falls manche Posten über- oder unterbudgetiert waren, müssen diese bei folgenden Veranstaltungen entsprechend angepasst werden.

Einnahmequellen

Als erstes sollen potentielle Einnahmequellen und Möglichkeiten der Kapitalbeschaffung für ein gewinnorientiertes Festival betrachtet werden. Diese können sich wie folgt zusammensetzen:

- Einnahmen aus Ticketverkauf
- Einnahmen aus Getränke- und Speisenverkauf
- Einnahmen aus Standmieten für Gastronomiestände, Non-Food-Stände, NGOs etc.

- Einnahmen aus Merchandise-Verkauf
- Einnahmen aus Sponsoring
- Einnahmen aus Zuschüssen: Kommunen, Land, Bund, EU etc.

Je nach Ausrichtung des Festivals wie Größe, Genre und Zielgruppe werden sich die Einnahmen entsprechend unterschiedlich verteilen. Um bestmöglich das Risiko zu streuen, sollten alle Einnahmequellen in Betracht gezogen werden und alle zu einer Refinanzierung des Festivals beitragen.

Ausgaben

Auf der Ausgabenseite sind bei Festivals verschiedene Kostentreiber zu beachten. Je nach Festival-Format können sie wieder entsprechend variieren. Folgende Auflistung gibt einen Überblick:

- Personalkosten (abhängig von Geschäftsform; Verein, GmbH, gGmbH, GbR etc.): Festangestellte / Praktikant:innen / Honorarkräfte (Tontechniker:innen, Hands, Lichttechniker:innen, Freelancer:innen)
- Gagen für Künstler:innen
- Öffentlichkeitsarbeit: Website / Entwurf CI / Grafikagentur / Druckmaterialien / Online-Werbung (Social Media) / Banner / Einkauf Merchandise-Artikel
- Fuhrpark: Sprinter / Leihwagen / LKW / Baumaschinen / Sprit etc.
- Erwerb und Instandhaltung von Materialien
- Unterhaltung, Bewirtschaftung, Geschäftsräume: Lagerkosten / Bürokosten
- Reisekosten Mitarbeiter:innen
- Gebühren und Versicherungen: GEMA / KSK (Künstlersozialkasse) / Rundfunkgebühren /

- GVL (Gesellschaft zur Verwertung von Leistungsschutzrechten) / Veranstaltungshaftpflicht / Ausfallversicherungen
- Catering: Crew und Künstler:innen / Getränke- und Speiseeinkauf für den eigenen Weiterverkauf an Gäst:innen
- Hotel- und Reisekosten Künstler:innen
- Veranstaltungskosten: Miete Veranstaltungsgelände / Licht und Ton / Infrastruktur: Bauzäune, Zelte, sanitäre Anlagen / Dienstleister:innen Sicherheit: Security-Personal, Sanitätsdienst, Feuerwehr, Verkehrslots:innen / Reinigung und Müllentsorgung / Genehmigungen / Rahmenprogramm / Platzgestaltung / Strom und Wasser / Nachhaltigkeit / Anreisekonzept
- Unvorhergesehenes, Chaosbudget

Diese Auflistung soll dazu dienen Kostentreiber im Vorfeld der Planung zu identifizieren, welche nach Größe, Format, Dauer und Häufigkeit entsprechend variieren. Nicht zu unterschätzende Kostentreiber sind die Kosten für GEMA, KSK und Versicherungen sowie auflagenbedingte Personalkosten für Sanitätsdienst, Feuerwehr, Security und Verkehr.

Es sollte sich im Vorfeld informiert werden, welcher Tarif bei der GEMA für das Festival zur Bemessungsgrundlage der Beiträge herangezogen wird.

herangezogen wird.

Ebenfalls sollte eine detaillierte Personalplanung zur Umsetzung des Festivals vorbudgetiert werden. Festivals werden mit viel Leidenschaft organisiert, wo schnell mal die ein oder andere Überstunde auflaufen kann. Egal, ob ein Festival im Hauptberuf, im Nebenjob oder in der Freizeit organisiert wird. Festival-Organisation bedeutet Arbeit, die kurz vor der Umsetzung zu einer tagesfüllenden Beschäftigung werden kann. Je nach Unternehmensform und Trägerschaft des Festivals, sind gesetzliche Vorgaben zur Arbeitszeitregelung und Anstellungsmöglichkeiten zu beachten. Hier sollte auf eine effiziente Planung geachtet werden, um das Ziel mit möglichst geringem Aufwand zügig zu erreichen, da Personalkosten schnell $\frac{1}{3}$ des Gesamtbudgets einnehmen können.

Ein ausreichender Puffer von 10 % Chaosbudget, gemessen am Gesamtbudget, sollte stets in den Planungen mit inbegriffen sein, denn ein Festival atmet und der ein oder andere unvorhergesehene Posten muss immer finanziert werden. Je nach Festival-Größe, Erfahrungswerten und entsprechendem Controlling kann das Volumen eines Chaosbudgets variieren.

Franziska Pollin

Fördermöglichkeiten

Die Förderlandschaft kann für Festival-Veranstalter:innen zugegebenermaßen manchmal etwas unübersichtlich erscheinen. Es stellen sich hier die unterschiedlichsten Fragen. Das antragstellende Festival sollte sich ganz am Anfang informieren, ob die jeweilige Veranstaltung oder das geplante Festival antragsberechtigt ist und welche Fristen gelten. Hier ist es oftmals schon hilfreich, sich die Förderkriterien durchzulesen, um zu schauen, welche Voraussetzungen für eine Förderung erfüllt sein müssen. Grundsätzlich kann sich aber auch jederzeit bei Verbänden wie ImPuls Brandenburg über Fördermöglichkeiten und Bedingungen der einzelnen Förderungen informiert werden.

Im Land Brandenburg gibt es folgende Förderungen:

Innovationsfonds Pop

Seit zwei Jahren stellt das Ministerium für Wissenschaft, Forschung und Kultur (MWFK) aus seinem Förderbudget für die allgemeine Kulturprojektförderung eine feste Förderungssumme von 50.000 Euro für Maßnahmen im Bereich poplarmusikalische Projekte und Festivals zur Verfügung. Über Antragskriterien und Deadlines kann sich beim Verband ImPuls Brandenburg sowie direkt beim Ministerium informiert werden.

ImPuls Brandenburg
→ info@impuls-brandenburg.de

Referat 34 für Darstellende Kunst und Musik
→ cerstin.gerecht@mwfk.brandenburg.de

Förderprogramme der Plattform Kulturelle Bildung Brandenburg

Hier gibt es das Landesförderprogramm Kulturelle Bildung und Partizipation. Förderrichtlinien sowie das Antragsformular im Bereich der kulturellen Bildung sind auf der Website der Plattform Kulturelle Bildung zu finden. → **Materialsammlung**

Förderung aus der Glücksspielabgabe „Lottomittel“

Die Landesregierung verteilt die sog. Lottomittel im Landeshaushalt und auf die einzelnen Ministerien. Jedes Ministerium in Brandenburg verfügt über ein eigenes Kontingent an Lottomitteln und kann diese für die Förderung eines Festivals einsetzen, wenn es in den Ressortkontext passt. Nähere Informationen sind auf der Website von Lotto Brandenburg zu finden. → **Materialsammlung**

Zudem lohnt sich ein Blick auf die Kommunal- und Bundesebene. Viele Kommunen haben eigene Kulturfördertöpfe, bei denen auch Festivals partizipieren können. Zu beachten ist, dass jede Förderinstitution unterschiedliche Antragsbestimmungen und -kriterien hat. Hier eine Auswahl:

- Festival-Förderung für Veranstalter:innen in Berlin
 - Festival-Fördertopf auf kommunaler Ebene bspw. in Potsdam
 - bundesweit agierende Initiative Musik gGmbH
 - bundesweiter Fonds Soziokultur
- **Materialsammlung**

Sponsoring und Merchandise als Einnahmequelle

Merchandise

Merchandise-Artikel sind für Besucher:innen wichtige Erinnerungsstücke an das einmalige Wochenende und gleichzeitig werden sie durch das Tragen zu wichtigen Markenbotschaftern. Neben dem klassischen Line-up T-Shirt sollte sich das Festival auch über andere ausgefallene Artikel wie Caps, Socken oder Handtücher (wenn z. B. ein Badensee in der näheren Umgebung ist) Gedanken machen. Diese sollten nach Möglichkeit fair, nachhaltig und lokal produziert werden. So besteht sogar die Möglichkeit, kurzfristig Artikel nachzubestellen oder auf Fehldrucke zu reagieren. Durch jährlich neue Merch Designs werden die Artikel zu Sammler:innenstücken und die Erfahrung zeigt, dass bei einer aktiven Fan Community der Ansturm auf den Merch Store direkt nach dem Gelände-Opening am größten ist. Auch für Künstler:innen ist Merchandise eine wichtige zusätzliche Einnahmequelle. Festival-Veranstalter:innen stellen den Künstler:innen entweder einen Bereich für den Verkauf von Merchandise zur Verfügung oder bieten den Verkauf über das eigene Personal an. In beiden Fällen ist es nicht unüblich, eine Merch-Gebühr zwischen 10 und 20 % für den Verkauf zu erheben. Beim Verkauf durch das eigene Personal sollte unbedingt gemeinsam mit den Künstler:innen der Anfangsbestand gezählt und am Ende eine gemeinsame Abrechnung gemacht werden.

Sponsoring

Für die Festival-Finanzierung ist das Sponsoring oftmals noch wichtiger als der Fes-

tival-Merch. Auch wenn Sponsoring zunächst viel Aufwand bedeutet – indem sich Festival-Veranstalter:innen ein Netzwerk zu Markenvertreter:innen aufbauen, Sponsor:innenpräsentation anlegen und die Kooperationspartner:innen auch vor Ort vernünftig betreuen müssen – zahlt sich das Investment unter dem Strich aus. Es empfiehlt sich, anfangs Kontakt zu lokalen Markenpartner:innen wie z. B. der Sparkasse oder Volksbank, Versicherungen o. Ä. aufzubauen. Neben diesen sind vor allem Partner:innen aus folgenden Bereichen sehr interessiert an einer Vor-Ort-Integration auf Festivals: Alkoholika, Zigaretten, Kondomhersteller:innen, Fashion, Kaffee sowie Energydrinks oder regionale Supermärkte. Um nicht in die Kaltakquise gehen zu müssen, empfiehlt es sich, Kontakt zu befreundeten Veranstalter:innen oder Sponsoring-Agenturen aufzunehmen und über deren Netzwerk Markenkontakte aufzubauen. Vor allem sollte jedoch viel Mühe in ein überzeugendes Sponsoring-Konzept investiert werden.

Da Marken gern möglichst prominent auf dem Event vertreten sind, sollte im Team abgestimmt werden, wie viel Platz den Sponsor:innen auf dem eigenen Festival eingeräumt wird und welche Bereiche ggf. markenfrei bleiben sollen. Marken neigen gerade bei kleineren Events dazu, ihren Standardauftritt umzusetzen und eher weniger offen für kreative Umsetzungen zu sein. Jedoch lohnt es sich hier, als Festival hartnäckig und kreativ zu sein. Insgesamt sollten Sponsoring-Partner:innen im besten Fall immer einen Mehrwert für die Veranstaltung und die Besucher:innen bieten und sich harmonisch, auch optisch, in das Festival-Bild integrieren.

Versicherungen

Veranstaltungshaftpflichtversicherung

Versichert sind von den Versicherungsnehmer:innen verschuldete Personen-, Sach- und Vermögensschäden. Bei Indoor-Veranstaltungen ist die Mitversicherung von sog. Mietsachschäden an Gebäuden / Räumen und mobilen Sachen ohne Ursachenbegrenzung empfohlen. Die Deckungssumme dafür sollte ausreichend hoch sein (z. B. für einen potenziellen Feuer- oder Leitungswasserschaden). Bei speziellen Anbieter:innen entspricht diese der vollen Höhe der Sachschadendeckung und umfasst explizit auch Schäden durch Besucher:innen. Auch auf den versicherten Verlust von Schlüsseln / Codekarten ist zu achten. Dagegen ist bei Outdoor-Veranstaltungen besonders der Einschluss der Umweltschadenversicherung zu berücksichtigen und dort insbesondere der Zusatzbaustein für überlassene / gemietete Grundstücke. Bei anmeldepflichtigen Veranstaltungen im öffentlichen Raum ist dem Ordnungsamt in der Regel eine Versicherungsbestätigung vorzulegen. Für Veranstaltungen im öffentlichen Raum gibt es außerdem geforderte Deckungssummen, die in der bundesweit einheitlich geregelten allgemeinen Verwaltungsvorschrift zum § 29 der Straßenverkehrs-Ordnung gelistet sind. → **Materialsammlung** Vorsatz und übermäßige Beanspruchung sind in jeder Haftpflichtversicherung ausgeschlossen.

Veranstaltungsausfallversicherung

Versichert sind die Kosten und ggf. auch der entgangene Gewinn bei Ausfall, Abbruch,

Verschiebung oder Veränderung der Veranstaltung. Versichert sind alle Gründe, die die Veranstalter:innen nicht beeinflussen können und die nicht explizit ausgeschlossen sind. Unterschieden wird zwischen der Form A (z. B. Ausfall der Location, Energieversorgung, Infrastruktur, Subunternehmer:innenleistung), der Form B (Ausfall Künstler:in, Dozierende usw.) und der Form C (Wetterrisiken – Gefahr für Leib und Leben oder Unbespielbarkeit des Platzes sowie explizite Regendeckungen). Es können zusätzliche Klauseln vereinbart werden, um weitere Risiken abzusichern wie z. B. Eingriffe von hoher Hand / Behördenverbote, politische Gefahren (Streik, innere Unruhen, Nationaltrauer, Terror / Attentate inkl. Androhung) sowie Pietät nach Unfalltod Crew / Besucher:innen oder Terror / Attentat.

Equipmentversicherung

Hauptsächlich liegt das Interesse in der Absicherung der Bühnen-, Ton- und Lichttechnik. Auch Zelte, Toilettencontainer, Mietmöbel u. Ä. können versichert werden. Bei Spezialanbieter:innen handelt es sich dabei in der Regel um eine Allgefahrendeckung. Ausgeschlossen sind nur Vorsatz der Versicherungsnehmer:innen, Kriegereignisse, innere Unruhen und Schäden durch Kernenergie. Der Versicherungsschutz besteht in allen Lagern, Locations und auf allen Transporten. Der:Die Verursacher:in des Schadens ist unerheblich. Versichert sind somit auch höhere Gewalt (z. B. Wetterrisiken bei Outdoor-Veranstaltungen), Vorsatz Dritter (Diebstahl, Vandalismus) und Fehlbedienung bzw. Unachtsamkeit (Kurzschluss, Fallenlassen usw.).

Die schwandt. Versicherungsmakler KG aus Berlin ist ein Spezialmakler für Eventversicherungen und berät insbesondere auch Veranstalter:innen bei der Versicherung von Festivals.

Kontaktmöglichkeiten bei Interesse
→ veranstaltungen@schwandt-makler.de

Sonja Laaser

GEMA, KSA, Ausländersteuer und Vergnügungssteuer

Festival-Veranstalter:innen müssen sich mit einer Vielzahl von rechtlichen Themen befassen. Nachfolgend soll ein Überblick über einige für Festivals relevante Themen gegeben werden.

Aufführungsrechte / GEMA

Im Rahmen eines Festivals werden Künstler:innen eingeladen, die Musik machen. Für die Aufführung dieser Musik werden die Aufführungsrechte nach dem Urhebergesetz benötigt.

Urheber:innen von musikalischen Werken können ihre Rechte selber verwerten oder anderen die Verwertung ihrer Rechte übertragen. Die GEMA (Gesellschaft für musikalische Aufführungs- und mechanische Vervielfältigungsrechte) ist eine Autor:innen-gesellschaft für Werke der Musik. Sie verwaltet urheberrechtlich Nutzungsrechte von Komponist:innen, Textdichter:innen und Musikverlagen.

- Sofern die Künstler:innen ihre eigene Musik aufführen und nicht bei der GEMA sind, müssen die Urheber:innenrechte für die Aufführung nicht gesondert eingeholt werden. Die Einräumung der Rechte ergibt sich aus der Verabredung mit den Künstler:innen über ihre Teilnahme am Festival.
- Wenn die Künstler:innen jedoch nicht nur ihre eigene Musik verwenden oder bei der GEMA Mitglied sind, müssen die Rechte für die Aufführung der Musik gesondert eingeholt werden.

Handelt es sich um Musik von Künstler:innen, die bei der GEMA sind, werden die Rechte

direkt bei der GEMA eingeholt. Ansonsten werden die Rechte bei den Künstler:innen oder Labels selbst eingefordert.

Künstlersozialabgabe (KSA)

Die Künstlersozialversicherung (KSK) ist Teil der gesetzlichen Sozialversicherung in Deutschland. Sie ermöglicht freischaffenden Künstler:innen und Publizist:innen einen Zugang zur gesetzlichen Kranken-, Pflege- und Rentenversicherung. Die KSK zahlt für freiberufliche Künstler:innen einen Teil der Beiträge zur Kranken-, Renten- und Pflegeversicherung. Den Sozialbeitrag, den sonst Arbeitgeber:innen zahlen, übernimmt die KSK, den anderen Teil der:die Künstler:in. Die KSK finanziert ihren Zuschuss aus zwei Quellen: Einen Teil steuert der Bund bei, der andere Teil wird durch Unternehmen, die Künstlersozialabgabe bezahlen, finanziert. Alle Unternehmen, die künstlerische oder publizistische Aufträge vergeben, müssen sich über die KSA an dem Modell beteiligen.

Demnach müssen Festival-Veranstalter:innen für die an selbstständige Künstler:innen (Musiker:innen, Fotograf:innen etc.) gezahlten Honorare eine Künstlersozialabgabe (KSA) an die Künstlersozialkasse abführen. Veranstalter:innen eines Musik-Festivals sind Verwerter:innen der künstlerischen Leistungen der musikalischen Acts oder der Fotograf:innen, die beauftragt werden. Das heißt, auf alle diese Honorare müssen Abgaben an die KSK abgeführt werden. 2021 beläuft sich die Höhe der KSA auf 4,4 % des an die Künstler:innen gezahlten Honorars.

Künstler:innen aus dem Ausland

Bei Künstler:innen aus dem Ausland ist zu beachten, dass Veranstalter:innen noch weitere Steuern abführen müssen. Es kommen also mehr Kosten auf Festival-Veranstalter:innen zu, als die bloße Bezahlung des Honorars. Wenn der:die beauftragte Künstler:in weder ihren:seinen Wohnsitz noch ihren:seinen gewöhnlichen Aufenthalt in Deutschland hat (z. B. Musiker:in kommt aus Frankreich), der:die Künstler:in jedoch auf einem Festival in Deutschland auftritt, sollte bei der Verhandlung über die Höhe des Honorars die Abzugsteuer (sog. „Ausländersteuer“) und die Umsatzsteuer (Reverse-Charge-Verfahren) im Blick behalten werden.

„Ausländersteuer“ § 50a EStG

Gemäß § 50a EStG unterliegen die Auftritte von im Ausland ansässigen Künstler:innen der Abzugsteuer (sog. „Ausländersteuer“). Die Abzugsteuer ist die Einkommensteuer für im Ausland ansässige Künstler:innen, zu dessen Einbehaltung und Abführung jedoch die Veranstalter:innen verpflichtet sind. Als Veranstalter:in muss von dem auszuzahlenden Honorar die Abzugsteuer einbehalten und an das Bundeszentralamt für Steuern (BZSt) abgeführt werden.

Bei der Honorarvereinbarung mit Künstler:innen aus dem Ausland empfiehlt es sich also festzuhalten, dass nur ein Teil des Honorars an den:die Künstler:in ausgezahlt wird, da die Abzugsteuer gem. § 50a EStG von den Veranstalter:innen für den:die Künstler:in abgeführt wird.

Die Pflicht zur Einbehaltung und Abführung der Abzugsteuer entfällt, wenn der:die Künstler:in pro Darbietung nicht mehr als 250 Euro Honorar bekommt. Liegen diese Voraussetzungen vor, kann dem:der Künstler:in das volle Honorar ausgezahlt werden, ohne dass weitere Zahlungsverpflichtungen gegenüber dem BZSt auf die Veranstalter:innen zukommen (es muss jedoch eine Nullmeldung an das BZSt erfolgen).

Zusätzlich gibt es, je nachdem aus welchem Land der:die auftretende Künstler:in stammt, die Möglichkeit, sich von der Zahlung dieser Steuer freizustellen oder sie

nachträglich erstatten zu lassen. Mehr Informationen, in welchen Fällen das möglich ist, sind in einer Checkliste und in einer Informationsschrift auf der Website der Kanzlei Laaser zu finden. → **Materialsammlung**

Umsatzsteuer (Reverse-Charge)

§ 13b UstG

Die weitere Steuer, die im Zusammenhang mit Künstler:innen aus dem Ausland zu beachten ist, ist die Umsatzsteuer. Gemäß § 13b UstG fällt, sofern der:die Künstler:in im Ausland ansässig ist, die Umsatzsteuer ausnahmsweise bei den Veranstalter:innen an (Reverse-Charge-Verfahren). Das bedeutet, dass zusätzlich zu dem ausgezahlten Honorar und der bereits abgeführten Abzugsteuer auch die Umsatzsteuer abgeführt werden muss. Bei der Honorarvereinbarung sollte also bedacht werden, dass nicht nur die Honorarkosten, sondern auch die Umsatzsteuer on top dazu kommt. Im Einzelfall muss geprüft werden, ob eine Befreiung der Umsatzsteuer nach § 4 Nr. 20a UstG in Betracht kommt.

Auf der Website von Touring Artists sind in einer umfangreichen Übersicht tiefergehende Informationen zur Umsatzsteuer bei Auslandsgeschäften zu finden. → **Materialsammlung**

Vergnügungssteuer

Die Frage, ob ein Musik-Festival Vergnügungssteuer zahlen muss, stellt sich zunächst nur in den brandenburgischen Gemeinden, in denen „Tanzveranstaltungen“ überhaupt Gegenstand der Vergnügungssteuer sind. Das kann jede Gemeinde selbst festlegen. In der Regel fällt für Musik-Festivals keine Vergnügungssteuer an, wenn bei den musikalischen Darbietungen die Aufmerksamkeit des Publikums auf der Darbietung der Musiker:innen liegt. Wirbt ein Festival also z. B. mit einem ganz bestimmten Line-up, ist es keine Tanzveranstaltung. Ausschlaggebend ist, dass die musikalische Aufführung – und nicht der Tanz – den Schwerpunkt der Veranstaltung bildet.

Für Techno-Festivals, bei denen sehr viel getanzt wird, könnte hier eine klare Ein-

ordnung problematisch werden. Allerdings gibt es ja auch hier ein Gegenüber von Publikum und DJ, die musikalische Aufführung steht also im Fokus. Nur wenn die Musik eine den Tanz lediglich begleitende Nebenrolle einnimmt, kommt eine Vergnügungssteuerpflicht in Betracht.

Kommunikation und Marketing →

Ticketverkauf, Image-Bildung, Steigerung des Bekanntheitsgrades sowie der Besucher:innenzahlen, Community-Bildung, Informations-Management für Besucher:innen usw. – das Thema Marketing und Kommunikation ist ein breites und elementares Feld für jede:n Festival-Veranstalter:innen.

Bevor mit konkreten Maßnahmen zur Vermittlung und Vermarktung begonnen wird, sollten eine Strategie und klare Ziele formuliert werden. Für was soll das Festival stehen? Welches Selbstverständnis liegt dem Festival zu Grunde und wie wird es nach außen kommuniziert? Sollen möglichst viele Leute angesprochen oder ein exklusives Image aufgebaut werden? Was für eine Zielgruppe soll erreicht werden und wie? Mit einer strategischen Ausrichtung positioniert sich das Festival auf dem Markt, schärft das eigene Profil und grenzt sich von anderen Festivals ab.

Im Folgenden wird ein Überblick über verschiedene Kommunikationskanäle und Marketingmaßnahmen gegeben.

Website

Die Website eines Festivals ist ein wichtiger Bestandteil der Online-Kommunikation. Sie fungiert als digitale Visitenkarte und ist gleichzeitig bedeutsam für die Informationsvermittlung an Besucher:innen. Hier können allgemeine Informationen zum Festival, Kontaktdaten, Bilder und Videos zu finden sein. Außerdem gibt es hier wichtige Informationen zum Ticketverkauf, zur Anreise, zum Programm und Timetable, zum Camping, zum Einlass und Beginn. Die Website muss pro-

grammiert, gestaltet und regelmäßig mit aktuellen Texten und Bildern gepflegt werden. Das kann entweder an externe Dienstleister:innen abgegeben oder – soweit Expertise im Team vorhanden – selbstständig realisiert werden. Wichtig ist, dass auf der Website ein Impressum und eine DSGVO-konforme Datenschutzerklärung zu finden sind.

Newsletter

Das Verbreiten von Newslettern ist ein wichtiger Baustein des Online-Marketings. Durch E-Mail-Marketing haben Festivals die Chance, ihre Community zu informieren und langfristig zu binden. Dabei ist es wichtig, dass die Newsletter ansprechend und informativ formuliert und gestaltet sind, damit sie auch wirklich gelesen werden. Die Leser:innen dürfen sich nicht durch Informationen erschlagen fühlen. Die Mailings sollten die Corporate Identity (CI) des Festivals widerspiegeln. Die Vorbereitung eines Mailings braucht Zeit und einen Plan, es empfiehlt sich, den Text mehrmals Korrektur zu lesen und Testmailings rauszuschicken, bevor es in den finalen Versand geht. Für das Versenden und die Verteilerpflege gibt es verschiedene hilfreiche Newsletter-Tools. Auf der Website sollte ein Formular bereitgestellt werden, über das sich Interessierte für den Newsletter anmelden können. Wichtig ist, dass beim Newsletter-Marketing die aktuellen Datenschutzbestimmungen befolgt werden.

➔ Materialsammlung

Public Relations (PR)

PR hat die Aufgabe, die Wahrnehmung und Akzeptanz des Festivals in der Öffentlichkeit positiv zu gestalten. Es wird in erster Linie die Marke eines Festivals geformt und gestärkt. Durch PR wird der Bekanntheitsgrad gesteigert und das Image verbessert.

Aber auch in Krisenzeiten ist gute PR von Vorteil. So ist eine transparente und schnelle Krisenkommunikation bei kurzfristigen Absagen (z. B. wegen Corona) oder Zwischenfällen während des Festivals (z. B. Unwetter) sehr wichtig.

Journalist:innen sollen durch gute Pressarbeit motiviert werden, Beiträge über das Festival zu verfassen. Hierfür können Pressemitteilungen verfasst, Kontakte zu Journalist:innen recherchiert sowie geknüpft und Presseveranstaltungen organisiert werden.

Nicht alle Festivals entscheiden sich aber dafür, die Presse miteinzubeziehen. So hat z. B. das Fusion Festival lange Zeit bewusst Berichterstattungen in der Presse vermieden. Erst 2019, ausgelöst durch die Diskussion um Polizeipräsenz auf dem Gelände, wendeten sich die Veranstalter:innen das erste Mal an die Presse und erhielten ein breites Medienecho.

Der Aufbau und die Pflege eines Presseverteilers darf nicht unterschätzt werden, denn es ist eine sehr aufwendige und zeitintensive, aber essentielle Aufgabe. Zunächst sollte überlegt werden, durch welche Medien die gewünschte Zielgruppe am besten erreicht wird. Dabei können neben den klassischen Medien auch Blogs, Online-Veranstaltungskalender und Influencer:innen in Betracht gezogen werden.

Dann sollten feste Ansprechpartner:innen recherchiert und kontaktiert werden. Bei der Vielzahl an Pressemitteilungen, die eine Redaktion täglich bekommt, ist es oft hilfreich, anzurufen und sich persönlich vorzustellen.

Bei dem Versenden von Pressemitteilungen ist es wichtig, rechtzeitig die jeweiligen Redaktionsschlüsse zu recherchieren, besonders bei Magazinen, die nicht so oft im Jahr erscheinen.

Für eine Analyse von Art und Umfang der

Berichterstattung lohnt es sich, einen Pressespiegel anzulegen, wo alle Berichterstattungen über das Festival gesammelt werden.

Abseits der redaktionellen Berichterstattung kann auch zusätzlich über eine Medienpartnerschaft nachgedacht werden. Dadurch werden Synergien genutzt, bzw. Leistungen und Gegenleistungen vereinbart. Solch eine vereinbarte Kooperation kann z. B. eine Medienpartnerschaft mit einem Radiosender sein. Hier präsentiert der Sender meist eine bestimmte Bühne oder macht eine Vor-Ort-Berichterstattung auf dem Festival. Als Gegenleistung laufen beim Radiosender z. B. Ankündigungs-Trailer, es werden Festival-Tickets verlost oder die Veranstaltung zusätzlich auf Social-Media-Plattformen beworben.

Printprodukte

Klassische Printprodukte wie Flyer, Plakate und Programmhefte sind trotz der immer wichtiger werdenden Online-Kommunikation nach wie vor sinnvoll für die Kommunikation und Werbung eines Festivals. Die Plakate und Flyer sollten ansprechend gestaltet werden, sodass sie Aufmerksamkeit erzeugen, und die wichtigsten Informationen wie Name des Festivals, Ort, Datum und Website-Adresse enthalten. Für die Verteilung der Plakate und Flyer können verschiedene Anbieter:innen beauftragt werden. Hier sollte jedes Festival selbst entscheiden, welche Distributionsstrategie am sinnvollsten ist.

Wichtig sind auch die Programmhefte, die oft erst zu Beginn des Festivals verteilt werden und in welchen sich nähere Infos zum Timetable, den Künstler:innen, dem Rahmenprogramm usw. befinden. Hierfür müssen rechtzeitig alle relevanten Informationen und Bildmaterial eingeholt sowie Texte verfasst werden.

Für den Druck der Plakate, Flyer und Programmhefte ist zu empfehlen, mehrere Druckangebote einzuholen und sich am Ende für das beste Preis-Leistungs-Verhältnis zu entscheiden. Online-Druckereien werden zwar oft die günstigeren Angebote vorweisen, können aber im Zweifel nicht auf individuelle Wünsche und Besonderheiten eingehen. Um

lokale Geschäfte und die Region zu unterstützen, bietet es sich an, die Produkte in einer nahegelegenen Druckerei drucken zu lassen. Erfahrungsgemäß stehen regionale Partner:innen einem (Sach-)Sponsoring recht offen gegenüber, sodass es sich bei einem schmalen Marketingbudget lohnen kann, eine anteilige Übernahme der Druckkosten anzufordern.

App

Viele Festivals bieten mittlerweile eigene Festival-Apps an, welche die Besucher:innen über Line-up, Timetable usw. informieren. Da es auf vielen Festival-Geländen oft kein mobiles Netz oder WLAN gibt, funktionieren die Apps teilweise sogar offline.

Trailer, Aftermovie, Fotos

Für eine ansprechende Kommunikation und ein gutes Marketing ist (audio-)visuelles Material sehr wichtig.

So bietet es sich an, zur Bewerbung des Festivals einen Trailer produzieren zu lassen und nach dem Festival einen Aftermovie zu veröffentlichen, der die schönsten Momente des Festivals videografisch festhält. Das ist nicht nur eine schöne Erinnerung für alle Teil-

nehmenden, sondern vermittelt auch allen Interessierten anschaulich das Feeling des Festivals. Bei der Erstellung des Aftermovies ist neben der Bildauswahl auch die Musik sehr entscheidend. Empfehlenswert ist es, Tracks von Künstler:innen zu verwenden, die auf dem Festival aufgetreten sind. Hierfür müssen aber zuvor die Rechte eingeholt und ggf. eine Anmeldung bei der GEMA vorgenommen werden. Darüber hinaus gibt es auch GEMA-freie Musik, die für den Schnitt von Videos verwendet werden kann.

Auch die fotografische Dokumentation des Festivals ist sehr wichtig. Fotos werden für die Social-Media-Kanäle, die Homepage, die Pressearbeit und ggf. die Gestaltung der Printprodukte benötigt und sind eine schöne Erinnerung für alle Besucher:innen und Künstler:innen. Es ist sinnvoll über einen längeren Zeitraum mit einem:iner Fotograf:in zusammenzuarbeiten, um eine eigene Bildsprache des Festivals zu etablieren.

Bei Foto- und Videoaufnahmen muss immer darauf geachtet werden, dass keine Persönlichkeitsrechte verletzt werden. Werden auf einem Festival Aufnahmen von professionellen Foto- und Videograf:innen gemacht, müssen die Festival-Gäst:innen darüber informiert werden.

Laura Korrman und Martin Salchow

Social Media

Die Möglichkeiten zur Nutzung von Social Media sind vielseitig: Ticketvorverkauf bewerben, musikalische Acts ankündigen, die Festival-Marke stärken, eine Community aufbauen, Besucher:innen-Feedback und Fragen bearbeiten sowie wichtige Informationen zum Festival-Ablauf an die Gäst:innen kommunizieren. Kein Wunder also, dass Social Media für Festivals einer der wichtigsten Kommunikationskanäle und eine der bedeutendsten und effektivsten Werbemaßnahmen geworden ist – vor, während und nach der Veranstaltung.

Organische Reichweite stärken

Noch vor einigen Jahren waren soziale Medien wie Facebook und Instagram immer eine sichere Art für Unternehmen, um ihre Zielgruppen zu erreichen. Doch nach vielen größeren Überarbeitungen des Algorithmus seit 2017 wird die organische Reichweite von nicht-privaten Accounts enorm eingeschränkt. Dahinter steht das Interesse der Plattformen, die geschäftlichen Accounts zum Schalten von Anzeigen zu bewegen, damit diese ihre gewohnten Reichweiten erzielen. Wenn sich Festival-Veranstalter:innen jedoch bewusst machen, welches Verhalten auf den Plattformen „belohnt“ wird und welches die eigene Reichweite „bestraft“, kann trotzdem noch mit organischen Inhalten eine hohe Reichweite erzielt werden. Dazu sollte sich intensiv mit der Zielgruppe und deren Wünschen und Bedürfnissen auseinandergesetzt werden, um dieses Wissen dann in die Erstellung des Contents einfließen zu lassen. Sollte es gelingen, Inhalte zu produzieren, die für die Zielgruppe einen

Mehrwert haben, relevant sind und zur Interaktion in Form von Likes, Kommentaren und Shares führen, werden diese Inhalte vom Algorithmus „belohnt“ und an eine größere Menge Follower:innen ausgespielt. Wer nicht allein auf organische Reichweite setzen will, hat die Möglichkeit, gegen Geld Werbeanzeigen auf Facebook und Instagram zu schalten.

Social-Media-Styleguide

Ein Social-Media-Styleguide ist enorm hilfreich, damit die Kommunikation klar und konsistent bleibt. Im Social-Media-Styleguide können Teile des umfassenden Marken-Styleguides enthalten sein wie z. B. der Tonfall des Festivals und genaue Informationen über die Zielgruppe. Daher ist es ratsam, vorher eine umfassende Corporate Identity (CI) zu entwickeln. Die CI setzt sich aus dem Corporate Design (CD), der Corporate Culture (CC) und der Corporate Language (CL) zusammen. Diese Vorgaben sollten allen Mitarbeiter:innen des Social-Media-Teams zur Verfügung stehen und sind auch hilfreich, um neue Teammitglieder in die Materie einzuführen. So können auch Pannen sowie Fehler in den sozialen Medien vermieden werden.

Content-Kalender

Die Planung der Inhalte für Social Media nimmt im Vorfeld etwas Zeit in Anspruch, erspart aber später Mühe und Aufwand. Ein Content-Kalender für die sozialen Medien ist nützlich, um die Inhalte, die auf allen Kanälen gepostet werden, aufeinander abzustimmen und vermeidbare Lücken und Konflikte aufzudecken. Die Vorausplanung hilft dabei,

Gelegenheiten für aktuelle und interessante Inhalte wahrzunehmen. Inhalte des Content-Kalenders:

- Häufigkeit der Postings (Wochentage festlegen)
- die besten Zeiten zum Posten
- Wer gibt die Beiträge frei?

Ein Kalender kann auch dabei unterstützen, die Inhalte zu bewerten und zu beurteilen, ob eine ausgewogene Mischung an Content gepostet wird.

Wichtig gerade bei Facebook und Instagram ist, möglichst eine gewisse Kontinuität beizubehalten, auf die der Algorithmus seine Learnings beziehen kann. Es ist bspw. von Vorteil, immer am gleichen Wochentag zur selben Uhrzeit ähnlichen Inhalt zu posten. Denn, wenn dieser wiederholt hohe Interaktionsraten bei den Follower:innen erreicht, merkt sich das der Algorithmus und schenkt weiteren Beiträgen im gleichen Schema automatisch hohe Reichweite. Das bedeutet, er zeigt diesen Post besonders vielen Personen an.

Formate und Kommunikationsmöglichkeiten bei Instagram und Facebook

Natürlich gibt es neben Facebook und Instagram noch viele weitere soziale Plattformen wie Twitter, YouTube, ResidentAdvisor etc. Da sich der Einsatz von Facebook und Instagram im Festival-Kontext aber als sehr wirksam und effizient herausgestellt hat, wird sich im Folgenden auf diese zwei Plattformen konzentriert.

Instagram

Die Plattform hat einen besonders starken Fokus auf visuelle Inhalte. Das bedeutet, dass diese sehr ansprechend gestaltet werden müssen.

Außerdem ist es wichtig, ein Business-Profil anzulegen. So können statistische Auswertungen der Follower:innen sowie Interaktionen mit den Beiträgen eingesehen und der Erfolg der einzelnen Beiträge besser überwacht werden.

Hashtags

Hashtags sollten zielgruppenrelevant, nicht zu allgemein, aber auch nicht zu spezifisch, sein. Außerdem ist es ratsam, nicht zu viele auf einmal zu verwenden.

- DON'T: #sun #beach #goodmood
- DO: #namedesfestivals #ort #veranstaltung #kultur #musikgenre

Orte markieren

In Beiträgen im Feed und in der Story können Orte markiert werden. Das erhöht die Reichweite, da es Personen angezeigt wird, die sich für Infos, Fotos und Videos zu einem bestimmten Ort interessieren. Hier kann das eigene Festival bei Facebook als Ort angelegt werden, sodass es auch als Location in Instagram verfügbar wird.

Personen markieren/taggen

Wenn Personen in Beiträgen markiert werden, haben sie die Möglichkeit, die Beiträge zu teilen. Durch Reposting und Cross Promotion wird die Reichweite der eigenen Inhalte erhöht. Das Taggen von Personen bietet sich z. B. an, wenn Künstler:innen, die auf dem Festival auftreten, viele Abonnent:innen haben und den Festival-Beitrag reposten. Diese Funktion ist weiterhin hilfreich, um den Fotograf:innen für ihre Bilder Credit zu geben.

Blauer Haken

Ein blauer Haken kennzeichnet einen verifizierten Account. Diverse Anleitungen dazu, sind im Internet zu finden.

Verlinkungen

Ab 10.000 Abonnent:innen besteht die Möglichkeit zum „Swipe up“ in den Stories. Das bedeutet, es können direkt externe Links gesetzt werden. Durch hochwischen auf dem Bildschirm gelangen die Nutzer:innen auf die jeweilige Seite. Bei weniger Abonnent:innen können Seiten durch das Tool Linktree in der Instagram-Bio verlinkt werden. In der Bio kann neben Informationen zum Festival auch ein Link platziert werden. Bei Linktree können verschiedene Links auf einer Seite gesammelt und dann in den Beiträgen und Stories auf „Link in Bio“ verwiesen werden.

Stories und Reposten von Stories

Stories bieten Platz, um persönlicher zu werden, dem Festival ein Gesicht und den Follower:innen die Möglichkeit zu geben, einen Blick hinter die Kulissen zu werfen. Sie verschwinden nach 24 Stunden wieder, wenn sie nicht als Highlight gespeichert werden.

Feed

Im Feed können sowohl Fotos als auch Videos gepostet werden. Hier geht die Tendenz immer mehr zum Hochformat anstatt Querformat und Quadrat, denn dieses Format nutzt den länglichen Aufbau von Smartphones besser und generiert damit mehr Aufmerksamkeit. Es sollte nicht zu viel Text zum Bild (Caption) geschrieben werden. Es empfiehlt sich auszuprobieren, ob eher lange oder kurze Captions funktionieren und die Zielgruppe lieber informativen oder ästhetischen Inhalt bevorzugt. Da der Algorithmus lernt, sollte immer zu regelmäßigen Zeiten gepostet werden.

IGTV

IGTV bietet die Möglichkeit, Videos mit einer Länge zwischen einer und 60 Minuten hochzuladen. Es sollte beachtet werden, dass die Videos im 4:5 Format starten und spätestens nach 60 Sekunden auf ein 9:16 Format wechseln. Die Videos können auch über den Desktop hochgeladen werden.

Reels

Reels sind zusammengeschnittene Videos und können direkt in der App bearbeitet und mit Musik hinterlegt werden.

IG Live

Es besteht die Möglichkeit, direkt über Instagram live zu streamen. Es können auch zwei Accounts, z. B. der Festival-Account und der Künstler:in-Account, miteinander verbunden werden, was für Live-Interviews interessant ist.

Direct Messages

Über Direct Messages können Nachrichten mit Follower:innen und anderen Personen ausgetauscht werden. Um die Kund:innenbindung zu stärken, ist es von Vorteil, wenn

schnell auf die Nachrichten reagiert wird. Dafür sollte der Posteingang im Blick behalten werden. Die Nachrichten können auch über die Desktopversion der Instagram-Website oder im Facebook-Messenger bearbeitet werden, was gerade bei aufwendiger Kommunikation hilfreich ist.

Generell gilt: Sobald Instagram ein neues Feature einführt, ist es ratsam dieses zu nutzen, da sich dadurch die Reichweite erhöht. Reels werden bspw. extra Abschnitte eingeräumt und Stories, die neue Funktionen eingebettet haben, werden den Abonnent:innen weiter vorn angezeigt, womit sich die Views erhöhen.

Facebook

Facebook hat sich über die Jahre als Plattform etabliert. Viele Personen nutzen Facebook wie eine Suchmaschine, weshalb Festivals über einen Facebook-Auftritt verfügen sollten.

Gerade im Veranstaltungsbereich werden Events von Interessierten oftmals im ersten Handlungsschritt direkt über die Suchmasken auf Facebook gesucht. Es ist deshalb enorm wichtig für die Festival-Branche, diese Potenziale zu verstehen und zu nutzen.

Posts

Es ist möglich, in einem Post entweder nur Text oder auch kombiniert mit einem bzw. mehreren Bildern oder einem Video zu posten. Links können, anders als bei Instagram, direkt im Post angeklickt werden. Jedoch beschränken externe Links die Reichweite des Postings. Links können alternativ auch in einem Kommentar unter dem Post geteilt werden. Posts können auch in ein Event oder eine Gruppe hinein geteilt werden.

Stories

Je nach Altersstruktur und Nutzer:innenverhalten der Zielgruppe, sind die Facebook-Stories auch eine gute Kommunikationsmöglichkeit. Sie haben oftmals nicht so eine hohe Reichweite wie die Instagram-Stories, aber durch die leichte Doppelposting-Funktion in der Instagram-App sind sie nur geringer Mehraufwand. Dazu einfach bei einer aktuell

geposteten Instagram-Story im eigenen Account den Button „Facebook → in der Facebook-Story teilen“ klicken. Wichtig: Der Instagram-Account muss mit einem dazugehörigen Facebook-Account verknüpft sein.

Gruppen

Gruppen sind gerade seit der massiven Algorithmus-Umstellung im Jahr 2017 sehr zu empfehlen. Sie können entweder privat oder öffentlich sein, außerdem gibt es verschiedene Aufnahmeverfahren für Mitglieder. Posts in Gruppen erhöhen die Reichweite enorm, da Mitglieder der Gruppe eine Benachrichtigung bei neuen Beiträgen erhalten können und die Inhalte nicht wie im normalen Feed einfach untergehen.

Events

Gerade in der Festival-Branche sind Veranstaltungen auf Facebook ein unerlässliches Kommunikationsmittel. Updates im Event zu Uhrzeit, Ort etc. werden den Interessierten per Benachrichtigung gemeldet. Es ist nur

eine begrenzte Anzahl an Bearbeitungen möglich. Es kann also nicht zwölf Mal hintereinander die Beschreibung oder der Titel des Events geändert werden, deswegen sollten wichtige Änderungen gut eingeteilt werden. Die Event-Banner (Foto oder Video möglich) werden auf mobilen Endgeräten anders dargestellt (links / rechts und oben / unten etwas beschnitten), das sollte bei der Gestaltung beachtet werden. Die genauen Maße sind online zu finden.

Messenger

Der Messenger funktioniert ähnlich wie bei Instagram die Direct Messages. Nachrichten können sowohl in der mobilen Version als auch am Desktop bearbeitet werden. Sie können auf „ungelesen“ gestellt werden, damit daran gedacht wird, sie später zu bearbeiten. Dateien werden einfach per Drag-and-drop angehängt. Es ist außerdem möglich, benutzerdefinierte Fragen (z. B. FAQ) für das Postfach anzulegen und dafür automatisierte Antworten einzustellen.

Jana Kamm

Ticketing

Bei der Organisation eines Festivals sollte sich frühzeitig Gedanken über das Thema Ticketing gemacht werden. Ticketverkäufe sind vor allem bei privatwirtschaftlichen Festivals mit einer klaren Gewinnorientierung relevant und damit häufig einer der wichtigsten Faktoren im Finanzplan.

Bei Festivals, die von gemeinnützigen Trägern wie bspw. einem Verein organisiert werden, darf durch den Ticketverkauf kein Gewinn erwirtschaftet werden. Es werden zwar Tickets zu einem bestimmten Preis verkauft, dieser wird aber so kalkuliert, dass dadurch lediglich die entstandenen Kosten gedeckt werden.

Bei Festivals, die umsonst und draußen stattfinden, dienen Tickets meist dazu, die Besucher:innenzahl zu kontrollieren, wenn z. B. das Gelände nur für eine bestimmte Anzahl an Festival-Gäst:innen zugelassen ist.

Hinweis zu Covid-19

Es wird empfohlen, sich über aktuelle Vorgaben der SARS-CoV-2-Eindämmungsverordnung bei den zuständigen Ministerien oder Kommunen zu informieren und ggf. entsprechende Maßnahmen einzuleiten.

Keine Tickets werden benötigt, wenn ein Festival für alle Besucher:innen offen zugänglich ist und keine Zugangsbeschränkungen bestehen.

Es sollte immer sichergestellt werden, dass auf den Tickets alle verpflichtenden Informationen genannt werden. Hierzu zäh-

len z. B. Name der Dienstleistung, Name des Festivals, Kartenpreis, Datum sowie Zeitraum des Festivals, Geltungsdauer des Tickets, Uhrzeit Einlass, Ort des Festivals bzw. räumlicher Geltungsbereich, Name des Veranstaltenden und Sicherheitsmerkmale.

Auch die Allgemeinen Geschäftsbedingungen für eine Ticketrückgabe oder eine Ticketänderung sollten von den Veranstalter:innen klar geregelt werden. Hier lohnt es sich, sich zu informieren, wie das andere etablierte Festivals handhaben.

Zu Werbezwecken kann es sinnvoll sein, mehrere Stufen des Ticketverkaufs einzuführen, z. B. immer in Verbindung mit einer neuen Line-up-Ankündigung. Dadurch können immer mal wieder Kaufanreize geschaffen werden.

Wenn die Nachfrage von Tickets für besonders begehrte Festivals über das verfügbare Kontingent hinausgeht, löst das in der Regel einen sog. Zweitticketmarkt aus. Dort werden Tickets außerhalb der offiziellen Vertriebswege zu oft überteuerten Preisen an Kund:innen verkauft. Festival-Veranstalter:innen sollten diesen Zweitticketmarkt immer im Auge behalten und kontrollieren, ob eigene Tickets dort im Umlauf sind.

Diese Fragen sollten sich Festival-Veranstalter:innen rund um das Thema Ticketing stellen:

Wie viele Tickets werden verkauft?

Wie viele Besucher:innen passen auf das Gelände und für wie viele ist die Infrastruktur ausgelegt? Wie viele Tickets müssen verkauft werden, damit die Kosten gedeckt sind und / oder Gewinn erzielt wird?

Was für eine Art von Festival soll es sein: klein und familiär oder groß und möglichst viele Besucher:innen?

Wie viel sollen die Tickets kosten?

Wie viel müssen die Tickets kosten, damit die Kosten gedeckt sind und / oder Gewinn erzielt wird? Ist der Preis im Vergleich zum Line-up verhältnismäßig?

Wie viel kosten Tickets für vergleichbare Festivals? Soll es einen Frühbucher:innen-rabatt geben? Soll es vergünstigte Tickets für Personen mit geringem Einkommen und Unterstützer:innentickets für Personen geben, die sich einen höheren Ticketpreis leisten können?

Sollen nur E-Tickets oder auch Hard-tickets verkauft werden?

Hardtickets haben für viele Festival-Besucher:innen einen emotionalen Wert. Sie freuen sich schon Monate vor dem Festival etwas in der Hand zu halten, das die Vorfreude auf das Event noch mehr steigert. Deswegen ist es aus Sicht des Marketings sinnvoll, auch Hardtickets zu verkaufen. Allerdings sind sie teurer in der Abwicklung und Herstellung als elektronische Tickets. Diese Faktoren gilt es abzuwägen.

Was sollen die Tickets alles beinhalten?

Camping, Auto- und / oder Busstellplätze etc. – diese Dinge können entweder im Ticketpreis enthalten sein oder müssen von den Festival-Gäst:innen extra gebucht werden. Es empfiehlt sich, hierfür Extratickets zu verkaufen, weil dann keine GEMA-Gebühren auf diesen Teil gezahlt werden müssen.

Manchmal beinhalten Tickets sogar einen Verzehrutschein (siehe Garbicz Festival). Oft wird auch ein Müllpfand zusätzlich zu dem eigentlichen Ticketpreis erhoben. Die Besucher:innen zahlen mit Erwerb des Tickets Pfand, den sie wiederbekommen, wenn sie am Ende des Festivals einen Sack voll Müll gesammelt und abgegeben haben. Außerdem gilt es zu entscheiden, ob der Ticketpreis die Versand- und Systemgebühren schon beinhaltet oder ob diese nochmal extra erhoben werden.

Ticketpersonalisierung oder nicht?

Personalisierte Tickets werden gegen Angabe von personenbezogenen Daten wie Name und Anschrift verkauft und sind nur für die auf dem Ticket angegebene Person gültig. Die Personalisierung von Tickets kann vor Betrug und illegalem oder überbeuerten Weiterverkauf auf Drittplattformen schützen. Wenn eine Person aber doch nicht zum Festival kommen kann, macht die Personalisierung die Ticketweitergabe an andere Personen komplizierter. Das Ticket muss in diesem Fall erst wieder an das Festival zurückgegeben und dann erneut weiterverkauft werden.

Eigenes Ticketsystem oder Verkauf über ein externes Ticketing-Unternehmen?

Wenn die Tickets über ein eigenes System verkauft werden sollen, ist Know-how im Bereich Software-Entwicklung gefragt. Das System muss eine ordentliche Buchführung, Abrechnung, Datenerfassung und Rückgabeabwicklung der Tickets ermöglichen. Ein Bezahlverfahren mit gängigen Zahlungssystemen ist empfehlenswert, außerdem darf das Ticketing-System auch bei hohen Zugriffszahlen nicht zusammenbrechen. Wenn viele Leute auf einmal begehrte Festival-Karten kaufen wollen und die Server nicht darauf ausgelegt sind, kann das schnell passieren. Auch der Ticketversand muss durch das Team abgewickelt werden. Wer sich also für ein eigenes Ticketing-System entscheidet, sollte bedenken, dass dies ziemlich aufwendig, kosten- und zeitintensiv ist und auch kontinuierlich gepflegt sowie betreut werden muss. Vorteile sind, dass die erfassten Daten bei den Veranstalter:innen bleiben und keine Gebühren an externe Anbieter:innen abgetreten werden müssen. Wenn sich für ein externes Unternehmen entschieden wird, welches das Ticketing für das Festival übernimmt, muss der:die Veranstalter:in für diese Leistung natürlich zahlen. Hier gibt es verschiedene Verträge und Modelle, oft muss eine Servicegebühr oder ein bestimmter Prozentsatz der erwirtschafteten Einnahmen durch Ticketverkäufe an das Unternehmen abgetreten werden. Das Ticketing-Unternehmen fungiert hier sozusagen als Makler, der einen Kaufvertrag

zwischen Veranstalter:innen und Ticketkäufer:innen vermittelt.

Es gibt aber auch Mischformen, bei denen Festival-Veranstalter:innen auf die bestehende Software und Beratung von erfahrenen Ticketdienstleister:innen zurückgreifen können, die Abwicklung des Ticketings, also Versand und Kund:innenservice, aber selbst übernehmen und damit auch die Daten behalten.

Wenn mit externen Ticketdienstleister:innen zusammengearbeitet werden soll, lohnt es sich, mehrere Angebote einzuholen und über Rückerstattung oder Vorschüsse bzw. geringere Systemgebühren zu verhandeln. Denn oft unterscheiden sich die Angebote um mehrere Tausend Euro.

Sicherheit →

Sicherheitskonzepte

Ein Sicherheitskonzept wird nie schaden, unabhängig davon, ob es gefordert wird oder nicht. Unter anderem bildet es die Grundlage für die Behördenkommunikation und klärt, wer was im Notfall zu tun hat. Oftmals wird das Sicherheitskonzept (SiKo) mit dem häufig gebrauchten Begriff des Krisen-Managements gleichgesetzt. Was beide gemeinsam haben: die Maßnahmen zur Vermeidung von, Vorbereitung auf, Erkennung, Bewältigung sowie Nachbereitung von Krisen. Das SiKo geht allerdings über diese Definition hinaus. Im Folgenden wird versucht, typisch wiederkehrende Inhalte von Festival-Sicherheitskonzepten aufzuzeigen und zu erläutern. Spätestens bei Veranstaltungen mit 5.000 Personen wird ein SiKo von der (brandenburgischen) Versammlungsstättenverordnung (BbgVStättV) gefordert.

→ Materialsammlung

Die genehmigende Behörde kann ein SiKo auch bei weniger Besucher:innen verlangen. Je nach Veranstaltungsgröße und Komplexität wird dessen Umfang aber stark variieren. Es gibt keine formelle Norm wie ein Sicherheitskonzept auszusehen hat. Daher ist ein offener Dialog zwischen Veranstaltenden und Behörden sinnvoll. Im Einzelfall kann eine Auflistung der allgemeinen Gefahren und der risikomindernden Maßnahmen sowie eine kurze Beschreibung der Zuständigkeiten ausreichen. Gerade für kleinere Festivals ist dies eine praktikable Lösung.

Die Forderung nach einem Sicherheitskonzept § 43 Abs. 1 BbgVStättV

„Erfordert es die Art der Veranstaltung, hat die Betreiberin oder der Betreiber ein Sicher-

heitskonzept aufzustellen und einen Ordnungsdienst einzurichten.“

Es ist nicht immer klar, ob ein Festival (-Gelände) überhaupt in den Geltungsbereich der BbgVStättV fällt. Diese beschreibt eigentlich nur die Regelungen für bauliche Anlagen. Das wäre z. B. bei Indoor-Veranstaltungen oder Festival-Geländen mit fest installierten Bühnen der Fall. Wenn ein Festival ausschließlich mit Fliegenden Bauten arbeitet (also Bühnen und Ähnliches, das für den wiederholten Auf- und Abbau bestimmt ist), bleibt es fraglich, ob das Festival-Gelände dann als bauliche Anlage gemäß der Versammlungsstättenverordnung behandelt werden kann.

Trotzdem stellt die BbgVStättV für die Planung eines Festivals eine anerkannte Grundlage für die Sicherheit dar. Jedoch sind Abweichungen von der BbgVStättV teilweise notwendig. Ein Festival benötigt bei gleicher Gäst:innenzahl z. B. nicht die gleiche Anzahl an Toilettenräumen wie ein Stadion. Bei einigen Festivals gibt es auch keine:n Betreiber:in im Sinne der Verordnung. Hier wird die Forderung zur Erstellung eines SiKo an die Veranstaltenden übertragen.

Praxistauglichkeit

Ein Sicherheitskonzept muss in der Praxis bestehen. Daher ist eine klare Struktur unabdingbar. Es empfiehlt sich, das SiKo mit verschiedenen Anlagen zu erweitern. So können allgemeine Informationen sowie bspw. die Ergebnisse von Risikoanalyse oder Verkehrskonzept im SiKo stehen. Die Anlagen hingegen enthalten die kompletten Analysen und

erweiterten Konzepte, welche für die einzelnen Gewerke spezifische Informationen bieten. Dies hat neben der Übersichtlichkeit auch den Vorteil, dass weniger Änderungen am SiKo vorgenommen werden müssen. Lediglich die Anlagen werden aktualisiert.

Sicherheitskonzeption als fortwährender Prozess

Trotzdem ist ein SiKo bis zur Veranstaltung permanent zu prüfen. Ergeben sich neue Voraussetzungen für die Sicherheit des Festivals, muss das Konzept angepasst werden. Änderungen sollten in einem Änderungsverzeichnis dokumentiert werden und eine neue SiKo Versionsnummer zur Folge haben.

Individualität

Jedes Festival ist einzigartig. Daher muss auch jedes SiKo individuell geschrieben werden. Auch wenn es mühsam scheint, ein Festival wird bei der Erstellung eines SiKo auf Herz und Nieren geprüft. Folgend wird eine Struktur vorgestellt, die sich in unterschiedlichen Konzepten bewährt hat. An dieser Stelle können allerdings nur allgemeine Hinweise erläutert werden. Es besteht weder ein Anspruch auf Vollständigkeit noch auf Verbindlichkeit.

Exemplarische Struktur eines Sicherheitskonzepts

Formalien

Bei größeren Festivals ist es sinnvoll, zu Beginn des Sicherheitskonzepts einige Formalien zu klären. So sollte klargestellt werden, wer alles Einsicht in das SiKo bekommt. Damit wird festgelegt, welche Vertreter:innen von Behörden und Festival alles an der Sicherheitskonzeption beteiligt sind. Zusätzlich sollte gleich zu Beginn geklärt werden, welche Behörden mit Ordnungs- und Sicherheitsaufgaben (BOS) ihr Einverständnis zum SiKo per Unterschrift zu leisten haben. Zu den Formalien gehört auch das Änderungs- und das Inhaltsverzeichnis.

Schutzziele

Nach den Formalien werden die Schutzziele formuliert. Deren Formulierung legt fest, welche Risiken auf einer Veranstaltung noch toleriert werden können. Werden nicht mehr vertretbare Risiken erreicht, müssen risikomindernde Maßnahmen eingeleitet werden.

Schutzziele sollten aufgrund der Komplexität von Festivals nicht zu detailliert formuliert werden. Hier einige Beispiele für mögliche Schutzzieleformulierungen:

- Gewährung der Sicherheit für Mitarbeiter:innen, Teilnehmer:innen, Besucher:innen und Unbeteiligte
- Aufrechterhaltung von Gefahrenabwehrmaßnahmen und Fluchtmöglichkeiten
- Schaffung einer, auch im Schadenfall, handlungsfähigen Organisationsstruktur

Veranstaltungsbeschreibung

Die Veranstaltungsbeschreibung vermittelt einen grundlegenden Überblick des Festivals, der Art der Veranstaltung und des genutzten Geländes. Häufig werden folgende Informationen aufgelistet:

- Veranstaltungsort und -zeitraum, Aufbaubeginn, Abbauende, Öffnungszeiten von Camping- und Festival-Gelände
- Anzahl von Gäst:innen, Mitwirkenden und Teilnehmenden
- Größe von Festival-, Camping-, Crewcamping- und Parkflächen
- Definition und Orientierung der nicht-öffentlichen Bereiche wie Backstage, Logistik, Produktion, VIP, Feuerwehr und Sanitätsdienst

Organisation

Ein sicherer Festival-Ablauf ist vor allem einer störungsfreien Zusammenarbeit aller Beteiligten zu verdanken. Damit klar ist, wer welche Rolle und Aufgabe zu erledigen hat, sind innerhalb des Abschnitts „Organisation“ diese Rollen zu definieren. Folgende Rollen werden mit ihren Aufgaben und Verantwortlichkeiten definiert: Betreiber:in (wenn vorhanden), Veranstalter:in, Veranstaltungsleitung, Produktionsleitung, Verantwortliche:in für Veranstaltungstechnik, Leitung Ord-

nungsdienst, Ordnungs- und Sicherheitsdienst, Sanitätsdienst und Brandschutz.

Zudem ist es ratsam, auch die beteiligten Behörden, insbesondere das Ordnungsamt sowie Feuerwehr, Rettungsdienst und ggf. die Polizei, in die sicherheitstechnische Organisationsstruktur mit aufzunehmen.

Mögliche Definitionen der einzelnen Rollen mit den dazugehörigen Verantwortlichkeiten und Aufgabenbeschreibungen finden sich u. a. bei eventfaq. → **Materialsammlung** Je nach Festival-Größe können einzelne Rollen auch zusammengefasst werden.

Verhältnis von Betreiber:in und Veranstalter:in

Nach § 38 BbgVStättV können die Verpflichtungen nur unter bestimmten Voraussetzungen auf den:die Veranstalter:in übertragen werden. Zudem bleibt der:die Betreiber:in selbst bei zulässiger Übertragung auch weiterhin ordnungsrechtlich verantwortlich. → **Materialsammlung**

Notfallorganisation

Wichtig ist eine handlungsfähige Struktur im Falle einer Notlage. Rollen und Verantwortlichkeiten müssen klar formuliert sein. Im Notfall bleibt keine Zeit für Kompetenzdiskussionen. Fragen, die vorab geklärt werden müssen:

- Bei welchem Ereignis kommen die festival-internen Notfallverantwortlichen zusammen?
- Bei welchem Ereignis werden zusätzlich die Behörden und Organisationen mit Sicherheitsaufgaben (Koordinierungsgruppe) einberufen?
- Wann, wer und wie wird einberufen?
- Wo wird sich getroffen?
- Wer hat in welcher Lage Entscheidungsgewalt?
- Wie werden Lageberichte kommuniziert?
- Wer aktiviert Alarmierungs- und Meldepläne?

Infrastrukturelle Planung

Hier werden Bühnen und sonstige Fliegende Bauten, Abschränkungen (Zäune, Barrieren etc.), Sanitäranlagen, Beschilderungen, Flächen und Wegeplanung, Rettungs- und Fluchtwege, die Besucher:innenlenkung usw. beschrieben. Gibt es sicherheitstechnische Besonderheiten, sollten diese zusätzlich erwähnt werden. Beispielsweise wie bei Bühnen und Floors im Eigenbau die Standsicherheit gewährleistet wird (Facharbeiter:innenenerklärung) oder wie große Besucher:innenströme zum Ende der Veranstaltung durch den schmalen Ein- bzw. Auslassbereich geleitet werden.

Crowd Management

Beim Crowd Management steht der:die Besucher:in und sein:ihr Sicherheits- und Wohlbefinden im Zentrum und wird in den Mittelpunkt der präventiven Planung gestellt. Crowd Management bezeichnet die systematische Planung für geordnete Bewegungen von Menschenmassen und deren Überwachung¹. So soll der Aufbau von großem Druck und unkontrollierten Bewegungen von bzw. in Menschenmengen verhindert werden. Maßnahmen können z. B. sein, dass Warteschlangen und Gedränge durch gut durchdachte infrastrukturelle Planung möglichst verhindert und Besucher:innenströme so geleitet werden, dass eine Entzerrung stattfindet. → **Festival-Booking – Basics, Gagen und Diversität**

Risikoanalyse und risikomindernde Maßnahmen

Der Umgang mit Risiken ist ein zentraler Bestandteil des Sicherheitskonzepts. Dazu werden im ersten Schritt mögliche Gefährdungen identifiziert und in Clustern zusammengefasst. Eine Risikoidentifikation könnte folgende Beispiele enthalten:

- Wetterereignisse: Sturm, Hagel, Starkregen, Blitzgefahr usw.
- Zuschauer:innenverhalten: Besucher:innen-

druck, Gedränge, Überklettern von Absperungen, Vandalismus, Selbstgefährdung (z. B. übermäßiger Alkoholkonsum) usw.

- Kriminalität: Sabotage, Körperverletzung, Diebstahl, Drohungen, verdächtige Gegenstände
- sanitäts- und rettungsdienstliche Ereignisse: Unfall, Verletzung, vermisste Personen, Massenerkrankungen usw.
- Brandgefährdungen: Brand, Explosion, Pyrotechnik usw.
- Gefährdung durch Infrastruktur / Technik: z. B. Ausfall von Strom, Wasser, Entsorgung, Nichtnutzbarkeit von Camping-, Park- oder Festival-Flächen (z. B. durch Überschwemmung), Ausfall des individuellen oder öffentlichen Personen(nah)verkehrs usw.
- Umweltschäden: Austritt z. B. von Öl, Diesel oder Benzin, Zerstörung von Brut- oder Nistplätzen usw.

Die gesammelten Gefahren werden nun in einer Matrix mit den Parametern Auswirkung und Wahrscheinlichkeit bewertet. Daraus ergibt sich eine Risikohöhe. Eine genaue Beschreibung dieses Vorgehens ist im Artikel Sicherheitsbeurteilung der BaSiGo – Bausteine für die Sicherheit von Großveranstaltungen zu finden. → **Materialsammlung**

Ist die Risikohöhe nicht mehr mit den Schutzziele vereinbar, müssen risikomindernde Maßnahmen getroffen werden. So können Risikoquellen beseitigt (z. B. Glasverbot), die Eintrittswahrscheinlichkeit verringert (z. B. Markierung von Stolperfallen) oder die Auswirkungen verändert werden (z. B. Show-Stopp bei Fan-Gedränge).

Die zu treffenden Schutzmaßnahmen (infrastrukturell, organisatorisch, kommunikativ usw.) sind den bewerteten Risiken zuzuordnen. Es folgt ein erneuter Abgleich mit den Schutzziele. Kann ein Risiko nicht auf ein vertretbares Maß gesenkt werden, muss das Risiko bzw. die Aktivität, die zum Risiko führt, vermieden werden.

Ein Beispiel

Risikoidentifizierung

Ein Festival an einem Baggersee identifiziert das Risiko „Ertrinken eines Besuchenden“.

Risikoanalyse

Die Schwere des Schadens wäre mit einem Todesfall katastrophal; die Eintrittswahrscheinlichkeit könnte als selten, aber durchaus realistisch eingestuft werden. Damit würde sich eine Risikohöhe ergeben, die nicht mehr mit dem Schutzziel „Gewährleistung der Sicherheit für Besucher:innen“ vereinbar wäre.

Risikobewältigung

Möglich wäre ein komplettes Badeverbot. Damit wäre die Aktivität, welche das Risiko auslöst, auf dem Papier beseitigt. Die Praxis würde aber zeigen, dass ein Badeverbot bei sommerlichem Wetter vielleicht nur mit unverhältnismäßig hohem Aufwand durchzusetzen wäre. Ein Schild „Baden auf eigene Gefahr“ würde nicht ausreichen, um die Gefahr zu mindern. Besser wäre es, die Badenden durch Rettungsschwimmer:innen beobachten zu lassen und ein nächtliches Badeverbot, welches durch den Ordnungsdienst überwacht wird, auszusprechen. Damit wäre die Eintrittswahrscheinlichkeit (und damit auch die Risikohöhe), dass ein:e Besucher:in ertrinkt, deutlich reduziert.

Notfallszenarien

Da nie alle Gefährdungen auf einem Festival antizipiert werden können, ist es sinnvoll exemplarisch Szenarien zu beschreiben, aus denen standardisierte Abläufe, sog. Protokolle, entstehen. Durch diese Protokolle wird die verlustfreie Kommunikation und die lückenlose Zusammenarbeit der sicherheitsrelevanten Personen verbessert. Zudem werden die Zuständigkeiten, die in der (Notfall-) Organisation beschrieben wurden, mit konkreten Handlungsmechanismen gefüllt.

Einige Szenarien, die sich aus der Risikobetrachtung ergeben, haben nur Auswirkungen auf Teilbereiche der Festival-Struktur (Diebstahl, Verletzungen, körperliche Gewalt, Austritt von Diesel). Meist reicht in diesen Fällen eine direkte Abarbeitung des Vorfalls mit den betroffenen Gewerken (Arbeitsbereiche des Festivals).

Szenarien, die hingegen das ganze Festival gefährden (fast alle Wetterereignisse, Terrordrohungen), werden in den meisten

Fällen entweder in einem Show-Stopp oder / und in einer Evakuierung münden.

Redundanz

Jedes Szenario wird auf dessen Auswirkung auf die Notfallorganisation hin überprüft. Eine Ausweichlösung (Redundanz) ist von vornherein bedacht.

Ein Beispiel

In der Nacht startet aufgrund eines plötzlich aufziehenden Gewitters mit Starkregen, Sturm und erwarteten Blitzereignissen das Evakuierungsprotokoll. Die Verantwortlichen der jeweiligen Gewerke sorgen nun für die Umsetzung der jeweils notwendigen und angeordneten Maßnahmen. Die Veranstaltungsleitung und die Leitung des Ordnungsdienstes koordinieren und überprüfen den Prozess. Beim Punkt „Notfalldurchsage über die PA (Beschallungsanlage)“ setzt Regen ein. Eine unachtsam verbaute Steckdose-leiste führt zum Stromausfall. Die komplette Beleuchtung fällt aus. Das Verlesen des Notfalltextes „Evakuierung aufgrund eines Gewitters“ über die PA ist nicht mehr möglich. Aufgrund redundanter Sicherheitsplanung stehen an der Bühne ein Megaphon und ein akkubetriebener Spot griffbereit, sodass die Gäst:innen nicht nur die wichtigen Informationen hören können, sondern auch sehen von wo und von wem diese kommen.

Welche Unterlagen sollten in den Anhang?

Interne und externe Anlagen, Nebendokumente (Genehmigungsverfahren, Gutachten etc.) sowie Planungsunterlagen (Kartenmaterial) sind Teil des Sicherheitskonzepts und können in dessen Anhang ausführlich behandelt werden, ohne die Übersichtlichkeit zu opfern. Die Notwendigkeit der einzelnen Anlagen und deren Tiefe hängen stark von der Komplexität eines jeden Festivals ab.

Beispiele für interne Anhänge

- Kontaktliste mit Ansprechpersonen aller Gewerke
- Risikoanalyse
- Notfall- und Meldeplan
- Notfalltexte

- Sicherheitsunterweisung Team
- Protokoll „Evakuierung“
- Protokoll „Show-Stopp“
- interne Maßnahmen zum Arbeitsschutz
- Hygienekonzept

Beispiele für externe Anhänge

- Ordnungsdienstkonzept / Positionsplan
- Sicherheitskonzept des Sanitätsdienstes
➔ **Sanitätswachdienst**
- Personaleinsatzplan abwehrender Brandschutz
- Verkehrskonzept

Beispiele für Planungsunterlagen

- Flächennutzung
- Flucht- und Rettungswege
- Löschmittelplan (inkl. Brandlasten)
- Flächenbeleuchtungsplan

Tipps

Sich Gedanken über Sicherheit zu machen, ist für jede Veranstaltung eine gute Sache. Ein Sicherheitskonzept ist aber nur dann sinnvoll, wenn die Zuständigkeiten und die Inhalte den verantwortlichen Personen innerhalb der Sicherheitsorganisation bekannt sind und von diesen akzeptiert werden. Bewusstsein für (Festival-)Gesundheit und Sicherheit im Team ist goldwert. Dazu sollten möglichst viele Kontaktmöglichkeiten zwischen dem Festival-Team und der Feuerwehr, dem Sanitätsdienst, den Drug Scouts und Awareness Crews geschaffen werden.

➔ Safer Nightlife ➔ Awareness – Antidiskriminierung und Safer Spaces

Schulungen, Workshops oder Handreichungen sind gute Möglichkeiten aktiv zur Sicherheit des Festivals beizutragen. Je mehr Personen sich mit den Themen „Health & Safety“ beschäftigen, desto sicherer werden die Festivals.

1 Vgl. Fruin, John J. (2002): The causes and prevention of crowd disasters. In: Smith, R. A. / Dickie J. F. (Hrsg.): Engineering for Crowd Safety. Elsevier, Amsterdam, S. 99 – 108.

Lee-J. Schumann

Sanitätswachdienst

Der Sanitätswachdienst ist auf Festivals für die Versorgung von Patient:innen sowie die Betreuung von unverletzt betroffenen Veranstaltungsteilnehmer:innen verantwortlich. Der Sanitätswachdienst umfasst u. a.:

- lebensrettende Sofortmaßnahmen
- Erste Hilfe
- notfallmedizinische Hilfeleistungen
- Maßnahmen der allgemeinen Betreuung
- Logistikleistungen zur Erfüllung des Sanitätswachdienstes

Die medizinische Behandlung auf dem Festival findet durch ärztliches und nicht-ärztliches Personal statt. Nach der Behandlung wird entschieden, ob eine weitere stationäre Behandlung notwendig ist oder der:die Patient:in im Sinne einer ambulanten Behandlung entlassen werden kann. Sollte eine weitere stationäre Behandlung notwendig sein, wird der Regelrettungsdienst alarmiert, der den:die Patienten:in vom Veranstaltungsgelände ins Krankenhaus verlegt.

Entsprechend der Argumentation der Arbeitsgemeinschaft der Leiter der Berufsfeuerwehren (AGBF-Richtlinie) „Einsatzplanung Großveranstaltungen“ stellt der Sanitätswachdienst eine Gewährleistungsfunktion für den öffentlichen Rettungsdienst dar. Der Sanitätswachdienst schützt damit vor einer übermäßigen Belastung von veranstaltungsbedingten Bagatellevletzungen sowie -erkrankungen, erkennt lebensbedrohliche Situationen, leitet lebensrettende Maßnahmen ein und hält das sog. therapiefreie Intervall (zwischen Notruf und Behandlung) möglichst klein.

Wie viele Sanitätskräfte sind notwendig?

Es gibt mehrere Algorithmen, die für ein Festival empfohlene Anzahl von sanitätsdienstlichen Einsatzkräften zu ermitteln. Die gängigsten sind der Maurer- und Kölner-Algorithmus.

Der Kölner-Algorithmus verfolgt einen ingenieurwissenschaftlichen Ansatz, in dem zu Beginn erst einmal das Risiko anhand verschiedener Faktoren ermittelt werden muss. ➔ **Materialsammlung** Über die vorhandenen Kapazitäten des Rettungsdienstes wird festgestellt, ob ein Sanitätsdienst notwendig ist. Dann werden Wachbereiche und die Menge der Einsatzkräfte festgelegt sowie die zu erwartende Anzahl an Behandlungen.

Für kleinere Großveranstaltungen (bis ca. 9.000 Gäst:innen) ist der Maurer-Algorithmus vollkommen ausreichend und deutlich einfacher anzuwenden. Über zahlreiche freie Apps und Websites kann der Maurer-Algorithmus angewandt werden. ➔ **Materialsammlung** Aus folgenden Faktoren berechnet er die empfohlene Menge an Einsatzkräften:

- maximale Besucher:innenzahl (entweder aus behördlichen Auflagen oder aus der zur Verfügung stehenden Fläche (2 Personen pro Quadratmeter)
- erwartete Besucher:innenzahl
- Findet die Veranstaltung in einem Gebäude statt?
- Art der Veranstaltung
- anwesende VIP
- polizeiliche Erkenntnisse

Für alle angegebenen Faktoren vergibt der Algorithmus Punkte, anhand derer das Ergebnis festgelegt wird.

Veranstaltungen innerhalb eines Gebäudes werden grundsätzlich risikoreicher bewertet, da dort die Entfluchtung schneller durchgeführt werden muss, heißt potentiell mehr Unfälle passieren können. Als „Art der Veranstaltung“ stehen über 30 Veranstaltungsarten mit einem empirisch ermittelten Risikofaktor zur Auswahl.

Hinweis zu Covid-19

Es wird empfohlen, sich über aktuelle Vorgaben der SARS-CoV-2-Eindämmungsverordnung bei den zuständigen Ministerien oder Kommunen zu informieren und ggf. entsprechende Maßnahmen einzuleiten.

Sanitätsdienstkonzept

Das Ergebnis ist am Ende, in Abstimmung mit dem:der Sanitätsdienstleister:in und ggf. der Genehmigungsbehörde, auf die Gegebenheiten in Brandenburg anzupassen. Der Algorithmus gibt auch benötigte Sanitätsdienst-einsatzkräfte für den Notfalltransport mit an, der in Brandenburg aber, im Gegensatz zu anderen Bundesländern, in der Regel ausschließlich durch den öffentlichen Rettungsdienst durchgeführt werden darf. Auf diese Kräfte kann im Sanitätsdienst in diesem Fall dann entsprechend verzichtet werden.

Der:Die Sanitätsdienstleister:in erstellt nach Aufforderung ein entsprechendes Sanitätsdienstkonzept. Darin wird nachvollziehbar festgehalten, wie die Zahl der Sanitätskräfte nach dem Algorithmus berechnet wurden. Außerdem werden die Organisations- sowie Führungsstruktur und die Schnittmengen mit anderen sicherheitsrelevanten Organisationen beschrieben. Ebenfalls werden Ansprechpartner:innen für den:die Veranstalter:in festgelegt.

Lee-J. Schumann

Hygiene

Hygienemaßnahmen auf Festivals ist wichtig, um zu vermeiden, dass sich Erkrankungen verbreiten können und die Gesundheit von Gäst:innen und Beschäftigten auf dem Festival gefährden. Gerade in Zeiten der Corona-Pandemie haben Hygienemaßnahmen nochmal an Relevanz gewonnen und sind mehr in das öffentliche Bewusstsein gerückt.

Hinweis zu Covid-19

Es wird empfohlen, sich über aktuelle Vorgaben der SARS-CoV-2-Eindämmungsverordnung bei den zuständigen Ministerien oder Kommunen zu informieren und ggf. entsprechende Maßnahmen einzuleiten.

Wichtige Regelungen zur Hygiene im Festival-Bereich finden sich u. a. in den Bereichen der Lebensmittelsicherheit, beim Umgang mit Trinkwasser, bei der Entsorgung und Abfallbeseitigung sowie beim Arbeitsschutz.

Die Veranstalter:innen sind während des Festivals für die Einhaltung der Hygiene in den verschiedenen Bereichen verantwortlich. Entweder können sie selbst Sorge tragen, dass die zahlreichen Hygienevorschriften in den verschiedenen Bereichen erfüllt werden, oder sie beauftragen Dienstleistungsfirmen dafür.

Im Folgenden soll ein Überblick über die verschiedenen Bereiche und ihre jeweiligen Vorschriften gegeben werden. Es wird jedoch dringend angeraten sich in die genannten Regelungen vertieft einzulesen, um eine sichere Veranstaltung zu gewährleisten.

Lebensmittelsicherheit

Der Umgang und das Inverkehrbringen mit und von Lebensmitteln ist EU-weit geregelt. Die grundlegenden hygienischen Anforderungen zu allen Belangen sind in der EU-Verordnung (EG) Nr. 852 / 2004 zu finden. Für Festivals ist hier insbesondere der Anhang 2, Kapitel III von Interesse. Hier werden die Anforderungen für „ortsveränderliche und / oder nichtständige Betriebsstätten (wie Verkaufszelte, Marktstände und mobile Verkaufsfahrzeuge)“ beschrieben.

Auch wenn für viele der hier definierten Vorschriften der:die Lebensmittelhändler:in verantwortlich ist, sind insbesondere folgende Punkte auch für Veranstalter:innen wichtig (vgl. EG-Verordnung Nr. 852 / 2004 Anhang 2, Kapitel III, Punkt 2):

- Es müssen Räumlichkeiten zum hygienischen Waschen und Trocknen der Hände sowie hygienisch einwandfreie sanitäre Anlagen und Umkleieräume zur Verfügung stehen.
- Die Zufuhr einer ausreichenden Menge an warmem und / oder kaltem Trinkwasser muss gewährleistet sein. ➤ **Logistik und Infrastruktur**
- Es müssen angemessene Vorrichtungen zur hygienischen Lagerung und Entsorgung von gesundheitlich bedenklichen und / oder ungenießbaren (flüssigen und festen) Stoffen sowie Abfällen vorhanden sein.

Je nach Art der Gastronomie (Foodtrucks, Gastronomiezelte, Marktstände mit vorwiegend privat produziertem Essen) müssen unterschiedliche Vorkehrungen zur Einhal-

tung der Hygiene getroffen werden.

Viele Foodtrucks oder Gastronomiezelte führen z. B. bereits ein Waschbecken zum Händewaschen mit und haben Räumlichkeiten zum Umziehen definiert. Ein gesonderter Toilettenbereich muss dennoch durch den:die Veranstalter:in zur Verfügung gestellt werden. Gleiches gilt für die Versorgung mit Trinkwasser.

Weiterführende Informationen zum Thema Hygiene

Eine aussagekräftige Leitlinie für eine gute Hygienepaxis ist z. B. auf der Homepage vom Bundeszentrum für Ernährung (BZfE) zu finden. → **Materialsammlung** Außerdem gibt es auf der Internetseite des Bundesministeriums für Ernährung und Landwirtschaft eine Übersicht über die Rechtsgrundlagen für die Lebensmittelhygiene. → **Materialsammlung**

Trinkwasser

Trinkwasser wird nicht unbedingt nur zum Trinken oder zur Herstellung von Lebensmitteln benötigt, sondern auch zur Reinigung in verschiedenen Bereichen.

Die gesetzliche Grundlage für die Verteilung von Trinkwasser bildet dabei die Trinkwasserverordnung. → **Materialsammlung** Darüber hinaus existieren noch weitere technische Regelungen, welche auf Bauteile der Trinkwasseranlage und den Betrieb dieser eingehen.

Das örtliche Trinkwasserversorgungsunternehmen ist dafür verantwortlich, dass an der Übergabestelle (bspw. ein Hydrant) einwandfreies Trinkwasser zur Verfügung gestellt wird. Ab der Übergabestelle bis zur schlussendlichen Entnahme des Trinkwassers übernimmt der:die Veranstalter:in die Verantwortung für die Trinkwasserqualität.

Logistik und Infrastruktur

Damit auf dem Festival jederzeit sauberes Trinkwasser zur Verfügung steht, müssen einige Punkte beachtet werden:

- Nur geeignete Standrohre dürfen für den Anschluss an den Hydranten verwendet werden.
- Das Standrohr muss von einer fachkundigen Person gesetzt werden.
- Die Installation weiterer Leitungen ist nur von geeignetem Personal vorzunehmen.

Das Standrohr sowie die notwendigen fachkundigen Personen können oft über den:die Wasserversorger:in beauftragt bzw. bezogen werden. Alternativ können auch eingetragene Installationsunternehmen damit betraut werden. Sie stehen auch jederzeit bei Fragen zum Thema Trinkwasser und bei Störungen zur Verfügung.

Bevor Trinkwasseranlagen in Betrieb genommen werden dürfen, müssen diese gereinigt und gründlich gespült werden. Bei mehrtägigen Veranstaltungen sind darüber hinaus noch folgende Punkte zu beachten:

- Nach längerem Stillstand in der Anlage (z. B. über Nacht) ist diese wieder gründlich zu spülen.
- Damit das Wasser in den Leitungen nicht zu warm und damit das Bakterienwachstum begünstigt wird, sollten die Leitungen so verlegt werden, dass sie vor starker Sonneneinstrahlung geschützt sind (ggf. unterirdisch).
- Alternativ kann auch ein permanenter Durchfluss verhindern, dass die Temperatur ansteigt, erhöht jedoch deutlich den Wasserverbrauch.
- Oberirdisch verlegte, ungeschützte Leitungen müssen regelmäßig auf Unversehrtheit kontrolliert werden.
- Das System muss gegen Verschmutzungen (Sand, Dreck u. Ä.) geschützt werden, heißt alle Leitungen und Anschlüsse sind zu verschließen, wenn nicht Wasser ausströmt.

Sanitäre Anlagen

Erheblich viele Infektionskrankheiten können über einen unsauberen Sanitärbereich übertragen werden. Außerdem tragen saubere und in ausreichender Menge vorhandene sanitäre Anlagen deutlich zum Wohlbefinden der Besucher:innen bei.

Die Brandenburgische Versammlungsstättenverordnung schreibt in § 12 die Anzahl der zur Verfügung stehenden Toiletten in Versammlungsstätten vor. → **Materialsammlung** Verschiedene Dienstleister:innen, bei denen Aufstelltoiletten gemietet werden können, bieten außerdem online Stückzahlenrechner zur Orientierung an.

Neben den Toiletten für die Gäst:innen sollten auch zusätzliche Toiletten für die Mitarbeitenden eingeplant werden. Außerdem sollte – zu den zum Teil gesetzlich vorgeschriebenen Extratoiletten im Bereich Lebensmittelsicherheit und den empfohlenen im Bereich Sanitätsdienst – in allen Bereichen ein Verhältnis zwischen Toiletten und Mitarbeitenden von 1:10 nicht wesentlich überschritten werden.

Neben der Aufstellung ausreichender Toiletten, ist bei der Entsorgung des entstehenden Abwassers das Wasserhaushaltsgesetz (WHG) zu beachten. Dort ist festgelegt, dass Abwasser so zu beseitigen ist, dass das Wohl der Allgemeinheit nicht beeinträchtigt wird (§ 55 WHG). Es darf niemals Abwasser, und erst recht kein mit Fäkalien belastetes, in die Umwelt geleitet werden.

Die Einleitung in öffentliche Kanäle ist darüber hinaus ebenso genehmigungspflichtig und muss bei der örtlich zuständigen Gemeinde beantragt werden (§ 58 WHG). Nicht immer ist jedoch eine Einleitung in die Kanalisation möglich. Dann muss das Abwasser gesammelt und zentral entsorgt werden.

Es empfiehlt sich, sich frühzeitig mit der zuständigen Behörde in Verbindung zu setzen und die örtlich gültigen Abläufe in Erfahrung zu bringen.

Neben der Aufstellung und der Entsorgung des Abwassers, ist auch die Reinigung der Toiletten ein wichtiger Punkt. Auch während des Festivals sollten Toiletten regelmäßig gereinigt werden. Hierfür ist es empfehlenswert Reinigungskräfte zu beschäftigen. Insbesondere bei mehrtägigen Veranstaltungen sollte die Zufahrt für Entsorgungsfahrzeuge auch während des Festivals jederzeit passierbar sein. Eventuell muss sogar der Weg aufbereitet werden, damit dieser nicht durch Regen aufgeweicht und unpassierbar für Fahrzeuge wird.

Damit die Toiletten auch von den Gäst:innen benutzt werden, sollten diese, insbesondere bei weitläufigen Veranstaltungsgeländen, ausgeschildert und beleuchtet werden. Auch die Aufstellung mehrerer kleinerer, anstelle von großen, Toilettenbereichen sollte durchdacht werden.

Sanitätsdienst

Auch wenn es für den Sanitätsdienst kein festgeschriebenes Regelwerk gibt, stellt dieser besondere Ansprüche an die Hygiene-Infrastruktur. So benötigt er z. B. ausreichend Trinkwasser zur Reinigung und allgemeinen Hygiene, idealerweise sogar eine Warmwasserversorgung. Außerdem bietet es sich an, u. a. um die Verbreitung von Infektionskrankheiten zu hemmen, dem Sanitätsdienst und den Patient:innen zusätzliche Toilettenkapazitäten zur Verfügung zu stellen. Durch eine höherfrequente Reinigung und Desinfektion dieser Toiletten ist damit auch der Übertragungsweg unter den Gäst:innen unterbrochen.

Safer Nightlife, also „sicheres Nachtleben“, ist eine Idee, die ganzheitlich auf die Gestaltung von Festivals, aber auch auf das Verhalten der Feiernden, abzielt.

Im Rahmen von Partys und Festivals werden Räume durch die Veranstaltenden kreiert und durch feiernde Besuchende genutzt, die musikalisch, aber auch durch Kontakt, Kommunikation, Kreativität sowie Rausch und Konsum geprägt sind. Feiern bedeutet für viele Menschen das Ausbrechen aus dem Alltag und nicht selten werden hierfür verschiedenste psychoaktive Substanzen, nicht zuletzt Alkohol, benutzt. Feiern und das Sich-Berauschen ist für viele Menschen untrennbar miteinander verbunden. Gleichzeitig bringt es aber auch viele Risiken mit sich, die Veranstalter:innen vor Herausforderungen bei der Planung und Durchführung von Festivals stellen. Die Idee von Safer Nightlife ist es, Party- und Rauscherlebnisse so zu gestalten, dass diese sichere Erlebnisse und möglichst keine „Abstürze“ werden.

Safer Nightlife sollte von Anfang an mitgedacht werden

Ob eine Party ein gutes Rauscherlebnis für den:die Feiernde:n wird, kann auch dadurch bestimmt werden, dass das Konzept von Safer Nightlife bei der Planung des Festivals von vornherein mitgedacht wird. Die Bereitstellung von Bereichen mit Sitzgelegenheiten, die Möglichkeit sich aufzuwärmen oder an der frischen Luft abzukühlen, die Bereitstellung von Trinkwasser u. v. m. spielt hier eine große Rolle.

Der SONICS e. V. – Safer Nightlife Bundesverband hat hierzu Qualitätsstandards

erarbeitet. Diese dienen den Veranstalter:innen als Orientierung, um Partys möglichst gesundheitsförderlich auszurichten. Im Rahmen der Festival-Planung sollte sich zu Beginn damit auseinandergesetzt werden, wie die eigene Haltung als Veranstalter:innen zu diesem Thema aussieht:

Wie ist die Wahrnehmung in Bezug auf das Thema Konsum bei den eigenen Veranstaltungen? Spielen bestimmte Substanzen eine Rolle? Welche Erfahrungen wurden als Veranstalter:innen bisher gesammelt und wie ist die Haltung in Bezug auf den möglichen Konsum der Besucher:innen? Welche besonderen Berührungspunkte haben die einzelnen Crews mit dem Thema?

Die Auseinandersetzung mit den verschiedenen Haltungen im Team zum Thema Konsum und die Aushandlung eines gemeinsamen Vorgehens auf dem Festival ist elementar für den konkreten Umgang mit Situationen in der Nacht.

Folgende Basics tragen zu einem Safer Nightlife bei:

- Zugang zu kostenlosem Trinkwasser
- reizarme Räume (also eine Möglichkeit zum Runterkommen und Ausruhen mit z. B. weniger lauter Musik und weniger Lichtreizen)
- Bereitstellung von vitaminreichem Obst
- klarer, innerhalb des Teams abgestimmter Ablauf zum Umgang mit Notfällen und kritischen Situationen

Der SONICS e. V. – Safer Nightlife Bundesverband widmet sich mit seinen Mitgliedsorganisationen bereits seit vielen Jahren dem

Thema Drogenarbeit und der Sensibilisierung hierfür. Er empfiehlt, dieses Thema von vornherein bei der Planung von Veranstaltungen mitzubedenken. Die im Verband organisierten Projekte sind auf kleineren lokalen Veranstaltungen vertreten und gestalten auf größeren Festivals gemeinsame Angebote. Zu diesen Angeboten gehört die Bereitstellung von Infoständen mit Informations- und Safer-Use-Materialien sowie Gesprächsangeboten für die Besucher:innen von Festivals.

Aufklärungsmaßnahmen sind wichtig

An diesen Infoständen können sich interessierte Menschen rund um das Thema Konsum und über einzelne Substanzen informieren, um selbstbestimmte und gut überlegte Entscheidungen für oder gegen den Konsum von Substanzen zu treffen. Die Idee ist es, Menschen so umfangreich wie möglich mit Informationen zu versorgen, sodass verantwortungsvolle Entscheidungen überhaupt erst möglich werden. Dass dieses Konzept im Kontext von (noch) fehlendem Drug Checking in Deutschland an seine Grenzen stößt, liegt auf der Hand. Denn es fehlt immer eine konkrete Information über die illegalen Substanzen: Was genau ist in dieser/m Pille / Pulver / Filz / etc. drin und in welcher Dosierung?

Da diese Frage bisher noch nicht genau beantwortet werden kann, sind alle anderen Aufklärungsmaßnahmen rund um das Thema umso wichtiger:

- Informationen zu den einzelnen Substanzen und dem risikobewussten Umgang damit
- Safer-Use- und Harm-Reduction-Hinweise, also die Bereitstellung von Informationen und Materialien, um die Risiken beim Konsum illegaler Substanzen zu reduzieren
- Impulse zur Konsumreflektion
- Informationen zu Mischkonsum

Neben Gesprächen und Informationen zum Thema Safer Nightlife verteilen die Projektmitarbeiter:innen auf den Festivals Safer-Use-Materialien wie z. B. Aktivkohlefilter, Ziehrohrchen, Traubenzucker und Dosierhilfen. Darüber hinaus werden größere Ange-

bote wie die Begleitung von Veranstaltungen geleistet, bei denen es um Kriseninterventionen im Partysetting geht. Hier können alle Besucher:innen, die sich (nicht nur) aufgrund von Konsum in einer Krisensituation befinden, solange begleitet werden, bis es ihnen wieder besser geht. Dieses Angebot findet in enger Abstimmung mit allen Bereichen eines Festivals und in enger Zusammenarbeit mit der medizinischen Versorgung (Sanitäter:innen) vor Ort statt. Darüber hinaus bieten die Projektmitarbeiter:innen sog. „Ausfahrtsberatungen“ an. Hier geht es darum, autofahrende Partybesucher:innen für die Risiken zu sensibilisieren, die in Zusammenhang mit Konsum, Nachweiszeiten einzelner Substanzen, Polizei und Straßenverkehr entstehen können.

Die im SONICS e. V. organisierten Safer Nightlife-Projekte unterstützen Veranstaltende bei der Konzeption von Festivals und bieten Schulungen zu konkreten Safer Nightlife-Themen an.

Kontaktmöglichkeiten bei Interesse

→ vorstand@sonics-netzwerk.net

→ chillout@chillout-pdm.de

Weiterführende Informationen zum Thema Safer Nightlife

SONICS e. V. – Safer Nightlife Bundesverband (2019): Qualitätsstandards zur Krisenintervention im Party- / Festivalsetting.

➔ Materialsammlung

Tietz, Völkel (2017): PsyCare – Krisenintervention im Partysetting. Ein Plädoyer aus der Praxis für Qualitätsstandards.

In: akzept e. V.: Alternativer Drogen- und Suchtbericht 2017. ➔ **Materialsammlung**

PsyCare – Psychedelic Ambulance, Projektverbund auf Grundlage akzeptierender Drogenarbeit im Festival- und Partysetting. ➔ **Materialsammlung**

Impulse der Festival-Landschaft

Die Festival-Landschaft ist bunt und divers. Von Festivals gehen viele wichtige Impulse aus, die in den Alltag und die Gesellschaft hinein wirken. Im folgenden Abschnitt finden sich ausgewählte Best-Practice-Beispiele und Expert:innenbeiträge zu Themen wie Awareness, Inklusion, regionale Synergien, Nachhaltigkeit und Booking.

Awareness – Antidiskriminierung und Safer Spaces

Mittlerweile sind immer häufiger Aushänge auf Veranstaltungen sichtbar, die darauf hinweisen, welches Verhalten auf der Veranstaltung erwünscht und welches nicht geduldet wird. Alle Anwesenden sollen sich auf der Veranstaltung wohlfühlen. Häufig steht dort, dass sich im Fall von Problemen an das Barpersonal gewendet werden kann – oder an das Awareness Team. Aber was ist mit Awareness überhaupt genau gemeint?

Der Begriff Awareness kommt aus dem Englischen und bedeutet grundsätzlich erst einmal Achtsamkeit. Im deutschsprachigen Raum hat sich der Begriff mittlerweile etabliert, um Konzepte zu beschreiben, die versuchen Diskriminierung und Gewalt auf Veranstaltungen abzubauen. Gleichzeitig geht es um eine parteiiche Unterstützung von Personen, welche Diskriminierung oder Grenzüberschreitung im Rahmen der Veranstaltung erlebt haben.

Und warum ist das wichtig?

Wir sind doch schließlich zum Spaß hier!

Warum können wir also nicht einfach Spaß haben und müssen uns stattdessen über so ernste Sachen Gedanken machen? Viele Personen, die gern Veranstaltungen besuchen, kennen das: Die Hand am Po auf der Tanzfläche, die Ratlosigkeit, welche Toilette jetzt benutzt werden soll, da es nur die Kennzeichnung für „Männer“ und für „Frauen“ gibt, die rassistische Konfrontation am Einlass oder die physische Unzugänglichkeit des Festivals aufgrund von Barrieren. Personen, die diese Erfahrungen machen, können also nicht einfach Spaß haben, sondern müssen sich über diese Themen Gedanken machen. Nicht selten führt das dazu, dass Menschen Veranstaltungen verlassen, weil sie sich nicht sicher fühlen. Oder sie besuchen diese erst gar nicht mehr, aus Angst vor Diskriminierung. Aber so soll es nicht bleiben!

„Gewalt und Diskriminierung können überall auftreten und sind ein Zeichen von Missständen in der Gesellschaft, nicht der Veranstaltung als solcher.“
→ Initiative Awareness Leipzig

Diskriminierung ist mehr als ein individuelles Fehlverhalten einzelner „böser“ Menschen, sondern findet sich systematisch in den Strukturen unserer Gesellschaft wieder. Ressourcen, Macht und Wertschätzung sind in unserer Gesellschaft leider nicht gleich verteilt. Eine Bewegung, die

dies deutlich und sichtbar machte, war z. B. die #metoo-Debatte. Unter diesem Hashtag twitterten insbesondere Frauen von Erfahrungen sexualisierter Gewalt und Belästigung. So machten sie dieses tabuisierte Thema der Öffentlichkeit zugänglich und stießen eine Diskussion an. Ähnlich war es mit dem etwa ein Jahr später auftauchenden Hashtag #MeTwo, mit dem Personen auf Erfahrungen von Alltagsrassismus hinwiesen. Wenn solche Debatten ernst genommen werden, kann also davon ausgegangen werden, dass diese Mechanismen auch an den Pforten des Festival-Geländes nicht haltmachen, sondern im Veranstaltungskontext eine Rolle spielen – ob wir wollen oder nicht.

Was können wir jetzt tun?

Prinzipiell findet die Implementierung von Awareness auf Veranstaltungen auf drei Ebenen statt: der persönlichen, der strukturellen und der interpersonellen Ebene. Im Folgenden sollen zu allen drei Ebenen erste Impulse und Ideen folgen, die dabei helfen können, Awareness auf dem eigenen Festival umzusetzen.

Bei uns selbst anfangen

„Privilege is when you think something is not a problem because it is not a problem to you personally.“

→ David Gaider

Wenn davon ausgegangen wird, dass Diskriminierung nicht von einzelnen „bösen“ Anderen kommt, sondern unsere Gesellschaft durchzieht, macht es Sinn, sich die Frage zu stellen, was wir selbst denn eigentlich damit zu tun haben. Inwiefern habe ich diskriminierende Normen und Strukturen von Kindheit an verinnerlicht und trage sie deshalb mit mir herum – ob ich möchte oder nicht?

Diese Perspektive kann enorm helfen, um eigenes Verhalten zu reflektieren und somit zu vermeiden, dass wir Diskriminierung und Ausschluss unbewusst fortsetzen. Gleichzeitig kann Austausch, Zuhören und Perspektivwechsel dazu beitragen, andere Personen und ihre Erfahrungen besser zu verstehen oder überhaupt erst zu erkennen. Grundvoraussetzung, um ein möglichst diskriminierungsarmes Festival zu gestalten, ist ein Verständnis gesellschaftlicher Rahmenbedingungen und ein Erkennen der eigenen Eingebundenheit in diskriminierende Strukturen.

Die Rahmenbedingung des Festivals

Bei der Planung von Festivals machen sich Organisator:innen viele Gedanken darüber, welche Atmosphäre vermittelt werden soll und welches Gefühl den Besucher:innen gegeben wird. Um das Festival Stück für Stück sensibler und sicherer zu gestalten, sollten alle Arbeitsbereiche des Festivals genau untersucht werden: Inwiefern setzen sie Diskriminierung fort oder befördern sie? Wie können die einzelnen Bereiche genutzt werden, um bewusst präventiv gegen Diskriminierung und Ausschluss vorzugehen?

Awareness ist ein Querschnittsthema, welches in allen Arbeitsbereichen des Festivals mitgedacht und umgesetzt werden kann und sollte.

Dafür ist es hilfreich, sich die einzelnen Handlungsbereiche genauer anzuschauen – wie z. B. das Booking, die Raum- bzw. Geländegestaltung, die Schulung des Bar- und Security-Personals sowie die Absprachen untereinander, um nur einige zu nennen. Im untenstehenden Infokasten sind Fragen zu finden, die Impulse für eine erste Auseinandersetzung sein können. Ein Stichwort ist dabei auch Diversität, also die Frage der Repräsentation. Gut verdeutlichen lässt sich dies am Beispiel des Bookings. Welche Künstler:innen laden wir ein und stellen ihnen unsere Bühne zur Verfügung? Wenn uns beim Brainstorming für unser nächstes Line-up hauptsächlich weiße Männer einfallen, liegt das nicht daran, dass nur sie es sind, die Musik machen. Sondern daran, dass sie es sind, die die meiste Aufmerksamkeit dafür bekommen.

„Vielfalt ist wichtig, weil sie real ist. Wenn wir divers besetzen [...], dann nicht, weil man einer Utopie nachkommen möchte, sondern der Realität.“
→ Alice Hasters

Fragen für eine erste Auseinandersetzung

Wie ist das Gelände gestaltet? Gibt es ruhige Orte zum Ausruhen? Wie ist die Beleuchtung? Wer steht auf der Bühne bzw. hinterm DJ-Pult? Welche Inhalte vermitteln die Künstler:innen in ihren Texten und ihrer Performance? Wie ist das Personal (Bar, Security etc.) geschult? Gibt es Absprachen bezüglich gemeinsamer Werte? Gibt es einen Handlungsplan im Fall von Diskriminierung oder Gewalt? Wie wird die Veranstaltung beworben? Welche Botschaften sendet die Werbung aus? Wer wird angesprochen und wer nicht?

Unterstützung von Betroffenen

Was aber, wenn nun doch ein Übergriff stattgefunden hat, eine Person verletzt, eine Grenze überschritten wurde? Zentraler Aspekt von Awareness ist eine Haltung, die die Erfahrung diskriminierungs betroffener Personen anerkennt. Die Betroffenen müssen nicht erklären, beweisen oder rechtfertigen was warum passiert ist. Es geht um die Anerkennung der Erfahrung und des Schmerzes, der Wut oder anderweitiger emotionaler Reaktionen. Während in unserer Gesellschaft Erfahrungen von Diskriminierung und Gewalt häufig in Frage gestellt, nicht ernst genommen oder sogar Betroffenen eine (Mit-)Schuld an dem Erlebten gegeben wird, versucht Awareness, parteiliche Unterstützung entgegenzusetzen. Dabei gibt es kein Patentrezept. Zentral ist vor allem ein Verständnis von und eine klare Haltung gegen Diskriminierung und Gewalt.

Häufig ist es wertvoll, überhaupt erstmal zuzuhören, die Erfahrung der Person ernst zu nehmen und ihre Bedürfnisse zu respektieren. Da wir diese Gespräche aus unserem Alltag nicht unbedingt gewöhnt sind, ist es sinnvoll, sich im Team darauf vorzubereiten und bereits im Vorhinein Strategien und Handlungsideen zu entwickeln. Wichtig dabei ist, dass die Perspektive und die Bedürfnisse der Betroffenen im Mittelpunkt stehen. Ein sinnvoller erster Schritt kann es außerdem sein, als Veranstalter:in klar

Stellung zu beziehen und den Besucher:innen somit zu vermitteln, dass sie im Falle von Diskriminierung und Gewalt nicht allein sind.

Also, auf geht's!

Dieser Text kann nur ein erster Impuls sein, sich näher mit dem Thema Awareness und Antidiskriminierung auf Festivals zu beschäftigen. Hoffentlich konnte er einige erste Impulse und Motivation geben, sich näher damit auseinanderzusetzen und aktiv zu werden. Für die Planung und Durchführung sicherer Veranstaltungen gibt es kein Patentrezept. Aber es gibt mittlerweile viele Anregungen, Literatur und Weiterbildungsangebote, die bei der weiteren Auseinandersetzung hilfreich sein können. Prinzipiell gilt: Die Implementierung von Awareness auf Festivals ist ein Prozess. Es braucht Zeit, Geduld, Zusammenhalt und Mut, auch dorthin zu schauen, wo wir sonst nicht so gern hinsehen. Aber der Weg ist es wert, gegangen zu werden. Damit Stück für Stück sicherere Räume auf unseren Festivals geschaffen werden und wir somit auch langfristig zu einer gesellschaftlichen Veränderung beitragen!

Kontaktmöglichkeiten bei Interesse

→ hallo@initiative-awareness.de (Initiative Awareness Leipzig)
→ info@safenight.de (Safe Night e. V. Hamburg)
→ rave_awareness@riseup.net (rave*awareness Berlin)

Weiterführende Informationen zum Thema Awareness

Ann Wiesenthal (2017): Antisexistische Awareness. Ein Handbuch. Unrast Verlag.

Tupoka Ogette (2019): Exit racism. Rassismuskritisch denken lernen. Unrast Verlag.

Gladt e. V. (2019): Solidarität macht stark – Ein Wegweiser für Jugendliche im Umgang mit Diskriminierung. → **Materialsammlung**

FEMermaid (2016): Handreichung für Clubs und Veranstalter_innen zur präventiven Arbeit gegen sexualisierte Übergriffe und sexistische Gewalt. → **Materialsammlung**

Inklusion auf Festivals – Alurampe und fertig?!

Kein Sexismus, keine Homophobie, kein Rassismus – dieser Claim ist in vielen Veranstaltungsbeschreibungen von Festivals zu finden. Er soll deutlich machen, dass keine:r wegen seiner/ihrer Hautfarbe, Geschlecht oder sexuellen Orientierung ausgeschlossen wird. Doch die meisten vergessen eine sehr große Minderheit, die in vielen Teilen unserer Gesellschaft nicht aktiv, aber passiv ausgegrenzt wird: Menschen mit einer Behinderung.

Wie können Barrieren so gering wie möglich gehalten werden?

Drei Stufen vor dem Eingang oder ein holpriger Weg durch einen Wald auf dem Festival-Gelände sind für eine Person, die im Rollstuhl sitzt, meistens nicht zu überwinden. Die ganze Nacht Strobo-Lichter auf dem Dancefloor, können bei Epileptiker:innen zu einem Anfall führen.

Für Menschen mit Behinderung, die ein Festival besuchen wollen, ist darum die Angst oft groß. Denn ein Festival-Besuch bedeutet für sie viel Planung und sie sind auf die Unterstützung von anderen Personen während des Festivals angewiesen. Um den Festival-Besuch für Menschen mit Behinderung trotzdem so angenehm wie möglich zu gestalten, sollten sich die Veranstalter:innen fragen: Was kann ein Festival tun, um die Barrieren so gering wie möglich zu halten?

Unmögliches versuchen, um Mögliches zu schaffen

Das Zurück zu den Wurzeln Festival hat sich dieser Frage angenommen. Seit 2017 versucht es jedes Jahr, immer mehr Barrieren abzubauen und noch mehr Menschen mit Behinderung ein Festival zu ermöglichen. Im Folgenden werden nun die wichtigsten Erfahrungen und Erkenntnisse sowie Tipps und Hilfestellungen für andere Festival-Veranstalter:innen präsentiert.

Vorab sollte erwähnt werden, dass es fast unmöglich ist, ein vollkommen barrierefreies Festival zu gestalten. Dennoch gilt, Unmögliches versuchen, um Mögliches zu schaffen.

Das Festival-Gelände

Beim Festival-Gelände geht es zunächst darum, dass jede:r alles gut erreichen kann. Hierfür hat das Zurück zu den Wurzeln Schwerlastmatten verlegt, überall dort, wo es mit einem Rollstuhl problematisch werden

könnte. Der Festival-Crew ist es wichtig, dass Personen mit einem Rollstuhl nicht am Rand abgestellt werden, wie es oft in Fußballstadien oder auf Konzerten zu sehen ist. Wenn eine Person ganz vorn, direkt vor dem DJ, tanzen möchte oder mitten in der Menschenmenge, sollte das auch möglich sein. Also führen die Wege beim Zurück zu den Wurzeln mitten auf den Floor und bilden dort eine große Fläche.

Da der Untergrund oft aus Sand oder Erde besteht, werden die Maten mit schmalen Brettern eingerahmt, damit sie beim Tanzen nicht im Boden verschwinden. Die Bretter werden leicht in der Erde eingegraben und von beiden Seiten mit Erdnägeln fixiert. Gibt es auf einem Floor auch ein Podest, auf dem getanzt werden soll, ist es nicht sonderlich aufwendig zusätzlich eine Rampe aufzubauen. Bis zu 6 % Steigung ist mit einem Rollstuhl gut zu bewerkstelligen.

Podeste bieten eine gute Gelegenheit, dass ein Mensch, der im Rollstuhl sitzt, auch mal über die Menschenmenge schauen kann. Die Augenhöhe ist auch bei den Bars ein wichtiges Thema. Es sollte darauf geachtet werden, dass es eine Stelle gibt, die niedriger gebaut ist. So schaut der:die Rollstuhlfahrer:in nicht gegen eine Wand und kann sich das Getränk auch selbst nehmen, ohne dass es runtergereicht werden muss. Selbstbestimmtes Handeln ohne fremde Hilfe sollte durch Barrierefreiheit gewährleistet werden.

Da es nicht nur Menschen mit Behinderung gibt, die in einem Rollstuhl sitzen, sondern es auch andersartige Behinderungen gibt, hier noch ein paar weitere Tipps für ein möglichst barrierefreies Festival-Gelände: Viele Menschen mit einer geistigen Behinderung haben Orientierungsprobleme. Daher können hier große Schilder in Form von Piktogrammen, für bspw. eine Wasserstelle, sehr förderlich sein. Getränke, Richtungspfeile, Essensstände und Toiletten mit Piktogrammen zu versehen, ist eine große Hilfe für Menschen, die nicht gut lesen können (und auch für Menschen, die kein Deutsch sprechen).

Außerdem sollten neben den mobilen Toiletten immer noch ein bis zwei barrierefreie Toiletten stehen. Für Epileptiker:innen hat das Zurück zu den Wurzeln mit den Lichttechniker:innen auf dem Festival die Absprache getroffen, dass Strobo-Lichter nur zu einer bestimmten Zeit eingesetzt werden und dass dies ausdrücklich gekennzeichnet wird.

Camping

Camping gehört zu einem Festival genauso wie die Musik. Für Menschen mit Behinderung kann dies eine große Herausforderung sein. Oftmals ist das Gepäck sehr umfangreich und es muss an viele Dinge gedacht werden. Für Menschen mit einer eingeschränkten Bewegung kann es ziemlich schwer sein, von einer Isomatte aufzustehen. Auf dem Zurück zu den Wurzeln wurde ein Inklusionscamp eingerichtet, welches das Camping für Menschen mit Behinderung erleichtern soll.

Dort gibt es Mannschaftszelte und Feldbetten, die bei Bedarf genutzt werden können. Außerdem wird dort Strom zur Verfügung gestellt, um Lifter, Elektrorollstühle und Atemgeräte zu laden. Es gibt einen Kühlschrank für Medikamente, die gekühlt gelagert werden müssen und immer ein bis zwei Personen (oft Heil- und Erziehungspfleger:innen), die bei Bedarf mit Rat und Tat zur Seite stehen. Dennoch wird vorher ausdrück-

lich klargemacht, dass keine persönlichen Assistent:innen gestellt werden können. Sollte eine Person durchgehend auf Hilfe angewiesen sein, muss eine Begleitperson dabei sein.

Ein Inklusionscamp hat wenig mit Inklusion zu tun

Darüber, dass ein Inklusionscamp wenig mit Inklusion zu tun hat, sondern eher einen exklusiven Charakter besitzt, hat sich das Zurück zu den Wurzeln lange Gedanken gemacht. Dennoch ist das Team zu dem Schluss gekommen, dass das Camp als Angebot und nicht als Pflicht verstanden werden soll – Menschen mit Behinderung soll die Angst genommen und gezeigt werden, dass es möglich ist, auf einem Festival zu campen. Das Inklusionscamp geht außerdem nahtlos in das übrige Camping-Gelände über.

Ein weiteres exklusives Angebot, welches aber auf jeden Fall notwendig ist, ist der barrierefreie Duschcontainer. Er ist komplett ebenerdig und besitzt keine Stufen. Auf dem Zurück zu den Wurzeln steht er direkt beim Inklusionscamp, so ist der Weg, der ggf. mit einem Duschstuhl zurückgelegt werden muss, nicht so weit.

Aufwand und Kosten

All diese Maßnahmen klingen zunächst einmal nach relativ viel Aufwand und Kosten. Die Kosten auf die Tickets umzulegen, kommt eigentlich nicht in Frage, da sich Menschen mit Behinderung häufig auf dem sog. zweiten Arbeitsmarkt befinden und deshalb nicht viel Geld verdienen.

Das Zurück zu den Wurzeln hat deshalb ein Extraticket für Menschen mit Behinderung eingeführt, welches günstiger ist. Personen, die ein „B“ im Schwerbehindertenausweis haben, können zusätzlich eine Begleitperson kostenlos mitnehmen.

Um die Kosten für Material und Personal zu decken, können Festival-Veranstalter:innen Förderanträge beim Land stellen. Deutschland hat die UN-Behindertenrechtskonvention unterzeichnet und ist deshalb verpflichtet, Kulturveranstaltungen mit Barrierefreiheit zu fördern. Das ist viel Papierkram, aber es lohnt sich.

Barrieren im Kopf abbauen

Auch das Zurück zu den Wurzeln Festival ist noch lange nicht bei einer vollständigen Inklusion angekommen. Viele würden sogar sagen, dass es nicht Inklusion genannt werden darf, weil eben keine 100-prozentige Barrierefreiheit geleistet werden kann.

Für das Zurück zu den Wurzeln bedeutet Inklusion aber, dass alle Menschen Schwächen und Stärken haben und, dass es darum geht uns alle gegenseitig zu unterstützen. Vor allem aber geht es dem Team darum, Barrieren im Kopf abzubauen.

„Du bist gut, so wie du bist“

Berührungsängste zu mindern, klappt am besten auf einem Festival, wo es darum geht, den Alltag, Unsicherheiten und Unzulänglichkeiten einmal

hinter sich zu lassen. „Du bist gut, so wie du bist“ ist das Mindset, das auf Festivals gelebt wird und darum geht es.

Es gibt aber auch Gäst:innen, die ihre Berührungsängste mit extremer Hilfsbereitschaft kompensieren und z. B. einfach einen Rollstuhl ungefragt anschieben. Besucher:innen sollten unbedingt darauf aufmerksam gemacht werden, dass vorher gefragt werden sollte, ob Hilfe benötigt wird.

Das gilt übrigens nicht nur für Menschen mit Behinderung – jedem: jeder ist seine:ihre Autonomie wichtig. Festivals mit mehr Diversität können dazu führen, dass auch im Alltag Diversität zur Normalität wird. Und dafür lohnt es sich einzustehen und zu investieren.

Nachhaltigkeit im Festival-Kontext ist ein Prozess, kein schneller Weg

Der Nachhaltigkeitsbegriff ist in unserer Gesellschaft inzwischen fast omnipräsent. Das Zielpublikum vieler Festivals ist deutlich sensibilisiert gegenüber diesem Themenfeld und verlangt von Veranstaltenden zunehmend glaubhafte und weitreichende Bemühungen im Bereich der Nachhaltigkeit.

Dabei muss ein Sachverhalt gleich zu Beginn klargestellt werden: Ökologisch nachhaltig feiern ist in den Größenordnungen, in denen sich die meisten Festivals bewegen, schlichtweg fast unmöglich. Denn die gesamte Infrastruktur, welche für die Durchführung benötigt wird, muss in den allermeisten Fällen für einen vergleichsweise kurzen Zeitraum z. B. auf Feldern oder anderen abgelegenen Locations komplett neu errichtet werden. Der Ressourcenbedarf und vor allem die Transportaufwendungen für Mensch und Material lassen sich nicht wirklich nachhaltig abbilden.

Davon abgesehen stellen folgende drei Themenfelder die größten Herausforderungen für Nachhaltigkeit im Festival-Kontext dar:

Komplexität

Nachhaltigkeit zu bewerten, ist unglaublich komplex. Extrem viele Faktoren und Sachverhalte fließen in eine Bewertung ein. Ohne Expert:innenwissen ist es oft schwer zu sagen, welche Handlungsoption die nachhaltigste für das vorliegende Problem darstellt. Zum Beispiel kann unter bestimmten Umständen ein Einwegkonzept für die Bar nachhaltiger sein als ein Mehrwegkonzept. Hier geht es dann um verwendete Rohstoffe und Energie, Recyclingquote, Anlagenalter, Transportentfernungen, Verbrauchseinheiten, Bruch- und Verlustanteil und einiges mehr. Die Messbarkeit von Nachhaltigkeit stellt also ein teils ungelöstes Problemfeld dar. Oftmals haben sich Bewertungen über Hilfsgrößen wie dem CO₂-Fußabdruck o. Ä. etabliert. Diese können jedoch nicht alle Einflussgrößen abbilden und so kommt es oft auch zu Wahrnehmungsverschiebungen in der Bewertung.

Wahrnehmung

Probleme und auch deren nachhaltig gedachte Lösungen werden stets unterschiedlich wahrgenommen. Einigen gehen Maßnahmen zu weit, anderen geht es nicht weit genug. Auch gibt es eine Verschiebung bei der Bewertung von Maßnahmen. So werden z. B. Einlassbänder aus recyceltem Material sehr stark und positiv von vielen Besucher:innen registriert.

Die ökologische Verbesserung im Vergleich zu neuen Bändern ist aber vergleichsweise gering – zumindest im Vergleich zu einer Umstellung der Floor- oder Geländebeleuchtung auf LED. Auch Pfandchips aus Holz werden gefeiert, obwohl sie vielleicht trotz vorhandener Plastikmarken extra angefertigt wurden. Den lokalen, zertifizierten Holzhandel für den Bühnenbau registrieren allerdings die wenigsten – außer Veranstalter:innen schaffen es, dies gut zu kommunizieren.

Kommunikation

Dabei müssen teils sehr komplexe Sachverhalte kurz und verständlich an die Gäst:innen gebracht werden. Diese Informationsmenge konkurriert nicht nur mit vielen weiteren wichtigen Inhalten der Veranstaltung, sondern auch mit der generellen Reizflut eines Festivals. Die Aufnahmefähigkeit der Gäst:innen ist schnell erreicht und so sind gezielte und kreative Vermittlungsmethoden gefragt, um die gewünschten Inhalte zu verbreiten. Orte wie Einlass, Toiletten, Food-Stände und Bars, an denen sowieso gewartet wird, sind stets ein guter Punkt, um solche Informationen zu vermitteln. Auch empfiehlt es sich, so direkt wie möglich an den eigentlichen Maßnahmen zu informieren. Zum Beispiel können sich auf Einwegbechern Erklärungen zum Recycling finden oder auf den Pfandsäcken, die am Eingang verteilt werden, Informationen zur Müllproblematik.

Auswahl an konkreten Maßnahmen zur Steigerung der Nachhaltigkeit bei Festivals:

Anreise

Die Anreise stellt je nach Größe bzw. Einzugsgebiet des Festivals die größte Herausforderung in puncto Nachhaltigkeit dar. Der Königsweg wäre sicherlich, dass alle Gäst:innen zu Fuß, mit dem Fahrrad oder dem öffentlichen Nahverkehr (ÖPNV) anreisen.

Die Erfahrung zeigt allerdings – Das Auto bleibt immer noch die beliebteste Reiseform. Die Gründe hierfür liegen auf der Hand: Das Auto ermöglicht eine individuelle An- und Abreise sowie Einkäufe ohne zeitliche oder örtliche Beschränkungen und verspricht dadurch Ungebundenheit. Die Reiseform ist immer noch relativ preiswert, zumindest wenn sich die Fahrt mit anderen Mitfahrer:innen geteilt wird. Es ist überaus bequem und ermöglicht ein sehr hohes Transportvolumen.

Letzteres scheint angesichts immer aufwendiger gestalteter Camps und eines gesteigerten Nahrungs- und vor allem Getränkebedarfs ein sehr wichtiger Punkt zu sein. Hier kann ein Verleihservice auf dem Festival-Gelände für Camping-Artikel sowie ein Bestellsupermarkt für Getränke und Essen ein Anreiz sein, mit dem ÖPNV oder dem Fahrrad anzureisen.

Auch können aus der Region gemeinsame Radanreisen angeboten werden. Zudem besteht die Möglichkeit mit dem regionalen Verkehrsunternehmen oder der Bahn zu kooperieren, um inkludierte oder ermäßigte Tickets anzubieten. Eine kurze Anbindung zu ÖPNV-Haltestellen oder ein guter Shuttleservice können die Bereitschaft auf das Auto zu verzichten ebenfalls steigern.

Auch organisierte Busanreisen aus Ballungsgebieten sind je nach Auslastung ökologisch sinnvoll. Weiterhin können in den sozialen Medien

Plattformen für Mitreisegelegenheiten etabliert werden. Der:Die Individualanreisende sollte zusätzlich über Parkgebühren / Autopässe zu einer alternativen Anreise motiviert werden.

Energiebedarf

Natürlich sollte klar sein, je weniger technische Geräte eingeplant werden, desto weniger Energiebedarf besteht und nachhaltiger ist das Festival. Ein Festival soll aber meist doch ein Spektakel sein mit Licht, Sound, Gastronomie und allerlei anderen Spielereien. Hier muss stets ein Weg zwischen Anspruchshaltung von Besucher:innen sowie Veranstalter:innen und möglichst energiesparender Lösungen gefunden werden.

Vor allem technische Lösungen stehen hier im Vordergrund. Energieeffiziente Veranstaltungstechnik ist ein großer Punkt. Aber nicht alle Dienstleister:innen können permanent ihre Technik modernisieren. Bei der Auftragsvergabe sollte dennoch auf effizientere Technik geachtet werden. Bei der Stromversorgung empfiehlt es sich, möglichst viel Feststrom und wenige Dieselgeneratoren zu nutzen. Da sich Generatoren allerdings meistens nicht vermeiden lassen, spielt die bedarfsgerechte Stromplanung eine zentrale Rolle.

Überdimensionierte Aggregat-Kapazitäten sind nicht selten. Eine möglichst genaue Planung (inkl. Reserve) ist zwar aufwendiger und anspruchsvoller als eine grobe Abschätzung, kann aber einiges an Kosten und Emissionen einsparen. Ab gewissen Größenordnungen bieten Dienstleistende auch das Live Monitoring der Aggregate an. Das liefert ggf. weiteren Input für Optimierungen.

Auch die aufkommende Möglichkeit Wasserstoffgeneratoren zu nutzen, sollte geprüft und bedacht werden. Ein simpler und einfach umzusetzender Punkt ist außerdem die konsequente Abschaltung ungenutzter Kapazitäten. So sollten z. B. immer alle Lichter ausgeschaltet werden, sobald es hell ist.

Rohstoffe / Recycling

Die Trennung der Rohstoffe sollte mindestens in den Kategorien Glas, Metalle, Pappe / Papier, Leichtverpackungen und Restmüll erfolgen. Weitere Unterteilungen sind vom regionalen Entsorgungsunternehmen abhängig. Es hat sich gezeigt, dass Gäst:innen durchaus bereit sind, schon auf dem Gelände ihren Abfall zu trennen. Allerdings verschlechtert sich die Quote der richtigen Einwürfe ab dem vierten Gefäß deutlich. Eine nachgelagerte, händische Aufarbeitung des Abfalls ist also unumgänglich. Die Müllgefäße sollten sehr gut gekennzeichnet, ausreichend groß, offen und in genügender Zahl an sinnvollen Punkten des Geländes vorhanden sein.

Eine verstärkte Geländereinigung am ersten Festival-Tag führt oftmals zu einem wesentlich aufmerksameren Verhalten aller Besucher:innen an den Folgetagen.

Müllpfand ist fast unumgänglich. Dabei muss klar kommuniziert und gelebt werden, dass es sich um einen gemeinschaftlichen Dienst für das Festival handelt und nicht nur eigener Müll der Maßstab ist. Der Müllsack sollte mindestens zur Hälfte gefüllt werden.

Zeltpfand ist eine Option, wenn die Gäst:innen erfahrungsgemäß größere Mengen Einwegzelte verwenden. Dabei wird am Einlass für jedes mitgeführte Zelt ein Pfand erhoben, der bei Abreise durch Vorzeigen des

Zeltes wieder eingelöst werden kann.

Ecotoiletten sind den konventionellen Klos aus ökologischer Sicht überlegen, da sie deutlich weniger Wasser verbrauchen, aus umweltfreundlicherem Baumaterial bestehen und auch die Verwertung der Fäkalien energieschonender ist. Sie werden zudem von Gäst:innen wegen des besseren Toilettenerlebnisses besonders geschätzt. Hier spielen der Geruch, die Haptik und die allgemeine Sauberkeit eine große Rolle.

Komposttoiletten erzeugen jedoch höhere Kosten durch meist weitere Transport- und Entsorgungswege sowie den gesteigerten personellen Betreuungsbedarf. Am Anfang kann daher ein Mischkonzept mit konventionellen mobilen Toiletten gefahren werden, welches in den Folgejahren den Erfahrungen der Vorjahre und dem monetären Leistungsvermögen angepasst wird.

Ecotoiletten vs. konventionelle Toiletten

Welche Toiletten wirklich nachhaltiger sind, ist ein komplexes Thema und nicht allgemeingültig zu beantworten. Es gibt mobile Toiletten, die zu 100 % aus recyceltem Plastik hergestellt wurden, Ecotoiletten mit PVC-Planen z. B. kommen da nicht besser weg. Das ist immer abhängig von den Anbieter:innen und dem momentanen Portfolio. Konventionelle, regionale Anbieter:innen können eine bessere Umweltbilanz haben als ein:e Anbieter:in für Ecotoiletten in 200 km Entfernung. Wenn allerdings neue Falttechniken für die Komposttoiletten entwickelt werden, können viel mehr auf einem LKW transportiert werden und die Bilanz würde sich schon wieder ändern. Die Flüssigkeit in den mobilen Toiletten kann sehr viele Gefahrstoffe beinhalten, die teilweise sogar bestimmte Reinigungsstufen in Kläranlagen schädigen. Es gibt aber auch „harmlosere“ Alternativen. Die Entsorgung in Kläranlagen ist viel dezentraler und damit energiesparender durchzuführen. Kompostabfälle hingegen werden z. B. in Brandenburg zentral in einer Anlage in Eberswalde gesammelt. Es bewegt sich ständig etwas auf dem Gebiet und die Bilanzierung ist sehr komplex und von vielen Faktoren abhängig.

Material

Bau- und Dekomaterial sollte möglichst gebraucht erworben werden, obwohl sich gewisse Neubeschaffungen selten vermeiden lassen. In der Folge müssen Bauten und Installationen so geplant werden, dass sie möglichst einfach zu demontieren sind und das Material einzeln oder in Modulen wiederverwertet werden kann. Holz stets zu schrauben, statt zu nageln, ist ein erster Schritt.

Eine App statt Druckprodukte für das Festival-Programm spart erst einmal Papier – hier muss in Folge allerdings an Funkzellenerweiterungen bzw. Offline-Verfügbarkeit und ausreichend Lademöglichkeiten auf dem Festival-Gelände gedacht werden.

Recycelte Festival-Bänder oder Pfandmarken aus nachhaltiger Holzwirtschaft sind gut, sollten bei einem ehrlich gemeinten Konzept allerdings nicht der erste Schritt sein, da ihre tatsächliche Auswirkung auf die Nachhaltigkeit des Festivals vergleichsweise gering ist.

Food and Beverage

Am nachhaltigsten ist es, wenn die Gäst:innen selbst Geschirr für Essen und Getränke mitbringen.

Das funktioniert meist nur im sehr kleinen Rahmen, da ausreichend Abwaschstationen, Lösungen zum Verstauen und auch Hygienebestimmungen im großen Rahmen schwer umzusetzen sind. Ein erster Schritt wäre Plastikeinweggeschirr für die Gastronomie zu verbieten und stattdessen auf ökologisch abbaubare Alternativen oder ein Mehrwegkonzept zu setzen. Durch eine neue EU-Regelung sind ab dem 3. Juli 2021 bestimmte Plastik- und Styroporgegenstände ohnehin verboten. Dazu zählen: Plastikbesteck (Gabeln, Messer, Löffel und Essstäbchen), Plastikgeschirr (Teller, Schalen), Trinkhalme aus Plastik (viele nennen sie „Strohhalme“), Verpackungen für warme Speisen und Getränke aus Styropor (Polystyrol).

Im Barbetrieb ist ein Mehrwegkonzept in den meisten Fällen ebenfalls sinnvoll. Soweit konzeptionell möglich, sollte auf Becher verzichtet und nur mit marktüblichen Flaschen gearbeitet werden. Für Longdrinks und Shots sind Becherlösungen allerdings kaum vermeidbar. Hier können Mehrweggefäße und eine eigene Spüllogistik sinnvoll sein. Bei kleineren Veranstaltungen können alternativ Becherpfandsysteme genutzt werden. Hier werden Becher angemietet, die dreckig zurückgegeben und erst nach der Veranstaltung gereinigt werden.

Die Anschaffung einer eigenen Spülstraße ist nur sinnvoll, wenn der finanzielle Spielraum groß ist und eine sehr hohe Anzahl an Veranstaltungen im Jahr durchgeführt wird bzw. die Anlage in freien Zeiträumen vermietet werden kann. Unter Umständen könnten sich mehrere Festivals die Anschaffungskosten teilen. Eine Miete oder die Beauftragung eines Dienstleistenden ist in den meisten Fällen allerdings wirtschaftlich sinnvoller.

Weiterhin könnten tatsächlich biologisch abbaubare Becher über einen Pfand an den Bars gesammelt und in einem eigenen Projekt, z. B. direkt auf dem Festival-Gelände, praxisgerecht kompostiert werden. Im normalen Biomüllsystem werden diese Stoffe abgetrennt und ggf. verbrannt, da sie nicht schnell genug kompostieren.

Regionale und faire Partner:innen

Partner:innen, die ihre gesellschaftliche Verantwortung bewusst wahrnehmen, sollten gerade in diesem Bereich gesucht und eingebunden werden, z. B. zertifizierte Bio- oder Fairtrade-Getränkeanbieter:innen.

Beim Speisenangebot gilt grundsätzlich: Am besten ist es, wenn so wenig wie möglich Fleisch und weitere Tierprodukte konsumiert werden. Außerdem ist es gut, wenn möglichst viel Bio-, Fairtrade- und regionale Produkte angeboten und verzehrt werden.

Gerade beim letzten Punkt bietet es sich an, gezielt Anbieter:innen aus der Veranstaltungsregion anzusprechen.

Das können Lebensmittellieferant:innen, Erzeugergemeinschaften oder Bauernhöfe sein, um zum einen das Artist und Crew Catering auszustatten oder zum anderen auch, um Warengruppen zentral für die unterschiedlichen Food-Anbieter:innen (verpflichtend) bereitzustellen. Letztere können ebenfalls in der Region akquiriert werden.

Dieses Vorgehen wirkt sich positiv auf die Ökobilanz aus und steigert die Akzeptanz sowie Verbundenheit in der Region. Dies führt im besten Fall noch zu einem positiv wahrgenommenen Alleinstellungsmerkmal im Speisenangebot. Die Frage ist lediglich, ob sich gesamtheitlich genügend authentische Anbieter:innen finden, die das Konzept umsetzen können und, ob die Gäst:innen die getroffene Speisenauswahl akzeptieren.

Kompensation

Bei allen beleuchteten Themenfeldern ist theoretisch auch die Kompensation der „nicht vermeidbaren“ CO₂-Emissionen möglich. Dies sollte über bereits etablierte Dienstleistungsplattformen erfolgen. Wobei die konkreten Kompensationsmaßnahmen stets auf ihre Wirkung und Sinnhaftigkeit überprüft werden sollten.

Allerdings stellen solche Maßnahmen oftmals eine große monetäre Herausforderung für die Veranstaltenden bzw. Gäst:innen dar. Gerade wenn versucht wird enorme Belastungen wie die Anreise zu kompensieren. Außerdem empfiehlt sich grundsätzlich in vielen besprochenen Themenfeldern auch die Zusammenarbeit mit (regionalen) Initiativen oder Umweltschutzverbänden.

Die drei Eckpfeiler der Nachhaltigkeit

Ökonomische Nachhaltigkeit

Sie ist auf kurz oder lang zwingend umzusetzen. Ob gewinnorientiert oder nicht, das Festival muss im gegenwärtigen Wirtschaftssystem dauerhaft bestehen und seinen ökonomischen Verpflichtungen nachkommen. Dazu zählt z. B. auch die faire Bezahlung von Mitarbeiter:innen und Dienstleister:innen. Die besten Absichten und Ideen bringen nicht viel, wenn das Projekt scheitert bzw. nur durch Formen der Selbst- oder Fremdausbeutung umgesetzt werden kann. Insofern bildet diese Säule der Nachhaltigkeit den übergeordneten und limitierenden Faktor für einen Großteil anderer Nachhaltigkeitsbemühungen.

Ökologische Nachhaltigkeit

Diese Säule beinhaltet fast den gesamten öffentlich wahrgenommenen Themenkanon der Nachhaltigkeit. Alle oben erwähnten Problemstellungen entstammen dieser Säule. Nachhaltigkeit wird also von Gäst:innen zum überwiegenden Teil als ökologische Nachhaltigkeit wahrgenommen und bewertet. Gerade in Anbetracht der momentan kaum auflösbaren Probleme und der schlechten Nachhaltigkeitsbilanz ein schwieriges Themenfeld, welches aber damit auch sehr viel Potenzial für Ideen und Veränderungen mit sich bringt.

Soziale Nachhaltigkeit

In diesem Bereich kann ein Festival tatsächlich nachhaltig positiv wirken. In der positiv geladenen Umgebung eines Festivals fällt es vielen leichter über den eigenen Tellerrand zu schauen und sich für neue Ideen zu öffnen. Zum einen kann die gelebte Nachhaltigkeit beim Festival selbst zum Nachdenken und Verändern anregen. Zum anderen können auch gezielt Inhalte, z. B. in Workshops, Diskursformaten oder Vorträgen, mit Informationen

und Handlungsvorschlägen zur Umsetzung nachhaltiger Verhaltensweisen im Alltag vermittelt werden.

Die Besucher:innen sind auch durch gruppendynamische Prozesse stärker bereit sich auf Veränderungen einzulassen und diese dann auch umzusetzen. Wenn es ein Festival schafft nur eine Person dazu anzuregen, nachhaltiger zu leben oder zumindest darüber nachzudenken, so ist schon ein Schritt in die richtige Richtung getan.

Umsetzung der Maßnahmen

Zum Abschluss noch ein paar grundlegende Überlegungen zur Implementierung der Nachhaltigkeit.

Im besten Fall ist das gesamte Team aufgeklärt über die Thematik und kann so nachhaltigkeitsorientierte Maßnahmen in der Planung und Umsetzung übergreifend einfließen lassen. Intrinsisch motivierte und informierte Mitarbeiter:innen sind durch nichts zu ersetzen. Mit wachsender Größe der Crew und wenn sämtliche Dienstleister:innen mitbedacht werden, existieren in einem Festival-Team zunehmend heterogene Meinungs- und Handlungsmuster. Daher empfiehlt es sich, eine Position des:der „Nachhaltigkeitsverantwortlichen“ zu schaffen. An dieser Stelle können sämtliche Bereiche in den Dialog eingebunden werden. Maßnahmen werden zentral ausgearbeitet und kommuniziert.

Maßnahmen selbst umsetzen oder Dienstleister:innen beauftragen?

Oftmals stellt sich die Frage, ob diese Maßnahmen selbst umgesetzt werden können oder ob ein:e Dienstleister:in beauftragt werden soll. Im kleinen Rahmen kann sicher viel intern umgesetzt werden, aber manchmal fehlt es an Personal, Material und Erfahrung – besonders bei größeren Festivals. All das bieten Dienstleister:innen, welche im besten Fall auch den Wertekanon der Veranstaltung teilen sollten.

Auf (grünen) Branchenevents, bei Arbeitsgruppen zur Nachhaltigkeit oder durch Festivals, die selbst schon viele nachhaltige Maßnahmen umgesetzt haben, können mehr Informationen über solche Anbieter:innen sowie neue Ansätze eingeholt werden.

Wann der Punkt erreicht ist, an dem eine externe Umsetzung bestimmter Prozesse sinnvoll ist, ist individuell sehr unterschiedlich. Es hängt verstärkt an der jeweiligen Dienstleistung, dem aktuellen Wissens- und Entwicklungsstand der Anbieter:innen, dem eigenen Leistungsvermögen (Know-how, finanzielle Ressourcen, Personal) oder der allgemeinen Kostenstruktur.

Grundsätzlich gilt

Nachhaltigkeit ist ein Prozess, kein schneller Weg. Das Thema muss ernst genommen werden, jedoch nicht mit dem erhobenen Zeigefinger. Es sollte mutig, aber auch realistisch agiert werden. Und bei allen Maßnahmen sollten die Festival-Besucher:innen stets mit eingebunden werden.

Cornelia Schulze-Ludwig, Jenny Jürgens und Johann Schwarz

Festivals und Kommunen – Synergien in der Region entdecken. Ein Interview

Jahr für Jahr macht der alinæ lumr e.V. aus der ostbrandenburgischen Kleinstadt Storkow / Mark eine einzige Großveranstaltung – das alinæ lumr Festival. Vierzehn Tage benötigt das Team für den Aufbau, die Durchführung und den Abbau. Welche Herausforderungen dieses Projekt für den Verein und die Stadt mit sich bringt und welchen Mehrwert das alinæ lumr Festival für die Region hat, besprechen Storkows Bürgermeisterin **Cornelia Schulze-Ludwig (CSL)** und **Johann Schwarz (JS)**, Vorstandsmitglied des alinæ lumr e.V., in einem Interview mit **Jenny Jürgens**, Gründungsmitglied des alinæ lumr e.V. und zuständig für Veranstaltungen auf der Burg Storkow.

Festivals haben in Storkow mittlerweile eine lange Tradition. Bevor das alinæ lumr Festival entstanden ist, fand in Storkow das mamallapuram-Festival statt. Das ist später nach Friedland umgezogen und wird jetzt unter dem Namen Jenseits von Millionen organisiert. Johann, du hast das mamallapuram-Festival damals mit Markus Kather, auch im jetzigen alinæ lumr Vorstand, gegründet. Der Umzug des Festivals nach Friedland war die Konsequenz aus Unstimmigkeiten mit der damaligen Bürgermeisterin der Stadt Storkow. Deswegen die erste Frage an Cornelia Schulze-Ludwig, jetzige Bürgermeisterin:

Wie kann ein Festival wie das alinæ lumr und die regionale Bevölkerung vor Ort erfolgreich zusammenarbeiten?

CSL Ich denke, für die Festival-Macher:innen spielt Storkow als Heimatstadt und Bezugsort eine besondere Rolle. Stets verbunden mit der Region und mit der Familie möchten die alinæ lumr Mitglieder etwas für Storkow tun und bewegen. Hinzu kommen die zahlreichen freiwilligen Helfer:innen aus Storkow und anderswo, die gemeinschaftlich in der Festival-Phase anpacken und somit einen tollen Beitrag für die Stadt leisten, weil sie sich mit dem Konzept, mit dem Team und natürlich mit dem Ort Storkow identifizieren können.

Die Einwohner:innen spüren diese persönliche, emotionale Beziehung der Festival-Teilnehmer:innen mit der Stadt und sehen das ehrenamtliche Engagement der Organisator:innen. Genau das motiviert, gemeinsam mit den jungen Leuten etwas auf die Beine zu stellen.

JS Ich vermute, bei den Vereinsmitgliedern aus Storkow ist es wirklich so, dass sich der innere Antrieb aus der Verbundenheit mit der Region speist.

Viele haben noch ihre Familien hier oder wohnen in Storkow. Umso beeindruckender finde ich es, wie sehr sich die Vereinsmitglieder mit der Stadt identifizieren, die ausschließlich über das Festival und den Verein mit der Region verbunden sind. Das hängt vor allem mit der Herzlichkeit und Offenheit zusammen, die uns entgegengebracht wird. In der Woche nach dem Festival fühlt es sich oft so an, als hätten wir die letzten dreißig Jahre in Storkow verbracht. Einen großen Anteil daran hat auch die entspannte und produktive Arbeit mit der Stadt Storkow.

CSL Ja, eine wichtige Schnittstelle ist die Kooperation mit der Stadt Storkow und dem Verein. Die Stadt als öffentliche Institution unterstützt das Festival, in dem sie z. B. lokale Netzwerke nutzt, Storkower Vereine und Bürger:innen direkt anspricht.

Die Festival-Macher:innen haben von Anfang an die Storkower:innen miteinbezogen. Von der Ideenfindung in der Planungsphase bis zur Durchführung des ersten Festivals war es ein Zusammenspiel der Stadt und des alínæ lumr Vereins. Das einmalige Konzept, die Konzerte und Programmpunkte nicht nur auf der traditionellen Kulturbühne Burg Storkow spielen zu lassen, sondern Plätze in der Altstadt in Spielorte zu verwandeln, überzeugte die Stadtverordneten, die Vereine, die Bevölkerung und mich.

Wie können die Menschen vor Ort denn in das Festival-Geschehen einbezogen werden?

CSL Indem ein Teil des Programms zusammen mit den Menschen vor Ort gestaltet wird. Zum Beispiel ist Anfang dieses Jahres zusammen mit der Stadt, dem Friedensdorf e. V. und dem alínæ lumr e. V. ein neues Projekt entstanden, bei dem Storkower:innen und Vereine aufgerufen wurden, aus alten Stoffresten bunte Wimpel für eine lange Wimpelkette zu nähen. Der Verein engagiert sich also auch außerhalb der Festival-Öffnungszeiten in der Stadt.

JS Das hört sich vielleicht selbstverständlich an, aber es war und ist auch für uns ein Stückchen Arbeit, als Verein Akzeptanz zu erlangen. Unmittelbar nach dem ersten Festival fühlte es sich noch so an, als wären wir mit einem UFO in Storkow gelandet. Mittlerweile hat der alínæ lumr e. V. mehrere Projekte in der Stadt initiiert, wie z. B. die Wimpelkette oder auch den interaktiven Stadtrundgang „Hinter den Fassaden“, der sogar für Storkower:innen interessant zu sein scheint.

CSL Die Storkower:innen werden jedes Jahr im Vorfeld aufgerufen sich bei der Dekoration, beim Bauen oder beim Kochen in der Vorbereitungswoche zu beteiligen oder während des Festivals mitzuhelfen. Natur-, Wald-, Wiesen-, und Stadttouren für die Festival-Gäst:innen werden von Storkower:innen durchgeführt. Einige stellen ihre Grundstücke fürs Zelten oder ihr Zuhause für Ferienwohnungen zur Verfügung. Und natürlich lockt die Einwohner:innen das Festival-Programm. Eine der Hauptbühnen steht auf dem Marktplatz mit Marktständen und Getränkebar und ist als zentraler Treffpunkt für alle zugänglich sowie kostenfrei. Für das gesamte Festival inklusive aller Bühnen können Anwohner:innen ein vergünstigtes Ticket erwerben.

Und wie können am Ende beide Seiten davon profitieren?

JS Der Verein profitiert besonders von der Infrastruktur und den Netzwerken der Stadt. Die Zusammenarbeit läuft seit Jahren trotz einiger Herausforderungen unglaublich unproblematisch. Und das liegt in erster Linie – das klingt jetzt vermutlich etwas anbiedernd – an dem gut eingespielten Team um unsere Bürgermeisterin.

Uns ist allen klar: Mit einer weniger offenen Verwaltung, weniger respektvollem Umgang, weniger Empathie seitens der Stadt Storkow, der Bürgermeisterin und den Verwaltungsangestellten, wäre das Festival, so wie es gerade existiert, nicht realisierbar. Natürlich begleitet auch uns jedes Jahr erneut die fade Prozedur des bürokratischen Apparates auf dem Weg zum Festival-Wochenende. Aber das war es dann auch. Wichtig ist, dass niemand den anderen um des Profit Willens ausnutzen möchte, sondern alle etwas gemeinsam erschaffen wollen. Das tun wir in Storkow.

CSL Die Stadt profitiert nicht nur von den vielen Gäst:innen, die während des Festival-Wochenendes die Stadt besuchen, sondern auch vom Engagement des Vereins in Storkow. Es wurde, wie vorhin schon erwähnt, ein virtueller Stadtrundgang kreiert, der sich mit der Geschichte des Einzelhandels rund um den Marktplatz beschäftigt. Das Projekt „Hinter den Fassaden“ bekam den ersten Platz bei dem Wettbewerb „Cityoffensive“ der IHK Ostbrandenburg. Aber auch aktuelle Themen wie die Möglichkeiten von Coworking Spaces in Storkow wurden während des letzten Festivals bei Workshops und Führungen besprochen.

Den Erfahrungsaustausch mit Festival-Gäst:innen, Kreativen und Fachleuten nutzte die Stadt und setzte gleich einen neuen Coworking Space auf der Burg und in der Bibliothek um. Auch ein Theaterprojekt für Jugendliche wurde von Vereinsmitgliedern und Jugendkoordinator:innen der Stadt ins Leben gerufen. Storkower Jugendliche proben in den angeleiteten Theater-Workshops für den nächsten Sommer. Dann soll das Projekt während der Festival-Phase vorgestellt werden. Ziel ist es, mit einem Theaterstück über die Geschichte und das Leben in Storkow aufzutreten. Mit einer aufgeschlossenen Verwaltung und einem kreativen Verein entstehen mit den Jahren innovative Projekte und ein Festival wie das alínæ lumr wird so erst möglich.

Das heißt, das Festival zeigt positive Effekte auf die Entwicklung der Stadt? Was können Festivals für einen Mehrwert für die Region haben?

CSL Storkower Bürger:innen nehmen das Festival inzwischen sehr gut an, erwerben ein Anwohner:innenticket oder sind Teil des regen Treibens vor der Marktplatzbühne. Auf dem Marktplatz kommen inzwischen alle Generationen zusammen und nutzen die entspannte Stimmung für gute Gespräche oder gemeinsamen Musikgenuss. Andere Anwohner:innen genießen, staunen und beobachten einfach das bunte Treiben in der Altstadt.

Für Storkow ist solch ein Festival ein kultureller Gewinn und fester Bestandteil des Kultursommers in Storkow sowie der Region, außerdem nicht mehr aus Storkow wegzudenken. Das alínæ lumr Festival stellt für

die Region einen großen ideellen Wert dar. Festival-Gäst:innen kommen aus anderen Regionen, Städten und aus ganz Europa. Für kurze Zeit verwandelt sich die Stadt in einen internationalen offenen Ort für Toleranz und Gemeinschaft. Gemeinsam wird mit viel Engagement, Freude, Musik und Kunst etwas bewegt und die Innenstadt belebt.

JS Und das war seit jeher auch unser Ziel: Wir wollten die Innenstadt wiederbeleben. Das klingt erstmal anmaßend, denn es gibt in Storkow viele andere großartige Vereine, die gute Arbeit leisten. Die Zeiten mit vollen Märkten und gefüllten Geschäften in der Altstadt sind jedoch vorbei. Wir werden mit dem Festival nichts großartig verändern, aber wir möchten Impulse setzen, um zu zeigen, dass das nicht der Endzustand bleiben muss.

Jonas Seetge

Festival-Booking – Basics, Gagen und Diversität

Bei der Idee ein Festival zu starten, haben Veranstalter:innen mit Sicherheit in den allermeisten Fällen auch bereits eine klare inhaltliche Vision vor Augen. Mehr Rock, Pop, Elektro, Hip-Hop oder eine bunte Mischung aus allem? Welche Rolle spielt neben dem Programm auf den Bühnen das Rahmenprogramm aus Workshops, Theater, Lesungen oder Diskussionsrunden? Festivals sollten zu Beginn im Team diese gemeinsame Marschrichtung festlegen und dann auch an ihr festhalten. Das Programm ist gewissermaßen die Visitenkarte des Events und formt den Charakter einer Veranstaltung und das angesprochene Klientel über Jahre hinweg.

Die ersten Schritte

Doch womit nun anfangen? Zuerst sollte ein klares Bookingbudget definiert werden. Erfahrungsgemäß liegt das bei 20 – 30 % des gesamten Veranstaltungsbudgets, je nachdem wie stark sich auf größere Headliner:innen fokussiert wird.

Grundsätzlich ist es empfehlenswert, einen spannenden Mix aus regionalen Newcomer:innen, etablierten internationalen und nationalen (domestic) Acts sowie entsprechende Headliner:innen zu buchen. Besonders die Entscheidung, wie viel Bookingbudget anteilig auf die Headliner:innen Slots verwendet wird, kann nachhaltige Auswirkungen haben. Das kann ein Festival bspw. in eine Headliner:innen-Spirale bringen, wobei die Festival-Fans Jahr für Jahr ähnlich große oder größere Acts erwarten. Damit begeben sich Veranstaltende selbst in eine Drucksituation und verlieren ein wenig die programmatische Gestaltungsfreiheit.

Es empfiehlt sich, zunächst ein Timetable-Grundskelett anzulegen, in dem festgelegt wird, wie viele Slots es auf den jeweiligen Bühnen pro Tag geben soll und wie lang diese jeweils sind. Dabei unbedingt ausreichend Umbau- bzw. Linecheck-Zeit (30 bis 60 Min., je nach Größe der Acts) einplanen. Im Anschluss kann das zuvor definierte Bookingbudget auf die einzelnen Slots verteilt werden, um dann eine erste Traumvision des Lineups zu entwerfen.

Diversität auf die Bühne bringen

Die Struktur des Programms formt auch den Charakter der Veranstaltung. Genauso steht es auch um die Diversität der einzelnen Programmpunkte, die sich positiv auf die Vielfalt unter den Besuchenden auswirkt. Heut-

zutage sollte es zum Anspruch eines Festival-Booking gehören, die Geschlechterverteilung unter den Programmpunkten mit zu berücksichtigen oder Minoritäten wie POC und Menschen mit Behinderung eine Bühne zu bieten.

Veranstalter:innen haben die Chance etwas zum gesellschaftlichen Diskurs beizutragen, programmatische Impulse zu setzen und im besten Fall den Besucher:innen positive Botschaften in ihren Alltag mitzugeben. Initiativen wie „Take a Stand“ oder „Faemm“ haben diesen kulturellen Auftrag erkannt. Sie bieten Ideen, wie das Publikum informiert werden kann oder kuratieren Female-Only-Spotify-Playlists und zeigen damit auf, welche tollen Künstler:innen Festival-Slots ausfüllen können.

Da sich besonders die großen Major-Festivals noch immer schwer damit tun, ein Line-up mit ausgewogenem Geschlechterverhältnis aufzustellen, bietet ein modernes Booking sogar Differenzierungspotenzial. So hat z. B. das Primavera Sound in Barcelona als eines der ersten Major Festivals mit „The new normal“ gezeigt, wie ein diverses Line-up aussehen kann. Sie haben damit einen wegweisenden Schritt gemacht und weltweit positive Presse bekommen. Auch in Deutschland setzt sich bspw. das Puls Open Air jedes Jahr einen neuen Schwerpunkt. So hat es neben dem Fokus auf ein möglichst barrierearmes Festival sowie ein ausgeglichenes Geschlechterverhältnis im Line-up auch den nachhaltigen Festival-Besuch thematisiert – und damit gezeigt, dass zu einem Festival mehr als nur Musik gehört.

Programmatische Dramaturgie und Crowd Management

Mit der programmatischen Dramaturgie auf den Bühnen oder Nebenschauplätzen, wie Workshop Areas, geben Festivals den roten Faden für Besucher:innen vor. Sie können auch Einfluss auf sicherheitsrelevante Aspekte nehmen.

Hat eine Bühne z. B. nur eine beschränkte Kapazität und der:die dort gebuchte Newcomer:in hat in den letzten Monaten extrem an Popularität gewonnen, sollten Veranstalter:innen sich Gedanken über eine mögliche Verschiebung auf eine der größeren Bühnen machen. Oder es wird sich bewusst für ein intimes Erlebnis mit dem neuen Star entschieden, dann sollte aber das Sicherheitspersonal verstärkt oder der Einlass zur Bühne reguliert werden.

Die Abfolge von Programmpunkten bestimmt maßgeblich die Besucher:innenströme auf dem Festival-Gelände. Beispiel: Ein großer Act oder ein:e Künstler:in bestimmten Genres spielt auf der Mainstage. Wird danach auf den anderen Bühnen kein ähnlich attraktives oder kein Programm ähnlichen Genres geboten, begeben sich die Besucher:innen möglicherweise auf den Weg zum Campingplatz, zu den Toiletten oder den Food-Ständen, die dann überfüllt sind. Den programmatischen Ablauf mit dem Sicherheitspersonal abzustimmen und eine gemeinsame Einschätzung hinsichtlich der Verstärkung von Einlasspersonal vorzunehmen, gehört ebenfalls in gute Sicherheitskonzepte. Ebenso ist es empfehlenswert, eine Gefahreneinschätzung in Bezug auf Moshpits sowie Stagedives und der entsprechenden Verstärkung von Personal für den Bühnengraben vorzunehmen.

Live-Qualitäten und Popularität von Künstler:innen

Gute Festival-Kurator:innen haben nicht nur ein Händchen für ein diverses Line-up, sondern wissen auch um die Live-Qualitäten des jeweils gebuchten Acts sowie die Stimmung, die ein:e Künstler:in auf der Bühne erzeugt. So viele Konzerte wie möglich im Vorfeld oder auf anderen Festivals anzuschauen, gehört damit mehr oder minder zum Aufgabengebiet von Festival-Kurator:innen.

Bei der Zusammenstellung eines Line-ups können Booker:innen wertvolle Informationen über den:die Wunsch:künstler:in auf den jeweiligen Social-Media-Kanälen bekommen. Wie stark ist die Interaktion mit den Fans? Gibt es aktuelle Tour-Ankündigungen und wenn ja, welche Venue-Größe ist für die kommende Tour geplant bzw. zu wie viel Prozent ist die Tour bereits ausverkauft? Auch die monatliche Zuhörer:innenzahl auf Spotify oder Line-up-Ankündigungen von anderen Festivals können eine spannende Kennzahl über die Popularität von Künstler:innen sein.

Festival-Gagen

Grundlegende Informationen darüber, wie viele Personen in den jeweiligen Städten in die angesetzten Venues passen, wie viele Tickets verkauft wurden, bzw. wie die Auslastung der Venues auf Bildern der Shows aussah, sowie der Ticketpreis geben eine gute Orientierung für die Gage: Verkaufte Tickets einer Show $\times$ Ticketpreis $\times$ 0,5 = ca. Festival-Gage. Dieser Schlüssel ist keineswegs allgemeingültig. Bei größeren Festivals bekommen Artists allgemein deutlich mehr Gage als bei kleinen Independent-Festivals. Auch kann nach der Tour z. B. noch ein Album-Release sowie eine weitere Frühjahrs-Tour o. Ä. geplant sein und damit die Gagen-Vorstellungen deutlich erhöhen.

Booker:innen sollten auch andere Festival-Ankündigungen im Blick behalten, weil damit oftmals Gebietsschutzklauseln einhergehen. So ist es üblich, dass große Festivals einen Gebietsschutz auf bereits gebuchte Künstler:innen von bis zu 350 km setzen und damit ein weiteres Booking in diesem Umkreis nur gegen einen Aufpreis oder gar nicht mehr möglich ist.

Booking-Agenturen

Welche Booking-Agentur angesprochen werden muss, erfahren Booker:innen entweder in der Info-Sektion auf den Social-Media-Kanälen bzw. auf der Homepage der Künstler:innen oder direkt auf den Seiten der Booking-Agenturen (Landstreicher Booking, Audiolith, Selective Artist, Karsten Jahnke, Goodlive Artist, FKP Scorpio, All Artist Agency, KKT, Zündstoff, Temporary-Secretary – um nur einige zu nennen). Grundsätzlich gilt, sobald ein Artist eine Booking-Agentur hat, sollte der Deal mit der Agentur direkt gemacht werden. Egal wie gut die Freundschaft zu einem Act ist oder ob die Veranstalter:innen das dahinter stehende Management kennen, eine Booking-Agentur zu übergehen, hinterlässt einen bitteren Beigeschmack. Booker:innen sollten ihre Zeit auch nicht mit sinnlosen Anfragen verschwenden. Wenn ein Act über zwei Jahre keine Shows gespielt hat und keine Tour oder kein Album angekündigt wurde, ist die Wahrscheinlichkeit einer Show sehr gering.

Für eine konkrete Anfrage sollten der Booking-Agentur folgende Informationen bereitgestellt werden:

- Festival-Name und Datum
- Kapazität Besucher:innen Festival allgemein
- Kapazität Besucher:innen der Bühne
- Datum Spieltag
- Geplante Spielzeit / Set-Länge
- Gage / Fee netto exkl. Bühne / PA, GEMA, Backstage, Festival-Catering
- Wird eine Backline angeboten?
- Wird zusätzlich ein Hotel angeboten?
- Gibt es ein Shuttle zum Flughafen / Bahnhof / Hotel?
- Hat das Booking-Angebot eine Deadline (empfehlenswert sind zwei bis drei Wochen, um nicht ewig auf Rückmeldungen zu warten und nach Ablauf der Deadline, Alternativen angehen zu können)
- Info Bühnen-Sponsoring (heißt die Bühne z. B. Sparkassen-Bühne? Solche prominenten Sponsorings müssen mit den Künstler:innen abgestimmt sein, damit vor Ort keine bösen Überraschungen warten)
- Als junges Festival sollten noch weitere allgemeine Informationen über das Festival, weitere bestätigte Acts und die Bühnen gern inkl. Bilder bereit gehalten werden

Nachdem sich beide Seiten über einen Deal einigen konnten, sollten folgende Informationen und Schritte folgen:

- Mindestens ein Deal-Memo per E-Mail, in dem die vertraglichen Eckpfeiler festgehalten werden
- Booking-Vertrag, der in den meisten Fällen von der Booking-Agentur bereitgestellt wird
- Rechnung (häufig zweigeteilt in 50 % Anzahlung / Deposit bis zwei bis vier Wochen vor dem Festival und 50 % Rest-Gage / Balance sieben bis zehn Tage nach dem Event (bei internationalen Artists wird häufig die gesamte Gage bereits vor der Veranstaltung gefordert, nach Corona fordern Agenturen zum Teil deutlich höhere Vorschüsse)
- Assets (Grafiken) für die Ankündigung der Show sollten in allen Formaten (Insta-Story und Post etc.) vorher durch die Agentur freigegeben und dem Artist für die Ankündigung auf den eigenen Kanälen zur Verfügung gestellt werden
- Änderungen im Timetable sollten immer erst mit der Agentur besprochen und freigegeben werden

Mindestens zwei bis drei Wochen vor der Show sollte eine umfangreiche Festival-Guideline bereitgestellt werden, die folgende Informationen beinhaltet:

- Grundlegende Infos wie Kapazität und Datum
- Social-Media-Links
- Ansprechpartner:innen (Veranstalter:in, Artist Care, Techniker:in, Stage Manager:in)
- Karte mit Anfahrt und Parksituation, ggf. Nightliner-Parkplätze inkl. 16 oder 32 Ampere Stromversorgung

- Check-in
- Backstage
- Hotel
- Duschen etc.
- Infos zur Gagen-Zahlung / Rechnungsadresse
- Catering-Zeiten und Besonderheiten
- Merchandise-Infos (Wird eine Merch-Gebühr für den Verkauf durch das Festival-Personal bzw. die Bereitstellung eines Merch-Zeltes für den:die Künstler:in erhoben?)
- Medienproduktionsinfos (Ist ein Livestream o. Ä. geplant?)
- Techspecs der Bühne und Informationen zu Loading Docks bei großen Produktionen mit 40 t
- Dezibel-Beschränkungen der Bühne
- Timetable inkl. Anreise, Soundcheck, Umbau / Linecheck, Spielzeit

Leitfaden für Behörden und Festivals

Was für Anträge sind notwendig? Wann und wo müssen sie gestellt werden? Wie sieht ein guter Ablauf und Zeitrahmen von Genehmigungsprozessen für beide Seiten aus? Der nachfolgende Leitfaden bietet Hilfestellung für Behörden sowie Festivals und kann die Zusammenarbeit verbessern.

Rahmenbedingungen und Vorgehen

In Brandenburg existiert keine einheitliche Anzeigepflicht für öffentliche Veranstaltungen. Trotzdem gehört zu den ersten elementaren Schritten einer Festival-Organisation die Kommunikation mit den zuständigen Behörden vor Ort. Denn für einzelne Teilbereiche eines Festivals gelten sehr wohl Vorschriften, Anzeigepflichten und Erlaubnisvorbehalte, die je nach Art und Größe der Veranstaltung zu beachten sind.

Genehmigungen und Anträge

Eine Genehmigung ist immer dann notwendig, wenn das Gesetz es vorschreibt. Oft sind Genehmigungen kostenpflichtig, das sollte in den Finanzplan frühzeitig mit einkalkuliert werden. Gemeinnützige Träger können aber oft mit einem Kostenerlass rechnen. Um eine Genehmigung zu bekommen, muss ein Antrag mit allen relevanten Unterlagen und Informationen bei der zuständigen Behörde gestellt werden. In jedem Fall sollte er den Ort, das Datum und die genaue Anfangs- und Endzeit des Festivals enthalten. Dieser wird vom örtlichen Amt auf Grundlage der gesetzlichen Regelungen geprüft und anschließend mit einem Bescheid bewilligt oder abgelehnt.

Auflagen

Oft existieren bestimmte Auflagen, die von den Festival-Veranstalter:innen eingehalten werden müssen und die Beachtung der gesetzlichen Vorschriften sichern sollen. Die Auflagen werden rein formell normalerweise erst mit dem Genehmigungsbescheid durch das zuständige Amt kommuniziert. Dieser wird aber oftmals erst kurze Zeit vor dem Festival erteilt. Das kann die Veranstalter:innen unter Druck setzen, weil sie dann nicht mehr genügend Zeit haben, die Auflagen umzusetzen. Um das zu verhindern, ist es wichtig, dass der Kommunikationsprozess zwischen den zuständigen Behörden und den Veranstalter:innen so früh wie möglich startet. Sobald das Vorhaben einigermaßen konkret ist, sollten die Festival-Veranstalter:innen die Behörden mit einbeziehen und sich über mögliche Auflagen verständigen.

Kommen Festival-Veranstalter:innen den Auflagen nicht nach, riskieren sie den Widerruf der entsprechenden Genehmigung. Da für die einzelnen Teilbereiche der Veranstaltungen voneinander unabhängige Genehmigungen benötigt werden, bedeutet das aber nicht zwangsweise, dass das komplette Festival abgesagt werden muss.

Eine frühe und enge Kommunikation mit den Behörden ist auch Grundlage für einen guten sowie reibungslosen Ablauf des Festivals.

Verwaltungsstrukturen verstehen

Der erste Schritt besteht darin, die richtige Behörde und den:die richtige Ansprechpartner:in zu finden. Die verschiedenen Behörden sind nicht in jeder Stadt, Gemeinde oder jedem Landkreis in Brandenburg gleich aufgebaut und benannt. So ist manchmal von Fachbereichen, Dezernaten, Ämtern oder Abteilungen die Rede. Davon sollten sich Festival-Veranstalter:innen nicht irritieren lassen.

Zunächst gilt es herauszufinden, welche Verwaltung für den Ort zuständig ist, an dem das Festival stattfinden soll.

Verwaltungsstrukturen in Brandenburg

Oft haben die Städte und Gemeinden in Brandenburg eine eigene Verwaltung, doch viele Gemeinden haben auch eine gemeinsame Verwaltung, wenn sie sich zu Ämtern zusammengeschlossen haben. Die Ordnungsämter finden sich immer auf Ebene der Stadt- bzw. Gemeindeverwaltung. Die verschiedenen Brandenburger Städte und Gemeinden sind unterschiedlichen Landkreisen zugeordnet. Manche Angelegenheiten wie die Bereiche Natur- und Wasserschutz z. B. sind immer Aufgabe des jeweiligen Landkreises und werden nicht auf Ebene der Stadt- bzw. Gemeindeverwaltung geregelt. Eine Ausnahme bilden hier die vier kreisfreien Städte (Brandenburg an der Havel, Cottbus, Frankfurt (Oder) und Potsdam), da sie wie Landkreise eine deutlich größere Verwaltung benötigen. Sie agieren autark und sind keinem Landkreis untergeordnet.

Das bedeutet, sie sind auch für die Aufgabenbereiche zuständig, die sonst den Landkreisen zugeordnet sind. Einen Überblick, welches Amt in Brandenburg für welche Gemeinde zuständig ist, findet sich auf der Website der Landesverwaltung Brandenburg. → **Materialsammlung**

Auf der Internetseite der jeweiligen Kommune ist meist ein Überblick zu finden, der veranschaulicht, wie die Behörde aufgebaut und wer für was zuständig ist. Bei manchen Brandenburger Verwaltungen gibt es auch eine:n zentrale:n Ansprechpartner:in für Festivals oder Großveranstaltungen. Wenn es Unsicherheiten über den:die richtige:n Ansprechpartner:in gibt, kann auch erstmal mit der Amts- oder Dezernatsleitung Kontakt aufgenommen werden.

Tipp für Behörden

Es ist zu empfehlen, eine:n zentrale:n Ansprechpartner:in in der Kommune für Veranstaltungen und Festivals zu benennen. Diese Person kann alle Informationen und Anliegen sammeln und dafür sorgen, dass alle wichtigen Parteien der Verwaltung, die am Prozess beteiligt werden sollten, mit ins Boot geholt werden.

Diese Ämter sind wichtig für die Planung eines Festivals:

Ordnungsamt

Die Ordnungsämter sind für die öffentliche Sicherheit und Ordnung verantwortlich.

Für Festival-Veranstalter:innen ist das Ordnungsamt meist die wichtigste Anlaufstelle. Denn oft ist das Ordnungsamt auch für Bereiche wie Immissionsschutz (Lärm), Sondernutzungen, Veranstaltungen, Ausschank von alkoholischen Getränken, Brandschutz oder Verkehrssicherheit zuständig.

Straßenverkehrsamt

Das Straßenverkehrsamt ist für Sicherheit und Ordnung im öffentlichen Straßenverkehr zuständig und oft im Ordnungsamt angegliedert. Es kümmert sich z. B. um Veranstaltungen im öffentlichen Raum oder um Ausnahmen von der Straßenverkehrsordnung.

Polizei

Die Polizei ist für die Sicherheit und Ordnung in Brandenburg zuständig und damit auch für den Schutz von Veranstaltungen. Deswegen ist es sinnvoll im Vorfeld des Festivals auch Kontakt zur örtlichen Polizei aufzunehmen und die Veranstaltung anzumelden. Wenn es zu einem Vorfall während des Festivals kommt, ist ein:e direkte:r Ansprechpartner:in bei der Polizei von Vorteil, damit sie schnell kontaktiert werden und vor Ort sein kann.

Bauaufsicht

Die untere Bauaufsichtsbehörde ist in Brandenburg für die Errichtung, (Nutzungs-) Änderung, Instandhaltung und Nutzung von baulichen sowie anderen Anlagen zuständig und befindet sich auf Ebene der Landkreise bzw. kreisfreien Städte. Ihre Aufgabe ist es zu kontrollieren, dass die rechtlichen Vorschriften und Anordnungen eingehalten werden. Auch ist es für die Abnahme von Fliegenden Bauten zuständig. ➔ **Wann, was, wo? Ein Fragenkatalog für Genehmigungen und Anträge**

Umwelt- und Grünflächenamt

Das Umwelt- und Grünflächenamt ist für die Pflege und Unterhaltung von öffentlichen Grünflächen wie z. B. Parkanlagen, Sportanlagen und Spielplätzen zuständig.

Wenn ein Festival auf einer dieser Flächen veranstaltet werden soll, muss mit dieser Behörde Kontakt aufgenommen werden.

Gesundheitsamt

Das Gesundheitsamt ist für die gesundheitlichen Belange zuständig und auf Ebene der Landkreise bzw. kreisfreien Städte zu finden. Bei Festivals ist es dafür verantwortlich, die Einhaltung der Hygieneregeln zu überwachen. Es kontrolliert die Trinkwasserqualität und die Hygienevorschriften im Zusammenhang mit Lebensmitteln und Sanitäranlagen. Außerdem ist es für Infektionsschutz zuständig. Durch die Corona-Pandemie ist die Zusammenarbeit mit dem Gesundheitsamt nochmal relevanter für Veranstaltende geworden, z. B. im Hinblick auf die Erarbeitung von Hygienekonzepten.

Jana Kamm

Wann, was, wo? Ein Fragenkatalog für Genehmigungen und Anträge

Wann ist eine Genehmigung notwendig, wann müssen Anträge gestellt und was muss bei welchem Amt eingereicht werden? Dieser Fragenkatalog gibt einen Überblick.

Wo soll das Festival stattfinden?

Die Frage, auf was für einer Art von Fläche sich das Festival, der Campingplatz, Parkplatz etc. befinden soll, entscheidet darüber, was für Genehmigungen bei der Behörde einzuholen sind.

Auf einer Fläche im öffentlichen Raum

In diesem Fall brauchen die Festival-Veranstalter:innen eine Sondernutzungs-genehmigung vom Grünflächenamt oder vom Straßenverkehrsamt – je nachdem um was für eine Fläche es sich handelt.

Auf einem Privatgelände

Hierfür muss die Einverständniserklärung des:der Besitzer:in, z. B. Vermieter:in oder Pächter:in, durch die Veranstaltenden eingeholt und der Behörde vorgelegt werden.

Im Wald

Hier ist eine Genehmigung für eine temporäre Waldumwandlung nach dem Landeswaldgesetz Brandenburg § 8 notwendig. ➔ **Materialsammlung** Der Antrag wird bei der zuständigen Forstbehörde gestellt.

In einem Landschaftsschutzgebiet

Hierbei bedarf es häufig naturschutz- oder wasserrechtlicher Genehmigungen. Oder es werden Auflagen erteilt, um Umweltschäden zu vermeiden. Deswegen sollte unbedingt

die zuständige Naturschutzbehörde in den Planungsprozess miteinbezogen werden.

Auf einer privaten Fläche mit baulichen Anlagen, die bisher nicht als Veranstaltungsstätte genehmigt war

In diesem Fall ist oft eine Baugenehmigung bzw. eine Nutzungsänderungsgenehmigung nötig. Diese muss bei der zuständigen Baubehörde beantragt werden. Oft sind dann auch die Bestimmungen der Versammlungsstättenverordnung Brandenburg entsprechend anzuwenden. ➔ **Materialsammlung** Diese enthält u. a. Anforderungen an den Brandschutz und Besonderheiten bei der Gebäudeausrüstung. Bei einer Open-Air-Veranstaltungsfläche kann die Verordnung zur Anwendung kommen, wenn der Besucher:innenbereich mehr als 1.000 Besucher:innen fasst und die Veranstaltungsfläche zudem ganz oder teilweise aus baulichen Anlagen besteht.

Waldumwandlung

Unter Waldumwandlung ist jede Art von Überführung in eine andere Nutzungsart zu verstehen. Die temporäre Waldumwandlung ist für Festivals üblich, aber auch sehr kostspielig. Wenn der:die Eigentümer:in das Gelände dauerhaft als Veranstaltungsfläche nutzen will, ist die sehr aufwendige dauerhafte Waldumwandlung sinnvoll, da dann keine Gebühren mehr bezahlt werden müssen.

Sicherheit – Mit wie viel Besucher:innen wird gerechnet?

Wenn Veranstalter:innen mit über 5.000 Festival-Besucher:innen rechnen, muss ein Sicherheitskonzept beim Ordnungsamt eingereicht werden. Dieses wird dann in der Regel in enger Abstimmung mit Polizei und Feuerwehr geprüft. Auch bei weniger als 5.000 Besuchenden kann eine Behörde ein Sicherheitskonzept verlangen – wenn es die Art der Veranstaltung erfordert (§ 43 BbgVStättV). Hierbei kommt es immer auf den Kontext sowie die Lage des Festivals an und ob dadurch besondere Gefahren drohen. ➔ **Sicherheitskonzepte**

Erfolgt auf dem Festival eine Beschallung, z. B. durch Musik?

Dann muss ein Antrag auf eine immissionschutzrechtliche Ausnahmezulassung bei der zuständigen Stelle (in den meisten Fällen das Ordnungsamt) gestellt werden. Für diesen Antrag wird eine Nutzungsgenehmigung für den Veranstaltungsort benötigt. Es ist sinnvoll einem Antrag auf immissionsschutzrechtliche Ausnahmezulassung folgendes beizulegen: einen Lageplan mit den Aufstellorten und der Abstrahlrichtung der Lautsprecher sowie einen zeitlichen Programmablauf.

In den meisten Fällen wird von einem Akustiksachverständigen und / oder der Genehmigungsbehörde ein Messpunkt bestimmt und Schallpegelmessungen durchgeführt.

Ohne entsprechende Sachkenntnisse und Hintergrundinformationen kann der:die Veranstalter:in das normalerweise nicht leisten. Es kann aber auch von Veranstaltenden erwartet werden, dass sie selbstständig einen Messpunkt bestimmen und Schallpegelmessungen durchführen. Der maßgebliche Immissionsort (Messpunkt) nach Nummer 2.3 der TA-Lärm (Technische Anleitung zum Schutz gegen Lärm) befindet sich z. B. bei einem Gebäude 0,5 m außerhalb vor der Mitte des geöffneten Fensters. ➔ **Materialsammlung** Es ist in diesem Fall immer das Fenster eines schutzbedürftigen Raumes (z. B. Schlafzimmer oder Kinder-

zimmer) zu wählen, der vom Geräusch am stärksten betroffen ist. Bei größeren Festivals wird von den Behörden vor Ort oft auch das Landesamt für Umwelt (LfU) zu Rate gezogen. Diese Fachbehörde ist für umweltrelevante Bereiche wie Immissionsschutz in Brandenburg zuständig. ➔ **Freizeitlärm-Richtlinie für Brandenburg**

Werden auf dem Festival (alkoholische) Getränke und Speisen verkauft?

Wer auf einem Festival vorübergehend Speisen und / oder Getränke verkaufen möchte, betreibt auch im Rahmen dieser kurzzeitigen Tätigkeit ein Gaststättengewerbe. Dies muss nach dem Brandenburgischen Gaststätten-gesetz (BbgGastG) zwei Wochen (Posteingang) vor Beginn beim zuständigen Gewerbeamt beantragt werden, wenn nicht bereits eine Gaststättenerlaubnis vorliegt. ➔ **Materialsammlung**

Das Gaststättengewerbe beinhaltet den Ausschank von alkoholischen und alkoholfreien Getränken sowie die Verabreichung von zubereiteten Speisen.

Der vorübergehende Gaststättenbetrieb kann untersagt werden, wenn der Antrag nicht rechtzeitig, nicht wahrheitsgemäß oder nicht vollständig gestellt wurde bzw. wenn es zur Aufrechterhaltung der öffentlichen Sicherheit und Ordnung oder der Wahrung des Gesundheitsschutzes erforderlich ist.

Deswegen sollte mit dem zuständigen Gesundheitsamt Kontakt aufgenommen werden. Dieses überprüft, ob alle hygienischen Vorschriften eingehalten werden. Auch werden vom Gesundheitsamt Installationen im Rahmen der Versorgung, wie z. B. Zu- und Abwasser, kontrolliert. Es kann dafür auch ein eigener Hygieneplan notwendig werden, in dem beschrieben wird, wie bspw. die Müllentsorgung abläuft, die Toiletten gereinigt werden und welche Handwaschmöglichkeiten vorhanden sind. Hierfür gibt es strenge Hygienevorschriften, die oft auch vor Ort kontrolliert werden.

Die Mitarbeiter:innen, die bei der Zubereitung von Speisen direkten Kontakt mit den Lebensmitteln haben, brauchen ein

Gesundheitszeugnis. Dieses ist beim Gesundheitsamt zu beantragen. ➔ **Hygiene**
➔ **Logistik und Infrastruktur**

Festsetzung von Veranstaltungen

Wenn die Veranstaltung nach § 69 GewO „festgesetzt“ werden kann, wird für den Verkauf von nicht alkoholischen Getränken und Speisen keine Gaststättenerlaubnis mehr benötigt. ➔ **Materialsammlung** Dies gilt aber nicht für den Alkoholausschank. Für diesen wird trotz „Festsetzung“ der Veranstaltung eine Gaststättenerlaubnis gebraucht.

Werden Zelte, Pavillons, Überdachungen oder Bühnen errichtet oder betrieben?

Dann ist in den meisten Fällen eine Ausfuhrgenehmigung für Fliegende Bauten erforderlich.

Fliegende Bauten sind bauliche Anlagen, die geeignet und bestimmt sind an verschiedenen Orten wiederholt sowie befristet aufgestellt und wieder abgebaut zu werden.

Darunter sind z. B. Tribünen, Buden, Zelte, Bühnen, Überdachungen, Reklametürme, Container, Tragluftbauten, Verkaufsgeschäfte oder Bewirtungsanlagen zu verstehen. Manche Fliegenden Bauten benötigen jedoch keine Ausfuhrgenehmigung:

- Fliegende Bauten mit nicht mehr als 5 m Höhe, die nicht dazu bestimmt sind von Besucher:innen betreten zu werden
- Bühnen mit nicht mehr als 100 m² Grundfläche, wenn ihre Höhe einschließlich Überdachungen und sonstige Aufbauten nicht mehr als 5 m und ihre Fußbodenhöhe nicht mehr als 1,50 m beträgt
- Zelte mit nicht mehr als 75 m² Grundfläche
- Toilettenwagen

Für Bauten, die dauerhaft installiert werden sollen, wird immer eine Baugenehmigung benötigt. Die Anträge für Fliegende Bauten und andere Bauten sind bei der unteren Bauaufsichtsbehörde zu stellen.

Soll auf dem Festival mit offenem Feuer, Pyrotechnik oder Flüssiggas umgegangen werden?

Dann sollten sich die Veranstalter:innen um ein Brandschutzkonzept kümmern und Kontakt mit dem zuständigen Ordnungsamt aufnehmen. ➔ **Sicherheitskonzepte**

Tipp für Behörden

Um die vielen verschiedenen notwendigen Anträge zu bündeln, den Prozess für die Veranstalter:innen zu vereinfachen und den Überblick nicht zu verlieren, bietet es sich an, einen Erfassungsbogen und eine Checkliste für Festivals in der Kommune einzuführen. Als Vorlage kann z. B. das Informationspaket für Veranstaltungen der Stadt Cottbus oder Königs Wusterhausen dienen. ➔ **Materialsammlung** Hier werden alle notwendigen Rahmeninformationen von den Veranstalter:innen abgefragt, um sie dann anschließend über ihre Pflichten als Veranstalter:innen zu informieren, ihnen direkt die notwendigen Antrags- und Anzeigeformulare zur Verfügung zu stellen und somit zusätzliche Behördenwege zu ersparen.

Kommunikation und Kooperation – Ein exemplarischer Ablaufplan

Für die Kommunikation zwischen Festivals und Behörden, die Antragstellung und den Genehmigungsprozess sollte genügend Zeit eingeplant werden. Für die Organisation und Durchführung eines Festivals ist es wichtig, Genehmigungen und mögliche Auflagen nicht erst kurz vor der Veranstaltung zu kommunizieren, damit noch genügend Zeit bleibt darauf zu reagieren. Darum sollten Veranstalter:innen so früh wie möglich in Kontakt mit den Behörden treten. Natürlich hängt der jeweils benötigte Vorlauf auch immer von der Größe und den Rahmenbedingungen des Festivals ab – je größer das Festival im Vergleich zur Größe der Gemeinde und der vorhandenen Infrastruktur, desto mehr Zeit sollte eingeplant werden. Vor allem wenn das Festival das erste Mal stattfindet, sollte so früh wie möglich Kontakt zu den Behörden aufgenommen werden, damit frühzeitig gemeinsam ausgelotet werden kann, was es alles zu beachten gibt und wo eventuell infrastrukturelle Herausforderungen auftreten könnten. Hat das Festival schon mehrmals stattgefunden, wissen sowohl die Behörden als auch die Veranstaltenden, wie die Abläufe aussehen und es wird nicht mehr so viel zeitlicher Vorlauf benötigt.

Erste Kontaktaufnahme durch Festival-Veranstalter:innen

Die Veranstalter:innen sollten so früh wie möglich in Kontakt mit den zuständigen Behörden treten und sie über das geplante Vorhaben, den Zeitraum, die Größe, Art und den Ort des Festivals informieren. Je nach Größe des Festivals sind hier fünf bis zwölf Monate Vorlaufzeit zu empfehlen. Hier wäre

gut, wenn die Behördenmitarbeiter:innen, die Veranstalter:innen auch gleich über mögliche Auflagen im Zusammenhang mit der Location-Wahl informieren und das weitere Vorgehen besprechen. So haben Veranstalter:innen genügend Zeit auf die Auflagen zu reagieren. Es sollte auch geklärt werden, wann eine Antragstellung erfolgen muss, um eine rechtzeitige Genehmigung zu erhalten. Bei größeren Veranstaltungen ist die Einrichtung einer Koordinierungs- oder Arbeitsgruppe mit Vertretern von Polizei, Feuerwehr, Rettungsdienst, Veranstaltenden usw. sinnvoll. Diese Gruppe trifft sich in regelmäßigen Abständen, um auftretende Fragen und Probleme zu besprechen und zu klären.

Antragstellung durch Festival-Veranstalter:innen

Sobald alle offenen Fragen geklärt sind, sollten dann möglichst schnell die notwendigen Anträge gestellt werden. Hier ist der empfohlene Zeitraum je nach Festival-Größe spätestens zwischen vier und zehn Monaten vor der Veranstaltung.

Erteilung der Genehmigungen durch die Behörden

Die Bearbeitungsdauer der Anträge durch die Behördenmitarbeiter:innen kann je nach Umfang, Qualität und Art der Anträge variieren und ist abhängig von der Erfahrung der Behörde. Für den Arbeitsablauf eines Festivals ist es notwendig, dass die Genehmigungen zwischen drei Monaten bis spätestens einen Monat vor der Veranstaltung erteilt werden. Wenn sich Änderungen im Ablauf

des Festivals ergeben, wie z. B. eine veränderte Besucher:innenzahl, sollte das unverzüglich vor Beginn der Veranstaltung der zuständigen Behörde mitgeteilt und besprochen werden, auch nach erteilter Genehmigung.

Kommunikation zwischen Festival-Veranstalter:innen und Behörden während der Durchführung

Für einen reibungslosen Ablauf macht es Sinn, dass Festival-Veranstalter:innen und Behörden auch während der Durchführung in gutem Kontakt stehen. Auf beiden Seiten sollten direkte Ansprechpartner:innen festgelegt und die Telefonnummern ausgetauscht werden. Von Seiten des Festivals ist das meist die Festival-Leitung und der:die Sicherheitsbeauftragte. Sollten Probleme oder Fragen während der Veranstaltung auftauchen, kann so eine schnelle und problemlose Kontaktaufnahme erfolgen.

Wurde zu Beginn eine Koordinierungsgruppe eingerichtet, sollte diese auch während der Veranstaltung zum Einsatz kommen. Es ist auch zu empfehlen, einen Tag vor dem

Festival eine Vor-Ort-Begehung über das Gelände mit allen Beteiligten durchzuführen.

In einigen Fällen hat es sich bewährt, Bürgermeister:innen und Behördenmitarbeiter:innen zum Festival einzuladen, damit diese auch einen Eindruck und ein Gefühl für die Veranstaltung bekommen. Möglich sind hier auch Sonderpreise oder kostenfreie Tickets für Anwohner:innen.

Nachbesprechung mit Festival-Veranstalter:innen und Behörden

Wenn das Festival vorbei ist, ist eine gemeinsame Nachbesprechung mit involvierten Behördenmitarbeiter:innen und Festival-Veranstalter:innen sinnvoll. Hier kann der Prozess gemeinsam ausgewertet und im Hinblick auf kommende Veranstaltungen besprochen werden – was ist gut gelaufen, welche Abläufe haben sich bewährt und was hat noch Verbesserungsbedarf. Hier bietet sich ein Zeitraum von zwei bis vier Wochen nach dem Festival an. Der Termin hierfür sollte am besten vor dem Festival schon vereinbart werden.

Freizeitlärm-Richtlinie für Brandenburg

Um die Interessen von Veranstalter:innen und Anwohner:innen in einen zeitgemäßen, veranstaltungs-freundlicheren Ausgleich zu bringen und den Ruf von Brandenburg als Festival-Land zu festigen, wurde eine neue Freizeitlärm-Richtlinie beschlossen. → **Materialsammlung**

Die seit dem 2. Juli 2020 geltende Freizeitlärm-Richtlinie des Ministeriums für Landwirtschaft, Umwelt und Klimaschutz ersetzt die Freizeitlärm-Richtlinie aus dem Jahr 1996. Für die Veranstaltenden hat sich einiges zum Besseren gewendet. Sie sind jetzt aber auch mehr gefordert. Ein Überblick:

Wofür ist eine Freizeitlärm-Richtlinie gut?

Wenn die zuständige Behörde entscheiden soll, ob und mit welchem Inhalt sie eine immissionsrechtliche Ausnahmegenehmigung nach § 10 Abs. 3 Satz 1, § 11 Abs. 4 Satz 1 des Brandenburger Landesimmissionschutzgesetzes (LImSchG) erteilt, steht ihr ein weites Ermessen zu. Um den Behörden gewisse Leitlinien an die Hand zu geben und damit auch Rechtssicherheit zu schaffen, wird in Brandenburg auf die Freizeitlärm-Richtlinie zurückgegriffen.

Sie gilt u. a. für Grundstücke, auf denen in Zelten oder im Freien Diskothekenveranstaltungen, Livemusik-Darbietungen, Populärmusik- und andere Musik-, Kunst- und Kulturdarbietungen, Platzkonzerte, regelmäßige Feuerwerke, Volksfeste oder anderes stattfinden. Weiter aber auch für Freilichtbühnen, Autokinos oder Freizeitparks. Ausgenommen sind Sportplätze und Gaststätten, aber auch private Feiern. Die

Beurteilung und Messung erfolgt weiterhin nach den entsprechenden Vorgaben der TA-Lärm, abhängig vom jeweiligen Gebiets-typ und unter Berücksichtigung bestimmter Zuschläge für bestimmte Ton- oder Impulshaltigkeit sowie die betroffenen Tageszeiten.

Die neue Freizeitlärm-Richtlinie

Die Freizeitlärm-Richtlinie unterscheidet „seltene Ereignisse“, Veranstaltungen mit landesweiter, nationaler oder internationaler Bedeutung und im Sonderfall zu betrachtende besondere Veranstaltungen mit hoher Standortgebundenheit oder sozialer Adäquanz und Akzeptanz.

Zehn plus acht Veranstaltungen

Wie bisher können zehn „seltene Ereignisse“ mit bis zu 70 dB(A) tags und 55 dB(A) nachts pro Immissionsort und Jahr durchgeführt werden. Im Unterschied zur alten Regelung können jetzt acht weitere Veranstaltungen mit landesweiter, nationaler oder internationaler Bedeutung genehmigt werden.

Sonderfälle mit hoher Standortgebundenheit oder sozialer Adäquanz und Akzeptanz

Während bei der alten Freizeitlärm-Richtlinie bei einem Beurteilungspegel von tags 70 dB(A) und nachts 55 dB(A) – zu messen bei den nächsten Anwohner:innen – Schluss war, sieht die neue Fassung hiervon Ausnahmen im Einzelfall vor für Veranstaltungen mit einer hohen Standortgebundenheit oder sozialen Adäquanz und Akzeptanz. Ab 22 Uhr sollen jedoch 70 dB(A) und ab 24 Uhr 55 dB(A) grundsätzlich nicht überschritten werden.

Hohe Standortgebundenheit

Eine hohe Standortgebundenheit wird angenommen bei einem besonderen örtlichen oder regionalen Bezug. Das setzt voraus, dass ein weniger belästigender Standort nicht zur Verfügung steht oder der Charakter der Veranstaltung maßgeblich durch den gewählten Standort bestimmt wird. Das können ebenso Großveranstaltungen wie auch einzelne Konzerte oder Aufführungen mitten in der Stadt sein. Standortgebundenheit sollen darüber hinaus Feste mit kommunaler Bedeutung (wie ein örtliches Stadt- oder Gemeindefest) oder gemeinschaftsprägende Veranstaltungen örtlicher Vereine sowie sonstige Musik-, Kunst- und Kulturveranstaltungen mit regionalem Bezug haben.

Soziale Adäquanz und Akzeptanz

Eine soziale Adäquanz und Akzeptanz ist nach dem Anhang zur Freizeitlärm-Richtlinie dann anzunehmen, wenn die Veranstaltung eine verbindende soziale Funktion und Bedeutung hat, den allgemeinen Wertvorstellungen nicht entgegensteht und mehrheitlich befürwortet oder zumindest geduldet wird. Explizit aufgeführt werden Jubiläumsveranstaltungen, Sonderschauen, Gartenschauen, Kirchentage, Populärmusik-, Kunst- und Kultur-Festivals sowie regional-spezifische Brauchtumsfeste.

Anforderungen an die Veranstaltenden

Sollen Beurteilungspegel von 70 dB(A) tags und 55 dB(A) nachts überschritten werden, müssen die Veranstaltenden die Zumutbarkeit explizit begründen und Unterlagen zur voraussichtlichen Geräuschbelastung vorlegen. Weiter kann ihnen u. a. aufgegeben werden:

- Vorlage einer Schallimmissionsprognose
- schriftliche, „nachvollziehbare“ Begründung von Unvermeidbarkeit und Zumutbarkeit der zu erwartenden Immissionen
- Überwachungsmessungen oder Einpegelung durch anerkannte Messstelle nach § 29b BImSchG oder durch den qualifizierten Veranstaltenden
- Information der Nachbarschaft
- für die Anwohner:innen optimale Ausrichtung der Beschallungsanlagen

Benennung einer Ansprechperson und Einrichtung eines Beschwerdetelefons

- intelligente Beschallung der Besucher:innen
- Steuerung des Besucher:innenverkehrs
- Ersatzunterkünfte, wenn die für seltene Ereignisse maßgeblichen Beurteilungspegel erheblich überschritten werden

Anforderungen an die Genehmigungsbehörden

Den Genehmigungsbehörden wird aufgegeben bei der Genehmigung von herausragenden Veranstaltungen der Begründung der sozialen Adäquanz und Akzeptanz besondere Bedeutung beizumessen und zu prüfen, inwieweit die vorstehenden Maßnahmen als Nebenbestimmungen auferlegt werden.

Berücksichtigung tieffrequenter Geräusche

Erhebliche Belästigungen durch tieffrequente Geräusche stehen einer ausnahmsweisen Zulassung in der Tagzeit grundsätzlich nicht entgegen, soweit die Immissionen solcher Geräusche durch den Stand der Technik entsprechende technische oder organisatorische zumutbare Maßnahmen auf ein Mindestmaß reduziert werden. Während der Nachtzeit sind erhebliche Belästigungen nicht zulässig.

Berechnung seltener Veranstaltungstage

Abweichend zu den Bestimmungen über seltene Ereignisse in Ziffer 7.2 TA-Lärm und anderer Freizeitlärm-Richtlinien, bestimmt sich die Anzahl der Veranstaltungstage in Brandenburg anhand eines 24-Stunden-Zeitraums von 6 Uhr bis 6 Uhr des Folgetages. Mit dieser veranstalter:innenfreundlichen Regelung wird verhindert, dass eine über 22 Uhr oder 24 Uhr hinausgehende Veranstaltung gleich ein weiteres seltenes Ereignis „verbraucht“.

Veranstalter:innenfreundlichere Regelungen

Im Ergebnis hat Brandenburg jetzt deutlich veranstalter:innenfreundlichere Regelungen zur Genehmigung von Veranstaltungen. Die Anzahl seltener Veranstaltungen wurde von 10 auf 18 erhöht und eine veranstalter:innenfreundliche Zählweise gewählt. Zudem sind jetzt auch Veranstaltungen möglich mit mehr als 70 dB(A) tags und 55 dB(A) nachts. Im Gegenzug wissen die Veranstaltenden jetzt, welche Vorarbeiten sie machen und mit welchen Nebenbestimmungen sie rechnen müssen.

Outro

Thank you for your attention

and for your participation

in this presentation

on the topic of

the importance of

continuous learning

in the 21st century

and the role of

technology in

education and

professional development

of our workforce

and the future of

our society

Festivals in Brandenburg – Eine Übersicht nach Landkreisen

Kreisfreie Städte	Landkreise
Brandenburg an der Havel • Heimwerts Kleinkunst-Festival • Jazzfest Brandenburg	Barnim • Aware Festival, Werneuchen • Basdorf Festival Brassens, Basdorf • Inselleuchten Marienwerder, Marienwerder • Jazz in E., Eberswalde • Roadrunner's Paradise Race 61, Finowfurt • Rumpelstolz, Bernau
Cottbus • PolkaBeats Festival • Stuss am Fluss	Dahme-Spreewald • Bergfunk Open Air, Königs Wusterhausen • Blues am Rand Open Air, Niederlehme • Country- und Truckerfest Friedersdorf, Heidesee • Frostfeuernächte, Gräbendorf • Kiekebusch Open Air, Schönefeld (Location für Festivals) • Rock im Wald, Gehren • Sommer, Liebe und Badelatschen, Schönefeld
Frankfurt (Oder) • Bucht der Träumer*, Helenesee • Helene Beach Festival, Helenesee • transVocale	Elbe-Elster • Artlake Festival, Lichterfeld • Feel Festival, Lichterfeld • Pfingstroch Open Air, Herzberg (Elster) • SommerSonnenWende, Uebigau-Wahrenbrück
Potsdam • Fête de la Musique • Golm rockt • Konterfei Festival • Lalnova Open Air • Basskontakt Open Air • Jazzoffensive • Le désordre, c'est moi • Localize • Psychomania Rumble • Rock am Löschteich • Streetopia Festival • Ultrash Festival	

- Havelland**
- Antaris Project, Gollenberg
 - Frierock, Friesack
 - Hörbar Blues Open Air, Milow
 - Laut und Bunt Festival, Rathenow
 - Nation of Gondwana, Grünefeld
 - Pax Terra Musica Festival, Friesack
 - Rockfest Wustermark, Wustermark
 - Under The Black Sun, Friesack

- Märkisch-Oderland**
- Freundetreffen Festival, Rüdersdorf bei Berlin
 - Liederlauschen am Rand, Oderbruch Zollbrücke
 - Oboa Festival, Fort Gorgast
 - Strictly confidential, Fort Gorgast
 - Rennbahn Hoppegarten, Hoppegarten (Location für Festivals)
 - Village Festival, Strausberg

- Oberhavel**
- Resist to Exist, Kremmen

- Oberspreewald-Lausitz**
- Hometown Festival, Großkmehlen

- Oder-Spree**
- Alínæ lumr, Storkow (Mark)
 - Entropie Festival, Friedland
 - Es schallt im Wald, Eisenhüttenstadt
 - Jenseits von Millionen, Friedland
 - Mit dir Festival, Friedland
 - Open Air Gross Lindow, Groß Lindow
 - Subculture Holidays, Eisenhüttenstadt

- Ostprignitz-Ruppin**
- Protzen Open Air, Protzen
 - Unity Festival, Neuruppin

- Potsdam-Mittelmark**
- Baum & Borke Open Air, Borkheide
 - Damsrock, Damsdorf
 - Festival Für Freunde, Planetal
 - Festival of Folk, Teltow
 - Potstock, Hohenlobbese
 - Rock in Caputh, Caputh
 - Werder klingt, Werder

- Prignitz**
- AquaMaria Festival, Plattenburg
 - Krankenschwester rock(t), Bad Wilsnack
 - New Healing Festival, Kümmernitztal
 - Rock im Moor, Boberow
 - VooV Experience, Putlitz

- Spree-Neiße**
- Akasha Festival, Kolkwitz
 - Gahlen Moscht Metal Open Air, Spremberg
 - Jazzwerkstatt Peitz, Peitz
 - Landflucht Festival, Klein Buckow
 - Neiße Metal Meeting, Guben
 - PunkOirama, Spremberg
 - Rock & Blues Nacht, Spremberg
 - Spreewald Rock Festival, Drachhausen
 - Wilde Möhre, Drebkau

- Teltow-Fläming**
- Blankit Festival, Blankenfelde-Mahlow
 - Countryweekend Klausdorf, Gadsdorf
 - Mixed Music Arts Festival, Luckenwalde
 - Motorcycle Jamboree, Niedergörsdorf
 - Musik & Sterne, Niedergörsdorf
 - Spirit Festival, Niedergörsdorf
 - Zurück zu den Wurzeln, Niedergörsdorf

- Uckermark**
- Headache Inside, Milmersdorf
 - Poty Festival, Schwedt / Oder
 - Sacred Ground Festival, Brüssow
 - UM-Festival, Gerswalde

Festival-Zusammenschlüsse und Arbeitskreise

EU-Ebene

Yourope – The European Festival Association

Yourope ist ein europäischer Festival-Verband. Er fördert den Austausch und die Zusammenarbeit zwischen internationalen Festivals.
→ yourope@yourope.org

Bundesebene

Arbeitskreis FestivalKombinat der LiveMusikKommission

Das FestivalKombinat ist eine bundesweite Plattform unabhängiger Festivalveranstalter:innen und Promoter:innen. Das Kombinat vernetzt Veranstalter:innen, um den Zusammenhalt und den Wissensaustausch der Branche zu fördern.
→ ak_festivalkombinat@livekomm.org

Landesebene

ImPuls Brandenburg, Fachbereich Populärmusik und Festivals

Der Landesverband ImPuls Brandenburg e. V. vernetzt, fördert und berät die Soziokultur-, Populärmusik- und Festivalszene im Land Brandenburg und setzt sich für bessere Rahmen- und Arbeitsbedingungen ein.
→ info@impuls-brandenburg.de

Arbeitskreis Festivals der Clubcommission Berlin

Die Mehrzahl der Festivals aus dem Arbeitskreis kommt aus Berlin und Brandenburg. Der Arbeitskreis steht aber auch Festivals aus anderen Bundesländern offen.
→ festivals@clubcommission.de

Weiterführende Literatur

Ann Wiesenenthal (2017): Antisexistische Awareness. Ein Handbuch. Unrast Verlag.

Bundesinstitut für Bau-, Stadt- und Raumforschung (2016): Freiraumfibel. Wissenswertes über die selbstgemachte Stadt.
→ **Materialsammlung**

FEMermaid (2016): Handreichung für Clubs und Veranstalter_innen zur präventiven Arbeit gegen sexualisierte Übergriffe und sexistische Gewalt. → **Materialsammlung**

Fruin, John J. (2002): The causes and prevention of crowd disasters. In: Smith, R. A. / Dickie J. F. (Hrsg.): Engineering for Crowd Safety. Elsevier, Amsterdam, S. 99 – 108.

Gladt e. V. (2019): Solidarität macht stark – Ein Wegweiser für Jugendliche im Umgang mit Diskriminierung. → **Materialsammlung**

Hesselmann, Tillmann & Mueller-Thuns (2020): Handbuch GmbH & Co. KG: Gesellschaftsrecht – Steuerrecht. Verlag Dr. Otto Schmidt.

Kurt Stöber und Dr. Dirk-Ulrich Otto (2020): Handbuch zum Vereinsrecht. Verlag Dr. Otto Schmidt.

PsyCare – Psychedelic Ambulance, Projektverbund auf Grundlage akzeptierender Drogenarbeit im Festival- und Partysetting.
→ **Materialsammlung**

Rüssel, M. & Second Attempt e. V. (2012): Phase 0 – How to make some action. Frühwerk Verlag.

SONICS e. V. – Safer Nightlife Bundesverband (2019): Qualitätsstandards zur Krisenintervention im Party- / Festivalsetting.
→ **Materialsammlung**

Sounds for Nature Foundation e. V. (2013): Sounds for Nature. Leitfaden für die umweltverträgliche Gestaltung von Open-Air-Veranstaltungen. → **Materialsammlung**

Tietz, Völkel (2017): PsyCare – Krisenintervention im Partysetting. Ein Plädoyer aus der Praxis für Qualitätsstandards: In: akzept e. V.: Alternativer Drogen und Suchtbericht 2017. → **Materialsammlung**

Tupoka Ogette (2019): Exit racism. Rassismuskritisch denken lernen. Unrast Verlag.

Stichwortverzeichnis

A
Aftermovie **↗ S. 60**
Anreise **↗ S. 91, 95**
Anträge **↗ S. 34, 36, 42, 48, 51, 88, 108 – 115**
Anwohner:innen **↗ S. 43, 97 – 100, 115 – 117**
Anzeigepflicht **↗ S. 108, 111 – 113**
Auflagen **↗ S. 68 – 77, 108, 111 – 115**
Ausländersteuer **↗ S. 56**

B
Bauaufsicht **↗ S. 110, 113**
Baugenehmigung **↗ S. 111, 113**
Booking-Agentur **↗ S. 103 – 105**
Brandschutzkonzept **↗ S. 70, 72, 110f., 113**
Budget **↗ S. 49f., 101**
Bühne **↗ S. 14, 44 – 46, 68, 70, 84, 101 – 105, 113**

C
Camping **↗ S. 66, 69, 87f., 92f., 111**
Controlling **↗ S. 49f.**
Corporate Identity (CI) **↗ S. 49, 58, 61**
Covid-19 **↗ S. 59, 65, 74f. 104, 110**
Cross Promotion **↗ S. 62**
Crowd Management **↗ S. 70, 102**

D
Datenschutz **↗ S. 58, 60**
Diversität **↗ S. 84, 89, 101f.**
Drittmittelfinanzierung **↗ S. 47f.**

E
Ehrenamt **↗ S. 12, 39 – 41**
Einfriedung **↗ S. 45, 70**
Einnahmen **↗ S. 47, 49, 52, 65f.**

F
Facebook **↗ S. 61 – 64**
Fahrzeuge **↗ S. 44, 46, 49, 77**
Feuerwehr **↗ S. 50, 69f., 72f., 112, 114**
Fliegende Bauten **↗ S. 68, 70, 110, 113**
Förderung **↗ S. 34, 36, 38, 47f., 51, 88**
Forstamt **↗ S. 42, 111**

G
Gagen **↗ S. 49, 55f., 103 – 105**
Gastronomie **↗ S. 39f., 49f., 75f., 87, 94f., 112f.**
Gaststättengewerbe **↗ S. 112f.**
GbR **↗ S. 13, 36f., 39f., 49**
Gebietsschutzklausel **↗ S. 103**
GEMA **↗ S. 49f., 55, 60, 66, 104**
Gemeinden **↗ S. 47, 56, 77, 109, 114**
Gemeinnützigkeit **↗ S. 36, 38f., 47f., 65, 108**
Genehmigungen **↗ S. 42, 47, 50, 72, 74, 77, 108, 111 – 115, 117f.**
Gesundheitsamt **↗ S. 110, 112f.**
Gewinnorientierung **↗ S. 49f., 65**
GmbH **↗ S. 13, 36 – 38, 40, 49f.**
Grundbuchamt **↗ S. 42**
GVL **↗ S. 50**

H
Honorar **↗ S. 39f., 49f., 55f.**

I
Immission **↗ S. 43, 110, 112, 116f.**
Instagram **↗ S. 61 – 64**

K
Kölner-Algorithmus **↗ S. 73**
Kommunen **↗ S. 47 – 49, 51, 56, 77, 97 – 100, 109, 113 – 115, 117**
Krisen-Management **↗ S. 68 – 72**
KSK / KSA **↗ S. 49f., 55**

L
Landschaftsschutzgebiet **↗ S. 111**
Lebensmittelsicherheit **↗ S. 75 – 77, 110, 112f.**
Line-up **↗ S. 84, 101 – 105**

M
Maurer-Algorithmus **↗ S. 73**
Medienpartnerschaft **↗ S. 59**
Müll **↗ S. 44f., 50, 66, 91f., 94, 112**

N
Naturschutz **↗ S. 43, 45, 90 – 96, 109, 111**
Notausgänge **↗ S. 45**
Nutzungsvertrag **↗ S. 42, 111f.**

O
Ordnungsamt **↗ S. 42, 53, 70, 109f., 112f.**

P
Polizei **↗ S. 70, 79, 110, 112, 114**
Privatgelände **↗ S. 42, 111**
Produktionsplan **↗ S. 44**

R
Recycling **↗ S. 90 – 93**
Rettungsdienst **↗ S. 70f., 73f., 114**
Reverse-Charge **↗ S. 56**
Risikoanalyse **↗ S. 68 – 74**

S
Sanitäre Anlagen **↗ S. 44, 46, 50, 75 – 77, 87, 93, 112**
Schallpegelmessung **↗ S. 112, 116f.**
Security **↗ S. 50, 84**
Spende **↗ S. 38, 48**
Standortgebundenheit **↗ S. 116f.**
Straßenverkehrsamt **↗ S. 42, 53, 110f.**
Strom **↗ S. 43, 44 – 46, 50, 71f., 87, 92, 104**

T
TA-Lärm **↗ S. 112, 116f.**
Timetable **↗ S. 58 – 60, 101, 104f.**
Toiletten **↗ S. 44, 47, 68, 76f., 82, 87, 93, 112f.**
Trink- und Abwasser **↗ S. 44f., 75 – 78, 110, 112**

U
UG **↗ S. 13, 37f.**
Umsatzsteuer **↗ S. 56**
Umwelt- und Grünflächenamt **↗ S. 42, 110f.**
Urheber:innenrechte **↗ S. 55**

V
Verein **↗ S. 36, 38f., 47f., 65, 97 – 100**
Vergnügungssteuer **↗ S. 56f.**
Verkehr **↗ S. 42f., 50, 68, 72, 79, 91, 110**
Versammlungsstättenverordnung **↗ S. 45, 68, 70, 77, 111f.**

W
Waldumwandlung **↗ S. 111**

André Dachzelt war fünf Jahre Projektleiter einer ökologischen Eventagentur und hat bundesweit Projekte in verschiedensten Größenordnungen kuratiert. Seit 2018 ist er der Projektkoordinator beim Feel Festival und dort zudem für die Maßnahmen zur Nachhaltigkeits-Implementierung zuständig.

Annika Jarzembowski ist hauptberuflich Sozialarbeiterin im Anti-Gewalt-Bereich in Berlin. Seit 3 Jahren engagiert sie sich mit rave*awareness für Antidiskriminierung im Veranstaltungskontext.

Christoph Elwert ist Geschäftsführer der Eventagentur Mategroup GmbH und leitete von 2015 bis 2019 das Modular in Augsburg, Schwabens größtes Jugend- und Popkultur-Festival.

Darleen Humbert ist beim Festival Zurück zu den Wurzeln zuständig für den Bereich Inklusion. Zur Zeit macht sie ihren Bachelor in Behindertenpädagogik. Die handwerklichen Fähigkeiten hat sie von ihrer Mutter geerbt. So kann sie mit der Festival-Arbeit alles, was ihr Spaß macht, miteinander verbinden.

Franziska Pollin ist bei ImPuls Brandenburg zuständig für die Belange der Populärmusik- und Festival-Szene und leitet das Projekt MusicBase Brandenburg. MusicBase hat es sich zur Aufgabe gemacht, die Populärmusikszene und Veranstalter:innen zu fördern, zu beraten und der Musikszene eine Stimme zu geben.

Jana Kamm ist Projektleiterin der Publikation „How-To Festival. Das Handbuch“. Sie arbeitet als Kulturmanagerin in den Bereichen Kommunikation, Projekt- und Produktions-Management sowie kuratorische Praxis. Sie war mehrere Jahre als Journalistin für den Tagesspiegel tätig und leitet das Kunst- und Kulturfestival Localize in Potsdam.

Jenny Juchem ist Veranstaltungskauffrau und arbeitet als Eventmanagerin bei der Agentur Mategroup GmbH. Festival-Erfahrung sammelte sie auf dem Oben Ohne Festival in München und als Assistenz der Festival-Leitung auf dem Modular in Augsburg.

Johannes Junge leitet seit über 14 Jahren einen gemeinnützigen e.V., mit dem u. a. das Blankit Festival veranstaltet wird sowie Nachwuchsbands und junge Musiker:innen gefördert werden.

Johannes Raetz hat in den letzten 20 Jahren Festivals ge-, ver- und erlebt: auf, vor und hinter Bühnen, in Produktionsbüros, im Zelt, der Kasse, dem Infostand, der VIP-Lounge; als Gast, Musiker, Stagemanager, Sicherheitsbeauftragter, Hospitant und Veranstalter. Mittlerweile schreibt er als Festival-Berater Sicherheitskonzepte und ist Veranstaltungsleiter auf verschiedenen Festivals; in Brandenburg u. a. für das Feel Festival.

Jonas Seetge hat als Veranstalter in den letzten 12 Jahren alles gemacht, was es in der Veranstaltungsbranche zu tun gibt. Ehrenamtlich hat er als Müllsammler und Roadie beim Rocken am Brocken angefangen, das Feel und Artlake Festival mitorganisiert, das Festival Kombinat aus der Taufe gehoben und ist schließlich bei Landstreicher Booking als Head of Festivals gelandet.

Mit einem großen Festival-Netzwerk und Erfahrungsschatz kümmert sich Jonas als Mitgründer von Höme – Für Festivals mittlerweile um die Organisationsentwicklung und bucht als Freelancer das Programm vom Puls Open Air.

Katharina Tietz ist Geschäftsführerin des Chill out e. V. Potsdam – Verein zur Förderung akzeptierender Jugend- und Drogenarbeit und leitet die Fachstelle für Konsumkompetenz Potsdam. Sie ist Mitglied des Vorstands des SONICS e. V. – Safer Nightlife Bundesverband und arbeitet seit längerem an den Themen der Gesundheitsförderung und Konsumkompetenz im Kontext von Partys und Festivals.

Laura Korrmann ist gelernte Marketing-kommunikationskauffrau und hat einen Bachelor in Medien- und Eventmanagement. Während ihrer Ausbildungszeit betreute sie diverse Social-Media-Accounts im Festival- und NGO-Bereich. Seit 2018 ist sie beim Feel Festival und Artlake Festival als Social-Media-Redakteurin tätig.

Lee-J. Schumann arbeitet seit 2014 als Referent für Einsatzdienste im DRK-Landesverband Brandenburg e. V. Dort hat er die Einsatzleitung des Sanitätsdienstes auf Großveranstaltungen wie dem Lollapalooza innegehabt und berät die DRK-Kreisverbände zu diesem Thema. Im DRK-Landesverband arbeitet er im Katastrophen- und Krisen-Management.

Mark Höhne arbeitet für die schwandt. Versicherungsmakler KG, ein Spezialmakler für Eventversicherungen mit über 25 Jahren Erfahrung sowohl in der Event- als auch in der Versicherungsbranche. Die Beratung von Festival-Veranstalter:innen steht dabei im Mittelpunkt. So sind z. B. das Deichbrand Festival, die Fusion und der Love Family Park seit vielen Jahren namhafte Referenzen.

Markus Ossevorth ist seit 1993 Veranstalter von Techno-Veranstaltungen in Berlin, seit 1995 Veranstalter und Produktionsleiter des Festivals Nation of Gondwana.

Paul Taraschewski ist seit 2018 Ingenieur im Bereich Veranstaltungstechnik und Management. Und seit 2013 Produktionsleiter beim Festival Nation of Gondwana.

Philipp Schröder-Ringe ist seit 2008 Rechtsanwalt bei HÄRTING Rechtsanwälte, einer auf Medien und Kreativunternehmen spezialisierten Kanzlei. Als Partner ist er dort für die Bereiche Musik, Events und Urheberrecht verantwortlich, wo er u. a. Künstler:innen, Konzert- und Sportveranstalter:innen sowie Medien- und Veranstaltungsagenturen berät und vertritt.

Sonja Laaser ist Rechtsanwältin für die Kunst- sowie Kreativszene und freie Dramaturgin. Als Fachanwältin für Urheber- und Medienrecht betreut sie mit ihrer Kanzlei seit vielen Jahren Mandant:innen aus der Kunst- und Kreativszene. Sonja Laaser ist zudem freiberuflich als Dramaturgin tätig.

Bildverzeichnis

Alinæ lumr, Antje Loeffelholz **➤ S. 23**
Alinæ lumr, Florian Anhorn **➤ S. 28**
Artlake Festival, Alexander Jedermann **➤ S. 20**
Artlake Festival, Angelina Ganzak **➤ S. 31**
Bergfunk Open Air, Nadine Kunath **➤ S. 27**
Blankit Festival, Verein zur Förderung von musikalischem Nachwuchs e. V. **➤ S. 18**
Feel Festival, Lara Lo Nobile **➤ S. 21**
Feel Festival, Stephan Flad **➤ S. 24f.**
Fête de la Musique, Robert Kujas|eskayarts **➤ S. 18**
Fête de la Musique, Robert Kujas|eskayarts **➤ S. 22**
Jenseits von Millionen, Nina Satorius **➤ S. 28**
Jenseits von Millionen, Ron Le Mage **➤ S. 30**
Localize, sevens[+]maltry **➤ S. 29**
Nation of Gondwana, Ringo Stephan **➤ S. 17**
Nation of Gondwana, Ringo Stephan **➤ S. 27**
Pfingstrock Open Air, Doreen Tietze **➤ S. 22**
Wilde Möhre, Danilo Rößger **➤ S. 26**
Wilde Möhre, Paul Karrenstein **➤ S. 19**
Zurück zu den Wurzeln, Lukas Strauss **➤ S. 16**

Impressum

Herausgeber

LAG Soziokultur Brandenburg e. V.
(zukünftig: ImPuls Brandenburg e. V.)
Landesverband für Soziokultur,
Populärmusik und Festivals

Kunst- und Kreativhaus
Rechenzentrum Potsdam
Dortustraße 46, 14467 Potsdam
→ info@impuls-brandenburg.de
→ www.impuls-brandenburg.de

Redaktion & Lektorat

Jana Kamm, Franziska Pollin

Korrektorat

Linda Sturm

Visuelles Konzept & Design

Robert Krug
→ www.robertkrug.de

Druck

Ruksaldruck
→ www.ruksaldruck.de

Der Druck von „How-To Festival. Das Handbuch“ erfolgt auf Maschinengraukarton (Umschlag) und Circle Silk Premium White (Inhalt) der Firma IGEPa, zertifiziert mit dem FSC Label.

Stand

Dezember 2020, 1. Auflage

ISBN

978-3-00-067422-8

Juristische Beratung

Philipp Schröder-Ringe

Dank

Alexander Dettke, Andreas Stockmann, Eileen Scheier, Jonas Seetge, Larissa Krause, Lisa Schmedkord, Madlen Werner, Philipp Thiele, René Land, Ulrike Oehmichen

Für die Vollständigkeit, Aktualität, Qualität und Richtigkeit der Inhalte dieser Publikation kann trotz sorgfältiger Prüfung und Recherche keine Haftung übernommen werden.

Die von den Autor:innen vertretene Auffassung ist nicht unbedingt mit der des Herausgebers identisch.

© Copyright 2020. Alle Inhalte dieses Handbuchs, insbesondere Texte, Fotografien und Grafiken, sind urheberrechtlich geschützt. Das Urheberrecht liegt, soweit nicht ausdrücklich anders gekennzeichnet, bei LAG Soziokultur Brandenburg e. V.



Gefördert vom Ministerium für Wirtschaft, Arbeit und Energie (MWAE), dem Ministerium für Landwirtschaft, Umwelt und Klimaschutz (MLUK) und dem Ministerium für Wissenschaft, Forschung und Kultur (MWFK) des Landes Brandenburg.



Mehr Informationen auf

→ **impuls-brandenburg.de/
festivalhandbuch**

