

# How-To Dritter Ort

→ **Das Handbuch**

# „Dritte Orte“

**ein komplexes Phänomen mit  
sich überlagernden ökonomi-  
schen, sozio-kulturellen,  
technischen und rechtlichen  
Dimensionen**

**Ökonomische  
Dimensionen →**

# Konzept und Projektplan

**D**as Konzept ist der Ausgangspunkt des Projekts und stellt die Weichen für ein erfolgreiches Projektmanagement. Aus dem Konzept lässt sich dann ein Projektplan ableiten, der für die Organisation und Realisierung eines ‚Dritten Ortes‘ 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 ‚Dritten Ortes‘?

**Wer?** Wer soll den ‚Dritten Ort‘ organisieren und durchführen? Wer ist die Zielgruppe, die angesprochen werden soll?

**Wo?** Wo soll der ‚Dritte Ort‘ stattfinden?  
Wie soll die Location aussehen und welche Bedingungen muss sie erfüllen?

**Wann?** Wann soll der ‚Dritte Ort‘ stattfinden? Wie lange ist der Durchführungszeitraum des gesamten Projekts und der Veranstaltungszeitraum?

**Wie?** Wie soll der ‚Dritte Ort‘ realisiert werden? Wie sieht die Durchführung aus?

**Warum?** Warum soll es den ‚Dritten Ort‘ geben? Was ist das Ziel? Welchen Nutzen ziehen die Besucher\*innen aus dem ‚Dritten Ort‘?

Im Konzept sollte präzise der inhaltliche Kern der 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 Projekt einzigartig macht und es von anderen Projekten 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 essenziell 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 Organisation ständig begleitet und welches immer wieder fortgeschrieben und abgeändert werden muss.

Im Projektplan werden alle Aufgaben strukturiert und festgehalten, die im Rahmen der 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 ‚Dritten Ortes‘ 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 sogenannte 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.

# Rechtsformen

**B**evor es an die eigentliche Planung geht, muss entschieden werden, unter welcher Rechtsform das Team agieren und der ‚Dritte Ort‘ 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 der 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.

## 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 zusammentun, um einen gemeinsamen Zweck zu verfolgen. Sie wird demnach als eine Personengesellschaft eingestuft und gilt nicht als juristische Person.

### Merkmale einer GbR

- für jede Geschäftspartnerschaft geeignet (Kleingewerbe, Freie Berufe, Arbeitsgemeinschaft)
- großer Freiraum für den Einzelnen möglich
- unkomplizierte und kostengünstige Gründung, schriftlicher Vertrag aber sinnvoll
- kein Mindestkapital

### Zu beachten:

- Teilhaber\*innen haften mit Gesellschaftsvermögen und Privatvermögen
- keine Anerkennung der Gemeinnützigkeit möglich
- einkommensteuerrechtlich in der Regel ungünstig für die Gesellschafter

## **Gesellschaft mit beschränkter Haftung (GmbH)**

Die Abkürzung GmbH steht für Gesellschaft mit beschränkter Haftung. Die GmbH ist eine Unternehmensform und zählt zu den Kapitalgesellschaften. Den\*die Inhaber\*in einer GmbH nennt man Gesellschafter\*in. 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, Gesellschafter\*innen oder ‚Fremd‘-Geschäftsführer\*innen
- die Gesellschaft haftet mit ihrem 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 kaufmännisch versiert sein (kaufmännische 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 ihrem 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 vorliegen. 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.

### **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



# Finanzierung

**E**in ‚Dritter Ort‘, wie alle Unternehmen, braucht sowohl während der Gründung als auch während der Stabilisierungs- und Wachstumsphase ausreichend Kapital. Grundsätzlich wird hierbei unterschieden in eine Innen- und Außenfinanzierung und eine Eigen- oder Fremdfinanzierung.

Bei der Innen- bzw. Außenfinanzierung geht es um die Herkunft des Geldes. Die Innenfinanzierung erfolgt über interne Mittel, wie z. B. aus dem laufenden Geschäftsbetrieb, aus Rückstellungen oder aus Abschreibungen. Bei der Außenfinanzierung kommt das Geld von außerhalb des Unternehmens: z. B. durch Kredite von Banken, (Gesellschafter-)Darlehen oder auch durch Beteiligungsfinanzierung von Investoren und Crowdfunding Kampagnen.

Bei der Eigen- und Fremdfinanzierung wird unterschieden, ob die Investition über Eigen- oder Fremdkapital finanziert, werden sollen. Eigenkapital kann aus internen Mitteln der Firma wie Reinvestition von Gewinnen oder dem Verkauf von Vermögenswerten gewonnen werden. Für Fremdkapital stehen neben Mittel der Gründer unterschiedlichste Darlehensmöglichkeiten, wie z. B. Gründerdarlehen zur Verfügung. Die Hausbank ist hier der erste Ansprechpartner.

Die Grundlage eines Finanzierungsplanes ist immer die Bedarfsanalyse, die bestimmt, welche Mittel für z. B. Betriebs-

kapital, Expansion oder Investitionen benötigt wird. Hierfür ist die Erstellung eines Businessplans hilfreich. Wenn die Finanzierung über Fremdkapital erfolgen soll, wird dieser immer verlangt. Hilfestellungen zur erstmaligen Erstellung eines Businessplans sind vielfältig. Die Vorlagen, Beispiele und Tipps können im Internet gefunden werden. Der Businessplan-Wettbewerb Berlin-Brandenburg (BPW) ist eine Möglichkeit, den eigenen Businessplan zu erstellen. Diesen Wettbewerb gibt es bereits seit über 30 Jahren und hat zahlreiche Gründer und Gründerinnen auf ihrem Weg zum eigenen Unternehmen begleitet.

Bei der Erstellung des Kosten- und Finanzierungsplanes, und spätestens bei der Liquiditätsplanung, wird ersichtlich, welche Lücken und Unsicherheiten bestehen. Viele Einkunfts-faktoren, wie u. a. die Besucherzahlen, sind im Beginn nur schwer einschätzbar und werden oft durch externe Faktoren, wie z. B. das Wetter, unberechenbar. Aus diesem Grunde ist es gerade im Beginn wichtig, mit realistischen Zahlen zu arbeiten und notwendige Puffer (mindestens 20 – 30 %) einzuplanen.

Finanzierungslücken wird es immer und bei allen geben: Ein ‚Dritter Ort‘ ist neben der klassischen Finanzierung von weiteren Finanzierungsquellen (Drittmit-tel) mindestens mittelfristig abhängig. Eigene Einnahmequellen (Events, Work-

shops, Gastro-Betrieb, Raum-Vermietung) werden in der Anfangszeit nur ein Teil des Finanzierungs-Puzzles sein können. Praktische Hinweise zur Kalkulation, etc. können im Kapitel ‚Leitfaden‘ auf der Seite 120 gefunden werden.

Zur Drittmittelakquise gehören u. a.: Sponsoring, Crowdfunding, Kooperationen mit anderen Projekten (Beteiligung an finanziellen, materiellen oder personellen Ressourcen), Spenden, öffentliche Zuschüsse etc.. Zum Thema Sponsoring und Merchandise als Einnahmequelle und Informationen zum Unterschied zwischen Spenden und Sponsoring wird auf das Handbuch How-To Festival verwiesen.

### **Fördermittel als Außenfinanzierung**

Fördermittel sind keine Geschenke. Finanzielle Fördermittel werden zur Verfügung gestellt um bestimmte politische, kulturelle, wirtschaftliche oder sonstige Ziele zu erreichen. Hierfür wird ein Vertrag zwischen dem Fördermittelgeber und dem Fördermittelnehmer geschlossen, in dem die jeweiligen Aufgaben und Pflichten klar geregelt sind. Die Pflichten für den Fördermittelnehmer können zahlreich sein. Die Praxis hat gezeigt, dass bei kleinen Projekten (bis 5.000 Euro) der Aufwand für die Förderung häufig den finanziellen Nutzen übersteigt, insbesondere bei weniger erfahrenen Fördermittelnehmern. In der Start-Up- und Wachstumsphase sollten insbesondere Förderprogramme in Anspruch genommen werden, die einen hohen, nicht rückzahlbaren Zuschuss (nach Möglichkeit mehr als 40 %) und die Förderung der Personalkosten beinhalten.

Die Förderlandschaft der eigenen Kommune, des Landes, des Bundes, der EU, der Stiftungen und aller anderen politischen Strukturen ist sehr komplex und unterliegt stetigem Wandel. Jedes Jahr kommen neue Förderprogramme, Stipendien und auch neue Träger dazu. Hiervon

sollte man sich nicht abschrecken lassen und den Kontakt, am Anfang am besten in der Kommune (z. B. Kulturamt der Stadt, des Landkreises etc.) und im Land (zuständige Ministerien, Lotto-Mittel) suchen. Es wird empfohlen, dass sich eine Person im Team auf die Förder- und Drittmittelakquise spezialisiert und entsprechende Weiterbildungsmöglichkeiten nutzt.

Bei Fördermitteln wird unterschieden zwischen ganzjährig beantragbaren Mitteln (z. B. Gründerdarlehen, etc.) und Mitteln, die nur zu festgelegten (wiederkehrenden) Zeiten beantragt werden können. In der Praxis bedeutet dies, dass Projekte und Aktionen weit im Voraus geplant werden müssen. Vorlaufzeiten von ein bis zwei Jahren sind eher die Regel als die Ausnahme, um die Finanzierung sicherzustellen.

Welche Fördermöglichkeiten für welches Projekt passend sind, hängt von der Ausschreibung und den Förderrichtlinien ab: Hier werden die thematischen (Förderinhalte: Was kann gefördert werden?), zeitlichen (Wann kann ich mein Projekt umsetzen?) und formalen Voraussetzungen (Wer kann gefördert werden: Einzelpersonen oder juristische Personen, gemeinnützige oder nicht-gemeinnützige Strukturen) definiert. In den meisten Fällen gibt es bei den Fördermittelgebern Personen, die beratend zur Verfügung stehen (müssen). Es wird empfohlen diese professionelle Beratung frühzeitig anzunehmen, und die konkrete Projektidee mit diesen zu besprechen. Das Lesen der Förderrichtlinie gibt häufig hilfreiche Informationen zur Antragsstellung. Es ist im beiderseitigen Interesse, dass Projektanträge gut- und zielgerecht geschrieben, fachgerecht eingereicht, und die Fördermittel korrekt abgerechnet werden können!

## Beispiele aus der Förderlandschaft

Wie eingangs geschrieben unterliegt die Förderlandschaft einem kontinuierlichen Wechsel. Die folgende Auswahl an Fördermöglichkeiten, mit dem Schwerpunkt ‚Dritte Orte‘ und dem Kulturbereich, kann daher nur Ideen für die eigene Recherche liefern:

### **Bund & EU**

Die Förderdatenbank des Bundesministeriums für Wirtschaft und Klimaschutz bietet Informationen zu Förderprogrammen des Bundes, der Länder und der EU.

Auf der Website der Bundesbeauftragten für Kultur und Medien (BKM) gibt es zwar keine Datenbank, dafür aber Weiterleitungen zu aktuellen Fördermöglichkeiten.

Das Bundesministerium für Ernährung und Landwirtschaft (BMEL) kofinanziert Programme zur Förderung der ländlichen Entwicklung. Mit dem Programm BULE (Bundesprogramm Ländliche Entwicklung und Regionale Wertschöpfung) werden gerade ländliche Räume gestärkt und innovative Projekte gefördert.

Die Kulturstiftung des Bundes sowie der Fonds Soziokultur und die Deutsche Stiftung für Ehrenamt und Engagement sind mittelausgebende Stellen auf der Bundesebene, die jedes Jahr wiederholende oder neue Förderprogramme ausschreiben. Sie sind zuständig dafür, die Themen Kultur im ländlichen Raum, Soziokultur und Ehrenamt mit passgenauen Förderprogrammen zu unterstützen.

Die Initiative Kultur- und Kreativwirtschaft der Bundesregierung (KuK) bietet unterschiedliche Unterstützungsmöglichkeiten, wie z. B. die Beratung und die Qualifizierung.

Die Kreditanstalt für Wiederaufbau (KfW) ist mit der Förderung der Kreativwirtschaft beauftragt und ist Anlaufstelle insbesondere für Kredite in der Grün-

ungsphase. Eine spezielle Plattform für Programme für Soziale Innovationen und Gemeinwohlorientierte Unternehmen bietet das Projekt SIGU.

LEADER ist eine Fördermaßnahme der Europäischen Union zur Entwicklung des ländlichen Raumes. Das Programm dient der Strukturförderung des ländlichen Raums und wird finanziert aus dem Europäischen Landwirtschaftsfonds für die Entwicklung des ländlichen Raums (ELER). In Brandenburg werden die Mittel vom Ministerium für Landwirtschaft, Umwelt und Klimaschutz (MLUK) verwaltet. Anträge werden über die lokalen Aktionsgruppen gestellt. Diese sind auch erste Anlaufstelle für weitere Informationen zum Programm.

### **Land Brandenburg**

Wirtschaftsförderung Brandenburg (WFBB) und Investitionsbank des Landes Brandenburg (ILB): Zentraler Ansprechpartner auf Landesebene ist die Wirtschaftsförderung Brandenburg (WFBB). An sie kann sich jeder mit der Bitte um Beratung oder Hilfe bei der Antragstellung von Fördergeldern wenden. Die ILB fördert und finanziert öffentliche und private Vorhaben in Brandenburg in den verschiedensten Bereichen. Auf der Internetseite der ILB steht eine Förderplattform zur Suche der passenden Förderprogramme zur Verfügung.

### **Ministerium für Wissenschaft, Forschung und Kultur**

Das Kulturministerium fördert unterschiedlichste kulturelle Vorhaben: zurzeit werden z. B. Digitalisierungsprozesse, energetische Sanierungen, oder kulturelle Ankerpunkte im ländlichen Raum gefördert. Die Schwerpunkte werden anhand der Kulturstrategie festgelegt.

Landes(kultur)verbände sowie Service-Stellen sind wichtige Institutionen, an die man sich hilfesuchend wenden kann. Diese bieten, neben Informationen

zum Förderbereich, auch ausführliche Beratungs- und Qualifizierungsangebote an, organisieren Fachtagungen und Konferenzen und fördern Netzwerke. Der Impuls Brandenburg e. V. – Landesverband für Soziokultur, Populärmusik und Festivals vernetzt, fördert und berät die Szene im Land Brandenburg und setzt sich für bessere Rahmen- und Arbeitsbedingungen ein. Der Verband fördert jährlich soziokulturelle Projekte durch den Innovationsfonds sowie kleine investive Vorhaben durch seinen Investitionsfonds. Populärmusikalische Vorhaben werden jährlich über den Projektfonds Pop gefördert.

### **Kompetenzzentrum Soziales Unternehmertum – Brandenburg**

Das Kompetenzzentrum unterhält eine regelmäßig aktualisierte Fördermittelliste mit einer Vielzahl von Möglichkeiten zur finanziellen Unterstützung von Sozialunternehmen.

Die Plattform Kulturelle Bildung Brandenburg ist die Fachstelle für generationsübergreifende Kulturelle Bildung in Brandenburg. Sie ist gleichzeitig die Servicestelle für das Bundesförderprogramm ‚Kultur macht stark‘ und die mittelausgebende Stelle für das Landesförderprogramm ‚Kulturelle Bildung und Partizipation‘.

# Personalmanagement und Teamaufbau

**D**er Betrieb eines ‚Dritten Ortes‘ ist arbeitsintensiv und erfordert viele helfende Hände mit unterschiedlichem Background. Sich allein auf die (kostenlose) Arbeitskraft von Freunden und Bekannten zu verlassen mag im Einzelfall und im Beginn gutgehen. Mit einsetzendem Erfolg und größeren und häufigeren Veranstaltungen sind diese jedoch schnell überlastet. Oft schwindet deren Motivation, und sie stehen nur noch bedingt zur Verfügung. Wichtig ist es daher, von Beginn an ein festes Team von unterschiedlichen Helfern und bezahlten Aushilfen zu schaffen. Idealerweise kommen diese aus der näheren Umgebung, um flexibel und bei Bedarf einspringen zu können.

Klare Strukturen, definierte Aufgabenfelder und Verantwortungsbereiche, sowie das gemeinschaftliche Festlegen von Arbeitszeiten sind essenziell für das nachhaltige Personalmanagement eines ‚Dritten Ortes‘ – und damit für den reibungslosen Ablauf von Veranstaltungen und dem langfristigen Betrieb der Gastronomie. Die Erstellung von Jobbeschreibungen ist häufig hilfreich. Ebenfalls muss die Frage der Haftung und die Versicherung der Helfer und Aushilfen geklärt werden. ‚Dritte Orte‘ werden häufig dem gastronomischen Bereich zugeordnet, entsprechend müssen die speziellen rechtlichen Auflagen beachtet werden. Zu beachten ist hier insbesondere die Teilnahme an der Hygieneschulung aller

Beschäftigten und die jährliche Hygiene-Belehrung.

## „Klassische“ Formen der Beschäftigung

Vorab: Der Gastronomiebereich gehört zu den am meisten überwachten Branchen. Der Verdacht der ‚Schwarzarbeit‘, auch unwissentlich, muss aber durch entsprechende Verträge und Vereinbarungen im Vorfeld entkräftet werden.

### Ehrenamtliche Helfer

Das Ehrenamt ist eine Tätigkeit, die meist nebenberuflich ausgeübt wird, die dem Gemeinwohl der Gesellschaft dient und in der Regel für gemeinnützige Organisationen ausgeübt wird. Auch wenn es sich um gute Freunde oder Familienmitglieder handelt, und auch wenn das Ehrenamt kein Arbeitsverhältnis im eigentlichen Sinne darstellt – die Erstellung eines Ehrenamtsvertrages ist zu empfehlen. Insbesondere um den Versicherungsschutz (Haftpflicht, Unfallversicherung) zu klären. Versicherungsschutz sollte bestehen für fahrlässig verursachte Drittschäden, die ehrenamtlich Engagierte während ihrer Tätigkeit verursachen und für Unfälle, die im Rahmen der Tätigkeit entstehen.

Privatwirtschaftlich organisierte ‚Dritte Orte‘ sind häufig nicht gemeinnützig. Aber auch dort dürfen Menschen (z. B.

Familienmitglieder, Freunde) freiwillig helfen, d. h. auch ohne direkten Lohn mitarbeiten. Es muss im Zweifelsfall nur nachgewiesen werden, dass kein verdeckter Lohn gezahlt wird.

### **Freelancer und Honorarkräfte**

Neben auftretenden Künstlern können dies auch sonstige Personen sein, die für das Projekt tätig werden: wie z. B. für die Erstellung und Pflege eines Ticketsystems, Webadministratoren, Marketing, Sicherheitskräfte, Tontechniker\*in etc. Sie sind meist freiberuflich tätig und werden für eine begrenzte Zeit für eine bestimmte Aufgabe oder ein spezifisches Projekt engagiert.

### **Achtung!**

Freelancer (freier Mitarbeiter) sind keine Freiberufler. Dies ist eine Sammelbezeichnung für bestimmte, meist wissenschaftliche und künstlerische Berufe wie z. B. Steuerberater, Rechtsanwälte, Journalisten etc., die nicht gewerbescheinpflichtig sind. Freelancer zeichnen sich dadurch aus, dass sie nicht in einer persönlichen Abhängigkeit zum Auftraggeber stehen, dass sie nicht in die Organisationsstruktur des ‚Dritten Ortes‘ eingegliedert sind, keiner Weisung unterstehen und keine Kontrollbefugnis haben. Der Freelancer-Vertrag regelt im Einzelnen die jeweiligen Aufgaben und die Entlohnung.

### **Freiberufler**

Die Bezahlung wird in der Regel im Honorarvertrag geregelt. Pro Jahr können für freiberufliche Einkünfte bis zu 410 Euro erzielt werden, ohne dass Steuern fällig werden (§ 46 Abs. 2 Nr. 1 EStG). Unter Einkünften wird dabei der Überschuss der Einnahmen über die Werbungskosten verstanden. Übersteigen die Einkünfte diesen Betrag, ist die Anmeldung eines Gewerbes erforderlich und müssen die Einkünfte versteuert werden.

### **Minijob (geringfügige Beschäftigung)**

Dieser zeichnet sich dadurch aus, dass das Arbeitsentgelt einen bestimmten Höchstbetrag (2024: 538 Euro; 2025: 556 Euro) nicht übersteigt oder wenn nur eine kurzfristige Beschäftigung besteht. Minijobber sind nicht Kranken-, Pflege- und Arbeitslosenversicherungspflichtig und können sich von der Rentenversicherungspflicht befreien lassen. Der ‚Dritte Ort‘ als Arbeitgeber trägt einen pauschalen Beitrag zur Kranken- und Rentenversicherung bei. Dies bedeutet aber auch, dass der Minijobber keinen Krankenversicherungsschutz hat. Nach dem Entgeltfortzahlungsgesetz haben aber Minijobber Anspruch auf Entgeltfortzahlung im Krankheitsfall und Anspruch auf Feiertagsvergütung. Der Mindestlohn muss selbstverständlich gezahlt werden. Im Jahr 2024 gilt für die Gastronomie der gesetzliche Mindestlohn von 12,41 Euro. Zum 1. Januar 2025 steigt der Mindestlohn auf 12,82 Euro.

Stellt ein ‚Dritter Ort‘ eine neue Minijobberinnen und Minijobber ein, müssen sie die Beschäftigung bei der Minijob-Zentrale anmelden. Für die Anmeldung hat man grundsätzlich Zeit bis zur ersten Entgeltabrechnung, längstens jedoch 6 Wochen ab dem ersten Arbeitstag.

### **Achtung!**

Minijobber in dem Gaststätten- und Beherbergungsgewerbe müssen zusätzlich gemeldet werden (Sofortmeldung). Sprich: Der ‚Dritte Ort‘ muss diese Sofortmeldung eines Minijobbers spätestens mit der Arbeitsaufnahme zusätzlich abgeben.

### **Midijob**

Dies ist ein Arbeitsverhältnis wo der Arbeitnehmer mehr als 538 Euro und weniger als 2.000 Euro verdient (gilt für das Jahr 2024). Der Arbeitnehmer zahlt Abgaben an alle Sozialversicherungsträger sowie Steuern. Die Arbeitnehmerbeiträge liegen allerdings unter denen, die ein

regulärer Teilzeit- oder Vollzeitbeschäftigter zahlen muss. Dies kann verschiedene Vorteile für die Angestellten und für den ‚Dritten Ort‘ haben. Der Midijobber zahlt verringerte Arbeitnehmerbeiträge in die Sozialversicherung, erwirbt aber trotzdem die vollen Rentenansprüche. Lohnsteuer zahlt ein Midijobber nur, wenn er in der Lohnsteuerklasse V oder VI ist. Der Midijobber ist vollumfänglich kranken- und pflegeversichert und erhält Leistungen aus der Arbeitslosenversicherung. Dazu kann ein zusätzlicher Minijob ausgeübt werden. Vorteil für den ‚Dritten Ort‘: Bei einem Minijob betragen die Abgaben 28 % (Rentenversicherung 15%, Krankenversicherung 13%). Bei einem Midijob hingegen beträgt die Belastung weniger als 20 %, weil nur die Hälfte des Gesamtsozialversicherungsbeitrags fällig wird.

### Beispiele

Beitragsbelastung Arbeitgeber  
bei Minijob 538 Euro ×  
28 Prozent = 150,64 Euro

Beitragsbelastung Arbeitgeber  
bei Midijob 539 Euro ×  
19,875 Prozent = 107,13 Euro

Während Minijobs in der Regel nicht gefördert werden können, besteht bei Midijobs z. B. die Möglichkeit der Förderung durch das Arbeitsamt über einen Eingliederungszuschuss, wenn bestimmte Bedingungen (z. B. längere Arbeitslosigkeit) gegeben sind. Der ‚Dritte Ort‘ kann so Personen wieder in einen sozialversicherungspflichtigen Job verhelfen und hierdurch langfristig Mitarbeiter binden, die klassische win-win Situation.

## Bezahlung, Motivation und Mitarbeiterbindung

Die Rolle der Bezahlung als Mitarbeitermotivation ist gerade im Niedriglohnssektor unbestritten. Geld ist ein essenzieller Faktor, gerade wenn es dazu dient die grundlegenden Lebensbedürfnisse zu decken. Jenseits eines bestimmten Punktes hat das Gehalt einen abnehmenden Einfluss auf die Motivation. Allein ein hohes Gehalt wird nicht ausreichen, um eine langfristige Motivation und Engagement zu gewährleisten. Häufig ist der ‚Dritte Ort‘ auch finanziell nicht in der Lage, hohe Löhne zu zahlen. Gerade bei Ehrenämtern und häufig auch bei Freelancern und Minijobbern, sind Anerkennung, Arbeitsumgebung und Spaß bei der Arbeit ebenso entscheidend und häufig entscheidender.

### Geld für das Ehrenamt?

Ein Anspruch auf Vergütung besteht selbstverständlich nicht, jedoch kann eine Aufwandsentschädigung als Anerkennung für geleistete gemeinnützige Arbeit gezahlt werden – und diese ist im gewissen Rahmen sogar steuerfrei. Bestimmte Ausgaben – zum Beispiel Reise- oder Materialkosten – können dem ehrenamtlich Tätigen steuerfrei erstattet werden. Dieser Auslagenersatz ist gemäß § 3 Nr. 50 des Einkommenssteuergesetzes (EStG) steuerfrei. Ist der ‚Dritte Ort‘ als gemeinnützig anerkannt, kann weiterhin eine Ehrenamtspauschale in Höhe von 840 Euro pro Jahr steuer- und sozialversicherungsabgabenfrei gezahlt werden (§ 3 Nr. 26a EStG; Jahr 2024). Diese kann bis zu 3.000 Euro im Jahr für die Übungsleiterpauschale betragen – die aber auch an Personen gezahlt werden kann, die künstlerischen Tätigkeiten nachgehen.

## **Wem gehört das Trinkgeld?**

Was viele nicht wissen – dies ist in Deutschland klar geregelt. Das Bundesarbeitsgericht (Urteil vom 28. 06. 1995 – 7 AZR 1001/94) hat klar entschieden: Trinkgelder stehen dem Arbeitgebenden nicht zu. Sie sind freiwillig, steuerfrei und für die Arbeitnehmenden.

## **Mitarbeitermotivation jenseits des Gehalts**

Die Zufriedenheit mit der eigenen Arbeit, den Aufgaben, der Zielstellung des

‚Dritten Ortes‘ und der Arbeitsumgebung, kann ein starker Motivator sein. Möglichkeiten des Beitrags zur Entwicklung des Ortes, der Selbstverwirklichung, (soziale) Anerkennung und Verantwortung können entscheidend für die langfristige Zufriedenheit sein. Dieses wird verstärkt durch ein positives Arbeitsklima, in dem die geleistete Tätigkeit wertgeschätzt wird, und wo gute Beziehungen unter den Kollegen herrschen. Ein ausgewogenes Verhältnis zwischen Job, Ehrenamt und Privatleben erhöht weiterhin die allgemeine Zufriedenheit und Motivation des Teams.



# Infrastrukturelle Voraussetzungen

**D**er ‚Dritte Ort‘ sollte über eine ausreichende Infrastruktur verfügen, um bestehende (Event-)Ideen nach Möglichkeit nachhaltig umsetzen zu können. Das Ambiente und die Atmosphäre sind wesentlich für das Wohlbefinden der Besucher. Es entscheidet häufig darüber, ob Besucher wiederkommen. Der ‚Dritte Ort‘ soll jedoch auch eine professionelle Gastronomie besitzen und ein ansprechender Veranstaltungsort sein. Hierfür ist die Lage, die Erreichbarkeit, die vorhandene Größe und Ausstattung, baurechtlichen Aspekte sowie die ausreichende Sanitär- und Stromversorgung zu beachten.

## Logistische Aspekte

Wie auch bei Wohnungen gilt bei ‚Dritten Orten‘: die Lage, die Lage, die Lage! Dies nicht nur hinsichtlich baurechtlicher Aspekte, sondern auch für die Erreichbarkeit der Location. Im ländlichen Raum ist der ÖPNV nur begrenzt verfügbar und in den Abendstunden, gerade im Außenbereich, oft nicht vorhanden. Ausreichende PKW-Stellplätze und Abstellmöglichkeiten werden benötigt. Als temporäre Parkplätze können Seitenstreifen von Nebenstraßen oder nahegelegene, befahrbare Wiesen genutzt werden. Hierbei ist auf die Gefahr von möglichen Bränden durch heiße Katalysatoren zu achten. Das Gras auf den Stellflächen muss regelmäßig

zurückgeschnitten und das Schnittgut entsorgt werden

## Personenfassungsvermögen, Nebenräume und Lagermöglichkeiten

Bei der Planung der Infrastruktur wird im Weiteren von einer Gastronomie, sowie von Veranstaltungen mit weniger als 200 Personen in Versammlungsräumen und weniger als 1.000 Besucher\*innen und Besucher im Freien ausgegangen. Diese unterliegen nicht der Versammlungsstättenverordnung (z. B. BbgVStättV), sondern der Gaststättenverordnung (GastV), die in den einzelnen Bundesländern unterschiedlich geregelt ist. Es ist zu beachten, dass sich die Versammlungsstättenverordnung nicht auf die tatsächlichen Besucher, sondern auf die möglichen Besucher bezieht.

Entsprechend sollte die maximale Größe von Versammlungsstätten bei ‚Dritten Orten‘

- für Sitzplätze an Tischen unter 200 Quadratmeter und
- für Sitzplätze in Reihen oder Stehplätze unter 100 Quadratmeter betragen.

Ist der geplante Veranstaltungsraum größer, können Bereiche abgesperrt werden. Ansonsten sind die umfangreichen Anforderungen der Versammlungsstättenver-

ordnung anzuwenden, die häufig außerhalb der finanziellen Möglichkeiten des Betreibers liegen.

Nebenträume oder separate Bereiche sind für das Personal und die auftretenden Künstler als ‚Backstage‘ einzuplanen. Diese müssen sich nicht zwingend hinter der Bühne befinden, sollten aber separat und nicht einsichtig vom Publikumsbereich sein.

Die Notwendigkeit von ausreichend großen, wettergeschützten Lagermöglichkeiten wird häufig unterschätzt. Neben einer Lagermöglichkeit für die Veranstaltungstechnik und einem Lager für das Gastroequipment wird ein ausreichend großes Getränkelager in der Nähe der Getränkeausgabe benötigt. Weiterhin muss eine Lagermöglichkeit für Bestuhlung und sonstiges Mobiliar vorhanden sein.

Ist es geplant Flächen zu nutzen, die außerhalb des eigenen Grundstücks liegen (öffentliche Flächen, für den Allgemeingebrauch bestimmt), muss das mit der Stadt- oder Gemeindeverwaltung abgestimmt werden. Diese kann, nach Absprache, eine Erlaubnis für Gastronomie- und andere Sondernutzungen ausprechen.

### **Verkehrssicherheit, Zugänglichkeit**

Besucher des ‚Dritten Ortes‘ gehen davon aus, dass dieser sicher besucht werden kann. Diese ‚Verkehrssicherheit‘ beinhaltet, dass mögliche Gefahren, wie tiefhängende Balken oder Löcher in Wegen, beseitigt oder erkenntlich gemacht werden. Gerade bei weitläufigen Veranstaltungsorten sollte auf die besonderen Anforderungen von (älteren) Gästen mit Gehbehinderungen geachtet werden. Maulwürfe und Wühlmäuse haben schon manchen Rollator in Bedrängnis gebracht. Sollen Veranstaltungen in den Abendstunden oder in der Nacht durchgeführt werden, ist für eine ausreichende

Beleuchtung zu sorgen. Die klassische Straßenbeleuchtung besitzt etwa 10 Lux. Diese Beleuchtungsstärke sollte bei Gehwegen nicht unterschritten werden. Ebenfalls sollte für eine ausreichende Beleuchtung auf Parkplätzen geachtet werden. Sind die Parkplätze weitläufig, sollte das Vorhalten von Frauenparkplätzen im beleuchteten Bereich erwogen werden.

### **Sanitäre Ausstattung**

Für gastronomische Betriebe in Brandenburg gilt das Brandenburgische Gaststättengesetz. Die wichtigsten baulichen Anforderungen an Gaststätten sind in der Brandenburgischen Bauordnung vorgegeben. Allerdings gelten Schank- und Speisegaststätten mit mehr als 40 Gastplätzen in Gebäuden als Sonderbauten. Das heißt, dass die zuständige Bauaufsichtsbehörde über Auflagen, besondere Anforderungen oder gegebenenfalls Erleichterungen (u. a. bei Toiletten für Besucher, barrierefreie Nutzbarkeit, etc.) entscheidet. Entsprechend ist eine frühzeitige Kontaktaufnahme mit der Behörde ratsam.

In der Praxis wird für Gaststätten, in denen alkoholische Getränke ausgeschenkt werden, die Bereithaltung von Gästetoiletten eingefordert. Auch für Gaststätten, die nur alkoholfreie Getränke und zubereitete Speisen anbieten, aber größer als 50 Quadratmeter sind und/oder mehr als 40 Sitzplätze aufweisen, sind Gästetoiletten regelmäßig Pflicht.

Sobald Gästetoiletten vorhanden sind, wird vielfach die Trennung nach Geschlechtern verlangt. Hinsichtlich der notwendigen Anzahl von Toiletten wird oft auf die Versammlungsstättenverordnung zurückgegriffen. Diese fordert pro 100 Besucher 1,5 Damentoiletten, 0,5 Herrentoiletten und 1,2 Urinale. Bei 199 Plätzen bedeutet dies 3 Damentoiletten, 1 Herrentoilette und 3 Urinale. Für Damen- und Herrentoilettenräume ist jeweils mindestens ein eigener Vorraum mit Wasch-

becken vorzusehen. Sollte bei kleineren ‚Dritten Orten‘ keine Toilette erforderlich sein, ist auf das Fehlen eines WCs für Gäste im Eingangsbereich hinzuweisen.

Es ist zu beachten, dass für das Personal separate sanitäre Einrichtungen vorhanden sein müssen, die nicht für Gäste zugänglich sind. Ist es anders nicht möglich, können dies z. B. auch Gästetoiletten im privaten Bereich sein.

### **Trink- und Abwasser**

Bei Veranstaltungen erhöht sich der Trinkwasserverbrauch drastisch und damit auch der Abwasseranfall. Im ländlichen Bereich, wo die Abwassersammlung über abflusslose Sammelgruben erfolgt, ist deren maximale Kapazität schnell erreicht. Strategien zur Reduzierung des Abwasseranfalls können z. B. wasserlose Urinale oder Komposttoiletten sein.

Erfolgt die Wasserversorgung über einen eigenen Brunnen, muss dieser Brunnen gemeldet sein und entsprechend den Vorgaben regelmäßig beprobt werden. Für die Versorgung von Handwaschbecken ist kaltes, als auch warmes Wasser erforderlich. Seife und warmes Wasser sind beim Händewaschen unverzichtbar. Denn diese Kombination löst zuverlässig Viren, Bakterien und Schmutzpartikel.

### **Müllentsorgung**

Die Trennung des anfallenden Abfalls sollte heute ein ‚Muss‘ für alle ‚Dritten Orte‘ sein. Ziel sollte es sein, anfallenden Abfall von vornherein zu vermeiden. Die Verwendung von z. B. Mehrweg-Geschirr für die Besucher sollte eine Selbstverständlichkeit sein. Fällt Müll an, sollte es Besuchern ermöglicht werden, diesen zu trennen. Hierfür sind ausreichend Abfallbehältnisse erforderlich.

### **Stromversorgung**

Grundsätzlich: Die Planung der Stromversorgung sollte zusammen mit einem erfahrenen Elektriker erfolgen. Häufig wird bei der Planung der Stromversorgung das spätere Sicherheitskonzept nicht beachtet. So müssen Notbeleuchtung und autarke Lautsprecher über Akkus versorgt und automatisch bei Stromausfall angehen.

Eine grundlegende Voraussetzung für die Durchführung von Events ist eine ausreichende und sichere Stromversorgung für die Licht- und Tontechnik. Hier wird auf das Kapitel „Mindeststandards für Veranstaltungstechnik“ verwiesen.

Bei Events ist der Parallelbetrieb in der Gastronomie zu beachten. Fritteusen, Cappuccino-Maschinen, Heizplatten, Kühlschränke (Anlaufstrom) und anderes Equipment sollten einen eigenen Stromanschluss haben und separat gesichert sein.

Bei der Planung sollte im ersten Schritt festgestellt werden, welche Stromabnehmer verwendet werden sollen und wie hoch der Strombedarf jeweils ist. Hierbei sollte ein Puffer von rund 20 % eingeplant werden, um auch die höheren Einschaltströme und Spitzen abdecken zu können. Ausgehend von einer Standard 16A Absicherung steht pro Stromkreislauf eine maximale Leistung von 3.500 W bis 600 W Puffer = 3 KW zur Verfügung. Bei einem Drehstromanschluss stehen entsprechend 3 Stromkreisläufe á 230V × 16A, sprich 3 × 3KW also ca. 9KW zur Verfügung.

Zu beachten sind auch die Strombedarfe für die notwendige Wegebeleuchtung, die Parkplatzbeleuchtung und für sonstige Stromabnehmer, die indirekt mit dem Betrieb eines ‚Dritten Ortes‘ verbunden sind.

Der Strombedarf der ermittelten Stromabnehmer (z. B. Heizplatten, Kühlschränke, Computer, Bildschirme, Beleuchtung, Dimmer – eben alles) kann

dem jeweiligen Typenschild entnommen werden. Hierbei ist die sogenannte ‚Scheinleistung‘ der jeweiligen Geräte relevant. Die Lasten der einzelnen Geräte sollten möglichst gleichmäßig auf die vorhandenen Phasen (Stromleitungen) verteilt werden.

Bei dem Verlegen von Kabeln und insbesondere Verlängerungskabeln geht die Sicherheit der Gäste vor. Soll heißen: keine Stolperfallen, keine offenen Anschlüsse, keine ungesicherten Trassen. Verteilerkästen müssen vor unbefugtem Zugriff gesichert sein.

# Kommunikation und Marketing

**B**etreiber von ‚Dritten Orten‘ können in der Regel nicht auf riesige Ressourcen zurückgreifen. Weder auf personelle noch finanzielle. Dafür besitzt ihr etwas viel Wertvolleres: Kreativität. Wer nicht viel Kohle hat muss einfach clever sein.

Überraschend, außergewöhnlich und unkonventionell – genauso solltet ihr an eure Werbung und Öffentlichkeitsarbeit herangehen. Werbung muss Spaß machen und Emotionen auslösen. Sie darf nicht als störend oder penetrant wahrgenommen werden. Die Empfänger eurer Botschaften sollten sich vielmehr gut unterhalten fühlen.

Wenn ihr kreativ werbt, wird es gar nicht mehr notwendig sein, einen hohen Werbedruck aufzubauen und somit viel Geld für euer Marketing zu investieren. Warum? Weil Kreativität höchst ansteckend ist! Wenn eine Botschaft die Menschen berührt, amüsiert oder gut unterhält, teilen sie diese. Völlig freiwillig. Mit Freunden, der Familie und Arbeitskollegen. Um so skurriler, kontroverser oder beeindruckender eine Aktion ist, je häufiger wird sie diskutiert. Die Botschaft verbreitet sich eigendynamisch, mit eurer Zielgruppe als Überträger. Gegen das Kreativ-Virus ist niemand immun.

Kreativität entsteht dann, wenn wir etwas erschaffen, das in der realen Welt nicht existiert. Wenn wir ungewöhnliche Zusammenhänge herstellen, Grenzen überschreiten und Perspektiven wechseln.

Ihr solltet eure Zielgruppe überraschen, aus ihrem Alltagstrott herausholen und im besten Fall zum Lachen bringen.

Es geht also darum, der Zielgruppe die Werbebotschaft nicht eins zu eins auf dem Silbertablett zu servieren, sondern in eine kreative Idee zu verpacken. Wie ein schönes Geschenk am Weihnachtsabend. Diese kleine Hürde, diese Denkleistung, die wir zum Auflösen von kreativen Ideen aufbringen müssen, macht den entscheidenden Unterschied. Eine Erkenntnis, die wir uns selbst erarbeitet haben, bleibt viel länger im Kopf. Gute Werbung ermöglicht es den Menschen zu denken, eine Pointe zu verstehen und über die Erkenntnis zu lachen.

Wer Emotionen und Herzblut in seine Kommunikation steckt, wird immer von der Umwelt wahrgenommen werden. Johann Wolfgang von Goethe wusste schon: „Es muss von Herzen kommen, was auf Herzen wirken soll.“ Und ich ergänze noch: Nur wer selbst für etwas brennt, kann auch andere anstecken. Na dann – Feuer frei!

## **Kooperation: Hand in Hand übers Land**

Ein Mensch allein kann niemals so viel bewirken wie viele Menschen zusammen. Das gilt überall, aber vor allem im ländlichen Raum. Auf den Punkt gebracht: Ihr braucht Hilfe, um euren kulturellen

Ort erfolgreich zu betreiben und zu vermarkten.

Anstatt die Ellenbogen auszufahren, sollten ihr die Kontaktaufnahme mit der ausgestreckten Hand versuchen. Sucht euch Kooperationspartner, die eure Kompetenzen ergänzen und vervollständigen. Hört euch in eurer Hood um, klopf auf den Busch und sprecht mit den Menschen. Macht die Schlüsselpersonen in eurer Region ausfindig und geht auf sie zu. Setzt euch das Ziel, Partner zu finden, die mit euch auf einer Wellenlänge sind. Eure Partner sind Kraftgeber und Stütze. Man kann sich Aufwände und Kosten teilen. Zum Beispiel bei gemeinsamen Werbeaktionen oder Events. Gemeinsam könnt ihr Ressourcen bündeln und eure Kompetenzen kombinieren. Davon profitiert nicht nur ihr selbst, sondern auch eure Zielgruppe.

Außerdem knüpft man sich mit seinen Partnern ein Sicherheitsnetz und fängt sich gegenseitig auf. Läuft es bei euch gerade nicht gut, bedeutet die Anfrage eines Kooperationspartners bezüglich eines gemeinsamen Projektes oft die herbeigesehnte Erlösung. Es ist einfach ein gutes Gefühl zu wissen, dass man nicht allein kämpfen muss. Dass es Menschen gibt, die einem wieder auf die Beine helfen, wenn man fällt.

Also los, ihr Betreiber von ‚Dritten Orten‘: Ellenbogen rein, Hand raus!

### **Es lebe der Buschfunk: Wissen ist Macht**

Um erfolgreich und sinnvoll für euch zu werben, müsst ihr die Strukturen eurer Region kennen. Welche kulturellen Angebote gibt es? Wer geht gern wohin? Wie haben sich die verschiedenen Kultur-Anbieter positioniert? Wie könnt ihr euch davon abheben und eindeutig ‚euer Ding‘ machen?

Ihr solltet also eure ‚Konkurrenz‘ kennen und analysieren, um für euch und euer Angebot Schlussfolgerungen ableiten zu

können. Wenn ihr euch, euren kulturellen Ort und euer Angebot klar definiert habt, könnt ihr auch mit klaren Botschaften für euch werben. Und damit macht ihr es auch eurer Zielgruppe leichter, euren Ort zu verstehen.

Auch über eure Zielgruppe – also das von euch angestrebte Publikum – solltet ihr im Klaren sein und gezielt Wissen zu dieser Personengruppe sammeln. Durch eure Marketingstrategie und die Art der Kommunikation könnt ihr durchaus steuern, wer sich bei euch versammeln soll. Welche Medien konsumieren sie? Welche Themen bewegen sie? Wie vernetzen sie sich? An welchen Orten müsst ihr mit euren Botschaften zur Stelle sein? Welche Kompetenzen bringt eure Zielgruppe mit – auch in Hinblick auf den Umgang mit den unterschiedlichen Kommunikationsmedien?

Richtet euer Marketing nach diesem Wissen aus. So könnt ihr zielgerichtet und effizient für euren kulturellen Ort werben.

### **Die Klassiker: Ganz ohne geht's nicht**

Klassische Printmittel, wie Flyer und Plakate haben noch immer ihre Berechtigung. Botschaften auf Papier werden nahezu barrierefrei transportiert, Papier ist langlebig und hat Bestand. Öffentliche Orte, wie Restaurants, Kinos, Arztpraxen, Innenstadtgeschäfte mit Schaufensterflächen oder Bürgerhäuser sind ideale Orte, um Handzettel auszulegen oder Plakate aufzuhängen. Es versteht sich hoffentlich von selbst, dass ihr vorab um Erlaubnis bitten müsst.

Ihr habt keine Ahnung von Grafik und wisst nicht, wie ihr einen Handzettel für euer nächstes Event gestalten sollt? Kein Problem. Mittlerweile gibt es viele Apps, die euch das leicht machen. Es werden viele kostenfreie oder kostenpflichtige Vorlagen angeboten, die ihr dann nur noch bearbeiten und mit euren Daten füllen

müsst. Die richtig guten Sachen muss man oft für ein paar Euro erwerben und auch die Nutzung der Dateien in Druckqualität ist oft mit einem kleinen Aufpreis verbunden. Insgesamt kommt ihr dadurch aber immer sehr viel günstiger, als wenn ihr einen Grafiker beauftragt.

Ich empfehle euch dennoch auf jeden Fall ein individuelles Erscheinungsbild für euren kulturellen Ort entwickeln zu lassen. Ein Design, das eindeutig euch und eurem Ort zuzuordnen ist und immer zweifelsfrei wiedererkannt werden kann. Das ist das Fundament für alle eure Werbemaßnahmen. Mit dem so genannten Corporate Design werden Farben, Schriften, Abstände und Symbole definiert, die sich in einem Logo verschmelzen. Die Entwicklung eines solchen Designs solltet ihr zusammen mit einem Profi in Angriff nehmen. Wenn ihr ein Corporate Design habt, ist die Gestaltung der weiteren Werbemittel kein Hexenwerk mehr. Der rote Faden steht und von da an bekommt ihr viele Sachen auch allein hin.

Wer sich die Zusammenarbeit mit einem Grafiker regelmäßig leisten kann und möchte, sollte diese Lösung immer bevorzugen. Die Zusammenarbeit mit einem Profi hat natürliche einige Vorteile. Die Designs einer Werbeagentur sind immer individuell und perfekt auf euch und euer Corporate Design zugeschnitten. Die Grafiker und Texter haben viel Know-how, wenn es um zielgerichtete Kommunikation geht. Außerdem benötigt grafische Arbeit einiges an Zeit. Wenn ein Grafiker eure Werbemittel entwickelt, könnt ihr eure Zeit für andere wichtige Aufgaben einsetzen. Ihr selbst wisst am besten, welche Herangehensweise für euch am sinnvollsten ist.

Wenn die Gestaltung eurer Werbemittel geschaffen ist – ob nun mit einem Grafiker oder in Eigenleistung – geht es um die Wahl der Materialien und den Druck.

Beantwortet euch dabei immer ein paar Fragen: Wird das Werbemittel nur

für einen kurzfristigen Anlass benötigt oder soll es für viele Monate oder länger genutzt werden? Im ersten Fall solltet ihr auf dünneres Papier setzen und eher auf Veredelungen, wie Lackierungen verzichten. Zum einen ist das günstiger und zum anderen auch nachhaltiger. Plant ihr jedoch euer Jahresprogramm in einem Flyer zu veröffentlichen oder eine Broschüre zu einem zeitlosen Thema zu machen, solltet ihr auf Materialien setzen, die robuster sind und dafür sorgen, dass eure Werbemittel länger genutzt werden können. Gegen das Abreiben von Farbe kann eine Versiegelung mit Dispersionslack helfen. Wenn Werbemittel länger gut aussehen und lange Zeit genutzt werden können, ist auch das eine nachhaltige Lösung.

Einfache Handzettel könnt ihr sehr günstig in einem lokalen Copyshop drucken lassen. Für Werbemittel, die etwas länger im Einsatz sein sollen, empfehle ich euch günstige Online-Druckereien. Hier könnt ihr aus vielen Materialien, Falzarten und Veredelungen wählen. Die meisten Druckereien schicken euch auf Wunsch auch kostenfreie Mustermappen zu, sodass ihr das Papier oder die Art des Flyers vor dem Bestellen selbst in der Hand halten könnt. Wenn ihr mit einem Grafiker zusammenarbeitet, könnt ihr euch auf den Rat des Profis verlassen.

### **Kreativer Guerilla-Krieg**

Durch Printwerbung allein schafft ihr es nicht, dauerhaft öffentliches Interesse auf euch zu lenken. Wer mutig genug ist, sollte sein Marketing mit einer Prise Guerilla würzen! Guerilla Aktionen sind in der Regel sehr kostengünstig und sorgen für sehr viel Aufmerksamkeit. Außerdem machen sie eine Menge Spaß.

Plant zu besonderen Anlässen mal witzige Aktionen ein. Lauft kostümiert durch die Straßen, verteilt ein paar Süßigkeiten an wartende Autofahrer an der Ampel oder hinterlasst mit Sprühkreide

rätselhafte Botschaften auf den Bürgersteigen. Eurer Fantasie sind keine Grenzen gesetzt! Die Aktion sollte aber immer Sinn machen und zu eurem Anlass passen. Wer auf Nummer sicher gehen will, beantragt im Vorfeld eine Genehmigung bei der Stadt. In dem Fall müsst ihr immer mit einer Ablehnung rechnen. Ich rate euch, einfach loszulegen. Natürlich müsst ihr euch an die üblichen Regeln halten. Fremdes Eigentum darf nicht zerstört werden und öffentliche Straßen und Plätze müssen sauber verlassen werden. Je nachdem wie genau es euer Ordnungsamt nimmt, müsst ihr immer mal mit einer Ermahnung oder Geldbuße rechnen. Wenn die Aktion Spaß macht und die Menschen zum Lachen bringt, drücken aber meistens auch die ganz korrekten Beamten beide Augen zu.

Guerilla Werbung erzeugt immer Emotionen, bringt Menschen zum Stauen und nutzt das Überraschungsmoment. Eure Aktionen sollten zudem die Passanten zur Interaktion anregen. Um so mehr Sinne angesprochen werden, desto nachhaltiger sind die Erinnerungen, die Guerilla Werbung erzeugt – eure ‚Marke‘ könnt ihr so langfristig positiv aufladen. Aber Vorsicht! Geht die Aktion schief und wurde eher negativ wahrgenommen, wird das niemand so schnell wieder vergessen.

### **Presse: Was ist denn hier los?!**

In eurem Marketingmix solltet ihr auch die regionale Presse nicht vergessen. Die Nachrichtendichte auf dem Land ist eher gering. Dementsprechend hoch ist die Wahrscheinlichkeit, dass ihr es mit euren News in die Zeitung schafft.

Die Voraussetzung ist also immer eine Neuigkeit, ein spannendes Thema, ein Anlass. Wer regelmäßig in die Zeitung kommen will, muss sich also etwas einfallen lassen. Und auch euer Publikum wird nicht böse sein, wenn bei euch immer etwas los ist.

Auch beim Thema Presse hilft Vitamin B ungemein. Legt es also gezielt darauf an, die regionalen Pressevertreter persönlich kennenzulernen. Direkte Kommunikation führt fast immer zum Erfolg. Eine emotionslose Pressemitteilung interessiert niemanden.

### **Keine Website? Keine Panik! Google liebt euch.**

Natürlich müssen euer kultureller Ort und eure Botschaften auch in der digitalen Welt zu finden sein. Schließlich trägt jeder ein Smartphone in der Tasche und erwartet, jede Information zu jeder Zeit abrufen zu können.

Eine eigene Website wäre eine super Sache. Wenn ihr das Geld dafür investieren wollt, arbeitet bitte mit einem Profi zusammen, der auch die aktuellen Datenschutzbestimmungen und rechtlichen Pflichtangaben kennt. Auch die Suchmaschinenoptimierung bekommt man als Laie in der Regel nicht gut allein hin. Und was nützt eine Website, die nicht gefunden wird?

Wer sich zutraut, mit Hilfe von Tempates eine eigene Website zu basteln, sollte die Seite aber zumindest nochmal von einem Webdesigner auf Herz und Nieren überprüfen lassen. Im schlimmsten Fall droht sonst eine Abmahnung mit Geldstrafe.

Die simpelste und kostengünstigste Lösung ist es, auf eine eigene Website zu verzichten und einfach nur auf ein gepflegtes Google Business Profil zu setzen. Der Google Dienst ist kostenlos.

Google liebt seine eigenen Dienste besonders. Eine hohe Reichweite und Suchmaschinenoptimierung habt ihr hier quasi inklusive. Und eigentlich bietet das Businessprofil auch alles, was man braucht. Ihr könnt euer Logo und Fotos hinterlegen, sowie Kontaktdaten und Öffnungszeiten. User können sich mit einem Klick direkt vor eure Haustür navigieren



lassen. Ihr könnt Events und Neuigkeiten veröffentlichen, und eure User können euch durch Rezensionen Feedback geben.

### **Social Media: Direkter Draht zum Publikum**

Ich weiß, ich weiß. Die sozialen Medien sind nicht jedermanns Sache. Aber auch sie können ein sehr sinnvoller und effektiver Werbe- und Kommunikationskanal für euch sein. Die Voraussetzung ist jedoch, ihr habt Bock darauf und wollt auch selbst Teil des Netzwerks sein. Ist das nicht der Fall: Lasst es. Dann schadet euch die Sache mehr als sie euch nutzt.

Der erste Step ist die Wahl der passenden Plattform(en). Wählt die Dienste, mit denen ihr euch wohlfühlt. Ob Instagram, Facebook, TikTok oder WhatsApp entscheidet also ihr. Am besten zusammen mit eurer Zielgruppe. Da, wo die ist, solltet ihr idealerweise auch sein. Social Media kann viel, was andere Werbekanäle nicht können. Ihr geht hier in den direkten Austausch mit der Zielgruppe. Also keine einseitige Kommunikation, wie mit einem klassischen Flyer. Sondern hier geht es um Dialog. Bezieht eure Zielgruppe deshalb immer in eure Posts mit ein, bittet um Feedback, schenkt ihnen Gehör und nehmt (angemessene) Kritik dankbar an. Nutzt die direkte Rückmeldung eurer Follower zum eigenen Vorteil und zeigt ihnen, dass ihre Meinung für euch von Wert ist.

Bei Social Media geht es um authentische Kommunikation. Rückt eure Individualität in den Fokus. Was macht euch besonders? Warum muss man unbedingt euren Ort besuchen? Nach und nach werden eure Followers zu echten Fans und werben freiwillig und selbstständig neues Publikum an. Um die vielen Vorteile des Netzwerkes zu nutzen, müsst ihr auch selbst aktiv Teil des Netzwerks sein. Das bedeutet für euch: teilen, liken, markieren, folgen! Noch ein praktischer Tipp: Nutzt die Meta Business Suite, um Inhalte auf Facebook und Instagram zu planen und plattformübergreifend zu veröffentlichen. Das spart viel Zeit und Mühe. In der Business Suite könnt ihr auch übersichtlich alle eingegangenen Nachrichten und Kommentare sehen und diese direkt beantworten.

Wer neu auf Social Media ist, noch keine großen Followerzahlen hat oder ein besonderes Thema vermarkten will, kann zusätzlich zur organischen auf bezahlte Reichweite setzen, um neues Publikum zu erreichen. Social Media Anzeigen sind, verglichen mit klassischen Zeitungsanzeigen, sogar eher kostengünstig. Für erfolgreiche Anzeigen benötigt man aber auch ein wenig Vorwissen. Ihr habt hier die Möglichkeit sehr genau zu bestimmen, wer eure Anzeige zu Gesicht bekommen soll. Umso besser ihr eure Zielgruppe kennt, desto effektiver könnt ihr eure Anzeigen schalten.

# GEMA, KSA, Ausländersteuer, Vergnügungssteuer

**K**ulturveranstalter\*innen müssen sich mit einer Vielzahl von rechtlichen Themen befassen. Nachfolgend soll ein Überblick über einige, für ‚Dritte Orte‘ relevante Themen, gegeben werden.

## Aufführungsrechte (GEMA)

Im Rahmen einer Kulturveranstaltung 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 selbst verwerten oder anderen die Verwertung ihrer Rechte übertragen. Die GEMA (Gesellschaft für musikalische Aufführungs- und mechanische Vervielfältigungsrechte) ist ein Urheber\*innengesellschaft 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 Urheberrechte für die Aufführung nicht gesondert eingeholt werden. Die Einräumung der Rechte ergibt sich aus der Verabredung mit den Künstler\*innen über die Aufführung ihrer eigenen Musik. 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 eingeholt.

## Künstlersozialabgabe (KSA)

Die Künstlersozialversicherung (KSK) ist Teil der gesetzlichen Sozialversicherung in Deutschland. Sie ermöglicht freischaffenden Künstler\*innen und Publizierenden 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 Kulturveranstalter\*innen für die an selbständige Künstler\*innen (Musiker\*innen, Fotograf\*innen, etc.) gezahlten Honorare Künstlersozialabgabe (KSA) an die Künstlersozialkasse

abführen. Kulturveranstalter\*innen 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. 2024 beläuft sich die Höhe der KSA auf 5 % 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 Kulturveranstalter\*innen zu als die bloße Bezahlung des Honorars und der KSA.

Wenn der\*die beauftragte Künstler\*in weder ihren Wohnsitz noch ihren gewöhnlichen Aufenthalt in Deutschland hat (Bsp. Musiker\*in kommt aus Frankreich), der\*die Künstler\*in jedoch in Deutschland auftritt, sollte bei der Verhandlung über die Höhe des Honorars die Abzugsteuer (auch Quellensteuer genannt siehe 1.) und die Umsatzsteuer (Reverse-Charge-Verfahren, siehe 2.) im Blick behalten werden.

### **„Ausländersteuer“ § 50a EStG**

Gemäß § 50 EStG unterliegen die Auftritte von im Ausland ansässigen Künstler\*innen der Abzugsteuer. 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 (BZSt) für Steuern abgeführt werden.

Bei der Honorarvereinbarung mit Künstler\*innen aus dem Ausland empfiehlt es sich, festzuhalten, dass nur ein Teil des Honorars an den\*die Künstler\*in ausgezahlt wird, da die Abzugsteuer gem. § 50 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). Wichtig ist jedoch, dass, sofern die Künstler\*innen ein Probenhonorar erhalten, dieses anteilig für die Berechnung der 250 Euro auf das Honorar für den Auftritt addiert wird. Somit muss die Abzugssteuer abgeführt werden, wenn Künstler\*innen neben dem Auftrittshonorar von 250 Euro pro Auftritt auch ein Probenhonorar in Höhe von 100 Euro erhalten.

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. Für Künstler\*innengruppen kann auch ein Steuererlass nach dem Kulturorchestererlass einschlägig sein.

### **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 Abzugssteuer 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 müsst Ihr

prüfen, ob eine Befreiung der Umsatzsteuer nach § 4 Nr.20a UstG auch für die Künstler\*innen in Betracht kommt. Achtung, die Befreiung der Eintrittsgelder der Veranstaltung nach § 4 Nr. 20a UStG schlägt nicht automatisch auf das Honorar der auftretenden Künstler\*innen durch, vergleiche hierzu den Beitrag ‚Umsatzsteuerbefreiung‘.

### **Vergnügungssteuer**

Die Frage, ob ein Veranstalter Vergnügungssteuer zahlen muss, stellt sich zunächst nur in den Gemeinden in Brandenburg, in denen ‚Tanzveranstaltungen‘ überhaupt Gegenstand der Vergnügungssteuer sind. Das kann jede Gemeinde selbst festlegen. In der Regel fällt aber auch dann für Konzerte keine Vergnü-

gungssteuer an, wenn bei den musikalischen Darbietungen die Aufmerksamkeit des Publikums auf der Darbietung der Musiker\*innen liegt. Wirbt ein Musikveranstalter also zum Beispiel mit einem 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 Einordnung problematisch werden. Allerdings gibt es 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.

# Die drei wesentlichen Versicherungen für eine Veranstaltung

## Veranstaltungshaftpflichtversicherung

Versichert sind vom Versicherungsnehmer verschuldete Personen-, Sach- und Vermögensschäden. Bei Indoor-Veranstaltungen ist die Mitversicherung von so genannten 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 Anbietern entspricht diese der vollen Höhe der Sachschadendeckung und umfasst explizit auch Schäden durch Besucher. 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 I für überlassene/gemietete Grundstücke. Vorsatz und übermäßige Beanspruchung sind in jeder Haftpflichtversicherung ausgeschlossen.

## Veranstaltungsausfallversicherung

Versichert sind die Kosten und gegebenenfalls auch der entgangene Gewinn bei Ausfall, Abbruch, Verschiebung oder Veränderung der Veranstaltung. Versichert sind alle Gründe, die der Veranstalter nicht beeinflussen konnte und die nicht explizit ausgeschlossen sind. Unterschieden

wird zwischen der Form A (z. B. Ausfall der Location, Energieversorgung, Infrastruktur, Subunternehmerleistungen), der Form B (Ausfall Künstler, Dozent o. ä.) und der Form C (Wetters Risiken – Gefahr für Leib und Leben oder Unbespielbarkeit des Platzes, sowie explizite Regendeckungen). Außerdem können zusätzliche Klauseln vereinbart werden, um weitere Risiken abzusichern, wie z. B. Eingriffe von hoher Hand/Behördenverbote, politische Gefahren wie Streik, innere Unruhen, Nationaltrauer, Terror/Attentate inkl. Androhung, sowie Pietät nach Unfalltod Crew/Besucher oder Terror/Attentat.

## Equipment Versicherung

Hauptsächlich liegt das Interesse in der Absicherung der Bühnen-, Ton- und Lichttechnik. Aber auch Zelte, Toilettencontainer, Mietmöbel und ähnliches können versichert werden. Bei Spezialanbietern handelt es sich dabei in der Regel um eine Allgefahrendeckung. Ausgeschlossen sind nur noch Vorsatz des Versicherungsnehmers, Kriegsereignisse, innere Unruhen und Schäden durch Kernenergie. Versicherungsschutz besteht dann in allen Lagern, Locations und auf allen Transporten. Der Verursacher des Schadens ist unerheblich. Versichert sind somit auch höhere Gewalt (z. B. Wetters Risiken bei Outdoor-Veranstaltungen), Vorsatz Dritter (Diebstahl, Vandalismus) und Fehlbedienung bzw. Unachtsamkeit (Kurzschluss, Fallenlassen usw.).

# Veranstaltungssicherheit

**W**enn Besucher bei einer Veranstaltung an einem ‚Dritten Ort‘ zu Gast sind, dürfen diese zurecht davon ausgehen, dass Betreiber bzw. Veranstalter wissen, was sie in Bezug auf die Sicherheit von Mitwirkenden und Besuchern tun. Egal, ob es sich um eine Lesung, ein Konzert, eine Theatervorstellung oder eine andere Darbietung handelt. Wenn viele Menschen auf einem engen Raum zusammenkommen, birgt das immer ein gewisses Risiko.

Damit Unfälle oder Unglücksfälle so gut es geht vermieden werden, haben der Gesetzgeber und die gesetzlichen Unfallversicherungen Vorschriften erlassen.

Dieses Handbuch zieht hier bewusst eine Grenze und betrachtet Veranstaltungsorte unterhalb des Anwendungsbereiches der Versammlungsstättenverordnung (BdbVStättV) – diese findet Anwendung bei Versammlungsräumen in Gebäuden mit mehr als 200 Besucherplätzen oder bei Open-Air-Spielorten mit mehr als 1.000 Besucherplätzen.

Veranstaltungsorte, die von ihrer Besucherkapazität darunter liegen, müssen aber in jedem Fall die Regelungen der Unfallverhütungsvorschrift (DGUV V17-18/ Regel 115-002, DGUV = Deutsche Gesetzliche Unfallversicherung) beachten.

Der nachfolgende Text listet dazu die wichtigsten Vorgaben auf und gibt Tipps für eine sichere Anwendung (Basiswissen)<sup>1</sup>. Wenn der Spielort und/oder die Ver-

anstaltungen ‚wachsen‘, nehmen auch die Anforderungen an die Veranstaltungs- und Besuchersicherheit zu.

## **Rettungswege (ergibt sich aus Bau- und Betriebsverordnungen)**

Rettungswege müssen jederzeit frei zugänglich sein. Türen müssen im Betrieb unverschlossen sein. Bei Veranstaltungsräumen in Gebäuden müssen Rettungswege gekennzeichnet sein.

## **Elektrischer Strom (Regelwerke der VDE sowie der DGUV)**

Bei Veranstaltungen kommen zahlreiche elektrische Geräte zum Einsatz. Neben licht- und tontechnischem Equipment benötigen Geräte aus der Gastronomie oft eine hohe Leistung. Hier muss sichergestellt sein, dass die vorhandenen Stromkreise nicht überlastet werden. Elektrische Verbraucher müssen sinnvoll auf Stromkreise verteilt werden. Gefährlich wird es insbesondere, wenn Mehrfachsteckdosen hintereinander gesteckt (kaskadiert) werden und wenn zu dünne Leitungen verwendet werden.

Auch wenn z. B. drei Steckdosen in der Wand sind, kann man nicht davon ausgehen, dass diese Steckdosen einzeln voll belastet werden können, sondern dass diese nur über eine Sicherung abgesichert sind. Gerade bei Gastro-Equipment, dass

Wärme erzeugt (Waffeleisen, Crêpes-Platten, etc.), aber auch bei Nebelmaschinen können oft nicht mehr als zwei dieser Geräte an einem Stromkreis (über eine Sicherung) betrieben werden.

Wird bei Gastro-Geräten mit Flüssigkeiten oder Teig hantiert (z. B. Kaffeemaschine, Glühwein-Topf, Waffeleisen, etc.) muss auf einen Sicherheitsabstand zu offenen Mehrfach-Steckdosen geachtet werden, damit diese nicht versehentlich mit verschütteter Flüssigkeit in Verbindung kommen.

Kommen Kabeltrommeln zur Anwendung, so müssen diese bei höheren Leistungen (es sind mehrere, größere Verbraucher angeschlossen) immer vollständig abgerollt werden, da sonst die entstehende Wärme im aufgerollten Kabel nicht abgeleitet werden kann. Das führt sonst zu einem Auslösen der thermischen Sicherung oder zu einem Brand.

Zudem stellen am Boden verlegte Kabel oft eine Stolpergefahr dar, insbesondere im Fluchtfall. Daher ist auf eine sichere Kabelführung zu achten. Kabelwege außerhalb der Verkehrswege, Kabelmatten oder Abkleben vermindern die Stolpergefahr erheblich.

Auf Bühnen ist die mechanische Beanspruchung von Kabeln relativ hoch. Werden elektrische Kabel und Verteilungen (z. B. 3-Fach-Steckdosen) auf Bühnen verwendet, so müssen diese gemäß VDE-Vorschriften mindestens als schwere Gummischlauchleitungen (Typ H07-RN F, mind. 3G 1,5) ausgeführt sein. Neben Sicherungen müssen FI/RCD-Schutzschalter zur Anwendung kommen.

### **Leitsystem für Besucher**

Um einen möglichst entspannten Ablauf der Veranstaltung zu gewährleisten, ist eine gut sichtbare und verständliche Besucherinformation unerlässlich. Versetzt euch als Veranstalter in die Lage einer Person, die noch nie hier vor Ort war. Findet

diese Person die Fluchtwege, die Toiletten, den Ausgang etc. ohne Probleme?

### **Bestuhlung (angelehnt an BdbVStättV, §10)**

Stellt die Bestuhlung so auf, dass die Fluchtwege stets zugänglich bleiben. Als Betreiber/Veranstalter seid ihr auch dafür verantwortlich, dass die Fluchtwege über den ganzen Zeitraum der Veranstaltung stets frei und zugänglich bleiben. Denkt auch an Personen im Rollstuhl. Wenn sie eine Reihenbestuhlung stellen, verbindet, wenn möglich, die Stühle untereinander.

### **Absturzgefahren bei Bühnen (DGUV V17-18/Regel 115-002, § 6)**

Ab einer Bühnenhöhe von einem Meter muss an den Zuschauern abgewandten Seiten ein Geländer vorhanden sein. Je nach Beschaffenheit der Bühne und Art der Darbietung kann auch bei geringeren Höhen ein Geländer erforderlich sein. Ein Geländer an den ‚Nicht-Zuschauer-Seiten‘ einer Bühne empfiehlt sich generell bei allen Bühnenhöhen, auch wenn diese geringer als ein Meter sind.

Die Bühnenvorderkante muss bei allen Lichtverhältnissen deutlich erkennbar sein (z. B. mit weißem Klebeband durchgängig markieren).

Bei Aufführungen mit Kindern sind die Absturzkanten entsprechend zu sichern. Geländer müssen so beschaffen sein, dass sie nicht überklettert werden können.

### **Podest, Bühnen und Treppen an Bühnen (DGUV V17-18/Regel 115-002, § 4, 5)**

Bestehen Bühnen aus mehreren Bauteilen (z. B. einzelnen Podesten), so müssen diese untereinander fest verbunden werden. Etwaige Bodenbeläge müssen gegen Verrutschen (durch Abkleben) gesichert werden. Werden Podeste im Freien aufge-

stellt, muss der Untergrund eben und tragfähig sein. Gegebenenfalls ist ein Unterlegen erforderlich.

Treppen müssen mit Bühnen fest verbunden sein. Es muss ausgeschlossen werden können, dass eine Treppe teilweise unter die Bühne rutscht, und der obere Tritt dadurch sehr schmal wird, was ein hohes Absturzrisiko darstellen würde. Treppen sollten über ein Geländer verfügen und so markiert sein, dass sie bei allen Beleuchtungsverhältnissen gut zu erkennen sind. Im Zweifelsfall sollten die Stufen mit einer kleinen Lampe beleuchtet werden.

### **Brandverhalten von Materialien und Dekorationen (DGUV V17-18/Regel 115-002, § 29)**

In Verbindung mit dem vielen elektrischen Licht- und Tonequipment stellt die Brandgefahr von Stoffen, Dekorationen und Bühnenbildern bei einer Darbietung ein sehr großes Risiko dar. Deswegen dürfen auf Bühnen (mit der Ausnahme von Requisiten) ausschließlich schwerentflammbare Materialien (B1) zur Anwendung kommen. Im Fachhandel sind solche Materialien (z. B. große Bühnenstoffe in B1-Ausführung) auch billiger als die Stoffe aus dem schwedischen Möbelhaus.

Stoffe und Dekorationen müssen von Zündquellen (Scheinwerfern, Heizstrahlern, Waffeleisen, etc.) weit genug entfernt sein, so dass hier kein Entzünden erfolgen kann.

Übrigens: Das Aufhängen von Stoffen mit Klebeband ist nicht wirklich praktikabel, da es in der Regel nicht hält, und zudem die Wand beschädigt. Gummispanner (z. B. Spanifix, Fastfix) in Verbindung mit Befestigungsklemmen (z. B. Holdon Clip, Snappy, Easyfix) sind hier die bessere Lösung.

### **Rauchen, offenes Feuer und Pyrotechnik (DGUV V17-18/Regel 115-002, § 28, 29)**

Rauchen, Feuer und offenes Licht sind in bühnentechnischen, darstellerischen und produktionstechnischen Bereichen verboten. Solche feuergefährlichen Handlungen sind nur in der Abstimmung mit der Feuerwehr und der Ordnungsbehörde möglich. Bei der Verwendung von Pyrotechnik müssen die sprengstoffrechtlichen Vorschriften eingehalten werden.

Die Versammlungsstättenverordnung lässt Kerzen auf Tischen für Dekorationszwecke im Publikumsbereich ausdrücklich zu. Ebenso ist bei Warmhaltevorrichtungen für das Catering (Chafing Dishes) neben elektrischen Heizsystemen auch offenes Feuer (Brennpaste) zugelassen. Achtet bitte bei allen diesen Anwendungen auf einen sicheren Stand, sowie auf einen ausreichenden Abstand zu brennbaren Materialien (z. B. Deko, Servietten, etc.). Überlegt euch, ob sich aus Art und Ablauf einer Veranstaltung Gründe ergeben können, die doch eher für eine Anwendung von LED-Kerzen und elektrischem Heizsystem sprechen, um die Sicherheit zu gewährleisten.

### **Schutz vor umfallenden/ herabfallenden Gegenständen (DGUV V17-18/Regel 115-002, § 7)**

Werden Lautsprecher oder Scheinwerfer auf Dreibeinstative gestellt, müssen diese Stative für die entsprechende Last ausgelegt sein. Zudem müssen die Stative über einen sicheren Stand verfügen. Das kann, wenn notwendig, u. a. durch Unterlegen von Holzplatten, durch Abspannen oder Ballastieren erreicht werden. Ist mit der Anwesenheit von Kindern zu rechnen, müssen diese Stative so sicher stehen, dass spielende Kinder diese nicht versehentlich umwerfen können.



Werden mobile Lautsprecher, Scheinwerfer, Beamer etc. aufgehängt, muss diese Aufhängung der Last entsprechend stabil ausgeführt werden (z. B. durch Half-Coupler, Haken, Schellen, Klemmen; Kabelbinder, Seile, Spanngurte o. ä. sind für Lasten, die über Personen angebracht werden, absolut ungeeignet.)

Wird Licht- und Tonequipment mobil aufgehängt (ortveränderlich), muss es neben der eigentlichen Aufhängung durch eine zweite, unabhängige Sicherung (z. B. Stahlseil Safety) gegen Herabfallen gesichert werden. Auch hier sind Kabelbinder, Seile, Spanngurte etc. nicht zulässig.

Wird Licht- und Tonequipment mit Werkzeug ausreichend dimensioniert fest installiert, so ist keine zweite Sicherung notwendig.

### **Bühnenbild (DGUV V17-18/ Regel 115-002, § 30]**

Bühnenbild, Dekorationen und Requisiten müssen so beschaffen sein, dass man sich bei bestimmungsgemäßem Gebrauch daran nicht verletzen kann. Scharfe Kanten, raue (Holz-) Oberflächen etc. müssen entsprechend abgesichert werden (z. B. durch Abkleben).

Bühnenbilder müssen entsprechend befestigt und gegen Umfallen gesichert sein, so dass ein gefahrloses Agieren für Darsteller möglich ist. Zusätzlich ist auf einen ausreichenden Abstand zu Wärmequellen (Scheinwerfer, Nebelmaschine) zu achten.

### **Gefährliche szenische Vorgänge (DGUV V17-18/Regel 115-002, § 20)**

Agieren Laien bei Theateraufführungen mit Hieb- und Stichwaffen oder sollen auf der Bühne ‚die Fäuste fliegen‘, so ist besondere Sorgfalt geboten. Gefährliche szenische Vorgänge müssen ausreichend geprobt werden, Schutzmaßnahmen (Pro-

tektoren) sollten zur Anwendung kommen, und es dürfen nur körperlich geeignete Personen agieren.

Als Hieb- und Stichwaffen dürfen nur präparierte Waffen (stumpf, aus Schaumstoff) verwendet werden. Sind mehrere Waffen Bestandteil der Darbietung, bei der jedoch nur eine präparierte Waffe zum Einsatz kommen soll, muss eine Verwechslung mit nicht präparierten Waffen ausgeschlossen sein.

### **Proben**

Sind Laien oder Kinder an Darbietungen auf Bühnen beteiligt, sollte immer die Möglichkeit einer Probe bestehen, damit sich die beteiligten Personen schon vor dem Auftritt mit den Gegebenheiten vor Ort vertraut machen können.

### **Veranstaltungsgelände**

Ein schöner Garten kann einen wunderbaren Rahmen für eine Veranstaltung bilden. Dauern Veranstaltungen bis in die Dunkelheit, muss jedoch sichergestellt werden, dass sich Besucher nach der Veranstaltung noch gefahrlos vom Gelände bewegen und sich entsprechend orientieren können. Relevante Gefahrenstellen (z. B. ein Teich, Graben, etc.) müssen in der Dunkelheit zu erkennen sein, so dass ein Verletzungsrisiko für Besucher auf ein notwendiges Maß minimiert wird.

Diese ‚Verkehrssicherung‘ gilt vor allem für den unmittelbaren Veranstaltungsbereich, die nähere Umgebung und die Wege hin zum Ausgang/Parkplatz. Es muss nicht für alle denkbaren Risiken (in 3 Kilometer Entfernung) eine Absicherung erfolgen.

### **Lautstärkeregulierung**

Wird der oben genannte ‚schöne Garten‘ locker mit Tischen und Stühlen auf einer größeren Fläche bestuhlt, und es sitzen

deshalb Personen teilweise relativ weit entfernt von der Bühne, kann die Beschallung problematisch sein. Entweder die Personen ganz hinten verstehen nichts vom Geschehen auf der Bühne, oder die Personen dicht an der Bühne werden einer sehr hohen Lautstärke ausgesetzt und dadurch gefährdet. Dem kann durch eine Delay-Line entgegengewirkt werden. Hier werden mehrere Lautsprecher im Gelände verteilt (nicht nur direkt an der Bühne). So kann der Schallpegel insgesamt geringer und ‚Gehörverträglicher‘ gehalten werden.

### **Veranstaltungsleitung und Notfallmaßnahmen (ArbSchG §7, DGUV V1, §7, DGUV V17-18/ Regel 115-002, § 15)**

Eine Person, die die Veranstaltung leitet, muss die ganze Zeit (von Besucher-Einlass bis zum Verlassen des letzten Besuchers des Gebäudes/des Geländes) anwesend und erreichbar sein. Diese Person muss mit den Örtlichkeiten sowie mit Art und Ablauf der Veranstaltung vertraut sein. In einer Notsituation muss die Veranstaltungsleitung die Veranstaltung abbrechen.

Diese Veranstaltungsleitung muss während des ganzen Ablaufes die Freihaltung der Rettungswege sicherstellen (auf Kinderwägen, Rollatoren, Fahrräder, etc. achten).

Die Besucher der Veranstaltung sind ortsfremd und haben keinen Focus auf die Sicherheit, da sie die Veranstaltung im Rahmen ihrer Freizeitgestaltung besuchen. Die Veranstaltungsleitung muss diese ihr anvertrauten Personen in einer Notsituation sicher aus der Gefahrenzone führen. Hierzu ist eine griffbereite Warnweste sinnvoll, da gerade bei kleinen Veranstaltungen die Veranstaltungsleitung oft (vor allem in Notsituationen) für die Besucher nicht erkennbar ist. Auch ein Megafon kann hier eine wertvolle und unkomplizierte Hilfe sein.

Bei Open-Air-Veranstaltungen muss

die Veranstaltungsleitung Zugriff auf die relevanten Notfall- und Katastrophenschutz-Apps haben wie die DWD Warnwetter-App, Nina, Katwarn. Je nach örtlicher Lage kann auch die Meine Pegel-App sinnvoll sein.

Bei Unwetterwarnungen oder auftretenden Wetterrisiken muss die Veranstaltungsleitung die Lage beobachten und gegebenenfalls die Veranstaltung abbrechen und veranlassen, dass Besucher Schutz suchen.

In einer Notlage ist die Veranstaltungsleitung auch die zentrale Ansprechperson für die Einsatz- und Rettungskräfte und kann gegebenenfalls Informationen zum Lagebild und zu vermissten/verunglückten Personen geben.

Es ist sinnvoll, dass die Veranstaltungsleitung in Erster Hilfe geschult ist und auf Material zur Ersten Hilfe (Verbandskasten) Zugriff hat.

### **Veranstaltungstechnik und verantwortliche Person für Veranstaltungstechnik (DGUV V17-18 / Regel 115-002, § 15)**

Veranstaltungstechnisches Equipment (Licht/Ton/Video) wird oft auf- und abgebaut und ist somit einem rauen Umgang und einer hohen mechanischen Beanspruchung ausgesetzt. Regelmäßige Prüfungen gemäß Unfallverhütungsvorschrift sind hier vorgeschrieben. Zudem ergeben sich durch die Art der Anwendung (Lasten über Personen) und die Geräte selbst (z. B. Hitze bei Scheinwerfern bzw. Nebelmaschinen) Gefahren für Dritte.

Ein erster Schritt zur Minimierung von Gefährdungen ist eine Sichtprüfung vor dem Um- bzw. Aufbau, inwieweit Anschlussleitungen oder Geräte Beschädigungen aufweisen.

Wird solch technisches Licht-, Ton- und Video-Equipment in einem größeren Umfang eingesetzt, muss eine Betreuung durch ausgebildetes Fachpersonal erfol-

gen. Dasselbe gilt auch, wenn technisches Equipment oder Spezialeffekte zu einem hohen Grad der Gefährdung führen.

### **Checkliste für den Aufbau vor der Veranstaltung**

- Rettungswege sind frei zugänglich, Türen sind unverschlossen
- Elektrische Leitungen bilden keine Stolperstellen
- Elektrische Leitungen sind nicht überlastet, Mehrfach-Steckdosen nicht kaskadiert
- Es werden nur zugelassene Leitungen/Verteiler verwendet
- Offene Mehrfach-Steckdosen haben Abstand zu Gastro-Geräten mit Flüssigkeiten
- Kabeltrommeln sind komplett abgerollt
- Besucherinformation (Fluchtwege, WC, Ausgang) sind sichtbar
- Bühnenvorderkante ist markiert
- Wenn Bühne aus einzelnen Podesten besteht, sind Podeste miteinander verbunden
- Treppe ist mit Bühne verbunden, markiert und ggf. beleuchtet
- Es werden nur Bühnendekorationen (bis auf Requisiten) aus schwerentflammbarem Material (B1) benutzt
- Es wird kein offenes Feuer und/oder Rauchen und/oder Pyrotechnik auf der Bühne stattfinden (nur in der Abstimmung mit der Feuerwehr)
- Stative für Licht- und Tonequipment haben einen sicheren Stand
- Aufgehängtes Licht- und Tonequipment ist nicht mit Kabelbindern, Seilen, Spanngurten o. ä. aufgehängt
- Aufgehängtes Licht- und Tonequipment ist durch Safeties zweifach gesichert
- Wenn Kerzen und/oder offenes Feuer zum Warmhalten von Speisen zum Einsatz kommen, sind ausreichende Sicherheitsabstände zu brennbaren Materialien sichergestellt
- Bühnenbild ist standsicher, Gefahrenstellen sind gesichert
- Gefährliche szenische Vorgänge können sicher durchgeführt werden
- Warnweste, Verbandskasten und ggf. Megafon sind griffbereit
- Wetter- und/oder Warn-Apps sind aktiv
- Sichtprüfung bei Um- und Aufbau von technischen Geräten wurde durchgeführt: Anschlussleitungen und/oder Geräte weisen keine Beschädigungen auf

<sup>1</sup> Unter [www.sichere-schule.de/aula](http://www.sichere-schule.de/aula) lassen sich sehr übersichtlich Informationen rund um die Sicherheit bei Veranstaltungen finden. Der Ratgeber ‚Kultur – aber sicher!‘ [www.soziokultur.de/produkt/kultur-aber-sicher-teil-1-sicherheit](http://www.soziokultur.de/produkt/kultur-aber-sicher-teil-1-sicherheit) sei in dem Zusammenhang ebenfalls empfohlen. Die Links zur DGUV V17-18 / Regel 115-002 wechseln öfter, aus diesem Grund bitte im Netz nach DGUV Regel 115-002 suchen.

## **Sozio-kulturelle Dimensionen →**

# Das Oderbruch Museum Altranft (Märkisch Oderland) als ‚Dritter Ort‘ für eine Landschaft

**E**in ‚Dritter Ort‘ für eine Landschaft ist aus mehreren Gründen ein fortlaufendes Experiment. Das gilt auch für das Oderbruch Museum Altranft. Als Museum könnten wir wie jede Stadtbibliothek oder jedes soziokulturelle Zentrum unsere Angebotspalette analog wie digital erweiterten, die Aufenthaltsqualität erhöhen, die Öffnungszeiten anpassen, wenn die dafür nötigen Ressourcen bereitstünden, aber zu einem ‚home away from home‘ wie es einst der Dorfkrug gewesen sein mag, würden wir dennoch nicht werden, das gibt der dörfliche Standort mit seinen wenigen Menschen nicht her. Dazu braucht es einen städtischen Hintergrund. Als ein Ort, der am Wissen von der und am Austausch über die gesamte Landschaft interessiert ist, sind wir auf das freiwillige Mittun vieler anderer, sehr unterschiedlicher Menschen angewiesen, was Vertrauen und gegenseitige Anerkennung voraussetzt. Beides kann verspielt werden.

Das Museum ist kein sich selbst tragender kulturwirtschaftlicher Betrieb, der seine Überschüsse in die landschaftliche Arbeit investiert, sondern auf öffentliche Förderung angewiesen, die versiegen kann, wenn die Parlamente dieser Arbeit das Mandat entziehen, oder schlicht die Mittel in den Haushalten fehlen. Landschaften liegen meist quer zu den staatlichen Verwaltungsstrukturen, für eine Kommune zu groß, für die Landkreise nicht passgenau und viel zu klein für ein

Bundesland. Ein ‚Dritter Ort‘ für eine Landschaft sollte den Landkreis als Partner für sich gewinnen. Da jeder ‚Dritte Ort‘ sich als institutionenkritisch definieren muss, um der Eigensinnigkeit seines Raums und seiner Menschen, mit denen zusammengearbeitet wird, gerecht werden und einem vermittelnden Ethos folgen zu können, ist auch eine solche Partnerschaft kein Selbstläufer.

Um anzudeuten, wie wir die oben genannten Merkmale mit Leben zu füllen versuchen, tauchen wir kurz in die Arbeitsweise des Oderbruch Museums als Werkstatt für ländliche Kultur ein.

2015 haben wir die Arbeit aufgenommen. Das Museum wird von einem Verein getragen, ist von März bis Dezember von Donnerstag bis Sonntag zwischen 11:00 und 17:00 Uhr geöffnet. Jeden ersten Samstag im Monat veranstalten wir einen Programmtag mit freiem Eintritt. Unsere Eintrittskarten sind Jahreskarten, alle können so oft kommen, wie sie mögen. Die Altranfter haben freien Eintritt. Es gibt eine kleine Cafeteria, die einen Imbiss anbietet, und der Park um das schlossartige Gutshaus ist immer offen. Wir haben im Museum noch keinen Fahrstuhl und keine Rollstuhlrampe. Ein klassischer ‚Dritter Ort‘ sähe in punkto Erreichbarkeit und Barrierefreiheit wohl anders aus, aber das ist der Stand.

Der Landkreis Märkisch Oderland finanziert die Grundlast: die Unterhaltung

der Gebäude, die Verwaltung, Besucherbetreuung und die Arbeit an der Sammlung. Die Programmarbeit, die konzeptionell in den Händen von Freiberuflern aus der Region liegt, ist von Projektförderungen abhängig. Als Regionalmuseum haben wir unsere Sammlung auf die Landschaft des Oderbruchs ausgerichtet und nutzen die Objekte für unsere wechselnden Ausstellungen und Bildungsprojekte, wo immer es sich anbietet.

Unser Kerngeschäft ist es, die Selbstbeschreibung der Landschaft mit kulturellen und künstlerischen Mitteln zu fördern, dafür das Wissen und die Fähigkeiten der Menschen, die in der Landschaft leben, ins Spiel zu bringen, die Ergebnisse als Gesprächsangebote öffentlich zu präsentieren und so der Regionalentwicklung Impulse zu geben. Dafür arbeiten wir in drei Bereichen: den Jahresthemen, dem Kulturerbe und der Bildung, als auch auf drei Ebenen: der lokalen, der landschaftlichen und der überregionalen.

Jedes Jahr stellen wir uns einem anderen landschaftlichen Thema. Bisher waren es acht: Handwerk, Wasser, Landwirtschaft, Bauen, Menschen, Eigensinn, Natur, Jugend. Das aktuelle Jahr widmen wir der Kirche im Oderbruch. Zu jedem Thema suchen wir nach Möglichkeit einen institutionellen Partner, etwa den Kreisbauernverband, die NABU-Regionalgruppe, die Handwerkskammer oder den Gewässer- und Deichverband Oderbruch. Vor allem suchen wir rund 25 Menschen, deren persönliches Wissen und praktische Erfahrung so weit als möglich auseinanderliegen, um über das Gespräch mit ihnen die Komplexität, die Widersprüchlichkeit und möglichen Handlungsperspektiven zu beleuchten. Das Set an Gesprächspartnern ist dem Grundsatz der Perspektivvielfalt verpflichtet, d. h. es wird davon ausgegangen, dass immer unterschiedliche Sichtweisen auf den Bezugsraum zu finden sind, die in Anbetracht der ihnen zugrundeliegenden

Aneignungsweisen für sich jeweils eine bestimmte Geltung beanspruchen können. Diese verschiedenen Sichtweisen gilt es zu verstehen, zu dokumentieren und miteinander in Beziehung zu setzen. Deshalb richtet sich das Gespräch sowohl auf die Beschreibung einer bestimmten Praxis als auch auf die Erfassung der aus dieser Praxis erwachsenden divergierenden Ansprüche an den Raum. Wir sind also auf der inhaltlichen Ebene zunächst suchend unterwegs. Die geführten Gespräche werden verschriftlicht und autorisiert in einem Buch veröffentlicht. Ergänzt um historische Recherchen und Positionen, die das Thema von außen in den Blick nehmen, bilden diese Texte das Material für eine künstlerische Auseinandersetzung, zu der wir nach Möglichkeit regionale Künstler einladen. Nicht immer finden sich in der Landschaft Künstler, die diese Herausforderung annehmen und eine Form von Landschaftskunst schaffen, die konkrete individuelle Erfahrungen und landschaftliche Gegebenheiten als Spannungsfeld aufnimmt und ästhetisch reflektiert zurück in den öffentlichen Diskurs gibt. Die regionale Selbstbeschreibung im Medium der Künste zu stärken ist uns ein wichtiges Anliegen, auch um die Kunst wirtschaftlich an der Arbeit für die Landschaft partizipieren zu lassen. So entstehen Ausstellungen, Theaterstücke, Installationen und Performances, die sich durch konkreten Raumbezug und lebensweltliche Zugewandtheit auszeichnen und geeignet sind, anlässlich ihrer öffentlichen Präsentation über das jeweilige Jahresthema mit den Gesprächspartnern, die natürlich immer eingeladen sind, und allen thematisch Interessierten in den Austausch zu treten. Das Gespräch ist uns wichtig: Wir haben extra einen Salon dafür eingerichtet, in dem auf einer großen kreisrunden Bank auf Augenhöhe gesprochen werden kann – und alle setzen sich gern, auch wiederholt, weil wir im Gespräch nicht (vorver-)urteilen, sondern

beschreiben, einander ergänzen und befragen. Ein gutes Gespräch ist nicht pro und contra, sondern es ist wie ein Puzzle, das nie ganz fertig wird, in dem aber immer wieder Teile zusammenpassen und sich ein Bild erahnen lässt. Zitate aus unseren Gesprächen finden sich fast überall im Museum, weil wir der Vielstimmigkeit des Oderbruchs Raum bieten wollen.

Ein anderer Bereich ist das kulturelle Erbe. Seit der im 18. Jahrhundert begonnenen Trockenlegung hat sich das Oderbruch zu einer der interessantesten Kleinlandschaften Europas entwickelt. Der größte Flusspolder Deutschlands verfügt über ein weltweit einmaliges Wassersystem mit einer besonderen ländlichen Kultur und der höchsten Dichte an Baudenkmalen in ganz Brandenburg. Um dieses kulturelle Erbe erlebbar zu machen, weisen wir Kulturerbe-Orte aus, die das Oderbruch in seiner historischen Eigenart präsentieren. Dabei legen wir Wert darauf, dass es zu jedem dieser Orte Erzähler gibt – Menschen, die für diesen Ort Verantwortung übernommen haben und Besuchern von ihrer Beziehung zu ihm berichten können. Auch hier geht es um die Fähigkeit, die eigene Beziehung zur Landschaft zu beschreiben und zu vermitteln. Ein bunter Reigen von Personen, so vielfältig wie die Landschaft selbst und ausgestattet mit unterschiedlichstem Wissen, stellt sich hier ein und die Menschen setzen sich zusehends in Beziehung zueinander. Alle Erzähler werden regelmäßig ins Oderbruch Museum eingeladen, um Kooperationen und Projekte anzuregen. In der Ausstellung Schaukasten Oderbruch, die aus jeweils mit den Erzählern und Künstlern gemeinsam gestalteten Wandschränkchen besteht, führen wir diese Orte im Museum zusammen und laden dazu ein, das Oderbruch zu bereisen, es besser kennenzulernen und zu verstehen. Mittlerweile gibt es über 40 Kulturerbe-Orte. Darunter sind Heimatstuben und Dorfmuseen mit ihren Samm-

lungen, Kunstwerke, Baudenkmale, ganze, für das Oderbruch typische Siedlungen, Allein; aber auch technische Bauwerke der Wasserwirtschaft werden hinzukommen. Hinter dieser Initiative haben sich mittlerweile alle Kommunen des Oderbruchs sowie die Landkreise Märkisch-Oderland und Barnim versammelt und eine Kommunale Arbeitsgemeinschaft (KAG) Oderbruch gegründet. Mit dieser KAG zusammen ist es nicht nur gelungen, das Oderbruch im Jahr 2022 als Europäische Kulturlandschaft auszuzeichnen. Die KAG finanziert aus ihren Mitgliedsbeiträgen über einen Kulturmittelfonds auch verschiedenste Kunst-, Kultur- und Bildungsprojekte an und mit den Kulturerbe-Orten, die, wo immer es möglich ist, in die Auseinandersetzung mit dem Jahresthema unseres Museums investieren und das Thema in die Landschaft tragen. So ist ein sich selbst tragendes regionales Netzwerk entstanden, das Menschen einlädt, kulturelle Impulse zu geben, aufzunehmen, zu verstärken, zurückzugeben und den landschaftlichen Zusammenhalt zu fördern: über Filme, Podcasts, Kunstaussstellungen, Wanderrouten, Bücher, Feste, Workshops, Vorträge, Festivals und Landschaftstage, alles verteilt über viele Orte im Oderbruch. Es sind jedes Jahr viele hundert Menschen, die sich hier einbringen. Für uns als Regionalmuseum bedeutet diese Initiative auch einen nicht zu unterschätzenden Sammlungsgewinn. Denn über die Gestaltungen und Informationen in den Wandschränkchen entsteht ein Referenzraum, der auf eine Fülle von beredten Objekten, Sammlungen, Orten in der Landschaft verweist, die an einem Standort nicht zu vereinigen wäre, aber doch sehenswert ist. In dieser Ausstellungsform kommt der symbolische Gehalt unseres Namens Oderbruch Museum zum Tragen.

Einen Bereich der Museumsarbeit gilt es noch zu erwähnen, wenn von Regionalisierung, ländlicher Entwicklung und Zukunft

die Rede ist: die landschaftliche Bildung. In der landschaftlichen Bildung zeigen wir jungen Menschen, wie lokale Ressourcen erfahren und genutzt werden können und welche unterschiedlichen Lebensentwürfe das Land bietet. Das geht ebenfalls im Gespräch mit Menschen aus der Region am besten. Um die Sprachfähigkeit der Schüler zu fördern, laden wir sie ein, die Gesprächsthemen in andere Ausdrucksformen zu übersetzen: in Bilder, Fotos, Filme und Hörstücke, zum Thema Landschaft kann gekocht, gefilzt werden und einiges mehr.

In diesem Rahmen spielt das Projekt Heim(at)arbeit eine besondere Rolle. Es bietet Schülern der 8. bis 10. Klasse, aber auch den Lehrkräften einen Einstieg in das Thema Leben und Arbeiten im Oderbruch. Gestützt auf ein eigens erarbeitetes Lehrmaterial sowie einen Pool von rund 100 regionalen Wirtschaftspartnern, unternehmen wir den Versuch, die eigene Landschaft auf den Lehrplan der Schulen zu setzen. Eine Tagesexkursion in Kleingruppen zu ausgesuchten Wirtschaftspartnern und deren Nachbereitung am Museum sind wesentliche Teile des Projektes. Jeder Gesprächspartner gibt den Schülern im Anschluss an das Gespräch ein ‚Mitgebsel‘ mit: einen Gegenstand, den er in seinem Alltag verwendet. In der zweiten Tageshälfte erarbeiten die Jugendlichen eine Beschreibung dieser Objekte, das können Hörstücke sein, Texte, Comics, was auch immer. Die ‚Mitgebsel‘ werden im Museum in einer kleinen Sammlung präsentiert. Sie erhalten eine Inventarnummer und eine Inventarkarte, auf der ihre Herkunft und Geschichte verzeichnet ist. Auf diesem Weg werden junge Menschen in die Arbeitsweise des Museums eingeführt, die Museumssammlung erfährt eine Ergänzung und viele Akteure werden mit dem Museum verbunden, deren Leben und Arbeiten die Landschaft mitprägen:

Handwerker, Bauern, Künstler, Ärzte, Verwaltungsmitarbeiter, Förster, Busfahrer... Die erwähnte Museumswerkstatt ist an den Programmtagen für alle geöffnet. Hier kann sich, wer mag, fachlich profunden begleitet, in verschiedenen künstlerischen Arbeitsweisen erproben.

Die Festkultur hat in der Programmatik ebenfalls ihren Platz. Mit einem großen Erntefest, das jährlich als größtes Museumsevent gefeiert wird, bemühen wir uns um eine frische und gleichwohl traditionelle Form des dörflichen Feierns. Ein großer Ernteumzug, Blasmusik und Balfolk, regionales Essen und Trinken, Kleinkunst und Artistik bringen Alt-Eingesessene und Neu-Zugezogene zusammen und sorgen immer wieder für Überraschungen.

Gespräch, landschaftliche Selbstbeschreibung in unterschiedlichsten kulturellen und künstlerischen Formen, Teilhabe, Kooperation, Perspektivvielfalt, Sammeln und Vermitteln im Regionalbezug: Das sind einige Stichworte, die für uns als Regionalmuseum und als Ort für kulturlandschaftliche Diskurse wichtig sind. Jede Region, jede Landschaft, die sich im kulturräumlichen Handlungszusammenhang erfahren will und nach Spielräumen sucht, ist aus unserer Sicht gut beraten, eine solche Institution aufzubauen. Aber ohne ein öffentliches Mandat, als reine private Initiative, gelingt dies wohl nicht, denn der Aufwand ist groß. Mancher ‚Dritte Ort‘ im Sinne von Ray Oldenburg kann so geführt werden oder seine Geschichte beginnen, ein landschaftlicher ‚Dritter Ort‘ ist ohne öffentlichen Rückhalt nicht denkbar.

Die jährlichen Werkstattberichte, die wir für das Oderbruch Museum herausgeben und der Politik wie der breiten Öffentlichkeit an die Hand legen, sind durchaus als eine Aufforderung zu verstehen, unsere Arbeit als Regionalmuseum zu bewerten. Sie ersetzen aber keinesfalls den Besuch des Museums und das kultur-

politische Gespräch darüber, was öffentlich geförderte Kulturinstitutionen im regionalen Zusammenhang leisten sollen.

### **Schlussbemerkungen**

Wer das Oderbruch Museum besucht, wird feststellen, dass verschiedene Elemente aus den genannten Bereichen in den Ausstellungsräumen wieder auftauchen. Die vielen Gespräche über die Landschaft nehmen eine einzigartige räumliche Gestalt an, von der wir hoffen, dass die Besucher sich in ihr nicht nur wohl fühlen, sondern in den Ausstellungen und Objekten, den Filmen und Audios die verschiedenen Stimmen wahrnehmen, die diese Landschaft derzeit mitgestalten.

Ob dies ausreicht, um das Oderbruch Museum nun auch als ‚Dritten Ort‘ für eine Landschaft zu fassen, ist eine offene Frage. Vielleicht ist es ausreichend, das Museum als einen Ankerpunkt zu verstehen, der durchaus in der Lage ist, Impulse aufzunehmen, die die von den klassischen – mitunter vom Aussterben bedrohten – ‚Dritten Orten‘ ausgesendet werden, weil sich Menschen dort gefunden und entschieden haben, sich in die Landschaft, in der sie leben und mitunter auch noch arbeiten, einzubringen.

Wir haben uns bemüht, einen kreativen, auf die Landschaft bezogenen Ort zu gestalten. Ob er gelingt und die vielen Ansprüche an den Raum und die öffentliche Kultur zusammenführen kann, wird sich zeigen.<sup>1</sup>

<sup>1</sup> Mit Katja Drews gesprochen könnte es aber auch sein, dass unser Projekt als ein ‚Inkubator‘ betrachtet werden kann, der eine informelle, sozial lebendige Zone und einen Treffpunkt für die Bewohner erzeugt hat und zudem eine Schnittstelle zwischen den drei Sektoren des Sozialen, Kulturellen und Ökonomischen in der Region stiftet. Oder sind wir gar „regelrechter Hub zwischen den unterschiedlichen Lebenswelten des ländlichen und des städtischen Raums“, weil viele Besucher aus den Städten kommen, und tragen am Ende dazu bei, dass suburbane Landschaften entstehen, die zwar versuchen das Beste von Stadt und Land zu verbinden, von denen aber keiner eine lebenswerte Vorstellung hat? Vgl. hierzu: Katja Drews: Kulturtourismus im ländlichen Raum an „dritten Orten“ der Begegnung als Chance zur Integration von Kultur- und Tourismusentwicklung. Eine Befragung von touristischen und einheimischen Kulturbesuchern in ländlichen Regionen. Hildesheim, 2017, S. 147.



# Gelingsbedingungen Kultureller Bildung in den ländli- chen Räumen Brandenburgs – Vom ‚Hangout Place‘ zur aktiven Teilnahme

**D**ie Plattform Kulturelle Bildung Brandenburg initiierte in ihrer Funktion als landesweite Fachstelle für generationsübergreifende Kulturelle Bildung<sup>1</sup> im Jahr 2022 eine zweijährige Evaluation zu den erforderlichen Rahmenbedingungen Kultureller Bildung in ländlichen Räumen. Zu den umfangreichen Ergebnissen dieser Evaluation<sup>2</sup> zählte u. a. – und auch durchaus naheliegender – die Erkenntnis: Kulturelle Bildung braucht Orte! Sie braucht Orte, die einen verlässlichen und sicheren Raum bieten, Orte, die im besten Sinne Raum für eine aktive Teilhabe an Kultur und ihre gemeinsame Gestaltung eröffnen. Gerade in ländlichen Regionen spielen zusätzlich Fragen der Mobilität und der Erreichbarkeit eine wichtige Rolle.

Als ein zentraler Ort für Projekte der Kulturellen Bildung bieten sich die sogenannten ‚Dritten Orte‘ an. Zahlreiche Initiativen in Brandenburg haben sich auf den Weg gemacht, sich unter Bezug auf diesen 1989 von Ray Oldenburg geprägten und seit einigen Jahren sehr präsenten Begriff weiterzuentwickeln.<sup>3</sup> Der Stadtsoziologe Oldenburg versteht ‚Dritte Orte‘ als informelle, themenoffene Treffpunkte für den kommunikativen Austausch, als ‚home away from home‘ auf dem Weg zwischen Wohn- und Arbeitsort. Der Ansatz löste im deutschsprachigen Raum einen lebhaften Prozess der Entwicklung aus: Bibliotheken finden sich in diesem Kon-

zept sehr gut wieder. Dagegen wird z. B. in Einrichtungen aus dem musealen Kontext durchaus kontrovers diskutiert, welche Museen und Kultureinrichtungen angesichts ihrer Ressourcen und ihres Auftrags überhaupt anstreben können, ein themenoffener ‚Hangout Place‘ zu werden und dafür z. B. eintrittsfreie oder machtkritisch hinterfragte Räume zur Verfügung zu stellen.<sup>4</sup> Ein Transfer des Konzeptes in den ländlichen Raum führt zu den Fragen, wie sich ‚Dritte Orte‘ jenseits städtischer Infrastrukturen aktiv entwickeln lassen<sup>5</sup> – und ob neben Cafés, Bildungs- und Kultureinrichtungen nicht auch die ausgebaute Bushaltestelle oder ein mobiles Angebot diese Qualitäten erreichen können.

Wie aber steht es um das wechselseitige Verhältnis von ‚Dritten Orten‘ und Kultureller Bildung? Welche Bedeutung können Angebote und Erkenntnisprozesse der Kulturellen Bildung für diejenigen ‚Dritten Orte‘ erlangen, an denen sie stattfinden? Kulturelle Bildungsprojekte bieten die Chance, bisher nicht an einem ‚Dritten Ort‘ partizipierende Menschen einzuladen, sowie immer wieder neue Gruppenkonstellationen zur Teilhabe am Ort zu gewinnen. Das dabei entstehende Verhältnis fasst Katja Drews in dem Satz zusammen: „‚Dritte Orte‘ erzeugen Community – und andersherum: Communities produzieren ‚Dritte Orte‘.“<sup>6</sup> Gerade die gemeinsame Erfahrung kultureller und künstlerischer Praxis kann dabei unterstützen, Commu-

nities offen und flexibel zu halten, indem sich Gruppen je nach Thema unterschiedlich zusammenfinden und in einen Austausch kommen. Kulturelle Bildung kann neue Communities durch den gemeinsamen Arbeitsprozess fördern und die aktive Auseinandersetzung mit aktuellen Diskursen anregen.

Kulturelle Bildungsprojekte können somit zu einem Motor der Entwicklung ‚Dritter Orte‘ werden. Insbesondere die so angestoßenen informellen Bildungsprozesse, z. B. die Erfahrung von Selbstwirksamkeit, das Erproben von Perspektivwechseln oder die projektbezogene

Bereitschaft zu demokratischen Aushandlungsprozessen mit unterschiedlichen gesellschaftlichen Gruppen, eröffnen ein breites Spektrum an Erkenntnissen, die zur Etablierung und für den Bestand eines ‚Dritten Ortes‘ unerlässlich erscheinen. Gerade die Vielfalt und die Ergebnisoffenheit der Kulturellen Bildung kann somit einen entscheidenden Beitrag dazu leisten, ‚Dritte Orte‘ vom ‚Hangout Place‘ zu Orten aktiver gesellschaftlicher und demokratischer Teilhabe zu entwickeln. ‚Dritte Orte‘ und Kulturelle Bildung sind also gerade in den ländlichen Räumen untrennbar miteinander verbunden.

1 Mehr zur dezentral aufgebauten Fachstelle unter [www.plattformkulturellebildung.de](http://www.plattformkulturellebildung.de). Sie ist ein Bereich der Brandenburgischen Gesellschaft für Kultur und Geschichte gGmbH, gefördert mit Mitteln des Ministeriums für Wissenschaft, Forschung und Kultur des Landes Brandenburg und der Landeshauptstadt Potsdam.

2 Alle Ergebnisse der Evaluation finden sich als Publikation, Podcast-Reihe, Blog und Film unter: [www.gesellschaft-kulturgeschichte.de/evaluation](http://www.gesellschaft-kulturgeschichte.de/evaluation) [22. 07. 2024]. Die Evaluation wurde finanziert durch das Ministerium für Wissenschaft, Forschung und Kultur des Landes Brandenburg.

3 Vgl. hierzu Ray Oldenburg: *The great good place: cafés, coffee shops, community centers, beauty parlors, general stores, bars, hangouts and how they get you through the day*. New York 1989.

4 Vgl. hierzu „Kultureinrichtungen als Dritte Orte? kubi im Gespräch mit Eeva Rantamo“. In: Bundesvereinigung Kulturelle Kinder- und Jugendbildung e. V.: *Unverzichtbar – Orte Kultureller Bildung*, kubi – Magazin für Kulturelle Bildung, Nr. 20-2021, Berlin, S. 29 – 30.

5 Das Konzept schlägt sich auch in kulturpolitischen Entscheidungen nieder, so bietet das Ministerium für Kultur und Wissenschaft des Landes Nordrhein-Westfalen bis aktuell 2028 ein Förderprogramm für Dritte Orte im ländlichen Raum an: [www.mkw.nrw/kultur/foerderungen/dritte-orte](http://www.mkw.nrw/kultur/foerderungen/dritte-orte) [22. 07. 2024]. Das Ministerium für Wissenschaft, Forschung und Kultur des Landes Brandenburg strebt mit seinem 2021 aufgelegten Programm Kulturelle Ankerpunkte im ländlichen Raum explizit das Ziel an, „kulturelle Initiativen („Dritte Orte“) als identitätsstiftende Kultur-Zentren zu stärken, das kulturelle Leben vor Ort weiterzuentwickeln und dadurch regionale Stärken überregional sichtbar zu machen“. Aktuelle Förderrichtlinie unter [www.mwfk.brandenburg.de/sixcms/media.php/9/Richtlinie%20Ankerpunkte\\_042023.pdf](http://www.mwfk.brandenburg.de/sixcms/media.php/9/Richtlinie%20Ankerpunkte_042023.pdf) [22. 07. 2024]

6 Katja Drews: *Zuhause am „Dritten Ort“*. Beheimatungen an informellen Treffpunkten durch Kultur, S. 358. In: Institut für Kulturpolitik der Kulturpolitischen Gesellschaft (Hg.): *Jahrbuch für Kulturpolitik 2019/20*. Band 17, Kultur. Macht. Heimaten. Heimat als kulturpolitische Herausforderung. Bielefeld 2020, S. 355 – 359.

# Unten am Fluss – ein schwimmendes Theater als Ort der Begegnung

**I**m Artikel 27 (1) der UN-Menschenrechtskonvention steht geschrieben: „Jeder hat das Recht, am kulturellen Leben der Gemeinschaft frei teilzunehmen, sich an den Künsten zu erfreuen und am wissenschaftlichen Fortschritt und dessen Errungenschaften teilzuhaben.“ Die Beobachtung der Realität zeigt jedoch, dass bei weitem nicht ‚jeder‘ von diesem Recht Gebrauch macht. Dabei gehören in Deutschland Angebote wie Theateraufführungen, Musikkonzerte, Opern-, Ballett- und Tanzaufführungen zur kulturellen Identität beziehungsweise zur Bildung. Gleichzeitig wachsen die Erwartungen an Theater, öffentliche Begegnungsorte zu sein, an denen ein Querschnitt der Gesellschaft zusammenkommen kann und Austausch ermöglicht wird. Was können wir als Theater dafür tun, Teilhabe für alle zu ermöglichen? Wie erreichen wir gerade diejenigen, die selten oder nie mit Kunst und Kultur in Berührung kommen? Welche Zugangshürden gibt es und wie können wir diese abbauen?

Aus der Suche nach Antworten auf diese und weitere Fragen wurde 2016 die Idee des ‚Traumschüffs‘ geboren, ein schwimmendes Wandertheater frei nach dem Motto: wenn die Menschen nicht (mehr) ins Theater gehen, dann müssen wir als Theater zu den Menschen kommen. Ein Theaterschiff, das die ländlicheren Gegenden außerhalb der Kulturmetropole

Berlin bereist und versucht, Theater als analogen Begegnungsraum neu, beziehungsweise wieder zu entdecken. Im Folgenden möchten wir einige der Erfahrungen und Erkenntnisse aus sieben Jahren aufsuchender Theaterarbeit teilen und dabei mögliche Strategien skizzieren, um einen positiven Einfluss auf die kulturelle Teilhabe in Gemeinschaften zu nehmen und das gesellschaftliche Miteinander zu stärken.

## Ein schwimmendes Wandertheater

Seit 2017 tourt das ‚Traumschüff‘ jeden Sommer für mehrere Monate entlang der Havel und Elbe und gastiert an verschiedenen Orten in Brandenburg, Sachsen-Anhalt und Mecklenburg-Vorpommern. Das Schiff dient dabei nicht nur als Transportmittel von Ort zu Ort. Es ist so konzipiert, dass es sowohl als schwimmende Bühne, als auch als Wohneinheit geeignet ist. Dies ermöglicht es der Schiffsbesatzung bzw. dem Schauspielensemble, mehrere Wochen mit auf Tour zu gehen und auch abseits der Theatervorstellungen und Workshopangebote mit den Menschen vor Ort in Kontakt zu kommen. Anlegestellen befinden sich in der Regel mitten im Öffentlichen Raum, z. B. im Stadthafen, an der Uferpromenade oder einer Bucht fußläufig zum Ortszentrum. Die Architektur ist der eines Hausboots

nicht unähnlich und weckt immer wieder die Neugier vorbeikommender Passanten. „Theater? Hier auf dem Boot? Kann man davon leben? Und warum eigentlich mit „ü“?“ sind nur ein paar der Fragen, die immer wieder gestellt werden. Häufig entstehen daraus Gespräche und die Menschen erzählen persönliche Geschichten aus ihrem Leben, was früher war und was heute ist, was sie gerne anders hätten oder was in der Politik ihrer Meinung nach schiefläuft. Manchmal klingt auch der Frust durch, mit den alltäglichen Sorgen nicht gehört, beziehungsweise allein gelassen zu werden.

### **Gespräche als Basis für Theaterstoffe**

Als Theaterschaffende nicht nur auf der Bühne zu stehen, sondern auch abseits der Vorstellungen in unmittelbarem Kontakt und direktem Austausch mit dem Publikum zu sein, prägt das künstlerische Konzept des ‚Traumschüffs‘ maßgeblich. Die Geschichten, Themen und Blickwinkel der Menschen aus den Regionen, die wir befahren, stehen im Mittelpunkt unseres kreativen Schaffens. So sind über die Jahre Stücke zu den Themen Wendezeit, Abwicklung und Wiederaufbau („Treue Hände“), mangelnde medizinische Versorgung und digitale Alternativen („Hinter den Fenstern“), Landwirtschaft und Naturschutz („Bibergeil“) und Frust und Engagement in der Kommunalpolitik („Die Bürgermeisterschaft“) entstanden. Nach den Theatervorstellungen ergeben sich oft angeregte Gespräche und die Zuschauenden tauschen ihre Eindrücke und eigenen Anekdoten untereinander und mit uns als Theaterschaffende aus. Auch unsere Workshopangebote und anderen Formate wie Offene Bühnen und eine Bürgerbühne setzen die Teilnehmenden in den Mittelpunkt und zielen auf Begegnung und Austausch untereinander.

### **Zugangsbarrrieren abbauen – Teilhabe ermöglichen**

Die Liste mit Gründen, die Menschen davon abhalten können, an Theatervorstellungen oder Kulturveranstaltungen im Allgemeinen teilzunehmen, ist lang. Da wären zum einen finanzielle Barrieren. Denn viele Menschen, insbesondere Familien mit niedrigem Einkommen oder Personen in prekären finanziellen Situationen, können sich die oft hohen Ticketpreise schlicht nicht leisten. Aus diesem Grund werden bei ‚Traumschüff‘-Angeboten im Rahmen der Sommertour keine Eintritte verlangt. Stattdessen besteht die Möglichkeit, nach den Vorstellungen eine Spende da zu lassen und so einen finanziellen Beitrag zum Fortbestand des ‚Traumschüffs‘ zu leisten. Allerdings reichen die Publikumsspenden bei weitem nicht aus, um einen professionellen Theaterbetrieb am Laufen zu halten, sodass wir als Kulturinstitution zum großen Teil auf Förderungen und Aufträge angewiesen sind.

Auch geografische Voraussetzungen sind oft eine Barriere, ins Theater zu gehen. Für Menschen, die in abgelegenen Gebieten leben oder kaum Zugang zu öffentlichen Verkehrsmitteln haben, kann es schwierig werden, Veranstaltungsorte zu erreichen. Auch ältere Menschen, die nicht mehr Auto fahren oder von einem späten Veranstaltungsende abgeschreckt werden, sind auf wohnortnahe, erreichbare Angebote angewiesen. Als schwimmendes Wandertheater haben wir die Möglichkeit, ortsangebundene Veranstaltungen anzubieten, die in der Regel fußläufig erreichbar sind. Statt den Zugang zu unseren Vorstellungen durch Zäune oder Sichtschutz abzuschirmen, finden die Angebote frei zugänglich und unter offenem Himmel statt. Auf diese Weise möchten wir auch diejenigen an unserem Programm teilhaben lassen, die lieber nicht im Zuschauerbereich Platz nehmen

möchten: Zufällige Passant:innen, die durch die Menschentraube angelockt werden. Ein junger Vater mit Baby auf dem Arm. Eine Gruppe Angler, die das Geschehen aus einiger Distanz beobachtet. Eine Flaschensammlerin, die von der benachbarten Parkbank aus zuschaut. Oft sind es gerade diese Menschen, die im Nachhinein auf uns zu kommen und sich für die Vorstellung und das Erlebnis bedanken.

Auch kulturelle und sprachliche Barrieren stellen häufige Gründe dar, das Theater zu meiden. Dazu gehört, dass die Kunstform Theater als intellektuell anspruchsvoll oder gar elitär wahrgenommen wird. Viele jüngere Menschen betrachten die behandelten Stoffe als veraltet oder irrelevant und können sich nicht mit den dargestellten Themen, Charakteren und Perspektiven identifizieren. Ältere Menschen wiederum werden von modernen Theaterstücken und Ausdrucksformen auf der Bühne abgeschreckt. Um kulturelle Barrieren zu verringern, bedarf es vor allem der Auseinandersetzung mit den Menschen und verschiedenen gesellschaftlichen Gruppen. Beim ‚Traumschüff‘ versuchen wir dies zum einen in informellen Gesprächen vor, nach oder abseits der Theatervorstellungen, als auch in geführten Gesprächsrunden sowie theaterpädagogischen Workshopformaten. Die verschiedenen Perspektiven fließen ständig in die Themenauswahl und künstlerische Arbeit mit ein. Auch achten wir darauf, eine möglichst verständliche Sprache zu verwenden und trotzdem nicht an Unterhaltungswert oder Tiefgang einzubüßen.

Natürlich gibt es noch viele weitere Zugangsbarrieren, die Menschen davon abhalten können, an Theatervorstellungen teilzunehmen. Deshalb sei an dieser Stelle gesagt, dass barrierefreie Konzepte kontinuierlich überarbeitet und die eigenen Maßnahmen überdacht und weiterentwickelt werden müssen. Dabei sollten die tatsächlichen Bedürfnisse und Herausfor-

derungen bestenfalls mit den betroffenen Gruppen gemeinsam erarbeitet werden. Es macht Sinn, spezifische Maßnahmen mit Expert:innen zu entwickeln und von den Erfahrungen anderer zu profitieren. Barrierefreiheit dabei nicht als fernes Ziel, sondern als Lernprozess zu betrachten, hat uns sehr dabei geholfen, einfach loszulegen und immer wieder neue Ideen auszuprobieren. Ebenso gilt es, immer wieder neue Wege der Kommunikation auszuprobieren, um den Menschen das eigene Angebot nahe zu bringen. Das beste barrierefreie Konzept nützt nichts, wenn keiner davon weiß! Daher ist es entscheidend, mit kommunikativen Maßnahmen Brücken zu schlagen, um die herrschenden Vorbehalte gegenüber Theater abzubauen und auch diejenigen an dem kulturellen Angebot teilhaben zu lassen, die sonst keine oder nur wenige Berührungspunkte mit Theater haben.

### **Partizipation oder: gemeinsam wirken**

Ein zentrales Anliegen des ‚Traumschüff‘ ist es, über das passive Konsumieren von Kultur hinaus auch Möglichkeiten der aktiven Beteiligung und Mitgestaltung zu bieten. Durch verschiedene Formen der Partizipation wird ein interaktives Umfeld geschaffen, das die Menschen dazu ermutigen soll, ihre Fähigkeiten und eigenen Ideen einzubringen. Dabei spielt das Ehrenamt beim ‚Traumschüff‘ eine zentrale Rolle, denn es schafft Raum für soziale Interaktion und den Austausch zwischen Menschen unterschiedlicher Hintergründe und Lebenserfahrungen. Außerdem ermöglicht es den Menschen, aktiv an der Gestaltung ‚ihres Theaters‘ teilzunehmen und einen positiven Einfluss auf die weitere Entwicklung zu nehmen. Von ‚Werkel-Einsätzen‘ am Schiff, über das Verteilen von Flyern im Ort, bis Kochen für die Schiffscrew – die Möglichkeiten an ehrenamtlichen Tätigkeiten sind

vielfältig und passen sich an die jeweiligen Fähigkeiten und zeitlichen Ressourcen an.

Als eine besondere Form der aktiven Beteiligung bietet das ‚Traumschüff‘ seinem Publikum auch die Möglichkeit, an Bord mitzureisen und die Tour ein Stück zu begleiten. Das Schiff von einem Ort zum anderen überführen, gemeinsam kochen, zusammen die Veranstaltungen vor- und nachzubereiten, inklusive aller Herausforderungen – das schweiß zusammen und stärkt das soziale Gefüge im Kleinen. Eine Erfahrung, die sich auch positiv auf das gesellschaftliche Zusammenleben auswirkt.

Der partizipative Charakter spiegelt sich auch in der Wahl der Genossenschaft als Rechtsform wider. Alle Mitglieder haben ein Mitspracherecht und können über wichtige Angelegenheiten abstimmen, unabhängig von der Anzahl der Anteile, die sie besitzen. Dies fördert eine gleichberechtigte Teilhabe aller Mitglieder an den Belangen der Genossenschaft und ermöglicht eine kollektive Gestaltung und Steuerung der Organisation. Auch Menschen aus dem Publikum können aktiv an Entscheidungsprozessen der Genossenschaft teilnehmen, indem sie Fördermitglied werden. Der einzige Unterschied zu ordentlichen Mitgliedern besteht darin, dass sie kein Stimmrecht in der Generalversammlung besitzen.

Die diversen Möglichkeiten aktiver Beteiligung tragen maßgeblich dazu bei, das ‚Traumschüff‘ zu einem soziokulturellen Begegnungsraum zu machen, und es als Wandertheater langfristig in der Region zu verankern. Das Zugehörigkeitsgefühl des Publikums wird enorm bestärkt und aus manch langjährigen Verbindungen über das Ehrenamt oder sonstiger Mitwirkung in der Genossenschaft sind sogar feste Freundschaften gewachsen. Zeitgleich sollte nicht unerwähnt bleiben, dass eine für Mitgestaltung offene Struktur auch eine Projektionsfläche für Wünsche, Ideale und Ansprüche Einzelner bie-

tet. Es gilt, sich immer wieder zurück auf das gemeinsame Ziel zu fokussieren, einen pragmatischen Umgang mit Erwartungen zu finden und manchmal auch Konflikte und Enttäuschungen auszuhalten.

### **Mobil und doch verwurzelt**

Obwohl das ‚Traumschüff‘ als Wandertheater ständig seinen Standort wechselt, sorgt eine fest etablierte Route entlang der Havel dafür, dass über die Jahre eine starke Verbindung zu jedem einzelnen der Tour-Orte wachsen konnte. Neben den logistischen Vorteilen, den bereits erprobte Anlegestellen mit sich bringen, fällt hier vor allem die Beziehungsebene mit den Partner:innen vor Ort ins Gewicht. Der jährliche Turnus ermöglicht es, auf eine organische Weise zusammenzuwachsen und über die Jahre eine gesunde, stabile und nachhaltige partnerschaftliche Beziehung aufzubauen. Ein schönes Beispiel ist die Zusammenarbeit mit dem Wasserfreunde Brieselang e. V., den Betreibern eines kleinen Anlegers für Angler- und Freizeitboote. Im ersten Jahr durften wir anlegen und unsere Veranstaltung durchführen, ganz nach dem Motto: Macht mal, aber macht uns bloß keinen Ärger oder zusätzlichen Aufwand. Im zweiten Jahr durften wir die vorhandene Infrastruktur etwas mehr mitnutzen und neben Strom und Wasser auch in der kleinen Vereinsküche Geschirr spülen. Im dritten Jahr beteiligten sich die Vereinsmitglieder an der Veranstaltung, indem sie die Getränkeversorgung für das Publikum organisierten. Seit dem vierten Jahr ist das ‚Traumschüff‘ fester Bestandteil der jährlichen Vereinstätigkeiten, und das gemeinsam ausgerichtete kulturelle Wochenende wird zum lebendigen Treffpunkt von Vereinsmitgliedern, ‚Traumschüff‘-Mitwirkenden und Gästen aus Brieselang und Umgebung.

Die Zusammenarbeit mit kommunalen Einrichtungen sorgt dafür, dass die kultu-

rellen Angebote an die jeweiligen Orte angebunden sind. Auch wenn viel Abstimmung und verschiedene Genehmigungsverfahren mit städtischen Behörden nötig sind, überwiegt der positive Nebeneffekt, dass die ‚Traumschüff‘-Veranstaltungen in der Regel in das kulturelle Gesamtangebot der jeweiligen Orte eingebettet sind, anstatt in Konkurrenz zu anderen Veranstaltungen, wie beispielsweise Stadtfesten zu stehen.

Auch auf künstlerischer Ebene ist die Kooperation mit regionalen Kunst- und Kulturschaffenden fester Bestandteil des ‚Traumschüff‘-Konzepts. Das Format einer ‚Offenen Bühne‘ ermöglicht es, bestehenden kulturellen Angeboten aus der Region eine Plattform zu bieten und für mehr Sichtbarkeit und Austausch untereinander zu sorgen. So präsentierten beispielsweise Künstler:innen und Dorfbewohner:innen aus Strodehne das gemeinsame Projekt ‚Strodisign‘, die Transformation der traditionellen Kittelschürze. In Rathenow trat eine Laien-Theatergruppe und in Brieselang eine jugendliche Breakdance-Gruppe auf der schwimmenden Bühne auf. In Pritzerbe erweiterte der Kulturverein aus dem Nachbarort, der Villa Fohrde e. V., die ‚Traumschüff‘-Vorstellung mit einer Bildungs- und Mitmachstation zum

Thema Demokratie und Nachhaltigkeit. Dadurch, dass die verschiedenen lokalen und regionalen Kunst- und Kulturschaffenden auf einer Bühne zusammenkommen, entsteht ein buntes, kulturelles Mosaik, das die Vielfalt der kulturellen Region widerspiegelt.

### Fazit

Egal, ob ihr noch im Gründungsprozess steckt oder schon eine etablierte (Kultur-)institution seid – wir hoffen, dass das ‚Traumschüff‘ ein inspirierendes Beispiel dafür sein kann, Theater als Plattform für sozialen Austausch und Instrument der kulturellen Teilhabe zu verstehen. Natürlich bringt der Abbau von Zugangsbarrieren oft einen hohen Mehraufwand und Kosten mit sich und es ist wichtig, die eigenen Kapazitäten im Blick zu behalten. Dennoch lohnt sich die Suche nach Möglichkeiten, mehr Menschen aus unterschiedlichen sozialen Lebenswirklichkeiten am eigenen kulturellen Angebot teilhaben zu lassen und Begegnungen und Austausch zu fördern. Denn erst dann kann Theater seine transformative Kraft entfalten, Brücken zwischen verschiedenen sozialen Gruppen bauen und den Zusammenhalt in Gemeinschaften stärken.

# Ensemble und Hof Quillo in Falkenhagen (Nordwestuckermark)

**H**of Quillo in der Quillowstraße. Wer hierher kommt, kommt gezielt. An den Häusern der 150 Einwohner von Falkenhagen, dem über 700 Jahre alten Angerdorf in der Nordwestuckermark, ist man trotz holperiger Dorfstraße schnell vorbei. Nur wer es kennt, bemerkt das Flüsschen Quillow. Dann kommt die Kirche und kurz vor dem Friedhof, bevor hinter dem Ortsausgangsschild wieder Felder und Windräder beginnen, gibt es den alten Vierseithof. Ein paar Jahre stand er leer, wie so vieles nach der Wende in dieser ostdeutschen Agrarlandschaft. Bis er von Menschen entdeckt wurde, die sich damit zu Vertretern dieser Spezies machten, die zeit(geist)weise so gern Raumpioniere genannt wurden. Menschen, die hier einen LebensORT fanden, bei dem sie fühlten, dass er ihrer LebensART würde entsprechen können. Kindergarten und Kneipe gibt es in Falkenhagen schon lange nicht mehr, aber auf dem Hof, dem die ‚Neuen‘ vor zwei Jahrzehnten den gleichermaßen fremden, wie vertrauten Namen ‚Quillo‘ gegeben haben, sind die Türen geöffnet.

Nein, eingeladen hatte uns niemand und trotzdem entstand hier in den vergangenen 20 Jahren der Hof Quillo als Lebens-, Zukunfts- und Kulturort in der Gemeinde Nordwestuckermark, in der auf jedem Quadratkilometer rein rechnerisch 16 Menschen leben. Reichlich Distanz, nicht nur räumlich. Um in der Fläche

etwas zusammenzuführen und zu halten, entstand die Idee der ‚Regionalen Kulturellen Ankerpunkte‘ in Brandenburg. Gefördert vom Land und von den Kreisen gibt es derzeit 16. Quillo ist seit 2022 einer von ihnen.

Unseren Ort entwickeln wir stetig nach den Bedarfen, die sich aus der Projektarbeit über die Jahre ergeben haben. Entstanden ist ein ‚Zentrum für Aktuelle Kultur im ländlichen Raum‘ – ein professioneller, ästhetisch überzeugender Kulturstandort. Aus dem alten Bauernhaus wurde das Konzerthaus, aus dem Stall das Kino und aus der Remise das Büro. Die Hoffläche ist barrierefrei. Neueste Errungenschaft ist ein gläserner Kino-Anbau, der den Blick auf die Dorfstraße freigibt. Und umgekehrt. Initiator, Macher und Gestalter des sehr komplexen Quillo-Kosmos ist das ‚Ensemble Quillo‘. Ein Solistenensemble für Neue Musik, dem im Kern unterdessen 12 Musiker angehören. Wir stellen uns der im ländlichen Raum besonderen Herausforderung, zeitgenössische Kunst unkonventionell, herausfordernd, dennoch nahbar aufzuführen und damit im besten Sinne zu vermitteln. Neben der Künstlergruppe gibt es das Team, das im Wesentlichen aus in der Uckermark ansässigen Mitarbeitern besteht und den Verein, dem sowohl Unterstützer aus weiter Ferne als auch Freunde und Nachbarn aus der Region angehören.



Bei der Entwicklung unterschiedlicher Projektsettings durch die Künstlergruppe nimmt Quillo explizit Bezug auf das Umfeld, die Menschen und den Raum, bei Open Air auch den Naturraum. Die Bandbreite reicht von Produktionen der Gegenwartskunst über Formate der Kulturellen Bildung bis zu soziokulturellen Aktivitäten, wobei es fluide Übergänge gibt.

Aufsuchende Formate, die die Angebote auf dem Hof Quillo ergänzen, vergrößern die Fläche und erreichen Publikum, das bisher nicht den Weg nach Falkenhagen gefunden hat. Das sind vor allem die Touren mit einer mobilen Bühne („Land-Qultour“), der musikalische Spaziergang („ZuFußQultour“) und die „HausQultour“, die in uckermärkische Wohnzimmer führt. Menschen, die uns zunächst an ihren Orten erleben, begrüßen wir danach nicht selten bei uns auf dem Hof.

Zeitgenössische Kunst bedeutet grundsätzlich die Konfrontation mit Neuem, zunächst Fremdem. Wir geben

ungewöhnliche Impulse, provozieren Auseinandersetzung und Kommunikation – und treffen auf eine wachsende mutige Gesellschaft, die unsere künstlerischen Zumutungen schätzt und den Austausch sucht.

Wir haben die Erfahrung gemacht, dass dieser für beide Seiten anspruchsvolle Prozess am besten auf einer Basis von Vertrautheit der Personen und der Orte gelingt. Das Leben und Gestalten hier auf dem Land, auf dem Hof Quillo, unser „sich einlassen“, machen uns nahbar, auch wenn unsere Kunst, Musik, Performance-Art vielleicht nicht auf den ersten Blick zu interpretieren und zu verstehen sind. Um diese Vertrautheiten zu schaffen, bedarf es Verlässlichkeit und Zeit; eine Tatsache, der die Kurzfristigkeit von Projekten, Förderprogrammen und -perioden häufig entgegensteht. Daran gemessen sind 20 Jahre Quillo wenig und viel gleichermaßen.

# Kunst trifft auf ländlichen Raum: LandKunstLeben in Steinhöfel (Märkisch Oderland)

**Z**eitgenössische Kunst trifft auf ländlichen Raum. Ausgangspunkt ist tatsächlich dieser Raum, nicht ein herbeitransportiertes oder durchgereichtes, austauschbares Konzept. Aber es spielt eine Rolle, von wo aus eine Arbeit gedacht wird. Meine Mitstreiter und ich und eine ganze Reihe weiterer Menschen, die Kunst und Kultur machen, leben inzwischen auf dem Land, sind physisch da und nehmen eine andere Perspektive ein als die, die sich nur gelegentlich auf das Land begeben. Das Land hat für uns nicht den Charakter eines Abwechslungs- oder Ausnahmeraums, sondern ist nach langer Einübung alltäglicher Raum geworden. Die meisten von uns haben oder hatten einen Bezug zur Stadt, haben dort gelebt, studiert, Erfahrungen gesammelt, kurz, einen wesentlichen Abschnitt ihres Lebens dort verbracht.

So begeistert, wie einst Richtung Stadt aufgebrochen wurde, ereigneten sich die Aufbrüche auf das Land. Für manchen war es eine Rückkehr in aus der Kindheit bekanntes Terrain. Für andere war es eine Emigration in ein Neuland, heraus aus Kreisen, Gruppen und Bündnissen. Diese Gegenbewegung – insbesondere angesichts der in den letzten Jahren stark zunehmenden ‚Vertreibung‘ von Städten wie Berlin und Leipzig, die für Künstler und Kulturleute als Standorte professionell immer wichtiger geworden sind – vereinte zwei an sich gegensätzliche

Impulse: eine Distanz, ein Abstand nehmen von den sich verdichtenden urbanen Zentren zum einen, und gleichzeitig eine Neuvernetzung vom Abstands-Standpunkt aus.

Die meisten ‚Place Maker‘ in ländlichen oder peripheren Räumen arbeiten daran, zumindest einen Teil ihres Netzes an den neuen Ort anzuschließen. Gleichzeitig bilden sich am neuen Ort neue Netze. Hinzukommt, dass Zuzug seit dem Ausbau der digitalen Netze auch für die dichte und zeitnahe Verkoppelung über das Internet steht. Das Ländliche früherer Zeiten, das noch Abgeschiedenheit und Abkoppelung bereithielt, gibt es so nicht mehr.

Auf dem Land zu sein bedeutet, eine andere Perspektive einzunehmen. Neue Kriterien, Prämissen und Filter kommen zur Anwendung. Das Land ist eine ‚andere Seite‘, Kehrseite auch. Das Land, das sind die Menschen, die mit, und von und in der Landschaft, in Dörfern und kleinen Städten leben, in der Provinz also. Die reagiert – anders als die Stadt – stärker und deutlicher auf Hinzugekommene. Das ergibt eine neue zwischenmenschliche und kulturelle Chemie.

Als im Verlauf der letzten Jahrzehnte an verschiedenen Land-Orten Zugezogene brauchte ich immer wieder Zeit, um das wahrzunehmen und zu begreifen. Ich reagierte länger als es mir bewusst war, und reagiere oft noch, als Stadt-

mensch. Langsam aber, nach zwanzig Jahren auf Dörfern, verschieben sich die Koordinaten. Die Projektion hat sich zum Da-Sein durchgearbeitet, dass sich nun im Fadenkreuz multipler Perspektiven wechselbadend erfährt. Zwischen angestammten und sich eben neu etablierenden Engagierten, zwischen Unscheinbaren und Aufmüpfigen, mit Nachbarn, die zu Freunden werden, und Freunden, die ins Nachbardorf ziehen, zwischen autoritären und freien, rechten und linken, frischen und angestaubten Geistern sehe ich der Zukunft beim Wachsen zu und mache mit.

Eine ganze Gruppe von medial Aktiven kokettiert mittlerweile mit dem Land. Nicht immer so süßlich lockrufend, wie die Life-Style-Magazine rund um ‚Landlust‘, ‚Landliebe‘, ‚Landgourmet‘ und wie sie alle heißen, und nicht immer so eitel ‚vertreckert‘, wie der clevere Moderator Moor, der ideelle Motive in Eigenwerbung umstrickt.

Ob man sich von der Stadt oder vom Land, von Cliquen oder Menschen trennt – man trennt sich nicht von der Kunst. Als Konstante beinhaltet das den stärker oder schwächer ausgeprägten Impuls, zu kommunizieren und ein Umfeld dafür zu generieren. Kunst und ländlich geprägtes Umfeld – da setzt vielleicht das Projekt an, an dem wir seit über zwanzig Jahren hier im östlichen Brandenburg arbeiten.

### **Zum Beispiel Garten**

Der Garten wird von Saison zu Saison von uns neu hergestellt, gemeinschaftlich: da sind Vereinsleute, da sind die Mitarbeiter:innen aus den Dörfern, und da sind jährlich wechselnde junge Freiwillige, die an Programm und Gestaltung nicht nur mitarbeiten, sondern eigene Ideen einbringen und umsetzen. Die Gartenraumgestalter kommen also aus verschiedenen Generationen und haben verschiedene soziale und kulturelle Backgrounds. Die Konstellationen aus Menschen und Vorha-

ben stellt sich Jahr um Jahr neu her.

Der Garten, den wir angelegt haben, ist in seiner ländlichen Umgebung außerdem ein Projekt der Camouflage, eines Anderen, das im Gewand des Gleichen daherkommt. Natürlich geht es im Garten um das Tatsächliche der Pflanzen, um die zahlreichen damit verbundenen Arbeiten. Das trojanische Pferd ist auch aus Brettern gezimmert. Aber was wesentlich bei der Gärtnerei herauskommt, wenn es gelingt, ist, dass Menschen sich auf ihre Umgebung einlassen, sich begegnen, sich in einem gemeinsamen Arbeitsorganismus bewähren, und dass sie das gemeinsam Geschaffene genießen. Das sie Wertschätzung für das eigene Tun auch in Richtung Wertschöpfung auf die jeweils individuelle Weise weiterdenken. Der Garten ist ein Forum der Selbstbehauptung, eine Kontakt-Sonde, die den Austausch über das Für und Wider des Lebens an diesem konkreten Ort in Gang hält und daraus folgernd Botschaften und Behauptungen hervorbringt. Im Garten verfängt sich die Wahrnehmung nur zu leicht. Der Garten ist immer da, aber nie fertig. Verschiedene Ordnungen überlagern sich in ihm: Natürliches Wachstum, Pflege, Kultivierung und Gestaltung verstreben sich. So sanft er daherkommt, ist er doch das Ergebnis eines arbeitsreichen Kampfes. Gerade das, was wie ‚hingeworfen‘ wirkt, ist ohne Aufwand nicht zu haben.

Daraus folgert auch eine unserer Messages: So etwas wie leeren, entleerten Raum gibt es eigentlich nicht. Der ‚Luxus der Leere‘, der den Landschaften im Osten Deutschlands angeblich innewohnt, ist eine Fata Morgana. Es wimmelt von Geschichte und Geschichten, Bezügen und Ansprüchen, die sich allerdings der Kurzsicht entziehen. Das Land ist nicht nur ein Reservoir unserer Herkunftsgeschichte, sondern auch neuralgischer Punkt für die Selbstbefragung und die Mitgestaltung gesellschaftlicher Zukunft.

Der Garten ist damit eine Raumsta-

tion, ein Standort von dem aus reflektiert und exploriert wird. Kooperationen mit Künstlern und Kulturwissenschaftlern bringen den frischen Blick und die Energie der Anstöße von außen ein.

Robert Abts hat den Mittags-Schatten eines Apfelbaums im April skizziert und die Form mit Schwarzhafer ausgesät. ‚Der wachsende Schatten‘ wurde eine Saison lang gepflegt. Er war Teil der Ausstellung Seminarium/Pflanzschule im Garten Steinhöfel.

## Störfaktor Kunst

Aus den vielen offenen Enden, die sich in der gegebenen Realität im Umfeld auftun, greifen die Künstler Fäden auf, stellen neue Fragen. Manchmal gefällt es den Landbewohnern nicht, dass sie nicht vorher gefragt wurden, ob ihnen diese Fragen gestellt werden dürfen. Das denken vor allem die, die sich selbst nicht gerne Fragen stellen. Künstlerische Arbeiten im öffentlichen ländlichen Raum bekommen, auch weil noch keine Gewöhnung eingetreten ist, eine andere Gewichtung als vergleichbare Arbeiten im städtischen öffentlichen Raum. Die Betroffenheitstoleranzschwelle ist entsprechend der Bevölkerungsdichte niedriger, schnell reagiert man gereizt.

Als Beispiel zwei Arbeiten von Claudius Wachtmeister aus einem Ausstellungsprojekt, das in der Gemeinde stattfand. Anlass war die Recherche zu einer Hachscharah-Stätte, die bis 1943 im Nachbardorf angesiedelt war. Wir wussten, dass damals an einige Bauern im Dorf Jugendliche aus dieser Einrichtung zur Arbeit ‚ausgeliehen‘ wurden. Der Gutshof in Neuendorf im Sande war als letzte von ca. 13 jüdischen Gartenarbeitsschulen im Berliner Umland geschlossen worden. Schüler und Lehrer wurden nach Auschwitz deportiert. Die Hachscharah-Stätten waren seit den 1930-er Jahren Heimat und Ausbildungsstätte für die zunehmend

ausgegrenzten und mit Ausbittungsverboten belegten jüdischen Jugendlichen, hauptsächlich aus Berlin. Die Ausbildung erleichterte die Erlangung eines Visums für Palästina und verhalf vielen zur Ausreise. An einer Seite des Gebäudes ist eine Gedenktafel angebracht, die auf die Geschichte des Hauses verweist.

In dem inzwischen mehrfach umgebauten, zentralen Gutshaus sind heute mehrere Wohnungen. Der einstige Speisesaal ist in seiner räumlichen Anlage noch erhalten und wird als Gemeinschaftsraum des Dorfes genutzt. Wir haben ihn für die Ausstellungszeit angemietet und ihn mit einer kleinen Ausstellung bestückt, darin auch Fotos von der Feldarbeit aus den 30-iger Jahren in Neuendorf. Und im Gelände rund um das Gutshaus wurden Künstler aktiv. Claudius Wachtmeister platzierte zwei temporäre Arbeiten zwischen Landstraße und Gutshof:

Das Bushaltehäuschen wurde innen neu gestrichen und mit einem Tisch ausgestattet. Auf dem Tisch wurde eine Pyramide mit Orangen aufgebaut. Neben dem Tisch stand eine Holzkiste aus Jaffa mit weiteren Orangen. Besucher hatten die Möglichkeit, sich Orangen zu nehmen, oder auch die Pyramide, sollte sie abgeräumt werden, zu ergänzen. Mit Sicht auf das Gutsgelände stand am Straßenrand etwa zehn Meter weiter ein großes fiktives Bauschild mit der Aufschrift: „Neues entsteht: Haus der Pionierinnen/Hachscharah Revisited“.

Wachtmeister knüpfte mit seinem Bauschild an die aktuellen Fragestellungen der Entwicklung des ländlichen Raums an: soll hier überhaupt noch etwas Neues entstehen, und wenn ja: wer investiert und warum – oder überlässt man den Landstrich dem demografischen Verfall. Es gingen in der Gemeindeverwaltung tatsächlich zahlreiche Anrufe ein, die sich nach dem ‚neuen Bauprojekt‘ erkundigten. Subtilere Hintergründe der Arbeit erschlossen sich erst durch die Wahr-

nehmung des Kontextes. Die Information zur Ausstellung war aber nicht am Objekt angebracht, um die Wirkung/Täuschung nicht durch gedenktafelartiges Hinweisen aufzuheben. Information und Einfühlung, Wissensvermittlung und Aufmerksamkeit blenden einander gegenseitig aus. Das löste bei einigen in unserem Team beinahe Zorn aus. Unsere junge Freiwillige Ece aus der Türkei, die wochenends die Aufsicht der Ausstellung betreute, fühlte sich höchst unwohl und empfand die an der Arbeit nicht angebrachte Information als Desinformation. Wie so mancher Dorfbewohner fühlte sich die junge Intellektuelle an der Nase herumgeführt.

Noch heute irritiert die von Jörg Schlinke errichtete Palmen-Skulptur am Rand des vielbefahrenen Radwanderwegs die sportlichen, meist städtischen Radtouristen. Die Betongußpalme verweist auf den Horizont Palästina, der sich den Jugendlichen im Landwerk der Hachscharahstätte durch ihre dortige Ausbildung eröffnen konnte.

Auch er verzichtete auf Beschriftung und Erklärung der Arbeit. „Die Leute sollen selbst draufkommen, und das tun sie nur, wenn sie neugierig werden.“ ist der lakonische Kommentar des Künstlers.

## **Kulturelle Arbeit versus oder plus Kunst**

Kulturelle Arbeit geschieht jenseits von Kulturpolitik, obwohl sie in ihrer Wirkungsweise politisch ist. Kulturpolitik reflektiert die Bedingungen der Arbeit, setzt Ziele, schnitzt am Überbau, entwirft Handlungsspielräume und stellt sich mit Argumenten und Forderungen im Verteilungskampf auf. Kulturelle Arbeit ist Praxis, geht mit Menschen und setzt Ideen um, schafft Situationen und Artefakte. Sie ist das Fleisch, das sich um den Kern der Kunst legt. Oder verfügen sie sich zunehmend ineinander? Jedenfalls wachsen sie aneinander und miteinander. Wer schreibt, hat gelesen und wer malt, hat auch sein Sehen ausgebildet. Wer bildhauert, weiß etwas vom ‚Raum‘, und da der ‚Raum‘ nie leer ist, kann er/sie etwas anfangen mit dem Konzept der ‚Sozialen Skulptur‘ – der Wärmeplastik.

In diesem Kontext verdeutlicht sich auch die Motivation vieler Künstler und Kulturleute, die in den letzten Jahrzehnten im ländlichen Räumen aktiv geworden sind. Und sie haben keine leichte Wahl getroffen.

# Die Kultur der Nachhaltigkeit: Stechlin Institut in Neuroofen (Oberhavel)

**M**ittlerweile ist es Mainstream: Wir müssen unser Wirtschaften grundlegend verändern, um so rasch wie möglich wieder zurück in die planetaren Grenzen zu kommen, die wir nun mal auf unserer Erde haben. Das betrifft alle Infrastrukturen, die wir betreiben – auch ‚Dritte Orte‘ müssen nachhaltig funktionieren. Nachhaltigkeit ist ein weites Feld und wir können an dieser Stelle nur die ersten wichtigen Impulse geben. Detailliertere Handreichungen der praktischen Umsetzbarkeit von Nachhaltigkeitskonzepten, oder zur Erstellung von CO<sub>2</sub>-Bilanzen werden oft von Verbänden oder Dachorganisationen bereitgestellt. Auch die Zahl der Beratungsstellen (oft kostenfrei) wächst. Einmal ernsthaft mit der Auseinandersetzung begonnen, finden sich an allen Ecken Informationen zu Möglichkeiten, wie wir unsere Lebenswelt nachhaltiger und letztlich auch attraktiver gestalten können. Im Kapitel Literatur dazu ein paar Links. Hier aber ein paar Basics zum direkten Loslegen.

## Nachhaltigkeit in der Praxis

Aus eigener Erfahrung können wir sagen, dass es eine sehr erfüllende Aufgabe ist, den eigenen Ort zukunftssicher zu machen. Neben den allgemeingültigen Kriterien zur betrieblichen Nachhaltigkeit ergeben sich für ‚Dritte Orte‘, über die perspektivische Klimaneutralität,

geschlossene Kreisläufe und Ressourceneffizienz hinaus, noch besondere Anforderungen und Chancen.

Für alle nachfolgenden (immer auch erweiterbaren) Ideen für die konkrete Umsetzung applizieren folgende Aspekte:

- Nachhaltigkeit ist ein Prozess (der nie aufhört)
- Nachhaltigkeit muss sichtbar sein
- Nachhaltigkeit muss aktiv kommuniziert werden
- Nachhaltigkeit ist ein Querschnittsthema
- Nachhaltigkeit ist attraktiv
- Nachhaltigkeit hat eine soziale Dimension
- Nachhaltigkeit ist ökologische Verpflichtung

Für die Reduktion von Emissionen in zur CO<sub>2</sub>- oder noch besser Klimaneutralität-, gilt folgender Dreiklang:

- Vermeiden
- Verringern
- Kompensieren

Hier einige Impulse, welche Maßnahmen am eigenen Ort praktisch umsetzbar sind – wenn auch sehr unterschiedlich in Einsatz und Ergebnis:

## **Mobilität**

Dritte Orte sind von Veranstaltungen geprägt. In aller Regel gehört die An- und Abreise zu den größten Emissionstreibern und damit zu den wichtigsten Stellschrauben für ein Nachhaltigkeitskonzept - sind aber eben auch nur in Abhängigkeit von, oder besser in Kooperation mit den Besucher:innen umzusetzen. Aber auch die Wahl der Verkehrsmittel der Mitarbeitenden sollte in den Blick genommen werden.

Wie ist die Anbindung an den ÖPNV? Kann die Benutzung von Fahrrädern attraktiv werden? Können Lastenräder angeschafft werden (siehe Landes- und Bundesprogramme zur Förderung). Welche Anreize können angeboten werden, damit die Menschen ihr Auto stehen lassen? Freigetränk oder ‚free hug‘?

## **Energie (Haus/Grundstück)**

Rund 80% der Energie für den Betrieb einer Immobilie gehen in unseren Breiten für die Wärme drauf. Noch vor der Wahl der Energiequelle lohnt es sich, durch eine professionelle Energieberatung die Energieprofile der Liegenschaft zu ermitteln und zu dämmen, so gut es irgend geht – aber unbedingt mit ökologisch verträglichen Baustoffen. Fällt Fernwärme als Versorgung aus, muss eine Energiequelle aus dem Strauß der bekannten technischen Lösungen wie Wärmepumpe, solarthermische Lösungen, Photovoltaikanlage, etc., auf Grundlage eines Energiekonzeptes erarbeitet werden. Nicht zu unterschätzen ist die Rolle der Betreiber:innen, sparsam, also suffizient, mit den Ressourcen umzugehen.

## **Gastro-, Nahrungs- und Getränkeangebot**

Auch aus Gründen sozialer Nachhaltigkeit sollte es selbstverständlich sein, auch bei höheren Einkaufspreisen auf regionale,

fair produzierte Bio-Erzeugnisse zurückzugreifen. Es ist absolut sinnvoll das Angebot vegan zu halten. Geschirr, Wasserverbrauch und Reinigungsmittel sollten ebenfalls berücksichtigt werden. Wenn kompostiert werden kann, sollte das umgesetzt werden – selbst, wenn aus dem Humus ‚nur‘ ein Kräuterbeet versorgt wird.

## **Einrichtung und Ausstattung des Ortes**

Einrichtung und Ausstattung sollten ein nachhaltiges Wirtschaften reflektieren. Den schmalsten Fußabdruck haben Secondhand-Möbel, erst danach rangieren Möbel aus nachhaltiger Waldwirtschaft. Kompost-WCs statt Chemietoiletten sind ebenfalls ein starkes Statement und werden gut angenommen. Und natürlich sollte die Beleuchtung durch LEDs erfolgen. Bei Neuanschaffungen sollte neben dem Verbrauch auch die ‚Graue Energie‘ berücksichtigt werden. Also welche Ressourcen flossen in die Herstellung, Transport, etc.... Manchmal ist es dann günstiger, die alte Spülmaschine noch ein paar Jahre weiter zu nutzen, statt ein effizientes Modell neu zu kaufen. Hier wird auch das Recht auf Reparatur zukünftig hilfreich sein.

## **Kommunikation und Einladungsmanagement**

Erfolgt am besten papierlos und sollte bereits genutzt werden, um die Adressaten für das Thema zu sensibilisieren. Z. B. durch den Hinweis auf den ÖPNV (und das ‚Goodie‘, dass es für die Anreise ohne Auto gibt) oder das leckere lokale Bier.

## **Digitale Infrastruktur**

Hier bieten zahlreiche Anbieter CO<sub>2</sub>-neutrale Serverlösungen in Deutschland an, was nicht nur aus ökologischen Gründen,

sondern auch in puncto Datensicherheit sinnvoll ist.

### **Staff/Mitarbeiter:innen**

Nachhaltigkeitsmanagement ist eine Aufgabe des gesamten Teams. Auch wenn der Impuls gerne von der Leitung kommen darf, ohne die Einbeziehung der Mitarbeiter:innen lässt sich nachhaltiges Wirtschaften nicht umsetzen. Wichtig ist dabei, den Mitarbeitenden auch die Zeit und den Freiraum zur aktiven Gestaltung dieses Prozesses einzuräumen.

### **Biodiversität am Standort – Förderung nicht-menschlichen Lebens**

Gerade im ländlichen Raum profitieren wir von den Ökosystemleistungen der Natur. Es ist sinnvoll und wird positiv wahrgenommen, wenn wir uns dessen bewusst sind und durch diverse Maßnahmen (gerne auch in Kooperation mit dem BUND oder dem NABU) die Artenvielfalt an unserem Standort unterstützen und das auch kommunizieren.

### **Nachhaltigkeit macht Arbeit.**

Prozesse nicht nur umzustellen, sondern auch lebendig zu halten, erfordert Biss und Durchhaltevermögen. Zunächst ist es aufwändiger, nachhaltig zu wirtschaften – oft auch mit organisatorischen oder physischen Anstrengungen verbunden. Und es kostet mehr.

Zumindest so lange keine relevante CO<sub>2</sub>-Bepreisung stattfindet, bzw. sämtliche Ökosystemleistungen miteinbezogen sind. Aber glücklicherweise trifft unser Angebot auf ein reflektiertes Publikum, dem die wahren Kosten der Güter für den Erhalt unseres Planeten vermittelbar sind. Mehr noch, eines, das einen reflektierten Umgang mit unseren Ressourcen erwartet. Entsprechend können wir, mit dem

Beweis nachhaltigen Handelns, auch einen kostendeckenden Preis verlangen.

### **Die Kultur der Nachhaltigkeit**

„Dritte Orte“ zeichnet aus, dass wir neben diesen ganz praktischen Maßnahmen, mit unseren Häusern der Kulturproduktion (und -rezeption) die Möglichkeit und damit auch die Verantwortung haben, mit einer Kultur der Nachhaltigkeit vertraut zu machen. Ein Potenzial, das wir unbedingt nutzen sollten!

Mit Nachhaltigkeitsprojekten können wir die Menschen in ihrer Selbstwirksamkeit ansprechen, mit in den Prozess nehmen und zu Partnern in unserem Bestreben, unsere „Dritten Orte“ zu – im besten Fall – klimapositiven Orten zu machen.

Unser Anspruch darf gerne sein, dass wir als Avantgarde ausgestattet sind mit einem Bildungsauftrag!

### **Nachhaltigkeit tut gut! ‚Less is more!‘ und Suffizienz ist schön!**

Uwe Schneidewind, Mitglied des Club of Rome, bis 2020 Professor für Innovationsmanagement und Nachhaltigkeit und Präsident des Wuppertal Instituts für Klima, Umwelt, Energie und heute Oberbürgermeister von Wuppertal hat dazu den Begriff des ‚Zukunftskünstlers‘ geprägt. Er spricht damit all jene an, die sich als Kulturproduzent:innen daran machen, positive Narrative für eine faire Transformation zu stricken, um die fossilen Pfade zu verlassen. Wir werden mit klimaneutralen ‚Dritten Orten‘ die Welt nicht retten. Aber wir können als Kulturorte dabei helfen, den Schalter in den Köpfen der Menschen umzulegen.

Unsere extraktive Kultur der letzten 250 Jahre ist auf Ausbeutung gebaut, der Umwelt, der Menschen im globalen Süden und oft genug auch uns selbst.

„Der Mensch ist die Krone der Schöpfung – die Welt ist uns untertan.“ Diese



Haltung hat uns an Kippunkte der Erdsysteme gebracht. Ohne einen Paradigmenwechsel fliegt uns das hier eher früher als später um die Ohren. Entsprechend ist es unsere Verantwortung als Kulturproduzent:innen voranzugehen, mitzunehmen in diese ‚Neue Welt‘. In der wir die Abhängigkeit unserer Kultur von ökologischen Bedingtheiten anerkennen, kommunizieren und programmatisch in unseren Veranstaltungen, unserem Selbstverständnis, verankern. Unsere Handlungen sind zentral für den Fortbestand demokratischer Kulturinstitutionen.

### **Nachhaltigkeit am Stechlin-Institut**

Mit der Gründung des Stechlin-Instituts 2013 konnten wir Inhalte, die uns persönlich und in unserer künstlerischen Arbeit wichtig sind, verbinden und in einer größeren Struktur umsetzen. Im Sinne einer gesellschaftlichen Transformation zu einem Leben innerhalb der planetaren Grenzen wollten wir einen Ort schaffen, der sich widerständig zum extraktiven, ausbeuterischen System verhält. Der der Regeneration (von menschlichem und nicht-menschlichem Leben) gewidmet ist. Was mitten im Wald noch einmal eine besondere Herausforderung ist. Hier also ein paar Impulse, die vielleicht hilfreich sein können:

Neben unseren Überzeugungen waren es auch unsere knappen Ressourcen – vor allem finanziell –, die uns vor Fehlern bewahrten. Materialien aus der Entkernung des Hauses und der Entmüllung des Grundstücks lagerten wir ein. Statt hohem Ressourcenverbrauch verbrauchten wir extra-viele Arbeitsstunden beim Upcycling von Materialien. Menschen, die der sogenannte ‚Erste Arbeitsmarkt‘ aussortiert hatte, fanden bei uns eine Fülle sinnvoller Aufgaben und ein hohes Maß an Wertschätzung. Bei der Instandsetzung galt es – im Sinne der Suffizienz – zu über-

legen: Was braucht es wirklich? Die neuen Fenster? Die 22°C Raumtemperatur? 12 Parkplätze? Wir haben es sportlich gesehen und sind bei einzelnen Projekten mit dem Anspruch herangegangen, wirklich kein CO<sub>2</sub> zu emittieren – bis dahin, dass der Schuppen keine Fundamente aus Beton, sondern aus extrem widerständigen Robinienholz bekommen hat. Wo wir können, versuchen wir, Kreisläufe zu schließen. Hier bietet die ‚Circular Economy‘ unzählige Ideen. Und wo das nicht geht, reduzieren wir das, was übrig bleibt auf ein Minimum. Was die größeren Brocken wie Mobilität und Haustechnik betrifft, haben wir in einem mehrjährigen Prozess und unter der Nutzung von Fördermitteln sowie mit Unterstützung von externen Berater:innen effiziente und suffiziente Lösungen gefunden.

Eine der ersten Maßnahmen war, den Faradgang e. V. die eigentlich Schrottfahrräder für und mit Geflüchteten aufmöbeln und richtig verlässliche Bikes daraus bauen, zu einem Workshop nach Stechlin einzuladen. Daraus entstanden 10 Fahrräder, die wir nun den Besucher:innen zur Verfügung stellen können, die mit dem ÖPNV anreisen. Demnächst wird ein E-Lastenrad den Fuhrpark komplettieren und Autos werden als komplett unnötig und unerwünscht kommuniziert.

Unser Dach haben wir komplett mit Holzfaser gedämmt. Die Dachhaut ist aus Stahlblech, dass mit Bio-Rapsöl vergütet ist. Wie immer haben wir uns auch hier Gedanken gemacht, was beim Rückbau mit den Rohstoffen passiert: Die Dämmung kann vor Ort kompostiert werden und trägt zur Humusbildung bei. Und Stahl ist der Werkstoff, der am effizientesten recycelt werden kann.

Die alten Kohleöfen wurden durch effizientere Holzöfen ersetzt. Das Holz machen wir im Umkreis von 2 Kilometern selbst. Auch wenn Holz als nachwachsender Rohstoff nominell als nachhaltig bewertet wird, war es unser Ziel, auch hier

Verbrennung zu vermeiden. Heute stehen wir kurz davor, die Hauptlast von Wärme und Brauchwasser durch eine Wärmepumpe abzudecken, die einen Großteil des Stroms aus einer PV-Anlage samt Batteriespeicher bezieht. Die Holzöfen decken dann nur noch die Spitzen ab, für die wir sonst bei unserem Öko-Strom-Anbieter Strom einkaufen müssten. Warmwasser zum Duschen kommt im Sommerhalbjahr bereits jetzt schon aus der solarthermischen Anlage.

Des Weiteren arbeiten wir an einer App, die die jeweiligen Verbräuche und Emissionen den Besucher:innen direkt im Anschluss an den Aufenthalt am Stechlin-Institut, anzeigt.

Für die Menschen, die hierherkommen, ist das Haus ein Beispiel, wie kluge Lösungen gerade mit geringen Ressourcen erreichbar sind, und dass das Weniger ein Gewinn für alle Stakeholder sein kann. Das bezieht sich bei uns mitten im Wald ganz besonders auf nicht-menschliches

Leben. Wir sprechen die Besucher:innen gezielt zum Thema an und involvieren sie. Und das trifft durchaus auf Wertschätzung. Gerade im globalen Maßstab tun wir gut daran, uns unserer Privilegien bewusst zu werden. Historisch haben wir als alte Industrienation maßgeblich zum Überschreiten der planetaren Grenzen beigetragen. Nun sollten wir vorangehen und unser Maß eines ‚Genugs‘, eines suffizienten Lebensstils finden. Eine fantastische, begeisternde Aufgabe, die nicht die Maximierung von materieller Quantität, sondern den Zuwachs von Lebensqualität für alle zum Ziel hat.

Und ganz zum Schluss: Nachhaltiges Wirtschaften muss immer auch die eigenen, ganz persönlichen Ressourcen im Blick behalten. Es nutzt niemandem, alles auf einmal zu wollen und dann auszubrennen. Also: Anpacken, die Sache ernst nehmen und Spaß dabei haben. Und nicht mehr aufhören damit, bis wir in einer wirklich besseren Welt angekommen sind.

## Technische Dimensionen →

# Mindeststandards für Veranstaltungstechnik

**W**ir wollen hier ausdrücklich Betreiber ‚Dritte Orte‘ ansprechen, die sich ‚nebenbei‘ auch um Ton- und Licht-Technik kümmern (müssen). Man kann alles davon, was hier zur Sprache kommt, deutlich angepasster, besser, professioneller lösen. Doch erfordert dies zum einen ein hohes fachliches Wissen und ist zum anderen auch meist mit (erheblich) höheren Kosten verbunden, weswegen wir uns auf das im Folgenden Beschriebene beschränken, auch wenn man eigentlich bei allen angerissenen Themen sehr viel mehr in die Tiefe gehen könnte und müsste. Teilweise werden Lösungsoptionen angedeutet, die dann gegebenenfalls selbst weiter vertieft werden können. Bei Aufbau und Einsatz von technischem Equipment bitte unbedingt die Vorgaben zur Veranstaltungssicherheit beachten.

## Elektrischer Strom

Wenn nicht mit Akkugeräten gearbeitet wird, bildet die elektrische Energieversorgung die Basis für jede technische Anwendung. Hierbei sind jedoch einige Aspekte zu beachten.

### Wieviel Strom habe ich?

Im Normalfall sind Stromkreise mit einer 16 Ampere Sicherung abgesichert. Das entspricht einer Leistung von rund 3.500 W

(exakt 3.680 W). In einigen Ausnahmefällen sind auch 10 Ampere Sicherungen anzutreffen – hier sind dann rund 2.000 W elektrische Leistung möglich (2.300 W). Es ist überaus sinnvoll, die theoretisch mögliche Leistung von Stromkreisen nicht bis zum maximalen Limit auszureizen, um kein Abschalten durch die Sicherung zu riskieren. Elektrische Geräte haben beim Einschalten einen kurzzeitig höheren Stromverbrauch als im normalen Betriebszustand. Gerade bei Geräten aus der Gastronomie, die immer wieder nachheizen müssen, kommt so ein Einschaltvorgang sehr regelmäßig vor. Nur weil sich in einem Raum mehrere Wand-Steckdosen befinden, ist nicht davon auszugehen, dass diese einzeln abgesichert sind. Immer von einer gemeinsamen Sicherung ausgehen (maximal 3.500 W verfügbare Leistung vorhanden).

### Wie viel Strom brauche ich?

Das ist auf den Geräten über das Typenschild erfahrbar (z. B. 100 W). Aber Achtung: In manchen Fällen ist das für den Laien nicht ohne Weiteres ersichtlich. Ein LED-Scheinwerfer kann mit 45 W (Licht-) Leistung angegeben sein, verbraucht jedoch aufgrund der verbauten elektronischen Komponenten rund 250 W (VAR) pro Stück. Das ist auf dem Typenschild oft nur über die Ampere-Angabe abzulesen, die dann mit 230 (V) multipliziert werden muss, um auf den notwendige

gen Wert (in Watt) zu kommen. Das sinnvoll und nachvollziehbar auszuführen, würde den Rahmen dieser Publikation jedoch sprengen. Deswegen, wenn mehrere größere Stromverbraucher in einem gemeinsamen Stromkreis verwendet werden sollen (eventuell inklusive gastronomischer Geräte mit einem hohen Verbrauch), dann bitte immer jemand zu Rate ziehen, der sich mit so etwas wirklich auskennt.

### **Do's und Don'ts im Umgang mit Strom**

- Kabeltrommeln immer komplett abrollen, wenn mehrere/größere Verbraucher angeschlossen werden sollen.
- Nicht zu viele Verteilerdosen hintereinander kaskadieren.
- Nur Kabel und Mehrfachsteckdosen verwenden, die die entsprechenden Leistungen ‚aushalten‘. Haushalts-Kabel sind hier oft überlastet.
- Stromkreise nicht überlasten (sonst löst die Sicherung aus – manchmal auch erst zeitversetzt).
- Kabel so verlegen, dass niemand darüber stolpern kann, und in der Nähe von offenen Flüssigkeiten (Gastronomie) keine offenen Mehrfachsteckdosen verwenden.

### **Tontechnik**

#### **Signalweg**

Tonsignale von einer Schallquelle sollen gut wahrnehmbar beim Publikum ankommen. Die einzelnen Komponenten des Signalweges (vom Mikrofon über das Mischpult zu den Lautsprechern) wollen wir nachfolgend betrachten.

#### **Mikrofone**

Für jede nur erdenkliche Anwendung gibt es spezielle Mikrofone. Hier soll nur auf einige wenige Standard-Anwendungen

eingegangen werden.

Bei Mikrofonen gibt es Dynamische und Kondensator-Mikrofone. Auch wenn Kondensator-Mikrofone für gewisse Anwendungen deutlich besser geeignet sind, möchten wir allen Einsteigern empfehlen, dynamische Mikrofone zu verwenden, da diese robuster, fehler-toleranter und deutlich einfacher in der Handhabung sind.

#### **Kabel-Mikrofone**

Für viele Anwendungen sind Kabelmikrofone absolut ausreichend. Als klassisches Gesangsmikrofon gilt das Shure SM58 (oder Nachbauten davon), das Shure SM57 wird gern zur Abnahme von Gitarrenverstärkern und Schlagzeug (außer Becken und Bassdrum) verwendet. Die dynamischen Mikrofone werden relativ nah an der Schallquelle angebracht und liefern so durchweg gute Ergebnisse.

Ist es aufgrund der akustischen Voraussetzungen notwendig, eine kleine Theaterbühne zu verstärken, bei der die Darsteller nicht mit Kopfbügelmikrofonen ausgestattet sind und keine (Kabel-) Mikrofone in der Hand gehalten werden können, kommen Kondensator-Mikrofone oder so genannte Grenzflächenmikrofone zum Einsatz. Hierbei muss man tontechnisch aber sehr genau wissen, was man wie tut, und auch dann ist das Ergebnis oft nicht zufriedenstellend, da diese Mikrofone meist verhältnismäßig weit von der Schallquelle entfernt platziert werden müssen und auf diese Weise auch alle ungewünschten Störgeräusche mit verstärken. Diese Lösung wird nie wirklich überzeugen. Wenn die Örtlichkeit eine akustische Verstärkung notwendig macht, sollten nach Möglichkeit Funkmikrofone zum Einsatz kommen.

#### **Funk-Mikrofone**

Der klassische Handsender als ‚das Gesangs-/Rede-Mikrofon‘ sollte bekannt sein. So ein Mikrofon wird in vielen Fällen

hervorragende Dienste leisten. Bitte darauf achten, dass der Empfänger gut platziert ist, damit störungsfrei übertragen wird. Und Ersatz-Akkus, bzw. Batterien nicht vergessen.

Oft sind Kopfbügelmikrofone mit Taschensendern eine gute Wahl. Egal ob Theater, Kabarett, Gesang oder Sprache. Hier können Stimmen perfekt verstärkt werden, ohne dass jemand ständig ein Mikrofon in der Hand halten muss und der Abstand zum Mund bleibt so auch sehr konstant, was die Einstellungen der Mikrofone am Mischpult erleichtert.

Wie beim Handsender ist auch hier auf eine gute Platzierung des Empfängers sowie geladene Akkus zu achten. Die Kopfbügel haben eine Standard-Größe, die zu einem gewissen Grad auf den jeweiligen Kopf angepasst werden kann. Bei Kindern, oder wenn aufwendige Kostüme/aufwendiges Make-Up zum Einsatz kommen, kann es notwendig sein, den Kopfbügel mit Pflaster so zu fixieren, dass eine gute Position neben dem Mund fixiert wird (eine Daumenbreite neben dem Mundwinkel ist meist optimal). Das Mikrofon aufgrund der sonst aufgenommenen starken Atemgeräusche keinesfalls zu nah am Mund bzw. unter der Nase platzieren.

### **Exkurs – die Richtcharakteristik von Mikrofonen**

Mikrofone sind technisch so konstruiert, dass sie Schall aus unterschiedlichen Richtungen teilweise unterschiedlich stark aufnehmen. Zwei häufig anzutreffende Richtcharakteristika sind Kugel und Niere. Ein Kugel-Mikrofon nimmt Schall aus allen Richtungen gleichmäßig stark auf, ein Nieren-Mikrofon nimmt Schall vor allem aus einer definierten Richtung gut auf und reduziert dabei seitliche Störgeräusche sehr effektiv.

Kopfbügelmikrofone, gerade im preiswerten Segment, haben oft eine Kugelcharakteristik. Für die meisten Veranstal-

tungsformate (Musical, Theater, Gesang, Sprache etc.) ist das überaus problematisch, da hier sehr viele unerwünschte Störgeräusche mit aufgenommen und verstärkt werden. Rückkopplungen kommen hier häufig vor. Versucht immer Kopfbügelmikrofone mit Nieren-Charakteristik zu bekommen, auch wenn diese ggf. etwas teurer sein sollten. Ihr tut euch mit Kugel-Köpfen keinen Gefallen. Ihr schafft euch – ganz im Gegenteil – oft sehr störende Probleme.

### **Andere Signal-Quellen**

Werden Handys, Laptops, aber auch Keyboards etc. als Zuspierer/Signalquellen verwendet, sollte darauf geachtet werden, dass der Kabelweg zum Mischpult am besten maximal 3 Meter beträgt, da die Art der Signalübertragung bzw. die eingesetzten Kabel auf längeren Stecken störanfällig sind. Müssen jedoch längere Wege überbrückt werden, sollte über ein möglichst kurzes Adapterkabel, eine sogenannte DI-Box, zur Anwendung kommen, die dann den langen Kabelweg über ein 3-Pol-XLR-Kabel zum Mischpult ermöglicht.

### **Mischpulte – digital oder analog?**

In einem Mischpult werden die Eingangssignale bearbeitet, um diese dann entsprechend den gegebenenfalls unterschiedlichen Lautsprechern zuweisen zu können. Digitale Mischpulte bieten auf kleinstem Raum eine riesige Anzahl an Möglichkeiten, Tonsignale unterschiedlich zu bearbeiten. Allerdings sollte man hier zumindest ansatzweise wissen, was man tut. Sonst ist man von den vielen Optionen in den ganzen Untermenüs eher überfordert. Bei kleinen, einfachen Anwendungen bieten Analogpulte eine bessere Übersichtlichkeit, schnelleren Zugriff und deutlich weniger Fehlerquellen.

## Lautsprecher: aktiv versus passiv

Lautsprecher wandeln elektrische Signale in akustische Signale um. ‚Angetrieben‘ werden sie durch eine Endstufe. Bei passiven Systemen sind Lautsprecher und Endstufe voneinander getrennt. Die Endstufe wird mit dem Tonsignal aus dem Mischpult sowie mit Strom versorgt, von der Endstufe aus wird der Lautsprecher über ein Boxenkabel mit dem Lautsprecher-Signal versorgt.

Bei aktiven Systemen bilden Lautsprecher und Endstufe eine Einheit. Strom und Mischpultsignal werden direkt am Aktivlautsprecher angeschlossen, in dem die Endstufe integriert ist.

## Monitor-Lautsprecher – der Sound für die Bühne

Die Monitor-Boxen versorgen die Bühne mit Sound. So können sich die Musiker selbst bzw. den Rest der Band hören. Bei einem Musical oder einer Tanzperformance wird so auf der Bühne die Musik wahrgenommen. Monitor-Boxen und die Boxen für das Publikum sollten immer getrennt regelbar sein, damit auf beiden Positionen die jeweils passende Lautstärke eingestellt werden kann.

## Das Aufstellen von Lautsprechern

Lautsprecher sollten immer(!) ein Stück vor den Mikrofonen stehen. Je weiter Lautsprecher und Mikrofone voneinander entfernt sind, desto geringer ist die Gefahr von Rückkopplungen. Ist das Gelände/der Raum recht groß, so sind zwei Boxen rechts und links an der Bühne oft zu wenig. Zudem ist es dadurch direkt an der Bühne unangenehm laut, während man weiter hinten zu wenig hört. Hier kommen im Idealfall weitere Lautsprecher weiter hinten zum Einsatz. Diese müssen jedoch leicht zeitversetzt (Delay) zu den Hauptlautsprechern eingestellt werden, da das Schallereignis sonst mehrfach und

teilweise verzögert beim Zuhörer ankommt.

## Do's und Don'ts im Gebrauch von Tontechnik

- Mikro geht nicht: gegebenenfalls Schalter am Mikro einschalten. Bei einem Kondensatormikro: Phantomspannung am Mischpult aktivieren.
- Mit einem Mikrofon sich niemals direkt vor einen Lautsprecher stellen.

## Lichttechnik

Mit dem richtigen Licht können sowohl Darsteller auf einer Bühne, wie auch ein Raum oder ein Garten in Szene gesetzt werden.

## Lichtsteuerung

Mittlerweile können Lichtanlagen über unterschiedliche Systeme gesteuert werden. Teilweise können an den Geräten selbst feste Farben oder Effekte eingestellt werden. Manche Systeme lassen sich über eine Hersteller-App einfach über Handy- oder Tablett steuern. Professionelle Geräte verfügen (teilweise neben einer Stand-Alone oder App-Steuerung) über eine DMX-Ansteuerung. Diese kann manchmal bereits über ein Funksystem erfolgen, klassisch ist jedoch ein 5-poliger-XLR-Stecker (bei manchen Gräten 3-polig ausgeführt). Über DMX können Scheinwerfer und Lichtpulte unterschiedlicher Hersteller über einen gemeinsamen Standard kommunizieren. Im Gegensatz zum Ton, wo immer sternförmig, vom Mischpult ausgehend, die einzelnen Mikrofone angeschlossen werden müssen, wird ein DMX-Signal, vom Steuerpult ausgehend, durchgeschleift. Das heißt, es geht vom Pult aus in Lampe 1, von Lampe 1 zu Lampe 2, von 2 zu 3, usw....

In solch einer Kette kann sich z. B. auch ein Effekt wie eine Nebelmaschine befinden.

### **Front-Licht auf der Bühne**

Das Frontlicht ist die wichtigste Beleuchtung, um ein Geschehen auf einer Bühne oder Szenenfläche gut sichtbar zu gestalten. Glühlicht liefert hierzu schon von Haus aus einen sehr hautfreundlichen Weißton. Nachdem mittlerweile fast nur noch LED-Scheinwerfer zur Anwendung kommen, sollte darauf geachtet werden, dass hier nicht nur eine RGB-Farbmischung zum Einsatz kommt, sondern dass es entweder reine Weißlicht-LEDs sind (WW/Warmweiß ist hier am besten), bzw., wenn Farbmischungs-LED-Scheinwerfer verwendet werden, dass hier RGBW- oder RGBAW -Scheinwerfer zur Anwendung kommen. Reine RGB-Scheinwerfer erzeugen meist kein schönes Weiß für die menschliche Haut. Bei RGBW sollte man versuchen über die Zugabe von etwas Rot oder Grün das Weiß möglichst warm erscheinen zu lassen. Bei RGBAW ist der Amber-Ton hierfür vorgesehen.

Günstige LED-Scheinwerfer erzeugen normalerweise einen relativ engen Lichtkegel. Als flächige Beleuchtung einer Bühne von vorn sind diese Typen oft nicht geeignet. Achtet auf ein entsprechend flächiges Abstrahlverhalten. Streufilter (z. B. Frost-Filter, Diffusions-Filter) können Hotspots deutlich entschärfen. Bei hochwertigeren Scheinwerfern können mit Torblenden Bühnenkanten sauber eingeleuchtet werden.

### **Back-Light/Effektlicht auf der Bühne**

Das Back-Light kann aus reinen RGB-LED-Scheinwerfern bestehen. Hier sind

angenehme Haut-Farbtöne gewöhnlich nicht sehr relevant. Ein enger Strahlengang ist im Gegensatz zur Frontbeleuchtung hier sogar gewünscht. Durch den Einsatz von Bühnennebel werden die Lichtkegel im Raum sichtbar und entfalten so ihre Wirkung. Wobei eine Nebelmaschine hier oft nicht die optimale Lösung ist, da diese immer nur kurzzeitig eine dicke Wolke erzeugt. Ein Hazer, der kontinuierlich einen feinen Dunst erzeugt, ist hier die bessere Variante.

### **Raum und Fläche mit einbeziehen**

Oft geht es nicht nur um das Geschehen auf der Bühne, sondern auch um den Veranstaltungsort selbst (egal ob innen oder außen). Licht kann einen wenig ansprechenden Raum in eine großartige Location verwandeln. Gerade hier sind LED-Scheinwerfer perfekt geeignet. RGB-Systeme reichen meist aus. Weiß ist nicht immer nötig. Je nach Anwendung sollten Scheinwerfer eingesetzt werden, die eher eine breite Fläche ausleuchten können (,Floods'), manchmal sind auch ,Spots' sinnvoll. Achtet darauf, dass durch die Kabel keine Stolperstellen entstehen.

### **Stative für Licht und Ton**

Achtet bei den Stativen darauf, dass diese für die entsprechenden Lasten auch zugelassen sind, und dass diese über eine zweite Sicherung verfügen. Ein fester Stand ist essenziell, gegebenenfalls ist eine Beschwerung zusätzlich notwendig.

Empfehlung für eine Basis-Anlage inkl. Skalierungsoptionen, zuzüglich der notwendigen Kabel. Equipment kann immer auch temporär angemietet werden.

### **Ton – Basis**

*Annahme: kleine Bühne, auf der Vorträge, Lesungen, Kabarett stattfinden*

1 × Mikrofon, Kabel

1 × kl. analoges Mischpult (auch um ein Handy für Musik anzuschließen)

2 × Aktivbox 10-Zoll inkl. Stative (Front-Beschallung)

### **Ton – Erweiterung – Funkmikrofon Handsender**

*Annahme: Vorträge, Lesungen, Kabarett*

1 × Mikrofon, Funk: Handsender + Empfänger

### **Ton – Erweiterung – Funkmikrofon Kopfbügel**

*Annahme: Vorträge, Lesungen, Kabarett, Theater, Musical*

1 × Mikrofon, Funk: Kopfbügel (Niere!), Taschensender, Empfänger

### **Ton – Erweiterung – digitales Mischpult**

*Annahme: Vorträge, Lesungen, Kabarett, Theater, Musical, Livebands*

1 × digitales Mischpult

### **Ton – Erweiterung – Monitor-Lautsprecher**

*Annahme: Vorträge, Lesungen, Kabarett, Theater, Musical, Livebands, DJ*

2 × Aktivbox, ohne Stativ (4 × bei Bands)

### **Ton – Erweiterung – Front-Beschallung**

*Annahme: Vorträge, Kabarett, Theater, Musical, Livebands, DJ*

2 × Aktivbox, 15-Zoll inkl. Stativ /

1–2 × aktive Bassbox, zu den 2 × 10-Zoll Lautsprechern dazu

### **Licht – Basis**

*Annahme: kleine Bühne, auf der Vorträge & Kabarett stattfinden*

1 × kl. Lichtpult, 2 × Scheinwerfer mit Warmweiß-LED + Torblenden, 2 × Stativ

### **Licht – Erweiterung – Back-Light auf Bühne**

*Annahme: Vorträge, Lesungen, Kabarett, Theater, Musical, Livebands, DJ*

4–8 × RGB-LED mit Doppelbügel

Diese Scheinwerfer können am Boden stehen und/oder werden oben angebracht (wenn oben, dann Sicherheitsvorhaben beachten)

### **Licht – Erweiterung – Atmo-Licht für Raum**

*Annahme: Vorträge, Lesungen, Kabarett, Theater, Musical, Livebands, DJ*

4–8 × RGB-LED mit Doppelbügel

Diese Scheinwerfer können am Boden stehen und/oder werden oben angebracht (wenn oben, dann Sicherheitsvorhaben beachten)

### **Licht – Erweiterung – Nebel/Hazer**

*Annahme: Vorträge, Lesungen, Kabarett, Theater, Musical, Livebands, DJ*

1 × Nebelmaschine (Livebands/DJ)

1 × Hazer (Kabarett, Theater, Musical, Livebands)

# Rechtliche Dimensionen →



# Das Bauchrecht und die Freizeitlärm-Richtlinie

**S**ollen ‚Dritte Orte‘ für Veranstaltungen oder anders als bisher genutzt werden, stellt sich die Frage, ob hierfür eine Baugenehmigung benötigt wird und inwieweit die Vorgaben der Versammlungsstättenverordnung einzuhalten sind.

## Baugenehmigung erforderlich?

Eine Baugenehmigung gemäß § 59 BauO Brbg wird benötigt für die Errichtung, die Änderung und die Nutzungsänderung baulicher Anlagen.

## Nutzungsänderung?

Eine Nutzungsänderung liegt vor, wenn sich die neue Nutzung von der bisherigen (legalen), durch die Baugenehmigung dokumentierten Nutzung, dergestalt unterscheidet, dass sie anderen oder weitergehenden bauordnungs- oder bauplanungsrechtlichen Anforderungen unterworfen ist oder unterworfen sein kann, also die der bisherigen Nutzung eigene, gewisse Variationsbreite verlassen wird und durch die Veränderung bodenrechtliche Belange neu berührt werden können (ständige Rechtsprechung des Oberverwaltungsgerichts Berlin-Brandenburg, vgl. etwa den Beschluss vom 11.11.2014 – OVG 10 N 99.11 –, m.w.N.).

Wenn ein Café für Lesungen oder ein

Biergarten als Kino oder Konzertvenue genutzt werden soll, kann es sich hierbei um genehmigungspflichtige Nutzungsänderungen handeln. Voraussetzung ist jedoch, dass die Nutzung nicht nur vorübergehend erfolgt, also nicht nur temporär ist.

Anders als zum Beispiel die Errichtung einer Freischankfläche (Erweiterung eines Gaststättenbetriebs von ‚drinnen‘ nach ‚draußen‘ (vgl. BVerwG vom 7.11.2002 BRS 66 Nr. 70), weist das jeweils nur kurzzeitige Aufstellen von diversen Anlagen nicht die erforderliche Dauer auf, um bauplanungs- oder bauordnungsrechtlich relevante Belange in hinreichendem Maße zu berühren.

Etwas anderes gilt allerdings für eine temporäre Nutzung, die sich ständig wiederholt. Diese regelmäßige temporäre Nutzung kann wiederum als Nutzungsänderung zu qualifizieren sein.

Wann die erforderliche Dauer erreicht ist, ist gesetzlich nicht festgelegt. Erforderlich ist, dass sich die Nutzung in zeitlicher Hinsicht so verfestigt, dass sie die Grundstückssituation prägt (BVerwG, Beschl. v. 29.6.1999 – 4 B 44.99 –, BRS 62 Nr. 116 = juris Rn. 7). Hiernach ist eine baurechtliche Relevanz erst dann gegeben, wenn die (neue) Nutzung die Situation eines Grundstücks in zeitlicher und räumlicher Hinsicht prägt, das Grundstück sich einem objektiven Betrachter also nicht mehr als Freifläche mit tempo-

rär abweichender Nutzung, sondern – beispielsweise – als Ausstellungs- oder Campingplatz darstellt. In einem anderen Fall hat das VGH München entschieden, dass auch bei einem sechs Mal im Jahr in einem Café stattfindendem Open-Air-Kino keine ausreichende Wiederholung gegeben sei (Bayrischer VGH, Beschluss vom 26.7.2006 – 1 CE 06.1937).

### **Temporäre Veranstaltungsbauten freigestellt?**

Die Verwaltungsgerichte in Berlin und Brandenburg kamen hingegen zu dem Schluss, dass es sich bei dem Resist-to-Exist-Festival (Kremmen) insgesamt um eine bauliche Anlage im Sinne von § 2 Abs. 1 Brbg BO handele. Unabhängig von der Dauer des Festivals, wird eine Baugenehmigung gebraucht für die Änderung der (landwirtschaftlichen) Nutzung hin zu einem umfassenden Festivalbetrieb (VG Potsdam, Beschluss vom 8.7.2019 – VG 5 L 488/19; Urteil vom 21.7.2020 – VG 5 K 2821/19; OVG Berlin-Brandenburg, Beschluss vom 26.7.2019 – OVG 2 S 36.19).

Die Entscheidungen überraschten, weil die „Entscheidungshilfen zum Vollzug der Brandenburgischen Bauordnung (BbgBO)“ regelt, dass temporäre Veranstaltungen, wie Musikfestivals auf Freiflächen, keine Sonderbauten im Sinne der Brandenburgischen Bauordnung und für sicherheitsrechtliche Anforderungen die Ordnungsbehörden zuständig seien (vgl. die dortigen Ausführungen auf S. 6 zu § 2 Abs. 4 Nr. 7).

Weil es sich bei den Entscheidungshilfen jedoch nur um eine „Empfehlung der obersten Bauaufsichtsbehörde an die unteren Bauaufsichtsbehörden des Landes Brandenburg“ handele, die „nicht bindend“ sei (vgl. die Vorbemerkung der Entscheidungshilfen, S. 1), hat sich das VG Potsdam hieran nicht gebunden gefühlt (Beschluss vom 8.7.2019 – VG 5 L 488/19; Urteil vom 21.7.2020 – VG 5 K 2821/19).

Vor diesem Hintergrund wurde die Brandenburgische Bauordnung am 23.9.2023 angepasst.

Seitdem sind gemäß § 61 Abs. 1 Nr. 13 f) Brbg BauO baugenehmigungsfrei: Vorübergehend aufgestellte oder benutzbare Anlagen, Verkaufsstände und andere bauliche Anlagen auf Straßenfesten, Volksfesten, Märkten sowie Musik-, Kunst- und Kulturfestivals, die nur für kurze Zeit aufgestellt oder benutzt werden und die keine fliegenden Bauten oder Sonderbauten sind.

Nicht geregelt ist, wie lange genau diese Bauten „vorübergehend“ und „für kurze Zeit“ „aufgestellt“ werden dürfen. Um dem Sinn und Zweck der Regelung gerecht werden zu könne, müssen sie jedenfalls solange zulässig sein, wie der Auf- und Abbau typischerweise dauert.

### **Fliegende Bauten?**

Für Fliegende Bauten wird keine Baugenehmigung benötigt. Fliegende Bauten sind bauliche Anlagen, die geeignet und bestimmt sind, an verschiedenen Orten wiederholt aufgestellt und zerlegt zu werden, wie etwa Bühnen, Leinwände oder Zelte.

Nach § 76 Abs. 2 BauO Brbg bedürfen Fliegende Bauten, bevor sie erstmals aufgestellt und in Gebrauch genommen werden, einer Ausführungsgenehmigung. Diese wird von der zuständigen Bauaufsichtsbehörde erteilt. Dies gilt nicht für:

- Fliegende Bauten mit einer Höhe bis zu fünf Meter, die nicht dazu bestimmt sind, von Besuchern betreten zu werden,
- Fliegende Bauten mit einer Höhe bis zu fünf Meter, die für Kinder betrieben werden und eine Geschwindigkeit von höchstens einen Meter pro Sekunde haben (Kinderkarussell)
- Bühnen, die Fliegende Bauten sind, einschließlich Überdachungen und sonstige Aufbauten mit einer Höhe bis zu fünf

- Meter, einer Grundfläche bis zu 100 Quadratmeter und einer Fußbodenhöhe bis zu 1,50 Meter,
- erdgeschossige Zelte und erdgeschossige betretbare Verkaufsstände, die Fliegende Bauten sind, jeweils mit einer Grundfläche bis zu 75 Quadratmeter,
  - aufblasbare Spielgeräte mit einer Höhe des betretbaren Bereichs von bis zu 5 Meter oder mit überdachten Bereichen, bei denen die Entfernung zum Ausgang nicht mehr als 3 Meter, sofern ein Absinken der Überdachung konstruktiv verhindert wird, nicht mehr als 10 Meter, beträgt.

### **Brandenburger Versammlungsstättenverordnung**

Auch bei einer nur temporären Umnutzung von ‚Dritten Orten‘ sind die Vorgaben der Brandenburgischen Versammlungsstättenverordnung zu beachten. Nach § 1 Abs. 4 BbgVStättV gelten die Regelungen entsprechend, wenn bauliche Anlagen, die für eine andere Nutzung bauaufsichtlich genehmigt sind, im Einzelfall als Versammlungsstätte genutzt werden. Anwendung finden die Vorgaben der Brandenburgischen Versammlungsstättenverordnung aber erst bei einem Betrieb von Versammlungsstätten, mit Versammlungsräumen, die einzeln mehr als 200 Besucherinnen und Besucher fassen. Sie gelten zudem für Versammlungsstätten mit mehreren Versammlungsräumen, die insgesamt mehr als 200 Besucherinnen und Besucher fassen, wenn sie nur über gemeinsame Rettungswege verfügen. Daneben findet die BbgVStättV Anwendung auf Versammlungsstätten im Freien mit Szenenflächen und Tribünen, die keine fliegenden Bauten sind und insgesamt mehr als 1.000 Besucherinnen und Besucher fassen.

Weil die Anforderungen an Fluchtwege, (Behinderten-) Parkplätze und Toiletten aber auch an die weitere technische

und organisatorische Ausgestaltung der umgenutzten ‚Dritten Orte‘ erheblich steigt, wenn die Vorgaben der BbgVStättV einzuhalten sind und sich hieraus zudem nicht unerhebliche Haftungsrisiken ergeben, sollten die vorstehenden Obergrenzen eingehalten und auch nachgehalten werden, etwa mit einer Zählung der jeweils anwesenden Besucherinnen und Besucher. Die Gastgeber werden dabei nicht mitgezählt.

### **Freizeitlärm-Richtlinie für Brandenburg**

Um die Interessen von Veranstalter\*innen und Anwohner\*innen in einen zeitgemäßen, veranstaltungsfreundlicheren Ausgleich zu bringen und den Ruf von Brandenburg als Festivalland zu festigen, wurde eine neue Freizeitlärm-Richtlinie für das Land beschlossen.

Die seit dem 02.07.2020 geltende Freizeitlärm-Richtlinie des Ministeriums für Landwirtschaft, Umwelt und Klimaschutz des Landes Brandenburg 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 Freizeitlärmrichtlinie 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 Landesimmissionsschutzgesetzes (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 Freizeitlärmrichtlinie zurückgegriffen.

Sie gilt unter anderem, aber nicht nur, für Grundstücke, auf denen in Zelten oder

im Freien Diskothekenveranstaltungen, Livemusik-Darbietungen, Populärmusik- und andere Musik-, Kunst- und Kultur-darbietungen, 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 Gebietstyp und unter Berücksichtigung bestimmter Zuschläge für bestimmte Ton- oder Impulshaltigkeit und die betroffenen Tageszeiten.

### **Die neue Freizeitlärm-Richtlinie**

Die Freizeitlärmrichtlinie 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.

#### **1. 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.

#### **2. Sonderfälle mit hoher Standortgebundenheit oder sozialer Adäquanz und Akzeptanz**

Während bei der alten Freizeitlärmrichtlinie 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 22:00 Uhr sollen jedoch 70 dB(A) und ab 24:00 Uhr 55 dB(A) grundsätzlich nicht überschritten werden.

#### **a) hohe Standortgebundenheit**

Eine hohe Standortgebundenheit wird angenommen bei einem besonderen örtlichen oder regionalen Bezug. Das setzt voraus, dass ein weniger belastigender Standort nicht zur Verfügung steht oder der Charakter der Veranstaltung maßgeblich durch den gewählten Standort bestimmt wird. Das können ebenso Großveranstaltungen sein, wie auch einzelne Konzerte oder Aufführungen mitten in der Stadt. 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.

#### **b) Soziale Adäquanz und Akzeptanz**

Eine soziale Adäquanz und Akzeptanz ist, nach dem Anhang zur Freizeitlärmrichtlinie, 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 Kulturfestivals sowie regionalspezifische Brauchtumsfeste.

#### **c) 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 unter anderem 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 Veranstalter;
- Information der Nachbarschaft;
- Für die Anwohner 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;

#### **d) 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.

#### **e) 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.

#### **3. Berechnung seltener Veranstaltungstage**

Abweichend zu den Bestimmungen über seltene Ereignisse in Ziffer 7.2 TA-Lärm und anderer Freizeitlärmrichtlinien bestimmt sich die Anzahl der Veranstaltungstage in Brandenburg anhand eines 24-Stunden-Zeitraums von 6:00 Uhr bis 6:00 Uhr des Folgetages. Mit dieser veranstalterfreundlichen Regelung wird verhindert, dass eine über 22:00 oder 24:00 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

# Impressum

## Herausgeber

Impuls Brandenburg e.V. – Landesverband für Soziokultur, Populärmusik und Festivals  
Kunst- und Kreativhaus, Rechenzentrum  
Potsdam, Dortustraße 46, 14467 Potsdam  
→ [info@impuls-brandenburg.de](mailto:info@impuls-brandenburg.de)  
→ [www.impuls-brandenburg.de](http://www.impuls-brandenburg.de)

BreglOnal GmbH  
Am Kanal 16, 16766 Kremmen  
→ [info@bregional.de](mailto:info@bregional.de)  
→ [www.bregional.de](http://www.bregional.de)

## Redaktion

Detlef Franke, Lucija Gudlin,  
Jan-Gerd Kühling

## Lektorat

Detlef Franke, Lucija Gudlin

## Korrektorat

Detlef Franke, Nancy Jahns

## Visuelles Konzept & Design

Robert Krug  
→ [www.robertkrug.de](http://www.robertkrug.de)

## Druck

Druckhaus Sportflieger  
→ [www.druckhaus-sportflieger.de](http://www.druckhaus-sportflieger.de)  
Der Druck erfolgt auf KartoKraft (Umschlag) und Circle Silk Premium White (Inhalt) der Firma IGEPA, zertifiziert mit dem FSC Label.

## Stand

November 2024

## ISBN

978-3-00-080841-8

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.

Geschlechtergerechtigkeit ist für den Herausgeber ein wichtiges Thema. In seinen Veröffentlichungen sind Wortbinnenzeichen für eine diskriminierungsfreie Sprache erwünscht, aber nicht verpflichtend. Autor\*innen, die im Auftrag des Herausgebers in deren/dessen Publikationen veröffentlicht werden, dürfen selbst entscheiden, ob, und wenn ja, mit welchen Wortbinnenzeichen und/oder mit der femininen und maskulinen Form gendergerecht Veröffentlichungen umgesetzt werden.

© Copyright 2024. Alle Texte sind urheberrechtlich geschützt. Das Urheberrecht liegt, soweit nicht ausdrücklich anders gekennzeichnet, beim Impuls Brandenburg e.V.



# Herzlichen Dank an unsere Förder\*innen

**Gefördert von der Beauftragten der Bundesregierung  
für Kultur und Medien aufgrund eines Beschlusses  
des Deutschen Bundestages**



Die Beauftragte der Bundesregierung  
für Kultur und Medien

**Gefördert mit**



Ministerium für Wissenschaft,  
Forschung und Kultur