

How-To Dritter Ort

→ **Das Handbuch**

Leitfaden

Wegweiser für (Gründer und) Entwickler ‚Dritter Orte‘

Die Erfahrung zeigt, dass viele, oft mit hoher Motivation gegründete ‚Dritte Orte‘, bereits nach kurzer Zeit vor schier unlösbaren Problemen stehen, aufgeben, oder ihr Angebot stark einschränken (müssen). Die Gründe hierfür sind vielfältig. Im Folgenden sollen wichtige, aus der Praxis kommende Herausforderungen dargestellt und Lösungsansätze aufgezeigt werden.

Dritter Ort – Sein oder Nichtsein?

Der klassische ‚Dritte Orte‘ in ländlichen Regionen war und ist die Dorfkneipe. In den wenigsten Fällen erfüllen aber bestehende Dorfkneipen die heutigen Anforderungen an einen interessanten (kulturellen) Begegnungsort oder sind schlichtweg geschlossen worden. Immer häufiger übernehmen bestehende (Hof-)Cafés, Hofläden, Offene Gärten und andere diese Funktion des ländlichen Begegnungsortes oder entwickeln sich in diese Richtung. Aber warum?

Die Gründe hierfür können so vielfältig sein, wie die ‚Dritten Orte‘ selber:

- Aktiver Beitrag zur lokalen Entwicklung
- Verlängerung der Geschäftszeiten und bessere Ausnutzung der vorhandenen Infrastruktur (Abendveranstaltungen)
- Erhöhung des Bekanntheitsgrades des Ortes, Erschließung neuer Zielgruppen
- Diversifikation – Aufbau eines neuen

Geschäftszweiges

- Erhöhung der Kundenbindung und Kundenattraktivität
- Indirekte Förderung anderer Geschäftszweige durch Laufkundschaft (z. B. für den Hofladen)

Bevor man entscheidet, ob man sich zu einem ‚Dritten Ort‘ weiter entwickeln soll oder gar diesen zu gründen, sollte man sich selbst einige grundlegenden Fragen stellen:

- Bin ich gewillt langfristig ein Dienstleister und Gastgeber zu sein? Habe ich eine Dienstleister- und Gastgeber- Mentalität? Habe ich Rückhalt in der Familie, im Freundeskreis, um es durchzuführen? Bin ich gewillt, viel, und das auch am Wochenende und abends, zu arbeiten?
- Bin ich kommunikationsfreudig? Niemand braucht in Deutschland eine bestimmte Ausbildung für den Betrieb eines ‚Dritten Ortes‘, der tägliche Umgang mit Menschen ist jedoch ein wichtiger Bestandteil des Jobs. Ein freundliches Wort oder ein kurzer Plausch sind wichtige Mittel, um Besuchern ein Gefühl des Willkommens zu geben.
- Man sollte nicht vergessen, dass die Kneipen nicht ohne Grund geschlossen wurden. Gibt es an dem gewählten Standort einen Markt für einen ‚Dritten Ort‘? Wer ist die Zielgruppe und wie

groß ist das Einzugsgebiet? Zugezogene, Einheimische, Jung oder Alt – die Anforderungen sind unterschiedlich um als Ort attraktiv zu sein.

- Besteht ein Bedarf nach besonderen Veranstaltungen, wie Filmabende, Lesungen, Konzerte oder andere Events, mit denen Besucher angelockt werden können? Könnten sich (Schnupper-) Kursangebote zu bestimmten Themen lohnen? Kannst du anderen Zielgruppen vor Ort ergänzende Angebote machen, z. B. für junge Familien, eine Spielecke für Kinder?
- Wie können Besucher aus der näheren und weiteren Umgebung überhaupt anreisen? Gibt es ausreichend Parkplätze für Fahrräder und Autos? Wie funktioniert der öffentliche Nahverkehr?
- Der Betrieb eines ‚Dritten Ortes‘ erfordert grundlegende kaufmännische Kenntnisse und ist durch vergleichsweise lange Öffnungszeiten allein nicht zu betreiben. Notwendig sind Führungsqualitäten, um Personal einzustellen und einzuarbeiten. Delegieren und Konflikte aushalten, gehört zum Tagesgeschäft. Kann und will ich dies?
- Bürokratie und damit einhergehende Behördengänge müssen erledigt werden, ob man will oder nicht. Gerade der Gaststätten- und Veranstaltungsbereich ist ein sehr stark reglementierter Sektor, der häufig kräftezehrend ist. Halte ich dies aus?

- Wer einen ‚Dritten Ort‘ eröffnen möchte, muss sich über die Finanzierung Gedanken machen. Investitionskosten für Technik und Mobiliar, für Umbauten und Infrastruktur, für die Erstausrüstung mit Geschirr und Vorräten, werden häufig unterschätzt. Die laufenden Kosten für Marketing, Personal, Pacht, etc. sind in der Liquiditätsplanung zu berücksichtigen. Gerade in den ersten Jahren ist man oft auf finanzielle Förderung angewiesen, die ebenfalls eine bürokratische Herausforderung darstellt. Ein realistischer Businessplan hilft, Kapitalgeber zu überzeugen und Fördermittel einzuwerben. Bin ich dazu bereit?
- Räumlichkeiten (inkl. sanitäre Einrichtungen) und vorhandene Infrastruktur sind Voraussetzungen für einen erfolgreichen Betrieb. Fehlen diese oder entsprechen nicht dem Baurecht sind Umbauten und Änderungen erforderlich. Diese bedürfen meist einer Baugenehmigung, die häufig zu hohen Kosten und Ärger führt. Schaffe ich das?
- ‚Dritte Orte‘ sind Begegnungsstätten. Die Verweilzeiten von Besuchern sind daher relativ lang, der Verzehr eher gering. Habe ich hierfür genug Plätze im Gastrobereich, kann ich neue schaffen oder führt dies zu Engpässen an hochfrequentierten Tagen?

Du hast die meisten Fragen mit ‚Ja‘ beantwortet können? Dann auf in die spannende Welt der ‚Dritten Orte‘ – denn jetzt wirst du ein wichtiger Bestandteil davon.

Die ersten Schritte

Du bist gewillt, dich den vielfältigen Herausforderungen zu stellen? Dann hilft nur eins: Auf ins kalte Wasser und schwimmen lernen! Im Weiteren wollen wir dir helfen, mögliche Klippen bereits in der Anfangsphase sicher zu umschiffen. Wichtig: Bitte plane genug Zeit von der ersten Idee bis zur Eröffnung ein. Wenn die Start-Finanzierung auf Förderung angewiesen ist, oder wenn eine bauliche Nutzungsänderung erforderlich ist, muss man realistisch mit einer Vorlaufzeit von mindestens ein bis zwei Jahren rechnen.

Endlich Unternehmer... aber sicher!

Eine der ersten Fragen, die man sich stellen muss, ist die zukünftige Rechtsform des geplanten ‚Dritten Ortes‘. Auch wenn es sich ‚nur‘ um eine Erweiterung eines bestehenden Gewerbes handelt, kommen neue Aspekte wie Haftungsfragen ins Spiel. Privatwirtschaftlich organisierte ‚Dritte Orte‘ sind marktorientierte Sozialunternehmen (MSU), welche mit unternehmerischen Mitteln soziale und ökologische Ziele verfolgen, um dem Gemeinwohl zu dienen. Leider gibt es bis heute noch keine Rechtsform, die genau dies widerspiegelt. Wichtig für die Rechtsform ist auch die Frage der Haftung: Will ich mit meinem Privatvermögen haften oder nicht? Mehr Informationen zu all diesen

Fragen und eine Darstellung der Unternehmensformen können im Kapitel Rechtsformen auf der Seite 56 gefunden werden.

Eine weitere grundsätzliche Frage am Anfang ist: Gemeinnützig – ja oder nein? Dies geht häufig mit der zukünftigen Finanzierung einher. Kulturelle Förderprogramme des Landes, des Kreises oder der Kommunen fordern meistens die Gemeinnützigkeit. Programme der Wirtschaftsförderung richten sich vornehmlich an gewinnorientierte Unternehmen. Dies ist aber keine Entscheidung für immer. So kann eine GmbH auch später noch in eine gGmbH umgewandelt werden oder kann ein Verein zusätzlich eine gUG für bestimmte Aufgaben gründen.

So wichtig wie die Wahl der richtigen Unternehmensform ist der Abschluss einer angepassten Haftpflichtversicherung. Der Betrieb eines ‚Dritten Ortes‘ bedeutet viel Gästeverkehr und damit steigen mögliche Risiken. Die Betriebshaftpflichtversicherung beinhaltet den Versicherungsschutz von Betriebsangehörigen, auch bei einer Veranstaltung. Gerade bei Veranstaltungen muss man aber mit dem Unmöglichen rechnen. Von einer plötzlichen Gewitterfront mit Starkböen bis hin zu unbeaufsichtigten Kindern, die sich beim Klettern verletzen – alles ist möglich. Für externe Besucher (Gäste, Künstler, Helfer) ist daher der Abschluss einer Veranstalterhaftpflicht zum Schutz vor persönlichen Risiken wichtig. Diese

wird in der Regel auch bei der Anmeldung von Veranstaltungen vom Ordnungsamt gefordert (Vergleich: Kapitel ‚Die drei wesentlichen Versicherungen für eine Veranstaltung‘, S. 79).

Die Gewerbe- oder ummeldung und die Schankerlaubnis

Eine der Haupteinnahmequellen des ‚Dritten Ortes‘ stellt die Ausgabe von (alkoholischen) Getränken und von Speisen dar, entsprechend gilt ein ‚Dritter Ort‘ als ‚stehendes‘ Gaststättengewerbe, im Unterschied zum Reisegewerbe.

Eine Erlaubnispflicht für Gaststätten besteht nach dem Brandenburgischen Gaststättengesetz (BbgGastG) nicht. Ist jedoch der Alkoholausschank geplant, gilt dieses als überwachungsbedürftig und man muss beim Gewerbeamt eine Schankerlaubnis beantragen. Hierfür ist eine Zuverlässigkeitsprüfung notwendig. Für diese ist ein Auszug aus dem Gewerbezentralregister (Bundesamt für Justiz), das Führungszeugnis (Meldebehörde) und die steuerliche Unbedenklichkeitsbescheinigung (Antrag beim Finanzamt) erforderlich.

Wichtig: Das Brandenburgische Gaststättengesetz unterscheidet nach Betriebsarten wie Restaurant, Café, Imbiss, Eisdielen, etc.. Die baurechtlichen Anforderungen unterscheiden sich stark. Die geringsten Anforderungen werden an einen Imbiss/Bistro gestellt. Gerade in der Anfangszeit kann es sehr ratsam sein, die Betriebsart mit den geringsten Anforderungen bei der Gewerbeanmeldung zu wählen, um Startschwierigkeiten zu minimieren.

‚Big is beautiful‘ – der Veranstaltungsort

Dies gilt leider nicht für einen ‚Dritten Ort‘. Je größer der Ort und die geplanten Veranstaltungen, um so höher sind die (bau-)rechtlichen Anforderungen. Die höchsten

Anforderungen werden an Veranstaltungen gestellt, die unter die Brandenburgische Versammlungsstättenverordnung (BbgVStättV) fallen. Diese sind so umfangreich, dass sie für einen neuen ‚Dritten Ort‘ organisatorisch schwer zu stemmen sind.

Die BbgVStättV gilt z. B. nicht für alle Versammlungsräume, die weniger als 200 Besucherinnen und Besucher fassen. Bei der Berechnung ist die Grundfläche ausschlaggebend. Für sonstige Stehplätze werden zwei Besucher je Quadratmeter Grundfläche gerechnet. Um auf der sicheren Seite zu sein, sollte der geplante Versammlungsraum nicht größer als 100 Quadratmeter sein. Ist er größer, z. B. soll eine bestehende Scheune umgenutzt werden, können Teilbereiche abgesperrt werden, die dann nicht in die Berechnung einfließen. Alternativ können Sitzplätze an Tischen angeboten werden. In diesem Fall kann der Veranstaltungsraum bis zu 200 Quadratmeter betragen (ein Besucher pro Quadratmeter). Bei Veranstaltungen im Freien muss die BbgVStättV erst bei mehr als 999 Gästen beachtet werden (Vergleich: Kapitel ‚Infrastrukturelle Voraussetzungen‘, S. 67). Die Steuerung der Anzahl der Gäste kann z. B. über ein Ticketsystem erfolgen.

Ebenfalls ist für die Anzahl der notwendigen Sanitäreinrichtungen die Grundfläche, bzw. die Anzahl der Sitzplätze im Veranstaltungsraum ausschlaggebend. In Brandenburg gelten Schank- und Speisegaststätten mit mehr als 40 Gastplätzen (innen) oder mehr als 1.000 Gastplätzen im Freien als Sonderbauten. Die zuständigen Bauaufsichtsbehörden entscheiden im Einzelfall über Auflagen, besonderen Anforderungen oder gegebenenfalls Erleichterungen (u. a. bei Toiletten für Besucher, barrierefreie Nutzbarkeit, Stellplätzen etc.).

Allgemein gilt: Ist die Schank- bzw. Speiseraumfläche kleiner als 50 Quadratmeter (und wird Alkohol verkauft), dann

muss mindestens eine Spültoilette vorhanden sein. Bei einer Fläche ab 50 Quadratmeter bis hin zu 150 Quadratmeter sind Betreiber verpflichtet, mindestens zwei Damen- und eine Herren-Spültoilette sowie zwei Pariser Pissoir-Becken (PP-Becken) zur Verfügung zu stellen. Bei neuen Vorhaben muss mindestens eine Toilette behindertengerecht sein (Vergleich: Kapitel ‚Infrastrukturelle Voraussetzungen‘, S. 67).

Fazit: Gerade am Anfang sollte ein ‚Dritter Ort‘ die Größe des geplanten Veranstaltungsortes gründlich überdenken. Weniger ist hier oft mehr. Informationen wie größere Veranstaltungen (z. B. ein Hof-festival) geplant werden, können dem Handbuch How-To Festival entnommen werden.

Hygiene

Basis ist die Hygieneschulung nach dem Infektionsschutzgesetz. Den Belehrungen (§§ 42 Tätigkeits- und Beschäftigungsverbote und § 43 Belehrung, Bescheinigung des Gesundheitsamtes) des Infektionsschutzgesetzes (IFSG) muss sich jeder, Arbeitnehmer und Arbeitgeber, vor der Aufnahme des Betriebes des ‚Dritten Ortes‘ unterziehen. Die Erstbelehrung erfolgt beim zuständigen Gesundheitsamt und ist relativ komplikationsfrei. Die Folgebelehrungen nach § 43 Abs. 4 IFSG nimmt der ‚Dritte Ort‘ als Arbeitgeber bei Aufnahme der Tätigkeit beziehungsweise im Weiteren alle zwei Jahre vor.

Wichtig: Der Betreiber eines ‚Dritten Ortes‘ ist dazu verpflichtet, seine eigene Bescheinigung und die seiner Beschäftigten, sowie die Dokumentation über die letzte Belehrung an der Arbeitsstätte verfügbar zu halten und den Mitarbeitern der zuständigen Behörde auf Verlangen vorzulegen. Wenn deine Aushilfen und/oder Angestellten an wechselnden Standorten arbeiten (z. B. zwei Arbeitsstellen) genügt die Vorlage einer beglaubigten Kopie.

Beachte: Diese Belehrung ersetzt nicht die regelmäßige Belehrung nach der Lebensmittelhygiene-Verordnung, falls dieses für dich zutrifft.

Weiterhin ist die Kennzeichnung von Lebensmitteln nach der Lebensmittelhygiene-Verordnung (Zusatzstoffe müssen auf den Getränke- und Speisekarten angegeben werden) und die Lebensmittelinformations-Verordnung zu beachten.

Für Getränkeanlagen sind eine Reihe von Vorschriften einzuhalten. Es ist empfehlenswert in den ersten Jahren auf diese zu verzichten und Flaschen auszugeben, beziehungsweise aus Flaschen in Gläser (Schankgefäße) auszuschenken. Beachte bei der Anschaffung: Es sind nur Gläser mit einem bestimmten Nennvolumen wie 10cl oder 0,2, 0,33, oder 0,5l zulässig. Auf den Schankgefäßen (Gläsern) müssen ein anerkanntes Herstellerzeichen, der Füllstrich und die Volumenangabe angebracht sein.

Darf ich Kuchen verkaufen?

Vorab: Ja... aber! Konditor ist ein zulassungspflichtiges Handwerk, das in dreijähriger Ausbildung erlernt und mit der Gesellenprüfung beziehungsweise später der Meisterprüfung abgeschlossen wird. Aber: Es ist es kein Problem ‚einfache‘, selbstgebackene Kuchen wie Streusel- oder Rührkuchen, die keine expliziten Fertigkeiten erfordern, zu backen und im Café oder Imbiss zu verkaufen. Beachte jedoch, dass der Außer-Haus-Verkauf (Kuchen To-Go) nur gelernten Konditoren und Konditorinnen gestattet ist.

Das liebe Geld...

„Ohne ‚Moos‘ nix los“ – dies gilt leider auch bei der Gründung eines ‚Dritten Ortes‘. Die Finanzierung der Gründungskosten und Planungskosten muss sichergestellt sein. Dazu kommen die Kosten für erste Investitionen wie Geschirr, Einrichtungs-

gegenstände, Veranstaltungstechnik, etc.. Nicht vergessen werden sollten Kosten für notwendige Umbauten, für die Erstaussstattung an Getränken und Lebensmitteln sowie all die kleinen Sachen, die man doch noch vergessen hat. Schnell kommen hier beachtliche Summen zusammen, die finanziert werden müssen. Hinzu kommt, dass im ersten Jahr mit geringen Umsätzen gerechnet werden muss. Diese werden zwar in den folgenden Jahren, mit dem Bekanntheitsgrad, hoffentlich steigen. Trotzdem ist eine sorgfältige Berechnung des notwendigen Start- und Betriebskapitals für die ersten zwei bis drei Jahre notwendig, um Liquiditätsengpässe zu vermeiden.

Kasse machen

In Deutschland gilt die Kassensicherungsverordnung (KassenSichV), die für Betriebe mit vielen Bargeldumsätzen, wie ein ‚Dritter Ort‘, regelt, wie Kassensysteme zu sichern sind. Dies beinhaltet, dass Betriebe nur mit Registrierkassen arbeiten dürfen, die mit einer zertifizierten technischen Sicherheitseinrichtung (TSE) versehen sind und das für jede Transaktion ein Beleg erstellt und dem Kunden ausgehändigt werden muss (Belegausgabepflicht). Die Kasse, Serviceverträge, Softwareupdates und Zusatzfunktionen stellen jedoch häufig einen hohen Kostenfaktor am Anfang dar.

Wichtig zu wissen: Die klassische, analoge, offene Ladenkasse bleibt auch nach der Gesetzesänderung in Deutschland erlaubt. Zu beachten ist, dass alle Geschäftsvorgänge lückenlos in einem Kassenbuch dokumentiert werden. Es gibt keine Vorschrift, die besagt, dass eine digitale Registrierkasse einzusetzen ist.

Öffnungszeiten

Die allgemeinen Ladenöffnungszeiten (Schließgebot an Sonn- und Feiertagen)

gelten für ‚Dritte Orte‘ als Gasstätte nicht. Wird ein landwirtschaftlicher Hofladen betrieben, darf dieser sonn- und feiertags für die Dauer von acht Stunden geöffnet sein. Die lokalen Öffnungszeiten (bis 22:00 Uhr) für Außen-Gastronomie müssen jedoch beachtet werden.

Das Schwierigste zum Schluss: die Bauaufsichtsbehörde

Wenn man ein bestehendes Gewerbe, wie eine Gaststätte oder einen Veranstaltungsort übernimmt und diese baulich nicht verändert, besteht normalerweise kein Problem. In allen anderen Fällen – und dies ist eher die Regel – kommt es häufig zu einer Nutzungsänderung.

Aber was ist das? Die – hoffentlich vorhandene – Baugenehmigung gibt an, welche Nutzungsart für welches Gebäude festgelegt ist. Soll die Nutzungsart geändert werden – selbst, wenn keine baulichen Veränderungen geplant sind – muss die geplante Änderung beim zuständigen Bauamt angezeigt werden. Insbesondere bei einer Nutzungsänderung von Gebäuden, wie z. B. dem Umbau einer Scheune zu einer gastgewerblichen Einrichtung oder die Erweiterung des Hofladens um einen Imbiss, ist eine Baugenehmigung erforderlich. In dieser kann u. a. die Forderung nach einem barrierefreien Zugang der Stellplätze, Verkehrswege, Sanitäre Einrichtungen, etc. gestellt werden.

Wichtig: ‚Dritte Orte‘ sind öffentlich zugängliche Bereiche, die besonderer Beobachtung unterliegen. Durch das Marketing wird eine Nutzungsänderung eher früher als später den Behörden bekannt. Es gibt zahlreiche Fälle von ‚Dritten Orten‘, bei denen das Nichtvorliegen einer Nutzungsänderungsgenehmigung (Baugenehmigung) zu der Androhung und zur Einstellung der Nutzung geführt hat. Dies geht in besonders schweren Fällen, bis hin zur Forderung des Abrisses der neuen baulichen Anlage. Das Gespräch mit dem

Bauamt sollte daher zwingend in einem frühen Planungsstadium des Projektes gesucht werden.

Die wichtigsten baulichen Anforderungen, die an den Betrieb eines Imbisses, Cafés oder Kneipe gestellt werden, sind im Brandenburgischen Gaststättengesetz, der Brandenburgischen Bauordnung (BbgBO) und in der Verordnung über Arbeitsstätten geregelt. Der zukünftige Betreiber des ‚Dritten Ortes‘ muss sich im Vorfeld über mögliche Auflagen für seine Räumlichkeiten nach dem Bundes- beziehungsweise Landesimmissionsschutzgesetz informieren und sollte sich nach dem Bebauungsplan erkundigen. Liegt das Objekt im Außenbereich (§ 35 Baugesetzbuch: Alle Grundstücke die weder im Geltungsbereich eines qualifizierten Bebauungsplans liegen noch zu einem im Zusammenhang bebauten Ortsteil gehören), ist eine Nutzungsänderung in der Regel nur für privilegierte Vorhaben (Landwirtschaft und ‚mitgezogene‘ Gewerbe) möglich. Es sei hier noch auf § 35 Abs. 4 BauGB sowie das Baulandmobilisierungsgesetz hingewiesen, welche die Umnutzung landwirtschaftlicher Gebäude erleichtern.

Für Betriebsstätten, in denen Lebensmittel hergestellt, behandelt oder in den Verkehr gebracht werden, gelten spezielle bauliche Anforderungen. Grundlage ist die VO (EG) Nr. 852/2004 des Europäischen Parlamentes und des Rates über Lebensmittelhygiene.

Oft vergessen wird auch die Stellplatzverordnung. Diese regelt in den meisten Gemeinden und Städten, wie

viele Parkplätze geschaffen werden müssen. Ist dieses auf dem vorhandenen Gelände nicht möglich, müssen diese von den Gemeinden und Städten erworben werden, oft zu hohen Kosten.

Gut zu wissen: Für die Erstellung und Einreichung eines Bauantrags für die Nutzungsänderung braucht es die Unterstützung eines bauvorlageberechtigten Entwurfsverfassers, in der Regel einer Architektin/eines Architekten. Um Kosten zu vermeiden, besteht bei offenen Fragen die Möglichkeit, eine Bauvoranfrage zu stellen, um diese zu klären.

Daher nochmals: Vor der Eröffnung eines ‚Dritten Ortes‘ sollte in jedem Fall das Konzept überdacht werden. In der Regel sind die Auflagen an einen Imbiss und kleinen Veranstaltungsraum wesentlich geringer als an ein Café mit großem Gastro- und Veranstaltungsraum. Beachte, dass man für seltene Ereignisse wie kleine Konzerte, Filmvorführungen und Workshops kein eingetragener Veranstaltungsort sein muss. Erweiterungen werden später häufig ‚geduldet‘. Das finale Konzept sollte vorab mit dem Architekten, dem zuständigen Bauamt und dem Veterinär- und Lebensmittelüberwachungsamt besprochen werden, um spätere, kostspielige Überraschungen zu vermeiden. Auch ist es empfehlenswert, in einer frühen Phase den Kontakt mit wichtigen Entscheidern, wie z. B. dem lokalen Bürgermeister, den Stadtvorstehern, den Vorsitzenden des Kulturausschusses etc. zu suchen und diese für das Konzept zu begeistern.

Laufen lernen

Es ist geschafft! Das Konzept steht, die Gewerbeanmeldung, die Ausschankgenehmigung und die Baugenehmigung liegen vor, man hat an der Hygieneschulung teilgenommen – es kann losgehen!

Brot & Butter – Geld muss reinkommen!

Das ‚Brot‘ eines ‚Dritten Ortes‘ kommt vom Betrieb eines Imbisses/Cafés/Bistros/Kneipe, der das Grundeinkommen sichert. Meist verfügen ‚Dritte Orte‘ über ein ausreichendes Platzangebot, um einen ansprechenden und kreativen Außensitzbereich zu schaffen. Auch eine Form von Erlebnisgastronomie erwartet der Besucher von diesem besonderen Ort. Das gastronomische Angebot sollte daher keinesfalls ‚nebenbei‘ betrieben werden, nur weil Veranstaltungen interessanter sind. Gäste stellen hohe Ansprüche, denn die Anfahrt soll sich lohnen. Und jeder Gast ist ein potenzieller Besucher von zukünftigen Veranstaltungen!

Der ‚Dritte Ort‘ sollte seine Zielgruppen kennen. Je mehr attraktive Angebote für eine Zielgruppe, desto wahrscheinlicher werden diese erreicht. Für junge Familien mit Kindern sollte ein kleiner Spielplatz für die Kinder nicht fehlen. Für Radfahrer aus der Umgebung sollten ausreichend Fahrradständer zur Verfügung stehen. Viele Gäste kommen aber auch

einfach wegen der besonderen Atmosphäre, die zu schaffen ist. Diese kann ländlich, kreativ, gärtnerisch oder landwirtschaftlich geprägt sein, sollte aber immer sauber und gepflegt sein.

Die Getränke- und Speisekarte ist das Aushängeschild des ‚Dritten Ortes‘ und sollte den Charakter (z. B. Nachhaltigkeit) des Ortes widerspiegeln: Selbstgemachte, regionaltypische und saisonale (Bio-) Spezialitäten sollten im Vordergrund stehen, um beim Gast einen positiven Gesamteindruck zu hinterlassen. Neben Kuchen sollte auch Herzhaftes und ein Angebot für Kinder auf der Karte stehen. Suppen lassen sich einfach in größeren Mengen herstellen, lagern und portionieren. Vor Ort hergestellte Waffeln, Crêpes oder Eierkuchen bieten eine schnell verfügbare Alternative, sollte der Kuchen mal ausgehen. Nichts ist schlimmer als ein Gast, der hungrig geht.

Angebote aus dem eigenen Garten sind immer gern gesehen. Besonders zu empfehlende Gerichte können zudem auf einem Stopper oder einer Tafel aufgeführt werden. Für die Kühlung der Speisen gehört ein normaler Kühlschrank, eine gekühlte Kuchentheke sowie ein Tiefkühler (-16°C) für Eis zur Grundausstattung. Bitte an die täglichen Kühlschrankprotokolle für die Hygieneprüfung denken. Für Getränke ist die Anschaffung eines Getränkekühlschranks mit Glastür (mehr als 250 l) zu empfehlen. Selbstgemachte

Getränke wie Eistee oder Limonaden werden gerne genommen.

Die Preisgestaltung stellt am Anfang immer eine Schwierigkeit dar. Für Einsteiger stellt die Aufschlagskalkulation eine gute Möglichkeit für die schnelle Kalkulation dar. Branchenüblich sind 300 % Aufschlag auf den Netto-Wareneinkaufswert. Sprich: Wird die Flasche Apfel-Schorle für 0,80 Euro eingekauft, sollte der Verkaufspreis bei ca. 3 bis 3,50 Euro liegen. Selbstverständlich sollten auch die ortsüblichen Preise bei der Preisgestaltung beachtet werden. Zu einem späteren Zeitpunkt sollten dann die Preise anhand einer Vollkostenkalkulation überprüft werden.

Aber wo kommen die Waren her? Will man nicht selbst alle Waren und insbesondere Getränke transportieren, kann man auf verschiedene Dienstleister zurückgreifen. In diesem Fall erfolgt die Bestellung im Internet und wird nach einem festgelegten Schema geliefert. Zu beachten ist der jährliche Mindestbestellwert sowie der Mindestbestellwert pro Lieferung (üblich sind 500 Euro pro Lieferung). Kleinere Margen können in lokalen Discountern erworben werden, häufig zu günstigeren Preisen.

Was sonst noch zu beachten ist:

- **Rundfunkbeitrag:** Das neue Gewerbe ist rundfunkbeitragspflichtig. Der Beitragsservice wird von ARD, ZDF und Deutschlandradio erhoben und richtet sich nach der Anzahl der Mitarbeiter und der betrieblich genutzten Kraftfahrzeuge.
- **GEMA:** Soll Musik (z. B. Radio) öffentlich gespielt werden, muss dies bei der GEMA angemeldet werden. Es besteht auch die Möglichkeit, GEMA-freie Musik zu spielen.
- **Arbeitsschutz:** Vor der Aufnahme des Betriebs sollte sich mit den notwendigen Technischen Regeln für Arbeitsstätten (Arbeitsstättenregeln – ASR) beschäftigt werden und die Umsetzung sichergestellt sein¹.

- **Jugendschutzgesetz:** Es regelt den Verkauf von Tabak, Alkohol, E-Zigaretten und E-Shishas und den Aufenthalt im ‚Dritten Ort‘. Nicht vergessen, den aktuellen Jugendschutzaushang anzubringen.

Und die Butter?

Die Durchführung von Veranstaltungen stellt einen wichtigen Umsatzbereich für ‚Dritte Orte‘ dar. Konzerte, Lesungen, Schnupperkurse: Alles ist möglich und wird im Weiteren detailliert besprochen. Zusätzliche Einkünfte sind aber auch möglich durch:

- ‚Airbnb‘ für Stellplätze: In Brandenburg können bis zu vier Stellplätze für Wohnmobile und Co. vermietet werden, ohne unter die Campingverordnung (BbgCWPV) zu fallen. Durch die Vermietung von Stellplätzen können sich ‚Dritte Orte‘ einen Nebenverdienst mit vertretbarem Mehraufwand schaffen.
- Vermietungen für geschäftliche Tagungen, Betriebsfeiern, etc.: Während an Wochenenden ausreichend Betrieb ist, ist die Auslastung an Wochentagen oft ein Problem. Raum, technische Ausrüstung und Gastro-Angebot stehen in der Regel zur Verfügung, so dass die Räumlichkeiten mit wenig Aufwand an lokale und regionale Betriebe für Betriebsversammlungen und -feiern mit einem besonderen Flair vermietet werden können.
- Vermietung von Fahrrädern, Wassersportutensilien, etc.: Die lokale Umgebung erkunden – aber wie? Das Angebot von Leihfahrrädern oder – wenn am Wasser gelegen – Kanadier, Kajak und SUP wird gerne angenommen.
- Stammtische für Gruppen, Vereine, etc.: Diese sind oft auf der Suche nach Räumlichkeiten für regelmäßige Treffen und können so helfen, Wochentage zu beleben.

„Butter bei die Fische“ – die erste Veranstaltung

Der Gastrobereich läuft und erzielt erste Umsätze. Die Arbeitsabläufe haben sich eingespielt, es wird endlich Zeit für die erste Veranstaltung. Inzwischen hat man sich sicherlich Gedanken über Veranstaltungsformate gemacht. Häufig sind dies kleine Konzerte oder sonstige Auftritte von Künstlern aus dem näheren oder weiteren Bekanntenkreis.

- **Allgemein:** Die ersten zwei bis drei Veranstaltungen lieber nicht zu groß planen. Sie sollten als ‚Generalprobe‘ für zukünftige, dann auch größere Veranstaltungen gesehen werden. Arbeitsabläufe müssen sich erst einspielen, und eine gewisse Routine ist erforderlich. Die erste Veranstaltung ist die ‚Feuerprobe‘ und sollte Besuchern bereits Professionalität vermitteln. Dies ist bei großen Veranstaltungen schwierig.
- **Räumlichkeiten und Verkehrswege:** In einem frühen Stadium sollte die Bestuhlung geklärt werden, und woher diese bezogen wird. Neben dem Gastro-Verleihservice (häufig kostenintensiv) lohnt es sich, bei der lokalen Gemeinde oder bei befreundeten Gastronomen nach Tischen und Stühlen zu fragen. Da die Veranstaltungen meistens abends stattfinden, ist es wichtig, die Verkehrswege zur Toilette und zu den Parkplätzen ausreichend auszuleuchten.
- **Veranstaltung anmelden:** Die Veranstaltung muss rechtzeitig beim lokalen Ordnungsamt angemeldet werden. Sofern die Veranstaltung bis 22:00 beendet wird, ist keine Ausnahmegenehmigung nach dem Landesimmissionsschutzgesetz (LImSchG) notwendig und die Meldung sollte kostenfrei sein. Häufig wird ein Plan der Veranstaltung mit Bühne, Bestuhlung, Fluchtwege, etc. gefordert. Weiterhin muss die Veranstaltung vorher bei der GEMA gemeldet werden, sofern die gespielte Musik oder die Pausenmusik GEMA-pflichtig ist.
- **Marketing:** Der Flyer ist, gerade für die lokale Werbung, immer noch ein erprobtes Werkzeug. Dieser kann im Internet einfach und kostengünstig über einschlägige Apps erstellt werden. Die Auslage kann beim lokalen Tourismusbüro, Geschäften mit hoher Besucherfrequenz (Kiosk, Apotheken, Banken, etc.) und Pensionen und Hotels erfolgen. Über Social-Media-Kanäle sollten die geplanten Veranstaltungen gepostet werden. Das ‚Posten‘ in den verschiedenen lokalen Chatgruppen ist immer noch ein guter Weg, um die diversen Zielgruppen zu erreichen. Die lokalen Printmedien (Tageszeitungen, kostenlose Wochenzeitung) sollten ebenfalls über anstehende Veranstaltungen informiert werden, mit der Bitte, über diese zu berichten.
- **Tickets:** Mit dem Vorverkauf sollte so früh wie möglich begonnen werden. Für die ersten Veranstaltungen reichen in der Regel einfache Excel-Listen, um die Übersicht zu bewahren. Die Kontaktdaten (E-Mail, Handy) sollten vorhanden sein, um Gäste über Veränderungen kurzfristig informieren zu können. Die Preisgestaltung ist am Anfang schwierig, liegt bei kleinen Veranstaltungen aber üblicherweise bei 10 – 20 Euro, sofern diese nicht gefördert sind.
- **Ton- und Lichttechnik:** Diese sollte bei den ersten Veranstaltungen nach Möglichkeit von den Auftretenden gestellt werden. In der Regel reicht ein kleines Mischpult, Mikrofone und zwei, drei Aktivboxen. Beim Licht kann improvisiert werden. Auf Investitionen sollte in diesem frühen Stadium noch verzichtet werden. Beachte, dass unterschiedliche Stromkreise für Ton- und Lichttechnik vorhanden sein sollten, um ein ‚Knacken‘ zu vermeiden.
- **Flucht- und Rettungspläne:** Auch wenn es rechtlich nicht erforderlich ist, sollte vor der ersten Veranstaltung ein Notfall-

- konzept und ein Flucht- und Rettungsplan erstellt werden. Dieser kann auch dem Ordnungsamt vorgelegt werden. Er vermittelt einen positiven Eindruck.
- Essen und Trinken: Der Einlass sollte mindestens eine Stunde vor der Veranstaltung beginnen, um Gästen ausreichend Zeit für den Verzehr von Speisen und Getränken zu geben, um Freunde zu treffen, und um den ‚Dritten Ort‘ in Augenschein zu nehmen. Das Angebot von schnell zubereiteten Speisen (Bratwürste, Salat, Quiche, Suppe, etc.) wird von Besuchern gerne angenommen, stellt ein wichtiges Zusatzeinkommen dar, und veranlasst Besucher früher zu kommen und mehr zu verzehren. Es sollte überlegt werden, ob spezielle Speise- und Getränkekarten verwendet werden sollen (höhere Preise, abgestimmtes Angebot, z. B. Longdrinks).
 - Personal: Mit der ersten Veranstaltung werden viele helfende Hände nötig. Abendkasse, Theke, Ordner, etc... Besser zwei Hände zu viel als zu wenig. Sich selbst sollte man nicht einplanen. Man muss sich um Gäste und die Künstler kümmern und bei Bedarf überall dort einspringen, wo gerade ‚Not am Mann‘ ist.
 - ‚Last but not least‘ muss man die Veranstaltung eröffnen und schließen (Ansprache, Künstler vorstellen, Dank am Ende der Veranstaltung).

¹ Informationen hierzu findet man bei www.baua.de/DE/Angebote/Regelwerk/ASR/ASR.html

Die nächsten Herausforderungen

Die ersten zwei bis drei Veranstaltungen sind geschafft, und wertvolle Erfahrungen konnten gesammelt werden. Man hat Spaß an Veranstaltungen gewonnen? Dann wird es Zeit, die erste richtige Saison zu planen. Nach Möglichkeit sollte mit der Planung von Veranstaltungen mindestens ein halbes bis ein Jahr vor Auftritt begonnen werden.

Die bisherigen Empfehlungen bleiben bestehen, aber mehr Veranstaltungen erfordern mehr Professionalität, insbesondere, um diese effektiv, erfolgreich und wirtschaftlich profitabel durchzuführen. Beachte, dass die folgenden Hinweise nicht für Großveranstaltungen gelten (unter 200 Gäste indoor, bzw. 1.000 Gäste outdoor). Hier sollte der Festivalplaner How-To Festival zu Rate gezogen werden.

Veranstaltungsplanung

Auch als nicht eingetragener Veranstaltungsort kann man im Land Brandenburg Veranstaltungen durchführen. Diese gelten als ‚seltene Ereignisse‘ und sind gemäß Freizeitlärmrichtlinie auf maximal 18 Veranstaltungen pro Jahr und Ort begrenzt (Vergleich: Kapitel ‚Das Baurecht und die Freizeitlärm-Richtlinie‘, S. 115). Sprich alle drei Wochen, bzw. beinahe jede Woche während der Open-Air Saison von Mai bis September, können Veranstaltungen durchgeführt werden. Beachte

bitte: Auch wenn es geplant ist, dass diese vor 22:00 Uhr beendet werden, führt es zu einer Belastung für die Nachbarschaft (Verkehrslärm, Türenschielen, etc.). Entsprechend sollte frühzeitig das konstruktive Gespräch mit der näheren und weiteren Nachbarschaft gesucht werden, um spätere Probleme zu vermeiden. Freitickets bewirken oft Wunder.

Finanzierung

Mit der Durchführung der ersten ‚echten‘ Saison wird der Bedarf nach eigener Technik und besserer Infrastruktur größer. Der Bedarf nach Investitionen besteht, um die Leihgebühren zu vermeiden und um kleine Veranstaltungen unabhängig, mit eigener Technik auszurichten. Bereits für eine Basisausrüstung werden jedoch mehrere Tausend Euro benötigt.

Mehr Veranstaltungen mit vielen fixen Buchungen erhöhen das finanzielle Risiko. Der Bekanntheitsgrad ist noch gering und die Unsicherheit groß, wie viele Gäste realistisch für welche Veranstaltung zu erwarten sind. Die Eintrittseinnahmen reichen oft gerade aus, um den Künstler zu bezahlen. Um so wichtiger ist ein attraktives Speisen- und Getränkeangebot für die Gäste. Ziel sollte und muss ein Umsatz größer als 10 Euro pro Gast sein, um wirtschaftlich arbeiten zu können.

Gerade für junge Veranstaltungsorte ist es wichtig, ein Stammpublikum auf-

zubauen. Geförderte, niedrige Eintrittspreise helfen in den ersten ein bis zwei Jahren, den Bekanntheitsgrad zu erhöhen und mögliche Barrieren bei neuen Gästen zu minimieren. ‚Dritte Orte‘ werden heute als Bestandteil der kulturellen Grundversorgung im ländlichen Bereich angesehen und sind politisch gewollt. Dementsprechend gibt es vielfältige Förderprogramme und Fördermöglichkeiten für Investitionen, als auch für Personal- und Sachkosten, welche im Kapitel ‚Finanzierung‘ auf der Seite 59 beschrieben sind. Gerade für die ersten Jahre lohnt sich der Aufwand, einen Förderantrag zu stellen, da gerade in dieser Zeit die Ausgaben für Investitionen, Veranstaltungen und Betrieb hoch sind.

Ticketing

Mit der Professionalisierung geht der Aufbau eines Online-Ticketsystems einher. Dies erleichtert den Gästen die Buchung und das Bezahlen von Eintrittskarten und kann heutzutage als ein ‚Muss‘ angesehen werden. Wichtig für den Veranstalter ist die Reduzierung des oft erheblichen, administrativen Aufwands des Ticketing. Servicefunktionen, wie unterschiedliche Preiskategorien, Saalplan mit Sitzplätzen, Rückabwicklung und das Bezahlen per PayPal, Kreditkarten, etc. gehören dazu. Gerade der Verkauf von Karten im Vorverkauf, helfen den Veranstaltungsabend besser zu planen, insbesondere hinsichtlich notwendiger Bestuhlung und der Bevorratung von Speisen und Getränken. Eine Abendkasse sollte selbstverständlich weiterhin betrieben werden.

Es gibt heute zahlreiche Ticketportale. Die meisten bieten spezielle Lösungen für kleinere Veranstaltungsorte. Beachte, dass alle Ticketportale von der Ticketgebühr, den Servicegebühren (Rückabwicklung) und Vorverkaufsgebühren leben. Diese betragen teilweise über 20 %, wenn die Zahlung über das

Ticketportal abgewickelt werden soll. Es sollte daher genau geprüft werden, welches System dem eigenen Bedarf am besten entspricht. Viele angebotene Serviceleistungen sind oft nicht notwendig. Andere, wie die Rückabwicklung von Veranstaltungen bei Ausfall, oft sehr kostspielig und aufwändig.

Die Entscheidung, welches Ticketssystem verwendet wird, ist häufig eine Entscheidung für mehrere Jahre, da das Ticketsystem in die eigene Website eingebaut werden muss. Prüfe, ob es eventuell lokale Lösungen gibt und spreche mit Kollegen, welche Erfahrung sie mit den Ticketportalen gesammelt haben.

Achtung: Häufig wird die Gage des Künstlers oder die Lizenzgebühr nach dem Eintritt berechnet. Überprüfe, ob dies die Kosten für das Ticketsystem beinhalten. Erhält der Künstler 70 % vom Eintritt, und musst du 20 % des Eintritts an das Ticketsystem bezahlen, bleiben für dich gerade 10 %.

Vorhang auf: Booking

Das sollte so früh wie möglich erfolgen. Oft ist ein Vorlauf von einem Jahr erforderlich. Die Mindesthonorarempfehlungen liegen heute bei 250 bis 500 Euro pro Auftritt und sollten nicht unterschritten werden. Für bekanntere Künstler muss mit 500 bis 1.000 Euro Mindestgage gerechnet werden, bei sehr bekannten Künstlern und Bands kann diese deutlich drüber liegen. Branchenüblich ist eine Umsatzbeteiligung von 70/30 der Eintrittseinnahmen, sollte die Mindestgage überschritten werden (70 % des Eintritts für die Künstler). Das Booking erfolgt in der Regel über Agenturen oder über Internetplattformen.

Tontechnik

Gerade zu Beginn kann den Veranstalter die Vielfalt der Tontechnik ‚erschlagen‘. Hier sollte man sehr realistisch sein.

Kleine Auftritte (Lesungen, Comedy, Singer-Songwriter) kann man – um Kosten zu sparen – zusammen mit den Auftretenden gestemmt bekommen. Die notwendige Basisausrüstung besteht aus einem kleinen Mischpult (mit mindestens 6 Kanälen und USB- Anschluss), 2 Aktivboxen, 3 Mikrofonen (z. B. SM58), sowie Mikrofon- und Boxenständer. Für die bühnen- und szenentechnische Einrichtung personalstarker Bands wird ein erfahrener Tontechniker und entsprechendes Equipment erforderlich. Die Kosten des Tontechnikers und die Leihgebühr für das Equipment kann schnell die Kosten für die Band überschreiten (Vergleich: Kapitel ‚Mindeststandards für Veranstaltungstechnik‘, S. 109).

Lichttechnik

Eine an die örtlichen Gegebenheiten angepasste Lichtanlage muss in der Regel seitens des Veranstalters gestellt und bedient werden. Die Beleuchtung ist elementarer Bestandteil der Veranstaltungstechnik. Die richtige Beleuchtung kann die Stimmung sehr beeinflussen und eine Atmosphäre schaffen, die das Erlebnis für die Gäste steigert. Da oft die Kapazität der Stromversorgung limitiert ist, sollte auf LED-Technologie zurückgegriffen werden. Bei der Einrichtung der Bühne sollte nach Möglichkeit auf eine Traversenkonstruktion zurückgegriffen werden, die optisch und funktional überzeugt. Das Flair großer Bühnen. Als Basisausrüstung sind 6 Multi Colour LED-Scheinwerfer mit kleinem Mischpult ausreichend.

Weitere Infos über Lichttechnik kann dem Kapitel ‚Mindeststandards für Veranstaltungstechnik‘ auf der S. 109 entnommen werden.

Bühnenanweisung oder Technical Rider (Tech Rider, Stage Rider)

Der Tech Rider ist entweder die Info des Veranstalters an den Auftretenden, wie es mit seiner Ausstattung beschaffen ist (Aufbau der Bühne, vorhandene Tontechnik, vorhandene Lichttechnik), oder die Info der Auftretenden an den Veranstalter, was auf der Bühne benötigt wird, welche Instrumente verwendet werden, was es zu beachten gibt. Oft prallen zwei unterschiedliche Welten aufeinander: Die häufig beschränkte Technik des Veranstalters und die ‚Wunschliste‘ des/der Auftretenden. Da der Tech-Rider in der Regel Bestandteil des Gastspielvertrags ist, sollte dieser ernst genommen werden. Oft kann auf besondere Wünsche verzichtet werden, können Kompromisse gefunden werden, beziehungsweise kann der Auftretende die notwendige Technik selbst mitbringen. Neben dem Tech Rider gibt es häufig noch den Catering Rider. In diesem findet der Veranstalter die Wünsche hinsichtlich Verpflegung und Getränke für den/die Auftretenden.

Merchandising

Der Verkauf von Büchern, CDs, Postern, T-Shirts etc. stellt eine willkommene Zusatzeinnahme für die Künstler dar, und signiertes Merchandise ist eine willkommene Aktion für die Gäste. Es sollte abgestimmt werden, ob ein kleiner Verkaufstand aufgebaut werden soll und ob Hilfe beim Verkauf benötigt wird.

Eigenes Kino oder Kooperation? Wer träumt nicht davon sein eigenes, kleines (Open-Air-) Kino zu betreiben? Das Aufführen von Filmen ist jedoch stark reglementiert. Die Verleihfirmen besitzen das alleinige Wiedergaberecht, und eine öffentliche Wiedergabe von Filmen ist nur mit ausdrücklicher Erlaubnis des Rechteinhabers möglich (Lizenz mit Terminbestätigung). Die Kosten für eine Aufführung betragen 40 – 60 % des eingespielten Eintrittspreises, bei einer Mindestgarantie von 65 bis unter 250 Euro pro Aufführung. Teilweise werden sogar keine Rechte an kleine Veranstalter oder für Open-Air-Kino vergeben. Die Identifizierung des Rechteinhabers kann über dem Verband der Filmverleiher e. V. (VdF) erfolgen.

Hinzu kommen die Kosten für den Filmträger, der in der Regel selbst organisiert werden muss (DVD-, Blue Ray Player). Beachte, dass die Filmvorführung bei der GEMA gemeldet werden muss und rechne mit Kosten von ca. 30 Euro brutto für kleine Filmvorführungen. Zusammen mit der Lizenz und dem Filmträger liegen die Fixkosten pro Vorführung zwischen 120 und 300 Euro. Hinzu kommen die Investitionskosten für Technik, Betriebskosten und Personal.

Zum Erhalt einer Lizenz/Terminbestätigung ist eine Leinwandnummer erforderlich. Um diese zu erhalten, ist eine Anmeldung der Betriebsstätte als Kinobetreiber

bei der FFA (Filmförderungsanstalt) notwendig. Diese stellen die Betreiber-Nummer aus. Ist ein Open-Air-Kino geplant, muss zusätzlich noch der Open-Air-Status (OA) beim VdF beantragt werden. Bitte beachten, dass nur für den Eintritt zertifizierte Eintrittskarten (Eintrittskarten mit dem SPIO-Siegel) verwendet werden dürfen. Diese Kinoeintrittskarten wiederum dürfen nur von offiziellen Verlagsdruckereien produziert werden (Liste über den VdF erhältlich).

Betrachtet man die administrativen und technischen Anforderungen, und werden nur einige Filme pro Jahr gezeigt, ist schnell ersichtlich, dass sich das nicht ‚rechnet‘, und die Eintritte nur selten den Selbstkostenpreis decken. In diesem Fall kann man jedoch mit mobilen Filmvorführern, wie z. B. dem ‚Mobilen Kino Uckermark‘ (MKU) oder dem ‚Wanderkino Brandenburg‘, kooperieren.

Attraktive Alternative: Das Projekt Dorfkino einfach machbar

Das Projekt ‚Dorfkino einfach machbar‘ bringt Qualitätskino aufs Land und bietet damit eine Alternative zum kommerziellen Popcornkino. Der Träger hinter dem Projekt ist der Filmklub Güstrow. Verschiedene Kulturorte werden in einem sogenannten ‚Abspielring‘ zusammengefasst, wodurch Kosten gemeinsam getragen, Risiken minimiert und Filmprogramme

selbst in entlegenen Spielstätten mit geringen Zuschauerzahlen umgesetzt werden können. Voraussetzung für das Entstehen eines ‚Abspielringes‘ ist das Festlegen von drei Spielstätten auf einen Film.

Die notwendige Administration erfolgt zentral. Insbesondere die sonst mühsame Verhandlung mit den Rechteinhabern wird seitens des Trägers durchgeführt. Die Auswahl der Filme erfolgt seitens des ‚Dritten Ortes‘ online über eine Buchungsplattform, wo eine große, aktuelle und qualitativ hochwertige Auswahl von verfügbaren Filmen angezeigt wird. Nach der Buchung können Filmplakate geordert werden, sofern verfügbar. Einige Tage vor der Filmvorführung werden der Film und gegebenenfalls die zertifizierten SPIO-Karten zugesandt. Spätestens jetzt hat die GEMA-Anmeldung durch den ‚Dritten Ort‘ zu erfolgen. Nach der Filmvorführung wird der Film weiterversendet und die Besucherzahlen werden für die Abrechnung gemeldet. Nach der Zahlung der Rechnung ist der Vorgang abgeschlossen. Für den filmbegeisterten ‚Dritten Ort‘ ergibt sich hierdurch die Möglichkeit von hohen Zeit- und Kostenersparnissen. Film ab!

Notwendige Technik

Die Technik für eine kleine Kinovorführung besteht aus der Leinwand, dem Videoprojektor (Beamer), dem Abspielgerät (Blu

Ray-/DVD Player) sowie der Basis-Ton-technik (Aktivboxen mit kleinem Mischpult). Bei der Vorführung wird nach Front- (Beamer vor der Leinwand) oder Rück-Projektion (Beamer hinter der Leinwand) unterschieden. Die Rückprojektion hat den Vorteil der geringeren Störschallentwicklung (z. B. Lüfter des Beamers) und keine Störung des Strahlengangs durch Zuschauer. Außerdem ist ein Rückprojektionssystem unempfindlicher gegen Umgebungslicht. Er benötigt jedoch Platz hinter der Leinwand.

Für den Beamer wird eine Leuchstärke von über 4.000 Lumen benötigt. Die Kosten, mit mobiler Leinwand, Beamer und Abspielgerät belaufen sich auf rund 3.000 bis 5.000 Euro, je nach gewähltem Beamer-Typ (Kurzstanz, Laser etc.) und Leinwandgröße. Zu beachten ist, dass es möglich sein muss, das Abspielgerät mit dem Mischpult zu verbinden.

Eine besondere Herausforderung stellen Open-Air-Filmvorführungen durch die geforderte Nachtruhe (22:00 Uhr) dar. Die Investitionskosten für Tageslichtprojektoren oder LED-Leinwänden liegen im fünfstelligen Bereich und kommen daher nicht in Frage, bzw. müssten teuer gemietet werden. Will man bereits in der Dämmerung Filme vorführen, sollte die Rückprojektion mit verdunkeltem Strahlengang verwendet werden. So können Filme bereits Anfang/Mitte August ab ca. 20:30 Uhr gezeigt werden.

Partizipative Angebote

Ein oft gesehenes Phänomen bei Veranstaltungen: Kaum ist diese vorbei, schon sind alle Gäste verschwunden. Dies muss nicht unbedingt negativ sein. Gerade nach einer anstrengenden Veranstaltung wird man sich freuen, wenn man früh mit dem Abbau beginnen kann. Grundsätzlich geht es aber bei einem ‚Dritten Ort‘ darum, Menschen miteinander in Kontakt zu bringen. Gemeinsames Arbeiten und Erlebnisse sind erprobte Wege, um mögliche Barrieren abzubauen.

Workshops

In einem Workshop oder Kurs arbeitet eine kleine Gruppe von Gästen mit begrenzter Zeitdauer intensiv an einem meist praxisorientierten Thema. Der Vielfalt sind keine Grenzen gesetzt. Workshops und Kurse können künstlerisch, kunsthandwerklich oder handwerklich geprägt sein. Von Makramee bis zu Dot-Painting, alles ist möglich. Wenn der Workshop oder Kurs noch einen direkten Bezug zum ‚Dritten Ort‘ hat – um so besser. Ein Beispiel könnte das gemeinsame Sammeln von Früchten und deren Verarbeitung zu Fruchtaufstrichen sein.

Die Aufgabe des ‚Dritten Ortes‘ besteht in der Identifizierung von interessanten Themen und Workshopleitenden,

der Bereitstellung der Infrastruktur und der Bewerbung des Workshops, des Kurses. Da bei Workshops (wie auch Schnupperkursen) kein ungewöhnlich hoher Lärm oder sonstige Belästigungen für die Nachbarschaft entstehen, müssen diese in der Regel nicht als öffentliche Veranstaltung beim Ordnungsamt gemeldet werden.

Schnupperkurse

Was man nicht schon alles machen wollte: Yoga, Meditation, Stand-Up-Paddling ausprobieren, mal Seifen selbst herstellen, etc. Häufig ist die Barriere, sich gleich langfristig für einen Kurs anzumelden, hoch.

Wie auch bei Workshops fällt dem ‚Dritten Ort‘ die Aufgabe zu, solche Kurse zu organisieren. Häufig kommen aus den Reihen der Gäste selbst Wünsche nach möglichen Schnupperkursen. Auch sollte ein partizipativer Ansatz gewählt werden, und die Gäste werden z. B. über den Newsletter aktiv aufgefordert, Vorschläge für Schnupperkurse zu unterbreiten. Zwischen ‚Drittem Ort‘ und Kursleiter ergibt sich eine win-win Situation: Der Kursleiter kann aktiv Interessenten für seine regulären Kurse gewinnen. Der ‚Dritte Ort‘ gewinnt an Attraktivität.

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
→ www.impuls-brandenburg.de

BreglOnal GmbH
Am Kanal 16, 16766 Kremmen
→ info@bregional.de
→ 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

Druck

Druckhaus Sportflieger
→ 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



LAND
BRANDENBURG

Ministerium für Wissenschaft,
Forschung und Kultur