

# HOCHSCHULZERTIFIKAT

**Hochschulzertifikat**  
Festivalmanagement

**Modul:**  
Festivalmanagement

**Studienheft:**  
Festivalmanagement

**Autoren:**  
Mag. Gabriele Augsbach  
Prof. Dr. Matthias Johannes Bauer  
Tom Naber M.A.

# Kapitel 3

## 3. Festivals

- 3.1 Begriffsbestimmung und Einordnung
- 3.2 Konzept und Planung
- 3.3 Festivaldesign und Dramaturgie
  - 3.3.1 Storytelling
  - 3.3.2 Storyline
  - 3.3.3 Szenografie, Dramaturgie, Inszenierung
- 3.4 Veranstaltungsort und Location
- 3.5 Beleuchtungs- und Medientechnik
- 3.6 Tontechnik und Live-Mix
- 3.7 Musik- und Künstlermanagement und Booking
- 3.8 Gewerke und Logistik
- 3.9 Sponsoring
- 3.10 Rechtliche Aspekte
  - 3.10.1 Veranstalterpflichten
  - 3.10.2 Sicherheitskonzept



### Lernorientierung

Nach Bearbeitung dieses Kapitels sind Sie in der Lage,

- Entertainmentkonzepte und Festivalsdesigns zu konfigurieren;
- Licht- und Beleuchtungstechniken zu projektieren;
- die Besonderheiten der Tontechnik und eines Livemitschnitts zu benennen;
- das Musik- und Künstlermanagement durchzuführen;
- die rechtlich relevanten Aspekte im Zusammenhang mit der Organisation und Durchführung von Festivals zu kennen.

## 3.1 Begriffsbestimmung und Einordnung

**Definition** Auf der Suche nach einer geeigneten Definition für den Begriff **Festival** begegnen uns in der Literatur vielzählige Beschreibungen. Klar ist vor allem, dass der englische Begriff längst ins Neudeutsche übertragen wurde und keine Übersetzung mehr in „Fest“, „Festtag“ oder „Festspiel“ benötigt.

Interessant ist ein Blick ins englische Wörterbuch. Hier werden Festivals „as an organized set of special events“ beschrieben (vgl. Cambridge Dictionary) mit der Nennung von Festivalarten, wie Musikkonzerte oder religiöse Events/Festivals.

Ein Blick in die deutschsprachige betriebs- oder wirtschaftswissenschaftliche Literatur lässt ebenfalls keine eigene Definition des Festivalbegriffs zu. Auch hier fallen Festivals unter den **Eventbegriff** und mit diesem haben wir uns eingehend in Kapitel 1 dieses Studienheftes beschäftigt.

### Was sind also Festivals?

Das Wort **Festival** taucht erst Ende des 20. Jahrhunderts inflationär, meist im Zusammenhang mit großen **Musikveranstaltungen** oder im Bereich **Kulturwissenschaft** und **Film**, auf. Denken Sie dabei nur an das berühmte Filmfestival in Cannes oder auch an die Berlinale in der deutschen Hauptstadt.

Weltweit existieren sogar Festivals, die von **Urlaubsdestinationen** genutzt werden, um ihren Bekanntheitsgrad zu steigern. Das schottische Edinburgh beispielsweise vermarktet sich als eine **Festivalstadt** und lockt mit zahlreichen Festivalangeboten, vom Storytelling Festival, Coffee Festival, Book Festival, Science Festival über ein Royal Military Tattoo Festival bis hin zum Jazz und Blues Festival (vgl. EDINBURGH FESTIVAL CITY, N.D.).

Fazit: Der Begriff „Festival“ wird vielseitig eingesetzt und klar ist, dass es sich dabei um eine **besondere** Veranstaltung handelt.

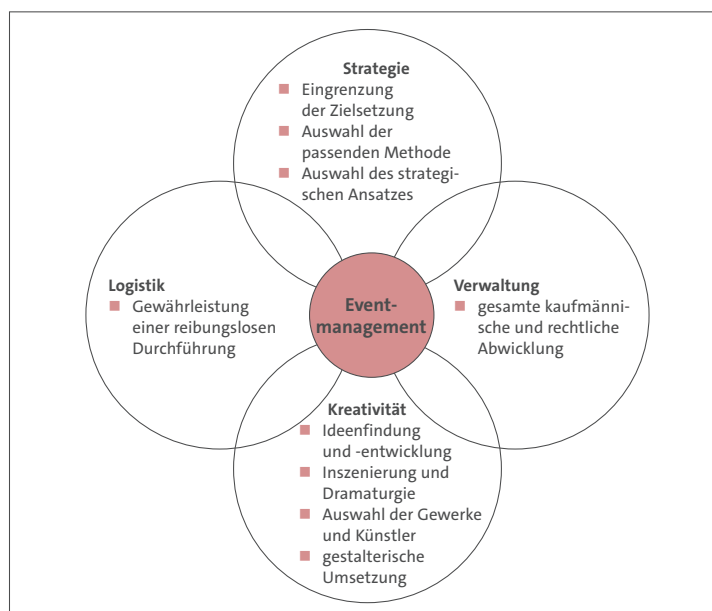
### 3.2 Konzept und Planung

Um eine **strategische Planung** und **operative Umsetzung** eines Festivals durchführen zu können, sollten wir die Erkenntnisse und Aufgabengebiete des **Eventmanagements** heranziehen und umsetzen.

#### Aufgabengebiete

Diese Aufgaben sind in vier **Hauptgebiete** zu unterteilen, nämlich in Strategie, Verwaltung, Kreativität und Logistik (vgl. BOBEL 2009, S. 86; HENSCHEL 2004, S. 5).

Sehen wir uns dazu folgende Abbildung an:



**Abb. 10** Aufgabengebiete des Eventmanagements  
(BOBEL 2009, S. 86 in Anlehnung an HENSCHEL 2004, S. 5)



Wenn Sie diese Abbildung genauer betrachten, werden Sie feststellen, dass außer einer **Strategie** noch drei weitere Hauptgebiete des Eventmanagements existieren. Neben der gesamten kaufmännischen und rechtlichen Abwicklung (**Verwaltung**) und der Gewährleistung einer reibungslosen Durchführung (**Logistik**) sind vor allem die **kreative** Ideenfindung, Inszenierung, die Auswahl der Gewerke und Künstler und die gestalterische Umsetzung des Events von besonderer Bedeutung.

Lassen Sie uns nun einige der **strategischen Elemente** etwas genauer ansehen, bevor wir in das **Thema Festivaldesign** einsteigen.

**Zielsetzung** Im Rahmen des Strategieprozesses ist eine Eingrenzung der Zielsetzung von großer Bedeutung. Eine genaue **Zieldefinition** ist deswegen wichtig, weil Ungenauigkeiten zur Zielverfehlung führen und somit das gesamte Projekt infrage stellen können. In die Zieldefinition sollten alle Projektteilnehmer einbezogen werden.

#### Praxisbeispiel

##### Das n.a.t.u.r. Festival des Bochumer Viktoria.Quartier

Mit dem Festival n.a.t.u.r. möchten wir Dich für das Viktoria.Quartier und seine lebendige Kunst- & Kultur-Szene begeistern. Wir wollen die Vielfalt unseres Bezirkes zeigen und gerade jungen Künstlern eine Plattform bieten, ihre Projekte zu präsentieren.

Bei den Events kannst Du Dich mit Künstlern, Aktivisten, Initiativen und Vereinen austauschen. Dieses kreative Netz soll Inspiration und Denkanstöße für alle Seiten bieten (festival-natur 2015).

**Zieldefinition** In der internen Unternehmenskommunikation und in der Kommunikation mit Projektpartnern ist es wichtig, **Zieldefinitionen** tiefergehend zu gestalten. Dabei sollten vor allem **Zielgrade geklärt** und **Missverständnisse** ausgeräumt werden.

Ziele können quantitativ und/oder qualitativ sein. Eine weitere Unterscheidung kann anhand der Wichtigkeit von Zielen vorgenommen werden. Danach lassen sich Haupt-, Neben- und Unterziele nennen, oder auch Kann- oder Mussziele. Denken Sie auch im Zusammenhang mit Zielen immer an die SMART-Formel: spezifisch, messbar, angemessen, realistisch, terminiert.

Bei der Festivalplanung handelt es sich um eine Projektplanung. Daher sind die Erkenntnisse des **Projektmanagements** heranzuziehen.

Jedes Projekt ist **einmalig, zielorientiert und zeitlich befristet** und wird durch eine **Idee** ausgelöst. **Idee**

Ideen sind jedoch zunächst meist vage formuliert und erfordern die nächsten Einzelschritte. Daher gilt die Devise: Um Chaos, Zeitverlust und unnötige Kosten bei der Festivalplanung zu vermeiden, ist es ratsam, im Vorfeld ein stichfestes **Konzept** und einen **Projektplan** zu verfassen.

#### Merke

Kernmerkmale von Projekten sind Einmaligkeit, Zielorientierung und zeitliche Befristung.

Wenn wir wieder an unser geplantes **Festival** denken, so können wir die Planung, Durchführung und Kontrolle auch in **drei Phasen** einteilen, dieses sind nach BOBEL (2009, S. 83 f.) die folgenden:

#### Phase 1 – Der Vorlauf

Diese Phase umfasst die Planung und Vorbereitung des Festivals. Diese ist eine zeitintensive Phase und beinhaltet planerische und organisatorische Aktivitäten. Dazu gehört auch eine strategisch-kreative Ideenfindung inklusive einer Konzepterstellung. Diese Phase beinhaltet die Schaffung temporärer, organisatorischer Strukturen, wie z. B. die Bildung von Teams und die Aufgabenverteilung.

**Vorlaufphase**

Auch eine erste operative Umsetzungsplanung kann hier bereits stattfinden (z. B. Ablaufplanung, Umsetzungsplanung). Zudem werden in dieser Phase alle benötigten, externen Produktionsfaktoren berücksichtigt (Zusammenarbeiten mit externen Dienstleistern, Lieferanten etc.).

#### Phase 2 – Das Event

Diese Phase betrifft das Event selbst. Hier findet man die Endkombination aller aktivierten Produktionsfaktoren mit dem externen Faktor.

**Hauptphase**

#### Phase 3 – Der Nachlauf

Auswertung und Aktivierung (Rechnungserstellung, Geldflüsse)

**Nachlaufphase**

#### Denkanstoß

Was denken Sie, in welche Phasen man ein Event noch einteilen könnte?



Die Autoren DIENEL/SCHMITHALS (2004, S. 55 f.) teilen ein Event bzw. Festival in folgende **Planungsphasen** ein:

**Machbarkeitsphase: Chancen und Risiken einer Idee**

- Idee, Location und Sicherheit
- Markt und Umfeld
- Entscheidungsträger, Status und Finanzierbarkeit

**Planungs- und Genehmigungsphase: Das realistische Konzept und die Rahmenplanung des Events**

- Ausgangslage, Veranstaltungsziele, Vorbereitungsrunde
- Wahl der Eventagentur und Planungsorganisation
- Szenarios und Eingrenzen von Eckdaten, insbes. Teilnehmerprognose
- Finanzierung, Versicherungen und andere Rahmenbedingungen
- Akteure und ihre Genehmigungen
- Verkehrs- bzw. Anfahrtsplanung
- Sicherheit: Fluchtzonen, Szenarios und denkbare Störfälle
- Belastungen des Umfelds (z. B. Anwohner)
- Ablaufplan, Reserven
- Probeläufe, Korrekturen
- Begehung des Veranstaltungsortes

**Durchführungsphase:**

- Umsetzung des Konzepts

**Ergebnis- oder Nachbereitungsphase:**

- Manöverkritik
- Wirkungsabschätzung
- Kontrolle
- Auswertung

Dieser Kapitelabschnitt hat uns nun einen kurzen Einblick in die Hauptgebiete der Event- bzw. Festivalplanung verschafft.

Wichtig war hierbei, dass Sie Folgendes mitnehmen: Setzen Sie hinter Ihre Idee eine **Zielformulierung, kommunizieren** Sie diese an alle Projektpartner oder binden Sie sie von vornherein mit ein, und ganz wichtig: Verwenden Sie die Erkenntnisse aus dem **Projektmanagement** für die Planung, Durchführung und Kontrolle Ihres Events/Festivals.

### 3.3 Festivaldesign und Dramaturgie

Denken Sie bitte nochmals an die **vier Hauptgebiete** des Eventmanagements aus Abb. 10 „Aufgabengebiete des Eventmanagements“ (Strategie, Verwaltung, Logistik und Kreativität) und lassen Sie uns nun im Folgenden genauer auf die Kreativität, im Speziellen auf das Festivaldesign und die Dramaturgie, eingehen.

QV

Wenn wir von **Design** im Zusammenhang mit Events bzw. Festivals sprechen, so ist mit diesem Begriff ein Konzept gemeint, wie ein Event bzw. Festival aussehen soll. Und damit sind **gestalterische Optionen** wie Location, Story, Szenografie, Dramaturgie, Design und Projektion gemeint.

Gestalterische  
Optionen

In diesem Zusammenhang taucht immer wieder der Begriff **Experience Design** auf, bei dem sich „Veranstaltungsdesigner“ mit allen Erfahrungen und Erlebnissen beschäftigen, die sich konsequent an der Zielgruppe orientieren. Das bedeutet, dass alle Ideen – und zwar wirklich alle – auf die Zielgruppe zugeschnitten werden, um deren **Bedürfnisse** zu befriedigen.

Somit lautet die Kernfrage, wie man als Veranstalter dieses Design plant und umsetzt. Dabei stehen kreative Ideen von Menschen im Mittelpunkt, die meist aus ganz unterschiedlichen Fachgebieten wie z. B. Theater, Film, Architektur, Design, Marketing kommen und ihre kreativen Ideen zum strategischen Ansatz der Kundenzentrierung verknüpfen (vgl. GERMAN CONVENTION BUREAU, N.D.).

#### Denkanstoß

Was denken Sie, welche speziellen Fragen sich dahinter verstecken könnten?

Jetzt sind wir wieder an einem Punkt (vgl. Kapitelabschnitt 1.2 „Ziele und Zielgruppen“), an dem wir unterscheiden müssen, **warum** das Festival überhaupt veranstaltet wird und welche Strategie sich dahinter verbirgt.

QV

Sie erinnern sich: Events/Festival können aus verschiedenen Gründen veranstaltet werden, nämlich zum **Selbstzweck** oder als **Marketing- bzw. Kommunikationsinstrument** zur Verwirklichung von unternehmerischen Zielen/Marketingzielen oder sogar aus beiden Gründen gleichzeitig.

