

How-To Dritter Ort

→ **Das Handbuch**





Dieses Kompendium richtet sich an alle, die sich für die Schaffung von ‚Dritten Orten‘ interessieren – insbesondere an gemeinwohlorientierte Initiativen mit kulturellem Fokus in ländlichen Regionen Brandenburgs und darüber hinaus. Es bietet praxisnahe Expertisen und theoretische Perspektiven von Brandenburger Autor*innen zu nachhaltigen Entwicklungskonzepten für Orte der gesellschaftlichen Teilhabe und Zukunftsgestaltung.

Von Finanzierung und Personalmanagement bis hin zu infrastrukturellen Anforderungen und Nachhaltigkeit – ein klar strukturierter Leitfaden unterstützt bei der Entwicklung von neuen Begegnungsräumen. Ein unverzichtbares Werkzeug für Kulturakteure, nicht nur in Brandenburg.

← Kultur&Beeren, Kremmen
↓ Alte Lebkuchenfabrik, Kremmen





↑ Das Blaue Pferd, Zehdenick



↑ Kultur&Beeren, Kremmen
← Oderbruch Museum, Altranft



↑ Stechlin Institut, Neuroofen
← Das Blaue Pferd, Zehdenick



↑ Fontane Garten, Rauschendorf
← Traumschiff



↑ Quillo, Falkenhagen



↑ Kultur&Beeren, Kremmen
← Fontane Garten, Rauschendorf



↑ Quillo, Falkenhagen

Inhalt

Intro

- 20 Vorwort
- 22 Editorial

„Dritter Ort“ – Diskurs zum sozial-räumlichen Phänomen

- 26 Ländliche Entwicklung, gemeinsamer Raumbezug und die Idee des ‚Dritten Ortes‘
- 33 Wie Soziokultur ‚Dritte Orte‘ schafft

Auf dem Weg – Interviews mit ‚Dritten Orten‘ im Landkreis Oberhavel

- 38 „Heute bin ich selbst ein Zugezogener.“
- 40 Fontane Garten Rauschendorf – vom Privatgarten zur Begegnungsstätte im Grünen
- 43 Spielräume eines Vierseitenhofs
- 49 Welt & Wald
- 50 „Wir sind mitten in der Corona Pandemie gestartet...“

„Dritte Orte“ – ein Komplexes Phänomen mit sich überlagernden ökonomischen, sozio-kulturellen, technischen und rechtlichen Dimensionen

Ökonomische Dimensionen

- 54 Konzept und Projektplan
- 56 Rechtsformen
- 59 Finanzierung
- 63 Personalmanagement und Teamaufbau
- 67 Infrastrukturelle Voraussetzungen
- 71 Kommunikation und Marketing
- 76 GEMA, KSA, Ausländersteuer, Vergnügungssteuer
- 79 Die drei wesentlichen Versicherungen für eine Veranstaltung
- 80 Veranstaltungssicherheit

Sozio-kulturelle Dimensionen

- 86 Das Oderbruch Museum Altranft als ‚Dritter Ort‘ für eine Landschaft
- 91 Gelingensbedingungen Kultureller Bildung in den ländlichen Räumen Brandenburgs – Vom ‚Hangout Place‘ zur aktiven Teilnahme
- 93 Unten am Fluss – ein schwimmendes Theater als Ort der Begegnung
- 98 Ensemble und Hof Quillo in Falkenhagen
- 100 Kunst trifft auf ländlichen Raum: LandKunstLeben in Steinhöfel
- 104 Die Kultur der Nachhaltigkeit: Stechlin Institut in Neuroofen

Technische Dimensionen

- 109 Mindeststandards für Veranstaltungstechnik

Rechtliche Dimensionen

- 115 Das Bauchrecht und die Freizeitlärm-Richtlinie

Leitfaden

- 122 Ein Wegweiser für (Gründer und) Entwickler ‚Dritter Orte‘
- 124 Die ersten Schritte
- 129 Laufen lernen
- 133 Die nächsten Herausforderungen
- 136 Film ab!
- 138 Partizipative Angebote

Outro

- 142 Bildverzeichnis
- 143 Impressum

Liebe Leserinnen und Leser, liebe Mitglieder des ImPuls Brandenburg e. V.,

was haben Cafés und Clubs, Museen und Bibliotheken, aber auch leerstehende Ladenlokale und verlassene Dorf-kneipen miteinander zu tun? Nun, sie sind ‚Dritte Orte‘ – oder könnten es werden. Orte, die weder unser Zuhause noch unser Arbeitsplatz sind. Aber Orte, an denen wir uns begegnen und austauschen, Ideen voranbringen und Pläne schmieden, die wir mit bürgerschaftlichem Engagement gestalten können.

Wie erfolgreich und gemeinsam ‚Dritte Orte‘ gestaltet werden können, dazu gibt dieses Handbuch großartige Empfehlungen und spannende Tipps. Ich bin sicher: Diese Publikation wird dazu beitragen, die Kultur in unserem Land weiter zu stärken.

Und das ist wichtig: Denn Kultur benötigen wir wie die Luft zum Atmen. Kultur ermöglicht gesellschaftliche Begegnungen, schafft Zusammenhalt und trägt zur (Weiter-)Entwicklung von Lebensräumen bei. Insbesondere in den dünn besiedelten Gegenden unseres Landes ist es wichtig, niedrighschwellige Orte der Begegnung und Gemeinschaft für Einheimische, Rückkehrer und Zugezogene zu schaffen. Kulturorte können diese lebendigen Treffpunkte des Austausches und Mitgestaltens sein.

Diese Orte finden sich zudem in vielerlei soziokulturel-

len Formen – von der temporären Initiative bis zum ‚Anker‘ für die künstlerische Szene. Die Formate sind so vielfältig wie die Bedürfnisse der Menschen, sich auszudrücken, einzumischen, zu gestalten, sich zu bewegen. Ausgehend von alltäglichen Fragen und Aufgaben des gemeinschaftlichen Zusammenseins werden mit künstlerischen und kulturellen Mitteln Anregungen und Antworten entwickelt.

Unser Brandenburger Kulturministerium hat sich daher in seiner neuen Kulturpolitischen Strategie Brandenburgs das Ziel gesetzt, kulturelle Teilhabe in allen Regionen zu stärken. Mit den Regionalen Kulturellen Ankerpunkten im ländlichen Raum haben wir im Jahr 2021 ein komplett auf die Kulturentwicklung im ländlichen Raum gerichtetes, bundesweit einmaliges Förderprogramm aufgelegt. Gestärkt werden bestehende Einrichtungen und Akteure der Kultur vor Ort, damit sie sichtbarer werden, sich weiterentwickeln und mit lokalen ehrenamtlichen und zivilgesellschaftlichen Akteuren vernetzen können.

Das Handbuch ist eine großartige Ergänzung dieser Entwicklung. Und ich freue mich, dass unter den Autorinnen und Autoren dieses Handbuchs viele Initiativen, Einrichtungen und Akteure vertreten sind, die unser Kulturministerium seit Jahren in ihrer Arbeit unterstützt.

In diesem Sinne: Ich wünsche Ihnen eine inspirierende Lektüre! Und viel Spaß beim Gestalten ‚Dritter Orte‘!

Ihre Manja Schüle

Ministerin für Wissenschaft, Forschung
und Kultur des Landes Brandenburg

„Die Reise ging durch die Mark – also gibt es davon nichts zu erzählen.“¹

Als Herausgeber dieses Handbuchs, das dem Phänomen ‚Dritter Ort‘ im Brandenburgischen analytisch zu Leibe rückt, wollen wir Gegenteiliges bezeugen.

Dieses Handbuch versammelt Texte verschiedener Autorinnen und Autoren mit unterschiedlichen Zugängen und Herangehensweisen bezüglich ‚Dritter Orte‘. Es versteht sich als Diskussionsbeitrag, Nachschlagewerk und Ratgeber in Einem. Ein ‚stay of play‘ im Brandenburgischen, eine unabgeschlossene Suchbewegung nach Gelingensfaktoren, und auch eine Werbung für ‚Anderwelt‘, multiperspektivisch und streitbar. Ein Ort, der die Hoffnung auf Veränderung, für eine lebenswerte Zukunft, wenn schon nicht unmittelbar einlöst, zumindest wachhält.

Dabei gehen wir unter anderem der Frage nach, ob und unter welchen Voraussetzungen ein in die Jahre gekommenes stadtsoziologisches Konzept namens ‚Dritter Ort‘ momentan als ‚Rahmung‘ für nahezu alle, sich immer weiter ausdifferenzierenden, vielfältiger werdenden Praxen im Kulturellen taugt.

Gegenwärtig beobachten wir eine metastasierende Verwendung des Begriffs ‚Dritter Ort‘ für im Kern kulturell geprägte Orte, wo auf die zentrale Frage aller Kultur – wie wir heute und in Zukunft leben (und arbeiten) wollen – nach Antworten gesucht werden kann.

Birgt die Übernutzung des Konzepts

nicht auch die Gefahr, es zu verschleißen? Fördert es dort, wo es umgesetzt wird, tatsächlich zivilgesellschaftliches Engagement und eine sozialräumliche Resilienz angesichts komplexer lokaler, regionaler und globaler Herausforderungen? Warum genügt es nicht, Projekte und Formate vorzuhalten, die sich im unterhaltsamen Zeitvertreib erschöpfen und ein alltagsgestresstes Publikum mit Harmonien bei Laune halten? Taugen Kunst und Kultur als Medium, um Ansprüche an die Gesellschaft zu verhandeln? Und welche Rolle spielt dabei eine voraussetzungsarme, zugängliche, partizipative, die Fantasie nicht abwürgende und gerade deshalb demokratische Form?

Fragen, denen wir in diesem Sammelwerk nicht ausweichen, ohne dabei Endgültiges zu behaupten. Es wird immer mehr Fragen als Antworten geben.

Vordergründig geht es in diesem Sammelwerk um die Bereitstellung von Material für eine nachhaltige Entwicklung ‚Dritter Orte‘ mit deutlich kultureller Programmatik. Sozialräumlich beziehen sich die Diskussionsbeiträge auf den ländlichen Raum Brandenburgs, auf die Experten hier handelnder Akteure, so disparat sich ‚Räume‘ je nach geografischer Lage, sozio-ökonomischer Verfasstheit, demografischer Entwicklung und (kultur-)historischer Verortung auch darstellen.

Kulturarbeit ist hier wenig institutionalisiert und aufgrund fehlender Haus-

haltungsmittel in den ländlichen Gemeinden oft auf die persönliche Eigeninitiative und Verantwortungsbereitschaft Einzelner angewiesen. Gerade in ländlichen Räumen ist deshalb das private Engagement, überwiegend aus intrinsischen Motiven heraus, ein prägendes Merkmal für die Etablierung von Kulturräumen, die durchaus das Potenzial haben, als ‚Dritter Ort‘ in ihren Gemeinden angenommen zu werden. Deshalb richtet sich dieses Handbuch an ‚gemeinwohlorientierte Unternehmungen‘², unabhängig davon, ob sie einen Gemeinnützigkeitsstatus anstreben bzw. bereits erworben haben. Auf die Frage nach den förderrechtlichen Konsequenzen wird im Handbuch nur einführend eingegangen. Auch deshalb, weil hier gegenwärtig viel Bewegung zu beobachten ist.

Zentrales Thema unserer Analyse ist die Mehrdimensionalität ‚Dritter Orte‘: hier aus methodischen Gründen in vier Bestandteile zerlegt (ökonomische, soziokulturelle, technische und rechtliche Dimension), die im abschließenden Leitfaden für Start-ups und/oder bereits in der Umsetzung befindlichen Projekten wieder verknüpft und durch eine fünfte

Dimension – die der Zeit – ergänzt werden. Das Handbuch wird damit zu einem Werkzeugkasten mit ‚Hirnschrittmachern‘, der zu bestimmten Fachthemen und Prozessabläufen (Basis-)Wissen bereithält, ohne dabei umfassend Rechtsverbindlichkeit garantieren zu können. Inwieweit es dem Anspruch genügt, einen Impuls für die ländliche Entwicklung zur systematischen und nachhaltigen Entwicklung von sich gründenden und/oder bereits bestehenden, ‚gemeinwohlorientierten Einrichtungen‘ hin zu ‚Dritten Orten‘ auszulösen, wird zu evaluieren sein. ImPuls Brandenburg als Fachverband für Soziokultur, Populärmusik und Festivals – Co-Herausgeber dieses Handbuchs – stellt sich dieser Aufgabe, um ‚Dritte Orte‘ in ihrer möglichen Rolle als ‚neue‘ Austausch- und Begegnungsorte auch zukünftig nachhaltig unterstützen zu können.

Unser Dank gilt allen Beteiligten – Autor*innen, Lektor*innen, dem Designer und der Druckerei – für ihr Engagement, das dieses Handbuch ermöglicht hat.

Detlef Franke

¹ Heinrich von Kleist, Brief an Wilhelmine von Zenge vom 01.10.1800 www.projekt-gutenberg.org/kleist/briefe/chap002.html

² Gemeinwohlorientierte Unternehmen sind gemäß Definition der „Social Business Initiative“ der Europäischen Kommission (KOM/2011/0682, Dokument 52011DC0682): „Unternehmen, für die das soziale oder ökologische, gemeinwohlorientierte Ziel Sinn und Zweck ihrer Geschäftstätigkeit darstellt, was sich oft in einem hohen Maße an sozialer Innovation äußert und deren Organisationsstruktur oder Eigentumsverhältnisse dieses Ziel widerspiegeln, da sie auf Prinzipien der Mitbestimmung oder Mitarbeiterbeteiligung basieren oder auf soziale Gerechtigkeit ausgerichtet sind.“

„Dritter Ort“

**Diskurs zum sozial-räumlichen
Phänomen**

Ländliche Entwicklung, gemeinsamer Raumbezug und die Idee des ‚Dritten Ortes‘

Seit 20 Jahren ermuntern wir Menschen aus unterschiedlichsten Bereichen, aus der Land- und Forstwirtschaft, dem Naturschutz, dem Tourismus, der Regionalentwicklung, der Politik und Verwaltung, aus Wissenschaft, Kunst und Kultur, Laien wie Profis, über die Landschaft, in der sie leben und arbeiten, und die sie mit anderen Menschen teilen, zu reden und öffentlich nachzudenken. Wir lassen uns die Praxen der Landschaftsaneignungen und -gestaltungen erklären. Wir fotografieren, dokumentieren und recherchieren historische Bezüge und versuchen dies alles – zunehmend in Kooperation mit Künstlern – in kulturellen und künstlerischen Formen für den gezielten öffentlichen Austausch produktiv zu präsentieren: als temporärer Ausstellungs- und Diskursraum, als Wanderausstellung, als Buch, als Theaterstück, als ästhetische Intervention, als Spiel. Dies alles immer in der Hoffnung, die regionale Selbstbeschreibung der Landschaft zu stärken und der Auseinandersetzung, wie es denn weitergehen sollte mit der Kulturlandschaft, die alle miteinander teilen, Anregungen zu geben.¹ In diesem Zusammenhang haben wir einige Orte kennengelernt, temporär gestiftet oder – wie das Oderbruch Museum Altranft, Werkstatt für ländliche Kultur – auf eine langfristige Perspektive hin konzipiert, mit aufgebaut und ausgerichtet, die vielleicht als sogenannte ‚Dritte Orte‘ beschrieben werden könnten.

Wir sind uns dieser begrifflichen Rahmung nicht sicher, denn diese Orte sind auf ein Thema gerichtet, sie sind aus einer Vielfalt landschaftlichen Wissens heraus strukturiert und wurden gestaltet, um dieses Wissen zu bewegen und zu ergänzen. Es sind keine alltäglichen, informellen, für das Reden über alle möglichen Themen offene Treffpunkte im Sinne von „Hangouts“ oder „a home away from home“, wie sie Ray Oldenburg im Blick hatte, als er den Begriff des ‚Dritten Ortes‘ für all jene ‚neutralen‘ Treffpunkte prägte, die für den Erhalt und die Gestaltung eines vitalen informellen öffentlichen Lebens die Voraussetzung bilden: „... to signify what we have called ‚the core of settings of informal public life‘“²

Wir verfolgen in unserer gesprächsorientierten Arbeit ein ähnliches Ziel: unterschiedlichsten Menschen die Möglichkeit des Austauschs zu geben – über den Raum, in dem sie leben und den sie miteinander teilen. Das spricht für eine Nähe der Ansätze. Gleichwohl macht es einen Unterschied für den Ort selbst, ob dort frei flottierende informelle Gespräche (conversations) oder thematisch ausgerichtete und moderierte Diskussionen (discussions) erwartet und geführt werden, also ein doch eher formeller Austausch von unterschiedlichen Akteuren mit je eigenen Interessen, spezifischem Wissen und ggf. widerstreitenden Positionen stattfinden soll. Dieser Unterschied

reicht von der konzeptionellen Anlage bis in die Atmosphäre, bis in das Ambiente und die Gestalt des Raums, in dem gesprochen wird – und auch ins Selbstverständnis der Gastgeber, die den Raum betreiben. Hier ist es das Lieblingscafé, dort der von einer Ausstellung gerahmte Versammlungsraum. Bestenfalls geht beides zusammen: An Wohl und Wehe ihrer Nachbarschaft interessierte Betreiber ‚Dritter Orte‘ verfügen über Räumlichkeiten, die sie anderen Akteuren temporär für gezielte öffentliche Debatten zur Verfügung stellen. Mit Blick auf die zunehmende Betonung und Bedeutung gruppenspezifischer wie individueller Besonderheiten in Politik und Gesellschaft³ vielleicht eine zu hehre oder gar illusionäre Vorstellung?

Hinzu kommt, dass es Oldenburg nicht in erster Linie um konkrete Dörfer, Städte oder Landschaftsräume, um deren Gegenwart und nähere Zukunft geht, sondern um die alltäglichen Orte zwischen Heim und Arbeit, welche Menschen brauchen, um sich frei, im basalen Sinn intentionslos und spielerisch zu vergemeinschaften, sich als soziale, vielleicht auch wirkmächtige Wesen zu erfahren und zu bestätigen. Wenn von diesen ‚Dritten Orten‘ über den individuellen Austausch hinaus ein wie auch immer gearteter Impuls für und in das Dorf, die Stadt oder die Region ausgeht, dann ist das zu begrüßen. Dies ist ein gesellschaftlicher Mehrwert, der sich einstellen kann, aber nicht muss.

Mit der Betonung von ‚Dritten Orten‘ als „essential to a vitale informal public life“ nimmt Oldenburg Bezug auf ein strukturelles Element, das für das Selbstverständnis bürgerlicher, moderner oder spätmoderner Gesellschaften (wie auch immer wir unsere gegenwärtige Gesellschaft in Deutschland etikettieren wollen) von zentraler Bedeutung ist: Öffentlichkeit. Es sind jene Räume und die zugehörigen Vergesellschaftungsformen sowie die Medien, in denen Menschen im freien

Gespräch ihr Zusammenleben rasonieren, ihren – oft widerstreitenden – politischen Willen bilden und bestenfalls ins gemeinsame Handeln kommen. Ob allen die Handlungsziele verständlich sind oder gar gefallen, steht auf einem anderen Blatt. Dieses gesellschaftlich wichtige Strukturelement, auf dessen europäische Wurzeln in Caféhäusern und Salons etc. Ray Oldenburg fast wehmütig hinweist, hat sich nicht nur gehörig gewandelt, sondern es ist von verschiedenen Seiten unter erheblichen Druck geraten. Die Stichworte hier sind: Verödung der Innenstädte, Gentrifizierung, die Expansion der Dienstleistungsgesellschaft, Konsumzwänge in der Gastronomie und im Kulturbereich als Folge einer expandierenden Kultur- und Freizeitindustrie, soziale Medien als prägende Form von Vergemeinschaftung, eine auf „hochgradig verstaatlichte politische Parteien“⁴ setzende repräsentative Demokratie und eine immer komplexer werdende alltägliche Lebenswelt.⁵

Dennoch oder trotz allem lassen sich viele Orte – auch in Brandenburg – finden, die als ‚Dritte Orte‘ funktionieren oder im Sinne des Konzeptes beschrieben werden können. Denn, mit dem Philosophen Jürgen Habermas gesprochen, um die „kolonisierenden Übergriffe der Systemimperative auf die Bereiche der Lebenswelt“⁶ einzudämmen, treten kollektive Akteure auf den Plan, die ihre lebensweltlich begründeten Ansprüche gegenüber den politischen und ökonomischen Machtstrukturen formulieren und versuchen, ihnen Geltung zu verschaffen sowie sie durchzusetzen. Diese Akteure werden oft unter dem – dank seiner militärischen Grundierung politisch bemerkenswerten – Begriff Zivilgesellschaft zusammengefasst: Kultur- und Freizeitvereine, unabhängige Medien, Bürgerinitiativen, Wählergemeinschaften, Debattierclubs etc. Und diese Akteure können ‚Dritte Orte‘ im Sinne Oldenburgs nicht nur gut gebrauchen, sie brauchen

sie auch. Einerseits, um Gleichgesinnte zu finden und sich als Gruppe zu erfinden und andererseits, um dann auch gemeinsame Arbeitsformen aufrecht zu erhalten. Nicht selten stiften sie dafür selbst einen Ort, der Qualitäten eines ‚Dritten Ortes‘ haben kann. Aus dieser Perspektive sind der alltäglichen Lebenswelt verpflichtete ‚Dritte Orte‘ mehr als eine Frage individueller Lebensqualität. Sie sind im besten Fall Quellen und Werkstätten lebendiger demokratischer Gesellschaften. Die Akteure dort – so sie vom passiven Konsumenten zum aktiven Mitgestalter werden – sind unverzichtbare Gegengewichte zur ökonomischen und administrativen Macht: Auch wenn deren Wirkungskreise meist lokal oder regional begrenzt bleiben; sie sind der Pfeffer, das Salz und der Honig unseres Zusammenlebens.

Der ‚Dritte Ort‘ als beschreibendes oder Gestaltungskonzept

Das soziologische Konzept des ‚Dritten Ortes‘ entstand in einem städtischen Kontext. Es geht von der Segregation der Wohn- und Arbeitswelten aus: Die Wohnbereiche sind privat, die Arbeitsbereiche unterwerfen das Subjekt den Funktionen der Produktion. Diese Trennung kann bezogen auf unsere heutige Dienstleistungsgesellschaft getrost erweitert werden. Als Konsumenten sehen wir uns als Teil verschiedener Zielgruppen ebenso funktionalen Zuschreibungen gegenüber, die immer differenzierter ausgestaltet werden und via Mediennutzungen bis ins Wohnzimmer ausgreifen. Der ‚Dritte Ort‘ ist dagegen ein vermittelnder Bereich, in dem Menschen jenseits von funktionalen Beziehungen interagieren können. Denn kein Mensch geht in Funktionen auf. Wo die Gesellschaft also auf Zwecke reduziert wird, wird sie inhuman. An ‚Dritten Orten‘ kann das menschliche Subjekt seine vielfältigen Ansprüche an die Gesellschaft praktisch verhandeln. Man kommt zusam-

men, das Bier oder die Sportwette, die Band von nebenan oder eine Kunstausstellung sind das Medium, die gemeinsame Spannung, das Lachen oder das Gespräch stiften die Sache selbst. Wir sprechen hier also zunächst von einer Wirklichkeit, die zu beschreiben wäre. Auf eine Beschreibung Brandenburger ‚Dritter Orte‘ muss hier verzichtet werden, zu offen ist die Definition des Begriffs und zu vielfältig die Formen und Orte, die genutzt werden, um mit Menschen aus der weiteren Nachbarschaft in den Austausch zu treten. Die einen treffen sich in einer Garage auf ein Getränk, weil die letzte Kneipe im Dorf geschlossen hat und es schon lange keinen ‚Tante-Emma-Laden‘ mehr gibt, andere haben noch ein Stammlokal in ihrem Stadtviertel. Der Fitnessclub mit Sauna kommt ebenso in Frage wie der ‚safespace‘ im Jugendzentrum oder der Gemeinschaftsraum im Co-Working-Place. Setzen wir das Bedürfnis nach gemeinsamem Austausch jenseits der eigenen Familie als zutiefst menschlich voraus, kann davon ausgegangen werden, dass dafür auch die entsprechenden Orte gefunden werden.

Allerdings schreiben sich schon in der ersten wissenschaftlichen Perspektive auf ‚Dritte Orte‘ Vorstellungen und Kriterien ein, die eher auf die aktive *Schaffung* von ‚Dritten Orten‘ hinauslaufen als auf die Beschreibung dessen, was in der Gesellschaft der Fall ist. Der Charakter des Phänomens oszilliert; Kneipen, Bahnhöfe, Friseursalons oder Sportstätten dienen der Formierung von sozialen Gruppen, sie können wie erwähnt aber auch Schnittstellen der gesellschaftlichen Öffentlichkeit schlechthin sein, beides ist nicht dasselbe. ‚Dritte Orte‘ sind grundsätzlich für alle zugänglich, aber der Zugang ist nicht voraussetzungslos, er hängt von materiellen oder kulturellen Möglichkeiten ab, und diese sind unterschiedlich verteilt. Es überrascht deshalb nicht, dass aus einem soziologischen Begriff alsbald kulturpoliti-

sche Gestaltungsidee wurde, ‚Dritte Orte‘ zu fördern, um die örtlichen Grundlagen für gesellschaftliche Teilhabe zu stärken. Nüchtern formuliert: Bibliotheken oder Kulturhäuser können in der Denkfigur des ‚Dritten Ortes‘ eine ideale Selbstbeschreibung finden, aus der sie ihren Anspruch auf öffentliche Förderung ableiten.⁷ Die damit verbundenen Argumente sind ja auch triftig: In einer Gesellschaft, die sich in Teilsystemen verliert, soll eine gemeinsame Form gestiftet werden, die sich an alle Menschen richtet und von allen mitgestaltet werden kann. Kommunikation, Spiel, Kunst und Begegnung sind kollektiv erlebter Selbstzweck und dadurch auch Fluidum einer gemeinsam erkundeten Freiheit. Dieser Freiheit mit kommunalen Geldern einen öffentlichen Ort zu geben oder die an solchen alltagskulturellen Austauschprozessen und künstlerischen Arbeitsweisen interessierten Akteure über Fördermittel in ihrem Tun zu unterstützen, kann aus verschiedenen Erwägungen eine gute Idee sein. Das Gemeinwesen wird gestärkt, indem es sich in verschiedenen Formen reflektieren und selbst erfahren kann. Werden kommunale Dienst- und Beratungsleistungen eingebunden, kann die allgemeine Daseinsvorsorge gewinnen. Die Handlungs- und Ausgestaltungsmöglichkeiten für öffentlich finanzierte ‚Dritte Orte‘ sind sehr umfangreich, wenn die Kommune in der Lage und Willens ist, dass nötige Geld einzusetzen und Gestaltungsmacht an die aktive Einwohnerschaft abzugeben. Das ist nicht per se der Fall, denn unsere parlamentarisch verfasste Demokratie setzt auf das Zusammenspiel von gewählten Volksvertretern und einer professionellen Administration und weniger auf Formen direkter Beteiligung. Kommunal getragene ‚Dritte Orte‘ können daher auch kulturpolitische Probleme aufwerfen: Die meist sehr begrenzten Haushaltsmittel für die ‚freiwilligen Leistungen‘, in die Kunst und Kultur eingeordnet werden, können freie Kulturarbeit

be- oder gar verhindern, wenn sich die betreffenden Kulturämter der Kommunen nicht als ermöglichende Instanz, sondern als eigenständiger Anbieter von kulturellen Angeboten verstehen und also als Konkurrent auftreten. Subsidiarität ist ein wichtiges und sensibles kulturpolitisches Prinzip.

Wie ‚Dritte Orte‘ für ländliche Räume konzipiert werden sollten

Kommen wir auf das Land zu sprechen, das als räumliches Gebilde ebenfalls und zunehmend in Sphären zerfällt. Segregation ist kein allein städtisches Phänomen. Das Dorf verliert ebenso seine einst prägende Systemqualität, aus einer sozioökonomischen Einheit wird ein Wohngebiet, aus dem die Mehrzahl der Bewohner zur Arbeit auspendelt, und das die Funktionen der Daseinsvorsorge an die umliegenden Kleinstädte abgegeben hat.

Die ersten Reaktionen auf diese Veränderungen fanden und finden auf der dörflichen Ebene statt: Durch Vereine, Feste und Traditionen wird im Medium der Kultur kompensiert, was im Medium der wirtschaftlichen Lebenspraxis verloren ging. Wo nicht mehr gemeinsam gearbeitet wird, soll zumindest gemeinsam erinnert, gefeiert und Brauchtum gepflegt werden, um sich weiterhin als Gemeinschaft verstehen zu können. So gesehen wäre in Ermangelung der Dorfkneipe, die wohl allein von Dorffesten und Feiern nicht über die Runden kommt, das Dorfgemeinschaftshaus der genuine ‚Dritte Ort‘ im Ländlichen. So nüchtern funktional diese Räume vielerorts gestaltet sind, fällt es jedoch schwer, sie im Sinne von Ray Oldenburg anzuerkennen.

Dem ‚Schlafdorf‘ steht eine Ausweichbewegung, manchmal auch eine Rückkehrbewegung aus den großen Städten gegenüber. ‚Zukunftsorte‘, ‚Kreativorte‘, ‚Country Lofts‘ entstehen in fast allen ländlichen Regionen Brandenburgs.⁸

Ihnen gemeinsam ist, dass die meist in Gruppen, Kollektiven, Genossenschaften oder gemeinnützigen Organisationsformen agierenden Betreiber vernachlässigte Bausubstanzen im Dorf für ihre Zwecke wiederbeleben und eine urban geprägte Kultur auf das Land bringen, die sich von der ruralen Kultur unterscheidet. Nicht wenige dieser Initiativen könnten auch als ‚Dritte Orte‘ gelesen werden, sie unterhalten einen Regionalladen mit Cafébetrieb, bieten Ausstellungsräume, organisieren Konzerte, Festivals. Aber im Kern sind sie es nicht, denn sie entziehen sich dem Begriff, weil sie als erste Orte und als zweite Orte gedacht sind, als eine hybride Form von Zuhause und Arbeitsstätte. Ob die Funktion eines ‚Dritten Ortes‘ ihnen zuwachsen kann? Das hängt davon ab, ob und wie es ihnen gelingt, den eigenen dörflichen Standort zu überschreiten, eine integrative, kooperative und diskursive Rolle in der Region einzunehmen und dafür eine geeignete Form zu finden.

Obwohl man die lokalen Initiativen als Erfolgsgeschichte betrachten sollte, haben sie doch meist eine begrenzte Reichweite. Ein Dorf, dessen räumliche Welt mit ihren Äckern, Wäldern, Gewässern, Straßen, Betrieben und seinen Nachbarschaften zur Umwelt wird, also nicht mehr in einer kollektiven Aneignungsbeziehung zum Raum steht, hat nur sehr begrenzte Möglichkeiten, sich gesellschaftlich zu reorganisieren. Vor diesem Hintergrund scheint uns die Konzeption eines ländlichen ‚Dritten Ortes‘ als einer lokalen Angelegenheit zu eng gefasst. Eine regionale Perspektive könnte dazu beitragen, dem Zerfallen der ländlichen Räume etwas entgegenzusetzen. Als zentraler Begriff dafür scheint uns die Landschaft geeignet. Denn Landschaft ist angeeignete Natur, hat physische, ästhetische, objektive und subjektive Momente, sie ist, wie die Europäische Landschaftskonvention formulierte, das menschliche Habitat. Im geteilten öffentlichen Raum

kann niemand ein Monopol auf das landschaftliche Wissen beanspruchen, alle haben, je auf ihre Weise, ihren Anteil daran durch ihre jeweilige praktische, theoretische oder ästhetische Aneignung. In einer Zeit, in der die letzten Reste der mittelalterlichen Allmenden verschwinden, in der aber die Vielfalt der Aneignungen im Raum noch nicht verschwunden ist, können landschaftlich ausgerichtete ‚Dritte Orte‘ eine Chance sein, Regionalentwicklung nach menschlichen Maßen im Medium der Kultur zu fördern.

Das ist eine Chance, nicht mehr, aber auch nicht weniger. Denn die Suburbanisierung ist nicht nur ein dörfliches Phänomen. Ganze Landschaften drohen sich in segregierte Betriebszonen auszudifferenzieren, die dem Subjekt per Flächennutzungsplan wiederum nur die funktionale Einlösung vorgegebener Zwecke zubilligt: Hier als arbeitender, dort als genießender, hier als wohnender, dort als nur zuschauender Mensch – um andernorts schließlich gänzlich ausgesperrt zu sein, weil private Eigentumsrechte den Zugang verschließen.

Folgende Merkmale machen einen landschaftlichen ‚Dritten Ort‘ aus:

Der Ort dient nicht nur der Begegnung, er hat auch ein Thema. Dieses Thema ist die von den anzusprechenden Menschen miteinander geteilte Landschaft. Es empfiehlt sich daher eine handlungsräumliche Analyse über den regionalen Horizont anzustrengen, in dem der Ort Wirkung entfalten soll.

Der Ort wird in dem Bewusstsein gegründet, dass das Lokale unter den gegenwärtigen Bedingungen prekär geworden ist. In dem Maße, in dem die Landschaft ihren öffentlichen Charakter als ‚Common Ground‘, als geteilter Wissensraum einbüßt, muss am Ort diese Landschaft als öffentliche Angelegenheit behandelt werden.

Die an dem Ort tätigen Menschen sollten ein kritisches Bewusstsein von den

Bedingungen haben, die die Unterhaltung und Gestaltung ihres Ortes notwendig machen, also die treibenden landschaftlichen Widersprüche und deren prägende Akteure kennen(lernen) wollen.

Zwischen dem Ort und der Region sollte ein dialektisches Verhältnis geschaffen werden, d. h. der Ort muss Impulse aus dem Raum aufnehmen und Impulse in den Raum geben. Das schließt den Weg zu anderen Menschen und Orten in der Landschaft ein. Landschaftsbezogene künstlerische Arbeitsweisen sind aufgrund ihres ästhetischen Vermögens, bestehende lebensweltliche Verhältnisse neu zu interpretieren, als impulsgebende Mittel bestens geeignet.

Konstruktionsprinzip des Ortes ist nicht die Übereinstimmung, sondern die Differenz. Unterschiedliche Perspektiven und Wissensbestände sollen an ihm in einer gemeinsamen kulturellen Form zusammenfließen.

Der Ort darf nicht für Zielgruppen konzipiert sein, da seine Wirksamkeit gerade davon abhängt, dass verschiedene und grundsätzlich alle Perspektiven sichtbar werden, die in der Erfahrung des Landschaftsraums wurzeln. Umgekehrt sollte an diesem Ort so gearbeitet werden, dass soziale Gruppen, die den Ort meiden, gezielt angesprochen und eingeladen werden.

Die ästhetische Gestaltung des Ortes steht für seine utopische Kraft. Denn an ihr erweist sich, ob das kulturelle Unterfangen, Landschaft als geteilten Raum zu denken und zu repräsentieren, gelingt und es zum Modellfall für eine integrative regionale Entwicklung werden kann.

An dem Ort sollten spezifische Kommunikationsformen entwickelt werden, die sich von den wissenschaftlichen, politischen und wirtschaftlichen Formen unterscheiden und stattdessen eigene Beiträge für den Diskurs leisten können.

1 Um die Perspektive, aus der wir hier argumentieren, und unsere Arbeitsweise genauer kennenzulernen, bietet sich ein Blick in folgendes Buch an: Anders, Kenneth und Fischer, Lars: Landschaftskommunikation. Ein kleines Handbuch. Oekom Verlag, München, 2020

2 Oldenburg, Ray: The Great Good Place: Cafes, Coffee Shops, community centers, beauty parlors, general stores, Bars, hangouts and how they get you through the day. Paragon House, New York, 1989, S. 16: „The third place is a generic designation for a great variety of public places that host the regular, voluntary, informal, a happily anticipated gatherings of individuals beyond the realm of home and work.“

3 Hierzu Andreas Reckwitz: Die Gesellschaft der Singularitäten. Zum Strukturwandel der Moderne. Suhrkamp, Berlin, 2022

4 Vgl. Jürgen Habermas: Strukturwandel der Öffentlichkeit. Untersuchungen zu einer Kategorie der bürgerlichen Gesellschaft. Suhrkamp, Frankfurt/Main, 1990, S. 46

5 Dazu zwei Hinweise: Der Philosoph Jürgen Habermas beschrieb bereits 1962 wie sich der Charakter der bürgerlichen Öffentlichkeit „auf dem Wege vom kulturräsonierenden zum kulturkonsumierenden Publikum“ verändert: Öffentlichkeit verliert ihre politische Vermittlungsfunktion zwischen Staat und Gesellschaft in dem Maße, wie sie durch Massenmedien beherrscht, die Funktion von Werbung übernimmt und an die Stelle selbstdenkender Bürger „hochgradig verstaatlichte politische Parteien“ als Teil eines administrativen Systems treten [ebd. S. 267]. Die repräsentative Demokratie verabschiedet sich von der Lebenswelt der Menschen und kommt an ihre Grenzen. „Ökonomie und Staatsapparat“ betrachtet Habermas „als systemisch integrierte Handlungsbereiche, die nicht mehr von innen demokratisch umgestaltet, d.h. auf einen politischen Integrationsmodus umgestellt werden könnten, ohne in ihrem systemischen Eigensinn beschädigt und damit in ihrer Funktionsfähigkeit gestört zu werden.“ [ebd. S. 36] Habermas hofft, dass die „Produktivkraft Kommunikation“ die „sozialintegrative Kraft der Solidarität“ gegen die Gewalten „der beiden anderen Steuerungsressourcen, Geld und administrative Macht, durchsetzen und damit die an Gebrauchswerten orientierten Forderungen der Lebenswelt zur Geltung bringen kann“.

Einen zweiten Hinweis gibt Richard Sennett, der 1974 über den Verfall und das Ende des öffentlichen Lebens, insbesondere in den Städten, nachgedacht hat und die Tyrannei der Intimität dafür verantwortlich macht. „Und je mehr Leute das Politische als einen Raum verstehen, in dem sie sich in der Teilhabe an einer gemeinsamen, kollektiven Identität voneinander offenbaren, desto eher lassen sie sich davon ablenken, ihre Brüderlichkeit an die Veränderung der gesellschaftlichen Verhältnisse zu wenden. Die Aufrechterhaltung der Gemeinschaft wird zum Selbstzweck, ja, es wird zur vornehmlichen Aufgabe der Gemeinschaft, sich derer zu entledigen, die nicht dazugehören.“ Richard Sennett: Verfall und Ende des öffentlichen Lebens. Die Tyrannei der Intimität. Fischer, Frankfurt am Main, 1990, S. 331

6 Ebenda, S. 36

7 So schreibt Hanne Bangert vom Landesverband Soziokultur Niedersachsen e. V.: „Wie es aussieht, erfüllen die Soziokulturellen Zentren alle Kriterien von Oldenburg. Bislang gibt es jedoch nur wenige Zentren, die den Begriff ‚Dritter Ort‘ für sich nutzen. Wenn wir uns entscheiden, ihn in der Soziokultur einzuführen und auch zu fördern, kann dies bedeuten, dass wir einer Methode, die schon seit den 1970er in der Soziokultur benutzt wird, einen Namen geben und sie damit schärfen können. Wir geben uns außerdem die Möglichkeit, kritisch darauf zu schauen, wie offen die Soziokulturellen Zentren heute sind und wir können – gemeinsam mit fördernden Institutionen – Programme aufstellen, um das Prinzip des ‚Dritten Ortes‘ in der Kulturlandschaft zu stärken.“ Hanne Bangert: Soziokultur und ‚Dritte Orte‘. In: Kulturpolitische Gesellschaft (Hrsg.): Jahrbuch für Kulturpolitik 2019/20. Kultur.Macht.Heimaten. Bielefeld, 2020, S. 373 – 379

8 Ein Blick auf die Karte der Zukunftsorte in Brandenburg unter www.wissen.zukunftsorte.land/orte spricht für sich. Zu Country Lofts als Weiternutzung und Revitalisierung, Fortschreibung kulturlandschaftlich/dörflich charakteristischer Gebäude-, Orts- und Landschaftsstrukturen „mit dem Ziel, räumliche Qualitäten und Wertschöpfung nachhaltig zu ermöglichen“ siehe Ines Lüder: Country Lofts. Zur Wiederaneignung historisch ländlicher Bausubstanz. In: S. Langner & M. Fröhlich-Kulik (Hrsg.): Rurbane Landschaften. Perspektiven des Ruralen in einer urbanisierten Welt. Bielefeld, 2018, S. 425 – 437

Kristina Rahe | Bundesverband Soziokultur

Wie Soziokultur ‚Dritte Orte‘ schafft

Die Entstehungsgeschichte der Soziokultur war zunächst eine urbane, die sich allerdings schnell auf ländliche Räume ausgeweitet hat. Aktuell befinden sich mehr als die Hälfte der über 770 im Bundesverband Soziokultur organisierten Einrichtungen und Initiativen auf dem Land. Seit den ersten Gründungen eint die Akteur*innen das Ziel dazu beizutragen, dass die ansässigen Menschen Möglichkeiten für Engagement und kulturelle Teilhabe und Freude am praktischen Ausüben von Demokratie finden. Die Bandbreite der ‚Ländlichkeit‘ der Regionen reicht von den Speckgürteln der Städte bis hin zu Gemeinden in dünn besiedelten Gegenden. In der strukturschwachen Peripherie kommt zu den dringenden Fragen des nachhaltigen Handelns angesichts demographischer Hürden und sozialer Erosionsprozesse als weitere gesellschaftliche Herausforderung die Aushöhlung demokratischer Strukturen. Zur Bewältigung dieser Aufgaben braucht es eine starke Zivilgesellschaft und damit Räume für Begegnung und Gemeinschaft, die den intensiven Diskurs ermöglichen: zwischen Alt und Jung, zwischen Anhänger*innen aller politischen Schattierungen, zwischen Zugezogenen und Alteingesessenen. Es gilt Gemeinsamkeiten zu finden, statt Abgrenzungen.

Soziokulturelle Zentren bieten diese Räume, wo Menschen sich außerhalb von Wohnung und Arbeit begegnen und

miteinander aktiv werden können – ganz im Geiste der ‚Dritten Orte‘ des amerikanischen Soziologen Ray Oldenburg. Soziokultur bietet Orte der Selbstermächtigung und des kontinuierlichen Dialogs. Das immer noch gültige Prinzip ‚Kultur von allen – für alle‘ ermöglicht die Erfahrung, das eigene Umfeld und den eigenen Lebensalltag selbst ausgestalten zu können, und das Erleben von Selbstwirksamkeit als wichtige Grundlage für demokratische Schlüsselkompetenzen. Wie zahlreiche Förderprogramme und die Koalitionsvereinbarungen der letzten Jahre deutlich machen, richtet auch die Bundesregierung ihren Blick auf ländliche Räume. Hier geht es um die Gleichwertigkeit der Lebensverhältnisse und gesellschaftlichen Zusammenhalt. Als ein Lösungsmodell stehen ‚Dritte Orte‘ im Fokus. Es wäre wünschenswert, dass die Soziokultur hier profitieren könnte. Sie lebt Engagement und Demokratie schon lange als übergeordnete Zielsetzung. Thomas Gaens betont in der Ausgabe 1/21 des Magazins SOZIOkultur [vgl. ebd. S. 40] die besondere Rolle soziokultureller Zentren und Initiativen in ländlichen Räumen. Diese seien häufig die einzigen Anlaufstellen für den besonderen Mix aus niedrigschwelliger kultureller Teilhabe und demokratischer Charakter- und Meinungsbildung. Sie schaffen den Ausgleich zwischen traditionell ländlichen Themen wie Naturschutz oder generationenübergreifendes

Zusammenleben, aktuell drängenden Fragen, etwa zu den Bereichen Nahversorgung, Mobilität und Digitalisierung, und den ‚Blick über den Tellerrand‘, sei es durch interkulturelle Workshops oder niedrigschwellige Subkulturangebote im Schatten des klassischen Dorffests.

Die leicht zugängliche, selbstreflexive, mit künstlerischen Mitteln ausgetragene Teilnahme am gesellschaftlichen Diskurs ist es, die den zutiefst demokratischen Charakter der Soziokultur verkörpert. So auch beim Programm ‚Allzeitorte. Gemeinsam mehr bewegen‘, das der Bundesverband Soziokultur seit Ende 2023 gemeinsam mit der Robert Bosch Stiftung GmbH umsetzt.

Hier geht es darum, Orte des demokratischen Miteinanders und damit letztlich ‚Dritte Orte‘ zu schaffen. An alltäglichen Anlaufstellen wie Schwimmbädern, Wartezimmern, Friseursalons oder Einkaufsläden sollen vor allem diejenigen, die sich von der Politik weder gehört noch angesprochen fühlen und der Demokratie gleichgültig bis ambivalent gegenüberstehen dort erreicht werden, wo sie sich tagtäglich aufhalten. Die Betreiber*innen der Orte kooperieren im Tridem mit Akteur*innen aus Soziokultur und politischer Bildung. Sie greifen die Themen der Besucher*innen auf, entwickeln gemeinsam mit ihnen Ideen und

motivieren dazu, gestalterisch und produktiv tätig zu werden. Durch die innovativen Beteiligungsformate, mit denen im Kleinen etwas bewegt wird, sollen sich die Teilnehmenden als gestaltende Kraft ihrer Alltagsräume und damit potenziell auch weiterer demokratischer Prozesse erleben und so den Mehrwert von Demokratie und Gemeinschaft ganz praktisch erfahren. Die Hälfte der Vorhaben ist im Ländlichen aktiv.

Mit dem Thüringischen Kapellendorf ist ein Dorf dabei, von dem aus die sogenannte ‚Motheke‘ als soziokultureller Bus Bücher, weitere Medien und demnächst ein im Projekt selbst produziertes Hörspiel in die Fläche trägt. Auch größere Gemeinden in ländlicher Infrastruktur sind beteiligt, in Brandenburg Neuruppin als Kreisstadt des Landkreises Ostprignitz-Ruppin mit einem Gemeinschaftsgarten.

Nicht alle Herausforderungen der ländlichen Regionen lassen sich lösen. Weder durch soziokulturelle Zentren noch durch andere ‚Dritte Orte‘ oder weitere Einrichtungen. Es sind die Haltungen der Menschen, die sich im Idealfall verändern lassen durch das Erleben von Selbstermächtigung und Selbstwirksamkeit. Eine Ressource und damit auch Aufgabe von Soziokultur ist es, diese Erfahrungsräume zu ermöglichen.

Auf dem Weg

**Interviews mit ‚Dritten Orten‘
im Landkreis Oberhavel**

„Heute bin ich selbst ein Zugezogener.“

Was ist Kultur&Beeren und wie funktioniert es?

Ich sehe Kultur&Beeren als ein kleines, marktorientiertes Sozialunternehmen (MSU), welches mit unternehmerischen Mitteln soziale und ökologische Ziele verfolgt. Hierfür versuchen wir, sozial-kulturelle Produkte, aber auch klassische Dienst- und Tourismusleistungen zu entwickeln. Die für die soziale/ökologische Tätigkeit erforderlichen Einnahmen versuchen wir in großen Teilen nachhaltig privatwirtschaftlich zu erzielen, um unabhängig zu bleiben.

Wo kommt die Motivation für die soziokulturelle Ausrichtung her?

Ich bin selbst auf einem Bauernhof in einem kleinen Dorf groß geworden. Früher gab es dort vier Kneipen, wo sich Leute treffen konnten. Heute sind alle geschlossen. Wo kann man sich da noch treffen? Und die Problematik der Integration von Zugezogenen habe ich am eigenen Leibe kennengelernt – damals allerdings noch als Einheimischer. Heute bin ich selbst ein Zugezogener. Ich hoffe, dass sich Kultur&Beeren weiter zu einem Treffpunkt für Zugezogene und Einheimische entwickelt. Ein kommunikativer Ort, wo Freundschaften entstehen und gepflegt werden können – halt ein ‚Dritter Ort‘.

Wo siehst du eure Schwachpunkte und welche Risiken siehst du für das Projekt?

Finanzierung ist und bleibt ein großes Thema. Auf der einen Seite wollen wir unabhängig von Förderung sein, auf der anderen Seite die Veranstaltungen so günstig wie möglich für alle anbieten – und dabei aber auch noch faire Löhne und Gagen zahlen. Gerade bei kleineren Veranstaltungen auf dem Land ist dies eine Herausforderung. Risiken sehe ich in der generellen Entwicklung.

Wie wird sich Kultur&Beeren in den nächsten Jahren entwickeln?

Wir haben gerade eine Förderzusage von LEADER erhalten, worüber ich sehr glücklich bin und wofür wir drei Jahre gekämpft haben. Dies ermöglicht den Bau eines Mehrzweckgebäudes, das dringend benötigt wird. Damit werden wir unabhängiger von der Witterung, die Saison kann verlängert werden, wir werden endlich sanitäre Einrichtungen für 200+ Gäste haben und können einen Teil der Energie selbst erzeugen. Zusätzlich können wir als weiteres Standbein einen Kanu- und SUP-Verleih aufbauen – irgendwo muss das Geld für die Kultur ja herkommen!

Fontane Garten Rauschendorf – vom Privatgarten zur Begegnungsstätte im Grünen

Was ist der Fontane Garten und wie funktioniert er?

Der Fontane Garten ist ein kleiner touristischer Betrieb im Zusammenspiel eines Gartens mit Outdoorcafé, eines offenen Treffpunktes als ‚Dritten Ort‘, einem Erholungsort für Radtouristen, eines Van-Stellplatzes, einer Örtlichkeit für Feste und Feiern, sowie einem kulturellen Veranstaltungsort. 2019 wurde der Fontane Garten im kleinen Dörfchen Rauschendorf in der Gemeinde Sonnenberg nahe Gransee für den Publikumsverkehr eröffnet. Der Name war als Hommage an den Freigeist, Reiseschriftsteller und Lebemann Theodor Fontane gedacht, der zufällig im selben Jahr seinen 200. Geburtstag feierte. Mit seinen Tugenden sollte der umtriebige, märkische Autor als Vorbild und Omen für die ins 21. Jahrhundert übertragene Vision eines kreativen Vorhabens stehen.

Im Dorf selbst gab es nichts, außer einer, abgesehen von der Landwirtschaft, unberührten Natur. Nur die Aussicht auf touristische Ausflugsziele in der Nähe wie der Stechlinsee oder das Schloss Meseberg am Huwenowsee, hielten die Hoffnung auf eine erfolgreiche Annahme des Standorts aufrecht. So galt es, die Herausforderung anzunehmen, in diesem Umfeld ohne eigenen ‚Point of Interest‘ einen Dienstleistungsbetrieb zu etablieren, der letztlich auch zum Lebensunterhalt beitragen sollte. Diesem Vorhaben folgend, wurde unter dem Namen Fontane Garten nach Möglichkeiten gesucht, auf der Grundlage des vorhandenen großen Areals mitten im Dorf – aber in unmittelbarer Nähe zum Naturschutzgebiet – touristisch interessante Erlebnisse zu bieten. Durch die Teilnahme an der Initiative ‚Offene Gärten‘ war eine Einstiegsidee geboren, die ausgebaut werden konnte. Erstmals dienten wir damit unseren Gästen als Begegnungsstätte im Grünen, indem wir auf das publizistische Potenzial der Initiative zurückgriffen.

Wo kommt die Motivation für die soziokulturelle Ausrichtung her?

Meine größte Motivation entwickle ich meistens aus der Begegnung mit Menschen. Für mich ist dieser Austritt aus der Isolation auf

dem Lande oft wichtiger als der wirtschaftliche Teil meines Unternehmens.

Mit sporadischen Veranstaltungen, wie der Lesung einer jungen, aufstrebenden Autorin und einem Kinoabend, wurde der Weg zu einem kulturtouristischen Angebot in der Region um Gransee weiterverfolgt. Schritt für Schritt kamen neue Betätigungsfelder dazu. So wurden im großen Rund des Gartens einige Van-Stellplätze etabliert, die im Rahmen des ‚Landvergnügens‘ angeboten werden konnten. Eine wichtige Maßnahme, um Individualreisende in die etwas abgelegene Region im Norden Oberhavel zu locken und den Garten überhaupt einem größeren Publikum bekannt zu machen.

In den folgenden Jahren setzte sich die Erkenntnis durch, dass ohne eine irgendwie geartete Gastronomie, kein weiterer Spielraum erzeugt werden konnte, um das Angebot des Gartens lohnend zu betreiben. Mit dem Projekt auch Geld zu verdienen, wurde unausweichlich, da immer mehr Zeit und Mittel in den Garten flossen und ein Ausgleich erwirtschaftet werden musste.

Auf meinen Reisen habe ich Outdoorcafés, Strandbars, Biergärten sowie Popup-Restaurants kennengelernt, die in der Regel das vorhandene Umfeld einbezogen und einen eher improvisierten Stil pflegten. Da diese oft in die Natur eingebetteten Erlebnisstätten mich nachhaltig beeindruckten, beschloss ich, etwas Ähnliches auf die Beine zu stellen.

Die Art der reinen Outdoor-Gastronomie schien perfekt zum vorhandenen Gartenensemble zu passen und wurde in der Folge mit einem vergleichsweise kleinen Budget, aber viel Eigenarbeit umgesetzt. Theo's Gartencafé entstand als charmante, in die historische Architektur integrierte, Kaffeeausgabe, sowie einer mediterran wirkenden Terrassenanlage mit Pergola auf drei Ebenen. Außerdem wurde ein, vom restlichen Garten abgegliederter Sitzbereich unter dem Walnussbaum geschaffen. Damit einhergehend wurde auch die Notwendigkeit immer drängender, die offiziellen Behördengänge zu absolvieren, um den genehmigten Umnutzungsantrag zum ‚Cafébetrieb mit Veranstaltungen‘ in den Händen zu halten.

Im Nachgang liest sich das alles wie ein vorhandener Plan, der abgearbeitet wurde. In Wirklichkeit war es jedoch ein holpriger Weg, geprägt von vielen Zufällen, aufgrund dessen sich das Eine aus dem Anderen ergab. Das Vorhaben wurde aber auch immer weiterentwickelt durch die Begegnung mit Menschen, die sich unterstützend einbrachten. So lernte ich 2021, in einem vorläufig letzten wichtigen Schritt, Jan Kühling vom Kultur&Beeren-Projekt in Kremmen kennen, der mir die Entwicklung zu einem ‚Dritten Ort‘ vorschlug. Die Verwirklichung dieser soziokulturellen Idee, brachte auch eine Förderung mit sich, mit der sich Maßnahmen umsetzen ließen, auch bei ungünstigem Wetter den Betrieb aufrecht erhalten zu können. Außerdem konnten Veranstaltungen durchgeführt werden, die ansonsten mit einem großen wirtschaftlichen Risiko verbunden gewesen wären. Ebenfalls ließ sich nun auch die Dorfbevölkerung

überzeugen, regelmäßige Treffen im Schutz der hohen Feldsteinmauer abzuhalten.

Wo siehst du eure Schwachpunkte und welche Risiken siehst du für das Projekt?

Der Schwachpunkt ist tatsächlich der Standort. Im Winter geht hier gar nichts. In der Saison nicht vielmehr als am Wochenende. Die Sorge wird bleiben, ob auf die Dauer ausreichend Publikum motiviert werden kann, den Garten zu besuchen.

Wie wird sich der Fontane Garten in den nächsten Jahren entwickeln?

Ich hoffe, den Ort als kulinarischen und kulturellen Standort im Umkreis der Städte Gransee, Zehdenick und Fürstenberg etablieren zu können.

Spielräume eines Vierseitenhofs

Was ist das Blaue Pferd und wie funktioniert es?

Es gibt den schönen Kurzfilm ‚The Girl Chewing Gum‘ von John Smith. Gefilmt ist der Ausschnitt einer Kreuzung. Menschen gehen, Laster und Autos fahren durchs Bild. Auf der Tonspur ist eine Stimme dem Bildgeschehen etwas voraus und sagt anweisende Dinge wie: „Slowly move the trailer to the left, hold that trailer there, now move“, oder: „And I want the two girls coming from the right to talk to each other“. Die Stimme vermittelt den Eindruck, als stände hinter der Kamera ein Regisseur, der den Film scriptet oder die sich als dokumentarisch entpuppende Alltagsszene und Bildebene nach spontanem Belieben dirigiert.

Das Blaue Pferd ist neben der Verantwortung, die es mit sich bringt, vielleicht ähnlich frei und ungebunden, in Teilen ähnlich geleitet, ähnlich passierend, spielerisch, humorvoll und seiend. Ich jongliere mit einem Zwiespalt: ich möchte einerseits vor Ort keine leitende Rolle einnehmen und glaube andererseits an die Notwendigkeit meiner Anleitung oder meines Gastgebens. In dieser Unentschiedenheit lerne ich und versuche Menschen zu kuratieren, mitzumachen beim Blauen Pferd, mit denen mir auf Dauer etwas Kooperatives gelingen kann, weil ein Vertrauen gewachsen ist und sie den Ort, seine Werte und das, was seinen Erhalt bedeutet, verstehen. Auch den Film ‚First Woman On The Moon‘ von Aleksandra Mir, finde ich in diesem Zusammenhang anregend. Er erinnert mich in seiner behauptenden und gleichzeitig bescheidenen Machart, dem mitreißenden Ton, dem Integrativen, der cheesigen und heldinnenhaften Musik an etwas, was ich gern mit dem Blauen Pferd erreichen würde: eine Hierarchie und Achievements hinterfragende Leichtigkeit, sowie ein befreiendes Miteinander.

Das Blaue Pferd ist ein denkmalgeschützter Vierseitenhof auf dem Land, 60 km von einer Großstadt entfernt. Ein Ort, der auch wegen seiner Größe dazu einlädt, dass Menschen zusammenkommen. Um den Innenhof stehen eine Scheune, rechts und links davon zwei ehemalige Ställe und gegenüber ein Wohnhaus. Hinter einem der Ställe liegt ein Garten und hinter der Scheune eine Wiese. Man

könnte das Ensemble auch als einen kleinen Marktplatz oder Klosterhof beschreiben. Der Hof ist Teil eines alten Rundlings Dorfs. Im Dorf leben ca. 300 Menschen. In der dazugehörigen Stadt Zehdenick, die 4 km entfernt liegt, ca. 13.000.

Seitdem der Hof nicht mehr landwirtschaftlich genutzt wurde, tat sich in Ställen und Scheune ein gewisser Überfluss an Raum und schöner Backsteinarchitektur auf.

Das Blaue Pferd ist ein künstlerisches Experiment. Ich gehe dabei der Frage nach, wie dieser Raum auf zeitgemäße, für Gesellschaft und Ökologie möglichst sinnvolle und meinen Interessen und Möglichkeiten entsprechende Weise gefüllt werden kann. Es ist ein kreativer Prozess, ein Erproben, etwas das sich findet, teilweise auch wieder verliert. Etwas, dem ich voraus- und hinterhergehe, das ich begleite oder das mich begleitet. Ein Ort, an dem mein eher buntes ästhetisches Verständnis, mit einem Hang zur Schlichtheit, zur Improvisation und zur Unvollkommenheit einen Ausdruck findet. Darin liegt etwas Eigenwilliges und gleichzeitig scheint darin etwas angelegt, in dem sich Viele wohlfühlen.

Es ist ein Ort, der sich bisher nicht leicht einsortieren lässt. Meine Grundidee ist, dass sich das Blaue Pferd durch Vermietung trägt, dadurch Kultur und Gemeinwohl ermöglicht, sowie Austausch zwischen Stadt und Land fördert und Gemeinschaft bildet.

Ich möchte ländliche Kultur etwas sichtbarer machen oder mich damit umgeben, weil ich darin eine Verbundenheit spüre. Gleichzeitig mag ich das Kulturangebot von Städten. Bisher passierte der Austausch, indem der Hof neben den Kurzzeitvermietungen für Kulturresidenzen zur Verfügung stand, und Menschen, die zur Residenz vorbeikamen, mit mir zum kulturellen Programm im Dorf etwas beitrugen. Von Kinoabenden in der sonst häufig leerstehenden Kirche, über Flohmärkte, zu Kunst-, Architektur- und Essensworkshops. Die aktive Dorfgemeinschaft ist mir offen und unterstützend begegnet. Ohne die schönen Kontakte mit den Dorfbewohnern wäre der Hof, wie er ist, nicht denkbar. Das Eingebundensein des Blauen Pferds im dörflichen Zusammenhang ist mir wichtig.

Ich stecke bisher nur Geld in den Hof, das durch Mieteinnahmen verdient wurde. Das hat einen langsamen Sanierungsprozess zur Folge. Ich wollte bislang mit dem Blauen Pferd fördergeldunabhängig sein. Ich kann mir vorstellen, dass sich das in Zukunft ändern wird.

Wenn ich Aufträge verberge, dann seit einiger Zeit gern an Frauen. Die Suche nach einer Statikerin, Vermesserin oder Brandschützerin macht mir Spaß, in manchen Gewerken ist sie auch herausfordernd. Mir ist zum Beispiel noch keine Dachdeckerin begegnet. Das Blaue Pferd ist mit Liebe und Bedacht gestaltet, und versucht das Genügsame und Gelassene am nicht Perfekten zu bewahren. Zum Konzept gehört es, keinen Hausrat neu zu kaufen. Außer Artikel, die nicht so leicht gebraucht zu finden sind, wie zum Beispiel Glühbirnen. Aus einer I-Love-NY-Tasse wird auch ohne Henkel weiter getrunken. Und falls sie weiter zu Bruch ginge, gibt es für Keramikscherben

einen Ort in der ‚Materialbibliothek‘ und vielleicht Jemanden, der daraus ein Mosaik hinter ein Waschbecken legt. Wegschmeißen versus Sammeln, ist ein Thema, was mich durchgängig in meiner Kunst beschäftigt.

Wo kommt die Motivation für die soziokulturelle Ausrichtung her?

Aus der Suche nach einem breit empfundenen Zugehörigkeitsgefühl und einem Miteinander? Aus einem Emanzipationsprozess? Aus dem Anspruch zu teilen? Aus der Suche nach Antworten auf die Frage, wie weit ich und andere dafür bereit sind zu gehen, bevor es in kulturbetrieblicher Manier zur Überforderung oder Selbstausbeutung tendiert?

Vom Kunststudium ist der Weg zur Soziokultur vielleicht kein weiter, zumindest war er das für mich vor acht Jahren nicht. Kunst kann eine schöne Sprache sein, uns selbst kennenzulernen und das Um-uns-herum zu beobachten, zu beschreiben und zu gestalten, Dinge auf humorvolle oder provokative Weise zusammenzubringen. Bildende Kunst erreicht häufig ein auf bestimmte Weisen kulturvertrautes Publikum, dass ein ‚Ich-verstehe-Kunst-Verhalten‘ gelernt hat. Dabei bleiben die spontanen Zugänge zu den Werken in Galerien und Museen – selbst nach einem Kunststudium – häufig verschlossen. Die emotionale Erreichbarkeit von Musik hat es da häufig leichter. Ich suchte nach dem Studium und anschließender, mehrjähriger Auftragsarbeit, die ich sehr sinnvoll fand, weiter nach Sinnstiftendem.

Das demographische Verhältnis zwischen Berlin und Brandenburg schien mir besonders: das dicht bewohnteste Bundesland, die Hauptstadt, liegt innerhalb eines der dünn besiedeltsten Bundesländer. Ich fand, dass ein Beitrag zum Austausch zwischen den zwei verschiedenen Bundesländern interessant sein könnte.

Berlin kam mir nach dem Studium kulturell übersättigt vor. Ich fand es spannend, mich künstlerisch an einem Ort zu engagieren, an dem es kein Cinema Paradiso und auch kein Alhambra (wie es in Zehdenick hieß) mehr gibt. Mir fehlte das Grün, ich suchte ein Atelier, ich fand meine Aufenthalte in Hostels immer besonders anregend. Ich war als Kind gern in den Ferien in einem alten Haus, durch das ein gewisser Geist wehte, in dem viele willkommen waren. So formte sich langsam die Idee, einen solch offenen Ort aufzubauen, was ich selbst suchte, mit ähnlich Gesinnten zu teilen.

Es gefällt mir, wenn sich hier Menschen treffen, die in homogenen Kontexten nicht so leicht ins Gespräch kämen. Die Offenheit und die Menschlichkeit, in der das hier manchmal passiert, erlebe ich als befreiend.

Auch die Umwelt ist bei diesem Projekt eine wichtige Motivation. Ich kann mich an keinen Lebensabschnitt erinnern, indem mir die Klimakrise nicht bewusst war. Ich weiß nicht, ob ein Ort wie das Blaue Pferd, so sharing- und wiederverwertend er auch gedacht ist, etwas

zum Klimaschutz beitragen kann. Im besten Fall kann er an mancher Stelle ein Beispiel sein, wie es auch geht. Aber allein die Tatsache, dass es sich beim Hof um einen ofengeheizten Zweitwohnsitz handelt, scheint mir diesbezüglich nicht besonders radikal gedacht. Wieviel CO₂ steckt im neuen Scheunendach? Wieviel CO₂ bleibt durch das dichte Dach in den alten Balken gebunden?

Auch wenn ich all das nicht weiß, fand ich für mich etwas Simples heraus: wenn ich das Meiste gebraucht besorge, und wo es mir möglich ist repariere, und was noch sinnvoll sein könnte aufbewahre, brauche ich (neben dem Platz) sehr viel mehr Zeit. Die wiederum ergibt sich daraus, dass sich die Ausgaben reduzieren, ich also nicht so viel Geld verdienen muss.

Wo siehst du eure Schwachpunkte und welche Risiken siehst du für das Projekt?

Ich habe das Projekt weitestgehend allein aufgezogen, ohne dabei auf Hilfe zu verzichten. Irgendwann begann ich die Künstlerinnen und Künstler, die kamen, zu bitten, etwas zum Erhalt und zur Pflege des Ortes beizutragen. Menschen aus der Region waren mir große Stützen, aber ich blieb doch die einzig Verantwortliche. Die, die das Pferd zog, hin und wieder so agil wie eine Weinbergschnecke mit einem überdimensionierten Haus auf dem Rücken. Zwischen Arbeit, für die man bezahlt wird, Ehrenamt und Freizeit zu unterscheiden, gelingt mir häufig erst im Rückblick, manchmal gar nicht. Stundenlohn ist, wie ich erst kürzlich merkte, eine Erfindung, die dem Gefühl des zu viel Tuns hervorragend entgegenwirken kann. Ich habe meine Überforderung vor allem im renovierenden Anfang nicht immer genügend realisiert. Vielleicht habe ich deshalb bis heute streckenweise eine seltsame Distanz zu dem Geschafften und Geschaffenen. Ich beschreibe die Häuser auch gern als Mobilie (statt Immobilie) und baue bisher Strukturen, die für mich überschaubar sind, plane Wegabschnitte, die sich nicht zu lang anfühlen. Ich spüre zum ersten Mal leise, wie sich das wandelt. Vielleicht, weil ich in dem Prozess meinen Fähigkeiten dem, was für mich machbar ist, näherkomme.

Ich habe mir für dieses Jahr ein Projekt überlegt. Es hat den nicht besonders originellen Titel ‚Sharing‘, und ich nenne die Regeln darin ‚Spielregeln‘. Ich sehe es als eine künstlerische Arbeit. Es ist, wie der Titel verrät, eine Idee, wie sich eine Gemeinschaft den Hof teilen kann. Es lässt mich den Ort und das, was mit ihm verknüpft ist, nochmal anders denken. Wie sich der Raum und die damit verbundene Arbeit tragen kann, ohne kommerziell zu denken, oder wie eine Erzieherin zu Erwachsenen zu sagen „kannst auch du mal fegen?“, ist ein nicht immer leichtes Unterfangen. Ich denke, es braucht in Zukunft eine neue Form, z. B. einen Verein. Dieses Jahr dient dem Ausprobieren, der Suche nach der geeigneten Form.

Der Durchgangsverkehr des Blauen Pferds, die Menschen, die kommen und gehen, war mir teilweise zu abwechslungsreich.

Manche wollen raus aus der Stadt und suchen dafür Orte auf dem Land, wegen der ein oder anderen Findungskrise. Ein Freund meinte mal, ich solle das Erlebte dokumentieren. Dazu kam es bislang nicht. Es wäre wegen der verändernden Wirkung einer Kamera auch schwer möglich gewesen. Ich hörte stattdessen viel zu, was schön und interessant war, aber es fehlte mir auch manchmal der Rahmen, den andere Seelsorgeformate dafür haben.

Als ich das erste Mal auf dem Hof stand, erinnere ich sehr deutlich das Gefühl „schön, aber zu groß, um es allein zu stemmen“. Es war dann eher Ungeplantes, das mich allein verantwortlich vor diese Aufgabe stellte. Fragen von Leitung, Kooperation, gemeinsamer Fürsorge werden für mich interessant im Prozess des diesjährigen künstlerischen Spiels ‚Sharing‘. Mir hilft bei der Reflexion meiner Rolle der Austausch mit anderen, von Künstlerinnen und Künstlern initiierten Orten, wie Sykaminia auf Lesbos, oder dem Stechlin Institut in Brandenburg. Das Merkwürdige ist, dass wir häufig unabgesprochen durch ähnliche Entwicklungsprozesse gehen. Und trotzdem sind diese Orte alle sehr unterschiedlich und auf sehr persönliche und selbstgemachte Weise mit Ihren Macherinnen und Machern verbunden. Es lässt sich kaum ein Modell, eine Form, eine Struktur von einem Projekt auf das andere transferieren.

Wie wird sich das Blaue Pferd in den nächsten Jahren entwickeln?

Die Fragestellung des neuen Kunstprojekts und Wohnexperiments ‚Sharing‘ ist: wie finden sich gute Strukturen und Formen, um sich einen Ort wie das Blaue Pferd zu teilen und gemeinsam für ihn zu sorgen? Wie bei einem Theaterabonnement können Interessierte nun fester Teil dieses Vierseitenwerks werden. Es ist ein Versuch, Menschen diesen Ort noch zugänglicher zu machen, und sie gleichzeitig etwas verantwortlicher als bisher an ihn zu binden. Bisher machen etwa 30 Menschen mit und es steigen weiter welche mit ein.

Es gibt lauter Regeln. Was mich freut ist, dass viele der Teilnehmenden es wirklich als Spiel begreifen, und es dadurch eine besondere Heiterkeit hat, selbst wenn sie sich nicht auf Anhieb jede Regel merken können oder verstehen, was sie ja auch nerven oder erschöpfen könnte. Diese Heiterkeit und der Humor ist mir sehr wichtig, wo sich Gemeinschaft ja auch durch lange Entscheidungsfindungsgespräche, zähe Abläufe und emotionale Konflikte hervorheben kann. Ich hoffe, die vielen Gedanken zur Struktur helfen, Konflikte zu minimieren. Ich verstehe langsam, dass die Kuration derer, die mitmachen, eine künstlerische Tätigkeit ist und der Gedanke, dass es ein Spiel ist, bringt mich dabei auf interessante Ideen. Mitglieder haben kein festes Zimmer. Es gibt einen Kalender, über den sich alle eintragen können. Und alle, die da sind, machen eine halbe Stunde am Tag etwas für den Hof und die Gemeinschaft. Wobei ich nicht sicher bin, ob das reicht. Es ist ein Versuch, die Tätigkeiten zu erfassen, die ein

solcher Hof bereithält. Es ist ein ausgeklügeltes System. Alle haben Kontingente. Je nach Bedürfnissen kleinere und größere. In einer Nacht kann man je nach Wünschen eins oder mehrere Zimmer beanspruchen, sich ein Bad und Küche teilen oder es privat nutzen. Pro Schlafzimmer /Person verbraucht sich ein Kontingent. Sommer und Winter, Feiertage und Wochentage sind unter allen anteilig gleich aufgeteilt.

Die Künstlerin Anne Hubmann hat diesen Sommer einen Hofgemüsegarten angelegt und ist der Frage nachgegangen, was für eine Aufgabe einem Garten, außerhalb eines Versorgenden, für eine Gemeinschaft zukommen kann. Sie hat diesen Gemeinschaftsfindungsprozess begleitet. Mit der Hilfe der erfahrenen Nachbarinnen und Nachbarn und vieler Mitglieder aus ‚Sharing‘ ist in kurzer Zeit ein besonderer Garten entstanden. Und die Tätigkeiten im Garten, die geteilte Fürsorge, das Finden einer Struktur, die das ermöglicht, nahmen im Miteinander eine zentrale Funktion ein.

Ich werde mich auch in Zukunft über Residenzformate auf dem Hof freuen, die der Gemeinschaft und der Region zugutekommen und gleichzeitig Künstlerinnen und Künstler fördern. Diese Balance einer sozialen Kulturpraxis im Blauen Pferd ist mir wichtig.

Was ist das Stechlin Institut und wie funktioniert es?

Das Stechlin-Institut ist ein unwahrscheinlicher Ort autonomer Wirklichkeit.

Wo kommt die Motivation für die soziokulturelle Ausrichtung her?

Wir kommen aus der Bildenden Kunst und wollten gesellschaftlich wirksam sein – im Englischen gibt es dafür den Begriff der Critical Practice – was unsere Arbeit gut beschreibt.

Wo seht ihr eure Schwachpunkte und welche Risiken seht ihr für das Projekt?

Eigentlich ist das Stechlin-Institut zu klein, um wirtschaftlich resilient zu sein. Gleichzeitig kann es nur klein sein.

Wie wird sich das Stechlin-Institut in den nächsten Jahren entwickeln?

Das hängt stark von den gesellschaftlichen Bedingungen ab. Letztlich sind wir sehr exponiert und dadurch auch vulnerabel. Wir werden weiter an unseren Idealen arbeiten. Vielleicht leiser.

„Wir sind mitten in der Corona Pandemie gestartet...“

Was ist die Alte Lebkuchenfabrik und wie funktioniert sie?

Mitten in der Altstadt von Kremmen, nur wenige Meter vom Marktplatz entfernt, könnt ihr in das historische Ambiente der ehemaligen Lebkuchenfabrik eintauchen. Eine Lebkuchenfabrik in Kremmen? Das erwarten tatsächlich die wenigstens Besucher, und kaum einer weiß über die Existenz oder Geschichte der Fabrik Bescheid. Bis Anfang des 20. Jahrhunderts wurden hier fleißig Honigkuchen gebacken und sogar international verkauft. Den alten Lebkuchenofen kann man auch heute noch bestaunen.

Mit dem zweiten Weltkrieg endete die Produktion in Kremmen. Das Gebäude wurde als Wohnort und Speicher genutzt. Der Ofen war zeitweise hinter einer Wand versteckt. Erst mit dem Verkauf des Gebäudes und der Renovierung im Jahre 2008 wurde der Ofen wieder freigelegt und die Alte Lebkuchenfabrik als Café und Pension wieder zum Leben erweckt.

2020 wurde der Betrieb von meinem Team und mir übernommen, pünktlich zu Beginn der Corona-Pandemie. Der Start einer Gastronomie in der Pandemie brachte einige Hürden und Schwierigkeiten mit sich. Dennoch hatte der Betrieb Glück im Unglück. Im Sommer konnten die Gäste auf der Terrasse Platz nehmen. Viele suchten gezielt Zuflucht in kleinen Gastronomien fernab vom Massentourismus. Auch der Betrieb der Pension war weiterhin unter Auflagen möglich.

Schnell hat sich das Café zum Geheimtipp entwickelt und lädt Radfahrer, Wochenend-Ausflügler und natürlich Einheimische zum Verweilen ein. Regelmäßig finden im Café oder im Innenhof Veranstaltungen statt. Nach und nach hat sich die Location, auch bei Künstlern verschiedenster Genres, herumgesprochen. Deutsche Singer-Songwriter, französische Chansons, irische Folklore und Jazz. Hier ist für jeden etwas dabei. Was alle Veranstaltung besonders macht, ist die fast familiäre Atmosphäre bei kleinen Konzerten mit maximal 50 Personen im Hinterhof. Auch die Pension stellt soziokulturell ein wichtiges Standbein in Kremmen dar. Fast wöchentlich finden in Kremmen Hochzeiten, Familienfeiern und andere Veranstaltungen statt. Als fast einzige Unterkunft im Zentrum ist die Alte Lebkuchenfabrik erster Anlaufpunkt für die Gäste.

Wo kommt die Motivation für die soziokulturelle Ausrichtung her?

Ich bin sehr dankbar für die Gegebenheiten und die Geschichte des Hauses. Mit einem besonderen Ort wie der Lebkuchenfabrik schafft man es, verschiedenste Zielgruppen zu vereinen. Vom Berliner Ausflügler, zum Radfahrer auf der Durchreise, junge Familien, Biker-Gruppen, Senioren-Kaffeekränzchen. Geschmäcker sind immer verschieden. Selten habe ich gesehen, dass sich viele unterschiedliche Menschen am selben Ort so wohlfühlen können und zusammenkommen. Das Gleiche sehe ich bei unseren Veranstaltungen. Die Genres unserer Künstler könnten unterschiedlicher nicht sein und immer wieder ist jede Veranstaltung passend und besonders.

Wo siehst du eure Schwachpunkte und welche Risiken siehst du für das Projekt?

Natürlich bleiben auch wir von den Schwierigkeiten und Risiken der Gastronomie in den letzten Jahren nicht verschont. Wir sind mitten in der Corona-Pandemie gestartet und dachten, dass damit das Schlimmste überstanden sei. Aber auch danach bringt jede Saison immer wieder neue Herausforderungen mit sich, vor allem finanziell. Preiserhöhungen, Mindestloohnerhöhung und Mehrwertsteueranpassung machen es uns schwer, langfristig zu planen und zu kalkulieren.

Soziokulturell betrachtet ist einer unserer Schwachpunkte sicher die fehlende Barrierefreiheit. Einerseits sind wir dankbar, dass durch den Denkmalschutz das Gebäude so erhalten wurde wie es heute ist, andererseits lassen sich dadurch nicht so einfach Umbauarbeiten durchführen. Unser Café und die Pension sind deshalb für Menschen mit Gehbehinderung kaum zugänglich. Vielleicht findet sich dafür in Zukunft eine Lösung.

Wie wird sich die Alte Lebkuchenfabrik in den nächsten Jahren entwickeln?

Wir sind jetzt seit vier Jahren dabei. So lange fühlt es sich gar nicht an, weil jedes Jahr anders und besonders war, es ja auch Zeit braucht, bis sich ein Betrieb einpendelt und etabliert. Wir sind jetzt an einem Punkt, an dem ich sage: „So wie jetzt kann und soll es bitte noch lange weiter gehen!“

Unser Veranstaltungsangebot möchten wir ausweiten. Mindestens einmal im Monat sollen Konzerte oder Lesungen stattfinden. Kremmen wächst, es zieht immer mehr (auch junge) Menschen in unsere Stadt, die sich ihre Zukunft hier aufbauen. Ich wünsche mir, dass wir auch in Zukunft vor allem ein soziokultureller Treffpunkt in Kremmen sein werden: für Einheimische, Zugezogene und durchreisende Besucher*innen.

„Dritte Orte“

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

Ökonomische
Dimensionen →

Konzept und Projektplan

Das 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

Bevor 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

Ein ‚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 Einkunftsquellen, 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 (Drittmitel) 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‘.

Jan-Gerd Kühling | Kultur&Beeren

Personalmanagement und Teamaufbau

Der 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 Hygienebelehrung.

‚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.

Jan-Gerd Kühling | Kultur&Beeren

Infrastrukturelle Voraussetzungen

Der ‚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

Personenfangungsvermögen, 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.

Nadine Jürgen | Kreativagentur perlenmädchen

Kommunikation und Marketing

Betreiber 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 all 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 geschafft 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

rätselfhafte 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 einfällen 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 Templates 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

Kulturveranstalter*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.

Mark Höhne | Howden schwandt.

Die drei wesentlichen Versicherungen für eine Veranstaltung

Veranstaltungshaftpflichtversicherung

Versichert sind vom Versicherungsnehmer verschuldete Personen-, Sach- und Vermögensschäden. Bei Indoor-Veranstaltungen ist die Mitversicherung von sogenannten 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. Unterschie-

den 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 (Wetterschäden – 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. Wetterschäden bei Outdoor-Veranstaltungen), Vorsatz Dritter (Diebstahl, Vandalismus) und Fehlbedienung bzw. Unachtsamkeit (Kurzschluss, Fallenlassen usw.).

Veranstaltungssicherheit

Wenn 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)¹. 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 mindesten 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, Waffeisen, 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. Spannfix, 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 Heizsystem 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 Abspinnen 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.

Lautstärkeregelung

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

¹ Unter 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 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

Ein ‚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 Heimstuben und Dorfmuseen mit ihren Samm-

lungen, Kunstwerke, Baudenkmale, ganze, für das Oderbruch typische Siedlungen, Alleen; 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, Kunstausstellungen, 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.¹

¹ 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.

Karin Kranhold | Plattform Kulturelle Bildung Brandenburg

Gelingsbedingungen Kultureller Bildung in den ländlichen Räumen Brandenburgs – Vom ‚Hangout Place‘ zur aktiven Teilnahme

Die Plattform Kulturelle Bildung Brandenburg initiierte in ihrer Funktion als landesweite Fachstelle für generationsübergreifende Kulturelle Bildung¹ im Jahr 2022 eine zweijährige Evaluation zu den erforderlichen Rahmenbedingungen Kultureller Bildung in ländlichen Räumen. Zu den umfangreichen Ergebnissen dieser Evaluation² zählte u. a. – und auch durchaus naheliegend – 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.³ 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.⁴ Ein Transfer des Konzeptes in den ländlichen Raum führt zu den Fragen, wie sich ‚Dritte Orte‘ jenseits städtischer Infrastrukturen aktiv entwickeln lassen⁵ – 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‘.“⁶ 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. 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 [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 [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 [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.

Myriam Oosterkamp | Traumschiff, Oberhavel

Unten am Fluss – ein schwimmendes Theater als Ort der Begegnung

Im 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 ‚Traumschiffs‘ 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 ‚Traumschiff‘ 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 ‚Traumschiffs‘ 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 ‚Traumschiff“-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 ‚Traumschiffs‘ 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 ‚Traumschiff‘ 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 Zugangsbarrrieren, 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 ‚Traumschiffs‘ 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 ‚Traumschiff‘ 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 Crew – 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)

Hof 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)

Zeitgenössische 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)

Mittlerweile 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 CO₂-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 CO₂- 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? Freigezänk 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 CO₂-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 CO₂-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 CO₂ 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, das 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

Wir wollen hier ausdrücklich Betreiber ‚Dritter 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 Zuspeler/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 so genannte 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: Phantom-speisung 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

Sollen ‚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 können, 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 Standortge-

bundenheit 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 belästigender 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 Veranstalterenden

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 Beschwerdetelefon;
- 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.

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 Betriebs haftpflichtversicherung 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 Kassensystem 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) beschäftigen 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 aufzu-

bauen. 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-Ticketing-Systems 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 Ticketing-System verwendet wird, ist häufig eine Entscheidung für mehrere Jahre, da das Ticketing-System 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 Ticketing-System beinhalten. Erhält der Künstler 70 % vom Eintritt, und musst du 20 % des Eintritts an das Ticketing-System 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 Vertragsdruckereien 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-Tontechnik (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

Bildverzeichnis

Alte Lebkuchenfabrik, Katharina Neumann ↗ **S. 3**
Das Blaue Pferd, David Heitz ↗ **S. 4 – 5**
Das Blaue Pferd, Elisophie Eulenburg ↗ **S. 8**
Fontane Garten, Michael Haddenhorst ↗ **S. 11**
Fontane Garten, Michael Haddenhorst ↗ **S. 14**
Kultur&Beeren, Michael Haddenhorst ↗ **S. 1**
Kultur&Beeren, Michael Haddenhorst ↗ **S. 2**
Kultur&Beeren, Michael Haddenhorst ↗ **S. 7**
Kultur&Beeren, Jan-Gerd Kühling ↗ **S. 15**
Oderbruch Museum, Alex Schirmer ↗ **S. 6**
Stechlin Institut, Stef Richter ↗ **S. 9**
Traumschüff, David Schellenschmidt ↗ **S. 10**
Quillo, Tom Schweers ↗ **S. 12 – 13**
Quillo, Tom Schweers ↗ **S. 16**

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

Bregional 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