



**SYN  
ER  
GIE**

# Das Energie spar festival

energie

Leitfaden zum  
Energiesparfestival

Anleitungen, Checkliste, Tipps

TEAM ENERGIEWENDE BAYERN



Bayerisches Staatsministerium für  
Wirtschaft, Landesentwicklung und Energie

Bayerisches Landesamt für  
Umwelt



# **Leitfaden zum Energiesparfestival**

**Anleitungen, Checkliste, Tipps**

## Impressum

### Leitfaden zum Energiesparfestival

#### Herausgeber:

Bayerisches Staatsministerium für  
Wirtschaft, Landesentwicklung und Energie  
Prinzregentenstraße 28  
80538 München  
Tel.: 089 2162-0  
E-Mail: [info@stmwi.bayern.de](mailto:info@stmwi.bayern.de)  
Internet: [www.stmwi.bayern.de](http://www.stmwi.bayern.de)

Bayerisches Landesamt für Umwelt (LfU)  
Bürgermeister-Ulrich-Straße 160  
86179 Augsburg  
Tel.: 0821 9071-0  
E-Mail: [poststelle@lfu.bayern.de](mailto:poststelle@lfu.bayern.de)  
Internet: [www.lfu.bayern.de](http://www.lfu.bayern.de)

#### Konzept/Text:

LfU

#### Bildnachweis:

Alle Bilder LfU

außer:

Philip Herzhoff, Hamburg: Abb. 1, 2, 4, 10, 12, 20, 28, 38, 39, 41, 42

Lukas Barth, München: Abb. 13, 14, 18, 19, 25, 26, 40, 44, 47, 54, 55, 56, 59

Tobias Hase, München: Abb. 11, 15, 17, 21, 22, 27, 29, 30, 45, 46, 48–52, 58

Green City Projekt GmbH: Abb. 6–8, 37, 60, Synergie Grafiken (Logo, Kraftwerk, Transform, Energiewandler, Ladestation), gelbe Streifen-Kompositionen: Titelbild und Seiten 7, 9, 61, 62

Green City Projekt GmbH/Energie-Atlas Bayern: Abb. 16

#### Druck:

Schmidt & Buchta GmbH & Co. KG, Fliegerweg 7, 95233 Helmbrechts

Gedruckt auf 100 % Recyclingpapier

#### Stand:

September 2020, 5. aktualisierte Auflage: 200 Exemplare

Diese Publikation wird kostenlos im Rahmen der Öffentlichkeitsarbeit der Bayerischen Staatsregierung herausgegeben. Jede entgeltliche Weitergabe ist untersagt. Sie darf weder von den Parteien noch von Wahlwerbern oder Wahlhelfern im Zeitraum von fünf Monaten vor einer Wahl zum Zweck der Wahlwerbung verwendet werden. Dies gilt für Landtags-, Bundestags-, Kommunal- und Europawahlen. Missbräuchlich ist während dieser Zeit insbesondere die Verteilung auf Wahlveranstaltungen, an Informationsständen der Parteien sowie das Einlegen, Aufdrucken und Aufkleben parteipolitischer Informationen oder Werbemittel. Untersagt ist gleichfalls die Weitergabe an Dritte zum Zweck der Wahlwerbung. Auch ohne zeitlichen Bezug zu einer bevorstehenden Wahl darf die Publikation nicht in einer Weise verwendet werden, die als Parteinahme der Staatsregierung zugunsten einzelner politischer Gruppen verstanden werden könnte. Den Parteien ist es gestattet, die Publikation zur Unterrichtung ihrer eigenen Mitglieder zu verwenden.

Das Werk ist urheberrechtlich geschützt. Alle Rechte sind vorbehalten. Die publizistische Verwertung der Veröffentlichung – auch von Teilen – wird jedoch ausdrücklich begrüßt. Bitte nehmen Sie Kontakt mit dem Herausgeber auf, der Sie – wenn möglich – mit digitalen Daten der Inhalte und bei der Beschaffung der Wiedergaberechte unterstützt.

Diese Publikation wurde mit großer Sorgfalt zusammengestellt. Eine Gewähr für die Richtigkeit und Vollständigkeit kann dennoch nicht übernommen werden. Für die Inhalte fremder Internetangebote sind wir nicht verantwortlich.



BAYERN | DIREKT ist Ihr direkter Draht zur Bayerischen Staatsregierung. Unter Tel. 089 122220 oder per E-Mail unter [direkt@bayern.de](mailto:direkt@bayern.de) erhalten Sie Informationsmaterial und Broschüren, Auskunft zu aktuellen Themen und Internetquellen sowie Hinweise zu Behörden, zuständigen Stellen und Ansprechpartnern bei der Bayerischen Staatsregierung.

# Inhaltsverzeichnis

<b>Vorwort</b>	<b>5</b>
<b>1 Das Energiesparfestival zum Nachmachen</b>	<b>7</b>
1.1 Idee und Konzept für Ihre Veranstaltung	7
1.1.1 Was ist das Energiesparfestival „Synergie“?	7
1.1.2 Sie als kommunaler Veranstalter sind gefragt!	8
1.1.3 Was wir Ihnen anbieten	9
1.2 Da ist was geboten: Die Festival-Module	10
1.3 Anziehend: Das Design des Festivals	12
<b>2 Planung und Durchführung der Veranstaltung</b>	<b>14</b>
2.1 Festlegung des Projektleitungs-Teams	14
2.2 Mitstreiter identifizieren und gewinnen	14
2.2.1 Wen brauchen Sie?	14
2.2.2 Planungstreffen	16
2.2.3 Arbeitsgruppen	17
2.3 Organisation und Infrastruktur	17
2.3.1 Ortswahl	17
2.3.2 Terminwahl	19
2.3.3 Genehmigungen einholen und Auflagen klären	19
2.3.4 Budgetplanung	20
2.3.5 Equipment, Auf- und Abbau und Infrastruktur organisieren	21
2.3.6 Sicherheitsplanung	28
2.3.7 Alternativpläne – sich auf Herausforderungen am Festivaltag vorbereiten	29
2.4 Programmplanung	30
2.4.1 Grundlegendes	30
2.4.2 Bühnenprogramm	31
2.4.3 Kraftwerk	34
2.4.4 Transform	39
2.4.5 Energiewandler	41
2.4.6 Ladestation	41
2.5 Öffentlichkeitsarbeit	43
2.5.1 Eigene Printmaterialien	44
2.5.2 Beiträge in Zeitung, Radio und TV	45
2.5.3 Internetauftritt und -werbung	48
2.5.4 In Erinnerung bleiben: Warum gute Fotos wichtig sind	49
2.6 Durchführung am Veranstaltungstag	51
2.7 Nachbereitung und Abschluss der Veranstaltung	52

<b>3</b>	<b>Erfahrungen aus den drei Pilotfestivals</b>	<b>53</b>
3.1	Näher hingeschaut: So lief es 2016 in den drei Pilotkommunen	53
3.1.1	Wertach: Besonderheiten und Herausforderungen einer kleinen Gemeinde	53
3.1.2	Traunreut: Besonderheiten und Herausforderungen einer mittelgroßen Stadt	54
3.1.3	Aschaffenburg: Besonderheiten und Herausforderungen einer großen Stadt	55
<b>4</b>	<b>Das Energiesparfestival „Synergie“ etablieren</b>	<b>56</b>
<b>5</b>	<b>Ihre Schritte gliedern – die Checkliste</b>	<b>57</b>
<b>6</b>	<b>Anhang</b>	<b>58</b>
6.1	Beispiel Zeit- und Mediaplan	58
6.2	Liste der Akteure	59
6.3	Beispiel Budgetplan	60
6.4	Beispiele für Print- und Werbematerialien	61
6.4.1	Poster/Plakat	61
6.4.2	Großes Banner	62
6.4.3	Sprayschablone, Stempe	63
6.5	Checkliste Veranstaltung	64
6.6	Vertragsvorlage	80

## Vorwort

Die bayerischen Kommunen sind wichtige Multiplikatoren für die Umsetzung der Energiewende in Bayern: Sie als Bürgermeisterinnen und Bürgermeister sowie kommunale Energieverantwortliche können Ihre Bürgerinnen und Bürger aktiv informieren und motivieren, selbst einen Beitrag zu einer erfolgreichen Energiewende zu leisten.

Energie zu sparen und sie effizient zu nutzen sind zwei wichtige Bausteine auf dem Weg in Bayerns Energiezukunft. Denn jede Kilowattstunde, die nicht verbraucht wird, muss nicht erst erzeugt werden. Viele Kommunen wollen ihren Bürgerinnen und Bürgern aber mehr bieten, als nur über das Austauschen von Glühbirnen gegen energieeffizientere Lampen zu beraten.

Wie wäre es zur Abwechslung mit einem kommunalen Energiesparfestival? Das macht nicht nur Spaß, sondern bietet mit kreativen Workshops, Nachhaltigkeitsmesse und buntem Bühnenprogramm Inspiration und praktische Anregungen für einen energiesparenderen Lebensstil. Durch den Festivalcharakter erreichen Sie als Kommune ein breites Publikum. So haben Sie nicht nur einen großen Wirkungskreis, sondern fördern zudem, dass sich engagierte Akteure vor Ort kennenlernen und vernetzen.

Viel zu aufwändig, dafür ein Konzept zu entwerfen? Kein Problem! Das Konzept für eine solche Veranstaltung mit dem Titel „Das Energiesparfestival – Synergie“ hat das Bayerische Landesamt für Umwelt im Auftrag des Bayerischen Energieministeriums gemeinsam mit einer professionellen Eventagentur bereits entwickelt und 2016 in drei Kommunen getestet. Inzwischen hat sich eine ganze Reihe großer und kleinerer Kommunen angeschlossen, die seit 2018 erfolgreich solche Festivals veranstalten.

Bei allen Festivals zeigt sich: Sie sind ein großer, nachahmenswerter Erfolg!

Wir haben die Erfahrungen für Sie in dem vorliegenden Leitfaden zusammengefasst. Der Leitfaden zeigt Ihnen, wie Sie ein eigenes Energiesparfestival im Format der bisherigen Festivals Schritt für Schritt planen und umsetzen können. Darüber hinaus gibt es viele praktische Tipps und Tricks. Außerdem haben wir für Sie eine ausführliche Checkliste sowie einen beispielhaften Budget- und Zeitplan entworfen. Vorlagen für alle Werbematerialien im passenden Layout stellen wir Ihnen ebenfalls kostenlos zur Verfügung.

Egal ob Sie das Festival zu sich holen möchten oder sich für einzelne Elemente des Veranstaltungskonzepts interessieren – im Leitfaden finden Sie Unterstützung.

Wir wünschen Ihnen viel Spaß und Erfolg bei der Umsetzung Ihres Energiesparfestivals!



*Hubert Aiwanger*  
**Hubert Aiwanger**

Bayerischer Staatsminister  
 für Wirtschaft, Landesentwicklung  
 und Energie



*R. Weigert*  
**Roland Weigert**

Staatssekretär im  
 Bayerischen Staatsministerium  
 für Wirtschaft, Landesentwicklung  
 und Energie





## 1 Das Energiesparfestival zum Nachmachen

### 1.1 Idee und Konzept für Ihre Veranstaltung

Jede und jeder ist wichtig für das Gelingen der Energiewende! Denn: Neben dem Ausbau der erneuerbaren Energien geht es auch darum, wie wir leben und wie wir insgesamt mit Energie umgehen; und ob wir es schaffen, unseren Energiebedarf zu reduzieren – als Individuum, als Unternehmen und als Gesellschaft.



Wir alle – Sie, wir, unsere Nachbarn, unsere Freunde – haben großes Einsparpotenzial und viele Handlungsmöglichkeiten. Der Grund: Wir können nicht nur zuhause oder in der Arbeit Energie und Ressourcen sparen, sondern auch über unser Konsumverhalten. Unsere Gesellschaft heißt nicht umsonst „Konsumgesellschaft“; wer etwas verändern will, sollte genau da ansetzen! Mit bewusstem und qualitätsorientiertem Konsum kann der gesamtgesellschaftliche Energieverbrauch wirkungsvoll reduziert und die Umwelt geschont werden.

Jeder Einzelne kann viel bewirken!

#### 1.1.1 Was ist das Energiesparfestival „Synergie“?

Wie kommen wir im täglichen Leben mit weniger Energie und Ressourcen aus, ohne das Gefühl des Verzichtens zu haben, sondern vielmehr das Gefühl, aktiv an der Gestaltung einer lebenswerten gemeinsamen Zukunft mitzuwirken? Ein Schlüssel dafür ist das „WIR“: Wenn Freunde, Nachbarn, Schüler, Lehrer, Mitarbeiter von Unternehmen und alle, die Lust haben, sich zusammentun, können sie nicht nur etwas bewegen, sondern haben auch noch Spaß dabei. Deshalb ist das Motto des Festivals die Synergie, was im Griechischen so viel wie Zusammenarbeit bedeutet. Soll heißen: Wie im Internet ist Vernetzung für uns alle wichtig, um Ziele wie „den Energiebedarf senken“ zu erreichen.

Das Energiesparfestival ist für all das Plattform und Motor. Menschen lassen sich vor Ort mehr für die Energiewende begeistern als durch abstrakte Fakten in den Medien. Und: Viele Menschen motiviert es viel mehr, in entspannter Atmosphäre interessante Ideen und Anstöße aufzunehmen, als bei Sachvorträgen oder über Informationsmaterialien. Ein Festival kann die Themen Energiesparen und Nachhaltigkeit anschaulich transportieren und zeigen, dass ein zukunftsorientierter Lebensstil nicht unbedingt ein „Weniger“, sondern vor allem ein „Anders“ bedeutet.



Das Energiesparfestival

Die Besucherinnen und Besucher können genießen, staunen, Spaß haben – und mit dem Gedanken „Toll, das kann ich auch!“ nach Hause gehen. Ob in der eigenen Familie, in der Schule, im Unternehmen oder in der Kommune – wenn die eine oder der andere das positive Gefühl des „Vieles ist möglich“ mitnimmt und Lust bekommt, es weiterzutragen um etwas zu verändern, hat das Energiesparfestival sein Ziel erreicht.

### **Das bietet das Energiesparfestival „Synergie“:**

- Visionen und Angebote von Menschen, Verbänden oder Unternehmen aus der Region
- Begegnungen, die Synergien schaffen und Anregungen für den eigenen Lebensstil geben
- kreative Workshops zum Mitmachen und Erleben
- eine Nachhaltigkeitsmesse
- ein Rahmenprogramm auf der Bühne mit Musik und Unterhaltung

Ob das auch funktioniert? Ja, sehr gut sogar! Das Konzept haben inzwischen schon etliche Kommunen in Bayern umgesetzt - große wie kleine. Die Ergebnisse können Sie unter [www.synergie-festival.de](http://www.synergie-festival.de) und auch auf Facebook ansehen. Vielleicht haben auch Sie Lust ein eigenes Festival vor Ort zu gestalten.

[www.facebook.com/synergiefestival](http://www.facebook.com/synergiefestival)

### **1.1.2 Sie als kommunaler Veranstalter sind gefragt!**

Hier kommen Sie und Ihre Gemeinde oder Stadt ins Spiel! Das Festival mit dem besonderen Konzept soll in ganz Bayern erlebbar werden. Damit möglichst viele Städte und Gemeinden ein eigenes Energiesparfestival veranstalten können, stellt dieser Leitfaden die wichtigsten Elemente vor.

#### **Vorteile für die Kommune**

Warum sollten Sie das Wagnis eingehen und ein völlig neues Festivalformat umsetzen? Ganz einfach: Große Herausforderungen wie die Energiewende oder den Klimawandel schaffen wir nur gemeinsam. Deshalb braucht es neue Ideen und ansteckende Motivation! Wie ist ein gutes Leben jetzt und in der Zukunft möglich? Mit dem Energiesparfestival werden solche Fragen gestellt und für jede Gemeinde passende Ansätze gefunden. Werden Sie deshalb eine „Energiespar-Kommune“.

Eine „Energiespar-Kommune“

- ist Vorreiter
- setzt ein Zeichen für die Energiewende und bringt sie voran
- präsentiert sich durch das neue Format modern und aufgeschlossen
- motiviert viele Zielgruppen
- holt Ideen aus der Bevölkerung und bindet sie damit ein
- ist nah am Bürger und erkennt durch den Dialog die Stimmung in der Gemeinde zum Thema Energiesparen und Energiewende
- lernt lokale und überregionale Akteure kennen
- ermöglicht eine Vernetzung zwischen unterschiedlichsten Akteuren und Bürgern
- fördert Umwelt- und Klimaschutz

### Was brauchen Sie, um ein Energiesparfestival veranstalten zu können?

Jede Gemeinde oder Stadt kann ein Energiesparfestival organisieren. Das Festival ist so konzipiert, dass es individuell für die jeweilige Kommune größer oder kleiner geplant werden kann.

Allerdings gibt es einige wichtige Voraussetzungen:

- große Unterstützung im Stadt- bzw. Gemeinderat
- Rückendeckung der Bürgermeisterin/des Bürgermeisters
- angemessene Budgetfestlegung mit genauem Kostencontrolling
- Arbeitsfreistellung für einen „Kümmerer“ bzw. ein „Kümmerer-Team“, also eine Leitung für die Planung und Umsetzung des Projekts
- weitere Mitarbeiter und Mitarbeiterinnen für Zuarbeiten aus der Verwaltung oder/und entsprechende Freiwillige
- Bereitschaft, Multiplikatoren zu überzeugen und Besucherinnen und Besucher zu gewinnen

### 1.1.3 Was wir Ihnen anbieten

Dieser Leitfaden enthält ein ausführliches Veranstaltungskonzept mit folgenden Inhalten:

- ein Konzept für die Akteursbeteiligung
- ein Konzept für die Öffentlichkeitsarbeit
- wichtige Medienvorlagen (Plakate, Banner, Flyer) samt Layout und Logos
- Vertragsvorlage für die Einbindung der Akteure
- beispielhafte Zeit- und Budgetpläne
- eine zusammenfassende Checkliste

Darüber hinaus können Sie eine Unterseite auf der Webseite [www.synergie-festival.de](http://www.synergie-festival.de) anlegen lassen, mit der Möglichkeit, Ihre Veranstaltung zu bewerben.

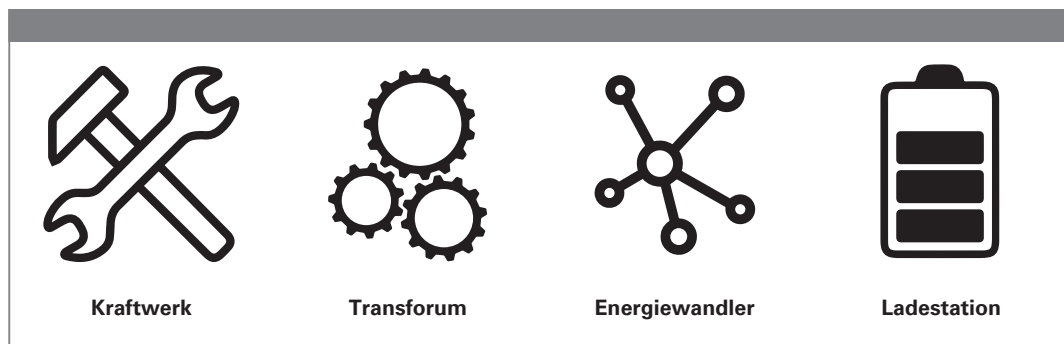
Der Vorteil für Sie: Wir haben alle Werbematerialien (Plakate, Banner, Flyer, Logos) im passenden Design zusammengestellt. Als Kommune können Sie die Vorlagen kostenlos erhalten.

### Kontaktieren Sie uns, wir helfen gerne!

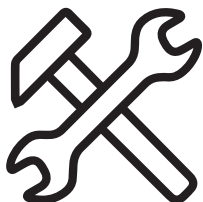
 <b>Adresse</b> Bayerisches Landesamt für Umwelt Bgm.-Ulrich-Str. 160 86179 Augsburg	 <b>Telefon</b> (0821) 9071 - 5444	 <b>Mail</b> oekoenergie@lfu.bayern.de
---	--	---

## 1.2 Da ist was geboten: Die Festival-Module

Es ist nicht die allerleichteste Übung, sich und andere für Energiesparen im Alltag zu motivieren. Deshalb haben wir uns ein modernes modulares Konzept mit vier Themen überlegt:



Durch die unterschiedlich ausgerichteten Module Kraftwerk, Transformum, Energiewandler und Ladestation werden die Besucherinnen und Besucher in die Veranstaltung eingebunden und zum Mitmachen eingeladen. Dadurch können sie viele Inhalte selbst gestalten und entwickeln ein Gefühl für die Möglichkeiten, das Thema Energiesparen in der Gemeinde und im privaten Bereich anzugehen.



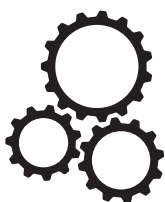
### Kraftwerk

Das Modul Kraftwerk besteht in erster Linie aus Workshops: Hier erleben die Besucherinnen und Besucher, was andere bereits tun, um wenig Energie zu verbrauchen. Sie können zuschauen und mitmachen.

So erfahren sie, welche Akteure in ihrer Region aktiv sind und welche Angebote es gibt, die sie in ihrem Alltag nutzen können.

Abb. 1 (links): Kinder der Grundschule Wertach beschäftigen sich hier ganz ohne Strom zu nutzen

Abb. 2 (rechts): Solche Palettenmöbel selbst herzustellen ist ein modernes Hobby und spart Energie und Rohstoffe



### Transformum

Das Transformum ist eine Plattform für lokale und regionale Unternehmen, Vereine und Organisationen, die ihre Produkte bei einer „Mikromesse“ vorstellen. Die Besucherinnen und Besucher sehen das Engagement der Akteure im Bereich Energiesparen und bei der Ressourceneffizienz. Vor allem kleinere Unternehmen haben hier die Möglichkeit, ihr Angebot einem breiten Publikum bekannt zu machen. Hochschulen können ihre Forschungsarbeiten vorstellen, Schülerinnen und Schüler ihr Engagement im Klimaschutz. Jede Organisation, die etwas zum Thema zu bieten hat, kann sich hier präsentieren.



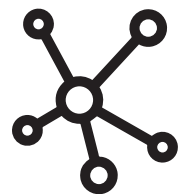
Abb. 3: Im Gespräch mit dem Elektrofahrzeug-Anbieter Profile Wallner in Traunreut

### Energiewandler

Zu Energiewandlern werden lokale Akteure, die in ihren eigenen Geschäftsräumen die Themen Energiewende, Klimaschutz und Lebensstil aufgreifen. Sie können beliebig kreativ sein und Diskussionen, Lesungen, Führungen oder Kunstaktionen organisieren, die so vielleicht nur am Veranstaltungstag geboten werden.

Zum Beispiel lädt ein lokaler Landwirt auf seinen Hof ein oder ein örtlicher Buchladen bietet eine Lesung an. Eine Künstlerin organisiert eine Mitmachaktion oder eine Kellerei stellt ihre Blütenweine aus der Region vor. Der Bezug zum Thema sollte natürlich gewahrt bleiben.

In kleinen Ortschaften können die Energiewandler über einen Spaziergang verbunden werden. In größeren nimmt man dafür das Rad oder ein anderes Fortbewegungsmittel, das dann gleichzeitig ein Hingucker sein kann, zum Beispiel eine Kutsche oder einen Strampelbus.



Das Plus für die Besucher: Ein Zeitplan, eine Karte und ein Wegeteilsystem zeigen, wo und wann die Aktionen stattfinden.



Abb. 4: Carsten Hell von der Allgäuer Gebirgskellerei war Energiewandler in Wertach



### Ladestation

In der Ladestation können die Besucherinnen und Besucher kulinarische Angebote genießen. Im Sinne des Energiesparens bieten lokale Gastronomen regional-saisonale Küche an. Auch vegetarische und vegane Angebote verführen die Besucher zum Probieren. Oft haben Schulen Ideen für Rezepte und können sich hier mit Selbstgemachtem präsentieren.

Abb. 5: Ladestation – zum Ausruhen (links) und als Treffpunkt für gute Gespräche (rechts)



### Bühne

Neben den vier Modulen gibt es eine zentrale Bühne. Das Bühnenprogramm bietet idealerweise eine gute Mischung aus Unterhaltung und Information zum Thema und begeistert die Besucherinnen und Besucher durch einen lebensnahen Ansatz. Auf der Bühne stehen am besten Gruppen oder Musikerinnen und Musiker aus der Region; auch Schulen, Vereine, Theatergruppen und andere Künstlerinnen oder Künstler können – passend zum Thema – auf der Bühne interessant sein.

### 1.3 Anziehend: Das Design des Festivals

Das Veranstaltungsdesign spricht mit seinem modernen, grafischen Design eine junge und junggebliebene Zielgruppe an. Es ist durch seine Kontraste und Linien weithin sichtbar und besitzt mit seiner emotional aufgeladenen Markenidentität einen hohen Wiedererkennungswert.

Das Layout stellt den Veranstaltungstitel grafisch dar. Es hebt die Bedeutung von Vernetzung für das Erreichen gemeinsamer Ziele wie „Energiebedarf senken“ durch die Verbindung der gelben Einzelstränge (zum Beispiel Stromnetz, Synapsen, Verbindungen zwischen Menschen) hervor. So kann, bildlich gesprochen, ein tragfähiges Netz entstehen, das die nötige Kraft und Reichweite für eine nachhaltige Änderung des Lebensstils gibt. Die Farbe Gelb weckt durch die Verbindung zur Sonne Assoziationen mit dem Thema Energie, wirkt positiv und frisch und ist ein „Hingucker“.



Abb. 6: Bewerbung des Energiesparfestivals „Synergie“ auf der Webseite von Aschaffenburg

In welcher Gemeinde/Stadt und an welchem Tag das Festival stattfindet, sieht man ebenfalls. Wie dieses Design Sie bei Ihrem Festival unterstützen kann, sehen Sie in Kapitel 2.5 Öffentlichkeitsarbeit.

Als Beispiele für das Design finden Sie im Internet unter [www.synergie-festival.de](http://www.synergie-festival.de) die Flyer der bisherigen Veranstaltungen sowie im Anhang unter 6.4.1. die Poster und Plakate.

Abb. 7: Die Wirkung des Layouts in unterschiedlichen Medien



## 2 Planung und Durchführung der Veranstaltung

Da es sich in Ihrer Kommune um ein neues Festivalformat handelt, sind drei Dinge besonders wichtig:

- die Festlegung einer Projektleitung, die genügend Arbeitszeit für die zeitintensive Umsetzung erhält (ggf. zeitweise Freistellung von anderen Aufgaben) (siehe Kapitel 2.1)
- Mitstreiterinnen und Mitstreiter, also Akteure aus der Kommune, den Stadtwerken, Unternehmen, Vereinen, Schulen und Co., die hinter der Festival-Idee stehen, am Festival mitarbeiten oder sich präsentieren möchten (siehe Kapitel 2.2)
- eine gute Öffentlichkeitsarbeit, um das neue Festival bekannt zu machen und Besucherinnen und Besucher anzulocken (siehe Kapitel 2.5)

Darüber hinaus fallen einige weitere Bausteine bei der Planung und Durchführung an, die Sie ebenfalls in diesem Kapitel finden.

In der Checkliste (siehe Anhang 6.5) werden die Schritte nochmal in Stichpunkten dargestellt und lassen sich „abhaken“.

### 2.1 Festlegung des Projektleitungs-Teams

Wie bei jeder größeren Veranstaltung braucht es ein tatkräftiges Team, das die Projektleitung während des gesamten Planungszeitraums übernimmt. Wichtig ist, dass Sie als Veranstalter des Festivals sich bewusst machen, dass viel Organisationsaufwand dahinter steckt und Sie genügend Personalkapazitäten einplanen. Alternativ können Sie auch eine Event-Agentur mit der Umsetzung beauftragen.

### 2.2 Mitstreiter identifizieren und gewinnen

#### 2.2.1 Wen brauchen Sie?

Damit die Veranstaltung in der Kommune positiv aufgenommen wird und ein Erfolg werden kann, ist es wichtig, dass lokale „Schlüsselfiguren“ hinter der Festivalidee stehen, diese in der Öffentlichkeit positiv vertreten und beim Festival selbst mitwirken:

- als aktiv sichtbare „Akteure“ (Moderator, Aussteller, Vortragende, Workshop-Leitung, Gastronomen etc.)
- als Helfer im Hintergrund (Fürsprache, Vermittlung von Kontakten, Verteilung von Werbung, Auf- und Abbau etc.)
- oder als Partner (sie erscheinen z. B. mit ihrem Logo mit auf den Werbemedien und bieten im Gegenzug eine kostenlose oder vergünstigte Leistung z. B. Medienpartnerschaft)<sup>1</sup>

---

1) Bitte beachten Sie dabei die Einhaltung der Grundsätze der Gleichbehandlung und der Wettbewerbsneutralität sowie Vergaberecht und Kartellrecht. Näheres unter [www.bayerische-landeskartellbehoerde.de](http://www.bayerische-landeskartellbehoerde.de)



Zu Beginn ist es daher eine wichtige Aufgabe der Projektleitung, solche Schlüsselfiguren zu identifizieren. Wer sind die möglichen Akteure, Helfer und Partner? Beispiele sind:

- Lokalpolitikerinnen und Lokalpolitiker, insbesondere die Bürgermeisterin/der Bürgermeister
- Mitarbeiterinnen und Mitarbeiter in der Kommune (außerhalb der Projektleitung)
- Verbraucherzentrale Bayern
- lokale Unternehmen
- Energiegenossenschaften und -beratungsbüros
- Umwelt- und Naturschutzverbände (beispielsweise Bund Naturschutz, LBV, Greenpeace)
- der Tourismusverband
- Vereine
- Schulen, Horts, Kindergärten und andere Bildungseinrichtungen
- Jugendverbände
- Kulturschaffende (beispielsweise Theater, Konzertveranstalter)
- die Presse
- Anwohnerinnen und Anwohner
- Eventfirma (für Auf- und Abbau der Bühne, Pavillons, Zelte)
- Stadtwerke, Abfallentsorger, örtlicher Bauhof (für Infrastrukturplanung: Strom, Wasser, Abfall)
- Ordnungsamt
- Feuerwehr, Bayerisches Rotes Kreuz
- Grafikfirma/Druckerei (für Plakate, Flyer etc.)
- lokale Medien (Zeitung, Radio, TV)

Weitere Hinweise zur Auswahl von Akteuren für Ihr Programm finden Sie im Abschnitt 2.4 Programmplanung.

### Tipp

Wichtig ist, dass die Veranstaltungsplanung von Anfang an von der Bürgermeisterin/dem Bürgermeister unterstützt wird. Sollte diese Unterstützung im Lauf der Planung wegfallen, prüfen Sie, wie die Erwartungen in der Kommune sind. Wenn Sie genügend Unterstützung durch andere Gemeinderatsmitglieder, Organisationen und Initiativen oder gar die Bevölkerung haben, kann es sinnvoll sein, das Festival dennoch umzusetzen. Wenn Sie aber auch dort erst Überzeugungsarbeit leisten müssen, sollten Sie prüfen, ob die Planung verschoben werden kann, bis Sie genügend Unterstützung haben.

Mit allen Akteuren und Partnern sollte ein Vertrag abgeschlossen werden, in dem die beiderseitigen Verpflichtungen und sonstigen Bedingungen geklärt werden. Eine beispielhafte Vorlage finden Sie im Anhang 6.6. Sie muss nur noch individuell an die Partner und Bedingungen angepasst werden.

Außerdem muss über den Ausfall wegen Wetter oder anderen unvorhergesehenen Ereignissen verhandelt werden, damit keine Nachforderungen wegen entgangener Einkünfte gestellt werden.

### 2.2.2 Planungstreffen

Für die Ankündigung des Festivals bei den potentiell Mitwirkenden kann eine vorbereitende Veranstaltung, z. B. als Planungstreffen, stattfinden. Interessierte werden über das Vorhaben informiert und erhalten Raum für Fragen, Anmerkungen und Ideen zur Ausgestaltung. Vielleicht können Sie hier bereits die ersten Akteure, Helferinnen/Helfer und Ideengeber finden.

Ein Planungstreffen muss gut vorbereitet werden und seinen Zweck und Ablauf bereits bei der Ankündigung erklären.

Schlüsselakteure sollten persönlich angesprochen und eingeladen werden. Eine zusätzliche öffentliche Einladung in der Lokalpresse und anderen Ankündigungsorganen (Info-tafel: Die Gemeinde informiert oder Ähnliche) hilft, auch die interessierte Öffentlichkeit einzubinden.

Die folgenden Vorteile und Aspekte des Planungstreffens sollten Sie beachten:

- Es gibt positiven An Schub, wenn sich eine lokal bekannte Persönlichkeit (Bürgermeisterin/Bürgermeister, Stadtratsmitglied etc.) am Anfang des Treffens für die Idee ausspricht.
- Die Projektleitung sollte zunächst erklären, um was es beim Energiesparfestival geht und anschließend wesentliche Aufgaben bei der Festivalplanung vorstellen. Anschließend (oder währenddessen) können Interessierte Fragen stellen und sich für die Übernahme einzelner Aufgaben melden.
- Hilfreich ist eine genaue Angabe, was bis wann gemacht werden muss, das heißt Ihr Zeitplan muss bereits grob ausgearbeitet sein.
- Viele Menschen engagieren sich schon irgendwo oder sind bereit, sich für einen zeitlich begrenzten (!) Auftrag einzusetzen.
- Die Koordinatorin/der Koordinator für die Mitwirkenden sollte bereits feststehen und eine Person aus der Projektleitung oder einer beauftragten Organisation (z. B. Stadtwerke) sein. Diese Person muss ausreichend Zeit zur Verfügung haben, gut erreichbar sein sowie gute organisatorische und kommunikative Fähigkeiten mitbringen.
- Um den zeitlichen Rahmen des Planungstreffens nicht zu sprengen, kann es sinnvoll sein, Arbeitsgruppen für Teilbereiche der Organisation zu gründen, die sich im Anschluss oder zu einem anderen Termin erneut treffen, um Details zu besprechen (genauen Inhalt der Aufgabe, Zeitplan etc.).

#### **Tipp**

Suchen Sie sich auch bereits für das Planungstreffen eine geübte Moderation, am besten jemanden, der die Gemeinde oder die Stadt gut kennt. Als Methoden für ein gutes Planungstreffen eignen sich zum Beispiel eine Pinnwand und Moderationskärtchen. Aber: Nicht jede Bürgerin oder Bürger ist es gewohnt, sich in Arbeitsgruppen zu organisieren und mit Moderationskärtchen zu arbeiten. Machen Sie Vorschläge zum Vorgehen und erklären Sie die Methode. Passen Sie sie während der Veranstaltung ggf. an das Publikum an!

Falls es Missverständnisse (z. B. zum Zweck der Veranstaltung) gibt, kann die Erwartung der Teilnehmerinnen und Teilnehmer des Planungstreffens abgefragt und nach pragmatischen Lösungen gesucht werden.

### 2.2.3 Arbeitsgruppen

In Arbeitsgruppen lässt sich die Detailplanung für einzelne Veranstaltungsteile umsetzen (z. B. einzelne Module, Öffentlichkeitsarbeit, Auf- und Abbau etc.). Dies beinhaltet u. a.:

- die Detailplanung der Aufgaben (Helfer) und Inhalte (Akteure) (siehe auch Kapitel 2.4)
- das Finden weiterer Helfer
- die Besprechung des benötigten Equipments und der benötigten Infrastruktur (siehe auch Kapitel 2.3.1 und 2.3.5)
- die Terminabsprache (was muss bis wann etwas erledigt sein, Pufferzeiten, Alternativen, falls es nicht klappt oder eng wird)
- eine Budgetkalkulation und Überlegungen zur Ausgabenkontrolle

## 2.3 Organisation und Infrastruktur

### 2.3.1 Ortswahl

Für das Energiesparfestival „Synergie“ ist es wichtig, einen attraktiven und in sich geschlossenen Erlebnisraum zu schaffen. Dabei sind sowohl örtliche Besonderheiten, z. B. die räumliche Einbindung verschiedener Anlieger, als auch die erwarteten Laufwege der Besucherinnen und Besucher zu berücksichtigen. Damit sich alle wohlfühlen, sollten natürliche Laufwege und attraktive Rückzugsräume vorhanden sein.

Besonders bei der ersten Durchführung eines Festivals ist die Wahl der „Location“ essentiell. Soll die Veranstaltung als wiederkehrendes Format etabliert werden, ist es gut, wenn die Besucherinnen und Besucher den Veranstaltungsort und möglichst auch den Zeitpunkt wiedererkennen.

Die folgenden Punkte sind besonders wichtig für Ihren Veranstaltungsort:

#### Erreichbarkeit und Bekanntheit

Generell sollte der Veranstaltungsort zentral, bekannt und gut erreichbar (zu Fuß und mit dem ÖPNV) sein – das ist attraktiv und führt dazu, dass auch „Laufkundschaft“ mitfeiert.

Auch ausreichende Parkflächen (auch für Fahrräder) in der Nähe sind nötig; wenn das nicht geht, ist ein Wegeleitsystem zum Veranstaltungsort wichtig.

Hat eine Kommune schon einen etablierten Festplatz, eignet sich dieser, auch wenn er sich etwas außerhalb befindet. Zusätzliche Angebote wie Leihräder oder ein anderes (gerne außergewöhnliches) Transportmittel können das Konzept dann kreativ ergänzen.

#### Tipp

Überraschen Sie mit Rikschas, Eseln, Bollerwägen, Elektrobussen oder Ähnlichem – das vergessen die Besucherinnen und Besucher nicht so schnell.

#### Veranstaltungsfläche

Bei der Wahl der Veranstaltungsfläche braucht man immer etwas Fingerspitzengefühl und muss viele Fragen abwägen: Wie groß soll die Veranstaltung tatsächlich werden? Wie viele aktive Akteure sind dabei? Welchen Platzbedarf haben sie? Wie viele Besucherinnen und Besucher erwarte ich? Zu viel Platz lässt das Festival schlecht besucht

wirken; zu wenig Fläche führt zu Gedränge. Eine bewährte Faustregel ist: mindestens 2 m<sup>2</sup> Platz pro Person.

Auch ein „Straßenfest“ ist eine interessante Option. Erfahrungsgemäß sind Menschen neugierig, wenn ein bekannter öffentlicher Raum (z. B. eine bestimmte Straße) alternativ genutzt wird. Die Maßnahme muss allerdings rechtzeitig mit der zuständigen Verkehrsbehörde, dem Brandschutz (Stichwort Abstandsflächen) und der jeweiligen Polizeidienststelle abgestimmt werden.

Wichtig ist es auch, die Anwohnerinnen und Anwohner frühzeitig über das Festival und mögliche Verkehrsbeeinträchtigungen und andere Einschränkungen am Veranstaltungstag zu informieren. Am besten macht man das gleich in Form einer persönlichen Einladung – so überwiegt das Positive!

### **Infrastruktur (siehe auch Abschnitt 2.3.5)**

Der Veranstaltungsort muss eine gewisse Mindestinfrastruktur aufweisen:

- Zufahrtsmöglichkeiten für Feuerwehr, Sanitätsdienst und für alle Akteure
- Strom- und Wasseranschluss
- Abwasserentsorgung
- Abfallentsorgung
- Sanitäreinrichtungen (Toiletten, Wickelräume)

Zwar ist die Durchführung auch ohne eine bereits vorhandene Infrastruktur möglich – aus Kosten- und Logistikgründen wird aber davon abgeraten für ein eintägiges Event, extra die Infrastrukturen durch zusätzliche Leitungen und gar Wegebauten bereitzustellen.

### **Kulisse**

Neben diesen eher organisatorisch-technischen Kriterien spielen auch weiche „Stimmungskriterien“ eine Rolle. Ein großer Parkplatz etwa bietet vielleicht ausreichend Fläche und ist günstig gelegen, eine festliche Atmosphäre kommt aber eventuell nur mit größerem Aufwand über die Dekoration zustande. Daher ist es bei der Wahl des Festivalortes auch wichtig, auf die „Atmosphärenauglichkeit“ zu achten. Achten Sie hier zum Beispiel auf Folgendes:

- die umliegende Bebauung
- die Begrünung
- den Bodenbelag
- die Lichtverhältnisse / den Schattenwurf
- die Verkehrssituation

### **Vertragliche Fixierung des Veranstaltungsortes**

Wenn Sie einen geeigneten Veranstaltungsort gefunden haben, klären Sie die Eigentumsverhältnisse: Ist die Fläche im städtischen Eigentum, muss die Überlassung mit der entsprechenden Behörde vereinbart und vertraglich geregelt werden. Um böse Überraschungen auszuschließen, erkundigen Sie sich frühzeitig, ob eine Nutzung überhaupt möglich ist. Viele bekannte Flächen sind, besonders in den Sommermonaten, mit anderen Veranstaltungen belegt oder dürfen gar nicht in diesem Sinn genutzt werden.

Ist der Wunschort in Privateigentum, liegt die Entscheidung über Nutzung und entsprechende Konditionen beim Eigentümer. Oft fallen dann erhebliche Gebühren an. Mit dem Eigentümer oder ggf. dem Besitzer müssen unbedingt vertragliche Vereinbarungen getroffen werden.<sup>2</sup>

Suchen Sie sich auch einen Ausweichort für Regen oder bei Terminproblemen.

### 2.3.2 Terminwahl

Nach der Wahl des Veranstaltungsortes gilt es nun, einen Termin zu fixieren. Um den Termin in den Veranstaltungskalendern von Multiplikatoren platzieren zu können, sollte dieser Schritt möglichst schon im Herbst des Vorjahres geschehen. Neben den „klassischen Outdoor-Veranstaltungsmonaten“ Mai, Juni und Juli bietet oft auch noch der September gute Voraussetzungen.

Als geeigneter Wochentag hat sich bei den bisherigen Festivals der Samstag herauskristallisiert. Insbesondere, wenn der Veranstaltungsort in der Innenstadt liegt, hat dies den Vorteil, dass Laufkundschaft beim Einkaufen vorbeikommt und auch vielleicht Zeit zum Verweilen hat – bei einer neuen Veranstaltung ein nicht zu unterschätzender Vorteil.

Soweit möglich, sollte sich der Veranstaltungstermin nicht mit etablierten Events (Stadt- und Volksfeste, Vereins- und Feuerwehrfeste, wiederkehrende Konzerte, Laufveranstaltungen etc.) überschneiden – ein unschöner Kannibalismuseffekt ist sonst wahrscheinlich. Vielleicht können Sie auch mit einem anderen Fest kooperieren? Das Motto des Energiesparfestival kann der einen oder anderen Veranstaltung ein neues Gesicht und neuen Auftrieb geben.

Ist der Termin für Ihr Festival fixiert, dann sollten später gemeldete Veranstaltungen am gleichen Tag von der Kommune nur so bewilligt werden, dass sie keine Konkurrenz darstellen oder man gemeinsame Sache machen kann.

### 2.3.3 Genehmigungen einholen und Auflagen klären

Für die Durchführung einer Veranstaltung sind eine Reihe von Genehmigungen einzuholen und Auflagen und Gesetze zu beachten (siehe auch Kapitel 2.3.5 zur Infrastruktur, 2.3.6 zur Sicherheit und 2.5 zur Öffentlichkeitsarbeit). Diese können Sie u. a. beim Flächeneigentümer, der Verwaltung (Stadtverwaltung/Kämmerei, Ordnungsamt, Straßenverkehrsamt), Polizei, Feuerwehr und dem Gesundheitsamt erfragen. Außerdem müssen Sie die Veranstaltung bei der zuständigen Bezirksdirektion der GEMA anzeigen, die Gebühren für die öffentliche Aufführung von urheberrechtlich geschützten musikalischen Werken erhebt.

Darüber hinaus ist eine Erlaubnis zur Plakatierung von Flächen beim Ordnungsamt bzw. Bau(ordnungs)amt einzuholen, wenn Plakate und Banner öffentlich ausgehängt werden.

In kleineren Kommunen sind die unterschiedlichen Amtsfunktionen oft bei einer Person vereint oder auf kurzem Wege erreichbar.

<sup>2</sup>) Hinweise zur Sondernutzungserlaubnis unter [www.freistaat.bayern/dokumente/leistung/79109624320](http://www.freistaat.bayern/dokumente/leistung/79109624320)

Weitere Informationen zu notwendigen Genehmigungen finden Sie auch hier:

- <http://formulare.landkreis-muenchen.de/cdm/cfs/eject/gen?mandantid=18&formid=3166>
- [www.nuernberg.de/internet/ordnungsamt/veranstaltung.html](http://www.nuernberg.de/internet/ordnungsamt/veranstaltung.html)

Bei Veranstaltungen greifen vor allem folgende Gesetze

- Bürgerliches Gesetzbuch (BGB) – Privatrechtliche Verträge z. B. Überlassungsverträge
- Bayerisches Landesstraf- und Ordnungsgesetz (LStVG) und Gaststättengesetz (GastG) – Genehmigung des Festivals
- Gewerbeordnung (GewO)
- Versammlungsstätten-Verordnung (VStättVO)
- Baugesetz (BauG)
- Bewachungsverordnung (BewachV)
- Straßenverkehrsordnung (StVO) – z. B. Straßensperren
- Jugendschutzgesetz (JuSchG)
- Verwertungsgesellschaftengesetz (VGG) – GEMA-Gebühren

### 2.3.4 Budgetplanung

Das A und O für die erfolgreiche Durchführung eines Festivals ist eine gute Finanzplanung und ein kontinuierliches Kostencontrolling. Sie als Organisator des Festivals – ob Sie nun Klimamanagerin/Klimamanager, Bürgermeisterin/Bürgermeister, Stadträtin/Stadtrat oder in einer anderen Funktion sind – brauchen eine realistische Einschätzung der Kosten auf der einen Seite und der finanziellen und personellen Unterstützung der Kommune durch Freiwillige, Sponsoren und Einnahmen auf der anderen Seite.

Nutzen Sie Ihre Kalkulation auch dazu, die Kosten laufend zu kontrollieren – so sehen Sie Probleme frühzeitig und können gegensteuern.

Die reinen Sachkosten bewegten sich bei den drei Pilotveranstaltungen im Durchschnitt zwischen 20.000 und 35.000 Euro je Event – hinzukommen Personalkosten für Planung und Durchführung.

Einen beispielhaften Budgetplan finden Sie in Anhang 6.3. Beachten Sie bitte: Die Preise sind Richtwerte und variieren je nach Preisniveau für die Leistungen und je nach Motivations- und Verhandlungsgeschick der jeweiligen Kommune und des Organistors.

Es ist klar, dass nicht jede Kommune die oben genannten Kosten ganz locker stemmen kann – vor allem nicht alleine. So können Sie es trotzdem schaffen:

- Erstens: Sie reduzieren Ihre Kosten soweit wie möglich: durch gute Planung, Einbinden engagierter Akteure, die ihre Leistung kostenlos erbringen und geschickte Kombination der Elemente sowie Recherche günstiger Angebote, beispielsweise bei den Zelten, der Musik oder bei der Öffentlichkeitsarbeit.
- Zweitens: Sie bekommen finanzielle Unterstützung und Einnahmen. Diese erhalten Sie zum Beispiel durch Standmieten, Sponsoring, Spenden und kommunale Finanzierung (siehe Tipp weiter unten)!
- Drittens: Sie können Ihr Energiesparfestival ganz individuell abgestimmt auf die Möglichkeiten Ihrer Kommune planen! Es muss nicht immer die ganz große Nummer mit einer Vielzahl an teuren Einlagen und Aufführungen und einer teuren Medienarbeit

sein. Je nach Budget können Sie Ihr eigenes Festival kleiner oder größer planen und zusammenstellen. In manchen Kommunen zum Beispiel wird es mehr Freiwillige geben oder keinen Bedarf an teurer Radiowerbung – das macht das Ganze günstiger.

Wenn Sie Akteure und Helfer haben, die nicht aus der näheren Umgebung sind, sollten Sie prüfen, ob Sie Kosten für Anreise und ggf. Übernachtung übernehmen können. Eine ehrenamtliche Unterstützung wiegt die Kosten meist auf.

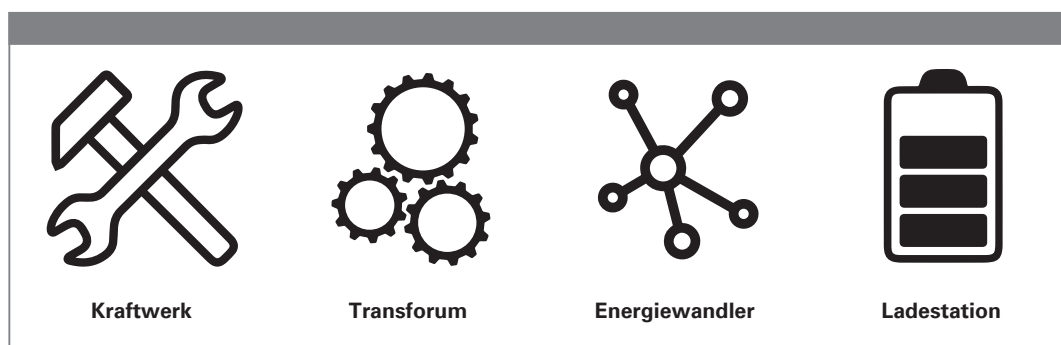
### Tipp

Ihre Möglichkeiten, Kosten zu sparen und Einnahmen zu generieren:

- Sponsoringpartner, die die Veranstaltung mit Sach- und Geldleistungen unterstützen. Beispiel: Der lokale Copyshop druckt gegen Logoeinbindung die Festivalplakate, die Bäckerei um die Ecke versorgt die Mannschaft mit Essen, die Sparkasse hängt Plakate selbstständig in alle Filialen und legt Flyer aus oder Ähnliches.
- Eine Partnerschaft mit Unternehmen, beispielweise einer lokalen Brauerei, die Zelte und Bänke auch für die Akteure aufstellt und im Gegenzug das Recht erhält, mit dieser Veranstaltung zu werben.
- Standmieten von kommerziellen Ausstellern und Gastronomen.
- Im Idealfall erhalten Sie Unterstützung von Vereinen, Verbänden, Arbeitsgruppen und Privatpersonen, die praktische Arbeiten übernehmen, wie den Aufbau am Festivaltag. Es ist jedoch meist notwendig, dass die Kommune die Regie selbst behält, die Helfergruppen koordiniert und den Informationsfluss steuert.

### 2.3.5 Equipment, Auf- und Abbau und Infrastruktur organisieren

#### Equipment für die Module Kraftwerk, Transform, Energiewandler und Ladestation sowie die Bühne auswählen und organisieren



Die vier Module des Festivals sollten jeweils kompakt an einem Ort platziert werden, sodass sich Besucherinnen und Besucher von Beginn an gut orientieren können und durch die Veranstaltung geleitet werden. Dadurch erschließt sich das Festivalthema leichter. Zum anderen entstehen so einfacher Synergien, also gute Kontakte zwischen den Menschen.

Neben der kompakten Platzierung sieht es toll aus, für die einzelnen Module zusammenfassende Raumelemente zu wählen, die wie folgt sein können:

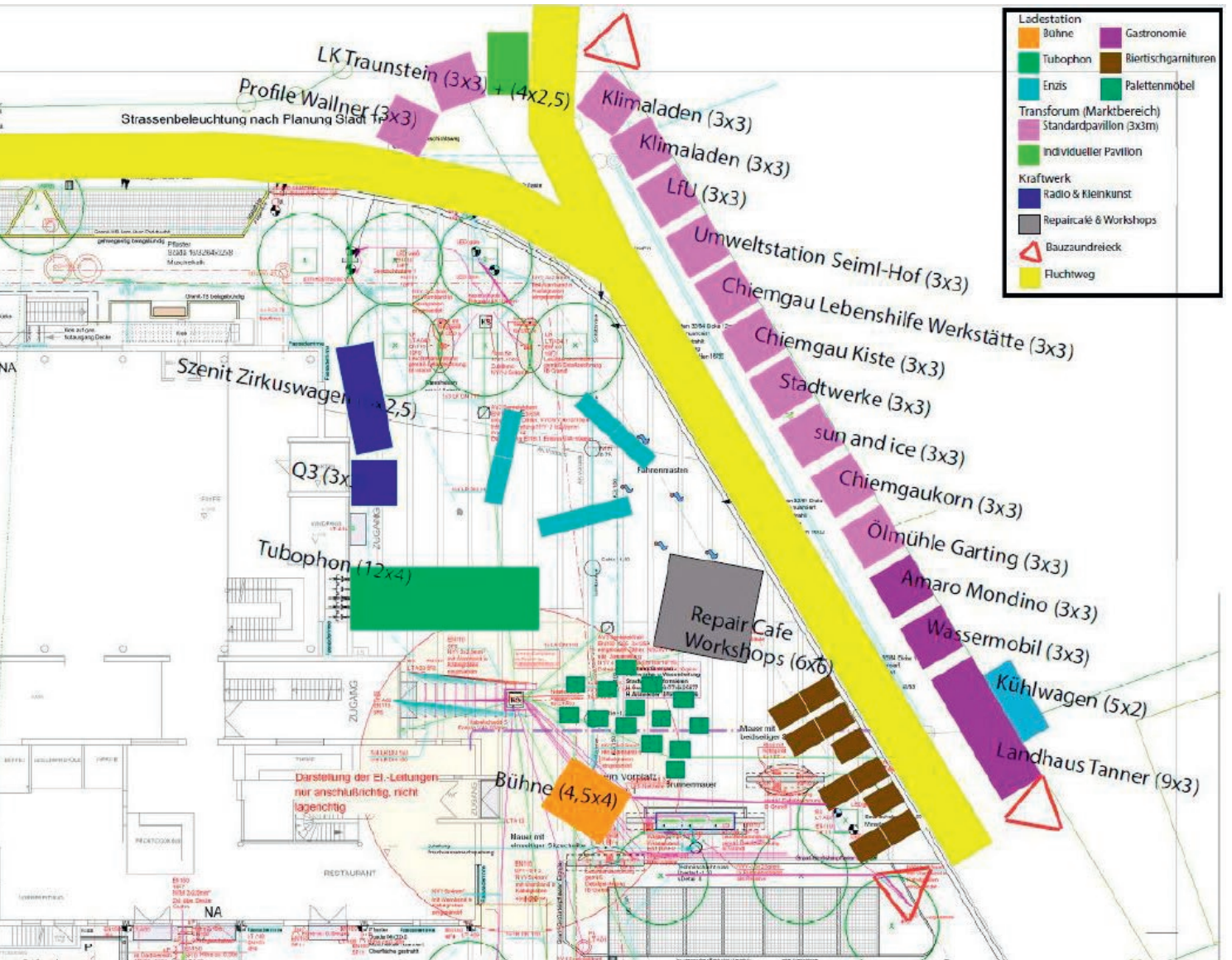


Abb. 8: Raumgestaltung Traunreut

### Kraftwerk

Für das Kraftwerk-Modul stellt ein Kuppelzelt eine attraktive Lösung dar. Es hat eine ansprechende Wirkung und unterstreicht den kreativen Charakter dieses Moduls. Die Auffälligkeit eines Kuppelzelts macht das Modul automatisch zu einem zentralen Anlaufpunkt auf dem Gelände. Als Sitzmöglichkeiten können Biertischgarnituren gewählt werden, da der Fokus in der Regel auf dem Workshop-Angebot und nicht auf dem Mobiliar liegt.

### Transforum

Im Transforum präsentieren viele verschiedene Organisationen ihre Angebote und Produkte. Umso wichtiger ist es, dort ein einheitliches übergeordnetes Bild zu erzeugen. Eine gute Lösung stellen schlichte weiße Pavillons sowie Biertische dar, die alle Akteure vom Veranstalter (gegen Entgelt oder gesponsert) gestellt bekommen.





Abb. 9: Gleichartige weiße Zelte bringen Ästhetik ins Bild und heben die Ausstellerinnen und Aussteller hervor

### Energiewandler

Hier präsentieren sich lokale Akteure in ihren eigenen Geschäftsräumen und sind für die Infrastruktur vor Ort (Sitzgelegenheiten etc.) grundsätzlich erst einmal selbst verantwortlich. Fragen Sie nach, ob Sie unterstützen können.

### Ladestation

Bei der Ladestation liegt der Fokus auf Raumelementen, die zur Erholung und zum Austausch einladen. Als Sitzmöglichkeiten vor der Bühne sind Palettenmöbel eine gute Idee. Sie werden durch Upcycling aus alten Europaletten gefertigt. Auch andere attraktive und innovative Sitzgelegenheiten können angemietet oder selbst hergestellt werden. Toller Nebeneffekt: Palettenmöbel unterstreichen mit ihrem Do-it-yourself-Charakter den Festival-Ansatz.



Abb. 10: Palettenmöbel und die kleine Fahrradbühne sind für kleine Kommunen wie Wertach gut geeignet



Abb. 11: Sitzmöbel, Kuppelzelt und einheitliche weiße Ausstellerzelte ergeben ein stimmiges Gesamtbild

### Bühne

Verfügt Ihre Kommune nicht über eine eigene Bühne, kann diese angemietet werden. Die Größe der Bühne sollte, je nach Platzangebot individuell ausgewählt werden. Damit der Charakter und Ansatz des Festivals erhalten bleibt, sollte die Höhe und Größe so gewählt werden, dass Nähe und direkter Kontakt zwischen Besuchern und Akteuren möglich sind. Eine kleine Bühne, z. B. eine Fahrradbühne ist eine unkonventionelle Alternative bei wenig Platz.



Abb. 12: Die Fahrradbühne

## Weiteres

- Damit die Bühne und das Gelände richtig freundlich und auffällig aussehen, schmücken Sie sie mit Bannern, Blumen und Pflanzen und sorgen Sie für ein gutes Lichtsetting.
- Zur Verbindung der Module und als fotogener Hingucker sind outdoor-taugliche Sitz- und Liegeelemente ideal. In den drei Pilotkommunen wurden türkisfarbene Outdoor-Möbel benutzt.
- Überlegen Sie außerdem, ob Sie zur Abgrenzung des Festivalgeländes Absperrungen benötigen.



Abb. 13: Auffällige Outdoor-Möbel laden zum Ausruhen und miteinander reden ein, wie hier in Traunreut



Abb. 14: An der Tafelwand aus schwarzgestrichenen Holzbrettern können sich alle austoben – ein schönes Fotomotiv



Abb. 15: Das Kuppelzelt für die Workshops diente bei allen Veranstaltungen als Eye-Catcher

**Tipp**

- Gleich aussehende Zelte bringen Ruhe und Ästhetik in das Gesamtbild. Werden den Ausstellern die Zelte kostenfrei zur Verfügung gestellt, ist eine Kautions sinnvoll um sich gegen Beschädigungen etc. abzusichern.
- Pflanzen und Blumen können von einer örtlichen Gärtnerei meist kostengünstig gemietet werden. Auf einfache Weise kann so für eine besonders attraktive und urbane Atmosphäre am Veranstaltungsort gesorgt werden. Eine Mischung aus großen Pflanzen und kleinen, farbigen Topfblumen wirkt lässig und nicht zu streng.
- Fragen Sie zur Bühnenbeleuchtung Bühnentechniker, Theatererfahrene oder Musiker um Rat.
- Spannend ist die Platzierung einer (schwarz gestrichenen) Tafelwand, auf der die Besucherinnen und Besucher Ideen und Wünsche für ihre Gemeinde verewigen. Nach und nach entsteht so über den Festivaltag ein Gesamtwerk des jeweiligen Veranstaltungsortes, das die individuelle Energie-Vision der teilnehmenden Kommune verbildlicht.
- Wenn Sie nicht genügend Pavillons oder keine Bühne etc. besitzen: Vieles kann angemietet werden.

**Geländeplan erstellen**

Sobald Sie festgelegt haben, in welcher Form Sie die Module gestalten wollen (Zelte, Pavillons etc. inkl. deren Anzahl), können Sie einen Geländeplan mit der Verteilung der einzelnen Elemente erstellen. Lassen Sie den Plan allen Mitwirkenden zukommen.

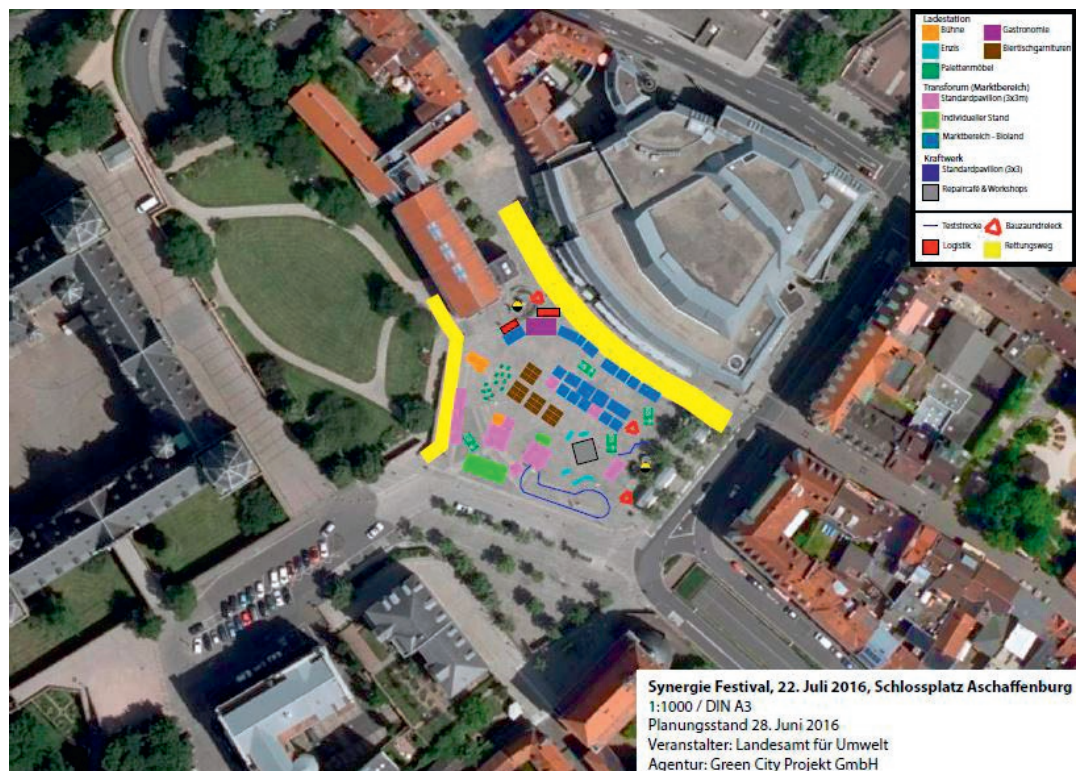


Abb. 16: Geländeplan Aschaffenburg

### **Aufbau und Abbau organisieren**

Erstellen Sie in jedem Fall einen detaillierten Zeit- und Ablaufplan inkl. Zuständigkeiten für den Auf- und Abbau:

- wer macht wann, was und wie, was benötigt man an Werkzeugen, Kabeln, Befestigungen etc.
- wie und wann kommen die Sachen vor Ort bzw. werden sie zurücktransportiert
- genug Zeit einplanen (je nach Größe der Veranstaltung sind bis zu 8 Stunden Aufbau nötig!)
- Helferinnen und Helfer organisieren

Es ist sinnvoll, sich professionelle Helfer zu holen! Sie sind vertraut mit dem Zeitbedarf, der körperlichen Arbeit und den technischen Herausforderungen, wie Kabel, Wasserzufuhr verlegen etc. Zu finden sind solche Profis z. B. über Firmen, die Zelte oder Bühnen verleihen.

### **Leitsystem, Parkplätze und Absperrungen organisieren**

Bezüglich Anfahrt und Parken sind insbesondere folgende Dinge zu bedenken:

- klären, ob die Adresse des Veranstaltungsortes in den einschlägigen Karten auffindbar ist (GoogleMaps, Navigationsgeräte)
- Parkplätze ausfindig machen
- Möglichkeiten der Anfahrt und zum Parken in den Flyern und auf der Webseite etc. erklären
- Anfahrt und Parkplätze ausschildern: Befestigungssystem überlegen, Hinweise erstellen, ausdrucken und wetterfest machen

Für die Besucherleitung (Fußgänger, auch zu den Außenstationen der Energiewandler) fallen folgende Aufgaben an:

- Banner, Plakate und Beschilderung vorbereiten
- ungewöhnlich und interessant wäre z. B. ein Wegeleitsystem mit Schablonen und Sprühkreide (Personalaufwand beachten)
- am besten alles mit Festival-Layout und -Farben gestalten

Straßenabsperrungen organisieren Sie am besten mit Hilfe der Feuerwehr und ggf. Polizei.

### **Wasser/Abwasser organisieren**

Klären Sie mit einem kommunalen Versorger/Entsorger wie den Stadtwerken die Verlegung von Leitungen für Frischwasser und Abwasser und lassen Sie sich die Absperrmöglichkeiten erklären. Falls Sie das Wassermobil (siehe Kapitel 2.4.6) nutzen, muss dieses als Trinkwasserausgabe professionell angeschlossen werden. Vielleicht übernehmen das die Fachleute der Versorger für Sie.

### **Strom organisieren**

Binden Sie einen kommunalen Versorger/Entsorger ein, der Leitungen, Zähler und Sicherungen verlegen und prüfen kann. Fragen Sie bei den Akteuren und bei der Bühnentechnik ab, wie viel Strom (in Ampere und Volt) benötigt wird und wer eine Steckdose braucht. Klären Sie die Zahlungsmodalitäten (z. B. berechnete oder geschätzte Pauschale, wenn keine Einzelzähler vorhanden sind und/oder Sie sich die Einzelabrechnungen sparen wollen).

### **Geschirr und Abfall organisieren**

Kontaktieren Sie zu Vorgaben das Ordnungsamt bzw. das Abfallwirtschaftsamt und klären Sie, ob der Bauhof oder eine ähnliche Einrichtung Sie unterstützen kann. Insbesondere folgende Aspekte müssen Sie planen:

- Geschirr organisieren (mieten?)
- Tonnen bzw. Säcke für Abfall besorgen
- Vorgehen planen (Anlieferung und Abholung von Geschirr und Abfall)

### **Toiletten planen**

Kontaktieren Sie zu den Vorgaben das Ordnungsamt.

Nutzen Sie wenn möglich öffentliche Toiletten (Bahnhöfe, Theater, Museen, Büchereien, Rathaus, geöffnete Kaufhäuser etc.). Wichtig ist, dass Sie deren Öffnungszeiten beachten und die Wartung gewährleisten. Teilen Sie ggf. freiwillige Helfer ein, die sich um Toilettenpapier etc. kümmern.

Mieten Sie mobile Toiletten, wenn die öffentlichen nicht ausreichen oder zu weit weg sind. Sorgen Sie dafür, dass auch hierfür die Wartung gewährleistet ist.

## **2.3.6 Sicherheitsplanung**

### **Sicherheitskonzept**

Für die Durchführung des Festivals gelten die allgemein gültigen Bestimmungen (zum Beispiel Versammlungsstättenverordnung<sup>3</sup> VStättV, Gewerbeordnung GewO, siehe Kapitel 2.3.3). Die Sicherheitsbehörde (Ordnungsamt) kann den Veranstalter dazu verpflichten, ein Sicherheitskonzept zu erstellen. Auch wenn dies nicht der Fall sein sollte, z. B. weil die Veranstaltung klein ist, kann es zu Unfällen oder extremen Situationen kommen. Ein Sicherheitskonzept ist daher in jedem Fall wichtig, denn es...

- dient der systematischen Risikoidentifikation und -beurteilung sowie der Notfallplanung bei unterschiedlichen Szenarien, wie z. B. bei Unwetter, Unfällen, gesundheitlichen Notfällen, Brand, Panik, Terror,
- zeigt auf, wie das Risiko schon in der Planungsphase minimiert werden kann.
- legt fest, wer im Notfall wann was unternehmen muss,
- hat zum Ziel, die polizeiliche und nicht-polizeiliche Gefahrenabwehr, Behörden, Teilnehmerinnen und Teilnehmer sowie die Akteure zu koordinieren und aufeinander abzustimmen,
- muss immer individuell für die jeweilige Veranstaltung und deren Gegebenheiten erstellt werden!

---

3) [www.gesetze-bayern.de/Content/Document/BayVStaeetV](http://www.gesetze-bayern.de/Content/Document/BayVStaeetV)

**Tipp**

Empfehlungen für die Erstellung des Sicherheitskonzeptes finden Sie beispielsweise über die Seiten der Stadt München<sup>4</sup>, im Leitfaden des Bundeslandes Hessen<sup>5</sup> sowie über die Verwaltungs-Berufsgenossenschaft der gesetzliche Unfallversicherung (VBG)<sup>6</sup>.

Die elektronische Handreichung des BaSiGo-Forschungsprojektes (Bausteine für die Sicherheit von Großveranstaltungen<sup>7</sup>) bietet einen noch tieferen Einblick in die Thematik. Hier wird zum Beispiel auf die Besonderheit der Doppelrolle der Kommune als Veranstalterin und Genehmigungsbehörde unter dem Stichwort „Behördenidentität“ eingegangen.

Bei jeder Veranstaltung ist es ratsam, ein Krisenmanagement einzurichten, also ein Team, das im Notfall weiß, wie zu agieren ist.

Außerdem sollten Sie prüfen, ob Sie einen professionellen Sicherheitsdienst engagieren.

4) [www.muenchen.de/rathaus/dam/jcr:7ad4293a-5d02-4088-a35f-3f83aac74c61/Veranstaltungssicherheit\\_10MB.pdf](http://www.muenchen.de/rathaus/dam/jcr:7ad4293a-5d02-4088-a35f-3f83aac74c61/Veranstaltungssicherheit_10MB.pdf)

5) [https://innen.hessen.de/sites/default/files/media/hmdis/leitfaden\\_sicherheit\\_bei\\_grossveranstaltungen.pdf](https://innen.hessen.de/sites/default/files/media/hmdis/leitfaden_sicherheit_bei_grossveranstaltungen.pdf)

6) [www.vbg.de/SharedDocs/Medien-Center/DE/Broschuere/Branchen/Buehnen\\_und\\_Studios/Sicherheit\\_bei\\_Veranstaltungen\\_und\\_Produktionen.pdf](http://www.vbg.de/SharedDocs/Medien-Center/DE/Broschuere/Branchen/Buehnen_und_Studios/Sicherheit_bei_Veranstaltungen_und_Produktionen.pdf)

7) [www.basigo.de/handbuch/Hauptseite](http://www.basigo.de/handbuch/Hauptseite)

**Wetter**

Da es sich beim Irm Energiesparfestival um eine Freiluftveranstaltung handelt, ist das Wetter am Veranstaltungstag entscheidend für den Erfolg und auch die Sicherheit der Veranstaltung. Eine zentrale Aufgabe seitens der Verantwortlichen für die Veranstaltung stellt die kontinuierliche Wetterbeobachtung während der Veranstaltung und auch schon in den Tagen zuvor dar. Nur so können vorbereitende Maßnahmen getroffen und auf Wetterveränderungen rasch und sicher reagiert werden. Der Deutsche Wetterdienst informiert auf seiner App live über Unwetterwarnungen vor Ort.

**Tipp**

Um auf schlechtes Wetter besser reagieren zu können, sollte bereits im Voraus über Ausweichmöglichkeiten wie Sporthallen oder andere Räumlichkeiten nachgedacht werden, in die bei entsprechendem Unwetter ausgewichen werden kann.

**Unfälle und Notfälle**

Für Erste Hilfe bei Unfällen und gesundheitlichen Notfällen, sollten Sie geschulte Personen, z. B. der Feuerwehr oder des Bayerischen Roten Kreuzes, vor Ort haben.

**2.3.7 Alternativpläne – sich auf Herausforderungen am Festivaltag vorbereiten**

Wie bei jeder Veranstaltung wird es am Festivaltag Herausforderungen geben, die zuvor nicht abzusehen waren oder mit denen man grundsätzlich nicht planen kann. Allen voran das Wetter (siehe Abschnitt 2.3.6).

Neben den in Kapitel 2.3.6 genannten Punkten zur Sicherheit könnten weitere Herausforderungen auftauchen wie:

- Programmpunkte entfallen (Bühne, Workshop)
- Transforum-Teilnehmern sagen kurzfristig ab
- es kommen weniger Besucherinnen und Besucher als erwartet

Sollte einer dieser Punkte auftreten, gilt es vor allem, Ruhe zu bewahren und nach möglichen Alternativen zu suchen. Für einen ausfallenden Programmpunkt kann beispielsweise die Band einspringen oder ein anderer Programmpunkt zeitlich nach vorne gezogen werden. Sollte all das keine Alternative darstellen, hilft Ehrlichkeit gegenüber den Besucherinnen und Besuchern am besten.

### **Tipp**

Für den Fall, dass zu wenige Besucherinnen und Besucher da sind, können Sie auch am Veranstaltungstag noch über Radio (v. a. wenn das Radio Partner ist) oder die umliegenden Geschäfte und Märkte Werbung machen. In der Fußgängerzone können Sie Veranstaltungsflyer verteilen. Halten Sie für solche kurzfristigen Werbeaktionen eine mobile Einsatzgruppe bereit. Das können zum Beispiel (ältere) Schülerinnen und Schüler sein, die sich dazu schon bereit erklärt haben und die idealerweise einen Part beim Festival haben (z. B. eine Aufführung).

## **2.4 Programmplanung**

### **2.4.1 Grundlegendes**

Das Energiesparfestival „Synergie“ ist, anders als viele übliche Festivals, auf ein Sachziel ausgerichtet - auf die Motivation der Bevölkerung, sich des Themas Energiesparen von einer anderen Seite her zu nähern, sich zu überlegen, was positiv daran ist und welche Aktivitäten es bereits gibt, die dieses Ziel verfolgen. Es stellt auch die Frage, wie unsere Zukunft aussehen könnte. Die Sachinhalte sind hier wichtiger als beispielsweise bei reinen Musikfestivals.

Damit sich die Besucher entspannt mit dem Thema beschäftigen können, ist es wichtig, die Neugier der Besucherinnen und Besucher von selbst entstehen zu lassen und nicht zu viele Sachinformationen von Veranstalterseite aus auf der Bühne zu präsentieren. Lange Reden führen dagegen dazu, dass Besucher kaum noch zuhören. Bieten Sie also auf der Bühne immer einen Wechsel von Musik oder Show und Information an.

Das Konzept sieht den Mix aus Mitmachaktionen, Informationen und Wohlfühlangeboten vor, die sich in den Modulen widerspiegeln. Die Module müssen daher so ineinander verschränkt werden, dass alle Besucher für sich etwas finden können.

Der Moderator/die Moderatorin soll immer wieder auf die verschiedenen Angebote auf dem Gelände sowie auf den Start der Workshops, Touren etc. hinweisen.



**Tipp**

Hören Sie auf die Empfehlungen von erfahrenen Moderatorinnen oder Moderatoren, die Sie im Idealfall früh eingebunden haben.

Bei der Konzeption der Module sollten Sie folgende Punkte berücksichtigen:

- Wer ist meine Zielgruppe? Wer soll kommen? Wer wird voraussichtlich kommen?<sup>8</sup>  
Gibt es Zielgruppen mit unterschiedlichen Bedürfnissen?
- Zielgruppenparameter sind z. B. Alter, Geschlecht, Herkunft, Bildung, Religion, Familienstatus, Kinder, Einkommen, Wohnort/Entfernung, Mobilität, Fitness, Interessen, Lebensstile. Nicht alle kann man vorher kennen, mit einigen aber schon rechnen.
- Die Ansprache und das Angebot sollten so spezifisch wie möglich auf die Zielgruppe ausgerichtet sein! Ältere Menschen, aber auch Familien mit Kindern benötigen z. B. Sitzgelegenheiten eher als andere Zielgruppen.
- Schülerinnen und Schüler, Studentinnen und Studenten sind für spontane Aktionen wie Theater- oder Musiksessions tendenziell eher zu gewinnen als andere Personengruppen. Für alle gilt natürlich: Ausnahmen bestätigen die Regel!
- Was sind aktuelle Trends und Entwicklungen im Bereich Energiesparen? Präsentieren Sie interessante und ungewöhnliche, vielleicht sogar futuristische Angebote!
- Denken Sie bei der Präsentation der vier Module daran, in der Umsetzung energiesparende Techniken einzusetzen (für die Beleuchtung LED statt Halogen), Wasserverschwendung und Müll zu vermeiden etc.
- Welche Module funktionieren wahrscheinlich in meiner Kommune, welche nicht? Suchen Sie nach Gründen und Erklärungen und verifizieren Sie ggf. Vermutungen, bevor Sie Elemente oder Aktionen von vornherein ausschließen. Auch wenn Sie Bedenken haben: Probieren Sie mindestens zu einem kleinen Anteil auch Neues aus, vielleicht werden Sie vom Erfolg überrascht.
- Sie und Ihre Helfer haben weitere Ideen? Super: Lassen Sie Innovation und Kreativität freien Lauf!

**Tipp**

Vermutlich wird ein Querschnitt aus mehreren Zielgruppen erwartet. Es kann aber in der Struktur der Gemeinde und am Zeitpunkt des Festivals liegen, dass zum Beispiel besonders viele Familien mit jüngeren Kindern da sind, weil die Gemeinde ein Touristenort ist und noch keine Ferien sind. Bieten Sie daher entsprechend der analysierten Zielgruppen eine gute Mischung an.

**2.4.2 Bühnenprogramm**

Das Bühnenprogramm bietet den Besucherinnen und Besuchern die Möglichkeit, in gemütlicher Atmosphäre spannenden Diskussionen, interessanten Impulsvorträgen und musikalischen Einlagen zu lauschen, aber auch einfach auszuruhen oder ins Gespräch zu kommen.

<sup>8)</sup> Wenn beispielsweise während der Veranstaltung ein Fußballspiel oder ähnliches zu Ende geht, können sich die Umstände und das Publikum schnell ändern.

Bei der Zusammenstellung des Programms kann den Ausstellern und Workshop-Leitungen auf der Bühne oder über eine mobile Performance eine Möglichkeit angeboten werden, sich zu präsentieren. Es sollten ausreichende Zeitfenster für sonstige Initiativen, Organisationen und Unternehmen aus der Region eingeplant werden. Für manche ist das Transforum nicht das geeignete Modul, um über die eigenen Aktivitäten zu berichten – eine Präsentation auf der Bühne aber vielleicht schon. Auch die Kommune selbst kann hier ihre Aktivitäten und Ziele zum Thema Energiesparen vorstellen.



Abb. 17: Aschaffenburgs 3. Bürgermeister Jürgen Herzing setzt sich für das Energiesparen ein



Abb. 18: Frau Dr. Birgit Seeholzer vom Landkreis Traunstein begrüßt die P-Seminaristen des Gymnasiums Wasserburg und ihre Lehrerin Frau Kaltenhauser

### Tipp

Fordern Sie die Akteure auf, ihr Angebot in ungewöhnlicher Form auf der Bühne zu präsentieren. Je nach Publikum/Gemeindetyp eignen sich Theater, Slams, musikalisch aufgearbeitete Darbietungen oder praktisches Ausprobieren, gerne mit geplantem oder ungeplantem Einbinden des Publikums.



Abb. 19: Das Tubophon in Traunreut, ein aus riesigen Fernwärmestahlrohren gebautes Instrument



Abb. 20: Upcycling oder Kunst? Aus Fahrradfelgen und Stoffen entstehen eigene Werke

Für einen reibungslosen Ablauf des Bühnenprogramms ist eine professionelle Moderation das A und O! Worauf es ankommt:

- Für Diskussionen und Interviews, aber auch generell ist es von Vorteil, wenn die moderierende Person aus der Region kommt, bekannt ist und die Besonderheiten vor Ort kennt, ja vielleicht sogar mundartlich präsentieren kann.
- Unabdingbar ist ein Briefing der Moderation (auch schriftlich), in dem Sie Sinn und Inhalt der Veranstaltung, die einzelnen Bühnenprogrammpunkte mit Ansprechpersonen, Thema und Uhrzeit (beispielsweise Eröffnung, Diskussionen, Bands) und Infos zu allen Modulen darlegen. Es ist wichtig, dass die Moderatorin/der Moderator den Sinn und Inhalt der Veranstaltung verstanden und verinnerlicht hat – nur so kann sie/er sicher und überzeugend durch das Festival führen.

### Tipp

Lokale Radio- oder Fernsehsender aber auch andere Veranstaltungen sind eine gute Quelle, um eine geeignete Moderation aus der Region anzufragen.

Zur Sicherstellung eines reibungslosen Ablaufs sollte am Veranstaltungstag eine feste Bühnenbetreuung eingeteilt sein. Diese ist Ansprechperson für Moderator und Bühnenteilnehmer und hat den Gesamttablauf sowie die verschiedenen Zeitfenster im Blick.

Achten Sie darauf, die Redebeiträge kurz sind und immer wieder mit (Live-)Musik oder Showeinlagen abzuwechseln. Andernfalls besteht die Gefahr, dass das Interesse der Besucherinnen und Besucher am Bühnenprogramm verloren geht. Zum Ende der Veranstaltung kommt es gut an, den Schwerpunkt zunehmend auf Musik und Spaß zu legen, damit das Festival entspannt ausklingt und in Erinnerung bleibt.

Die Erfahrung zeigt, dass regionale Bands besonders gut ankommen. Diese können Sie u. a. über andere Veranstaltungen in der Region und über Radiosender ausfindig machen.

### Tipp

Weitere Quellen sind regionale Bandlisten im Internet, beispielsweise:

[www.musikzentrale.com/bands](http://www.musikzentrale.com/bands) (Nürnberg)  
[www.musikszene-regensburg.de](http://www.musikszene-regensburg.de) (Regensburg) oder  
[www.sofaconcerts.org](http://www.sofaconcerts.org)  
[www.eventpeppers.com](http://www.eventpeppers.com)

Mit einer Headphoneparty (Silent-Disco) können Sie am Abend nochmal mit etwas Besonderem punkten: Hier treten zwei DJs auf zwei Kanälen gegeneinander an. Die Besucherinnen und Besucher können Lautstärke und Kanal mit Hilfe geliehener Kopfhörer selbst wählen – ganz ohne die Nachbarschaft zu beschallen. Dieses Highlight zum Ausklang zeigt, dass sich die Themen Energiesparen und Feiern nicht ausschließen – denn gegenüber einer Disco fallen die stromintensiven Sound- und Lichteffekte weg.

### Tipp

Bei der Headphoneparty ist es sinnvoll mit einem lokalen Radiosender zu kooperieren, der bei der Auswahl der DJs und auch bei der Bewerbung der Party unterstützt. Geeignete Kopfhörer können beispielsweise über die zentrale Seite [www.hedfoneparty.de](http://www.hedfoneparty.de) gemietet werden.



Abb. 21: Die DJs der Headphoneparty in Aschaffenburg wollen die Tänzerinnen und Tänzer für sich gewinnen



Abb. 22: Auch ohne Lärm macht Tanzen Spaß und spart zudem Strom

### 2.4.3 Kraftwerk

Im Modul Kraftwerk stehen Mitmachangebote im Vordergrund. Die Akteure generieren sich hier oft aus Künstler- und Kunsthandwerkerkreisen, aus dem Bildungs- oder Sportbereich, aber häufig auch aus den Umweltbewegungen. Bei den Pilotveranstaltungen engagierte sich der Künstler Fabian Knöbl von Analog Sonntag in Traunreut und Aschaffenburg, in Wertach lud Magdalena Willems-Pisarek mit ihrer Puppenwerkstatt zum Mitmachen ein und Kees van Surksun bot einen Fotoworkshop an.



Abb. 23: Magdalena Willems-Pisareks Puppen aus Zeitungspapier und Stoffresten



Abb. 24: Fotoworkshop von Kees van Surksun in Wertach

Grundsätzlich sind zum Beispiel folgende Mitmachangebote denkbar:

### Reparatur-Café

Im Reparatur-Café oder Repair-Café lernen Menschen unter Anleitung, einfache Ausbesserungen und Reparaturen selbst durchzuführen. Dabei werden die zu reparierenden Gegenstände von den Teilnehmerinnen und Teilnehmern mitgebracht. Wichtig ist deshalb, dass Sie das rechtzeitig ankündigen, siehe Kapitel 2.5 Öffentlichkeitsarbeit.

Neben der spielerischen Vermittlung von Fähigkeiten („Das kannst du selbst machen!“) steht die wiedergefundene Wertschätzung für Alltagsgegenstände im Mittelpunkt. Aufgrund der Vielfalt der möglichen Reparaturen (beispielsweise technische Geräte, Kleidung, Möbel, Fahrräder) bietet sich der Workshop für die Zusammenarbeit mehrerer (Fach-)Leute an.

Wer von den Besucherinnen und Besuchern nicht selbst aktiv werden kann oder möchte, kann sich hier über lokale Schneidereien, Reparatur-Werkstätten etc. informieren.

### Tipp

Stellen Sie selbst ein paar Gegenstände für die Fachleute bereit, damit von Anfang an etwas zum Reparieren (und Zugucken) da ist.

Unter [www.repaircafe.org/de](http://www.repaircafe.org/de) findet sich eine große Auswahl an Reparatur-Cafés, die für einen Workshop angefragt werden können.

Oft gibt es bereits vor Ort Initiativen aus diesen Bereichen: Fragen Sie bei Umweltschutzverbänden und caritativen Einrichtungen nach. Auch Jugendorganisationen und Jugendringe haben manchmal damit Erfahrung. Vielleicht haben Sie so schon Helferinnen und Helfer für die Organisation gefunden.



Abb. 25: Reparatur-Café mit Peter Schunda in Traunreut

### Schnibbelparty

Viele Tonnen Lebensmittel enden jedes Jahr im Müll. Ein großer Teil davon ist nicht verdorben! Eine Schnibbelparty macht durch das gemeinsame Zubereiten von „geretteten“ (zuvor aussortierten) Lebensmitteln auf diesen Missstand aufmerksam.

Neben dem Spaß am gemeinsamen Kochen und der Wertschätzung von Lebensmitteln bietet die Schnibbelparty viel Raum für Austausch über energiesparende und bewusste Ernährung.

#### Tipp

Schauen Sie mal auf die Seite: [www.schnibbelparty.de](http://www.schnibbelparty.de).

### Kleidertauschparty

Die Herstellung von Kleidung verbraucht Ressourcen und Energie. Deshalb schonen alle, die Kleidung tauschen, statt neue zu kaufen, die Umwelt und sparen Energie. Damit sind Kleidertauschpartys der beste Beweis dafür, dass ein nachhaltiger Lebensstil nicht zwangsläufig Verzicht bedeutet.

Bei der Kleidertauschparty kann die eigene, gut erhaltene Kleidung mitgebracht und kostenfrei gegen neue Lieblingsstücke getauscht werden.

#### Tipp

Hängen Sie selbst ein paar Kleidungsstücke an die Garderobenständer, damit von Anfang an etwas zum Tauschen (und Gucken) da ist.



Abb. 26: Kleidertausch

## Bücherbasar

Bücher liest man meist nur einmal, dann verstauben sie in Regalen. Manch einer liest ein Buch auch nur, wenn es ihm zufällig über den Weg läuft. Bücherinseln sind eine gute und günstige Gelegenheit, sich kostenlos mit neuer Lektüre einzudecken – einfach eigene Bücher einstellen und andere Bücher mitnehmen. Es gibt keine Verpflichtungen, jede und jeder, wie er kann oder mag.

### Tipp

Auch hier ist es sinnvoll, ein paar Bücher als Starter-Set von den Akteuren und Helfern mitbringen zu lassen.

Nach der Veranstaltung haben Sie vielleicht gleich ein Kontingent an Büchern für eine dauerhafte Büchertauschwand im Rathaus, in der Schule oder in der alten Bushaltestelle.



Abb. 27: Bücherbasar in Aschaffenburg



Abb. 28: Bücherregal in Wertach

## Upcycling

Die Wortneuschöpfung Upcycling (von englisch up „hoch“ und recycling „Wiederverwertung“) meint die Umwandlung von Abfall in neuwertige Produkte. Im Gegensatz zum „Re“cycling kommt es dabei zu einer Aufwertung. Im Upcycling-Workshop werden anhand verschiedener Beispiele die Möglichkeiten der Umnutzung von vermeintlichem Müll aufgezeigt, zum Beispiel Möbel aus gebrauchten Gegenständen wie Paletten, Kisten, Autofelgen oder alten Möbeln, Lampen aus Altglas oder Taschen aus Tetrapacks, Puppen aus Zeitungspapier und Stoffresten. In vielen Kommunen gibt es dazu schon Werkstätten, Kurse oder sogar Läden.

**Tipp**

Geeignete Werkstätten und Kurse lassen sich beispielsweise über das lokale Jugendzentrum, die Volkshochschulen oder andere Veranstaltungszentren finden.

Im Internet gibt es unter dem Stichwort „Upcycling regional Werkstätten“ viele tolle Beispiele und Anregungen, wie: [www.gesta-ev.de](http://www.gesta-ev.de)



Abb. 29: Neue Matten aus alten Stoffen

**Mitmach-Bauernhof und Urban Gardening**

Ein spezielles Angebot für Kinder bietet der Mitmach-Bauernhof oder eine lokale Urban Gardening-Initiative. Dort erhalten Kinder einen ersten Einblick in die Welt des Gärtnerns und der Lebensmittelherstellung. Sie können beispielsweise ausprobieren, wie es ist, Kartoffeln mit der Hand zu ernten oder Getreide für das Frühstücksmüsli selbst zu Flocken zu quetschen und erhalten einfache Rezepte für ein gesundes Frühstück aus der Region.

So bekommen auch diejenigen Lust auf Getreide, Salat und Gemüse, die es sonst eher ablehnen!



Abb. 30 (links): Die eigene Knolle aus dem Boden zu holen kann der Beginn für ein eigenes Urban Gardening-Projekt sein

Abb. 31 (rechts): Von diesen Schafen kommt warme Wolle für Decken, Mützen und Socken





Wer zwar keinen Garten hat, aber trotzdem Gemüse anbauen möchte, kann beim Urban Gardening Kontakte zu Gleichgesinnten knüpfen.

### Ergänzende Informationen zu den Mitmachmodulen

Information vor allem zu Upcycling-Projekten, Reparatur-Cafés und urbanem Gärtnern gibt es unter [www.anstiftung.de](http://www.anstiftung.de).

Mittlerweile finden Schnibbel- oder Kleidertauschpartys fast in jeder Region statt. Oft sind diese jedoch außerhalb der einschlägigen Szene kaum bekannt. Über das Internet und den Austausch mit lokalen Initiativen und Organisationen (Jugendzentrum, Schule, Volkshochschule, Sportverein) lassen sich schnell Kontakte herstellen und Workshop-Leitungen finden.

#### Tipp

In den drei Pilotkommunen hat sich gezeigt, dass der Aufruf, Dinge für das Reparatur-Café, die Kleidertauschparty oder den Bücherbasar mitzubringen, außer über die verschiedenen Online-Kanäle oder Pressemitteilungen auch über das Veranstaltungsfaltblatt (Flyer) kommuniziert werden sollte. Besonders für ältere Besucherinnen und Besucher sind Falblätter und gedruckte Zeitungen eine wichtige Informationsquelle.

Also: Hinweis auf das Mitbringen von Tauschobjekten in der Werbung und im Flyer nicht vergessen!

Weitere Themen für Offline-Aktivitäten sind Sing-, Tanz- und Musikworkshops oder neue und alte Sportarten als Freizeitbeschäftigungen abseits von Smartphone, Computer & Co.

### 2.4.4 Transforum

Im Transforum können sich Besucherinnen und Besucher in einer Art Mikromesse über lokale Initiativen und Unternehmen informieren, die zeigen, wie unkompliziert und kreativ Energiesparen funktionieren kann. Es darf hier auch gerne über den Tellerrand geschaut werden: Energiesparen hängt auch mit Konsum, Ernährung, Verpackungsvermeidung, Mobilität, Umweltschutz, Naturschutz, Ressourcenschutz und vielen weiteren Themen zusammen. Suchen Sie auch dort nach Akteuren.

Sprechen Sie Ausstellerinnen und Aussteller aus möglichst vielen verschiedenen Branchen und Tätigkeitsfeldern an, so können Sie allen etwas bieten. Aussteller mit ähnlichen Produkten platzieren Sie am besten nicht direkt nebeneinander. Bei den Pilotveranstaltungen gab es lokale Labels, Dienstleistungen oder Initiativen, Startups, Unternehmen und Organisationen unter anderem aus den Bereichen:

- Mode
- Umwelt
- Gesundheit
- produzierende Wirtschaft
- Handwerk und Dienstleistung
- Ernährung

Siehe auch Kapitel 6.2  
Liste der Akteure und  
[www.synergie-festival.de](http://www.synergie-festival.de)

- Kreativbranche
- Sport und Tourismus
- Verkehr
- Landwirtschaft
- Energieversorgung

Bei der Auswahl der Ausstellerinnen und Aussteller eignen sich folgende Kriterien:

- Bezug zum Thema im weiteren Sinn
- Regionalität
- innovative und nachhaltige Unternehmensvision
- Besonderheit des Angebots

Die Herausforderung des Transformums besteht in der inhaltlichen Verknüpfung der Akteure. Zum Beispiel passt der Schafwollhändler gut neben einen Kleidermanufaktur der Region und weniger gut neben einen Biokäsehändler. Im Vordergrund sollten möglichst oft interaktive Angebote und eine besonders attraktive Darstellung fachlicher Inhalte stehen, wie es beispielsweise der Allgäuer Longboardverein in Wertach mit einer energiesparenden Freizeitaktivität geboten hat, indem er gleich einen Parcour samt Schutzausrüstung zum Ausprobieren seiner Boards mitgebracht hat.

Wer außerdem in den Kommunen alles dabei war, sehen Sie auf der Webseite und in den Programm-Flyern.

[www.synergie-festival.de](http://www.synergie-festival.de)



Abb. 32: Parcours als beliebtes Mitmachangebot des Longboardvereins in Wertach

### Tipp

Um gute Ausstellerinnen und Aussteller zu gewinnen, ist es sinnvoll, bereits von Anfang an ein ausführliches Briefing mit vorbereitetem Bildmaterial und kurzer erklärender Beschreibung des Festivalgedankens zu bieten.

Sie können für Ihre Veranstaltung gerne Ausschnitte aus dem vorliegenden Leitfaden, der Webseite und Fotos der vergangenen Veranstaltungen verwenden.

Rund um das Thema Energiesparen gibt es in jeder Region Besonderheiten (z. B. lokale Lebensmittelproduktion). Es bietet sich an, diese Besonderheiten zu betonen und bei der Auswahl der Akteure zu berücksichtigen.

### 2.4.5 Energiewandler

Im Gegensatz zum Transform, das auf dem Festivalgelände stattfindet, bietet das Modul Energiewandler die Möglichkeit, Akteure, Workshops, Führungen etc. abseits des Festival-Geländes kennenzulernen. Nicht jeder Aussteller/jede Ausstellerin kann sein/ihr Angebot mit auf das Festgelände nehmen oder den Laden für das Fest alleine lassen. Infrage kommen aber prinzipiell ähnliche Akteure wie für das Transform.

Falls das Interesse der möglichen Akteure nicht vorausgesetzt werden kann, muss die Akquise-Phase für die Energiewandler besonders früh starten und es muss, ggf. in mehreren Gesprächen, der Mehrwert einer Beteiligung deutlich gemacht werden:

- Präsentation der Organisation oder des Unternehmens in den eigenen Räumlichkeiten
- Präsentation eigener, vielleicht auch neuer Produkte und Aktivitäten mit Bezug zum Thema
- kontinuierliche Werbepresenz auf der Webseite des Festivals
- Gelegenheit für einen Pressetermin

Im Modul Energiewandler müssen die Abläufe besonders gut geplant und sowohl vorab als auch am Veranstaltungstag deutlich kommuniziert werden, denn hier wird der Veranstaltungsort von den Besucherinnen und Besuchern verlassen, um die Energiewandler aufzusuchen. Wichtig:

- Die Wege müssen mit den entsprechenden Verkehrsmitteln (zu Fuß, mit dem Rad, der Rikscha etc.) geplant, ausprobiert und ausgeschildert werden.
- Finden auch Nicht-Ortskundige den Weg anhand der Beschilderung?
- Gibt es alternative Möglichkeiten, falls Interessierte z. B. ohne eigenes Fahrrad da sind?
- Führungen für mehrere Personen zu Fuß benötigen mehr Zeit als für eine Einzelperson.
- Ist der Weg für Kinderwagen, Rollstühle, gehbehinderte Personen und für kleine Kinder machbar?

#### Tipp

Die Rundgänge/Rundfahrten zu den Energiewandlern sollten Sie oder der Moderator immer wieder auf der Bühne ankündigen.

Eine Begleitung durch Helferinnen und Helfer erleichtert das Rückführen der Besucherinnen und Besucher. So gehen sie für das weitere Festivalgeschehen nicht verloren.

### 2.4.6 Ladestation

Als zentrales Element eines jeden Festes darf natürlich die Gastronomie nicht fehlen. Themenbedingt wäre es ideal, wenn Sie den Fokus auf regionale Angebote legen. Bei den meisten Festivals gab es eine Mischung aus vegetarischen und nicht-vegetarischen Speisen; auch vegane Angebote können Sie als Besonderheit anbieten. Der Schwerpunkt sollte jedenfalls auf fleischfreien Gerichten liegen, damit die Besucherinnen und Besuchern eine zum Festival passende umwelt- und klimafreundliche Ernährung testen können. Manch einer entdeckt so seine Liebe zu neuen Zubereitungsformen von Gemüse, Obst und Co. Wenn Sie spezielle regionale Bio-Fleischangebote haben, ist es aber auch im Sinne des Klimaschutzes, diese auf dem Festival bekannt zu machen.



Abb. 33: Käspatzn – regional, vegetarisch, lecker

In Aschaffenburg konnte durch eine Kooperation mit #Land #Wirt #Schafft #Zukunft ein eigener Biobereich aufgebaut werden. Diese Zusammenarbeit ermöglichte eine Vertiefung des Themas Ernährung und bot viele Anknüpfungspunkte zur lokalen Landwirtschaft.

Im Sinne der Müllvermeidung sollten teilnehmende Gastronomen zur Nutzung von Mehrweggeschirr verpflichtet werden. Wo das nicht möglich ist, sollte unbedingt Geschirr aus Pappe oder anderen kompostierbaren Materialien anstatt aus Plastik verwendet werden.

### Tipp

Gestalten Sie das vegetarische Angebot möglichst attraktiv, z. B. indem Sie lokale Vorlieben berücksichtigen und die Speisen optisch aufwerten (Dekoration und Präsentation). Suchen Sie Gastronomen, die in diesem Bereich erfahren sind und Vergleichbares auf ihrer Karte anbieten. Auch viele (Berufs-)Schulen bieten kreatives Essen und haben Erfahrung in der Versorgung größerer Personengruppen. Auf jeden Fall sollten Sie alles vorher probieren!

Damit niemand Durst leiden muss und sich alle wohl fühlen, stellen Sie am besten kostenlos kühles Leitungswasser zur Verfügung. Das macht die Qualität dieses nachhaltigen Getränks erlebbar und erhöht die Verweildauer auf dem Gelände. In Wertach und Aschaffenburg standen 2016 eine Wassertheke bzw. ein Wassermobil der bayerischen Wasserwirtschaftsämter für den Ausschank zur Verfügung. In Traunreut bot das Wasser-Info-Team Bayern e. V. diesen Service an.

Abb. 34 (links): Die Wassertheke des Wasserwirtschaftsamtes Kempten in Wertach



Abb. 35 (rechts): Das aqua-Mobil des Wasser-Info-Teams Bayern e. V. machte in Traunreut Wasser zum Lieblingsgetränk



### Tipp

Wenden Sie sich an Ihre Stadtwerke oder das regionale Wasserwirtschaftsamt für die Nutzung der Wassermobile oder Wasserbars. Weitere Informationen finden Sie unter:

[www.wwa-n.bayern.de/wasser\\_erleben/wassermobil](http://www.wwa-n.bayern.de/wasser_erleben/wassermobil)

[www.stmuv.bayern.de/themen/wasserwirtschaft/wasserwirtschaft\\_in\\_bayern/wasseraemter.htm](http://www.stmuv.bayern.de/themen/wasserwirtschaft/wasserwirtschaft_in_bayern/wasseraemter.htm)



Abb. 36: Das Wassermobil des Wasserwirtschaftsamtes Nürnberg sorgte in Aschaffenburg für Erfrischung

## 2.5 Öffentlichkeitsarbeit

Das Energiesparfestival „Synergie“ richtet sich im Wesentlichen an die Bürgerinnen und Bürger der jeweiligen Kommunen und Regionen. Sie kommen als Privatpersonen oder als Unternehmer mit teils unterschiedlichen, teils ähnlichen Interessen.

Für den Veranstalter stellt sich die Frage: Wie bringt man die Menschen überhaupt dazu, zu kommen? Bringen Sie den Nutzen für die Besucherin und den Besucher rüber: Spaß am Schauen und Mittun, Treffen interessanter Leute, Austausch von Ideen, Essen und Trinken, Musik und Tanz, ggf. spezielle Angebote für Familien und Kinder. Die Veranstaltung muss innerhalb der Stadtgemeinschaft bekannt gemacht werden. Gerade bei neuen Events wie einem Energiesparfestival ist hierzu einiges an Budget und Anstrengung notwendig. Die Medienstrategie sieht eine Mischung aus verschiedensten Kanälen vor: Print, Presse, Radio, TV, Online und Einbindung von Partnerinnen und Partnern sowie Multiplikatoren.

Um dem Festival-Charakter Rechnung zu tragen, wurde in der Marken-Kommunikation (Webseite und Printmedien) auf das „Sie“ zugunsten von „Du/Ihr“ verzichtet.

### Elemente des Kommunikationskonzepts

- das Design, das mit seiner klaren Farb- und Formensprache überall auffällt (siehe auch Kapitel 1.3)
- ein Mix aus Öffentlichkeitsarbeits- und Marketinginstrumenten
- ein Zeit- und Mediaplan für Ihre Projektplanung (siehe Anhang Kapitel 6.1)

### 2.5.1 Eigene Printmaterialien Großflächenwerbung

Den Schwerpunkt der Öffentlichkeitsarbeit bilden die Printmaterialien. Großflächenwerbung bietet eine gute Präsenz im Ortsbild. Im Rahmen der bisherigen Veranstaltungen kam etwa Bannerwerbung in Bauzaungröße zum Einsatz. Die Banner sind an das Design der Plakate angelehnt und wurden an strategisch günstigen Standorten in der Kommune platziert. In Wertach gab es sogar eigens angefertigte Ortseingangstafeln, die drei Monate vor Veranstaltungsbeginn an den Zufahrtsstraßen aufgestellt wurden.

#### Plakate

Neben Bannern erregen Plakate Aufmerksamkeit und sind ein wichtiger Teil der Öffentlichkeitsarbeit. Der Plakatierradius orientiert sich am Einzugsgebiet. Im Pilotprojekt wurden in jeder der drei Kommunen jeweils mehrere Hundert Plakate über Allgemeinflächen (beispielsweise Plakataufsteller oder Litfaßsäulen) und Geschäftsplakatierung verteilt (siehe auch Tab. 1, S. 46). Die Plakatgrößen variierten zwischen A1 (Allgemeinstellen) und A3 (Geschäftsplakatierung).

Sollte eine Plakatierung auf städtischen Flächen nicht möglich sein, kann mit kommerziellen Dienstleistern wie beispielsweise Crossmedia- und Multichannel-Medien-Agenturen zusammengearbeitet werden. Diese vermieten entsprechende Flächen meist wochenweise und bringen die Plakate an.

Weitere Potenziale bieten gastronomische Betriebe, Schulen und Kindergärten. Hier ist oft eine zentrale Verteilung über städtische Stellen möglich.

Holen Sie vor der Plakatierung die entsprechenden Genehmigungen beim jeweiligen Ordnungsamt ein. Die spezifischen Regelungen variieren kommunenabhängig – ein eigenmächtiges Aufstellen von Plakattafeln gilt jedoch stets als Wildplakatierung und somit als Ordnungswidrigkeit, die mit Bußgeldern belegt ist.



Abb. 37 (links): Großflächenwerbung am Ortseingang von Wertach



Abb. 38 (rechts): Plakatierung in Wertach

### Faltblatt

Weiterhin gibt es Programmfaltblätter im Festivallayout; diese sollten etwa drei Wochen vor Veranstaltungsbeginn verteilt werden. Sie enthalten Informationen wie das Bühnenprogramm, eine Auflistung der teilnehmenden Akteure und Workshops und geben einen knappen Einblick in das Veranstaltungskonzept. Insbesondere im Hinblick auf den eher abstrakten Veranstaltungstitel sind sie von großer Bedeutung: Sie brechen den Begriff Energiesparfestival auf eine einfache, zugängliche Ebene herunter und vermitteln einen Eindruck vom bevorstehenden Festival.

Die Verteilung der Flyer bedingt jedoch, dass Sie bereits vor Druck, also etwa vier Wochen vor der Veranstaltung, alle Akteure soweit verpflichtet haben, dass sie im Programm aufgelistet werden können.

In den Faltblättern muss auch unbedingt angekündigt werden, wenn Besucherinnen und Besucher etwas mitbringen sollen, zum Beispiel kaputte Elektrogeräte und andere Sachen für das Reparatur-Café, Kleidungsstücke und Bücher für den Tauschmarkt oder ein Fahrrad für die Energiewandler-Tour.

Die Verteilung der Faltblätter erfolgte im Rahmen der Pilotprojekte über kommerzielle Verteiler, ist teilweise aber auch günstig über Studentinnen und Studenten oder ältere Schülerinnen und Schüler buchbar.

Wichtige Verteilstationen sind

- der örtliche Einzelhandel
- Tourismusinformationen
- Gaststätten und Hotels
- Kultureinrichtungen
- Sportstätten und Fitnessstudios
- Vereinshäuser
- Geschäftsstellen themenverwandter Akteure und Multiplikatoren (beispielsweise Energieberatungen oder Umweltverbände).

In Aschaffenburg fand darüber hinaus eine Verteilung von weiteren Programmfaltblättern auf dem jährlich stattfindenden Fest „Brüderschaft der Völker“ statt. Wenn Sie andere Veranstaltungen zur Verteilung nutzen möchten, empfiehlt sich eine frühzeitige Kontaktaufnahme mit der Veranstaltungsleitung.

### 2.5.2 Beiträge in Zeitung, Radio und TV

Neben Plakaten, Flyern und Co. ist Werbung in der lokalen Presse eine Option – sofern Ihr Budget es zulässt. Es gibt sowohl Möglichkeiten kostenlose redaktionelle Beiträge in der Zeitung oder im Radio zu bekommen, als auch kostenpflichtige Anzeigen zu schalten. Eine Übersicht über die Kosten finden Sie im Budgetplan im Anhang 6.3.



Abb. 39: Faltblätter für Wertach

Tab. 1: Übersicht Werbematerialien in den drei Pilotgemeinden

	Wertach, 18. Juni 2016 (ca. 2.500 EW)	Traunreut, 25. Juni 2016 (ca. 20.000 EW)	Aschaffenburg, 22. Juli 2016 (ca. 70.000 EW)
Faltblatt	1000	1000	10.000
Plakate A3	100	350	350
Plakate A1	0	200	200
Programmplakat vor Ort	0	3	5
Bauzaunbanner	10	10	10
Gitterbanner	3	3	3
Anzeigen	Veranstlungshinweise in:  Kreisbote Allgäu, Wochenend-Ausgabe, 11.06.2016 (Format: 2spaltig/120mm)  Allgäuer Zeitung, 11.06.2016 (Format: 2spaltig/100mm)	Anzeige in:  Traunreuter Stadtblatt, Juni 2016 (Format: 1/1)  Passauer Neue Presse, 18.6.2016 (Format: 3spaltig/100mm)	Anzeige in:  FRIZZ – Das Magazin, Ausgabe 07/2016 (Format: 1/1)  Brot & Spiele – Das Kulturmagazin, Ausgabe 07/2016 (Format: 1/1)  Radio Galaxy, Website vom 17.07.2016 (4spaltig/210mm)
Radio	Veranstlungshinweise in RSA Radio:  11 Spots im Sendegebiet Allgäu und Bodenseeregion, Juni 2016	Veranstlungshinweise in Bayernwelle Südost:  15 Spots im Sendegebiet Chiemgau, Juni 2016	Veranstlungshinweise in Radio Galaxy:  15.7.2016–22.7.2016: täglich 8 mal 20 Sek. Spots und tägl. Veranstaltungs-Teaser im laufenden Programm

### Pressemitteilungen (redaktionelle Beiträge)

Die drei Festivals der Pilotserie wurden von einer kontinuierlichen Pressearbeit begleitet. Für eine erfolgreiche Zusammenarbeit ist es gut, wenn Sie die Pressevertreterinnen und -vertreter möglichst persönlich (Telefon/Treffen) sprechen, um sie über die Festivalphilosophie zu informieren und das benötigte Infomaterial individuell anzubieten. Tipps zur Erstellung von Infomaterial und zur Pressearbeit finden Sie unter [www.energieatlas.bayern.de/file/pdf/1826/Leihausstellung\\_Pressearbeit.pdf](http://www.energieatlas.bayern.de/file/pdf/1826/Leihausstellung_Pressearbeit.pdf) ab Pkt. 3.

Wichtig für Ihre Pressearbeit:

- Nehmen Sie sich zu Beginn die Zeit, einen Presseverteiler zu erstellen, der alle lokalen und für die Veranstaltung relevanten Medien (Print, Radio, TV) samt den richtigen Ansprechpartnerinnen und Ansprechpartnern enthält.
- Entscheiden Sie je nach Größe Ihrer Kommune und des Festivals, ob Sie das eher persönliche Pressegespräch oder eine Pressekonferenz mit ausgewählten Pressevertretern machen.
- Verschicken Sie etwa zwei Monate vor dem jeweiligen Termin eine erste Ankündigung zum Konzept der Veranstaltung und vier bis zwei Wochen vor der Veranstaltung eine weitere Pressemeldung.
- Eine letzte Pressemeldung zur Ankündigung sollte zirka eine Woche vor Veranstaltungsbeginn versandt werden und das detaillierte Festivalprogramm beinhalten.
- Bieten Sie am Veranstaltungstag selbst Presserundgänge über das Festivalgelände an, in denen Sie im persönlichen Gespräch das Konzept erläutern.
- Bei einer Veranstaltung am Wochenende versenden Sie am Montag darauf einen ausführlichen Pressebericht mit Bildmaterial, um auch Presse zu erreichen, der eine Teilnahme nicht möglich war.



**Tipp**

- Bereiten Sie Pressemitteilungen redaktionell so gut wie möglich vor und packen Sie die Informationen konzentriert hinein.
- Senden Sie, wenn möglich, Fotos mit (als Dateianhang oder Download, mindestens 300 dpi, gut ausgeleuchtet, möglichst als jpg- oder tiff-Dateien, mit Bildunterschrift, Bildinhaltsbeschreibung für Alternativtexte in barrierefreien Online-Medien, Bildrechteangabe wie Name/Fotograf und mit möglichst aussagekräftigem Dateinamen).
- Nutzen Sie möglichst auch die Presseverteiler von Multiplikatoren (Ansprechpartner bei interessierten Firmen, Vereinen, Parteien, Verbänden und anderen Interessenvertretern), v. a. wenn Sie Nachrichten und Newsletter verschicken, aber doppelten Sie die Mails möglichst nicht.
- Nutzen Sie auch die meist kostenlosen Veranstaltungshinweise der Tageszeitungen und Mitteilungsblätter.

**Hinweise in Zeitungen**

Äußern Sie beim Pressekontakt den Wunsch nach einer weitreichenderen Zusammenarbeit. Häufig kann man so über einen mit der Anzeigengröße vergleichbaren sogenannten „redaktionellen“ Text verhandeln, der kostenfrei ist.

Auch in lokalen Kulturmagazinen können Anzeigen geschaltet werden. Diese bieten den Vorteil, dass sie meist mehrere Wochen gültig sind und Ihre Ankündigung länger sichtbar ist. Um noch größere Aufmerksamkeit zu erzeugen, können Sie eine der Umschlagseiten buchen.

In Traunreut wurde eine Anzeige in der lokalen Tageszeitung „Traunreuter Anzeiger“ geschaltet. In Aschaffenburg wurde zusätzlich zur Tageszeitung in den zwei lokalen Kulturmagazinen „Brot & Spiele“ sowie „FRIZZ“ geworben.

**Tipp**

Um im Anzeigenschwung sichtbar zu bleiben, sollte die Anzeige farbig gebucht werden. Außerdem sollten die wichtigsten Inhalte (wann, wo, was) auf den ersten Blick erkennbar sein – alles andere überfordert Leserinnen und Leser.

In der Anzeigenwerbung gilt: Wiederholung wirkt. Bei Formaten mit geringerem Erscheinungszyklus sollten Sie die Anzeige möglichst mehrere Male schalten – das erzeugt Wiedererkennung und Interesse.

**Radio wirkt!**

In der Woche vor Veranstaltungsbeginn sollten idealerweise täglich Veranstaltungshinweise im örtlichen Radio wiederholt werden. Veranstaltungshinweise sind in der Regel Teil des redaktionellen Programms des Senders und kostenfrei. Allerdings muss dafür im Vorfeld rechtzeitig eine Pressemitteilung verschickt werden und sichergestellt werden, dass diese auch angekommen und nicht im Wust vieler Mitteilungen untergegangen ist. Es ist möglich, dass der Sender darauf basierend sogar von sich aus einen kostenfreien redaktionellen Beitrag (oder ein Interview) anbietet.



Abb. 40: Die Reporterinnen von SO!FM des Jugendzentrums Traunreut interviewen Bürgermeister Klaus Ritter

Falls Sie darüber hinaus Aufmerksamkeit erzeugen wollen, können Sie eine Radiowerbung buchen. Die Wahl des Radiosenders erfolgt anhand der jeweiligen Reichweite und Hörerschaft, die sich grob mit der Festivalzielgruppe decken sollte. Buchen Sie wenn möglich vor allem Morgen- und Abendstunden. Möglich ist auch hier die Kombination von bezahlter Radiowerbung und kostenfreien redaktionellen Berichterstattungen.

In Traunreut gab es eine Partnerschaft mit einem örtlichen Jugendradiosender als offiziellem Medienpartner; der Sender begleitete die Veranstaltung sowohl im Vorfeld (Interviews, redaktionelle Beiträge) als auch live am Veranstaltungstag. Neben der Werbewirkung hat das auch den Kontakt zur Jugendszene erleichtert und Auftritte lokaler Bands und Tanzgruppen ermöglicht.

### Tipp

Um Kosten zu sparen empfiehlt sich die Partnerschaft mit regionalen Medien. Interessant sind beispielsweise Radiobeiträge gegen Einbinden des Logos auf den Printmedien: Der Umfang der Sichtbarkeit orientiert sich dabei an der Höhe der Unterstützung und reicht von kleineren Logo-Einbindungen auf Werbemitteln bis zu Präsentationsmöglichkeiten auf dem Event. Um Unklarheiten zu vermeiden, sollten die genauen Leistungen in einem Vertrag festgehalten werden<sup>9</sup>.

9) Beachten Sie dabei unbedingt die Einhaltung der Grundsätze der Gleichbehandlung und der Wettbewerbsneutralität sowie Vergabe- und Kartellrecht. Näheres auf der Seite Bayerische Landeskartellbehörde – [www.bayerische-landeskartellbehoerde.de](http://www.bayerische-landeskartellbehoerde.de).

### TV-Beiträge

TV-Beiträge werden in der Regel am Veranstaltungstag selbst erstellt. Oft werden dabei Veranstalter, Akteure oder Besucher interviewt und (Bühnen)aktionen gefilmt.

Alle Akteure sollten auf diese Möglichkeit hingewiesen werden. So können sie sich im Vorfeld Aussagen überlegen, die ihnen wichtig erscheinen, Zahlen zurechtlegen und entscheiden, wer auftreten soll.

### 2.5.3 Internetauftritt und -werbung

Mit Blick auf die junge und junggebliebene Zielgruppe liegt ein weiterer Fokus der Öffentlichkeitsarbeit auf dem Internetauftritt und den sozialen Medien. Zentrale Plattform ist die „Landingpage“<sup>10</sup> [www.synergie-festival.de](http://www.synergie-festival.de).

Außerdem ist es wichtig, eine Facebook-Seite mit dem Thema zu bespielen. Am besten richten Sie sich eine neue Seite zu Ihrem Energiesparfestival ein. Falls Sie einen kommunalen Facebook-Auftritt haben, sollte dieser zur neuen Webseite verlinken.

Um mit Ihrer eigenen Facebook-Seite eine möglichst hohe Reichweite zu erreichen und viele Personen auf die Veranstaltung aufmerksam zu machen, besteht der Inhalt am besten aus einer Mischung aus eigenem (Fotos, Videos, Programm, etc.) und fremdem

10) Begriff aus dem Marketing: Webseite, auf der man möglichst mit einem Klick erhält, was man sucht: Information, Formulare für die eigene Beteiligung, Programm-Faltblatt etc.

Inhalt (Links zu ähnlichen Projekten, thematisch passenden Ideen, Produkten und Innovationen, Artikeln etc.).

Sie können sich die Facebook-Seite der Veranstaltungen als Beispiel anschauen:

[www.facebook.com/synergiefestival](http://www.facebook.com/synergiefestival).

Zudem ist es wichtig, mit anderen zu interagieren: Nachrichten kommentieren, andere Seiten liken und sich so Schritt für Schritt ein Netzwerk aufbauen. Deshalb ist es ratsam, früh mit dem Facebook-Auftritt zu beginnen und diesen Kanal ernst zu nehmen, selbst wenn Sie ihn persönlich nicht nutzen.

### Tipp

Um möglichst viele Personen auf die Veranstaltung aufmerksam zu machen, ist es sinnvoll, auch über fremde Online-Kanäle und Facebook-Seiten für die Veranstaltung zu werben. Wichtige Partner sind:

- die Kommune
- der Landkreis
- die Regierung
- der Bezirk
- (Wirtschafts- und Handels)Verbände
- regionale Veranstaltungs-Plattformen
- Radiosender, Regional-TV
- alle an der Veranstaltung Beteiligten

### 2.5.4 In Erinnerung bleiben: Warum gute Fotos wichtig sind

Für eine erfolgreiche Pressearbeit und eine Wiederholung der Veranstaltung ist die professionelle Fotodokumentation der Veranstaltung von großer Bedeutung. Dafür braucht es natürlich die richtige Fotografin oder den richtigen Fotografen: Die beste Landschaftsfotografin hilft nichts, wenn man auf der Suche nach dem perfekten Portrait ist. Folgende Punkte sollten vorab geklärt werden:

- Welchen Stil sollen die Bilder haben?
- Besitzt die Fotografin/der Fotograf Erfahrung im Bereich der Eventfotografie?
- Gibt es ein aussagekräftiges Portfolio mit vergleichbaren Aufträgen?
- Verfügt die Fotografin/der Fotograf über Ortskenntnis und entsprechende Kontakte? Dies ist vor allem für besondere Aufnahmen (beispielsweise von oben) relevant.
- Auch wenn eine gute Fotografin/ein guter Fotograf ein Auge für geeignete Motive hat: Die Erwartungen in einem Briefing festhalten! Dieses enthält auch die wichtigen Programmpunkte mit Uhrzeiten (beispielsweise Eröffnung, Workshops, Bands) sowie Angaben zu wichtigen Partnern und einen klar markierten Lageplan des Veranstaltungsaufbaus.
- Soll und kann die Fotografin/der Fotograf auch Videos machen?

Abb. 41: Produkte aus der Region



Abb. 42: Im Gespräch



Abb. 43: Helferinnen



Abb. 44: Der Klimaladen des Landkreises Traunstein



Abb. 45: Reparieren statt wegwerfen



Abb. 46: Halogenlampen geben statt Licht so viel Wärme ab, dass man mit ihnen grillen kann



Abb. 47: Wilhelm Helmdach - Stadtwerke Traunreut – erklärt Energiesparziele



Abb. 48: Quiz der Maria-Ward-Schule Aschaffenburg: Verbrauch Kaffeebecher



Abb. 49: Stadtbibliothek Aschaffenburg



Abb. 50: Das LfU informiert über Energiesparen



Abb. 51: tfz und Energieagentur Bayerischer Untermain



Abb. 52: Gankino Circus sorgte für einmalige Unterhaltung



Abb. 53: Selber machen!



Abb. 54: Fabian Knöbl: Mitmachen ohne digitale Welt



Abb. 55: Die Wandtafel bietet Raum für Kommentare



**Tipp**

- Da die Nachbereitung der Bilder relativ viel Arbeitszeit erfordert, sollte das Angebot der Fotografin/des Fotografen immer auch die Bildbearbeitung der Fotos enthalten.
- Um direkt im Anschluss an die Veranstaltung Pressenachberichte versenden zu können, sollte die Bereitstellung von mindestens 5 Highlight-Fotos innerhalb von 24 Stunden (besser am selben Tag) vereinbart werden.
- Damit Sie die Fotos uneingeschränkt nutzen können, sollte die Vereinbarung eine Bildrechteerklärung umfassen (siehe Kapitel 1.1.3).
- Stellen Sie unbedingt sicher, dass sich die fotografierten Personen schriftlich mit einer Veröffentlichung der Bilder einverstanden erklären. Eine entsprechende Formularvorlage können wir Ihnen zur Verfügung stellen.

**2.6 Durchführung am Veranstaltungstag**

Der Aufbau des Festivals muss gut vorbereitet werden, damit sich der Veranstaltungsort in einen attraktiven und in sich geschlossenen Erlebnisraum verwandelt. Es ist deshalb wichtig, am Veranstaltungstag ausreichend Zeit für den Aufbau einzuplanen und bereits im Voraus klare Anweisungen zu erstellen wer, was, wann, wo, wie, mit welcher Unterstützung macht. So können Stress und zeitliche Engpässe vermieden werden und Sie können auf unerwartete Situationen besser reagieren. Im Pilotprojekt 2016 wurde für den Aufbau ein Zeitfenster von rund acht Stunden vor Veranstaltungsbeginn gesetzt. Dies ist jedoch nur ein Richtwert und muss, je nach Größe der Kommune und Aufwand beim Aufbau, angepasst werden. Eventuell kommt auch ein Aufbau am Vortag in Frage. Dann sollte jedoch eine Nachtwache eingeplant werden, denn die Zelte und das weitere Inventar sind nicht sicher verankert und nicht diebstahlsicher und können sowohl durch schlechtes Wetter als auch durch Vandalismus beschädigt werden.

Aufbau der  
Veranstaltung

**Tipp**

Zur Kennzeichnung des Organisationsteams sind Namensschildchen optimal. Eine Telefonliste mit Name und Funktion der Ansprechpartnerin/des Ansprechpartners auf der Rückseite erleichtert Absprachen und Rückfragen.

Sobald die Infrastruktur und die zentralen Raumelemente wie Bühne, Zelte, Sitzmöbel etc. positioniert sind, können die Workshop-Leiterinnen/-Leiter, die Transforum-Akteure sowie die Gastronomie ihre Positionen oder Stände beziehen. Bei den Pilotfestivals wurde hierfür ein Zeitfenster von drei bis vier Stunden vor Veranstaltungsbeginn angesetzt; das ist als Richtwert zu verstehen und ändert sich je nach Anzahl an Ausstellern.

Das Festival soll allen Beteiligten Spaß machen – daher sollte von Anfang an auf gute Stimmung geachtet werden. Begrüßen Sie zu Beginn alle teilnehmenden Akteure, bringen Sie sie an ihren Standplatz oder zur Bühne und weisen Sie sie persönlich in den Veranstaltungsablauf ein – das sorgt für Vertrauen und Motivation.

Während der  
Veranstaltung

Mit Beginn der Veranstaltung ist dann ein Großteil geschafft und der Fokus liegt von da an vor allem auf der Betreuung der einzelnen Module, insbesondere auf den Modulen Kraftwerk (Workshops etc.) und Ladestation (Bühnenprogramm). Achten Sie darauf, dass sowohl auf der Bühne als auch bei den einzelnen Workshops der Zeit- und Ablaufplan weitestgehend eingehalten wird.

Der Abschluss der Veranstaltung sollte pünktlich geschehen. Allerdings sollten die Akteure ihren Stand nicht vor der Zeit abbauen (siehe Anhang 6.6).

Ende der  
Veranstaltung

Der Abbau sollte so leise wie möglich stattfinden, um Anwohnerinnen und Anwohner nicht unnötig zu belästigen. Damit sich die Lkws und Transporter nicht gegenseitig in die Quere kommen, können Ordner den Verkehr regeln. Versichern Sie sich vor Ort, dass keine Schäden eingetreten sind und Müll etc. ordnungsgemäß entsorgt oder mitgenommen wurde.

### **Tipp**

Für den Auf- und Abbau ist ein Übergabeprotokoll sinnvoll. Dazu erfolgt eine gemeinsame Platzbegehung mit dem Vermieter bzw. dem zuständigen Bauamt, wo etwaige Vorschäden fotografisch dokumentiert und gegenseitig abgezeichnet werden.

Unabhängig von Besitzverhältnissen sollten darin vorhandene Beschädigungen des Veranstaltungsorts kurz vor Veranstaltungsbeginn schriftlich fixiert werden. Im Laufe der Veranstaltung auftretende oder eben nicht aufgetretene Schäden können so eindeutig zugeordnet werden.

## **2.7 Nachbereitung und Abschluss der Veranstaltung**

Die Veranstaltung ist vorbei und die vielen Eindrücke des Tages sind noch nicht verarbeitet. Bleiben Sie trotzdem dran, denn jetzt können Sie das Netzwerk verfestigen, das Sie bei der Vorbereitung und am Veranstaltungstag geknüpft haben!

Schließen Sie die Öffentlichkeitsarbeit ab: Versenden Sie eine Pressemitteilung sowie Fotomaterial und stellen Sie weitere Nachberichte in den sozialen Netzwerken online (siehe Kapitel 2.5 Öffentlichkeitsarbeit).

„Gestalten“ Sie den Abschluss mit allen Mitwirkenden:

- Versenden Sie eine „Danke“-Nachricht in Form eines Briefes oder einer E-Mail.
- Führen Sie ggf. ein Nachtreffen durch, z. B. ein gemeinsames Essen, das Sie nutzen können um sich für die Hilfe zu bedanken und ein Feedback zur Veranstaltung zu erhalten.

**Denken Sie zum Abschluss auch daran, alle Rechnungen einzuholen und zu begleichen.**

### **Tipp**

Möchte eine Kommune das Event noch einmal durchführen, macht ein Nachtreffen Sinn, bei dem sich alle Beteiligten persönlich über den Festivaltag austauschen und festhalten können, was gut und was nicht so gut gelaufen ist.

### 3 Erfahrungen aus den drei Pilotfestivals

- Das Konzept mit den vier Modulen Kraftwerk, Transformator, Energiewandler und Lade-station wurde in den drei Kommunen Wertach, Traunreut und Aschaffenburg von den Besucherinnen und Besuchern sehr gut angenommen.
- Es gab in jeder Kommune interessante Projekte und Initiativen, die sich mit dem Thema Energiesparen in seinen vielfältigen Formen auseinandersetzten und Einrichtungen, die sich engagiert haben.
- Die Mitmachangebote stießen auf besonders großes Interesse. Positiver Nebeneffekt: Das Festivalthema wird den Besucherinnen und Besuchern dadurch wie von selbst und im wahrsten Sinne des Wortes „begreifbar“.

#### 3.1 Näher hingeschaut: So lief es 2016 in den drei Pilotkommunen

##### 3.1.1 Wertach: Besonderheiten und Herausforderungen einer kleinen Gemeinde

Empfehlungen für kleine Kommunen mit ähnlichem Profil

- Binden Sie die Veranstaltung in die bereits bestehenden Strukturen und Bemühungen zum Thema Energiesparen ein (Schwerpunkt im Bühnenprogramm).
- Betonen Sie die Vorreiter-Rolle der Gemeinde oder der Region.
- Prüfen Sie, ob es Kampagnen des Landkreises gibt.
- Integrieren Sie Sport- und Heimatvereine als Meinungsbildner mit Breitenwirkung.
- Suchen Sie nachhaltige oder bereits umweltzertifizierte Unternehmen<sup>11</sup>.

Es zeigte sich bereits bei der Akquise: In einer kleinen Kommune kennen sich die Menschen oder zumindest die Aktiven gut. Das erleichtert es, herauszufinden, wer wo engagiert ist und zum Mitmachen gewonnen werden kann. Die Ausflugsziele der Energiewandler liegen im Allgemeinen nah beim Veranstaltungsort und können somit leicht ins Programm aufgenommen werden.

Grundsätzlich gilt, dass besonders in touristisch aktiven Gemeinden wie Wertach lokale und regionale Akteure, Produkte und Programmpunkte besonders gut angenommen werden, da die Besucherinnen und Besucher den persönlichen Bezug zu Themenfeldern und Personen schätzen. Auch die Einwohner selbst können sich mit den Anbietern leichter identifizieren. Das zeigte sich auch am Beispiel der Allgäuer Gebirgskellerei, in der aus heimischen Rohstoffen wie Beeren und Blüten eine Vielzahl an Produkten hergestellt wird und die als Energiewandler sehr gut besucht wurde.

Bei der Wahl der Gastronomen wurden bewusst lokale Partner und Speisen ausgewählt. Da ein Schwerpunkt auf vegetarischem Essen lag und die Region für ihren guten Käse bekannt ist, bot die örtliche Gastronomie Allgäuer Kässpatzn an.

Das detaillierte Veranstaltungsprogramm von Wertach sowie alle teilnehmenden Initiativen, Vereine und Unternehmen finden Sie im Internet unter [www.synergie-festival.de](http://www.synergie-festival.de).

##### Profil von Wertach

- Einwohnerzahl: 2.500
- touristisch geprägtes Familiendorf mit Prädikat Luftkurort und aktivem Vereinsleben
- intakte und aktive Land- und Forstwirtschaft als Garant für eine ausgeprägte voralpenländische Kulturlandschaft
- gut ausgebaute Infrastruktur mit flächendeckender Breitbandversorgung
- viele mittelständische Unternehmen mit Erzeugung der Wertacher Marktprodukte

<sup>11)</sup> [www.izu.bayern.de](http://www.izu.bayern.de)

### Profil von Traunreut

- Einwohnerzahl: 20.500
- industriell geprägt
- neben mittelständischen auch mehrere große Unternehmen (Haushaltselektronik)
- tendenziell ältere Bevölkerungsstruktur
- Chiemgauer Tradition regional bedeutsam
- dörfliche Struktur des Umlandes

### 3.1.2 Traunreut: Besonderheiten und Herausforderungen einer mittelgroßen Stadt

Empfehlungen für mittelgroße Kommunen mit ähnlichem Profil:

- Integrieren Sie die in größeren Kommunen tendenziell ältere Zielgruppe, ohne das junge Publikum außer Acht zu lassen. Angebote, wie beispielsweise ein Mobilitätstraining für den ÖPNV oder ein E-Fahrrad-Training sind für viele Menschen interessant.
- Berücksichtigen Sie die Anforderungen eines internationaleren Publikums, z. B. bezüglich der Vorkenntnisse oder Essensgewohnheiten. Wenn Sie neben den vegetarischen oder veganen auch fleischhaltige Speisen anbieten, achten Sie darauf, dass Rindfleisch, Geflügel oder Lamm dabei sind. Für Süßigkeiten gilt, dass einige Religionen den Zusatz von Gelatine auf Schweinefleischbasis verbieten.
- Zeigen Sie individuelle Wirkungspotentiale im privaten Lebensumfeld auf.
- Fördern Sie den Wettbewerb zwischen Unternehmen, indem Sie energiebewussten Unternehmen Gelegenheit geben, sich zu präsentieren und ihre Angebote und Arbeitsweise zu bewerben. Stellen Sie dabei eine vergleichbare Präsentationsmöglichkeit für ansässige Großkonzerne und kleine und mittlere Unternehmen sicher.
- Wenn es eine organisch gewachsene lokale Vereinsstruktur, wie z. B. der Feuerwehr, Vertriebenenverbände, Alpenverein etc. gibt, fragen Sie nach deren Beteiligungsmöglichkeiten. Es sollte natürlich ein Themenbezug bestehen.

Neben Produktpräsentationen wie einheimischen Ölen gab es in Traunreut spannende Diskussionsrunden mit lokalen Vertreterinnen und Vertretern aus den Bereichen Energiesparen, Nachhaltigkeit und Landwirtschaft, wodurch gezeigt werden konnte, welche Rolle die Themen in der Region spielen.

Ein Hingucker war das Tubophon, ein aus riesigen Fernwärmestahlrohren gebautes Instrument, auf dem die Besucherinnen und Besucher ihr Rhythmusgefühl testen konnten.

In Traunreut konnte das Kraftwerk über einen lokalen Radiosender sowie das örtliche Jugendzentrum (Radio Szenit, Jugendwelle SO!FM) beworben werden. Beide Einrichtungen boten Aktivitäten an und hatten wertvolle Tipps und wichtige Kontakte in die Region parat.

Das detaillierte Veranstaltungsprogramm von Traunreut sowie alle teilnehmenden Initiativen, Vereine und Unternehmen finden Sie im Internet unter [www.synergie-festival.de](http://www.synergie-festival.de).



Abb. 56 (links): Das Tubophon

Abb. 57 (rechts): Das örtliche Jugendzentrum war mit Radio Szenit, Jugendwelle SO!FM dabei





### 3.1.3 Aschaffenburg: Besonderheiten und Herausforderungen einer großen Stadt

Empfehlungen für größere Kommunen mit ähnlichem Profil:

- Berücksichtigen Sie die für das städtische Umfeld typische heterogene Zielgruppe.
- Hier kann man leicht das individuelle Wirkungspotential im privaten Lebensumfeld zeigen, weil es viele Initiativen gibt, die Privatpersonen bei der Umsetzung unterstützen, wie Energieberatungen und Umweltverbände.
- Das Energiesparfestival „Synergie“ ist eine gute Möglichkeit, die zahlreichen Initiativen und Vereine zusammenzubringen und den lokal vorhandenen Wissenspool zu nutzen. Sie können, je nach Angebot, auch gemeinsam Zeltstände belegen.
- Auch in größeren Städten gilt es, ansässigen Großkonzernen und kleinen und mittleren Unternehmen geeignete Präsentationsmöglichkeiten zu bieten, wenn sie sich ernsthaft für die Energiewende engagieren. Rechnen Sie jedoch vor allem mit kleineren und mittleren Unternehmen. Falls sich große Unternehmen präsentieren möchten, sorgen Sie für eine gerechte Verteilung der Aufmerksamkeit für alle.
- Inhaltlich liegt auch hier der Fokus auf regionalen und lokalen Angeboten, Produkten und Unternehmen.

Auf der Bühne waren in Aschaffenburg, neben Musik und der Präsentation einzelner Unternehmen, Ernährung und ökologische Landwirtschaft zentrale Themen. Für die städtische Bevölkerung besonders interessant war die Aktion #Land#Wirt#Schafft#Zukunft. Solch ein Thema zu finden, das sowohl zum Energiesparen passt, als auch für die Bevölkerung etwas Besonderes darstellt, ist sicher eine Herausforderung für die Organisation.

Wie in Wertach endete auch in Aschaffenburg das Festival mit einer Headphoneparty. Sie sorgte für ein weiteres Highlight und bot einen tollen Abschluss.

Das detaillierte Veranstaltungsprogramm von Aschaffenburg sowie alle teilnehmenden Initiativen, Vereine und Unternehmen finden Sie im Internet unter [www.synergie-festival.de](http://www.synergie-festival.de).

#### Profil von Aschaffenburg

- Einwohnerzahl: 70.000
- Oberzentrum in der Metropolregion Frankfurt-Rhein-Main
- starker Wirtschaftsstandort mit über 6.500 Unternehmen
- Hochschulstandort mit 3.300 Studierenden
- bereits viel Erfahrung mit Energiethemen



Abb. 58: Drei Headphoneparty-Begeisterte

## 4 Das Energiesparfestival „Synergie“ etablieren

Die Begeisterung für die Festivals war in allen drei Kommunen groß, trotz zum Teil widriger Witterungsbedingungen wie Regen, Hitze und Unwetter. Von Veranstaltungsseite hätten durchaus mehr Personen den Weg finden können, neutral betrachtet war der Zuspruch jedoch gut und würde im Wiederholungsfall durch Mundpropaganda sicher höher ausfallen als beim ersten Mal. Denn all diejenigen, die dort waren, hatten viel Spaß und konnten viele Ideen mitnehmen – das wurde vielfach versichert.

Optimal wäre es daher, das Festival regelmäßig durchzuführen und als festen Programmpunkt in der kommunalen Planung zu verankern. Weil viele Kommunen sich schwer tun, Energiesparen als Ziel umzusetzen, kann das positiv aufgeladene und abwechslungsreiche Angebot Ihres Festivals helfen, kommunale Energieziele an die Frau und an den Mann zu bringen.

Zudem liegt es auf der Hand, dass ein wiederkehrendes Festival ab dem zweiten Mal einfacher zu organisieren ist und so noch besser werden kann. Wenn beim ersten Mal noch alle Akteure überzeugt werden mussten, ist das Interesse beim zweiten Mal bereits geweckt und es melden sich weitere Akteure ganz selbständig.

Um ein Festival zu etablieren, benötigt es jedoch einen langen Atem und den entsprechenden politischen Willen auf kommunaler Ebene, dafür auch Mittel einzusetzen. Wichtig sind, wie immer, Personen und Organisationen, die in der Kommune Gehör finden und die das Festival weiterentwickeln.

## 5 Ihre Schritte gliedern – die Checkliste

Als Zusammenfassung aller Tipps und Handlungsempfehlungen haben wir eine detaillierte Checkliste erarbeitet, die Sie bei der Durchführung Ihres Energiesparfestivals unterstützt. Die Checkliste finden Sie im Anhang 6.5.

## 6 Anhang

### 6.1 Beispiel Zeit- und Mediaplan

Tab. 2: Projektmanagement

Projektmanagement	Kapitel	Sept.	Oktober	Nov.	Dez.	Jan.	Feb.	März	April	Mai	Juni	Juli
Finalisierung Location und Termin	2.3.2											
Integration wichtiger Schlüsselfiguren	2.2.1											
Akquise lokale Akteure	1.2, 2.2											
Anmeldeschluss lokale Akteure												
Entwicklung interaktiver Module	2											
Finalisierung interaktiver Module												
Akquise Bühnenprogramm (Moderator, Bands etc.)	1.2, 2.3, 2.4.2											
Finalisierung Programmablauf												
Gastronomie	2.2.1, 2.4.6, 2.6											
Genehmigungsverfahren	2.3.3											
Aufplanung fertigstellen (Geländeplan)	2.3.5											
Versand Infopakete an teilnehmende Akteure	6.1											
<b>Veranstaltungstermin</b>												

Tab. 3: Öffentlichkeitsarbeit

Öffentlichkeitsarbeit	Kapitel	Sept.	Oktober	Nov.	Dez.	Jan.	Feb.	März	April	Mai	Juni	Juli
Webseite mit Inhalt füllen	1.1.3, 2.3.5											
Facebook mit Inhalt füllen	1.1.3											
Akquise Medienpartnerschaften												
Versand 1. PM	2.5.2, 2.7											
Versand 2. PM	2.5.2											
Versand 3. PM	2.5.2											
Plakatierung	2.3.3, 2.5.1											
Anzeigenschaltung/Veranstaltungshinweise	2.5.1, Tab. 1, 2.5.4, 6.3											
Akquise Fotograf	2.5.4, 6.3											
Verteilung Flyer	2.3.7, 2.5.1, 2.5.2, 6.3											

## 6.2 Liste der Akteure

Die Listen der Teilnehmerinnen und Teilnehmer aller drei Kommunen von 2016 sehen Sie auf der Webseite [www.synergie-festival.de](http://www.synergie-festival.de) unter den jeweiligen Veranstaltungsorten. Sie können Anregung für Ihre eigene Veranstaltung sein. Folgende Akteure sollten Sie in Ihre Überlegungen einbeziehen:

- Stadt-/Gemeinderat, Regierungsvertreter
- Feuerwehren
- Verbraucherzentrale Bayern
- Stadt-/Gemeindewerke
- regionale Energieagenturen:  
[www.energieagenturen.bayern](http://www.energieagenturen.bayern)
- Energieversorger
- Betreiberinnen und Betreiber von Anlagen zur Nutzung erneuerbarer Energien (ggf. zu erfragen bei C.A.R.M.E.N. e. V., Tel. 09421/960-300)
- Umweltverbände
- Sport- und sonstige Vereine
- Betriebe vor Ort, insbesondere Handwerk, Handel und Dienstleistungen
- örtliche Handwerkskammern und Industrie- und Handelskammern
- Landwirtschaft, z. B. Demonstrationsbetriebe ökologischer Landbau:  
[www.oekolandbau.de/verbraucher/demonstrationsbetriebe/kontakt/adressen-der-de-mobetriebe](http://www.oekolandbau.de/verbraucher/demonstrationsbetriebe/kontakt/adressen-der-de-mobetriebe)
- regionale Tourismusverbände und -betriebe
- Musikschulen
  - Sing- und Musikschulen:  
[www.musikschulen-bayern.de/musikschulen/mitgliedsschulen](http://www.musikschulen-bayern.de/musikschulen/mitgliedsschulen)
  - Bundesverband der Freien Musikschulen e.V.:  
[www.freie-musikschulen.de](http://www.freie-musikschulen.de)
- Schulen und Kindertageseinrichtungen, z. B.
  - mit internationalen Kooperationen:  
[www.bayern-einewelt.de/index.php?fuseaction=partnerschaft.index&regionID=1](http://www.bayern-einewelt.de/index.php?fuseaction=partnerschaft.index&regionID=1)
  - ausgezeichnete internationale Agenda 21-Schulen:  
[www.lbv.de/lernen-erleben/schule/umweltschule.html](http://www.lbv.de/lernen-erleben/schule/umweltschule.html)
  - als „ÖkoKids“ ausgezeichnete Kitas:  
[www.lbv.de/lernen-erleben/fruehkindliche-bildung/oekokids.html](http://www.lbv.de/lernen-erleben/fruehkindliche-bildung/oekokids.html)
  - Berufsschulen, Technikerschulen
- Bildungseinrichtungen
  - Volkshochschule
  - Universität/Hochschule
  - außerschulische Bildungseinrichtungen, z. B. für Umweltbildung:  
[www.umweltbildung.bayern.de/qualitaetssiegel](http://www.umweltbildung.bayern.de/qualitaetssiegel)
- Jugendfreizeitangebote, z. B. über Stadt- oder Kreisjugendring:  
[www.bjr.de/ueber-uns/jugendringe.html](http://www.bjr.de/ueber-uns/jugendringe.html)
- engagierte Personen im Bereich Energiewende, z. B. zu finden über Praxisbeispiel-Meldungen im Energie-Atlas Bayern:  
[www.energieatlas.bayern.de/energieatlas/praxisbeispiele.html](http://www.energieatlas.bayern.de/energieatlas/praxisbeispiele.html)

- Künstlerinnen und Künstler: Musikgruppen, Artisten etc.: Internetrecherche mit Ortsname und Suchbegriff Künstlerin oder Band etc. oder in Portalen wie [www.sofaconcerts.org](http://www.sofaconcerts.org), [www.musikzentrale.com/bands](http://www.musikzentrale.com/bands) (Nürnberg), [www.musikszene-regensburg.de](http://www.musikszene-regensburg.de) (Regensburg)
- Repair Cafés z. B. über [www.repaircafe.org/de/besuchen](http://www.repaircafe.org/de/besuchen)
- Tauschringe, z. B. über [www.tauschringadressen.de](http://www.tauschringadressen.de)
- offene Werkstätten, z. B. über [www.anstiftung.de](http://www.anstiftung.de)

### 6.3 Beispiel Budgetplan<sup>12</sup>

Tab. 4: Grober Budgetplan einzelner Gewerke des Festivals nach Kommuniengröße

Öffentlichkeitsarbeit	Kommunengröße		
	klein	mittel	groß
Produktion Werbematerialien	500,00 €	600,00 €	750,00 €
Plakatkampagne	500,00 €	1.000,00 €	1.000,00 €
Flyerverteilung	200,00 €	300,00 €	500,00 €
Anzeigenschaltung	2.000,00 €	2.500,00 €	3.000,00 €
Terminhinweise Radio	500,00 €	800,00 €	1.000,00 €
Fotograf	1.000,00 €	1.000,00 €	1.000,00 €

Ausstattung Veranstaltungsort	Kommunengröße		
	klein	mittel	groß
Bühne inkl. Technik	1.000,00 €	1.500,00 €	2.000,00 €
Pavillons inkl. Auf-/Abbau	4.500,00 €	4.700,00 €	5.500,00 €
Kuppelzelt Workshops	1.000,00 €	1.000,00 €	1.000,00 €
Veranstaltungsdekoration (Enzis / Palettenmöbel / Pflanzen) inkl. Transport und Aufbau	1.500,00 €	1.500,00 €	1.500,00 €
Veranstaltungsinfrastruktur (Strom / Wasser / Abfall / Sanitäranlagen)	2.500,00 €	3.500,00 €	5.000,00 €
Sicherheitsdienst	800,00 €	1.000,00 €	2.000,00 €

Programm	Kommunengröße		
	klein	mittel	groß
Moderation inkl. Briefing	1.000,00 €	1.000,00 €	1.000,00 €
Buchung Bands inkl. Gema	1.200,00 €	1.800,00 €	2.500,00 €
Headphoneparty inkl. DJs	1.100,00 €	1.800,00 €	2.200,00 €
Zuschuss Akteure	2.000,00 €	2.000,00 €	2.000,00 €
mögliche Reisekosten	500,00 €	500,00 €	500,00 €

<sup>12)</sup> Hier sind nur ganz grobe Angaben möglich. Eine Garantie auf Richtigkeit wird nicht übernommen.

## 6.4 Beispiele für Print- und Werbematerialien

### 6.4.1 Poster/Plakat

Originalgröße: DIN A1 (84,1 cm x 59,4 cm)

**SYNERGIE**

Live-Musik  
Upcycling-Workshops  
Großer Bio-Marktbereich  
Kleidertauschparty  
Mitmach-Bauernhof  
Repair Café  
Fahrradwerkstatt  
und vieles mehr

ab 21 Uhr  
Headphone Party  
präsentiert von Radio Galaxy

Das **Aschaffener**  
Energiesparfestival

[www.synergie-festival.de](http://www.synergie-festival.de)

**22. Juli 2016, 14 – 24 Uhr**  
**Schlossplatz Aschaffenburg**

 **STADT ASCHAFFENBURG**  
 **LandschaftEnergie**  
 **ENERGIE INNOVATIV**  
 ENERGIE INNOVATIV – REGIONAL  
 FÖRDERUNG VON INNOVATIONEN  
 Bayerisches Landesamt für Umwelt   
 Gefördert durch  Bayerisches Staatsministerium für  
 Wirtschaft und Medien, Energie und Technologie  
 **NATIONALE KLIMASCHUTZ INITIATIVE**  
 **sommer**  
  
 Gefördert durch das Bundesministerium für Ernährung und Landwirtschaft aufgrund  
 eines Beschlusses des Deutschen Bundestags im Rahmen des Bundesprogramms  
 Ökologischer Landbau und andere Formen nachhaltiger Landwirtschaft (BÖLN)  
 **BioLand**  
 **RADIO GALAXY**  
 nur die beste neue musik  
 **FRIZZ**

### 6.4.2 Großes Banner

Originalgröße: 300 cm x 75 cm





### 6.4.3 Sprayschablone, Stempe



Abb. 59: Sprayschablone auf der Tafelwand - die Farben Schwarz und Gelb sind invers zum sonstigen Logo



Abb. 60: Stempel

## 6.5 Checkliste Veranstaltung

Die vorliegende Checkliste fasst alle Tipps und Handlungsempfehlungen für die Planung und Durchführung Ihres Energiesparfestivals zusammen. Hinter den Überschriften sind jeweils die Nummern des Leitfadenskapitels angegeben, auf das sich der nachfolgende Abschnitt bezieht.

<b>Festlegung des Projektleitungs-Teams (2.1)</b>	<b>65</b>
<b>Mitstreiter identifizieren und gewinnen (2.2)</b>	<b>65</b>
Wen brauchen Sie (2.2.1)	65
Planungstreffen (2.2.2)	67
Arbeitsgruppen (2.2.3)	67
<b>Organisation und Infrastruktur (2.3)</b>	<b>68</b>
Ortswahl (2.3.1)	68
Terminwahl (2.3.2)	68
Genehmigungen einholen und Auflagen klären (2.3.3)	69
Budgetplanung (2.3.4)	69
Equipment, Auf- und Abbau und Infrastruktur organisieren (2.3.5)	70
Sicherheitsplanung (2.3.6)	72
Alternativpläne – sich auf Herausforderungen am Festivaltag vorbereiten (2.3.7)	72
<b>Programmplanung (2.4)</b>	<b>73</b>
Bühnenprogramm (2.4.2)	73
Kraftwerk (2.4.3)	74
Transforum (2.4.4)	75
Energiewandler (2.4.5)	75
Ladestation (2.4.6)	76
<b>Öffentlichkeitsarbeit/PR (2.5)</b>	<b>76</b>
Eigene Printmaterialien (2.5.1)	76
Beiträge in Zeitung, Radio und TV (2.5.2)	77
Internetauftritt und -werbung (2.5.3)	78
In Erinnerung bleiben: Warum gute Fotos wichtig sind (2.5.4)	79
<b>Durchführung am Veranstaltungstag (2.6)</b>	<b>79</b>
<b>Nachbereitung und Abschluss der Veranstaltung (2.7)</b>	<b>79</b>

## Festlegung des Projektleitungs-Teams (2.1)

Aufgabe	Erläuterung	am Tag der Veranstaltung (2.6)	zuständig*
<b>Projektleitung etablieren</b>	<b>Aufgaben der Projektleitung sind:</b> <ul style="list-style-type: none"> <li>■ organisieren</li> <li>■ Unterstützer suchen</li> <li>■ verhandeln</li> <li>■ Verträge machen</li> <li>■ motivieren</li> <li>■ kontrollieren</li> <li>■ alles im Blick haben</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>■ persönliches Gespräch mit Mitwirkenden und Besuchern/innen suchen, um Vertrauen und gute Stimmung zu schaffen (nachfragen, wie es geht, ob noch etwas getan werden kann)</li> <li>■ ggf. Erkenntnisse für nächste Synergie-Veranstaltung gewinnen</li> </ul>	

## Mitstreiter identifizieren und gewinnen (2.2)

### Wen brauchen Sie (2.2.1)

Aufgabe	Erläuterung	am Tag der Veranstaltung (2.6)	zuständig*
<b>Mitstreiter identifizieren</b>	<b>Beispiele für Schlüsselfiguren, die als Akteure, Hintergrundhelfer oder Partner fungieren können, sind:</b> <ul style="list-style-type: none"> <li>■ Lokalpolitikerinnen und -politiker, insb. der Bürgermeister/die Bürgermeisterin</li> <li>■ Mitarbeiter in der Kommune (außerhalb der Projektleitung)</li> <li>■ lokale Unternehmen</li> <li>■ Energiegenossenschaften und -beratungen</li> <li>■ Umwelt- und Naturschutzverbände (z. B. Bund Naturschutz, LBV, Greenpeace)</li> <li>■ der Tourismusverband</li> <li>■ Vereine</li> <li>■ Schulen, Horts, Kindergärten und andere Bildungseinrichtungen</li> <li>■ Jugendverbände</li> <li>■ Kulturschaffende (beispielsweise Theater, Konzertveranstalter)</li> <li>■ die Presse</li> <li>■ Anwohnerinnen und Anwohner</li> <li>■ Eventfirma (für Auf- und Abbau der Bühne, Pavillons, Zelte)</li> <li>■ Stadtwerke, Abfallentsorger, örtlicher Bauhof (für Infrastrukturplanung (Strom, Wasser, Abfall))</li> <li>■ Ordnungsamt</li> <li>■ Feuerwehr, Bayerisches Rotes Kreuz</li> <li>■ Grafikfirma/Druckerei (für Plakate, Flyer etc.)</li> <li>■ lokale Medien (Zeitung, Radio, TV)</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>■ Mitwirkende begrüßen</li> <li>■ falls nötig einweisen</li> <li>■ mit Liste mit Ansprechpartnern versorgen, siehe Seite 4 unten „Liste Mitwirkende erstellen“</li> <li>■ Weiteres zum Umgang mit Akteuren siehe auch Abschnitt Programmplanung (2.4)</li> </ul>	

\* tragen Sie hier die von Ihnen benannte Person ein

Aufgabe	Erläuterung	am Tag der Veranstaltung (2.6)	zuständig*
	<p><b>Akteure</b> sind alle, die etwas auf dem Festival anbieten:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>■ Moderator</li> <li>■ Workshop-Leitungen für Kraftwerk</li> <li>■ Ausstellende für Transform</li> <li>■ geeignete Ziele für Energiewandler</li> <li>■ Musik, Speisen und Getränke für Ladestation</li> <li>■ Fotografin/Fotograf</li> <li>■ Fachreferenten (maßvoll einsetzen)</li> <li>■ ggf. DJs für Silent Disco</li> </ul> <p>Akteure sollten interessant, themenrelevant, kreativ, unterschiedlich (zu den anderen), wichtig und/oder innovativ sein. Weitere Hinweise zum Finden und zur Auswahl von Akteuren für Ihr Programm finden Sie im Abschnitt Programmplanung (2.4), im Anhang des Leitfadens und auf <a href="http://www.synergie-festival.de">www.synergie-festival.de</a> (Beispiele vergangener Veranstaltungen). Highlights bei den Akteuren zu gewinnen macht einen großen Teil des Erfolgs aus und kann bei geeigneter Bewerbung Besucher/-innen anziehen.</p> <p><b>Hintergrundhelfer</b> sind alle, die in irgendeiner sonstigen Weise mitwirken, wie z. B. beim Verteilen von Werbung oder beim Auf- und Abbau.</p> <p>Daneben besteht noch die Möglichkeit, sich <b>Partner</b> zu suchen, wie z. B. die lokalen Medien. Partner erscheinen z. B. mit ihrem Logo mit auf den Werbemedien und bieten im Gegenzug eine Leistung (vergünstigt) an.</p>		
<b>Verträge abschließen</b>	<p>Mit allen Akteuren und Partnern (z. B. Medien) sollte ein <b>Vertrag</b> abgeschlossen werden, in dem die beiderseitigen Verpflichtungen und sonstigen Bedingungen geklärt werden, auch der Ausfall des Festivals, insb. für Verkäufer) siehe beispielhafte Vorlage im Synergie-Paket bestellbar unter <a href="mailto:oeoenergie@lfu.bayern.de">oeoenergie@lfu.bayern.de</a></p>		
<b>Liste Mitwirkende erstellen (ergänzend)</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>■ zusammenstellen</li> <li>■ allen Beteiligten zukommen lassen</li> <li>■ laufend anpassen</li> <li>■ konkreten Ansprechpartner in der Projektleitung für jeden Mitwirkenden festlegen</li> </ul>	<p>Liste mit Kontaktdaten aller Mitwirkenden und Ansprechpartnern in der Projektleitung dabeihaben, an alle Mitwirkende verteilen (sinnvoll: Ansprechpartner auf die Rückseite von Namensschildern schreiben)</p>	

\* tragen Sie hier die von Ihnen benannte Person ein

## Planungstreffen (2.2.2)

Aufgabe	Erläuterung	am Tag der Veranstaltung (2.6)	zuständig*
<b>Einladung</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>■ Schlüsselakteure persönlich ansprechen und einladen (Telefon, Mail, Brief)</li> <li>■ öffentliche Einladung in Lokalpresse und anderen Ankündigungsorganen (Infotafel: Die Gemeinde informiert o. Ä.)</li> </ul>		
<b>Durchführung</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>■ positiven Anschub durch lokale Persönlichkeit, die sich zu Beginn für das Festival ausspricht</li> <li>■ Vorstellen der schon eingebundenen Personen, wenn möglich durch Bürgermeister/-in</li> <li>■ erklären, um was es geht (bei Synergie und beim Treffen)</li> <li>■ wesentliche Aufgaben vorstellen</li> <li>■ Abfrage von Hilfsbereitschaft: Einzelaufgaben, Sponsoring, Akteure</li> <li>■ Raum für Fragen geben</li> <li>■ konkrete Erwartungen auf beiden Seiten formulieren (lassen) und aufeinander eingehen</li> <li>■ akzeptieren, dass manche nur kleine Aufgaben übernehmen können/wollen</li> <li>■ Arbeitsgruppen gründen, die sich separat noch einmal treffen, um Details zu besprechen</li> <li>■ Leitung durch professionellen Moderator</li> </ul>		

## Arbeitsgruppen (2.2.3)

Aufgabe	Erläuterung	am Tag der Veranstaltung (2.6)	zuständig*
<b>Arbeitsgruppen durchführen</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>■ Detailplanung der Aufgaben (Helfer) und Inhalte (Akteure), siehe auch Abschnitt Programmplanung (2.4)</li> <li>■ weiterer Helfer finden</li> <li>■ Besprechung des benötigten Equipments und der benötigten Infrastruktur, siehe auch Abschnitt Equipment, Auf- und Abbau und Infrastruktur organisieren (2.3.5) weiter unten</li> <li>■ Terminabsprache (was muss bis wann etwas erledigt sein, Pufferzeiten, Alternativen, falls es nicht klappt oder eng wird)</li> </ul>		

\* tragen Sie hier die von Ihnen benannte Person ein

## Organisation und Infrastruktur (2.3)

### Ortswahl (2.3.1)

Aufgabe	Erläuterung	am Tag der Veranstaltung (2.6)	zuständig*
<b>den passenden Ort ermitteln</b>	<p><b>Anforderungskriterien:</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>■ Bekanntheit der Fläche</li> <li>■ Erreichbarkeit (zu Fuß, mit dem Rad, mit Kinderwagen, mit dem Rollstuhl, mit Rollatoren, mit ÖPNV, mit Auto (Parkgelegenheit), für Lieferwagen)</li> <li>■ Flächengröße (Richtwert: 2 m<sup>2</sup> pro geplantem Besucher)</li> <li>■ wettertauglich (hinsichtlich Bodenstruktur, Windexposition, Neigung)</li> <li>■ Infrastruktur vorhanden bzw. einzurichten (Zufahrtsmöglichkeiten, Rettungswege, Wasser, Abwasser, Toiletten, Strom, Abfall, WLAN (ggf. nicht nötig), Telefonnetz;           <ul style="list-style-type: none"> <li>➔ zu den Vorgaben: Ordnungsamt kontaktieren, siehe auch Abschnitt Equipment, Auf- und Abbau und Infrastruktur organisieren (2.3.5) weiter unten)</li> </ul> </li> <li>■ Kulisse geeignet (wichtig für Ambiente und Fotos)</li> </ul>		
<b>Vertrag mit Grundstückseigentümer</b>	<p>mit Eigentümer/Verwaltung des Grundstücks vereinbaren, wie Bedingungen sind:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>■ Aufbau und Abbau, Betriebszeit Festival</li> <li>■ Lautstärkeregelungen (zu Vorgaben Ordnungsamt kontaktieren)</li> <li>■ Infrastruktur: Wasser, Abwasser, Strom, Toiletten, Parkflächen (sind sie reservierbar, sind sie nur für Besucher/-innen oder nur für Akteure da?)</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>■ Verträge mitnehmen</li> <li>■ Übergabeprotokoll erstellen, eventuelle Schäden dokumentieren</li> </ul>	

### Terminwahl (2.3.2)

Aufgabe	Erläuterung	am Tag der Veranstaltung (2.6)	zuständig*
	<ul style="list-style-type: none"> <li>■ bewährter Veranstaltungstag: Samstag, außerhalb der Ferien und nicht an Brückentag-Wochenenden, in den Monaten Mai, Juni, Juli und September</li> <li>■ Überschneidung mit andere Veranstaltungen ausschließen</li> </ul>		

\* tragen Sie hier die von Ihnen benannte Person ein

### Genehmigungen einholen und Auflagen klären (2.3.3)

Aufgabe	Erläuterung	am Tag der Veranstaltung (2.6)	zuständig*
	<p>Bei Flächeneigentümer, Verwaltung (Ordnungsamt), Polizei, Feuerwehr, Gesundheitsamt, GEMA (siehe Leitfaden) erfragen, was an Genehmigungen nötig ist und welche Auflagen befolgt werden müssen.</p> <p>Gesetze, die bei Veranstaltungen greifen:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>■ Bürgerliches Gesetzbuch (BGB)</li> <li>■ Bayerisches Landesstraf- und Verordnungsgesetz (LStVG)</li> <li>■ Gaststättengesetz (GastG)</li> <li>■ Gewerbeordnung (GewO)</li> <li>■ Versammlungsstätten-Verordnung (VStättVO)</li> <li>■ Baugesetz (BauG)</li> <li>■ Bewachungsverordnung (BewachV)</li> <li>■ Straßenverkehrsordnung (StVO)</li> <li>■ Jugendschutzgesetz (JuSchG)</li> <li>■ Verwertungsgesellschaftengesetz (VGG)</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>■ Genehmigungen mitnehmen/ Auflagen beachten</li> </ul>	

### Budgetplanung (2.3.4)

Aufgabe	Erläuterung	am Tag der Veranstaltung (2.6)	zuständig*
<b>Budgetplan aufstellen und Kostencontrolling</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>■ Kosten und Einnahmen gegenüberstellen (Richtwerte siehe beispielhafter Budgetplan im Leitfaden)</li> <li>■ laufend/mindestens wöchentlich anpassen</li> <li>■ Größe/Ausgestaltung des Festivals richtet sich nach Budget: ggf. kleines Festival fürs erste Mal, nächstes Mal größer...</li> <li>■ Priorität: erst alles Notwendige, dann alles Interessante, zum Schluss der „Luxus“</li> <li>■ prüfen, ob für Akteure und Helfer Kosten für Anreise/Übernachtung übernommen werden können</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>■ auf kurzfristige Beschaffungen vorbereitet sein (Klebeband, Planen, Becher, mehr Getränke...)</li> <li>■ ggf. Bargeld bereithalten</li> </ul>	
<b>Einnahmequellen identifizieren</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>■ Stadt- bzw. Gemeinderat überzeugen, Budget bereitzustellen</li> <li>■ kostenlose Unterstützung suchen (Helfer/-innen, Ehrenamtliche, Vereine, Unternehmen, Medienpartner)</li> <li>■ Spender suchen</li> <li>■ Sponsoren suchen</li> <li>■ Kosten durch Verhandlungen oder Win-Win-Situationen verringern; dabei auf Fairness in beide Richtungen und auf rechtliche Vorgaben achten</li> <li>■ Standgebühren verlangen, angepasst an Leistungsfähigkeit des Akteurs und auf Interesse an der Beteiligung</li> </ul>		

\* tragen Sie hier die von Ihnen benannte Person ein

## Equipment, Auf- und Abbau und Infrastruktur organisieren (2.3.5)

Aufgabe	Erläuterung	am Tag der Veranstaltung (2.6)	zuständig*
<b>Equipment für Module, Bühne und Allgemeinfläche auswählen und organisieren</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>■ Kraftwerk: Kuppelzelt, Biertischgarnituren</li> <li>■ Transforum: weiße Pavillons, Biertischgarnituren</li> <li>■ Energiewandler: abklären, ob in Räumlichkeiten der Unternehmen etwas Zusätzliches benötigt wird (z. B. Sitzgelegenheiten)</li> <li>■ Ladestation: Sitzmöglichkeiten wie z. B. Palettenmöbel</li> <li>■ Bühne (in Größe variabel je nach Möglichkeit) mit Lautsprecheranlage inkl. Mikros, ggf. Silent-Disko-Hardware</li> <li>■ zusätzlichen Bedarf an Infrastruktur und Material mit allen Akteuren klären</li> <li>■ für Allgemeinfläche oder einzelne Akteure: Beleuchtung, Absperrungen, ggf. schwarze Wand zum Gestalten, Pflanzen/Deko, weitere Sitzgelegenheiten</li> <li>■ klären, ob Equipment in der Gemeinde zur Verfügung steht oder angemietet werden muss und entsprechend organisieren</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>■ kontrollieren, ob die Anlieferung vollständig ist</li> </ul>	
<b>Geländeplan erstellen</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>■ Plan der Stände, Bühne, Sitzgelegenheiten und sonstigen Einrichtungen erstellen; Bsp. siehe Leitfaden</li> <li>■ an alle Mitwirkenden übermitteln, bei Änderungen erneut zuschicken</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>■ Pläne mitnehmen und an alle Mitwirkenden verteilen</li> </ul>	
<b>Aufbau und Abbau organisieren</b>	<p><b>In jedem Fall detaillierten Zeit- und Ablaufplan inkl. Zuständigkeiten für Auf- und Abbau erstellen:</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>■ wer macht wann, was und wie, was benötigt man an Werkzeugen, Kabeln, Befestigungen etc.</li> <li>■ wie und wann kommen die Sachen vor Ort bzw. werden sie zurücktransportiert</li> <li>■ genug Zeit einplanen</li> <li>■ Helfer/-innen organisieren</li> </ul> <p>Es ist sinnvoll, sich professionelle Helfer zu holen! Sie sind vertraut mit dem Zeitbedarf, der körperlichen Arbeit und den technischen Herausforderungen, wie Kabel verlegen etc. Zu finden sind solche Profis z. B. über Firmen, die Zelte oder Bühnen verleihen.</p>	<ul style="list-style-type: none"> <li>■ Achtung: früh genug mit dem Aufbau anfangen z. T. bis zu 8 Stunden nötig um Zelte, Sitzgelegenheiten, Pflanzen, Deko etc. aufzubauen und zu arrangieren!</li> <li>■ sicherstellen, dass alle ihre Aufgaben kennen</li> </ul>	

\* tragen Sie hier die von Ihnen benannte Person ein



Aufgabe	Erläuterung	am Tag der Veranstaltung (2.6)	zuständig*
<b>Leitsystem, Parkplätze und Absperrungen organisieren</b>	<p><b>Anfahrt und Parken:</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>■ klären, ob die Adresse des Veranstaltungsortes in den einschlägigen Karten auffindbar ist (GoogleMaps, Navigationsgeräte)</li> <li>■ Parkplätze auffindig machen</li> <li>■ Möglichkeiten der Anfahrt und das Parken in den Flyern und auf der Webseite etc. erklären</li> <li>■ Anfahrt und Parkplätze ausschildern: Befestigungssystem überlegen, Hinweise erstellen, ausdrucken und wetterfest machen</li> </ul> <p><b>Besucherleitung (Fußgänger, auch zu den Außenstationen (Energiewandler)):</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>■ Banner, Plakate und Beschilderung vorbereiten</li> <li>■ ungewöhnlich und interessant wäre z. B. ein Wegeleitsystem mit Schablonen und Sprühkreide</li> <li>■ am besten alles mit Synergie-Layout und -farben gestalten (siehe Synergiepaket unter 1.1.3)</li> </ul> <p><b>Straßenabsperungen:</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>■ mit Hilfe der Feuerwehr und ggf. Polizei organisieren</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>■ Material mitnehmen (inkl. Werkzeuge, Kleber, Befestigungsmaterial, wie Schellen für Verkehrsschilderpfosten etc.)</li> <li>■ Anfahrt und Parkplätze ausschildern</li> <li>■ ggf. Parkplätze für Akteure reservieren</li> <li>■ Besucherleitung ausschildern</li> <li>■ Straßenabsperung vornehmen</li> </ul>	
<b>Wasser/ Abwasser organisieren</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>■ Ordnungsamt kontaktieren</li> <li>■ Klärung mit kommunalem Versorger/Entsorger: Verlegung von Leitungen mit Absperrhähnen, auch für Notfälle Absperrungen erklären lassen</li> <li>■ evtl. Wassermobil o. Ä. nutzen und vorschriftsmäßig anschließen lassen (Trinkwasser)</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>■ mit Verantwortlichen umsetzen</li> </ul>	
<b>Strom organisieren</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>■ in jedem Fall Fachleute einbinden,</li> <li>■ am besten auf kommunale Versorger/Entsorger übertragen: Bedarf (Ampere, Watt, Zahl und Ort der Steckdosen) bei Akteuren und Bühnentechnik erfragen</li> <li>■ Leitungen, Zähler und Sicherungen verlegen und prüfen lassen</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>■ mit Verantwortlichen umsetzen</li> </ul>	
<b>Geschirr und Abfall organisieren</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>■ zu den Vorgaben: Ordnungsamt kontaktieren!</li> <li>■ Ist Hilfe vom Bauhof o. A. möglich?</li> <li>■ Geschirr organisieren (mieten?), nach Möglichkeit Mehrweggeschirr, ansonsten Papp- statt Plastikbecher, -teller etc.</li> <li>■ Tonnen, Säcke besorgen</li> <li>■ Vorgehen planen (Anlieferung und Abholung Geschirr, Abfall)</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>■ Materialien (Geschirr, Säcke, Tonnen etc.) bereitstellen</li> <li>■ Materialien – wenn nötig – gegen Wind sichern</li> <li>■ alles Weitere mit Zulieferern besprechen</li> </ul>	
<b>Toiletten planen</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>■ zu den Vorgaben: Ordnungsamt kontaktieren!</li> <li>■ wenn möglich öffentliche Toilette nutzen, dann: Öffnungszeiten beachten, Wartung gewährleisten, evtl. freiwillige Helfer suchen, die sich um Toilettenpapier etc. kümmern</li> <li>■ alternativ mobile Toiletten mieten und die Wartung organisieren</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>■ prüfen, ob Toiletten bereit stehen</li> <li>■ Helfer einteilen</li> </ul>	

\* tragen Sie hier die von Ihnen benannte Person ein

## Sicherheitsplanung (2.3.6)

Aufgabe	Erläuterung	am Tag der Veranstaltung (2.6)	zuständig*
<b>Sicherheitskonzept erstellen und Krisenmanagement einrichten</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>■ Ablauf im Krisenfall (Unwetter, gesundheitliche Notfälle, Brand, Panik, Terror) planen</li> <li>■ Ordnungsamt einbinden</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>■ Unterlagen bereitlegen</li> <li>■ Helfer/-innen und Akteure informieren</li> <li>■ kurzes Briefing über Vorgehen</li> </ul>	
<b>auf Wetter vorbereiten</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>■ Regen- und Windschutz einplanen</li> <li>■ Gewichte für das Beschweren von Zelten einplanen</li> <li>■ Ausweichmöglichkeiten wie Sporthallen etc. einplanen</li> <li>■ sich laufend über die lokalen Wetteraussichten informieren, für Unwetterwarnungen ggf. App installieren (<a href="http://www.dwd.de/DE/service/dwd-apps/dwdapps_artikel.html">www.dwd.de/DE/service/dwd-apps/dwdapps_artikel.html</a>)</li> <li>■ rechtzeitig vor Beginn eines ungünstigen Wetterumschwungs die Veranstaltung umplanen</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>■ Wetteraussicht kontrollieren</li> <li>■ ggf. Kontakt zum Wetteramt aufnehmen</li> <li>■ ggf. Regen- und Windschutz aufbauen</li> <li>■ ggf. Zelte beschweren</li> <li>■ mit Projektleitung, ggf. Bürgermeister/-in, Feuerwehr über Abbruch etc. beraten</li> <li>■ ggf. zum Aufsuchen der Schutz- und Ausweichmöglichkeiten aufrufen</li> </ul>	
<b>auf Unfälle/ Krankheit vorbereiten</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>■ durch Einbinden der Feuerwehr und des BRK oder ähnlicher Organisationen professionelle Helfer vor Ort haben</li> <li>■ ggf. Ort für Behandlung festlegen</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>■ Helfer/-innen begrüßen</li> <li>■ briefen</li> <li>■ Sitzgelegenheiten zeigen</li> </ul>	
<b>Sicherheitsdienst organisieren</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>■ prüfen, ob Sicherheitsdienst erforderlich: bei kleineren Festivals kaum nötig, bei größeren v. a. an Freitagen und Samstagen evtl. doch, da hier auch Personen zu späterer Stunde aus Kneipen/Bars kommen könnten</li> <li>■ Sicherheitsdienst organisieren</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>■ briefen v. a. zu Gelände, Ansprechpartnern und Art des Umgangs mit Personen</li> </ul>	

## Alternativpläne – sich auf Herausforderungen am Festivaltag vorbereiten (2.3.7)

Wenn etwas nicht wie geplant läuft: **Ruhe bewahren**; außer Ihnen weiß erstmal niemand, dass die Alternativen so nicht geplant waren!!

Aufgabe	Erläuterung	am Tag der Veranstaltung (2.6)	zuständig*
<b>Umplanung bei Unwetter</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>■ siehe Abschnitt Sicherheit (2.3.6)</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>■ siehe Abschnitt Sicherheit (2.3.6)</li> </ul>	

\* tragen Sie hier die von Ihnen benannte Person ein

Aufgabe	Erläuterung	am Tag der Veranstaltung (2.6)	zuständig*
<b>Umplanung bei Programm-ausfall</b>	<p>Akteure erscheinen nicht oder sagen ab:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>■ Verträge prüfen</li> <li>■ kontaktieren, ggf. gemeinsam nach Alternativen suchen</li> <li>■ auch für kurzfristige Absagen im Vorfeld Alternativen prüfen (z. B. vorab mit Musikgruppen klären, ob sie bei Absagen Zusatztermine übernehmen könnten)</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>■ Kontaktliste mit Handynummern bereithalten</li> <li>■ Lücken so weit wie möglich füllen (Interviews mit Akteuren, Wiederholung oder zusätzliche Darbietung von Tanz-/Musikeinlagen etc.)</li> <li>■ wenn Programmpunkte ausfallen müssen (z. B. Workshops, Energiewandler): Publikum und ggf. Mitakteure informieren</li> </ul>	
<b>Agieren bei fehlendem Publikum)</b>	<p>Maßnahmen vorbereiten:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>■ mobile Einsatzgruppe</li> <li>■ Veranstaltungsflyer bereitlegen</li> <li>■ Radiokontakte parat haben</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>■ mobile Einsatzgruppe dorthin schicken, wo viele Menschen unterwegs sind (Einkaufszentren, Fußgängerzonen) um Werbung zu machen, jedoch nicht zu aufdringlich werden</li> <li>■ ggf. (nochmal) Radioaufruf platzieren</li> </ul>	

## Programmplanung (2.4)

### Bühnenprogramm (2.4.2)

Aufgabe	Erläuterung	am Tag der Veranstaltung (2.6)	zuständig*
<b>Moderator auswählen</b>	<p>Die Moderation hält die Veranstaltung zusammen, er/sie ist das Erscheinungsbild der Veranstaltung in der Öffentlichkeit.</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>■ Auswahl: <ul style="list-style-type: none"> <li>□ Person, die zum Zielpublikum passt</li> <li>□ möglichst offen für Thema wegen Glaubwürdigkeit</li> <li>□ möglichst aus der Region (Mundart)</li> </ul> </li> <li>■ ausführliches Briefing vorab zu Sinn und Zweck der Veranstaltung, Philosophie dahinter, Programm und Modulen ; sobald Detailplanung feststeht: über wichtige Zeitpunkte und Organisatorisches (Start Aufbau, Parkplatz etc.) informieren</li> <li>■ Erwartungen gemeinsam festlegen</li> <li>■ offen sein für Erfahrungen und Vorschläge der Moderation zur Programmgestaltung, zu Diskussionsrunden, Interviews etc.</li> <li>■ Moderator/-in und Gesprächspartner vor Auftritt bekannt machen und kurz miteinander abstimmen</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>■ Moderator begrüßen, alles zeigen</li> <li>■ Akteure vorstellen</li> <li>■ Programm inkl. Uhrzeiten nochmal besprechen</li> <li>■ Pausen und Wechsel klären</li> <li>■ unvorhergesehene Fälle besprechen</li> </ul>	

\* tragen Sie hier die von Ihnen benannte Person ein

Aufgabe	Erläuterung	am Tag der Veranstaltung (2.6)	zuständig*
<b>Bühnenprogramm gestalten</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>■ Mischung aus Musik , Vorträgen und anderen Präsentationsformen (Theater, Slams etc.)</li> <li>■ Musik: Auswahl an Bands passend zu Zielgruppe(n), auf Abwechslung achten (verschiedene Stile)</li> <li>■ Silent Disko (falls vorgesehen): Auswahl der Musikstile, die „konkurrieren“ (falls nicht bereits über DJs festgelegt)</li> <li>■ alle Akteure müssen über wichtige Zeitpunkte und Organisatorisches (Programmpunkte, Parkplatz etc.) vorab informiert werden</li> <li>■ Bedarf an Infrastruktur und Material mit allen Akteuren klären, siehe auch Abschnitt Equipment, Auf- und Abbau und Infrastruktur organisieren (2.3.5)</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>■ Auftretende begrüßen</li> <li>■ Ansprechpartner mitteilen</li> <li>■ Programm mit Uhrzeiten überreichen</li> <li>■ klären, ob Vortagende stehen oder sitzen möchten</li> <li>■ klären, ob Vortragende Handmikro oder Headset nutzen möchten, testen</li> <li>■ Moderator soll immer wieder auf Angebote (Module, insb. auch die abgelegenen Energiewandler) verweisen</li> </ul>	

### Kraftwerk (2.4.3)

Aufgabe	Erläuterung	am Tag der Veranstaltung (2.6)	zuständig*
<b>Kraftwerk planen</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>■ Mitmachangebote rund ums Energie- und Ressourcensparen; Möglichkeiten sind: Repair-Cafés, Schnibbelparty, Kleidertauschparty, Bücherbasar, Upcycling, Mitmach-Bauernhof und Urban Gardening</li> <li>■ Workshop-Leitungen lassen sich z. B. hier ausfindig machen: Jugendzentrum, Schule/Volkshochschule, Sportvereine, Umwelt- und Naturschutzvereine, lokale Künstler/Kunsthändler, <a href="http://www.anstiftung.de">www.anstiftung.de</a>, <a href="http://www.repaircafe.org/de">www.repaircafe.org/de</a></li> <li>■ wichtig: für Aktionen wie Bücherbasar, Kleidertauschparty, Repair-Café und Upcycling bei der Öffentlichkeitsarbeit (Flyer, Plakate, Webseite) darauf hinweisen, was Leute mitbringen sollen</li> <li>■ alle Akteure müssen über wichtige Zeitpunkte und Organisatorisches (Start Aufbau, Parkplatz etc.) vorab informiert werden</li> <li>■ Bedarf an Infrastruktur und Material mit allen Akteuren klären, siehe auch Equipment, Auf- und Abbau und Infrastruktur organisieren (2.3.5)</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>■ Akteure begrüßen</li> <li>■ einweisen</li> </ul>	

\* tragen Sie hier die von Ihnen benannte Person ein

## Transforum (2.4.4)

Aufgabe	Erläuterung	am Tag der Veranstaltung (2.6)	zuständig*
<b>Transforum planen</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>■ Mikromesse auf dem Festivalgelände, in der lokale Initiativen und Unternehmen zeigen, wie unkompliziert und kreativ Energiesparen funktionieren kann (Energiesparen hängt auch mit Konsum, Ernährung, Verpackungsvermeidung, Mobilität, Umweltschutz, Naturschutz, Ressourcenschutz und vielen weiteren Themen zusammen)</li> <li>■ Auswahlkriterien: <ul style="list-style-type: none"> <li>□ infrage kommen z. B. Unternehmen und Organisationen aus folgenden Bereichen: Mode, Umwelt, Gesundheit, produzierende Wirtschaft, Handwerk und Dienstleistung, Ernährung, Kreativbranche, Sport und Tourismus, Verkehr, Landwirtschaft, Energieversorgung</li> <li>□ Bezug zum Thema im weiteren Sinn</li> <li>□ Regionalität</li> <li>□ innovative und nachhaltige Unternehmensvision</li> <li>□ Besonderheit des Angebots</li> </ul> </li> <li>■ alle Akteure müssen über wichtige Zeitpunkte und Organisatorisches (Start Aufbau, Parkplatz etc.) vorab informiert werden</li> <li>■ Bedarf an Infrastruktur und Materialbedarf für alle Akteure klären, siehe auch Equipment, Auf- und Abbau und Infrastruktur organisieren (2.3.5)</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>■ Akteure begrüßen</li> <li>■ einweisen</li> </ul>	

## Energiewandler (2.4.5)

Aufgabe	Erläuterung	am Tag der Veranstaltung (2.6)	zuständig*
<b>Energiewandler planen</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>■ Akteure, die sich in ihren eignen Räumlichkeiten präsentieren (Vorträge, Führungen, Workshops, Verkauf,...)</li> <li>■ infrage kommen Unternehmen und Organisationen wie beim Transforum</li> <li>■ wichtig: Beschilderung vom Festivalgelände aus, Erreichbarkeit sichern (zu Fuß, mit Kinderwagen, Rollstühlen, ggf. Transportmittel wie Rikschas etc. als Shuttle anbieten)</li> <li>■ Bedarf an Infrastruktur und Material mit allen Akteuren klären, siehe auch Equipment, Auf- und Abbau und Infrastruktur organisieren (2.3.5)</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>■ Beschilderung überprüfen</li> <li>■ immer wieder beim Bühnenprogramm bewerben</li> <li>■ ggf. Begleitung der Besucher zu den Energiewandlern anbieten</li> </ul>	

\* tragen Sie hier die von Ihnen benannte Person ein

## Ladestation (2.4.6)

Aufgabe	Erläuterung	am Tag der Veranstaltung (2.6)	zuständig*
<b>Allgemeines</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>■ Gastronomen möglichst als Sponsoringpartner auswählen: das senkt Kosten</li> <li>■ Verkaufspreise durch angemessene Standgebühren und Verträge moderat halten</li> <li>■ Umgang mit alkoholischen Getränken vereinbaren (z. B. keine hochprozentigen Getränke zulassen); Jugendschutz beachten</li> <li>■ Geschirr planen (Einweg/Mehrweg) und Einsammlung/Reinigung klären</li> <li>■ ggf. Testessen vereinbaren</li> <li>■ die ausgewählten Gastronomen müssen über wichtige Zeitpunkte (Start Aufbau, Parkplatz etc.) vorab informiert werden</li> <li>■ Gastronomen sollten Flyer in ihren Räumlichkeiten zur Bewerbung auslegen</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>■ Akteure begrüßen, einweisen, z. B. wie mit Abfall, Strom und Wasser/Abwasser umgegangen wird</li> <li>■ ggf. Umgang mit betrunkenen Personen (auch dazugekommenen) besprechen</li> <li>■ prüfen, ob Abfall/Geschirr regelmäßig eingesammelt wird</li> </ul>	
<b>Speisen- und Getränkeangebot planen</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>■ zu den Vorschriften: Ordnungsamt kontaktieren</li> <li>■ Angebote inhaltlich zum Thema passend festlegen (Energiesparen/Klimaschutz/Nachhaltigkeit), z. B. Mindestangebot an vegetarischen, veganen und regionalen Angeboten, viel Frisches</li> <li>➔ Veranstaltung sollte sich auch bei den Speisen abheben!</li> <li>■ auf attraktive Präsentation Wert legen</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>■ Speisen- und Getränkeangebot begutachten</li> </ul>	
<b>Wassermobil planen</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>■ Aufstellen und Installation/Anschluss an Wasser- und Abwasser planen</li> <li>■ gesundheitliche Aspekte bei Anbieter erfragen</li> <li>■ Betreuung planen</li> <li>■ Geschirr und Reinigung organisieren</li> <li>■ Wenden Sie sich an Ihr zuständiges Wasserwirtschaftsamt oder den Wasser-Info-Team Bayern e. V. Anmietung Wassermobil: <a href="http://www.wwa-n.bayern.de/wasser_erleben/wassermobil">www.wwa-n.bayern.de/wasser_erleben/wassermobil</a> Wasser-Info-Team Bayern: <a href="http://www.wasser-bayern.de">www.wasser-bayern.de</a></li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>■ frühzeitig anschließen (das dauert ein bisschen)</li> <li>■ Betreuer/-innen briefen</li> <li>■ Geschirr und Abwaschmöglichkeit bereitstellen</li> </ul>	

## Öffentlichkeitsarbeit/PR (2.5)

➔ Vorlage aus Synergie-Paket nehmen und nach Bedarf anpassen (bestellbar unter: [oekoenergie@lfu.bayern.de](mailto:oekoenergie@lfu.bayern.de))

### Eigene Printmaterialien (2.5.1)

Aufgabe	Erläuterung	am Tag der Veranstaltung (2.6)	zuständig*
<b>Banner planen</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>■ Möglichkeiten für Platzierung prüfen (z.B. Bauzäune) und Genehmigung einholen</li> <li>■ ggf. die bereits bestehenden Kunststoffplanen mit Synergie-Design nutzen oder selbst herstellen</li> <li>■ möglichst frühzeitig aufhängen</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>■ Banner am Veranstaltungsort aufhängen und am Ende wieder einsammeln</li> </ul>	

\* tragen Sie hier die von Ihnen benannte Person ein

Aufgabe	Erläuterung	am Tag der Veranstaltung (2.6)	zuständig*
<b>Plakate und Faltblätter (Flyer) planen</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>■ Flyer aus Vorlage mit Programm füllen, drucken</li> <li>■ Plakate aus Vorlage anpassen</li> <li>■ Programmplakate vorsehen, wenn das Programm rechtzeitig fertig ist; falls nicht: Tafeln oder Blanko-Plakate zum händischen Beschriften bereit halten</li> <li>■ an geeigneten Stellen verteilen/aufhängen (ggf. Genehmigung bei Ordnungsamt einholen): Kneipen, Restaurants, Hotels, Theater, öffentliche Werbeflächen (meist kostenpflichtig), Schwimmbäder, Schulen, Unis, Verbände, Kammern, IHK, HWK, Kigas, Seniorenheime, Geschäfte, Genossenschaften, Behörden, Sparkassen/Banken...</li> <li>■ wichtig: für Aktionen wie Bücherbasar, Kleidertauschparty, Repair-Café und Upcycling auf Flyern und Plakaten darauf hinweisen, was Leute mitbringen sollen</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>■ genügend gedruckte Flyer mit dem Programm am Veranstaltungsort verteilen</li> <li>■ Programmplakate aufhängen oder händisch Plakate ausfüllen und aufhängen</li> <li>■ Flyer bereithalten, ggf. noch in den umliegenden Geschäften, Hotels, Gaststätten und Geschäften verteilen, helfen können hier auch Schülerinnen und Schüler</li> </ul>	

## Beiträge in Zeitung, Radio und TV (2.5.2)

Aufgabe	Erläuterung	am Tag der Veranstaltung (2.6)	zuständig*
<b>Pressearbeit</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>■ Presseverteiler erstellen, wenn möglich auch den von anderen Abteilungen, Organisationen, Akteuren nutzen</li> <li>■ Pressemitteilungen, Pressegespräche oder -konferenzen, Radiobeiträge, Zeitungsartikel, etc. müssen kontinuierlich erfolgen, siehe beispielhafter Zeitplan in Kapitel 6.1 des Leitfadens</li> <li>■ möglichst auf redaktionelle Beiträge der Medien (Zeitung, Radio, TV) setzen</li> <li>■ Pressemitteilungen zur Ankündigung des Festivals am besten mit Bildern an Presseverteiler und bekannte Pressekontakte schicken; möglichst prominente Stellungnahmen einholen (Bürgermeister/-in etc.)</li> <li>■ ein, max. zwei Ansprechpartner sollten der Presse mit ihren Kontaktdaten inkl. Handynummer bekannt sein</li> <li>■ Interviews für die Vorankündigung und für den Veranstaltungstag selbst vorbereiten: <ul style="list-style-type: none"> <li>→ Redetexte/Stichpunkte schreiben für Radio, TV und Zeitung</li> <li>→ klären: Wer soll/will was sagen?</li> <li>→ ggf. Stichpunkte für Bürgermeister/in zusammenstellen</li> <li>→ besonders geeignete Highlights und Akteure identifizieren und vorschlagen</li> <li>→ Akteure auf Interviews vorbereiten, sie sollen ggf. jemanden benennen, der dafür bereit steht</li> </ul> </li> <li>■ Presserundgänge vorbereiten (insbesondere, wenn prominenter Gast, Politiker/-in etc. angekündigt ist)</li> <li>■ Pressemitteilung für Veranstaltungstag vorbereiten</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>■ ggf. noch kurzfristig Radio-beiträge platzieren (z. B. am Morgen des Veranstaltungstages)</li> <li>■ Namen der Pressevertreter kennen/bereithalten</li> <li>■ ggf. Presse nochmal einladen</li> <li>■ Infos zur Veranstaltung bereit halten</li> <li>■ Kontaktpersonen/Interviewpartner ggf. nochmal briefen</li> <li>■ Redetexte und Infos in Stichpunkten parat haben</li> <li>■ Beiträge/Interviewpartner vorschlagen</li> <li>■ Pressemitteilung zum Veranstaltungstag versenden</li> </ul>	

\* tragen Sie hier die von Ihnen benannte Person ein

Aufgabe	Erläuterung	am Tag der Veranstaltung (2.6)	zuständig*
<b>ggf. Medienpartnerschaften suchen und vereinbaren</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>■ ggf. Partnerschaften eingehen um Geld zu sparen</li> <li>■ gegenseitige Leistungen in Vertrag regeln</li> <li>■ Berichterstattung im Vorfeld und am Ereignistag regeln</li> <li>■ in Bühnenshow einbinden</li> <li>■ Exklusiv-Rechte überlegen: Live-Interview, Gewinnspiel etc.</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>■ Vertrag bereit halten</li> <li>■ begrüßen</li> <li>■ betreuen</li> </ul>	

### Internetauftritt und -werbung (2.5.3)

Aufgabe	Erläuterung	am Tag der Veranstaltung (2.6)	zuständig*
<b>Webseite gestalten und betreuen</b>	<p>Webseite „<a href="http://www.synergie-festival.de">www.synergie-festival.de</a>“</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>■ Zuständigen ansprechen (LfU oder dessen Auftragnehmer)</li> <li>■ regelmäßig neue Infos melden</li> <li>■ wichtig: für Aktionen wie Bücherbasar, Kleidertauschparty, Repair-Café und Upcycling auf der Webseite darauf hinweisen, was Leute mitbringen sollen</li> </ul> <p>Internetseite der Kommune:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>■ Unterseite erstellen</li> <li>■ Informationen einstellen und regelmäßig aktualisieren</li> <li>■ Hinweise und Verlinkung auf geeigneten Seiten (Startseite, Veranstaltungsseite etc.)</li> </ul> <p>weitere befreundete Webseiten, z. B. auch touristische ansprechen:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>■ Beitrag anbieten</li> <li>■ wenn möglich Synergie-Logo, -Farben und Fotos nutzen</li> </ul> <p>Nutzung der vergangenen Veranstaltungen unter Angabe des Fotografen erlaubt (<a href="http://www.synergie-festival.de">www.synergie-festival.de</a> – rechte Maustaste auf gewünschtes Foto und „Grafik speichern unter...“)</p>	<ul style="list-style-type: none"> <li>■ Seiten auf Aktualität prüfen</li> <li>■ ggf. gleich erste Bilder einfügen</li> </ul>	
<b>Facebook gestalten und betreuen</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>■ eigene Facebook-Seite einrichten</li> <li>■ mit bestehender Seite <a href="http://www.facebook.com/synergie-festival">www.facebook.com/synergie-festival</a> verlinken</li> <li>■ Nutzung der Fotos vergangener Veranstaltungen unter Angabe des Fotografen erlaubt (<a href="http://www.synergie-festival.de">www.synergie-festival.de</a> – rechte Maustaste auf gewünschtes Foto und „Grafik speichern unter...“)</li> <li>■ regelmäßig Beiträge erstellen (Vorbereitungen, Planungen, neu gewonnene Akteure etc.), andere Beiträge kommentieren und liken</li> <li>■ Netzwerkpartner auf Seite und zu Kommentaren einladen</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>■ aktuellen Hinweis einstellen, dass heute Tag der Veranstaltung ist</li> <li>■ ggf. erste Bilder einstellen, Beiträge kommentieren, Kommentare aus dem Publikum einstellen</li> </ul>	

\* tragen Sie hier die von Ihnen benannte Person ein



## In Erinnerung bleiben: Warum gute Fotos wichtig sind (2.5.4)

Aufgabe	Erläuterung	am Tag der Veranstaltung (2.6)	zuständig*
<b>Fotograf auswählen, briefen und begleiten</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>■ Auswahl passender Fotografen über Referenzfotos und Erfahrung mit ähnlichen Veranstaltungen</li> <li>■ Briefing des Fotografen:               <ul style="list-style-type: none"> <li>■ worauf zielt Veranstaltung ab                   <ul style="list-style-type: none"> <li>□ Programmpunkte mit Uhrzeiten erklären (Eröffnung, Workshops etc.)</li> <li>□ Geländeplan (siehe 2.3.5) und Angaben zu Akteuren schicken</li> <li>□ Erwartungen nochmal klären: welche Aktionen sollen auf alle Fälle festgehalten werden?</li> <li>□ Umfang festlegen: nur Fotos, auch Film(e)?</li> <li>□ Kontaktdaten für 5 Highlight-Fotos bestimmen, die sofort nach der Veranstaltung geschickt werden</li> <li>□ Kontaktdaten für weitere Fotos benennen</li> </ul> </li> </ul> </li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>■ begrüßen</li> <li>■ zu Gelände und nochmal zu Aufgabe briefen</li> <li>■ an Highlightfotos erinnern</li> </ul>	

## Durchführung am Veranstaltungstag (2.6)

siehe Spalte 3 in allen Tabellen der vorliegenden Checkliste

## Nachbereitung und Abschluss der Veranstaltung (2.7)

Aufgabe	Erläuterung	am Tag der Veranstaltung (2.6)	zuständig*
<b>Abschluss Öffentlichkeitsarbeit</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>■ Pressemittlung mit Fotos versenden</li> <li>■ Webseiten mit Fotos und Nachbericht versehen</li> </ul>		
<b>Abschluss mit allen Beteiligten</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>■ Danke-Nachricht an alle Mitwirkenden</li> <li>■ Nachtreffen mit allen Mitwirkenden (z. B. gemeinsames Essen als Dank, Sammeln von Feedback)</li> </ul>		
<b>Rechnungen</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>■ einholen</li> <li>■ begleichen</li> </ul>		

\* tragen Sie hier die von Ihnen benannte Person ein

## 6.6 Vertragsvorlage

# Vertrag

zwischen

### **Veranstalter Kommune xy**

Straße xy

Stadt xy

vertreten durch xy

- nachstehend Veranstalter genannt –

und

### **Partner xy**

Straße xy

Stadt xy

vertreten durch xy

- nachstehend Partner genannt –

## **§ 1 Vertragsgegenstand**

(1) Vertragsgegenstand ist die Präsentation von  
*[Beschreibung des Angebots, ggf. mehr Platz für Beschreibung einfügen]*

auf dem Energiesparfestival in \_\_\_\_\_ *[Ort]* am \_\_\_\_\_ *[Datum]*. Die Präsentation wird vom Partner geplant und durchgeführt.

(2) Der Partner ist berechtigt, sich im Rahmen des Festivals an dem genannten Veranstaltungstag zu präsentieren.

(3) Der Partner beachtet hierbei, dass es sich um „Werbung im öffentlichen Raum“ handelt, welche gesondert geregelt ist.

## **§ 2 Nutzungszeit der Präsentation**

(1) Die Nutzung der Fläche ist nur während der Veranstaltung zugelassen.

- (2) Die Veranstaltungszeiten sind am Veranstaltungstag zwischen \_\_\_\_\_ Uhr und \_\_\_\_\_ Uhr.
- (3) Der Aufbau hat am Veranstaltungstag zwischen \_\_\_\_\_ Uhr und \_\_\_\_\_ Uhr zu erfolgen. Der Abbau der Aufbauten kann mit Veranstaltungsende um \_\_\_\_\_ Uhr beginnen und muss um \_\_\_\_\_ Uhr abgeschlossen sein. Die Einfahrt auf das Veranstaltungsgelände ist erst nach der behördlichen Freigabe gestattet.

### § 3 Leistungen des Veranstalters

Der Veranstalter stellt dem Partner folgende Leistungen zur Verfügung:

- (1) Der Partner erhält \_\_\_\_\_ qm Präsentationsfläche an einem, vom Veranstalter zugewiesenen Standplatz.
- (2) Der Partner erhält das Recht eines individuellen Brandings der Promotionfläche.
- (3) Der Partner erhält auf Wunsch einen kostenpflichtigen Strom- und Wasseranschluss. Die Kosten berechnen sich nach dem Verbrauch / pauschal *[eines davon auswählen]*.

### § 4 Leistungen des Partners

- (1) Notwendige Aufbauten und deren Unterhalt übernimmt alleine der Partner. Dieser trägt auch die hierdurch anfallenden Kosten.
- (2) Der Betrieb der Stände ist zuvor mit dem Veranstalter abzustimmen. Er darf den Ablauf und den Charakter der Veranstaltung nicht beeinträchtigen. Beschallungen über Lautsprecher sind nur nach Absprache erlaubt.
- (3) Der Partner ist für das ordnungsgemäße Aufstellen und die Unterhaltung der Stände verantwortlich. Stromkabel sind mit Matten abzudecken (Stolpergefahr).
- (4) Produziert der Partner Werbematerial für die Veranstaltung, so wird er die Veranstaltung in diesen Werbemitteln wie folgt bezeichnen: „\_\_\_\_\_“.
- (6) Der Partner zahlt den unter §5 festgelegten Teilnahmebetrag.

### § 5 Teilnahmebetrag des Partners

- (1) Der zu zahlende Betrag für die unter § 3 genannten Leistungen beläuft sich auf \_\_\_\_\_ Euro (in Worten \_\_\_\_\_) zzgl. 19 % Mehrwertsteuer. Es gelten die unter Absatz (2) genannten Zahlungsbedingungen.
- (2) Der Betrag wird dem Partner vom Veranstalter unmittelbar nach Unterschrift des Vertrages in Rechnung gestellt. Beanstandungen sind unverzüglich nach Empfang der Rechnung schriftlich geltend zu machen. Spätere Einwendungen werden nicht mehr anerkannt. Werden Rechnungen auf Weisung des Partners an einen Dritten gesandt, so bleibt der Partner gleichwohl Schuldner. Die Rechnungen sind nach Erhalt innerhalb von zwei Wochen zu begleichen.

Die Rechnungsadresse lautet:

Partner xy  
Straße xy  
Stadt xy

Einzahlungen an den Veranstalter bitte unter Angabe der Rechnungsnummer erbeten an:  
Veranstalter Kommune xy  
Bankdaten xy

(3) Nimmt ein Partner, entgegen seiner Zusage, nicht teil oder verspätet er sich um mehr als \_\_\_\_\_, so fällt eine Ausgleichszahlung in Höhe von \_\_\_\_\_ Euro zusätzlich zum Teilnahmebetrag und zu den organisatorischen Kosten (wie Wasseranschluss etc.) an.

#### **§ 6 Ausschließlichkeit der Präsentation des Partners auf dem Energiesparfestival „Synergie“**

(1) Das Recht, sich auf dem Energiesparfestival „Synergie“ in dem vereinbarten Rahmen zu präsentieren, steht nur dem Partner zu. Der Partner darf ohne Zustimmung des Veranstalters dieses Recht nicht auf andere übertragen.

(2) Dem Partner ist bekannt, dass sich auf dem Energiesparfestival „Synergie“ weitere Partner präsentieren.

#### **§ 7 Abbau der Präsentationsflächen**

(1) Der Abbau der Präsentationsflächen darf im Regelfall nicht vor Ende des Festivals erfolgen. Ausnahmen bestimmt die Organisationsleitung des Veranstalters.

(2) Nach Ablauf der Nutzungszeit hat der Partner die Standplätze in den ursprünglichen, vor Veranstaltungsbeginn bestehenden, Zustand zu versetzen.

(3) Von dem Partner oder dessen Erfüllungsgehilfen vorsätzlich oder fahrlässig verursachte Beschädigungen (insbesondere Flurschäden) sind zu beseitigen.

#### **§ 8 Zusätzliche Leistungen**

Zusätzliche Leistungen, die nicht unter § 3 und § 4 aufgeführt sind, werden gesondert geregelt und abgerechnet.

Zusätzliche Leistungen des Partners (inkl. Angabe der zu zahlenden Preise) sind:

Zusätzliche Leistungen des Veranstalters sind:

## § 9 Veranstaltungsausfall

- (1) Dem Vertragspartner ist bewusst, dass die Veranstaltung wegen höherer Gewalt (z.B. Hagel, Sturm, Gewitter) ausfallen oder vorzeitig abgebrochen werden kann. Die Entscheidung dazu trifft ausschließlich der Veranstalter bzw. dessen verantwortlicher Organisator.
- (2) Der Veranstalter hat den Partner in diesem Fall unverzüglich zu informieren.
- (3) Im Falle einer Absage vor Veranstaltungsbeginn werden dem Partner 50% [ggf. anderen Wert eintragen oder streichen] des Teilnahmebetrags, also \_\_\_\_\_ Euro (in Worten \_\_\_\_\_), zurückerstattet. Ein darüber hinausgehender Schadensersatzanspruch besteht nicht.
- (4) Eine begonnene Veranstaltung gilt als durchgeführt, auch wenn sie in ihrem Verlauf unterbrochen oder abgebrochen werden muss. Eine (Teil-) Rückerstattung der Teilnahmegebühr erfolgt in diesem Fall nicht.

## § 10 Haftung

- (1) Der Veranstalter übernimmt keine Haftung für Mitarbeiter und Teilnehmer der Einzelveranstaltung des Partners.
- (2) Für eine geeignete Versicherung des Standes ist der Partner verantwortlich.
- (3) Für Schäden, die durch unsachgemäße Präsentation der Waren oder der Aktionen entstehen wie auch für Diebstahl und Beschädigung der Waren sowie für Personenschäden auf den Präsentationsflächen, ist der Partner verantwortlich. Dies gilt auch für Schäden, die durch herumfliegende oder fallende Gegenstände verursacht werden.
- (4) Der Partner darf nur VDE-zugelassene Elektrogeräte und Kabel verwenden. Alle elektrischen Konstruktionen und Verkabelungen müssen den Sicherheitsstandards entsprechen und ggf. von Fachpersonen abgenommen sein. Für Schäden haftet der Partner. Entsprechendes gilt für Schäden, die aus fehlerhafter Nutzung der Wasserversorgung bzw. -entsorgung entstehen.

## § 11 Vertragszeitraum

Der Vertragszeitraum beginnt mit der Unterzeichnung dieses Vertrages und endet am \_\_\_\_\_.20\_\_\_\_\_.

## § 12 Schriftform

Dieser Vertrag regelt den Vertragsgegenstand abschließend. Mündliche Nebenabreden zu diesem Vertrag bestehen nicht. Änderungen und Ergänzungen zu diesem Vertrag bedürfen der Schriftform.

## § 13 Compliance

Die Parteien verpflichten sich, keine Handlungen zu begehen oder Handlungen zu unterlassen, die zu einer Strafbarkeit wegen Betrugs oder Untreue, Insolvenzstraftaten, Straftaten gegen den Wettbewerb, Vorteilsgewährung, Vorteilsannahme, Bestechung, Bestechlichkeit oder vergleichbaren Delikten von den bei ihnen beschäftigten Personen oder sonstigen Dritten führen kann. Bei Verstoß steht den Parteien ein fristloses Rücktritts- bzw. Kündigungsrecht zu.

### § 14 Salvatorische Klausel

Sollten einzelne Bestimmungen dieses Vertrages ganz oder teilweise unwirksam oder undurchführbar sein, so berührt das die Wirksamkeit des Vertrages im Übrigen nicht. Die Vertragsparteien verpflichten sich für diesen Fall, die unwirksame oder undurchführbare Bestimmung durch eine wirksame oder durchführbare Regelung zu ersetzen, die dem wirtschaftlich gewollten Zweck der ganz oder teilweise unwirksamen oder undurchführbaren Regelung im Rahmen des Gesamtvertrages am nächsten kommt. Entsprechendes gilt für etwaige Lücken im Vertrag.

### § 15 Anwendbares Recht, Erfüllungsort, Gerichtsstand

- (1) Dieser Vertrag unterliegt hinsichtlich seines Zustandekommens und in allen seinen Wirkungen ausschließlich dem Recht der Bundesrepublik Deutschland.
- (2) Erfüllungsort für alle sich aus oder im Zusammenhang mit diesem Vertrag ergebenden Verpflichtungen ist \_\_\_\_\_.
- (3) Gerichtsstand für alle sich aus oder im Zusammenhang mit diesem Vertrag ergebenden Streitigkeiten ist ausschließlich \_\_\_\_\_.

Ort, Datum

Ort, Datum

\_\_\_\_\_  
Unterschrift Veranstalter Kommune xy

\_\_\_\_\_  
Unterschrift des Partners xy