

**HANDBUCH 1.0
VERANSTALTUNGEN ORGANISIEREN
AM TEGERNSEE**

THEMEN

VORWORT

Dieses Handbuch ist im Rahmen der LEADER Förderung „Optimierung der Veranstaltungen im Tegernseer Tal“ 2019-2022 entstanden und richtet sich an alle Kulturveranstalter im Tegernseer Tal.

Es bietet in Form eines nach Stichworten alphabetisch aufgebauten **Wikis** konkrete Praxistipps, Handlungsempfehlungen, Anregungen, Erläuterungen, die das Veranstalten erleichtern (von KSK-Anmeldung, über GEMA, Versicherungen, Ablaufpläne, Checklisten, Ticketing, Vertragsvorlagen, Literaturempfehlungen, Ansprechpartner etc.)

Folgende Stichworte werden behandelt:

• Allgemeine Geschäftsbedingungen (AGB)	2
• Bühnenanweisungen	3
• Briefing	3
• Checklisten	4
• Datenschutz	4
• Förderung	4
• Fortbildungen	5
• GEMA	5
• Genehmigungen	5
• Gestattungen	5
• Impressum	6
• Jugendschutz	7
• Künstlersozialkasse	7
• Lautstärke / Emissionen	8
• Literaturempfehlungen	8
• Marketing	9
• Mediaplan	10
• Nachhaltigkeit am Tegernsee	10
• Storno	10
• Sicherheit	11
• Technikversicherung	11
• Ticketing	11
• Tombola / Spendensammlung	12
• Veranstalterhaftpflichtversicherung	12
• Verbände	12
• Verkehrssicherungspflicht	13
• Versammlungsstättenverordnung	14
• Verträge	14
• Wetterversicherung	15
• Wettervorhersage	15

AGB – ALLGEMEINE GESCHÄFTSBEDINGUNGEN

Allgemeine Geschäftsbedingungen unterliegen strengen Regelungen. Bei der Formulierung der eigenen „AGB“ sollten Sie genau beachten – und sich ggf. juristisch beraten lassen – wie man seine Klauseln formuliert. Eine fehlerhafte Klausel kann unwirksam werden. Im Streitfall gelten dann die gesetzlichen Regelungen (diese wollten Sie ja aber durch die Allgemeinen Geschäftsbedingungen umgehen, da sie nicht immer vorteilhaft sind).

Allgemeine Geschäftsbedingungen müssen, damit sie überhaupt berücksichtigt werden, **vor** Vertragsschluss bekannt gemacht worden sein.

Selbst, wenn der Veranstalter einen Satz wie „Der Veranstalter übernimmt keine Haftung.“ seinem Besucher vor Vertragsschluss bekannt gegeben hätte, ist er unwirksam: Im Rahmen von AGB kann man die Haftung nie ganz ausschließen, schon gar nicht für Körperschäden (siehe § 309 Nr. 7 a und b BGB).

Allgemeine Geschäftsbedingungen können auch **urheberrechtlich geschützt** sein, daher sollten Sie diese nicht einfach kopieren. Zumal dann nicht, wenn Sie nicht wissen, wer diese AGB erstellt hat und wie aktuell diese sind.

Bei AGB ist zu beachten:

1. Kunden müssen ausdrücklich auf die Geltung der AGB hingewiesen werden, z. B. durch: „Es gelten unsere Allgemeinen Geschäftsbedingungen.“
2. AGB müssen so platziert sein, dass es unmöglich ist, sie zu übersehen.
3. Die Klauseln dürfen Verbraucher nicht unangemessen benachteiligen.
4. Auch während der Veranstaltung muss der Kunde die AGB einsehen können.

BA – BÜHNENANWEISUNGEN

Die Bühnenanweisung sollte fester Bestandteil des Vertrages zwischen Veranstalter und Künstlern für alle Veranstaltungen sein, also große **wie kleine**. Sie enthält in schriftlicher Form alle Details für die Vorbereitung und Durchführung der Veranstaltung wie:

- Ansprechpartner (Name, E-Mail-Adresse, Mobilnummer, Funktion)
- Art /Anzahl benötigte Stellplätze für alle Fahrzeuge
- Benötigte Bühnengröße
- Benötigte Haustechnik
- Mitgebrachte Technik
- Benötigtes / mitgebrachtes Technikpersonal
- Benötigter Strombedarf
- Auf- und Abbauzeiten
- Ablauf der Veranstaltung
- Soundcheck / Abstimmungsproben
- Benötigte / mitgebrachte Instrumente
- Catering-Bedarf
- Bedarf / Art / Ort Hotel (late check in?, mit/ohne Frühstück?...)
- FOH – Front of Home / Mischpultplatz (Maße, Standort / freie Sicht zur Bühne)
- Garderobe / Backstage

BRIEFING

Regelmäßig im Laufe der Vorbereitung und letztmalig direkt vor der Veranstaltung sorgt ein ausführliches **Briefing** dafür, dass alle Beteiligten ausreichend über Ablauf, mögliche Abweichungen, die relevanten Ansprechpartner etc. Bescheid wissen. Ein vor Ort Briefing u.a. für Einlass-/Security-, Gastro-, Abendkassenpersonal sollte beinhalten:

- Art und Titel der Veranstaltung
- Beteiligte Künstler, Dienstleister, ggf. VIP-Gäste
- Informationskette
- Hierarchiekette
- Beginn, Ende, Pause, Programm der Veranstaltung
- Bewirtungsart und -zeiten während der Veranstaltung
- Informationen zu den Eintrittskarten
- Erwartete Anzahl und Art der Besucher
- Fluchtwege, WCs
- Behindertenwege / Barrierefreie Wege
- Standort Defibrillator
- Aufenthaltsort Sanitäter, Arzt
- Taxinummer
- Infos zu ÖPNV und Parkplätze
- Zu erwartende Fragen der Besucher
- Hinweis auf Umgang mit schwierigen Besuchern

CHECKLISTEN

Für das erfolgreiche Erreichen der Ziele Ihrer Veranstaltung ist laufendes Controlling notwendig. Unterstützt wird dieses Controlling mittels verschiedener Checklisten zu Ablauf, Location, Teilnehmern, Budget, Marketing, Technik, Sicherheit etc.

Beispiele finden Sie hier:

[Vorlage Veranstaltungsplaner](#)

[Checkliste Veranstaltungsorganisation 1](#)

[Checkliste Veranstaltungsorganisation 2](#)

[Empfehlungen des Robert Koch Instituts \(RKI\) zur Bewertung von Großveranstaltungen unter Pandemie-Bedingungen](#)

DATENSCHUTZ

Bildaufnahmen während Veranstaltungen – Veröffentlichung von Einzelpersonen oder Kindern ist nur mit Einwilligung gestattet. Veröffentlicht ein Verein Bilder von seinen Mitgliedern oder Gästen von Veranstaltungen, muss er nach DSGVO vorab darüber informieren (z.B. in der Einladung oder auf Werbemitteln).

FÖRDERUNG

Kulturbetriebe in Deutschland werden in drei Sektoren aufgeteilt, die jedoch durch verschiedene Überlappungen in Beziehung stehen.

1. Öffentlich-rechtliche Kulturbetriebe
2. Privatrechtlich-kommerzielle Kulturbetriebe
3. Privatrechtlich-gemeinnützige Kulturbetriebe

Für alle drei Sektoren gibt es regionale, überregionale, nationale und EU-weite Fördermöglichkeiten, entweder institutionalisierte oder projektbezogene.

Bezirk Oberbayern

Stefan Wintermayr

Kultur- und Sportförderung

e-mail: stefan.wintermayr@bezirk-oberbayern.de

Telefon: 089 2198-31204

www.bezirk-oberbayern.de/Kultur

Bayern Kulturfond

Anträge sind **vom jeweiligen Projektträger bzw. Veranstalter** bis spätestens **1. Oktober** für das Folgejahr in 2-facher Ausfertigung bei der zuständigen **Bezirksregierung** einzureichen:

www.freistaat.bayern/dokumente/leistung/57775040590

EU-Förderung Kultur

Creative Europe Desk MEDIA

Sonnenstr. 21

D-80331 München Ansprechperson:

Ingeborg Degener Telefon: +49 89

544 603-30

E-Mail: info@ced-muenchen.eu

[Zur Website](#)

Stiftungen

[Stiftung Kulturförderung](#)

[Bundesverband Deutscher Stiftungen](#)

[Kultur Stiftung Oberbayern](#)

Weiterführende Literaturempfehlungen finden Sie [hier](#).

FORTBILDUNGEN

Mittlerweile bestehen in über 30 deutschsprachigen Hochschulen/Universitäten die Möglichkeiten Kulturmanagement zu studieren – Vollzeit oder berufsbegleitend.

Einen guten Überblick erhalten Sie z.B. hier:

kulturmanagement.net

studieren-berufsbegleitend.de

[Deutsche Akademie für Management](http://www.dam.de)

GEMA

Gesellschaft für musikalische Aufführungs- und mechanische Vervielfältigungsrechte

Muss ich meine Veranstaltung bei der GEMA anmelden?

Für Ihre private Party müssen Sie keine Lizenz bezahlen. Anders verhält es sich, wenn Sie eine öffentliche Veranstaltung planen. Darunter fallen Events wie Abibälle, Straßenumzüge, Märkte im Freien u. v. m. Eine Veranstaltung unterscheidet sich von der ständigen Wiedergabe von Musik wie z. B. in Geschäften und Gaststätten. Hier spricht man von einer dauerhaften Musikknutzung.

Wann bin ich Veranstalter?

Veranstalterin oder Veranstalter sind Sie in der Regel dann, wenn Sie für die Organisation der Aufführung, Vorführung oder Wiedergabe verantwortlich sind. Als DJs sind Sie das normalerweise nicht – außer Sie sind gleichzeitig auch Veranstalter. DJs haben hingegen eine grundsätzliche Gebühr für ihr Repertoire zu begleichen.

Wann muss ich GEMA-Gebühren zahlen?

Bei Aufführungen mit Musikwerken, deren Urheber (Komponist und (!) ggf. Textautor (Librettist)) vor weniger als 70 Jahren verstorben sind. Also auch z.B., wenn der Komponist vor 100 Jahren, der Textautor aber erst vor 69 Jahren verstorben ist.

Wann muss man keine GEMA-Gebühren bezahlen?

Sie müssen dann keine GEMA-Gebühren zahlen, wenn Sie Musik nutzen, deren Urheber mindestens 70 Jahre tot sind. In dem Fall ist die Musik lizenzfrei (man spricht auch von gemeinfrei oder eben auch von GEMA-frei). Das gilt z. B. für viele Werke der barocken, klassischen oder romantischen Musik, aber auch für alte Volkslieder. GEMA-freie Musik wird auch im Internet angeboten. Diese können Sie oft kostenlos, manchmal auch kostenpflichtig herunterladen. Allerdings werden diese Stücke in der Regel von Hobbymusikern geschrieben und sind qualitativ meist nicht mit den Werken professioneller Komponisten und Textdichter zu vergleichen, die von ihrer Arbeit leben müssen.

Hier kann man bequem seine GEMA-Gebühren ausrechnen:

[GEMA-Preisrechner](#)

[Hier](#) erhält man Hilfe bei allen Fragen zur GEMA

GENEHMIGUNGEN UND GESTATTUNGEN

Zahlreiche Veranstaltungen benötigen behördliche Genehmigungen, bspw. vom Ordnungsamt, Bauamt, TÜV, Feuerwehr, Umweltamt etc.

Bei Nichtbeachtung der Vorschriften und Auflagen droht teurer Ärger oder Veranstaltungsabsage.

Erster Ansprechpartner für die Genehmigung ist in der Regel das **Ordnungsamt** der jeweiligen Kommune.

Genehmigung: Findet eine Veranstaltung im öffentlichen (Verkehrs-) Raum statt, muss in der Regel beim örtlichen **Ordnungsamt** eine Genehmigung eingeholt oder zumindest die Veranstaltung angemeldet werden. Hier geht es dann häufig um ausreichende Anzahl an Toiletten, Parkplätzen, Absicherungen (bis hin zum Thema Zäune, Drängelgitter, Security) – und natürlich auch um Corona-Vorgaben.

Schankgenehmigung: Werden alkoholische Getränke verkauft, brauchen Sie eine Schankgenehmigung. Diese ist beim Ordnungsamt zu beantragen. Sind es verschiedene Verkäufer (z.B. auch verschiedene Vereine mit verschiedenen Kassen), muss jeder einzelne diese beantragen.

Feuerwerk: Grundsätzlich bitten die Gemeinden um einen freiwilligen Verzicht von privaten Feuerwerken bei Feiern und Veranstaltungen. Sollen sie aber stattfinden, müssen Sie bei der Beantragung der Veranstaltung diese mitangeben und sich genehmigen lassen. In einer ggf. erteilten Genehmigung wird in der Regel die dadurch notwendigen Sicherheitsauflagen und die anschließende Säuberung geregelt.

Ansprechpartner Veranstaltungsgenehmigungen im Tegernseer Tal finden Sie im Ordnungsamt / Rathaus der jeweiligen Gemeinde hier:

[Gemeinde Bad Wiessee](#)

[Gemeinde Gmund](#)

[Gemeinde Kreuth](#)

[Gemeinde Rottach-Egern](#)

[Stadt Tegernsee](#)

IMPRESSUM

Der Begriff Impressum stammt aus dem Presserecht und war ursprünglich eine Herkunftsangabe bei der Publikation von Printmedien. Im Impressum wird also angegeben, wer die Urheber bzw. die Verantwortlichen für die Inhalte der Website sind.

In Deutschland besteht die **Impressumspflicht**, die durch den § 5 des Telemediengesetzes (TMG) und § 18 des Medienstaatsvertrags (MStV) geregelt wird. So soll sichergestellt werden, dass Nutzer grundlegende Informationen über die Betreiber einer Website erhalten können.

Fast jede Website benötigt ein Impressum, dazu gehören auch Online-Shop oder Blogs.

Bei Nichtbeachtung drohen teure Abmahnung.

Ausschließlich privat, persönlich und familiär genutzte – nichtkommerzielle – Webseiten benötigen kein Impressum.

Das Impressum muss (laut §5 Abs. 1 TMG folgende Pflichtangaben haben:

Website-Betreiber / Website-Verantwortliche

Vollständiger Name der Website-Betreiber bzw. der Gesellschaft (des Unternehmens)

Wenn es sich bei Websiteinhalten um natürliche Personen handelt, sind hier Vor- und Nachname gemeint.

Bei einem Unternehmen, also einer juristischen Person, muss hier der Unternehmensname, die Rechtsform sowie Nach- und Vorname der Vertretungsberechtigten des Geschäftes stehen.

Anschrift der Seitenbetreiber bzw. der Niederlassung

Die Anschrift des Seitenbetreibers bzw. der Unternehmenssitz (Allein Postfach ist nicht ausreichend).

Angaben zur elektronischen Kontaktaufnahme

Eines der wichtigsten Elemente im Impressum sind die Kontaktdaten, unter denen die Kunden den Betreiber telefonisch oder elektronisch erreichen können (Telefonnummer, Faxnummer und E-Mail-Adresse).

Identifikationsnummern und Register

Name und Anschrift des Registers, in welchem das Unternehmen eingetragen ist, ist ebenfalls Pflichtangabe. Falls vorhanden:

Handelsregister

Vereinsregister

Partnerschaftsregister

Genossenschaftsregister

Gewerberegister

Behördliche Zulassung und Aufsichtsbehörde

Wenn Dienstleistungen angeboten werden, bedarf das Impressum auch der Angaben der behördlichen Zulassung und der zuständigen Aufsichtsbehörde. Das ist z.B. für Gastronomen relevant.

Angaben zur Rechtsform

Bei juristischen Personen muss angegeben werden, ob es sich um eine GmbH, einen Verein etc. handelt.

Angaben zu den Vertretungsberechtigten

Die Vertretungsberechtigung hat die Person, die berechtigt ist, das Unternehmen zu vertreten und zu führen. Je nach Rechtsform des Geschäftes ist der Vertretungsberechtigte entweder:

ein vertretungsberechtigter Gesellschafter (GbR, OHG, Einzelunternehmer)

der Vorstand (AG)

der Geschäftsführer (GmbH)

JUGENDSCHUTZ

Als Veranstalter sind Sie auch für die Einhaltung des Jugendschutzgesetzes verantwortlich, das berührt Themen wie Alkoholausschank, bestimmte Aufenthaltszeiten von Jugendlichen bei der Veranstaltung etc.

Auf Veranstaltungen müssen die Vorschriften sichtbar aushängen.

Alle Infos finden Sie hier:

[Staatsministerium für Arbeit und Soziales, Familie und Integration](#)

[Zentrum Bayern Familie und Soziales – Bayerisches Landesjugendamt](#)

[Jugendschutzinformationen des Zentrum Bayern Familie und Soziales – Bayerisches Landesjugendamt](#)

[Bußgeldkatalog zum Jugendschutzgesetz](#)

[Jugendschutzgesetz und Jugendmedienschutzstaatsvertrag](#)

KSK – KÜNSTLERSOZIALKASSE

Allgemein lässt sich sagen: Alle Unternehmen, die durch ihre Organisation, besondere Branchenkenntnisse oder spezielles Know-how den Absatz künstlerischer oder publizistischer Leistungen am Markt fördern oder ermöglichen, gehören grundsätzlich zum Kreis der künstler-sozialabgabepflichtigen Unternehmen.

Abgabepflichtige Unternehmen müssen jeweils bis zum 31. März des Folgejahres sämtliche an selbstständige Künstler/Publizisten geleisteten Entgelte des Vorjahres (Summe der beitragspflichtigen Entgelte) an die KSK melden.

Nicht kommerziell ausgerichtete Vereine sind allerdings nur dann gegenüber der Künstlersozialkasse abgabepflichtig, wenn sie in einem Kalenderjahr mindestens vier Veranstaltungen mit vereinsfremden Künstlern oder Publizisten durchführen und in diesem Zusammenhang kalenderjährlich mehr als 450 € als Gesamtentgelte zahlen. Sollten diese Voraussetzungen erfüllt sein, ist als erster Schritt eine formlose Meldung bei der Künstlersozialkasse erforderlich.

Auf welche Leistungen fällt KSK an?

Abgaben zur Künstlersozialkasse betreffen also die meisten Betriebe – aber für welche Leistungen wird die Künstlersozialabgabe laut Künstlersozialversicherungsgesetz konkret fällig? Bei jedem Auftrag gilt es zu bedenken, dass der Kreis der Kreativen im Sinne der Künstlersozialversicherung relativ weit gefasst ist. Die Abgabepflicht zur Künstlersozialkasse greift etwa, sobald freiberuflich oder selbstständig Tätige eine Marketingbroschüre, Zeitungsanzeige oder Website gestalten. Gestalten meint das Liefern von Texten, Fotos, Videos oder Illustrationen, aber etwa auch Design und Aufbau des Werbemittels. Gleiches gilt für die musikalische Gestaltung oder Animationen – das sind kreative Leistungen, auf die die Künstlersozialabgabe anfällt. Auch für Visitenkarten oder Logos. Die Künstlersozialabgabe ist zudem fällig, wenn beispielsweise bei Betriebsfesten oder Jubiläumsveranstaltungen etwa Clowns, Bands oder Akrobaten auftreten. Bei letzteren existiert eine rechtliche Grauzone zwischen künstlerischer oder sportlicher Tätigkeit – das wäre mit dem Steuerberater oder der Steuerberaterin zu besprechen. Ganz wichtig: Die Abgabepflicht zur Künstlersozialkasse besteht unabhängig davon, ob der Auftrag an KSK-Versicherte geht. Zum Entgelt als Bemessungsgrundlage für die Abgaben zur Künstlersozialkasse zählen neben Gagen, Honoraren oder Tantiemen alle Nebenkosten, wie die Telefon- und Materialkosten. Nicht in die Abgabepflicht zur Künstlersozialkasse einzubeziehen sind steuerfreie Aufwandsentschädigungen – etwa Reise- oder Bewirtungskosten – sowie die gesondert ausgewiesene Umsatzsteuer.

Infos, wer abgabepflichtig ist, finden Sie [hier](#)

Anmelde und Erhebungsbogen finden Sie [hier](#)

KSK-Workshops und -Fortbildungen erfragen Sie hier: auskunft@kuenstlersozialkasse.de

LAUTSTÄRKE / EMISSIONEN

Wie laut Veranstaltungen sein dürfen, hängt auch vom Zeitpunkt der Veranstaltung ab. Als Orientierung dienen folgende Richtwerte:

- **tagsüber – außerhalb der Ruhezeit:** nicht mehr als 70 Dezibel (Abkürzung: dB (A))
- **tagsüber – innerhalb der Ruhezeit:** nicht mehr als 65 dB (A)
- **nachts:** 55 dB (A)

Zum Vergleich: Die Lautstärke eines normalen Gesprächs liegt bei 40 – 60 Dezibel.

Der BGH urteilte, dass Anwohner Lärmbelästigungen durch Veranstaltungen hinnehmen müssen, wenn diese für eine Gemeinde oder Stadt eine besondere Bedeutung haben oder nur einmal jährlich stattfinden. Dies gilt auch, wenn der Lärm nach 22:00 Uhr über die Richtwerte der sogenannten LAI-Hinweise zur Auslegung der TA-Lärm hinausgeht.

Für sogenannte seltene Störereignisse, sprich für Veranstaltungen, die an zehn oder weniger Tagen oder Nächten pro Kalenderjahr abgehalten werden, können nach diesen LAI-Hinweisen höhere Richtwerte für Lärmimmissionen vorgesehen werden. Diese Richtwerte geben den Richtern jedoch nur eine Orientierung und sind keine starre Vorgabe für die Rechtsprechung.

Bei Zuwiderhandlung droht Beendigung der Veranstaltung und ein Bußgeld.

Bußgeldkatalog: Den Bußgeldkatalog finden Sie [hier](#)
Weitere Informationen zum Emissionsschutz finden Sie [hier](#)

Weitere Informationen erhalten Sie beim zuständigen Ordnungsamt.

Informationen zu Genehmigungen und Gestattungen finde Sier [hier](#)

LITERATUREMPFEHLUNGEN

Allgemeines

Deutscher Bundestag (2007): Enquete Kommission Kultur in Deutschland – Abschlussbericht, Deutscher Bundestag
Klein, Armin: Der Exzellente Kulturbetrieb, VS-Verlag

Finanzen / Förderungen

Achten-Gozdowski, Jennifer (2018): Geschichte und Politökonomie deutscher Theatersubventionen, Von der Wirtschaftswissenschaftlichen Fakultät der Gottfried Wilhelm Leibniz Universität Hannover zur Erlangung des akademischen Grades

Backes, Bettina, Ulrich Poser (2010): Der Sponsoringvertrag, Beck-Verlag, München

SÖNDERMANN, Michael (2010) Öffentliche und private Musikfinanzierung. [Online verfügbar](#)

Ullrich, A. (2015): Der Spendenmarkt in Deutschland. In: Lampe, B./Ziemann, K./Ullrich, A. (Hrsg.): Praxishandbuch Online Fundraising. Wie man im Internet und mit Social Media erfolgreich Spenden sammelt. transcript Verlag, Bielefeld, S. 13–19. (Datenbank: De Gruyter).
WELKER, Christof (1998) Darstellende Kunst unter Marktbedingungen. Eine ökonomische Analyse. Aachen: Shaker (Berichte aus der Volkswirtschaft).

Kulturtouristen

Burzinski, Matthias, Lara Buschmann, Dr. Yvonne Pröbstle (2018): Kulturtourismusstudie 2018 Empirische Einblicke in die Praxis von Kultur- und Tourismusakteuren, Institut für Kulturmanagement der Pädagogische Hochschule Ludwigsburg und projekt2508 GmbH

Veranstaltungsorganisation

Fircks, Alexander von (1999): Veranstaltungen perfekt organisieren. Ein Handbuch für offizielle und private Anlässe, Verlag Urania, Freiburg

Funke, Elmar, Günther Müller (2009): Handbuch zum Eventrecht, Verlag Dr. Otto Schmidt

Graeve, Melanie von (2008): Events professionell managen, Business Village, Göttingen

Graeve, Melanie von (2011): TaschenGuide Veranstaltungen organisieren, Haufe Verlag, Freiburg

Güllemann, Dirk (2013): Veranstaltungsmanagement, Event- und Messerecht: Rechtsgrundlagen zur Organisation von Veranstaltungen und Messen anhand praktischer Fälle, Verlag Vahlen, Köln

Marketing / Presse

Janner, Karin, Christian Holst, Axel Kopp (2011): Social Media im Kulturmanagement, mitp-Verlag

Klein, Armin: Besucherbindung im Kulturbetrieb, VS-Verlag

Klein, Armin: Kulturmarketing: Das Marketingkonzept für Kulturbetriebe, Beck Wirtschaftsberater im DTV Verlag

MARKETING

Neben dem Festlegen der Zielgruppe und des vorhandenen Etats, sind die Wahl der Marketingpartner und deren Netzwerke und Medien (Print/online), wie z.B. der Veranstaltungskalender, wichtige Schritte des Marketings.

Die Tegernseer Tal Tourismus GmbH unterstützt Sie dabei in vielerlei Hinsicht, wenn es sich um eine Veranstaltung mit besonderer Reichweite und Ausstrahlung handelt.

Kontakt:

www.tegernsee.com/ansprechpartner

Unabhängig davon können wir Ihnen gerne eine Auflistung der regionalen Medienpartner zukommen lassen.

Kontakt:

presseservice@tegernsee.com

info@tegernsee.com

Den Link zur Gastgeberbörse finden Sie [hier](#)

Veranstaltungseinreichung:

Veranstaltungen, die innerhalb der 5 Gemeinden am Tegernsee stattfinden, können kostenfrei im Veranstaltungskalender der Region auf tegernsee.com veröffentlicht werden. Bei rechtzeitiger Veröffentlichung in diesem Umfeld wird Ihre Veranstaltung automatisch auch in verschiedene andere Veranstaltungshinweise mit aufgenommen (monatlich erscheinendes Veranstaltungsheft, Bürgerboten der jeweiligen Gemeinde etc.). Hierfür senden Sie alle nötigen Informationen (Überschrift, Beschreibungstext, Bild, Veranstaltungsort, Veranstalter, Eintrittspreise & Veranstaltungsdatum bzw. Zeitraum, ggf. Öffnungszeiten) per Mail an info@tegernsee.com.

Anmeldung Gastgeberbörse:

Einfach Anfrage zur Aufnahme an die info@tegernsee.com senden.

Regionaler Presseverteiler:

Gelbes Blatt	redaktion-mb@dasgelbeblatt.de
Tegernseer Zeitung	redaktion@tegernseer-zeitung.de
Tegernseer Stimme	info@tegernseerstimme.de
Radio Alpenwelle	redaktion@alpenwelle.de
Kulturvisionen	mz@kulturvision-aktuell.de
Der BR	BR.Rosenheim@br.de

Weiterführende Literaturempfehlungen finden Sie [hier](#)

MEDIAPLAN

Wenn Sie Ihre Veranstaltung planen, ist eine Mediaplanung unabdingbar. Hier legen Sie fest:

- Über welche Medien kommuniziere ich sinnvollerweise mit meiner Zielgruppe?
- Mit welchem Medienmix erreiche ich im Rahmen meines Budgets optimal meine Zielgruppe?
 - Welche online-Medien, welche sozialen Medien, welche Tages-, Wochen-, Monats-, Quartals-, ... -Medien nutze ich dafür.
- Mit welchem Medienpartner schließe ich sinnvollerweise eine Medienkooperation?
- Welche Etats stehen hierfür zur Verfügung?
- Welche Leistungen erhalte ich dafür?
- Mit welchem Zeitplan erreiche ich die größte Aufmerksamkeit?
 - Welche Fotos, welche Hinweise, welche Geschichten, welche Servicemeldungen, welche Aufrufe etc. sollen wann, wo und in welcher Größe/Art erscheinen?

Hierfür macht es Sinn z.B. mit einer Excel-Liste oder einer Prozesssoftware einen genauen Zeitplan zu erstellen.

Weiterführende Literaturempfehlungen finden Sie [hier](#)

NACHHALTIG AM TEGERNSEE

Das Thema Nachhaltigkeit ist für den Tourismus in der Region von hoher Bedeutung und stellt auch Veranstalter und Kulturanbieter vor neue Herausforderungen. Die Tegernseer Tal Tourismus GmbH informiert Sie regelmäßig bei Veranstaltungen mit Experten über konkrete Umsetzungsmöglichkeiten zu diesem Thema, z.B. zu

- Abfallvermeidung
- Verwendung von Mehrweggeschirr statt Einweggeschirr
- Mülltrennung
- Wiederverwendbare Dekorationselemente
- Langlebige Sachpreise / Werbeartikel
- Verzicht auf Wegwerfartikel
- Reduzierte Plakatierung
- Reduzierung des Individualverkehrs bei An-/Abreise – Einsetzen von Shuttlebussen

Weitere Infos und Leitsätze finden Sie [hier](#)

STORNO

Stornoklauseln gehören zum Vertragsrecht und finden sich in vielen Verträgen, z.B. Veranstaltungsstätten oder bei Dienstleistungsverträgen: Der Anbieter möchte damit seinem Kunden die Möglichkeiten schaffen, den Vertrag stornieren zu können.

Stornoklauseln unterliegen besonderen Anforderungen, die im Gesetz klar geregelt sind (siehe § 309 Nr. 5 BGB). Vereinbarung einer Stornopauschale ist nur wirksam, wenn

1. die Pauschale den in den geregelten Fällen nach dem gewöhnlichen Lauf der Dinge zu erwartenden Schaden oder die gewöhnlich eintretende Wertminderung nicht übersteigt sowie
2. dem anderen Vertragsteil ausdrücklich der Nachweis gestattet wird, ein Schaden oder eine Wertminderung sei überhaupt nicht entstanden oder wesentlich niedriger als die Pauschale.

Entfällt eine Veranstaltung wegen Corona, gilt:

- Wurde die Karte nach dem 8.3.2020 gekauft, kann man grundsätzlich das Geld zurückverlangen. Ein Gutschein muss dann nicht akzeptiert werden.
- Nicht zurück erstattbar sind aber die Kosten für Anreise, Hotel, Catering.

SICHERHEIT

Laut Versammlungsstättenverordnung (VStättV): Für Versammlungsstätten mit mehr als 5000 Besucherplätzen hat der Betreiber im Einvernehmen mit den für Sicherheit oder Ordnung zuständigen Behörden, insbesondere der Polizei, der Feuerwehr und der Rettungsdienste, ein Sicherheitskonzept aufzustellen.

Im Sicherheitskonzept sind die Mindestzahl der Kräfte des Ordnungsdienstes gestaffelt nach Besucherzahlen und Gefährdungsgraden sowie die betrieblichen Sicherheitsmaßnahmen und die allgemeinen und besonderen Sicherheitsdurchsagen festzulegen.

Die Genehmigung erteilenden Behörden können ein **Sicherheitskonzept** vorschreiben, wenn es das Veranstaltungskonzept aus ihrer Sicht benötigt (kann z.B. gemeinsam mit den Behörden erarbeitet werden).

Sanitäter und Feuerwehr: Je nach Ort, Größe und Vorhaben können die Anwesenheit eines Sanitätsdienstes und einer Feuerwehrgeschichte notwendig und/oder vorgeschrieben sein. In dem Genehmigungsbescheid wird dann auch die genaue Anzahl und Art der Sicherheitsbehörden festgelegt werden.

Corona-Maßnahmen: 2G, 2G+, 3G,... es ist gar nicht abzusehen, wie die Situation zukünftig sein wird und welche Vorgaben dann gelten.

Auskunft über die Corona-Situation und aktuelle Auflagen erteilen:

Corona-Hotline der Bayerischen Staatsregierung: 089 /122 220 (Mo - Fr 8:00-18:00 Uhr / Sa 10:00-15:00 Uhr)

Corona-Hotline des Landratsamt Miesbach: 08025 704 4444 (Mo - Fr 7:30-12:30 Uhr und Do zusätzlich 13:30-18:00 Uhr)

TECHNIKVERSICHERUNG

Wenn Sie bei Ihrer Veranstaltung temporär Veranstaltungstechnik einsetzen und Sie dies versichern wollen, können Sie eine Allgefahrenversicherung bei einem Versicherungsgeber abschließen.

Versichern kann man z.B:

- Beschallungstechnik / Tontechnik (Verstärker, Lautsprecher, Mischpulte)
- Mikrofone, Aufnahme- und Wiedergabegeräte
- Beleuchtungstechnik (Verschleißteile, wie Lampen sind nicht versicherbar), Steuerpulte, Effektlucht, Effektmaschinen
- Videotechnik (Kamera, Schnitttechnik, Projektoren, Monitore)

TICKETING

Ihre Veranstaltung können Sie neben von Ihnen produzierten Hardtickets auch über verschiedene **Online-Ticketanbieter** vertreiben.

Wenn Sie Ihre Veranstaltung über die Tourist-Informationen im Tegernseer Tal verkaufen möchten, müssen Sie Ihren Verkauf über München Ticket anlegen (lassen).

www.muenchenticket.de

Bei der Veranstaltungseinrichtung helfen Ihnen ggf. auch die Mitarbeiter der Tegernseer Tal Tourismus GmbH

Den Kontakt zu den Mitarbeitenden der TTT finden Sie [hier](#)

Tourist-Information Tegernsee

tegernsee@tegernsee.com

Weitere Ticketanbieter sind:

www.eventim.de

www.reservix.de

www.classictic.com

Hier fallen ggf. Gebühren an (Systemgebühren, Vorverkaufsgebühren).

TOMBOLAS/ SPENDENSAMMLUNGEN (GEMEINNÜTZIGER ZWECK)

Für die Veranstaltung einer Lotterie oder Ausspielung ist grundsätzlich eine glücksspielrechtliche Erlaubnis erforderlich (§ 4 Absatz 1 Glücksspielstaatsvertrag).

Für sog. kleine Lotterien und Ausspielungen gibt es allerdings eine Reihe von Erleichterungen, sofern

- das Spielkapital (Zahl der Lose x Lospreis) nicht mehr als 40.000 € beträgt.
- der Reinertrag, also der Gewinn des Veranstalters, ausschließlich für gemeinnützige, kirchliche oder mildtätige Zwecke verwendet wird.
- der Reinertrag und die Summe der an die Spieler ausgekehrten Gewinne jeweils mindestens 25 % der verkauften Lose betragen.

Die Regierungen haben für kleine Lotterien und Ausspielungen allgemeine Erlaubnisse erlassen, die für Vereine häufig eine glücksspielrechtliche Erlaubnis im Einzelfall entbehrlich machen. In diesen Fällen muss ein Verein bei Überschreitung bestimmter, in der allgemeinen Erlaubnis genannter Beträge des Spielkapitals die Ausspielung bei der Gemeinde bzw. der Regierung anzeigen.

Nach Abschluss der Lotterie oder Ausspielung ist eine Abrechnung zu erstellen, was jedoch regelmäßig aus vereinsrechtlicher Sicht ohnehin erforderlich ist.

Weitere Infos:

[Hier](#) finden Sie weitere Informationen

VERANSTALTERHAFTPFLICHTVERSICHERUNG

Als Veranstalter haften Sie für alle Schäden, für die Sie selbst oder von Ihnen beauftragte Dienstleister im Rahmen einer Veranstaltung verantwortlich gemacht werden können. Die **Veranstaltungshaftpflichtversicherung** schützt Sie vor hohen Schadenersatzansprüchen und wehrt unberechtigte Vorwürfe gegen Sie ab.

Der Veranstalter ist verpflichtet für jede Veranstaltung eine Veranstalterhaftpflichtversicherung mit ausreichend Deckungsschutz abzuschließen und oft möchte der Vermieter dies nachgewiesen haben (z.B. durch Vorlage einer Ablichtung des Versicherungsscheins). Neben den Haftpflichtansprüchen der Zuschauer und Besucher sind die aktiv teilnehmenden Personen (Teilnehmer, Künstler, Musiker) in der Regel eingeschlossen. Hier sollte man sich als Veranstalter die nötigen Informationen für eine Haftpflicht bei einer unverbindlichen Beratung geben lassen. So bekommen beispielsweise Gäste, Besucher und Veranstalter durch diese Haftpflichtversicherung die notwendige Sicherheit von der Versicherungsgesellschaft beim Besuch der Veranstaltung.

VERBÄNDE

National

AUMA

Bundesverband der Messewirtschaft in Deutschland. Bietet auch guten Überblick über die nationalen und internationalen Messedaten, Messetermine etc.

www.auma.de

Deutscher Kulturrat

Der Deutsche Kulturrat e.V. ist der Spitzenverband der Bundeskulturverbände. Er ist der Ansprechpartner der Politik und Verwaltung des Bundes, der Länder und der Europäischen Union in allen die einzelnen Sparten (Sektionen) des Deutschen Kulturrates übergreifenden kulturpolitischen Angelegenheiten. Ziel des Deutschen Kulturrates ist es, kulturpolitische Diskussion auf allen politischen Ebenen anzuregen und für Kunst-, Publikations- und Informationsfreiheit einzutreten.

www.kulturrat.de

DAKU

Mit unseren Initiativen stärken wir das bürgerschaftliche Engagement für die Kultur in Deutschland. Spartenübergreifend setzen wir uns für die 17.000 Fördervereine und Freundeskreise im Kulturbereich ein. Wir fördern die Arbeit der Vereine, machen sie sichtbar und vermitteln ihre große Bedeutung als Partner gegenüber Kommunen, Ländern und Bund. Jungen Engagierten verschaffen wir Gehör.

www.kulturfoerderevereine.eu

Der **Bundesverband der Konzert- und Veranstaltungswirtschaft e.V.** (BDKV) ist der 2018 mit Wirkung zum 1. Januar 2019 gegründete Berufsverband aller Sparten und Genres des deutschen Konzert- und Veranstaltungsgewerbes sowie der Dienstleistungsbereife im Bereich der Künstlerbetreuung.

www.bdkv.de

BAYERN

BLVKK

Der Bayerische Landesverband der Kultur- und Kreativwirtschaft BLVKK e.V. vertritt die Kultur- und Kreativwirtschaft in Bayern auf Landesebene – als Bottom-up, Interessensvertretung und Sprachrohr aus der Branche für die Branche.

www.blvkk.de

Stadtkultur – Netzwerk Bayerischer Städte

Das Netzwerk STADTKULTUR ist das Kulturforum von 57 bayerischen Städten und Gemeinden. Es ermöglicht kollegialen Austausch, Vernetzung, Fortbildungen und gemeinsame Veranstaltungen, Projekte und Festivals. Mit seiner Geschäftsstelle bietet STADTKULTUR seinen Mitgliedern fachliche Beratung, Koordination und Vermittlungsservice. STADTKULTUR stärkt die Zusammenarbeit und die kulturelle Entwicklung der Städte und Gemeinden und schafft so vielfältigen kulturellen Mehrwert. Dem Netzwerk können alle bayerischen Kommunen beitreten.

www.stadtkultur-bayern.de/

Der **Bayerische Landesverein für Heimatpflege e. V.** ist ein Verein zur Förderung der Heimatpflege in Bayern mit Sitz in München. Der Verein versteht sich auch als Dachorganisation für die haupt- und ehrenamtlichen Heimatpfleger in Bayern.

www.heimat-bayern.de/

Bayerischer Musikrat

Der Bayerische Musikrat (BMR) ist die größte Kulturorganisation im Freistaat Bayern. Als Zusammenschluss der Einrichtungen und Verbände des Musiklebens in Bayern repräsentiert er rund 1 Million musikbegeisterte Bürgerinnen und Bürger in den Bereichen des

Laienmusizierens und der professionellen Musik.

Ziel ist die Förderung und Ausbau des vielfältigen Musikangebotes in Bayern.
www.bayerischer-musikrat.de

VERKEHRSSICHERUNGSPFLICHT

„Die Verkehrssicherungspflicht verpflichtet grundsätzlich denjenigen, der eine Gefahrenlage schafft, die notwendigen und zumutbaren Vorkehrungen zu treffen, um eine Schädigung anderer möglichst zu verhindern.“ (Bundesgerichtshof)

Als Veranstalter sind Sie dafür verantwortlich, alles Zumutbare und Notwendige zu unternehmen, dass den Besuchern nichts passiert. Zu beachten sind hierbei:

- Verträge
- Arbeitsschutzgesetze, berufsgenossenschaftliche Vorschriften
- Wettbewerbsrecht, Markenrecht, Urheberrecht und andere Gesetze
- Auflagen in Genehmigungen usw.

Veranstaltern obliegen daneben die sogenannten Verkehrssicherungspflichten: Wer einen Verkehr eröffnet, ist für dessen Sicherheit verantwortlich. Wer eine Veranstaltung durchführt, muss dafür sorgen, dass von dieser Veranstaltung keine Gefahren ausgehen. Die Sicherheit des Besuchers hat absoluten Vorrang vor den wirtschaftlichen Interessen des Veranstalters. (Bundesgerichtshof)

VSTÄTTV – VERSAMMLUNGSSTÄTTENVERORDNUNG

Ihr Veranstaltungsort stellt eine Versammlungsstätte dar:

- In geschlossenen Räumen mit mehr als 200 Personen
- Szenenfläche im Freien mit mehr als 1000 Besucher
- Sportstadien mit Kapazität von mehr als 5000 Besuchern

Bei Nutzung von Versammlungsstätten müssen diverse Vorschriften beachtet werden:

- Zu Rettungswegen
- Besucherplätze und Einrichtungen (Stühle, Plätze, Gänge, Abschränkungen, WCs, Stellplätze für Behinderte)
- Technische Anlagen und Einrichtungen (u.a. Feuerlöscher, Fluchtwegeausschilderung, -beleuchtung, ...)
- Besondere Bauvorschriften, u.a. bei Großbühnen
- Verantwortliche Personen und deren Pflichten

Unter www.eventfaq.de sind die Versammlungsstättenverordnung aller Bundesländer im Volltext einsehbar.

VERTRÄGE

Alle Vereinbarungen zwischen Partnern sollten immer schriftlich geregelt werden und alle Aspekte der Veranstaltung berücksichtigt werden.

Dies schützt vor Überraschungen und bietet Rechtssicherheit.

Mit Sponsoren zu regeln:

- Vertragspartner mit Ansprechpartner und Adresse
- Vertragsgegenstand mit Titel der Veranstaltung, Datum, Ort, Ablauf oder ein Zeitraum
- Genaue Aufstellung der Leistung Sponsoringnehmer mit den genauen jeweiligen Werten (z.B. Logo auf Webseite = ... €, Erwähnung in Werbemagazin = ... €, Artikel über Sponsoren in Werbemagazin = ... €, ... Tickets für Sponsoren = ... €, Catering für Empfang mit Künstlern = ... €, usw.)
- Genaue Aufstellung der Leistung Sponsor (z.B. Teilbeträge, Zahlungsziele, Dienstleistungen, ...)
- Regelung bei Verhinderung / Absage
- Klärung wie PR / Medienarbeit erwünscht wird
- Generalien
- Salvatorische Klausel
- Gerichtsstand

Mit Künstler zu regeln:

- Vertragspartner mit Ansprechpartner und Adresse
- Vertragsgegenstand mit Titel der Veranstaltung, Datum, Ort, Ablauf (ggf. inkl. Proben), Kleidung
- Programm, inkl. Rechte
- Honorar, Reise-, Transportkosten, Übernachtungskosten (Frühstück), Umsatzsteuer, Ausländersteuer, Steuernummer, KSK, Bankverbindung, Zahlungsziele
- Regelung bei Verhinderung / Absage
- Pressematerial (Foto – inkl. Rechten, CV, ggf. Repertoire, Mitwirkungspflicht z.B. bei Werbung / Presseaktionen)
- Rechte bei Aufzeichnungen / Mitschnitten
- Freikarten / Gästeliste
- Merchandising
- Generalien
- Rücktrittsrechte
- Salvatorische Klausel
- Gerichtsstand

Location-Mietvertrag

- Vertragspartner
- Mietzweck
- Auflagen
- Datum
- Mietzeiten
- Mietkosten, Zahlungsbedingungen
- Nebenkosten (z.B. Reinigung, Genehmigungen, Energie)
- Nutzbare Haustechnik
- Technikkosten
- Personalkosten
- Gastroregelungen / Gastrechte
- AGB / Haus- und Betreiberordnung
- Storno / Kündigungsregelungen
- Foto- / Aufnahmegenehmigungen
- Versicherungen

WETTERVERSICHERUNG

Eine Wetterversicherung abzuschließen ist dann sinnvoll, wenn Sie z.B. die Produktionskosten einer Freiluftveranstaltung absichern möchten.

Versichert werden können verschiedene – auch einzelne – Kostenposten, wie z.B. gesamte **Produktionskosten** inkl. der zu erwartenden **Einnahmen** bei wetterbedingter Undurchführbarkeit. Je höher der zu versichernde Betrag ist und je wahrscheinlicher das Eintreten des unerwünschten Wetterereignisses ist, umso höher beläuft sich die Versicherungssumme.

Wetterversicherungen gibt es für private Veranstaltungen ebenso wie für Unternehmen.

www.erpam.com

www.wetterversicherung.com

vdmv.de

Im Rahmen einer Wetterversicherung können beispielsweise auch Künstlerausfall oder Unbenutzbarkeit der Veranstaltungsstätte in Folge von Extremwetter mitversichert werden.

WETTERVORHERSAGE / OPEN AIR-VERANSTALTUNGEN

Als Veranstalter von Open Air-Veranstaltungen sind Sie für die Sicherheit aller Beteiligter und der Gäste verantwortlich. Neben der Beachtung aller gesetzlichen und behördlichen Auflagen gehört es ebenfalls zu der Pflicht, die wetterbedingte Durchführbarkeit zu kontrollieren. Entsprechende Wetterinformationen erhält man z.B. unter:

14-tage-wettervorhersage.de

www.alpen-guide.de

www.wetteronline.de

MeteoWetter

Agrarwetter

Bergfex

Regenradar

Auskunftsnummer Deutscher Wetterdienst (Gebührenpflichtig) 0900-11169527

Weitere Informationen finden Sie auch im Artikel zu [Wettersicherungen](#).

Redaktion: Kulturgipfel GmbH 2022