
Corona: Window of opportunity oder Lock-In für die Veranstaltungsbranche?

Seminar: Nachhaltige
Veranstaltungen in Hamburg –
zwischen eventisieren und
utopisieren

Seminarleitung: Helen Schepers

Kathrin Ehlert, Amelie Geiger, Paulina Heeg, Saskia Lorenzen-Schmidt, Antonia Ricken, Lea Steinacker

Inhalt

- **Hard Facts**
 - **Ergebnisse**
 - kurzfristige Auswirkungen
 - mittelfristige Auswirkungen
 - langfristige Auswirkungen
 - **Ausblick**
-

*“Unser gesamtes
Veranstaltungs-
management steht still”*

(IP1, Pos. 14)



Hard Facts

These 1: Die Veranstaltungsbranche wird von der Corona-Pandemie hart getroffen.

These 2: Veranstaltungen können auch in Zukunft von weiteren Pandemien betroffen sein.

Forschungsfrage: Wie kann die Veranstaltungsbranche die Corona-Pandemie nutzen und welche Stellschrauben ergeben sich daraus für ihre Zukunft?

$$9 + 1 = 10$$

VeranstalterInnen

Veranstaltungs-
produzent

qualitative
Interviews

Die Ergebnisse

Was haben wir herausgefunden?

Codesystem	277
▼ ● @ Veränderung durch Corona	0
▼ ● @ Chancen	0
● @ Digitalisierung	8
● @ Beteiligung der Zielgruppe	4
● @ Möglichkeitsräume	7
▼ ● @ in Bezug auf Nachhaltigkeit	0
> ● @ ökologisches	10
▼ ● @ Schäden	1
▼ ● @ branchen- und teamintern	0
● @ Verschwinden von Akteuren	8
● @ fehlende Rentabilität	4
● @ wegbrechen von Einnahmen	9
▼ ● @ im Bezug auf Nachhaltigkeit	0
● @ Prioritäten/Trend	7
● @ wirtschaftliches	5
● @ Green Events	4
▼ ● @ Bewusstseinsänderung	0
● @ Prävention	9
● @ Angst vor Großveranstaltungen	2
▼ ● @ Alternativformat	1
> ● @ Konzepte	14
> ● @ kein Ersatz von...	24

Wie trifft Corona die Veranstaltungsbranche?

– kurzfristige Auswirkungen –

Gesetzliche Bestimmungen

“Vor allem die Abstandsregeln sind irgendwie das Schwierige dabei” (IP1, Pos. 16)

- Abhängigkeit und Mehraufwand durch Vorschriften
- schwierige Planbarkeit
 - fehlender, klarer Aussagen
 - häufigen Änderungen in den Bestimmungen

“Das war im Nachgang, muss man so sagen, fast schon lustig, dass da keiner Bescheid wusste.” (IP2, Pos. 4)

Risiken und Schäden

“Ich will jetzt auch gar nicht Schwarzmalen oder so aber ich glaube, dass sich alle, vor allem auch die Veranstaltungsbranche, darauf einstellen muss, dass die mit ganz anderen Rahmenbedingungen zurückkommt” (IP3, Pos. 11)

- fehlende Rentabilität
 - finanzielle Verluste
 - Verschwinden von Akteur*innen
 - Nachhaltigkeit rückt in den Hintergrund
-

Chancen

“Innovationsschub der [...] stattfindet” (IP4, Pos. 8)

“die Kirche flippt komplett aus. Die hat noch nie so viele Zuschauer gehabt, wie in der Coronazeit” (IP2, Pos. 16)

- zunehmende Digitalisierung
 - nachhaltigere Mobilität
 - weniger Müllproduktion
 - größere Beteiligung von Gästen
 - Regionalität
-

Haltung der InterviewpartnerInnen

“Ich glaub man muss noch sensibler gucken, welche noch so kleine Möglichkeit ergibt sich” (IP3, Pos. 19)

- die Auswirkungen der Krise wurden unterschätzt
 - die Befragten passen sich insgesamt den Vorgaben an, nur wenige resignieren und verdrängen eine Auseinandersetzung
 - vor allem die Eigeninitiative der Befragten sticht hervor
 - trotzdem: Wunsch nach Unterstützung bleibt
-

Wie arrangiert sich die Veranstaltungsbranche mit dieser Situation?

- mittelfristige Auswirkungen -

Alternativformate

“Also es gibt keine Alternativkonzepte, es gibt nur neue Konzepte unter den aktuellen Bedingungen.” (IP5, Pos. 27)

organisatorisch	inhaltlich
<ul style="list-style-type: none">● physisch<ul style="list-style-type: none">○ Dezentralisierung & Outdoor○ Autoveranstaltungen● virtuell<ul style="list-style-type: none">○ passiv○ interaktiv	Fokus auf regionale Künstler*innen

Outdoorveranstaltung

Eröffnungsvideo **Straßenstände**

Onlinesportvideos

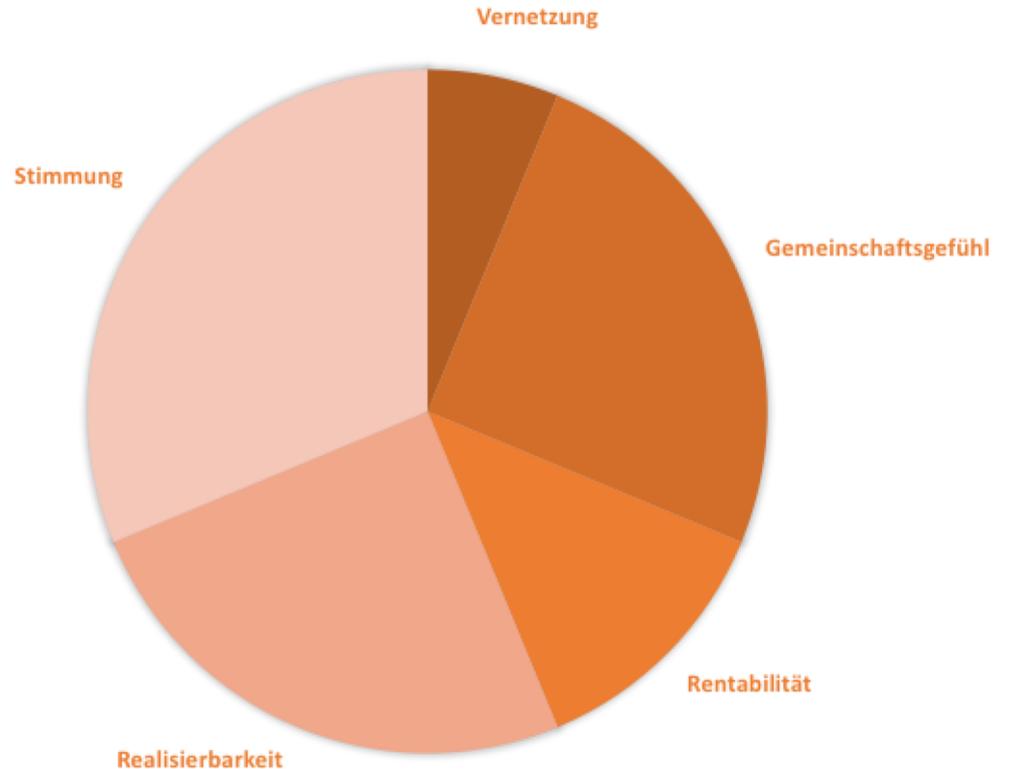
Autokino Pop-up-Store

Virtuelle Ausstellung **Autokonzert**

“Das kann fett produziert sein, keine Frage, aber das ersetzt nicht das, was wir eigentlich alle machen.”

(IP4, Pos. 9)

Was können Alternativformate nicht ersetzen?



Was sind die Herausforderungen der Alternativformate?

- Rentabilität
 - Ressourcen
 - Fläche
 - technische Entwicklung
 - institutionelle Abhängigkeit
 - Entwicklung gesetzlicher Bestimmungen
 - Erlaubnis von Behörden
 - Emotionalität
 - Überforderung mit derzeitiger Situation
 - Bindung an Veranstaltung
 - Gemeinschaftsgefühl
-

Welche Stellschrauben finden sich für die Zukunft?

- langfristige Auswirkungen -

Bewusstseinsänderungen

“Hygiene war schon immer wichtig, aber Hygienekonzepte für Veranstaltungen, die sucht man [...] zukünftig wird das anders sein, weil die Behörden das sehen wollen und weil unsere Gäste das sehen wollen [...] Und das wird ne Erwartung sein, die sowohl die Behörden als auch die Gäste mitbringen werden und woran sie die Veranstaltungen messen werden.” (IP5, Pos. 19)

Bewusstseinsänderungen

- **Prävention**
langfristig gesteigertes Bewusstsein für Gefahr der Infektion auf Veranstaltungen führt zu Forderung nach ausgedehnteren Präventionsmaßnahmen
-

Möglichkeitenräume

“Ja, definitiv glaube ich, dass daraus etwas Positives entstehen kann. Aufgrund dieses Lockdowns darüber nachzudenken, „Machen wir eigentlich alles richtig?“

(IP1, Pos. 29)

- Innovationsdruck/Digitalisierung
 - Anstoß zur Reflektion
 - Chance sich neu zu positionieren
 - Freisetzung von kreativem Potential
-

Stellschrauben - Kommunikation

“Kommunikation, Kommunikation, Kommunikation. Und dass du da halt einfach mit deiner Zielgruppe, mit deinen Zielgruppen, einfach direkter, klarer, schneller in Kontakt treten musst, um die zu informieren.” (IP2, Pos. 18)

- Nutzung diverser Kommunikationskanäle
 - transparente Kommunikation mit Zielgruppe
 - Corona-App beim Einlass
 - Dialog mit ProjektpartnerInnen
-

Stellschrauben – Aufruf an die Politik

“Also ist der Staat gefragt, und das ist ne ganz klare Forderung, Kultur auch als solche zu behandeln und staatlich gefördert zu machen.” (IP6, Pos. 88)

- Fördergelder an Bedingung der ökologischen Nachhaltigkeit knüpfen
 - Relevanz der Kulturszene ernstnehmen
 - Anpassung der Regelungen für die Veranstaltungsbranche
-

Ausblick

Was können wir aus den Daten schlussfolgern?

Window-of-Opportunity...

- Anpassung
 - Eigeninitiative
 - Hilferuf an die Politik
 - Bewusstsein über Möglichkeitsräume
 - gesteigerte ökologische Nachhaltigkeit
 - Vernetzung
 - Digitalisierung
 - Kommunikation
-

... oder Lock-In?

- Verdrängung, Hoffnung auf Normalität, Einstellung “ganz oder gar nicht”
 - Verschwinden von Akteuren
 - Prioritätenverschiebung: finanzielles Überleben statt Nachhaltigkeit
 - schlechte Zusammenarbeit und fehlende Solidarität
-

Window-of-Opportunity oder Lock-In?

- beides möglich
 - abhängig von der Haltung, die die VeranstalterInnen einnehmen
 - aber auch von diversen gesellschaftlichen Ebenen
-

“Ja, und das wird vielleicht etwas sein, was so nach dieser Krise übrig bleibt, dass man ein bisschen weniger reist, beruflich und ein bisschen mehr Video Calls macht. Das wäre ja schon positiver Effekt. Aber im Hinblick auf unsere Branche..ja...kann man da Dinge ausprobieren”

(IP4, Pos. 9)



Nachhaltig orientierte Veranstaltungen in Zeiten von Corona

Zwischen Utopie und Utopie



Bild 4

Ausführliche Darstellung der Ergebnisse außerdem auch im Videoformat

**Vielen Dank für die
Aufmerksamkeit!**

Bildquellen

Bild 1: © 2020 ThisIsJulia Photography http://thisisjulia.de/portfolio/der-letzte-macht-das-licht-aus/?fbclid=IwAR3qUbDnMgrC5mQFBNIS_IStj84Pmj_hUCSZ2DYiaRvqHjk4kTUPfr-wcuA

Bild 2: eigene Darstellung

Bild 3: © 2020 ThisIsJulia Photography http://thisisjulia.de/portfolio/der-letzte-macht-das-licht-aus/?fbclid=IwAR3qUbDnMgrC5mQFBNIS_IStj84Pmj_hUCSZ2DYiaRvqHjk4kTUPfr-wcuA

Bild 4: eigene Darstellung
