

1. VERANSTALTUNGSORGANISATION	Seite 128
Von der Idee zum Konzept	Seite 129
Abschluss und Nachbereitung	Seite 133
2. BUDGETIERUNG VON VERANSTALTUNGEN	Seite 136
Tipps für die Erstellung eines Veranstaltungsbudgets	Seite 136
Finanzplan	Seite 136
Weitere Tipps	Seite 139
3. ÖFFENTLICHKEITSARBEIT FÜR GROSSVERANSTALTUNGEN	Seite 140
Persönliche Kontaktaufnahme / Pressekonferenz	Seite 140
Persönliche Betreuung der Medienvertreter und weitere Tipps	Seite 141
4. ABGABEN UND STEUERN	Seite 142
A.K.M.	Seite 142
Kriegsopferabgabe	Seite 143
5. VERANSTALTUNGSGESETZ – MELDUNGEN AN DIE BEHÖRDEN	Seite 144
6. JUGENDLICHE UND VERANSTALTUNGEN	Seite 147
Jugendschutzbestimmungen	Seite 148
7. ÖKOLOGISCHES BEWUSSTSEIN BEI VERANSTALTUNGEN	Seite 150
Bio – Regional – Saisonal – Fair	Seite 150
Abfälle vermeiden – verringern – entsorgen	Seite 151
Mobilität	Seite 152



# 1. Veranstaltungsorganisation

*„Ein Leben ohne Feste  
ist wie eine Reise ohne Gasthäuser.“  
Anonymus*

Veranstaltungen gehören bei den meisten Vereinen zum fixen Bestandteil des Vereinslebens. Sie wirken sich nicht nur auf die Finanzen aus, sie prägen auch maßgeblich die Vereinskultur und spielen eine wichtige Rolle als Kommunikationsinstrument (Werbung, Öffentlichkeitsarbeit).

Veranstaltungen eröffnen dem Verein die Chance, sich gegenüber den Mitgliedern, (neuen) Zielgruppen sowie Politik, Wirtschaft und Medien zu profilieren und die Anliegen und Leistungen in einem selbstbestimmten größeren oder kleineren Rahmen deutlich zu machen. Die Palette der verschiedenen Veranstaltungsformen, durch die sich der Verein nach innen und außen darstellt, ist breit und reicht von den Sitzungen der Gremien, Weihnachtsfeiern, Ausflügen über Wettkämpfe/Turniere bis zu Bällen, Sommer- oder Kinderfesten und Jubiläumsfeierlichkeiten.

Denken Sie daran: Was auch immer Sie „veranstalten“ – dieses Ereignis wird zur „Visitenkarte“ Ihres Vereins und ein Beweis Ihres hohen gesellschaftlichen Stellenwertes in Ihrem Ort. Und wie jede Aktivität haben auch Veranstaltungen Folgewirkungen:

#### VERANSTALTUNGEN ...

- ... haben Einfluss auf Ihr Image,
- ... wecken oder lähmen das Interesse an Ihrem Verein,
- ... sind maßgeblich bei der Gewinnung von neuen Mitgliedern, Partnern und Sponsoren
- ... stärken Identität und Solidarität der Vereinsmitglieder („Wir-Aktivitäten“ → „Wir-Gefühl“)
- ... reaktivieren passive Mitglieder.

Ihre Aktivitäten sollten daher einen dementsprechend nachhaltig positiven Eindruck hinterlassen. Bei der heutigen Konkurrenzsituation ist das gar nicht so einfach: Die Menschen möchten Zeit mit ihren Familien verbringen, es gibt ein breites Freizeitangebot, die Verlockungen von Computer, Kino, Fernsehen, ... und dann natürlich auch ein tägliches Überangebot verschiedenster anderer Veranstaltungen.

#### ZWEI LEITGEDANKEN, DIE SIE UNBEDINGT BERÜCKSICHTIGEN SOLLTEN:

1. Wenn Sie wahrgenommen werden wollen, müssen Sie etwas mehr bieten als die anderen und müssen dies auch kommunizieren.
2. Wenn Sie in guter Erinnerung bleiben wollen, dürfen Sie keine Fehler machen und müssen auf unvorhergesehene Vorkommnisse vorbereitet sein.

Entscheidend für den Erfolg ist daher neben Kreativität und Qualität auch die Professionalität. Wobei mit professionell nicht unbedingt gemeint ist, dass Sie teure externe Fachleute verpflichten sollen, sondern, dass mit den vorhandenen Mitteln (z.B. Mitgliedern) fachmännisch gearbeitet wird. Die Grundvoraussetzung dafür ist – individuell für jede Veranstaltung – ein klares inhaltliches, organisatorisches und finanzielles Konzept. Und: Um auch sicherzustellen, dass alle Arbeiten, die mit der Vorbereitung, Durchführung und Nachbereitung der Veranstaltung zusammenhängen, zuverlässig ausgeführt werden, ist es sinnvoll, ein kompetentes Vorbereitungsteam zu bilden und einen präzisen Zeitplan aufzustellen. Weiters sollten Sie Unklarheiten und inhaltliche Unsicherheiten bereits im Vorfeld besprechen. Sie belasten nicht nur die gesamte Planung und Durchführung der Veranstaltung, sondern mindern die inhaltlichen Ergebnisse bzw. können sie gänzlich in Frage stellen.

Kurz gesagt: Es kommt einiges auf Sie zu, wenn Sie eine Veranstaltung professionell zum Erfolg führen wollen. Fragen Sie sich daher, ob zur Erreichung des Zieles wirklich eine (große) Veranstaltung sinnvoll ist oder ob es auch Alternativen dazu gibt. Wägen Sie in jedem Fall im Vorfeld die Kosten (Finanzen, Mitarbeiter, Freiwillige) und den Nutzen ab. Aktivitäten in anderer Form, etwa eine kleine, aber feine Aktion, die gut überschaubar und mit den aktiven Vereinsmitgliedern leicht umzusetzen ist, ist in einen oder anderen Fall sinnvoller und bringt mehr.

Da ein klares, verbindliches Konzept maßgeblich für den Erfolg Ihrer Veranstaltung ist, haben wir in diesem Kapitel des Vereinshandbuches den Schwerpunkt auf die Basisarbeit (Konzeption) gelegt. Weitere wesentliche Informationen zu Bereichen, die für Veranstaltungen Ihres Vereins wichtig sind, beinhalten die nachfolgenden Kapitel.

*„Wer hohe Türme bauen will,  
muss lange beim Fundament  
verweilen.“*

*Josef Anton Bruckner*

## Von der Idee zum Konzept

Sie möchten eine Veranstaltung organisieren, haben diesbezüglich schon gute Ideen, einige besonders aktive Vereinsmitglieder um sich geschart und würden sich am liebsten gleich voller Elan in die Detailplanung stürzen. Ob es sich nun um eine einzelne Aktion, eine weitere Veranstaltung in Serie oder um das sich jährlich wiederholende Pfingstturnier handelt, vielleicht kann Ihnen die eine oder andere Information oder einer der Tipps auf den nachfolgenden Seiten helfen, um Ihren „Event“ (noch) erfolgreicher zu machen.

### **Einige grundlegende Gedanken, die wir der Planungsarbeit vorausschicken möchten:**

- Da größtenteils ehrenamtlich gearbeitet wird, muss man natürlich von anderen Planungszeiträumen ausgehen als im Berufsleben. Und: Je größer die Veranstaltung, desto frühzeitiger sollten Sie mit der Planung beginnen. Das heißt, ein bis eineinhalb Jahre vor dem vorgesehenen Termin sollten die ersten Gespräche geführt werden. Diese Zeit braucht es, damit das Ziel und die Ideen ausgereift sind und die Erfordernisse (Personen, Räumlichkeiten, finanzielle Mittel usw.) beschafft werden können.
- Nehmen Sie sich Zeit, werfen Sie einen Blick auf vergangene Veranstaltungen und profitieren Sie von den gemachten Erfahrungen. Was hat diese erfolgreich gemacht? Welche Höhepunkte gab es? In welchen Bereichen lagen Stolpersteine? Was sollte sich keinesfalls wiederholen?
- Was passiert in Ihrem Umfeld – welche Konkurrenzsituationen müssen berücksichtigt werden? Nicht nur viele ähnliche Veranstaltungen, Aktivitäten anderer Vereine oder des Verbandes, auch sonstige Alternativen wie z.B. andere Möglichkeiten der Freizeitbeschäftigung (etwa das Freibad im Sommer) bestimmen mit, wie sich Ihre Zielgruppen entscheiden werden.
- Selbst wenn Ihre Veranstaltung schon „traditionell“ geworden ist und sich die Abläufe und Inhalte (Termin, Ort, Programm) eingespielt haben – versuchen Sie, neue Wege zu gehen: Probieren Sie Alternativen! Vermeiden Sie es, alles so zu machen, wie Sie es „schon immer gemacht“ haben. Damit schaffen Sie einen guten Nährboden für Innovationen und motivieren das Vorbereitungsteam. Die Teilnehmer bzw. Besucher freuen sich über Überraschungen und Neuerungen. Diese regen an und können dem Verlauf eine ganz neue, unverhofft positive Richtung geben.

**Tipps:**

Albrecht, Veronika: Der Veranstaltungsplaner für Vereine, WRS Verlag Wirtschaft, Recht und Steuern. Planegg 2002

Anregungen und Hilfestellung für die Planung und Organisation von Veranstaltungen mit kommentierten Checklisten, Mustern und Aktionsideen sowie Musterverträge für Anmietungen, Sponsoren, Catering-Firmen usw. (inkl. CD-ROM).

Informationen, Tipps und Checklisten für die Planung verschiedenster Formen von Veranstaltungen:  
<http://www.wegweiser-buergergesellschaft.de/praxishilfen/veranstaltungsplanung>

Lohnende Informationen und Tipps zu Themen, die im Zusammenhang mit Veranstaltungen relevant sind – Öffentlichkeitsarbeit, Team- und Projektarbeit, Mitarbeiter motivieren und aktivieren, Kommunikation, Reden usw. – finden Sie im Kapitel „Vereinsleben“ des Handbuchs.

Für die Erarbeitung eines vollständigen Veranstaltungskonzeptes haben wir für Sie zwei Checklisten zusammengestellt, aus denen die organisatorische Reihenfolge und die konkreten Planungsschritte ersichtlich sind. Wir sind dabei von den Erfordernissen für eine größere Veranstaltung ausgegangen. Sie können die Listen an Ihre individuellen Gegebenheiten anpassen und für die Konzeption von Groß- wie auch Kleinveranstaltungen (vereinfacht) übernehmen.

In der ersten Checkliste sind die wichtigsten Fragen für Grundsatzentscheidungen zur Organisation enthalten, auf die dann die konkrete Planung der Veranstaltung aufgebaut werden kann. Je größer der Kreis ist, in dem Sie die einzelnen Punkte diskutieren und abklären, desto breiter und bunter wird das Ergebnis sein.

In der zweiten Checkliste werden die Grundsatzentscheidungen dann – im Organisationsteam – konkretisiert, die verschiedenen Pläne erarbeitet und Arbeitsgruppen gebildet.

*„Erfolgreich zu sein heißt,  
anders als die andern zu sein.“  
Woody Allen*

## Checkliste: Einzelne Schritte zur Planung

Warum machen wir eine Veranstaltung?	beispielsweise: - zur Finanzierung/Beschaffung von Mitteln - um den Verein bekannt zu machen - als Instrument der Öffentlichkeitsarbeit - um unser Image zu verbessern, richtigzustellen, ... - um neue Mitglieder zu gewinnen - als Zeichen des Dankes, der Wertschätzung, der Ehrung - um Unterstützung für bestimmte Anliegen (sozial, kulturell, politisch) zu bekommen - weil wir gerne feiern
Welches Ziel wollen wir mit der Veranstaltung erreichen?	Legen Sie ein Hauptziel – eventuell auch Unterziele – schriftlich fest. Berücksichtigen Sie dabei auch den Vereinszweck und das generelle Vereinsziel. Mit welchem Eindruck, mit welchen Gefühlen sollen denn die Besucher Ihrer Veranstaltung nach Hause gehen? Mehr zu Zielformulierung finden Sie auf Seite 51 im Kapitel „Vereinsleben/ Ziele formulieren“.
Wer ist/sind unsere Zielgruppe/n?	Wen möchten wir ansprechen? Wer soll teilnehmen? Versuchen Sie, diese möglichst genau zu beschreiben, dann können Sie „treffsicher“ auf deren spezielle Bedürfnisse und Wünsche eingehen. z.B. Mitglieder – Nichtmitglieder, aktiv – passiv im Verein, Geschlecht, Altersgruppe, gesellschaftliche Merkmale, ...
Welche Veranstaltungsformen sind attraktiv?	Diskutieren Sie Möglichkeiten, die auch zur Intention und zum Ziel passen. z.B. Wettkampf, Turnier, Kinder-/Familienfest, Tag der offenen Tür, Jubiläumsfest, Ehrenfeier, Kultur- oder Musikveranstaltung usw.
Wie erreichen wir, dass sich unsere Veranstaltung von anderen (dieser Art) abhebt?	Brainstorming, Kreativitätstechniken anwenden, Ideen sammeln usw.
Welche davon sind für Wiederholungen geeignet?	Je nach Ziel ist es oft besser, einzelne Veranstaltungen klein zu halten und dafür zu wiederholen.
Welche Möglichkeiten haben wir den Veranstaltungsort betreffend?	Gibt es vereinseigene Räumlichkeiten, müssen wir etwas anmieten, kann durch ein Mitglied eine Möglichkeit geboten werden, ...? Ideen für besondere Orte (z.B. im Freien oder in einem unüblichen Umfeld) sammeln. Alternativen – z.B. für Schlechtwetter – überlegen.
Erste Überlegungen zur Finanzierung der Veranstaltung.	Im Kapitel „Vereine und Finanzen/Geldquellen erschließen“ können Sie verschiedene Möglichkeiten der Finanzierung nachlesen (ab Seite 193).
Für welche Veranstaltungen gibt es Förderungen durch den Dachverband, die Kommune, das Land?	Recherchen in diese Richtung machen sich meistens bezahlt. Mehr zu Förderungen ab Seite 193 im Kapitel „Vereine und Finanzen/Geldquellen erschließen/Förderungen“.
Wer könnte Partner, Unterstützer der Veranstaltung sein?	Prüfen Sie auch Kooperations-Möglichkeiten – z.B. Bewirtung durch Gourmet-Club, Kinderbetreuung durch das Team des örtlichen Kindergartens usw. Werbewirksam ist auch immer, wenn Sie Prominente für den Besuch bzw. die Teilnahme gewinnen können. Mehr zu Kooperationen ab Seite 106 im Kapitel „Vereinsleben“.
Mit welchen Personen können wir konkret planen? Wer übernimmt die Gesamt-/Teilverantwortungen	Planungsgruppe/Organisationsteam, Projektleiter/Koordinator. Überlegen Sie sich, ob es sinnvoll ist, eventuell auch externe Professionalisten (Projektmanager, Moderatoren, Event-Agentur, ...) beizuziehen bzw. zu beauftragen.
für das Projekt? Sichern Sie sich Bereitschaft, Motivation und Zustimmung!	Bevor Sie die nächsten Schritte machen, klären Sie in Ihrem Verein verbindlich ab, ob die Veranstaltung tatsächlich – mit den bisher besprochenen Möglichkeiten und Erfordernissen – durchgeführt werden soll und vom Großteil, besser von allen, mitgetragen wird. Es ist auch noch nicht zu spät für Alternativen!
Organisationsteam bilden.	Bilden Sie ein überschaubares Gremium: Wenn es zu wenige sind, wird es z.B. bei Ausfällen, Vertretungen eng; wenn es zu viele sind, fühlt sich zum Schluss keiner zuständig bzw. verantwortlich.

### Checkliste: Konzeption der Veranstaltung im Organisationsteam

Veranstaltungsart festlegen (Das können Sie natürlich auch in einer größeren Gruppe entscheiden – siehe oben.)	Legen Sie sich auf Grund der Ergebnisse der vorangegangenen Diskussionen fest (siehe oben). Entscheidende Kriterien sind die Umsetzbarkeit (Ressourcen) und die Erfolgsaussichten.
Ort der Veranstaltung und Termin fixieren	Klären Sie unbedingt vorher ab, welche Veranstaltungen im Ort, in der Region etc. schon geplant sind. Berücksichtigen Sie bei der Wahl des Ortes auch die Möglichkeiten zur Dekoration, Beleuchtung usw. Motto festlegen, Zeit, Dauer, Programmpunkte und -ablauf
Feinplanung des Programms  <ul style="list-style-type: none"> <li>• Aktivitätenplan</li> <li>• Ressourcenplan</li> <li>• Finanzplan (Budget)</li> </ul> (Bei kleineren Veranstaltungen können die ersten beiden bzw. alle drei Pläne in einem zusammengefasst werden.)	Ehrengäste, Ehrengast, Reden, Ansprachen, ... Wodurch und wie können Sie Ihre Zielgruppe dazu bringen, sich mit dem Thema auseinanderzusetzen? – z.B. Quiz, Gewinnspiel, ... Mehr dazu können Sie in den einzelnen Kapiteln des Abschnittes „Vereinsleben“ (Ehrengäste, Ehrengast, Reden, ...) nachlesen. <ul style="list-style-type: none"> <li>• Welche einzelnen Aufgaben sind bis wann zu erledigen? Wer macht was?</li> <li>• Was braucht es insgesamt an Helfern, Infrastruktur usw.?</li> <li>• Mit welchen Einnahmen kann gerechnet werden, welche Kosten fallen an, wie wird die Veranstaltung finanziert?</li> </ul> Eine Finanzplanung sollte für jede Veranstaltung, ungeachtet der Größe, gemacht werden! Mehr dazu im Kapitel „Budgetierung von Veranstaltungen“ ab Seite 136.
Arbeitsgruppen bilden	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Welche Bereiche lassen sich in Arbeitsgruppen zusammenfassen?</li> <li>• Orientieren Sie sich an der Feinplanung des Programms und ordnen Sie alle konkreten Aufgaben den einzelnen Arbeitsgruppen zu (schriftlich).</li> <li>• Stellen Sie kleinere, engagierte Teams mit ausreichenden Zeitressourcen zusammen.</li> <li>• Achten Sie darauf, dass sich die Personen für die jeweiligen Aufgaben eignen und schon Wissen und Erfahrung mitbringen.</li> <li>• Wenn ein Mitglied in der Arbeitsgruppe gleichzeitig auch Mitglied des Organisationsteams ist, kann der Kommunikationsaufwand zwischen den Gruppen vermindert und der Informationsfluss gesichert werden.</li> </ul> Beispiele von Arbeitsgruppen: Finanzen/Mittelbeschaffung/Behörden, Verpflegung, Kinderbetreuung, Turnier-/Wettkampfororganisation, Werbung/Öffentlichkeitsarbeit, Aufbau/Abbau, ...
Umsetzungsplanung – Zeitplan	Fassen Sie die Daten der verschiedenen Feinplanungen (Aktivitäten, Ressourcen, Finanzen) in einem zeitlichen Ablaufplan zusammen. Ausgangspunkt ist der Veranstaltungstermin, von dem aus sämtliche Vorgänge zurückgerechnet, in zeitlicher Dauer festgelegt und terminiert werden. Rechnen Sie Pufferzeiten, zusätzlich auch für Unvorhergesehenes (Verzögerungen, Ausfälle etc.) ein. Vergessen Sie auch nicht, die Abschlussarbeiten (Aufräumen, Rückgabe von Mobiliar usw.) zu organisieren. <p>Noch mehr „Planung“ – wozu?</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Damit alle Einzelheiten reibungslos ablaufen, muss man sich von vornherein darüber klar sein, wann jede einzelne Vorarbeit einzuleiten ist.</li> <li>• Ein übersichtlicher Zeitplan lässt auf den ersten Blick Terminüberschneidungen und Mehrfachbesetzungen von Mitgliedern erkennen.</li> <li>• Mit einer vollständigen, realistischen Aufstellung legen Sie sich eine „Datenbank“ an, die Ihren Kopf entlastet und Sie auf nichts vergessen lässt. Sie brauchen nur auf die Umsetzung der einzelnen Schritte zu achten bzw. diese auch zu kontrollieren (Aufgabe der Projektleitung).</li> </ul>
Änderungen – Anpassungen	Mitunter gibt es neue Erkenntnisse, geänderte Voraussetzungen oder Einflüsse von außen, auf Grund derer man Änderungen vornehmen muss. Vergessen Sie in einem solchen Falle nicht, auch die damit zusammenhängenden Konzepte und Planungen (das Grundkonzept, die verschiedenen Feinplanungen, den Umsetzungs-/Zeitplan, ...) entsprechend zu adaptieren und die Beteiligten zu informieren.

## \* Methoden zur Ideenfindung

### BRAINSTORMING:

- Thema wird visualisiert (auf Tafel, Flipchart).
- Regeln (bekannt geben):  
Jede Idee ist O.K., egal wie phantastisch oder abwegig.  
Quantität kommt vor Qualität.  
Spaß und Humor sind erlaubt.  
Keine Kritik.  
Eins gibt das andere – von den Ideen anderer inspirieren lassen.
- Sammlung spontaner Ideen (auf Tafel, Flipchart oder Kärtchen schreiben – auch über Zuruf).

### IDEEN-KARUSSELL (KLEINERE GRUPPEN):

- Das Thema – eventuell unterteilt auf verschiedene Bereiche – wird auf mehreren Zetteln (so viele wie Personen anwesend sind) notiert.
- In einer bestimmten Zeit (z.B. 3 bis 5 Minuten) schreiben die einzelnen Teilnehmer ihre Ideen dazu auf.
- Nach Ablauf der Zeit werden sie im Kreis weitergereicht.
- Alle Teilnehmer lesen nun die Ideensammlung der anderen und ergänzen diese mit neuen Ideen.
- Nach mehrmaligem Umlauf werden die Blätter eingesammelt, für alle vervielfältigt oder z.B. über einen Overhead visualisiert.
- Die einzelnen Punkte werden diskutiert, auf die Realisierung hin überprüft, eventuell bewertet und das weitere Vorgehen besprochen.

*„Mich deucht,  
das Größt bei einem Fest ist,  
wenn man sich's  
wohlschmecken läßt.“  
Johann Wolfgang von Goethe*

## Abschluss und Nachbereitung

Beim Ausklang einer Veranstaltung trifft man meistens auf sehr müde, oftmals auch glückliche und zufriedene Organisatoren und Helfer. Obwohl in der Regel schon ziemlich „ausgelaugt“, möchten sie „abschließen“ und erledigen die Aufräumarbeiten, um möglichst rasch wieder den ursprünglichen Zustand herzustellen und allfällige Schäden und Verluste noch vor Ort zu klären. Aber damit ist es noch nicht getan: Für einen sauberen Abschluss braucht es noch die Abrechnung, eventuell Öffentlichkeitsarbeit, eine Nachbetrachtung und natürlich auch ein Dankeschön. Mit diesen letzten Bausteinen der Veranstaltungsorganisation schaffen Sie gleichzeitig auch das Fundament für den nächsten „Event“ Ihres Vereins.

### Abrechnung

Der „Finanzchef“ verschafft sich gleich nach Beendigung der Veranstaltung einen ersten Überblick über die finanzielle Situation. Zu berücksichtigen sind verbleibende Außenstände (Honorare, Mieten, Schäden, Ersatz von Verlusten, ...), Barkassen und offene Rechnungen. Die konkrete Schlussabrechnung sollte möglichst rasch gemacht werden. Diese zeigt, wie genau die Finanzplanung angesetzt wurde und welche Verschiebungen der Kosten es gibt. Sollten sich Fehlplanungen zeigen, finden Sie die Ursachen heraus und dokumentieren Sie diese für nachfolgende Veranstaltungen.

Die Mitglieder des Organisationsteams, der Vorstand und bei Förderungen die auszahlende Stelle sollten eine Kopie der Abrechnung erhalten; zumindest das Endergebnis sollte allen Mitgliedern des Vereins mitgeteilt werden.

### Öffentlichkeitsarbeit

Im Anschluss an die Veranstaltung sollten Sie die wichtigsten Ergebnisse und Ereignisse noch einmal in einer knappen, zündenden Abschluss-Pressemitteilung zusammenfassen und einige gelungene „Schnappschüsse“ beilegen. Geben Sie bei dieser Gelegenheit auch einen kurzen Ausblick auf künftige Vorhaben Ihres Vereins. Wenn in einer der von Ihnen kontak-

tierten Redaktionen niemand für Ihre Veranstaltung abkömmlich war, kann es trotzdem sein, dass ein Bericht veröffentlicht wird.

Vergessen Sie auch den Pressespiegel (siehe Seite 91) nicht, eine Sammlung sämtlicher veröffentlichter Artikel zur Veranstaltung, die Sie an Sponsoren, Förderstellen, Archive und interessierte Mitglieder verteilen können.

Mitunter ist es sinnvoll, die Veranstaltung in Form einer Zeitung oder Broschüre zusammenzufassen und nochmals an die Öffentlichkeit zu bringen.

### **Nachbetrachtung – Auswertung – Dokumentation**

Wenn die Schlussabrechnung vorliegt, circa ein bis zwei Wochen nach der Veranstaltung, trifft sich das Organisationsteam zu einer Nachbesprechung. Ziehen Sie Bilanz und klären Sie, was gut und was schlecht war. Am einfachsten ist es, wenn Sie in einer +/-Liste alle wesentlichen positiven und negativen Ergebnisse zusammenfassen bzw. diese gleich in Ihren Plänen und Listen vermerken. Hilfreich für die nächste Veranstaltung wäre ein „Pannenprotokoll“ und das Aufbewahren von sämtlichen Arbeitsunterlagen, Plänen, Adressen, Notizen, Formularen usw. Vervollständigen und überarbeiten Sie alle verwendeten Checklisten und machen Sie Anmerkungen, was das nächste Mal zusätzlich berücksichtigt oder geändert werden muss.

#### CHECKLISTE FÜR DIE NACHBESPRECHUNG:

- Haben wir unsere Ziele erreicht?
- Sind wir unserer Idee / Philosophie treu geblieben?
- Welche generellen Stärken und Schwächen gab es bei der Ausführung?
- Wie war das Klima im Organisationsteam und in den einzelnen Arbeitsgruppen?
- Waren die Kompetenzen ausreichend klar verteilt?
- Gab es Schwachstellen in der Organisation? Waren diese von außen erkennbar?
- Wurden bei der Planung alle Aufgaben berücksichtigt? Welche haben gefehlt?
- War die Beschreibung, Zuordnung und Verteilung der Aufgaben für alle klar?
- War die zeitliche und personelle Planung realistisch, umsetz- und zumutbar?
- Welche Abweichungen gab es bei den einzelnen Plänen?
- Gab es finanzielle Probleme oder Engpässe?
- Wie zufrieden sind die Mitarbeiter mit dem Ergebnis?
- Was waren im nachhinein betrachtet die entscheidenden Erfolgsfaktoren?
- Was sollte beim nächsten Mal in jedem Fall vermieden werden?
- Wer ist beim nächsten Mal wieder dabei?

Waren bei der Veranstaltung Partner und Sponsoren beteiligt, sollten für diese eigene Dokumentationsmappen zusammengestellt werden. Füllen Sie diese mit sämtlichen verwendeten Drucksorten, Presseberichten, Werbematerialien und Fotos, auf denen deren Engagement sichtbar ist, wie z.B. Bilder von der Bandenwerbung, Dekoration oder den Helfern im T-Shirt mit dem Logo des Sponsors. Ganz obenhin legen Sie ein Dankschreiben. Noch besser ist es, wenn Sie die Dokumentation persönlich überreichen und sich für die Zusammenarbeit bedanken oder Ihre Partner zu einer Dankesfeier einladen.

Natürlich sollte alles auch für das Vereinsarchiv gesammelt und aufbereitet werden. Dazu gehören die bereits erwähnten Materialien und Berichte, viele, viele Fotos, die Gästeliste, Videoaufzeichnungen, Medienberichte usw. Mehr dazu können Sie im Kapitel „Vereinsleben“ nachlesen, unter „Vereinsdokumentation – ‚Chronik‘ des Vereins“ haben wir uns bereits diesem Thema gewidmet.

## **Danke sagen**

Last but not least – eines der wichtigsten Elemente der Nachbereitung: Ein herzliches Dankeschön an alle Beteiligten – Mitarbeiter, Helfer, Teilnehmer, Ehrengäste, Künstler, Sponsoren, Medienvertreter usw. Das können Sie in Form eines Dankschreibens, eines Zeitungsinserates, einer Einladung zum Essen, einem kleinen Umtrunk oder dergleichen.

Speziell für die vielen ehrenamtlich Mitwirkenden ist eine sogenannte „Helferparty“ ein sehr gern angenommenes Zeichen der Dankbarkeit und der Wertschätzung. Sie können den Kreis der Gäste auch auf die Partner und/oder Familienmitglieder ausweiten und die Gelegenheit nutzen, besonders engagierte Mitarbeiter öffentlich zu loben und Geschenke zu verteilen (Fotos von der Veranstaltung, Bücher, Gutscheine usw.) Damit motivieren Sie für weitere Projekte.

Wenn jedoch Ihr Bedarf am „Veranstalten“ für den Moment gedeckt ist, so reicht auch ein Gläschen Prosecco oder ein herzlicher Händedruck – ein Abschlussritual sollte jedoch in jedem Fall sein!

## 2. Budgetierung von Veranstaltungen

Bei jeder Veranstaltung gibt es mehr oder weniger hohe Geldbeträge zu verwalten. Damit ein böses Erwachen bei der Schlussabrechnung einer Veranstaltung ausbleibt, ist es notwendig, die Finanzen schon im Vorfeld realistisch zu planen. Damit können Sie sich frühzeitig die Finanzierung sichern, Entwicklungen mitverfolgen und bei Bedarf rechtzeitig einschreiten. „Bestellen“ Sie bei größeren Veranstaltungen einen eigenen, kompetenten Finanzchef, der auch Mitglied des Organisationskomitees und somit an der Quelle der Informationen ist.

### Tipps für die Erstellung eines Veranstaltungsbudgets

- Setzen Sie die einzelnen Einnahmen und Ausgaben möglichst realistisch an. Als erste Grundlage können Sie Abrechnungen vergangener Veranstaltungen heranziehen. Holen Sie verschiedene Angebote ein, und fragen Sie bei kompetenten Stellen nach Erfahrungswerten (andere Vereine, Veranstalter etc.).
- Ein Finanzpolster von circa 10 – 20 % verschafft Ihnen „Luft“ für eventuelle Teuerungen, unvorhergesehene Kosten oder verminderte Erlöse.
- Kalkulieren Sie als Erstes die voraussichtlichen Einnahmen und danach die Kosten. Letztere können Sie dann dem potentiellen Erlös anpassen.
- Zuschüsse und Fördergelder werden oft erst kurz vor der Veranstaltung oder im ungünstigsten Fall erst bei Vorliegen einer Schlussabrechnung ausbezahlt. Beziehen Sie daher in die Kalkulation den tatsächlichen Eingang der Gelder mit ein. Speziell bei Großveranstaltungen zieht sich die Planung, Vorbereitung und Umsetzung über längere Zeiträume hin. Wir empfehlen Ihnen daher, einen Liquiditätsplan mit monatlichen Einnahmen und Ausgaben aufzustellen. Sie können dann zeitlich befristete Engpässe oder Überschüsse entsprechend ausgleichen.
- Vergessen Sie nicht auf Abgaben und steuerliche Folgen – sprechen Sie sich diesbezüglich auch mit Fachleuten ab (Behörden, Steuerberater, Bilanz-/Buchhalter).

### Finanzplan

In den nachfolgenden Ein- und Ausgabenlisten haben wir die wichtigsten Positionen zusammengestellt, die bei der Finanzplanung einer größeren Veranstaltung relevant sind. Wenn Sie sich auch die voraussichtlichen Termine der Zahlungen mitnotieren, können Sie daraus ableiten, wie „flüssig“ Sie zu welchem Zeitpunkt sind (Liquidität → Liquiditätsplan). Beachten Sie auch die zusätzlichen Anmerkungen und Beispiele dazu.



<b>Einnahmen</b>	Anmerkungen/Beispiele	<b>Betrag</b> angenommen	EINGANG	BETRAG tatsächlich	<b>Anmerkung</b>
Teilnehmerbeiträge Startgelder Eintrittsgelder	Angemessene Preise und realistische Besucher, Teilnehmer- bzw. Zuschauerzahlen festlegen, auch Unsicherheitsfaktoren wie z.B. Schlechtwetter und Ausfälle berücksichtigen	2.000 € 40 Teams à 50 €	KW 19-27		
Förderungen	Land Vorarlberg Gemeinde	2.000 € 1.000 €	KW 30 KW 27		
Sponsoren	Hauptsponsor à 2.000 € 3 Nebensponsoren à 500 €	3.500 €	KW 15		
Sonstige Zuwendungen	Verband, Stiftungen, Spenden, ... Fachverband	1.000 €	KW 16		
Bewirtung	120 Spieler à 10 € 150 Zuschauer à 7 €	1.200 € 1.050 €	KW 27		
Sonstige Verkäufe	Programmhefte, Festschriften, Fan-Artikel, Aufkleber, Flohmarkt, Selbstgebasteltes, ...				
Gewinnspiel	Lotterien, Tombolas, Wettbewerbe, ... 100 Lose à 1 €	100 €	KW 27		
Inserate Transparente TV-Gelder	Bezahlte Anzeigen im Programmheft, Festschrift, ...				
Mitgliedsbeiträge	z.B. wenn ein Teil der Mitgliedsbeiträge fix auf die Veranstaltung umgerechnet wird				
Sonstiges					
<b>Einnahmen gesamt</b>					

<b>Ausgaben</b>	Anmerkungen/Beispiele	<b>Betrag</b> angenommen	EINGANG	BETRAG tatsächlich	<b>Anmerkung</b>
<b>Organisationskosten</b> Personalkosten Kosten für Externe Verwaltungskosten	Honorare, Spesen, ... Mitarbeiter: Anrechnung der geleisteten Arbeitsstunden auf die Projektorganisation, Projektleitung, Event-Agentur u.Ä. Dolmetscher, Sonstiges, Telefon, Kopien, Porto, Büromaterial, ...				
<b>Werbung und Öffentlichkeitsarbeit</b> Drucksorten, Grafik, Zeitungsinserate, Radio-/TV-Spots, Medienkooperation, Einladung, Presse, Transparente, Banner, Begrüßungsgeschenke, Versandkosten	Einladungen, Programmhefte, Plakate, Eintrittskarten, Pressemappen, Veranstaltungsmappen/-unterlagen, ...				
<b>Infrastruktur</b> Mieten, Anschaffungen, Technik, Beschilderung, Beflagung, Dekoration, Fuhrpark/Transport, Absperrungen, Strom, Wasser, Müllentsorgung, Reinigung	Räumlichkeiten, Zelte, Bestuhlung, Bühne, technische Ausstattung, Toilettenwagen, Geräte, Pflanzen, Geschirrverleih, Marktstände, ... spezielle Dinge, die bei der Veranstaltung benötigt und extra angeschafft werden müssen				
<b>Personalkosten</b> Mitarbeiter, Helfer, Aushilfskräfte, Sicherheitsdienst, Feuerwehr, Rettung, Polizei, Gendarmerie, Techniker, Beschallung, Jurymitglieder, Schiedsrichter	Auch Verpflegungs-, Unterbringungs- und eventuelle Reisekosten sowie Aufwandsentschädigungen mit einrechnen				
<b>Programm</b>	Honorare für Aufbau, Musiker, Künstler, Musikanlage, Bühne, Licht, Sonstiges, ...				
<b>Preise</b>	Urkunden, Pokale, Sachpreise, ...				
<b>Bewirtung</b>	Ankauf von Lebensmitteln, Getränken, Servietten, ...				
<b>Reise-, Unterbringungs- u. Verpflegungskosten</b>	für spezielle Gäste oder wenn z.B. der Veranstalter für die Unterbringung und Verpflegung der Teilnehmer aufkommen muss				
<b>Abgaben</b>	A.K.M., Kriegsopferabgabe, Gemeindeabgaben, ...				
<b>Steuern</b>	Vergnügungssteuer, eventl. Umsatzsteuer, ...				
<b>Versicherung</b>	Spezielle Versicherungen, die nur für die Veranstaltung abgeschlossen werden				
<b>Sonstiges</b>	Fotos, Trinkgelder, Kleinmaterial				
<b>Ausgaben gesamt</b>					

## Weitere Tipps

- Behalten Sie während der gesamten Zeit der Planung, Vorbereitung und Durchführung der Veranstaltung die veranschlagten und tatsächlich entstandenen Kosten und Einnahmen genauestens im Auge!
- Optimal ist es, wenn die Ausgaben und Einnahmen in Verbindung mit dem Kostenvoranschlag so abgewickelt werden, dass in jedem Augenblick über Eingänge, Barbestände, Außenstände und Verpflichtungen ein vollständiger Überblick möglich ist.

Die Arbeit der für die Finanzen verantwortlichen Person(en) ist natürlich mit der Erstellung des Budgets nicht beendet. Neben den üblichen Finanzgeschäften, wie der Abwicklung der Zahlungen, Organisation der Barkassen oder Gesprächen mit der Bank, ist während der Umsetzungsphase ein genaues Kostencontrolling notwendig, um den Überblick zu behalten. Zu letzterem gehören laufende Soll-Ist Vergleiche (was haben wir veranschlagt, wie viel wurde tatsächlich ausgegeben/eingenommen?) und entsprechendes Reagieren bei größeren Kostenverschiebungen bzw. Unklarheiten. Am Ende der Veranstaltung muss eine Schlussabrechnung gemacht werden (siehe dazu Seite 133/Kapitel „Nachbereitung“). Weitere Aufgaben: Falls notwendig die Regelung der Vorfinanzierung und die Finanzierung der Veranstaltung generell sicherstellen (Siehe dazu Seite 193/„Geldquellen erschließen: Förderungen, Sponsoren etc.“).

## 3. Öffentlichkeitsarbeit für Großveranstaltungen

Der Erfolg einer Veranstaltung und die nachhaltige Wirkung bei den Besuchern und in der Öffentlichkeit wird von einer gelungenen Presse- und Öffentlichkeitsarbeit mitgeprägt, deren Intensität auf die Größe und Bedeutung der Veranstaltung abgestimmt sein sollte. Es gilt derselbe Grundsatz wie bei der Planung der Veranstaltung: Frühzeitig ein grundlegendes, klares Konzept erarbeiten und schon im Vorfeld der Veranstaltung aktiv werden!

Grundsätzliches zur Öffentlichkeitsarbeit, verschiedene Möglichkeiten für Information und Werbung, Tipps zu Medien- und Pressearbeit sowie Checklisten für die Planung haben wir für Sie ausführlich im Kapitel „Vereinsleben/Öffentlichkeitsarbeit“ des Handbuchs zusammengestellt.

Was Sie speziell bei der Pressearbeit für Großveranstaltungen beachten müssen, erfahren Sie im folgenden Abschnitt:

### Persönliche Kontaktaufnahme / Pressekonferenz

- Das A und O einer gelungenen Öffentlichkeitsarbeit sind gute Beziehungen zu den Medien. Am wirkungsvollsten ist das persönliche Gespräch mit den Redakteuren.
- Wenn Sie beabsichtigen, im Vorfeld eine Pressekonferenz zu veranstalten, überlegen Sie sich, ob das, was Sie zu sagen haben, wichtig oder „brandaktuell“ ist und die Öffentlichkeit wirklich interessiert. Pressekonferenzen während und im Anschluss an die Veranstaltung sind nur zu empfehlen, wenn es Top-Informationen (z.B. bei Sportveranstaltungen) gibt. Journalisten machen die Entscheidung für ihre Teilnahme davon abhängig, ob der Informationswert in einem guten Verhältnis zur aufgewendeten Zeit steht. Daher ist eine Presseausendung in vielen Fällen besser, als bei einer Pressekonferenz vor leeren Stühlen zu sitzen.
- Wenn Sie sich dennoch für eine Pressekonferenz entschieden haben, sorgen Sie dafür, dass die wichtigen Entscheidungsträger da sind, versuchen Sie einen prominenten Fürsprecher oder eine Fürsprecherin einzubinden, und bereiten Sie einen kleinen Imbiss vor. Im Übrigen sind der Kreativität keine Grenzen gesetzt.
- Sprechen Sie den Termin für eine Pressekonferenz vorher mit der Landespressestelle im Amt der Vorarlberger Landesregierung (Tel. 05574/511-20135, e-mail: presse@vorarlberg.at) ab. Diese hat die Koordination aller Pressekonferenzen in Vorarlberg übernommen und vergibt Termine im Halb-Stunden-Rhythmus. Sollte an Ihrem Wunschtermin schon eine andere Pressekonferenz angemeldet sein, weichen Sie auf einen anderen Termin aus. In einer Information der Landespressestelle heißt es, dass nicht koordinierte Termine von den Vorarlberger Medien nachrangig oder im Extremfall gar nicht berücksichtigt werden.
- Etwa 2 bis 3 Wochen vor der Veranstaltung sollten Sie Ihre Bemühungen für die Bekanntmachung der Veranstaltung und die Gewinnung von Teilnehmern intensivieren: Vorinformation an die Fachpresse, Tagespresse, an Rundfunk und Fernsehen. Informieren Sie die Ansprechpartner/innen in den Redaktionen persönlich über die Zielsetzung der Veranstaltung, genaue Termine, Inhalt und Ablauf des Programms, Teilnehmer, Prominente (Teilnehmer, Besucher) usw. Verstärkung der Werbeaktivitäten (Plakate, Flugzettel, Inserate etc.).
- Circa 2 bis 3 Tage vor der Veranstaltung wird der Kontakt zu den Presseleuten nochmals aufgefrischt.
- Bei größeren Veranstaltungen sind auch die Medien der Nachbarländer interessiert; bei internationalen Veranstaltungen sollten Sie Kontakte und gute Beziehungen zu Presseagenturen und ausländischen Presseleuten aufbauen und pflegen.



## Persönliche Betreuung der Medienvertreter und weitere Tipps

- Die kostenlose und rechtzeitige Ausgabe von Pressekarten, das Reservieren spezieller Plätze und die freie Verpflegung sind selbstverständlich.
- **Akkreditierung von Journalisten:**  
Bei größeren Veranstaltungen werden an Journalisten Akkreditierungsunterlagen versendet. Diese beinhalten: Informationen zur Veranstaltung, Beschreibung der angebotenen Infrastruktur, Anmeldeformular und Anmeldeschluss. Die angemeldeten Journalisten erhalten einen Ausweis, durch dessen Vorzeigen sie eine Zutrittskarte erhalten und die angebotene Infrastruktur (z.B. Presseraum, Kabinen) nützen können. Bei nicht so großen Veranstaltungen reicht in der Regel der Presseausweis.
- **Presseunterlagen:**  
Dazu gehören Presstexte (Aussendungen), sämtliche die Veranstaltung betreffenden Drucksorten – auch Vorabdrucke sind möglich (Einladung, Programm, Zeitung etc.), Kontaktperson im Verein (Pressesprecher), Vor- und Hintergrundinformationen, Fotos, Teilnehmerliste, Prominentenliste, ...
- **Pressestelle/Presseraum:**  
Bei größeren Veranstaltungen von öffentlichem Interesse sollten Sie eine Pressestelle einrichten. Der Öffentlichkeitsarbeiter (Pressesprecher) oder ein Mitarbeiter des Organisationsteams hält den Kontakt mit den Printmedien, freien Journalisten, Rundfunk und Fernsehen, Agenturen usw. Dieser sollte stets erreichbar sein, für Fragen und Interviews zur Verfügung stehen und bei allfälligen Wünschen behilflich sein.  
  
Der Presseraum sollte zentral, gut zugänglich, abschließbar und wetterunabhängig (warm) sein. Wenn es die Räumlichkeiten zulassen und die Größe der Veranstaltung es erforderlich macht, sollten Sie auch verschiedene Arbeitsplätze, ein Presse-Corner und ein Podium für allfällige Pressekonferenzen einrichten. Kopiermöglichkeiten, Computer, Telefon-, Internet- und Faxanschlüsse samt eines abrufbereiten technischen Betreuers sind selbstverständlich. Fotografen benötigen Schließfächer.
- **Infodesk:**  
Sämtliches verfügbares Material (Drucksachen, Bilder etc.) sollte möglichst übersichtlich aufliegen. Wenn Sie im Presseraum Anschläge anbringen, aus denen zu ersehen ist, welche Veranstaltungen stattfinden, welches Material und welche Berichte ausgegeben werden, wo weiteres wichtiges Material zu erhalten ist usw., können Sie den Presseleuten einige ihrer Fragen ersparen. Sie können die Informationen auch übersichtlich in einem Orientierungsblatt zusammenfassen.
- **Rundfunk- und Fernsehinterviews** mit prominenten Persönlichkeiten der Veranstaltung sind von besonderer Werbewirkung. Es gehört mit zu den Aufgaben des Presseverantwortlichen, dafür zu sorgen, dass solche Interviews auch gemacht werden (können).
- Vereinbaren Sie mit den **Pressefotografen/-innen und Fernsighteamen** schon vorher, wann und von welcher Stelle sie aufnehmen. Für die Gratwanderung zwischen dem Bedürfnis nach Öffentlichkeit und dem Wunsch, einen einigermaßen ungestörten Veranstaltungsablauf zu haben, braucht es ein gewisses Maß an Fingerspitzengefühl.

## 4. Abgaben und Steuern

Das einen Verein „nach außen vertretende Organ“ - in den meisten Fällen der Vorstand - hat auf Grund gesetzlicher Regelungen die Verpflichtung, alle Umstände für eine Abgabepflicht anzuzeigen, offenzulegen und wahrheitsgemäß zu erklären. Davon sind natürlich auch Veranstaltungen betroffen. Vergessen Sie daher nicht auf die Abgaben und andere, steuerliche Aspekte. Lassen Sie sich diesbezüglich in jedem Einzelfall von Fachleuten beraten!

Im Kapitel „Vereine und Finanzen“ haben wir für Sie das Wichtigste zum Einstieg in die doch recht komplizierte Materie zusammengestellt. Ab Seite 160 im Kapitel „Beispiele für Vereinstätigkeiten“ ist eine Übersicht verschiedener wirtschaftlicher Aktivitäten mit Informationen zu den jeweiligen Steuerpflichten. Wenn Sie beispielsweise ein großes Fest veranstalten, das den Interessenskreis eines Vereins weit übersteigt (z.B. wenn mehr als die doppelte Anzahl der Mitglieder teilnehmen), werden Sie körperschafts- und umsatzsteuerpflichtig. Im Bereich der Abgaben ist auf unterschiedliche Bestimmungen in den Städten und Gemeinden zu achten. Mit dem „Fall“ der Getränkesteuer und der nur noch auf wenige Kommunen reduzierten Einhebung der Vergnügungssteuer gibt es kaum mehr Abgaben zu entrichten. Auf die wohl bekannteste, die nahezu bei jeder Veranstaltung zu entrichten ist – die A.K.M. – und die Kriegsofopferabgabe gehen wir im nächsten Abschnitt näher ein.

### A.K.M.

Die drei Buchstaben stehen für „Autoren, Komponisten, Musikverleger“. Sie stehen gleichzeitig auch für die Gesellschaft, zu der sich diese zusammengeschlossen haben.

Wer Musik außerhalb des privaten Bereiches anbietet, braucht dafür eine „Lizenz“. Dahinter stehen die Bestimmungen des Urheberrechtes, die besagen, dass jeder Urheber das Recht hat, über sein Werk (geistiges Eigentum) und dessen Nutzung (Verwertung) frei zu verfügen. Ein Musik- oder Sprachwerk kann auf verschiedene Arten genutzt werden: Öffentliche Aufführung, Sendung, Vervielfältigung und Verbreitung. Der Urheber lebt von der Nutzung seiner Werke durch Dritte (Veranstalter, Rundfunkanstalten, Tonträgerhersteller usw.). Wer ein musikalisches oder literarisches Werk nutzt, z.B. öffentlich aufführt, muss vorher eine Nutzungsbewilligung (Lizenz) erwerben und über die A.K.M. den Urhebern ein angemessenes Entgelt bezahlen. Das gilt auch für interne Veranstaltungen eines Vereins (z.B. Jahreshauptversammlung), bei der die Mitglieder selbst Musik machen. In Österreich ist die zentrale Anlaufstelle die „Gesellschaft der Autoren, Komponisten und Musikverleger“. Für Veranstaltungen in Vorarlberg ist die Geschäftsstelle Bregenz zuständig, bei der Sie sich direkt informieren sollten.

Für Anmeldungen, Tarifauskünfte und weitere Informationen (A.K.M. Fibeln) können Sie sich an die Vorarlberger Geschäftsstelle wenden: A.K.M., 6900 Bregenz, Klostersgasse 7  
Postfach 105, Tel. 050717/18588, e-mail: [gest.bregenz@akm.co.at](mailto:gest.bregenz@akm.co.at), <http://www.akm.co.at>

## Das Wichtigste zusammengefasst:

- Einzelveranstaltungen – Konzerte, Bälle, Zeltfeste, Fröhschoppen etc. – müssen spätestens drei Tage (Eingang A.K.M.) vor der Veranstaltung bei der Geschäftsstelle angemeldet werden. Anmeldekarten bekommen Sie im Gemeindeamt, werden von der A.K.M. zugesandt oder stehen online über das Internet zur Verfügung.
- Die Nutzungsentgelte hängen von verschiedenen Faktoren ab. Bei Einzelveranstaltungen sind der Fassungsraum und der durchschnittliche Eintrittspreis oder die Bruttoeinnahmen oder der Aufwand relevant.
- Viele verschiedene Dachverbände und Organisationen (Sportverbände, Chorverbände, Rettung u.v.a.), die mit der A.K.M. Rahmenverträge abgeschlossen haben, erhalten eine Ermäßigung. Fragen Sie diesbezüglich nach!
- Bedenken Sie: Melden Sie Ihre Veranstaltung zu spät oder gar nicht an, entfällt natürlich jede Ermäßigung, und zudem werden Spesen verrechnet.
- Erhalten die Musiker ein Honorar, ist in jedem Fall – das heißt, auch wenn Eintritt und Verpflegung frei sind – die A.K.M. zu entrichten. Der Beitrag richtet sich dann nach der Höhe der Gage.
- Veranstaltungen für wohltätige Zwecke sind von der A.K.M. befreit, wenn der Erlös ausschließlich einem solchen (z.B. bedürftigen Personen, anerkannten Hilfsorganisationen für Menschen in Not) zukommt und kein Honorar in irgend einer Form (auch Spesenersatz) ausbezahlt wird. Eine Meldepflicht besteht trotzdem; es gibt ein eigenes Blatt für derartige Veranstaltungen sowie Formulare für die Bestätigung unentgeltlichen Mitwirkens.
- Das immer wieder kursierende Gerücht, dass ein Verein eine Veranstaltung im Jahr frei hat, stimmt nicht!

## Kriegsopferabgabe

Die Kriegsopferabgabe ist eine Landesabgabe, die von den Gemeinden eingehoben wird. Sie ist bei gesellschaftlichen Ereignissen, bei denen Eintritt kassiert wird, zu entrichten und fällt z.B. auch bei Preisjassen mit Nenngeld an.

Für die Entrichtung der Abgabe gibt es Ausnahmen und Befreiungen. Wesentliche Ausnahmen sind etwa Sportveranstaltungen, Veranstaltungen von Vereinen für ihre eigenen, ausübenden Mitglieder, Tanzveranstaltungen mit „lebender Musik“ (z.B. Bälle, bei denen Musikgruppen spielen) oder Veranstaltungen mit überwiegend kulturellem oder künstlerischem Gehalt (z.B. Konzerte, Lesungen).

Eine Veranstaltung, für die die Kriegsopferabgabe zu entrichten ist, muss bis spätestens 3 Tage vor der Veranstaltung bei der Gemeinde angezeigt werden. Für die Bemessung der Abgabe muss nach Veranstaltungsende der Stadt/Gemeinde eine Abrechnung der Eintrittskarten bzw. der Nennfelder vorgelegt werden.

Weitere Informationen erhalten Sie bei den Steuerabteilungen der Gemeinden/Städte oder beim Amt der Vorarlberger Landesregierung, Landesabgabnamt, Tel. 05574/511-23805, e-mail:landesabgabnamt@vorarlberg.at

## 5. Veranstaltungsgesetz – Meldungen an die Behörden

Wenn Sie eine Veranstaltung organisieren, müssen Sie unter anderem die Bestimmungen des Veranstaltungsgesetzes beachten und diverse Anzeige- und/oder Bewilligungspflichten einhalten. Speziell bei Großveranstaltungen kommt eine längere Liste mit Anlaufstellen zusammen, mit denen Sie sich absprechen bzw. bei denen Sie Anträge stellen müssen.

Als Veranstalter tragen Sie eine große Verantwortung, der Sie sich sicherlich bewusst sind. Im Veranstaltungsgesetz heißt es, dass Sie dafür sorgen müssen, dass ...

- ... die Besucher in ihrer körperlichen Sicherheit nicht beeinträchtigt werden,
- ... von Besuchern ausgehende Gewalttätigkeiten und andere gefährliche Fehlverhalten unterbleiben,
- ... die Besucher im Notfall rechtzeitig zum Verlassen der Veranstaltungsstätte aufgefordert werden und diese auch rasch und gefahrlos verlassen können,
- ... Sachen nicht widerrechtlich beschädigt,
- ... unzumutbare Belästigungen der Nachbarschaft und schwerwiegende Beeinträchtigungen der Umwelt vermieden und
- ... die Sicherheit, Leichtigkeit und Flüssigkeit des Verkehrs auf öffentlichen Straßen aus Anlass der Veranstaltung nicht wesentlich beeinträchtigt werden.

Tipp: Auf der Homepage des Roten Kreuzes unter <http://www.v.roteskreuz.at> („Was wir tun.“) finden Sie sämtliche Informationen zum Thema Ambulanzdienst, und es gibt die Möglichkeit einer Online-Anmeldung für Veranstaltungen. Auskünfte bekommen Sie auch unter Tel. 05522/77000-9000.

Für den Großteil der Veranstaltungen ist der Bürgermeister des Veranstaltungsortes der richtige Ansprechpartner. Wenn das Interesse für die Veranstaltung über den Ort hinausgeht (z.B. Zirkus), die öffentliche Sicherheit gefährdet werden kann (z.B. Radrennen) oder beispielsweise auch für Sicherheitsanordnungen bei Fußballspielen der 1. Liga wenden Sie sich an die Bezirkshauptmannschaft.

Die einzelnen Bestimmungen und Zuständigkeiten der Behörden sind sehr komplex. Informieren Sie sich daher schon im Vorfeld, welche individuell für Ihre Veranstaltung zu berücksichtigen sind. Dann kennen Sie die verschiedenen Erfordernisse und können diese einschließlich der damit verbundenen zusätzlichen Aufgaben und Kosten in die Planung mit einbeziehen! Diese sind beispielsweise im Rahmen der Gewährleistung der Sicherheit nicht unbeträchtlich (Stadt-/Sicherheitspolizei, Gendarmerie, Wachdienste, Feuerwehr oder Rettungsdienste).

Informieren Sie die zuständigen Behörden (z.B. Bürgermeister) zu knapp vor Veranstaltungsbeginn, werden die notwendigen Auflagen sehr kurzfristig vorgeschrieben, was für die Organisatoren einen großen Stressfaktor darstellen kann. Werden nämlich die Auflagen nicht erfüllt, muss mitunter die Veranstaltung abgesagt werden.

Am besten ist, wenn Sie Ihr Vorhaben beim Bürgermeister melden und sich in den zuständigen Abteilungen erkundigen. In größeren Kommunen gibt es meist eine eigene Rechtsabteilung, die Ihnen mit Informationen und bei der Koordination hilft. In kleineren Gemeinden sind die Mitarbeiter der einzelnen Abteilungen in der Regel sehr gut informiert und leiten Sie auch an die zuständigen Stellen innerhalb und außerhalb des Amtes weiter.

WAS SIE SPEZIELL BEI GROSSVERANSTALTUNGEN ALLES BEACHTEN MÜSSEN, HABEN WIR FÜR SIE ZUSAMMENGEFASST:

- **Verkehr – Absperrungen – öffentliche Flächen und Gebäude**

Jede Benützung einer öffentlichen Verkehrsfläche muss bewilligt werden. Nehmen Sie für notwendige Straßensperren, Regelungen von Zufahrten (Einbahnen), Umleitungen usw. rechtzeitig vor Veranstaltungsbeginn (ca. 2–3 Monate vorher) mit den zuständigen Behörden Kontakt auf. Ist eine Gemeindestraße betroffen, wenden Sie sich an die Gemeinde. Für Landes- und Bundesstraßen ist die Bezirkshauptmannschaft zuständig. Dasselbe gilt für die Benützung weiterer öffentlicher Flächen (z.B. Parkanlagen) und Gebäude (z.B. Turnhalle, Gemeindsaal → Benützungsbewilligung).

- **Feuerwehr und Rettung**

Ab einer bestimmten Größe und je nach Ort der Veranstaltung müssen Feuerwehr und Rettung anwesend sein. Nehmen Sie mit dem zuständigen Feuerwehrkommandanten bzw. der Rettungsstelle Kontakt auf.

- **Bewirtung**

Für den Ausschank ist grundsätzlich ein Gewerbeschein notwendig. Ausgenommen sind unter anderem Vereine, die gemeinnützig, mildtätig oder kirchlich tätig sind, wenn die Bewirtung maximal an drei Tagen im Jahr in der Absicht erfolgt, einen Ertrag zu erzielen.

- **Gewerbebetriebe**

Wenn bei einer Veranstaltung Gewerbebetriebe involviert sind, z.B. der Verein führt die Gastronomie oder verkauft Fan-Artikel über einen vom Verein abgekoppelten eigenen Gewerbebetrieb, gelten die Bestimmungen des Gewerberechtes. Die dafür zuständige Behörde ist die Bezirkshauptmannschaft.

- **Sperrstunde**

Ist beabsichtigt, dass die Veranstaltung länger als bis zur üblichen Sperrzeit (01:00 Uhr, Barbetrieb 02:00 Uhr) dauert, muss um die Verlängerung der Sperrstunde bei der Stadtpolizei bzw. Sicherheitswache angesucht werden.

- **Versicherungsschutz**

Grundsätzlich besteht im Rahmen einer Vereinshaftpflichtversicherung für die Durchführung von Vereinsveranstaltungen, welche dem statutengemäßen Zweck entsprechen, Versicherungsschutz und zwar unabhängig vom Veranstaltungsort innerhalb des örtlichen Geltungsbereiches.

Jedoch können aufgrund vereinsrechtlicher und zivilrechtlicher Vorschriften sowohl der Verein wie auch einzelne Mitglieder in bestimmten Fällen zur Kassa gebeten werden – z.B. bei einer Motorsportveranstaltung, weil der Streckenposten einen Fehler gemacht hat. Beachten Sie auch, dass oftmals die Durchführung von Großveranstaltungen (Landes-, Bundes- oder internationale Veranstaltungen) und/oder Zuschauertribünen, diverse Sportanlagen wie Rodelbahnen oder Schipisten und Loipen nicht unter den obligatorischen Versicherungsschutz fallen. Auch Veranstaltungen, die nicht dem statutengemäßen Zweck des Vereins entsprechen, sondern rein zur Finanzierung beitragen, haben in den meisten Versicherungsverträgen keinen Versicherungsschutz.

Empfehlenswert ist, sich bereits im Vorfeld der Veranstaltung bei Ihrem Makler oder beim Versicherer der Vereinshaftpflichtversicherung zu erkundigen, ob für die Veranstaltung ein Versicherungsschutz besteht oder eventuelle Erweiterungen und Änderungen im Versicherungsvertrag erforderlich sind.

- **Plakatieren (Plakatsäulen/Plakatständer/Transparente)**

Generell ist jede Art des Plakatierens bewilligungspflichtig – „wildes Plakatieren“ an Häusern, Pfeilern, Masten, Bäumen usw. ist nicht erlaubt! Auch das Aufhängen von Transparenten über einer Straße sowie Ansagen über Lautsprecher erfordern eine Genehmigung. Transparente neben der Straße dürfen nur an den dafür vorgesehenen und von der Gemeinde eingerichteten Stellen angebracht werden. Wenn Sie Plakate an Litfass-Säulen anbringen möchten, müssen Sie auch das vorher mit der Gemeinde absprechen. Auch hier gilt: Suchen Sie frühzeitig beim Gemeindeamt (Gemeindestraßen) bzw. bei der Bezirkshauptmannschaft (Landesstraßen) an.

- **Zelte**

Zelte, die im Rahmen von Veranstaltungen aufgestellt und danach wieder abgebaut werden, bedürfen keiner Baubewilligung. Bei der Aufstellung sind die statischen und sicherheitstechnischen Anforderungen des Herstellers zu beachten, und es sollte geprüft werden, ob CE- oder sonst zertifizierte Produkte verwendet werden. Der Bürgermeister kann aus Sicherheits- und Umweltschutzgründen Maßnahmen vorschreiben.

- Abschließend möchten wir noch darauf hinweisen, dass Sie bei einer Veranstaltung selbstverständlich auch sämtliche Lebensmittel-, Abfall- und Wasserrechtsbestimmungen einhalten müssen. Informationen dazu erhalten Sie bei der Bezirkshauptmannschaft. Zu Fragen der Müllentsorgung empfehlen wir, mit dem örtlichen Abfallberater bzw. Bauhof ein Gespräch zu führen. Lesen Sie auch den Text im Kapitel „Ökologisches Bewusstsein / Abfall vermeiden – verringern – entsorgen“.

## 6. Jugendliche und Veranstaltungen

Das Thema „Jugend und Alkohol“ und dessen „Auswirkungen“ ist bei Veranstaltungen generell ein öffentliches Thema. Vereine können sehr viel dazu beitragen, dass Kinder und Jugendliche einen maßvollen und kontrollierten Umgang mit Alkohol erlernen können. Zahlreiche Vereine in unserem Land sind sich ihrer Vorbildwirkung bewusst und setzen sie bei ihren Veranstaltungen gezielt in entsprechende Aktivitäten um. Sie machen sich bereits im Vorfeld Gedanken darüber, wie sie einem allfälligen Missbrauch von Suchtmitteln oder Gewalt begegnen wollen, nehmen ihre (Mit)Verantwortung wahr und ersparen sich so Stress und negative Schlagzeilen.

### Checkliste:

- Benennen Sie in Ihrem Verein eine **verantwortliche Person**, die für die Einhaltung der gesetzlichen Bestimmungen sowie die Planung und Umsetzung geeigneter Aktivitäten zum Thema sorgt.
- **Sensibilisieren** Sie Mitarbeiter/-innen, Helfer/-innen und Vereinsmitglieder (Vorbildwirkung) und **informieren** Sie diese auch über die aktuellen gesetzlichen Regelungen.
- Weisen Sie im Eingangsbereich und eventl. an weiteren Stellen auf die Einhaltung der **Jugendschutzbestimmungen** hin (Aushang). Und: Erinnern Sie mit entsprechenden Durchsagen die Jugendlichen unter 14 Jahren daran, dass sie um 23.00 Uhr (die Jugendlichen unter 16 um 24.00 Uhr) zu Hause sein müssen.
- Kontrollieren Sie beim Einlass das **Alter** der Jugendlichen (gültiger, amtlicher Lichtbildausweis oder 360-card).
- Überlegen Sie sich und informieren Sie die Helfer/-innen, ob Sie **Alkoholisierter** an der Veranstaltung teilnehmen lassen wollen. **Hinweis: Der Ausschank an offensichtlich alkoholisierte Gäste ist laut GewO verboten!**
- **Bandeln Sie an!** Kontrollbänder mit unterschiedlichen Farben zeigen an, wer was trinken darf, sind zugleich auch Eintrittsstempel und entlasten das Servicepersonal. Bänder können Sie auch direkt bei der SUPRO beziehen (Adresse unten).
- **Peers oder Mentoren** „begleiten“ Jugendliche bei größeren Festen. Es sind Jugendliche, die im Umgang mit Problemen, legalen und illegalen Drogen sowie in Kommunikation und Konfliktlösung geschult sind. Da Gleichaltrigkeit Glaubwürdigkeit schafft, können Peers für mehr Sicherheit sorgen.
- Ergänzen Sie auf der Getränkekarte das Getränk mit einer **Altersbewertung** – z.B. „ab 18 J.“ für harte Getränke, „1+“ für alkoholfreie Getränke. Vielleicht können Sie auf den Verkauf und den Ausschank von Alkopops verzichten?
- Bieten Sie die beliebtesten alkoholischen Getränke auch in **alkoholfreien Versionen** zu einem günstigeren Preis an – z.B. alkoholfreies Bier.
- Kreieren Sie einen speziellen **alkoholfreien Cocktail** mit kreativem Namen.
- Servieren Sie bei alkoholischen Getränken gratis ein **Glas Wasser** mit (wie beim Kaffee).

Übrigens: Diese Tipps sind nicht nur jugendgerecht, sondern werden auch von Erwachsenen gerne angenommen.

### „Gentlemen Agreement“

Die Idee für das „Gentlemen Agreement“ (Charta für verantwortungsvollen Umgang mit Alkohol) entstand im Zuge des Projektes „Spaß mit Maß“. Es geht dabei nicht darum, den Jugendlichen und jungen Erwachsenen den Alkohol strikt zu verbieten, sondern um eine Bewusstseinsbildung für den Umgang mit Alkohol. Mit der Unterzeichnung des „Gentlemen Agreement“ setzen Sie ein Zeichen und verpflichten sich, bei allen Veranstaltungen (speziell bei öffentlichen) verschiedene Verpflichtungen einzuhalten. So haben z.B. im Walgau über 70 Vereine und in den Leiblachtalgemeinden über 40 Vereine diese Vereinbarung unterschrieben.

Die Formulare erhalten Sie bei Ihrer Gemeinde bzw. bei der SUPRO.

Weitere Informationen, Hilfestellung, Begleitung und konkrete Projekte zum Thema bietet: SUPRO Werkstatt für Suchtprophylaxe, 6840 Götzis, Am Garnmarkt 1, Tel. 05523/54941-0, e-mail: vereine@supro.at, <http://www.supro.at>

## Jugendschutzbestimmungen

Der Vorarlberger Landtag hat das Jugendgesetz novelliert: Die neuen Bestimmungen gelten seit Jänner 2008 und regeln auch die Problematik „Jugend und Alkohol“. Einige der wichtigsten Punkte, die auch bei Veranstaltungen von Vereinen Thema sind, haben wir für Sie in der folgenden Tabelle zusammengefasst:

### Das Vorarlberger Jugendgesetz (Auszug)

bis 12 Jahre	
bis zum vollendeten 12. Lebensjahr	
<p><b>Aufenthalt an allgemein zugänglichen Orten (Kino, Disco, Konzert, Café, Marktplatz, Park, ...)</b> Innerhalb der gesetzlichen Bestimmungen können die Erziehungsberechtigten andere Zeiten festlegen.</p>	Erlaubt bis 22.00 Uhr und ab 5.00 Uhr; keine Beschränkung in Begleitung einer Aufsichtsperson oder wenn ein triftiger Grund vorliegt (z.B. Zugverspätung, Aufsuchen einer Ambulanz). Kein triftiger Grund ist der Heimweg nach dem Besuch einer Veranstaltung.
<b>Übernachten außer Haus</b>	Mit der Erlaubnis des/der Erziehungsberechtigten gestattet
<b>Übernachten und Aufenthalt in Beherbergungsbetrieben/auf Campingplätzen</b>	Bis 10 Jahre nur in Begleitung einer Aufsichtsperson erlaubt; ab 10 Jahren in Begleitung einer Aufsichtsperson oder mit schriftlicher Zustimmung des/der Erziehungsberechtigten
<b>Besitz, Erwerb und Konsum von Alkohol, Tabakwaren und sonstigen Stoffen, die rauschartige Zustände hervorrufen können</b>	In der Öffentlichkeit verboten

Weitere Informationen und Broschüren: <http://www.vorarlberg.at> - Jugendgesetz  
aha-Folder „Jugendgesetz“ – Flyer mit den wichtigsten Infos und nützlichen Adressen und Links; dieser kann gratis auch in größerer Stückzahl bezogen werden bei aha – Tipps & Infos für junge Leute, 6850 Dornbirn, Poststraße 1, Tel. 05572/52212, e-mail: [aha@aha.or.at](mailto:aha@aha.or.at) und auch im Internet unter [www.aha.or.at](http://www.aha.or.at)

12 bis 14 Jahre	14 bis 16 Jahre	16 bis 18 Jahre
<b>Ab dem vollendeten 12. bis zum vollendeten 14. Lebensjahr</b>	<b>Ab dem vollendeten 14. bis zum vollendeten 16. Lebensjahr</b>	<b>Ab dem vollendeten 16. bis zum vollendeten 18. Lebensjahr</b>
Erlaubt bis 23.00 Uhr und ab 5.00 Uhr; keine Beschränkung in Begleitung einer Aufsichtsperson oder wenn ein triftiger Grund vorliegt (z.B. Zugverspätung, Aufsuchen einer Ambulanz). Kein triftiger Grund ist der Heimweg nach dem Besuch einer Veranstaltung.	Erlaubt bis 24.00 Uhr und ab 5.00 Uhr; keine Beschränkung in Begleitung einer Aufsichtsperson oder wenn ein triftiger Grund vorliegt (z.B. Zugverspätung, Aufsuchen einer Ambulanz). Kein triftiger Grund ist der Heimweg nach dem Besuch einer Veranstaltung.	Erlaubt bis 2.00 Uhr und ab 5.00 Uhr; keine Beschränkung in Begleitung einer Aufsichtsperson oder wenn ein triftiger Grund vorliegt (z.B. Zugverspätung, Aufsuchen einer Ambulanz). Kein triftiger Grund ist der Heimweg nach dem Besuch einer Veranstaltung.
Mit der Erlaubnis des/der Erziehungsberechtigten gestattet	Mit der Erlaubnis des/der Erziehungsberechtigten gestattet	mit der Erlaubnis des/der Erziehungsberechtigten gestattet
In Begleitung einer Aufsichtsperson oder mit schriftlicher Zustimmung des/der Erziehungsberechtigten erlaubt	Mit der Erlaubnis des/der Erziehungsberechtigten gestattet	Mit der Erlaubnis des/der Erziehungsberechtigten gestattet
In der Öffentlichkeit verboten	In der Öffentlichkeit verboten	Prinzipiell erlaubt, jedoch verboten sind: <ul style="list-style-type: none"> <li>- gebrannte alkoholische Getränke (z.B. auch Liköre)</li> <li>- Mischgetränke, die gebrannten Alkohol enthalten: sowohl selbst gemischte Getränke als auch Alkopops</li> <li>- sonstige Stoffe, die rauschartige Zustände hervorrufen können</li> </ul> An offensichtlich alkoholisierte Jugendliche darf kein Alkohol ausgeschenkt werden!

Quelle: aha-Folder „Jugendgesetz“

## 7. Ökologisches Bewusstsein bei Veranstaltungen

Veranstaltungen haben auch Auswirkungen auf die Umwelt: Von der Zunahme des Verkehrs über Lärm bis hin zu Müllbergen und Flurschäden am Festgelände ist vieles möglich. Die Praxis hat gezeigt, dass Veranstaltungen ökonomisch erfolgreich und gleichzeitig umweltschonend ausgerichtet werden können. Das Bewusstsein dafür zeigt sich bereits bei der Auswahl der „Rohstoffe“ wie z.B. Verpflegung, Geschirr, Drucksorten aus Recyclingpapier etc. Durch sensibles und verantwortungsbewusstes Handeln können Sie als Verein zum Erhalt der Bodenfruchtbarkeit, des Trinkwasser- und Klimaschutzes, der Arten-, Sorten- und Rassenvielfalt sowie zu einem geringeren Energie- und Ressourcenverbrauch beitragen. Umweltschutz und Nachhaltigkeit steigern nicht nur Qualität und Umsatz, sondern auch die Zufriedenheit der Gäste. Und last but not least wird damit auch das Image Ihres Vereins positiv geprägt (Vorbildwirkung, Medienberichte, öffentliche Meinung).

Berücksichtigen Sie daher bereits bei der Planung diese Themen und setzen Sie entsprechende Maßnahmen.

### Weitere detaillierte Informationen zum Thema:

„ghörig feschts“: Der Umweltverband hat im Internet den informativen und umfassenden Leitfaden „ghörig feschts“ zum Thema nachhaltiges Feiern in Vorarlberg zusammengestellt. Unter <http://www.ghoerig-feschts.at> finden Sie wertvolle Tipps zur Umsetzung von Veranstaltungen, Adressen, Kontakte, zahlreiche Checklisten usw.

<http://www.smash-events.net> – ökologisches Event-Management; diese Internetplattform bietet zu den Schwerpunktthemen Mobilitätsmanagement, Abfallmanagement sowie Umwelt-/Bodenschutzmanagement umfassende Informationen, Checklisten und Tipps.

### Bio – Regional – Saisonal – Fair

Unsere Region zeichnet sich durch eine faszinierende Vielfalt an Wiesen, Weiden, Äckern, Streuobstbeständen, Hecken und Feldgehölzen aus. Auf Spaziergängen oder Ausflügen kann man das wunderbar genießen. Die Verbraucher tragen zur Sicherung dieser reizvollen Landschaft entscheidend bei, indem sie gezielt Lebensmittel aus biologischer und regionaler Produktion nachfragen und diesen den Vorzug geben.

Bioprodukte tragen auf Grund ihrer hohen Qualität dem wachsenden Bedürfnis vieler Konsumenten nach einer gesunden, ausgewogenen Ernährung Rechnung und bieten wegen ihrer speziellen Produktionsweise auch ein besonderes Geschmackserlebnis, der Gehalt an gesundheitsfördernden Inhaltsstoffen ist höher. Bioprodukte sind frei von Rückständen chemisch-synthetischer Pflanzenschutz- und Düngemittel, stammen aus artgerechter Tierhaltung und sind umweltschonend erzeugt.

Regionale und saisonale Lebensmittel haben einen besonderen Wert. Sie sind klimafreundlich aufgrund kurzer Transportwege und haben einen Bonus bei Frische und Qualität. Die Wertschöpfung bleibt in der Region, die regionale Wirtschaft wird gestärkt.

Wenn Sie es bis jetzt noch nicht getan haben, machen Sie einen Versuch: Wählen Sie für die Bewirtung Ihrer Gäste bei der nächsten Veranstaltung aus der Vielfalt an regionalen Spezialitäten, verwenden Sie saisonale, biologisch und fair gehandelte Produkte.

**FairTrade:** Die „Weltläden“ entstanden als Reaktion auf die systematische Benachteiligung der „Dritten Welt“ durch die internationalen Handelsstrukturen. Die Antwort der Weltläden ist „fairer Handel“. Diese arbeiten ohne private Gewinnausschüttung; ein wesentlicher Teil des erwirtschafteten Geldes kommt direkt den Produzentinnen bzw. Produzenten zugute. Produkte aus fairem Handel (FairTrade) sind mittlerweile auch in den Geschäften verschiedener Lebensmittelketten erhältlich. Sie sind mit dem FairTrade-Siegel gekennzeichnet, das dafür steht, dass diese unter sozial verträglichen Bedingungen, z.B. ohne Ausbeutung von Kindern, hergestellt wurden. Indem Sie solche „fair gehandelten“ Produkte wie etwa Kaffee, Tee, Kakao (erkennbar am Fair-Trade-Siegel) verwenden, unterstützen Sie diese Initiative nachhaltig, zeigen globales Verantwortungsbewusstsein und fördern eine nachhaltige Wirtschaftsweise.

## Abfälle vermeiden – verringern – entsorgen

Bei allen Veranstaltungen müssen die Bestimmungen des aktuellen Abfallrechtes (B-AWG, V-AWG, Landes-/Gemeinde-Abfallabfuhrverordnung) eingehalten werden: Dazu gehören die getrennte Sammlung von Bioabfall, Altstoffen und Restmüll sowie die gesonderte Entsorgung gefährlicher Abfälle. Verschiedene Kommunen haben diesbezüglich auch eigene Richtlinien erarbeitet.

Besonders ökologisch bewusste Kommunen schreiben für Veranstaltungen auf gemeinde-eigenen Grundstücken bzw. in öffentlichen Gebäuden vor, dass z.B. ausschließlich biologische Produkte und Mehrweggeschirr verwendet werden müssen. Letzteres haben manche Gemeinden eigens angeschafft, um es den Vereinen (meist gratis) zur Verfügung stellen zu können. Oft ist auch ein mobiler Geschirrspüler ausleihbar. Erkundigen Sie sich daher schon im Vorfeld über die gültigen Regelungen und Möglichkeiten in Ihrer Stadt oder Gemeinde.

### Tipps:

- Verwenden Sie für die Ausgabe von Speisen und Getränken Mehrweggeschirr und -becher. Bei Veranstaltungen, bei denen die Sicherheit eine große Rolle spielt, ist der Kunststoff-Mehrwegbecher eine sehr gute Alternative zum Einwegbecher oder Glas.
- Abfallvermeidung mittels Mehrwegbecher rechnet sich: Diese sind bei der Beschaffung ab der 5. Wiederbefüllung kostengünstiger als Einwegbecher! Ein Becher ist bis zu 80 Mal einsetzbar und wird anschließend für die Produktion neuer Becher verwendet.
- Bezugsquellen für kompostierbares Geschirr, Mehrweggeschirr und -becher sind die größeren Getränkeliieferanten in Vorarlberg. Weitere Adressen finden Sie im Internet (z.B. Google-Suche). Auch eine Anfrage bei der Stadt/Gemeinde kann sich lohnen (siehe oben).
- Heben Sie ein einheitliches Pfand ein, um den Rücklauf der Gläser bzw. Teller mit Besteck sicherzustellen. Mit einem Pfandüberschuss kann ein Teil der Kosten für neue Behältnisse gedeckt werden.
- Abfallentsorgung: Stellen Sie ausreichend Abfallbehälter bereit und sorgen Sie für eine Trennung nach Papier, Glas, Metall, Bio- und Restmüll. Bei einer Großveranstaltung raten wir Ihnen, im Vorfeld Kontakt zu einem der größeren Abfallentsorgungsunternehmen des Landes aufzunehmen.

Weitere Tipps und Informationen bekommen Sie bei den **Gemeindeämtern** (Umweltabteilung, Abfallberatung), beim **Umweltverband**, Vorarlberger Gemeindehaus, 6850 Dornbirn, Marktstraße 51, Tel. 05572/55450-13, e-mail: [umweltverband@gemeindehaus.at](mailto:umweltverband@gemeindehaus.at), <http://www.umweltverband.at> und im Leitfaden „ghörig feschts“ unter <http://www.ghoerig-feschts.at>

## Mobilität

Das Thema Mobilität ist bei Veranstaltungen generell – umso mehr bei ökologisch ausgerichteten – wichtig, sodass Sie es schon von Anfang an in Ihre Planung miteinbeziehen sollten: Beginnend bei der Wahl des Veranstaltungsortes und der damit verbundenen Möglichkeiten der Erreichbarkeit, über die „Garantie“ für einen unbeschwernten Festbesuch ohne Verkehrschaos, Parkplatzsuche und langen, von parkenden Autos behinderten Fußmärschen zu den Veranstaltungsräumen bis zu Angeboten für flexible und sichere Heimkehrmöglichkeiten.

Wenn Sie Ihre Besucher/-innen einladen und motivieren, zu Fuß, per Fahrrad oder in Fahrgemeinschaften zu kommen und öffentliche Verkehrsmittel zu nutzen, sind weniger Parkplätze notwendig und Sie steigern nicht nur Ihr Image als umweltfreundlicher Veranstalter, sondern tragen auch maßgeblich zu erhöhter Sicherheit der Teilnehmenden und des Umfeldes bei. Zudem verringert sich der Aufwand für die Beschaffung und Betreuung von Parkmöglichkeiten, Schäden in Parkwiesen usw. Und last but not least möchten wir an dieser Stelle auch das Thema „Alkohol am Steuer“ ins Bewusstsein rufen.

Weitere Vorteile, wenn Sie Ihren Gästen eine sichere und umweltfreundliche An- und Abreise ermöglichen:

- Eine bequeme und entspannte An- und Abreise, z.B. bis vor die Eingangstür, erhöht die Zufriedenheit der Teilnehmenden, motiviert zu längerem Bleiben und steigert dadurch mitunter den Umsatz für die Gastronomie.
- Es können mehr Besucher das Veranstaltungsgelände erreichen (→ höhere Einkünfte).
- Geringerer Aufwand bzw. Kosten für die Bereitstellung, Betreuung und behördliche Genehmigung von Parkmöglichkeiten.
- Die Nutzung öffentlicher Verkehrsmittel erhöht die Sicherheit im Umfeld der Veranstaltung generell.
- Eine Veranstaltung ist wesentlich attraktiver, leichter erreichbar und risikoärmer, wenn die Anzahl der parkierten Autos im Umfeld und am Straßenrand gering gehalten oder vermieden werden kann.
- Imagegewinn durch einen aktiven Beitrag zu Umweltschutz und Vorbildwirkung.

### Fragen Sie sich bei der Planung Ihrer Veranstaltung:

Woher kommen die Besucher? Aus dem Ort, der Region oder von weiter her?

Welche Möglichkeiten der Anreise gibt es?

Wie viele Personen erwarten wir? Wann kommt und geht der Großteil von ihnen?

Gibt es bedarfsgerechte und ausreichende Möglichkeiten der Mobilität? (Besuchsdienste, Fahrgemeinschaften, öffentliche Verkehrsmittel, Parkplätze, ...)

### Anreise per Fahrrad

Richten Sie einen oder mehrere geeignete Bereiche, möglichst nahe am Eingang des Veranstaltungsgeländes, als Abstellmöglichkeiten für Fahrräder ein. Ein zusätzlicher Service wäre die Bewachung durch Freiwillige. Lesen Sie zu diesem Thema unter „Beschilderung“ weiter.

### Öffentliches Verkehrsnetz

Öffentliche Verkehrsmittel werden häufiger genutzt, wenn diese Möglichkeiten der An- und Abreise auch als Bestandteil der Veranstaltung präsentiert werden. Wenn Sie dazu gezielt informieren (über die Öffentlichkeitsarbeit, Logo u.Ä.), können Sie ein breiteres Publikum ansprechen und gleichzeitig neue Zielgruppen gewinnen wie etwa Jugendliche, Menschen ohne Führerschein oder solche, die keine Mitfahrgelegenheit haben.

Prüfen Sie, inwieweit öffentliche Verkehrsverbindungen vorhanden sind bzw. ergänzen und organisieren Sie eventuelle Lücken im Angebot, z.B. durch zusätzliche Bahn- bzw. Zugfahrten, Shuttledienste, Sammeltaxi, Nachttaxi u.Ä., sodass Ihre Besucher/-innen ausreichende Möglichkeiten bis zum Schluss der Veranstaltung nutzen können. Nehmen Sie dazu frühzeitig Kontakt zu den öffentlichen Verkehrsbetrieben (Verkehrsverbund, ÖBB, Land- und Stadtbus) auf und informieren Sie diese über die Organisation der Veranstaltung und Ihr Interesse an einer Partnerschaft. Mit deren Hilfe können Sie prüfen, ob das bestehende Angebot an öffentlichen Verkehrsmitteln für den Bedarf (Besucherzahl) und die Anforderungen der Gäste passt und gegebenenfalls erweitern (Fahrpläne, Bestimmungen, Frequenzen, Nachtservice, Haltestellen rund um den Veranstaltungsort, Shuttleservice, Fahrpreise). Wenn Sie eine große Veranstaltung planen, ziehen Sie Sonderzüge bzw. -busse oder Shuttlebusse in Betracht. Für kleinere Veranstaltungen können Busse ausgeliehen bzw. gemietet und von Freiwilligen im Organisationsteam gefahren werden.

## **Beschilderung**

Denken Sie auch an eine Beschilderung vom Bahnhof, der Bushaltestelle oder weiter entfernten Parkplätzen zum Veranstaltungsgelände und umgekehrt. Ist der Gehweg von diesen Standorten einfach zu finden oder ist eine Kennzeichnung sinnvoll bzw. notwendig?

Mit speziellen Hinweisen können Sie die Fußgänger/-innen und Radfahrer/-innen über attraktive Wege und Routen abseits vom hektischen Verkehr zum Veranstaltungsgelände führen. Zudem erhöhen Sie durch getrennt geführten Geh-, Rad- und Pkw-Verkehr erheblich die Verkehrssicherheit.

## **Motivieren Sie Ihre Gäste zur Nutzung öffentlicher Verkehrsmittel!**

### **BONUSSYSTEME**

- Kombinierte Eintrittskarten, die eine kostenfreie Nutzung der öffentlichen Verkehrsmittel einschließen
- Eintrittsmäßigung bei der Benützung öffentlicher Verkehrsmittel
- Gratis-Getränk bei Vorlage eines Fahrscheines

### **STARTEN SIE IHRE VERANSTALTUNG BEREITS IM BUS!**

Bringen Sie spezielle Charakteristiken Ihrer Veranstaltung in die Bahn oder den Bus, um eine einzigartige Atmosphäre und einen zusätzlichen Grund für die Benützung zu schaffen – z.B. „Music on board“, Ausschank von Getränken, Autorenlesungen, Clown etc. Damit können Sie speziell auch jugendliche Zielgruppen erfolgreich ansprechen.

Tipp: Finanzieren Sie den Shuttleservice oder den Start der Veranstaltung im öffentlichen Verkehrsmittel über einen Sponsor, indem Sie Präsentationsmöglichkeiten anbieten! Oder nutzen Sie diese Möglichkeiten als zusätzliche Werbeträger für Ihren Event!

Weitere Informationen und detaillierte Checklisten für die Mobilitätsplanung finden Sie im Internet unter <http://www.ghoerig-feschta.at> und <http://www.smash-events.net>