

Vorwort und Einführung

„Ausverkauft“ – elf Buchstaben, die für jeden Veranstalter und Künstler enorm bedeutsam sind. Dieses Wort kann nur erklingen, wenn hinter den Kulissen erfolgreich gearbeitet wurde. Neben einem gelungenen Projektmanagement müssen alle Beteiligten fehlerlos agieren. Dazu gehört auch, dass Künstler, Veranstalter, Eventagenturen, Künstlermanager, Kulturämter und diverse Subunternehmer die rechtlichen Rahmenbedingungen beachten, um nicht leichtfertig das gesamte Event in Gefahr zu bringen. Ein wesentlicher Faktor für gute Einnahmen und ein volles Haus ist eben auch ein solides Rechtswissen.

Das Eventrecht als Querschnittsmaterie mehrerer Rechtsgebiete hat in der Welt der Rechtsberatung eine relativ junge Nische erobert. Nach den Entwicklungen der 60er, 70er und 80er Jahre des letzten Jahrhunderts stellte sich eine deutliche Professionalisierung in der Veranstaltungsbranche ein. Gut organisierte Hallenbetriebe samt Technik und Personal werden den Veranstaltern mittlerweile nur mit juristisch präzisen Verträgen überlassen.

Der Markt ist größer, vielschichtiger und auch stetiger geworden. Mit einem geschätzten Volumen von ca. 60–65 Mrd. € allein im Bereich der Firmenveranstaltungen wächst er jährlich und ist heute schon bei vielen Wirtschaftsunternehmen der zweithöchste Ausgabenblock.¹ An Universitäten, Fachhochschulen und Privatakademien werden mittlerweile Studiengänge zum Kulturmanager, Kulturberater, International Event Organiser, Veranstaltungstechniker und Eventmanager angeboten, um eine Erfolgssteigerung und Nachhaltigkeit bei der Durchführung von Veranstaltungen zu garantieren.

Mit der Professionalisierung und Vergrößerung des Marktes ist die Eventbranche aber auch anonymer und härter geworden. Verträge werden nicht mehr per Handschlag besiegelt und Probleme nicht „wie unter Freunden“ gelöst. Vielmehr wachsen Veranstaltungsagenturen zu großen Unternehmen heran, die sich neue Felder erschließen und Heerscharen von Selbstständigen, Angestellten und Freelancern ernähren.

Es gibt kaum noch reine Kunst- oder Sportveranstaltungen, vielmehr steht der Eventcharakter stets im Mittelpunkt. Auch ist das Mäzenatentum des 21. Jahrhunderts geprägt von einer intensiven Verbrüderung zwischen Wirtschaft und Kultur. Wirtschaftsunternehmen haben sowohl zur Außendarstellung als auch im Rahmen

¹ Veranstaltungsplaner.de-Studie 2008 – Basisinformationen zum Veranstaltungsmarkt in Deutschland der Vereinigung Deutscher Veranstaltungsorganisatoren e.V. Berlin in Zusammenarbeit mit der TU Chemnitz.

interner Fortbildungsveranstaltungen ein erhöhtes Interesse daran individuell und mediantauglich aufzutreten, um sich von ihren Mitbewerbern abzuheben. Sie bedienen sich daher gern der bewährten Mittel Sport, Kunst und Prominenz. Aufgrund leerer öffentlicher Kassen, insbesondere im Bereich des Kultursponsorings, sind die Geförderten sogar dringend auf Unterstützung seitens der Wirtschaft angewiesen. Unter Events werden daher in der Lehre „Veranstaltungen aller Art“ verstanden, die sich grob in drei Gruppen einteilen lassen.

▶ Events als Produkt	▶ Events zur Vermarktung anderer Produkte = Marketing-Events:	▶ Bildungs- veranstaltungen
- Kultur	- Verkaufsförderungsevent	- Kongresse
- Sport	- Informationsveranstaltung	- Tagungen
- Kunst,	- Sponsoring-Events	- Symposien
- Messen	- Messe-Events	- Seminare
		- Workshops

Abb. 1: Eingruppierung der Events²

Letztlich tritt mit der Professionalisierung und der damit einhergehenden Anonymisierung immer auch das Recht mit seinen gesetzlichen Vorgaben in Erscheinung. Denn mit einer immer größeren Spezialisierung, Vernetzung und dem stetig wachsenden Finanzvolumen der Eventbranche steigt auch das Konfliktpotenzial. Streitigkeiten werden mittlerweile schnell vor Gericht ausgetragen, auch wenn die Gerichte vielfach mit den Besonderheiten im Veranstaltungsbereich wenig vertraut sind.

Das führt dazu, dass entsprechend dem alten Sinnspruch „Vorsorge ist besser als Nachsorge“ häufig Anwälte die gesamte Planung und Durchführung von Events rechtlich begleiten. Dieses Buch will dazu beitragen, dass die Beteiligten im Sinne eines guten Risikomanagements wichtige Grundlagen des Vertrags-, Haftungs- und Versicherungsrechts verinnerlichen. Künstler, Veranstalter und Eventagenturen sollten ihre verfügbare Zeit und Energie ihrem Event widmen und nicht für unvorhergesehene oder unabgesicherte Risiken verwenden. Deshalb wird die gesamte Spannweite aller Rechtsgebiete, die vor, während und nach einem Event betroffen sind, in der folgenden Tabelle systematisch aufbereitet.

² Rück, Eventmanagement zu: Gabler Wirtschaftslexikon Online, 2010, sowie Vorlesungsskriptum, WS 2010/11, Fachhochschule Worms.

Tabelle 1: Spannweite aller Rechtsgebiete

Klassische Phasen des Projektmanagements bei der Organisation eines Events	Zuordnung der Rechtsgebiete	Beispiele
Konzeptphase Ideenfindung Situationsanalyse Zielfixierung/ Konzeptfindung	Verfassungsrecht Markenrecht Internetrecht Urheberrecht Zuwendungsrecht	- Kunst- und Eigentumsfreiheit - Veranstaltungsnamen sichern - Domain sichern - Foto- und Bildrechte - staatliche Kulturfördermittel
Vorbereitungsphase Projektteam Arbeitspakete Kosten-/Finanzierungsplan Termin-/Ablaufplan Outsourcing	Vertragsrecht Arbeitsrecht Versicherungsrecht Öffentliches Recht Zollrecht Medienrecht Wettbewerbsrecht Internetrecht Urheberrecht	- Vertragsgestaltung - Arbeitsverträge schließen - Versicherungen abschließen - behördliche Genehmigungs-pflicht - Zollanmeldungen vornehmen - Werbung/ Marketingkonzept
Durchführungsphase Projektrealisierung Termineinhaltung Kostenüberwachung Risikomanagement	Haftungsrecht Versicherungsrecht Vertragsrecht Recht der GEMA Arbeitsrecht Medienrecht	- Haftungsfälle - Schadensmeldung - Vertragserfüllung - Anmeldung der Veranstaltung - Arbeitsschutz - Zutrittsrechte der Presse/ Medien
Nachbereitungsphase Aftershowparty Projektdokumentation Ergebniskontrolle Abschlussrechnung/-bericht Arbeitszeugnisse	Medienrecht Steuerrecht Recht der KSK Vertragsrecht Versicherungsrecht Arbeitsrecht Öffentliches Recht	- Presseberichterstattung - Steuern abführen/erklären - KSK-Abgabe abführen - Rechnungen bezahlen - Schadensabwicklung - Arbeitszeugnisse erstellen - Verwendungsnachweise bei Projektförderung

Die aufgezählten Rechtsgebiete spielen in den einzelnen Stufen eines Eventprojekts eine große Rolle. Diesem Aufbau folgt das Buch weitestgehend. Ferner wurde eine Vielzahl von Fällen mit Falllösung, Beispielen, Tabellen und Grafiken eingebaut, um die Thematik anschaulicher darzustellen.

Das Buch liegt nunmehr in der *neu bearbeiteten und erweiterten 2. Auflage* vor, da die zunächst gedruckte Startauflage nach noch nicht mal einem Jahr seit Erscheinen ausverkauft war. Für diese sehr erfreuliche Aufnahme des Buches im Eventbereich möchten wir uns bei allen Lesern herzlich bedanken. Zielsetzung ist weiterhin ein leicht lesbares Lehr- und Praxisbuch für alle Kulturschaffenden, um sie durch dieses Werk bei der täglichen Arbeit zu unterstützen. Angesprochen sind

insbesondere auch Hochschulstudenten der Event- und Tourismusbranche, um sie möglichst frühzeitig mit den Problemfeldern vertraut zu machen.

Ohne Ausdauer und vielfältige Unterstützung ist die Erstellung eines solchen Kompendiums in zweiter Auflage nicht möglich. Die Autoren bedanken sich daher bei Rechtsanwältin *Sarah Schlösser* für die wissenschaftliche Mitarbeit an einzelnen Kapiteln. Bei *Hubert Kauschka* bedanken wir uns für die kritische Durchsicht der Texte und die höchst verlässliche Gesprächsbereitschaft aus der Sicht eines erfahrenen Ökonomen. Dank schulden wir *Christoffer Gniechwitz* vom Thüringer Landkreistag stellvertretend aus dem Leserkreis für die Ergänzungshinweise und vielen anderen, die uns vielfältige Anregungen u. a. bei der Präsentation der abgewandelt authentischen Fallbeispiele gaben. Genannt seien vor allem das Tanztheater Jena und das gesamte ORSO-Team mit seinem künstlerischen Leiter, Dirigenten, Arrangeur und Komponisten Wolfgang Roesse.

Die zweite Auflage wurde um zahlreiche Fälle sowie aktuelle Themen ergänzt. Genannt seien beispielhaft: die Neuregelung der Ausländersteuer, die Unternehmergesellschaft (haftungsbeschränkt), Hausverbote, Produkt-Placement, Foto- und Bildrecht, die UWG-Novelle, die steuerliche Behandlung des Sponsorings, Änderungen im Recht der GEMA sowie im Eventmarketing. Ein neues Kapitel zum Fördervertrags- und Zuwendungsrecht wurde aufgenommen.

Für Anregungen und Ergänzungen sind wir jederzeit offen. Das Buch lebt von Ihren praktischen Erlebnissen. Vorschläge senden Sie bitte an folgende Adresse: *risch@eventlawyers.de*. Nun bleibt uns nur noch viel Spaß und Energie beim Lesen und Studieren zu wünschen.

Berlin, im März 2011

Mandy Risch & Andreas Kerst



<http://www.springer.com/978-3-642-19082-7>

Eventrecht kompakt

Ein Lehr- und Praxisbuch mit Beispielen aus dem
Konzert- und Kulturbetrieb

Risch, M.; Kerst, A.

2011, XXVII, 535 S. 49 Abb., Hardcover

ISBN: 978-3-642-19082-7