

Awareness in der Veranstaltungs- branche

**Einstieg und Ideen für die Praxis
& Best Practices unserer Mitglieder**

Inhalt

3	Einstieg
5	Grundbegriffe
7	Awareness in Ihrem Unternehmen und Team
8	Fünf Ideen
11	Best Practice von KOPF & STEINE GMBH
14	Awareness in der Planung von Veranstaltungen
15	Fünf Ideen
18	Best Practice von A.S.S. CONCERTS & PROMOTION GMBH
21	Awareness in der Umsetzung von Veranstaltungen
22	Fünf Ideen
25	Best Practice von c/o POP FESTIVAL und SCHLACHTHOF WIESBADEN
29	Awareness in der Nachbereitung von Veranstaltungen
30	Fünf Ideen
32	Best Practice von ACT AWARE E.V.
34	Partner*innen und Initiativen
37	Dank
37	Quellen
39	Impressum

Einstieg

Was bedeutet Awareness eigentlich genau? Wie hängt sie mit Diversität zusammen? Und warum ist das relevant für Sie und unsere Branche? Spoiler: Weil das alles von Bedeutung für jede einzelne Person und für unser aller Wirtschaften sein kann.

Das Thema Awareness ist vielschichtig und wirkt oft kompliziert und sperrig. Dabei sind die Werte und konkreten Maßnahmen dahinter ebenso einleuchtend wie umsetzbar. Mit diesem Handbuch zeigen wir, zu welchen konkreten Ergebnissen und Erfolgen eine Auseinandersetzung mit Awareness in der Veranstaltungsbranche führen kann – ohne erhobenen Zeigefinger und ohne Anspruch auf Vollständigkeit. Danke an unsere Mitglieder, die dieses Handbuch mit ihren Beiträgen bereichert haben.

Mit unserer Auswahl an Beispielen und Erklärungen spitzen wir das Thema auf Ihre Bedürfnisse zu und verweisen an geeigneten Stellen auf Initiativen, die sich intensiv mit den Themen befassen und Ihnen mit Expertise zur Seite stehen können – sowohl präventiv als auch dann, wenn's mal brennt.

Viel Spaß und Inspiration mit diesem Handbuch! ●

Ein Awareness-Konzept folgt der Logik eines **Brandschutzkonzepts**, welches für eine Veranstaltung oder Venue von vornherein mit bedacht wird. Dieses beinhaltet Präventionsmaßnahmen und Verhaltensweisen für verschiedene Szenarien, von der Auswahl schwer entflammbarer Materialien über die Planung von Rettungswegen und Evakuierungsabläufen bis hin zur Bereitstellung von Feuermelder, Feuerlöscher oder Notfall-Einsatzteam. Für mehr Awareness können präventive Verhaltensrichtlinien zugrunde gelegt werden, die ein achtsames Verhalten von Team und Gästen fördern. Ebenso wie beim Ausbruch eines Feuers können auch die Maßnahmen im Falle eines Übergriffs oder Diskriminierung geplant werden, damit größtmögliche Sicherheit gewährleistet beziehungsweise schnell wiederhergestellt werden kann. ●



Grundbegriffe

Bevor es mit der Praxis losgeht, stellen wir Ihnen einige Grundgedanken und -begriffe von Awareness vor und übertragen sie auf die Konzert- und Veranstaltungsbranche.

Was bedeutet Diversität?

Diversität bedeutet Vielfalt und bezeichnet in unserem Kontext die Anerkennung und Wertschätzung der Vielfalt von Menschen und Lebensformen. Dabei gibt es verschiedene Diversitätskategorien wie zum Beispiel Geschlecht, sexuelle Orientierung, Religion, Alter, Behinderung oder soziale und ethnische Herkunft. Personen oder Gruppen, die in einer dieser Kategorien von einer angenommenen Norm abweichen, können von Diskriminierung betroffen sein. Um das zu verhindern, werden Maßnahmen für mehr Diversität und Inklusion entwickelt und angewendet.

Was bedeutet Awareness?

»Übersetzt mit "Aufmerksamkeit" geht es bei Veranstaltungen darum, hinzuschauen und Verantwortung zu übernehmen, wenn Überforderung, Gewalt oder Diskriminierung passieren. Awareness bedeutet einerseits, diese Situationen im Voraus zu verhindern. Andererseits auch die betroffene Person entsprechend ihren Bedürfnissen zu unterstützen, sodass sie sich auf der Veranstaltung wieder wohl und sicher fühlen kann.«

(Zitat Act Aware e. V.) ▶

Awareness beginnt mit der Bewusstmachung von gesellschaftlichen Ungleichheiten und prüft vor diesem Hintergrund das eigene Handeln. Orientierung, worin Ungleichheiten bestehen können, geben die oben genannten Diversitätskategorien.

Im Veranstaltungskontext ist die Umsetzung von Awareness oftmals komplex, da sie auf den Ebenen Team, Publikum und Künstler*innen stattfindet. Für eine erste Orientierung können dies hilfreiche Fragen sein:

- » Wer könnte auf der Veranstaltung diskriminierende Erfahrungen machen?
- » Was können wir tun, um Diskriminierung und Übergriffe zu vermeiden?
- » Wie können wir Betroffenen helfen, sich (wieder) sicher und wohlfühlen?

Awareness als Mehrwert für das Unternehmen

Längst ist deutlich geworden, dass in der Perspektivenvielfalt diverserer Teams ein großes Potenzial liegt.¹ In diversen Teams finden marginalisierte Personen mehr Verbundenheit, viele Herausforderungen oder Probleme werden erst in divers aufgestellten Teams überhaupt als solche wahrgenommen und generell sind diverse Teams innovativer, lösungsorientierter und effektiver. Unternehmen können sich im Recruiting deshalb fragen, um welche Perspektiven einzelne Teams noch bereichert werden sollten.

Gleichzeitig hat die empfundene Sicherheit der Fans große Bedeutung: Nur wer positive Erfahrungen macht, möchte wiederkommen. Zudem vergrößern Maßnahmen der Awareness die Zielgruppe, wenn sich plötzlich mehr Menschen zur Veranstaltung eingeladen fühlen. Durch entsprechende Vorbereitung können Unternehmen Handlungsfähigkeit gewährleisten und auch im Krisenfall nach innen wie außen Überforderung oder Imageschäden vermeiden.

Auch auf der Bühne spielt Awareness eine immer wichtigere Rolle. Viele Künstler*innen setzen inzwischen voraus, dass Veranstaltende entsprechende Konzepte und konkrete Maßnahmen realisieren. Dadurch bekommt Awareness eine wachsende Bedeutung für das erfolgreiche und agile Promoten eines vielfältigen Portfolios an Acts. ▶

Kurzum: mit einer wertschätzenden Haltung und Unternehmenskultur kann die Attraktivität für engagierte Mitarbeitende, ein größeres Publikum und attraktives künstlerisches Programm gleichermaßen steigen.

Awareness-Arbeit ist als Prozess zu verstehen, der der Prävention von Diskriminierung, Übergriffen und Machtmissbrauch dient. Dieser Prozess beginnt schon im Vorfeld der Veranstaltung in den Teams, seine Maßnahmen und Konzepte gehen von der Planung über die Durchführung der Veranstaltung bis zu einer Evaluation im Nachgang, um anhand neuer Erfahrungen die eigenen Standards weiterzuentwickeln.

Awareness-Arbeit ist in unseren Augen also nicht nur Zeichen klarer Haltung, sondern auch wirtschaftlich notwendig, um Künstler*innen, Teams und Publikum zu schützen, zu gewinnen und zu halten. Sie zahlt sich in diesem Sinne sowohl für die Unternehmen wie auch für die Entwicklung unserer Branche aus.

In den nachfolgenden Kapiteln geben wir Ihnen zunächst kompakte Ideen rund um unseren und Ihren beruflichen Alltag an die Hand. Sie sind keineswegs als akribisch einzuhaltende Schritte gemeint und Sie müssen auch nicht zwingend in ihrer Reihenfolge oder vollständig umgesetzt werden. Passen Sie die Maßnahmen an Ihre Situation und Unternehmensstruktur an - mit dem Ziel einer schrittweisen Verbesserung für Ihre Mitarbeitenden, Acts und ihr Publikum. Zu jedem Bereich stellen wir Ihnen anschließend praxisbewährte Beispiele unserer Mitglieder vor. •

 **WEITERFÜHRENDE BEGRIFFE FINDEN
SIE IM GLOSSAR DES BÜNDNIS GEMEINSAM
GEGEN SEXISMUS**

Awareness in Ihrem Unternehmen und Team

Wie können in einem Unternehmen Strukturen für Ihr Team etabliert werden?

Ideen & Best Practice

Fünf Ideen

Idee 01

Weiterbildung

Unterstützung und Informationen z. B. zu Grundlagen zu Awareness, Ausarbeitung von Konzeptbausteinen, Unterstützungskonzepten und den Umgang mit Betroffenen bieten praxisorientierte Workshops, **Beratungen, Vernetzung** und die Teilnahme an Roundtables.

Unser Service für Sie

Als BDKV-Mitglied erhalten Sie 30% Rabatt auf die Angebote vom Act Aware e. V., der Weiterbildungen durch Workshops, Beratung zur Konzeptentwicklung und Umsetzung von Unterstützungskonzepten auf Veranstaltungen anbietet. (Kontakt siehe Seite 34)

Idee 02

Awareness AG gründen

Sie können eine Arbeitsgruppe gründen oder verantwortliche Personen benennen, die das Thema Awareness im Team regelmäßig weiterbearbeiten. Eine AG setzt sich bestenfalls aus Betroffenen und Nicht-Betroffenen zusammen, damit die Verantwortung und Lösungssuche nicht nur auf den Schultern von Betroffenen liegen. Ziel ist die **nachhaltige Implementierung des Themas in bestehende Arbeitsabläufe** z. B. regelmäßig als Topic in passenden Meetings oder als Teil von Checklisten bei der VA-Planung etc. Darüber hinaus empfehlen sich regelmäßige Teamsitzungen, die die Möglichkeit zur Beteiligung und Austausch schaffen. Diese Schritte fügen sich organisch in Ihre Arbeitsprozesse ein, sobald sie einmal angestoßen sind.

Idee 03

Haltung & Unternehmenskultur stärken

Als Ergebnis der gemeinsamen inhaltlichen Vertiefung können **verbindliche Verhaltensrichtlinien („Code of Conduct“)** erstellt werden, die die Haltung und Werte Ihres Unternehmens widerspiegeln. Diese Richtlinien benennen, wie Sie das Miteinander im Team, mit der VA-Crew, den Besuchenden, Künstler*innen sowie Dienstleistenden gestalten wollen. Sie können u. a. beinhalten:

- » Etablierung einer **positiven Fehlerkultur**: Fehler werden als Lernchance verstanden
- » **Respektvoller Umgang**: Grenzen werden respektiert und Zustimmungen eingeholt
- » Diskriminierendes Verhalten wird nicht geduldet
- » **Unterstützung** von Personen, die im Arbeitskontext Diskriminierung oder Grenzüberschreitungen erleben
- » **Offener Dialog**: Alle tragen zu einer Atmosphäre bei, in der alle sich wohlfühlen, ihre Meinungen und Bedenken offen zu äußern. Aktives Zuhören und Verständnis für unterschiedliche Perspektiven wird gefördert.
- » **Umgang mit Konflikten**: Konflikten wird proaktiv begegnet und gemeinsam nach Lösungen gesucht.

Idee 04

Kommunikation

Die Haltung und Unternehmenskultur zahlen direkt darauf ein, wie Ihr Unternehmen von außen wahrgenommen wird. Eine klare Vorstellung davon, wie die festgelegten Maßnahmen und Verhaltensrichtlinien des Unternehmens nach außen transportiert werden, ist ein wichtiger Schritt. Mit der passenden Ansprache über die jeweiligen Kommunikationskanäle werden **Verbindlichkeit** und damit auch **Vertrauen** bei Publikum, Partner*innen, dem Team oder möglichen Bewerber*innen ▶

erzeugt. Die interne Kommunikation ist dabei der Ausgangspunkt, damit alle Mitarbeitenden mit dem ggf. selbst erstellten Code of Conduct vertraut sind und sich nicht nur darauf berufen, sondern auch die **Haltung des Unternehmens** nach außen verkörpern können.

Idee 05

Allgemeines Gleichbehandlungsgesetz (AGG)

Alle Arbeitgeber*innen sind nach dem AGG verpflichtet, ihre Mitarbeitenden präventiv und aktiv vor Diskriminierung zu schützen.² Mit Awareness-Maßnahmen kommen Sie proaktiv den gesetzlichen Pflichten nach. Maßnahmen sind beispielsweise die Einrichtung einer **internen Beschwerdestelle** oder die Kommunikation verschiedener interner und externer Unterstützungsmöglichkeiten an alle Mitarbeitenden.

Die Überprüfung und Einrichtung barrierefreier Arbeitsplätze bzw. Arbeitsbedingungen nach den individuellen Bedürfnissen der Mitarbeitenden sowie die Nutzung inklusiver Sprache sind relevante Maßnahmen.

Auch im Bereich **Recruiting** sind viele Maßnahmen denkbar, wie z. B. anonymisierte Bewerbungsverfahren, die durch eine Diversity-Schulung vertieft werden können.

Unser Service für Sie

Der BDKV bietet Ihnen kostenlos eine Meldestellenlösung nach Hinweisgeberschutzgesetz an. (Kontakt siehe Seite 35)

Best Practice

Awareness ist Teamsport: Erste Schritte für die interne Awareness-Arbeit im Büro



(privat)

BEITRAG VON
MARTINA MARSCHALK (SIE/IHR)
PROJEKTMANAGEMENT AWARENESS
KOPF & STEINE GMBH

Auf den Festivals der Veranstaltungsagentur Kopf & Steine sind Awareness-Strukturen bereits fest etabliert, um gegen Diskriminierung und Grenzüberschreitungen vorzugehen. Doch wie sieht unser Umgang miteinander in unserem Büroalltag aus und was unternehmen wir, um Awareness-Strukturen auch am Arbeitsplatz zu integrieren?

Allyship – weil Awareness im Team funktioniert

Awareness ist kein Solo-Projekt für die eine engagierte Person im Team, die immer wieder an den gleichen Themen zieht. Das Konzept der Allyship (Verbündete*r) sorgt für Wertschätzung und Bestätigung: Wer sich sicher fühlt, für andere einzustehen, tut das aktiv. Sei es, indem in Meetings subtil auf misslungene Wortwahl hingewiesen wird („Vielleicht sagst du einfach ‚Team‘ statt ‚Kollegen‘?“) oder indem Personen aus marginalisierten Gruppen in Diskussionen bewusst mit einbezogen werden. Ein weiteres Prinzip, das sich leicht umsetzen lässt, ist das Konzept der „verstärkenden Stimmen“: Wenn eine Person eine Idee äußert und daraufhin ignoriert wird, greift jemand anderes die Idee auf, wiederholt sie und verweist auf die ursprüngliche Quelle. ▶

Kommunikationsstrukturen – Räume schaffen, in denen Themen adressiert werden können

Es gibt diese Gespräche, die in der Küche oder auf dem Flur passieren, wo sich jemand mal Luft macht, weil ein Kommentar im Meeting unangenehm war oder eine Situation unklar blieb. Doch ohne eine feste Struktur bleiben diese Themen oft informell und verpuffen. Damit auch diese Themen Raum finden, hat Kopf & Steine unterschiedliche Personen als Vertrauenspersonen definiert. Gemeinsam wird dann nach einer Lösung gesucht und die Interessen der Person so vertreten, wie sie es möchte.

Allein diese Möglichkeit schafft oft schon eine spürbare Erleichterung. Das nimmt Druck raus und zeigt, dass Awareness keine Einbahnstraße ist, sondern selbstverständlicher Bestandteil des Arbeitsalltags.

Gendern & Pronomen im Büro – kleiner Aufwand, große Wirkung

Es beginnt mit der Sprache. Wer mit "Sehr geehrte Damen und Herren" oder "Liebe Kollegen" in eine E-Mail startet, ist vielleicht gar nicht bewusst ausgrenzend unterwegs – aber schon diese kleinen Formulierungen können Menschen ausschließen. Bei Kopf & Steine wurde daher beschlossen, auf gendergerechte Sprache zu achten, wo es Sinn ergibt: in Mails, bei Jobtiteln und in Meetings, aber auch in der Ansprache von Partner*innen und Dienstleister*innen.

Besonders einfach und wirkungsvoll: Pronomen in der E-Mail-Signatur. Ein (she/her), (he/him), (they/none) o. ä. hinter dem Namen sorgt dafür, dass alle Geschlechtsidentitäten im Team sichtbar gemacht werden und signalisiert, dass das Geschlechterspektrum anerkannt wird. Gerade diese Selbstverständlichkeit hilft, Awareness zu etablieren, ohne großen Arbeitsaufwand auszulösen.

Was bleibt unterm Strich?

Awareness-Arbeit muss nicht kompliziert sein und sie muss nicht von allen sofort perfekt umgesetzt werden. Aber sie hilft, bewusste Schritte zu gehen, durch die Vertrauen geschaffen und die Teamdynamik verbessert wird, speziell dadurch, dass Menschen sich gesehen fühlen. Denn wer weiß, dass ▶

auch die eigenen Bedürfnisse zählen, bringt sich gerne ein – und das sorgt letztendlich für ein motivierteres und angenehmeres Arbeiten. Awareness im Büro ist also kein Mehraufwand, sondern eine Investition in das eigene Team und das Miteinander. ●

☞ **HABEN SIE FRAGEN AN MARTINA?**

✉ **MARTINA.MARSCHALK@KOPFUNDSTEINE.DE**

Awareness in der Planung von Veranstaltungen

**Was können Sie als Veranstaltende schon während
der Vorbereitung einer Veranstaltung tun?**

Ideen & Best Practice

Fünf Ideen

Idee 01

Awareness-Konzept planen

Ein Awareness-Konzept enthält typischerweise alle Handlungsschritte für Vorbereitung, Durchführung und Nachbereitung einer Veranstaltung. Input für die Erarbeitung können Expert*innen wie Act Aware e. V. geben.

Das Konzept kann sowohl für kleine Veranstaltungen ausgelegt sein, auf denen es aufgrund der Größe oder mangels Ressourcen nicht zum Einsatz eines Awareness-Teams kommen kann, als auch für Großveranstaltungen. Es dient **grundlegend zur Prävention** und enthält z. B. Verhaltensrichtlinien für den Umgang mit Vorfällen, Regeln zum Umgang mit Betroffenen und die Festlegung von Ansprechpersonen, Zuständigkeiten, Weisungsbefugnissen und Kommunikationsketten.

Idee 02

Team buchen und den Einsatz planen

Falls ein Awareness-Team zum Einsatz kommt, sind Personalplanung, Briefings oder Absprachen mit anderen Gewerken und Sicherheitsmeetings relevant.

Um Personen auf die Arbeit im Awareness-Team vorzubereiten, bietet Act Aware auch Schulungen an. Bereits qualifizierte Teams können ebenfalls über Act Aware³ oder beispielsweise auch bei unserem Fördermitglied B.E.S.T.⁴ gebucht werden.

Idee 03

Kommunikation

Beziehen Sie Ihre Awareness-Maßnahmen aktiv in die Kommunikation vor und während der Veranstaltung mit ein und informieren Sie umfänglich über Ihre Angebote und Maßnahmen (ggf. auch in englischer Sprache oder Leichter Sprache). Dies sollte sowohl intern als auch extern **für alle Zielgruppen und Gewerke** stattfinden. Für die Gäste sind Aushänge und Flyer auf dem Gelände bzw. in den Veranstaltungsräumen sowie WCs sinnvoll. Gewerke und (freie) Mitarbeitende sollten durch Briefings vorab und zusätzlich vor Ort informiert werden. Der Kontakt sollte auch nach der Veranstaltung möglich bleiben, falls sich Personen nachträglich an Sie wenden möchten.

Idee 04

Selbstverpflichtungen

Im Bereich Booking und Programmplanung sind vielfältige Maßnahmen für mehr Diversität denkbar. Seit einigen Jahren steht die internationale **Initiative Keychange** für Geschlechtergerechtigkeit und Diversität in der Musikbranche. Der BDKV ist der Initiative 2023 beigetreten, in der sich über 700 internationale Unternehmen zu mehr Diversität und gerechteren Standards verpflichten.⁵ Die individualisierbare Selbstverpflichtung (Keychange-Pledge) ist Basis für den Beitritt in die Initiative.

Im Kontext der Selbstverpflichtung ist auch denkbar, die Kooperationen und Partnerschaften mit Dienstleistenden und Gewerken darauf zu prüfen, ob sie entsprechend Ihrer Haltung und Unternehmenskultur sowie des ggf. eigenen Code of Conduct agieren. Beim Schließen neuer Kooperationen kann ebenfalls darauf geachtet werden, schrittweise mehr Diversität abzubilden. Als Unterstützung dabei bietet zum Beispiel **Music Women* Germany** eine Datenbank mit Profilen diverser Musiker*innen, Produzent*innen, Stagemanager*innen und Dienstleister*innen.⁶ ▶

Als fester Bestandteil von Verträgen kann neben dem Technik- und Hospitality-Rider zusätzlich ein **Inklusion & Diversity Rider**⁷ genutzt werden, um die Verbindlichkeit gegenüber Externen zu erhöhen. Ein solcher Rider sollte gemeinsam mit den Künstler*innen erstellt werden und die gemeinsamen Werte und Voraussetzungen für die Zusammenarbeit definieren, wie z. B. die Existenz eines Awareness-Konzepts auf einem Festival oder die Erfüllung einer Keychange-gemäßen Quote im Line-Up.

Idee 05

Beratung einholen und Barrieren abbauen

Um Barrieren abzubauen, empfiehlt sich die externe **Prozessbegleitung durch Expert*innen**, um Maßnahmen mit Betroffenen zusammen zu entwickeln. Betroffene Personen aus dem eigenen Team sind nicht zwangsläufig Expert*innen für ihre Marginalisierung. Es gibt viele Netzwerke und Organisationen, die sich für die inklusive Entwicklung von Veranstaltungen spezialisiert haben, z. B. Initiative Barrierefrei Feiern.⁸ Eine Sammlung vieler hilfreicher Guides zur Umsetzung von Maßnahmen bzgl. Diversität und Inklusion auf Großveranstaltungen und Festivals liefert Yourope.⁹ Für Betroffene ist eine transparente **Kommunikation über die Barrieren** vor Ort äußerst hilfreich, um vorab zu wissen, welchen Zugang sie zur Veranstaltung haben oder welche Unterstützung sie benötigen, um diese im Vorfeld organisieren zu können. ●

Best Practice

Awareness in der Veranstaltungsplanung: Maßnahmen für sicheres und inklusives Touring



(Susanne Strathausen)



(Sven Weber)

BEITRAG VON
JILL KREMSE (SIE/IHR)
BOOKING AGENTIN &
SABRINA SAPONE (SIE/IHR)
LEITUNG ÖRTLICHE VERANSTALTUNGEN
BEI A.S.S. CONCERTS & PROMOTION GMBH

Sichere und inklusive Veranstaltungen sind essenziell für eine positive Live-Event-Kultur. Als Konzert- und Tourneeagentur tragen wir die Verantwortung, Veranstaltungen nicht nur erfolgreich, sondern auch sicher und inklusiv für alle Beteiligten zu gestalten. Awareness beginnt nicht erst vor Ort – sie ist ein essenzieller Bestandteil der Tour- und Showvorbereitung.

Awareness-Konzept der a.s.s. concerts & promotion GmbH

Als örtlicher Veranstalter stehen wir vor Herausforderungen bei der Umsetzung eines klaren Awareness-Konzepts, da wir in wechselnden Locations arbeiten. Einige Venues haben bereits Konzepte, während andere diese nicht bereitstellen. Häufig mangelt es an Rückzugsräumen, finanziellen Mitteln, qualifiziertem Personal und Fachwissen, um ein effektives Awareness-Konzept flächendeckend umzusetzen.

Deshalb entwickeln wir bereits in der Planungsphase ein präventives Awareness-Konzept, das an die jeweilige Tour oder ▶

Veranstaltung angepasst wird und klare Zuständigkeiten für alle Beteiligten festlegt. Hierfür wird eine zentrale Awareness-Ansprechperson aus unseren Reihen vor Ort anwesend sein, die als Schnittstelle zwischen Veranstalter*innen, Security, Venue-Team und Tour-Crew fungiert. Diese Person ist dafür verantwortlich, das Awareness-Konzept zu koordinieren, Vorfälle zu dokumentieren und bei Bedarf Maßnahmen einzuleiten.

Dieses Konzept beinhaltet außerdem verbindliche Briefings vor jeder Show, bei denen alle relevanten Akteur*innen wie Veranstalter*innen, Security und Venue-Teams von der Awareness-Ansprechperson geschult und sensibilisiert werden. Gleichzeitig erhalten Künstler*innen sowie Tour-Crews klare Ansprechpersonen für Awareness-Fragen, um eine sichere und unterstützende Umgebung für alle Beteiligten zu gewährleisten.

Um sicherzustellen, dass Awareness nicht nur theoretisch existiert, setzen wir sichtbare und zugängliche Strukturen um. Dazu gehören klare Kommunikationsmaßnahmen über unsere Website, Social Media und Aushänge sowie die Kennzeichnung von Ansprechpersonen durch z. B. farbige Armbinden. Informationen zu Rückzugsräumen und Anlaufstellen werden gut auffindbar platziert und eventuelle Barrieren werden vorab transparent kommuniziert.

Da wir in wechselnden Locations arbeiten, müssen wir mit den bestehenden Awareness-Konzepten der Venues, Tourneeveranstaltenden und Bands umgehen. Wenn ein vorgelegtes Konzept unzureichend ist, analysieren wir es gemeinsam mit den Verantwortlichen und erarbeiten Verbesserungen, um unsere Standards zu gewährleisten. Wir setzen uns aktiv dafür ein, dass unsere Awareness-Maßnahmen übernommen werden, indem wir unsere Anforderungen frühzeitig kommunizieren und sie zur Voraussetzung für unsere Zusammenarbeit machen.

Darüber hinaus legen wir Wert auf Diversität und Fairness in der Planung, indem wir eine diverse Besetzung in Booking und Crew-Planung berücksichtigen und faire Bezahlung sowie sichere Arbeitsbedingungen gewährleisten. Um FLINTA* (Frauen, Lesben, intergeschlechtliche, nicht-binäre, transgender und agender Personen) aktiv einzubeziehen, setzen wir auf Netzwerke wie Music Women* Germany und Keychange. ▶

Nach jeder Tour evaluieren wir unsere Maßnahmen und verbessern sie kontinuierlich, da wir Awareness als fortlaufenden Prozess betrachten. ●

✓ **Tipp**

Ein vielversprechender Ansatz sind Pilotprojekte, in denen Städte Budgets für Venues bereitstellen, um vor Ort Sozialarbeiter*innen zu subventionieren. Diese Maßnahme könnte dazu beitragen, Awareness-Konzepte effektiver umzusetzen und langfristig eine nachhaltige Struktur zu schaffen. Gleichzeitig werden dadurch die Politik, Städte und Kommunen in die Pflicht genommen, sich stärker mit diesem Thema auseinanderzusetzen und eng mit Veranstaltenden zusammenzuarbeiten.

⊖ **HABEN SIE FRAGEN AN JILL UND SABRINA?**

✉ **JILL@ASSCONCERTS.COM**

✉ **SABRINA@ASSCONCERTS.COM**

Awareness in der Umsetzung von Veranstaltungen

**Welche Maßnahmen sind konkret während
einer Veranstaltung möglich?**

Ideen & Best Practice

Fünf Ideen

Idee 01

Umsetzung des Awareness-Konzepts

Hier geht die Theorie in die praktische Umsetzung **präventiver** Maßnahmen (Code of Conduct, Abbau von Barrieren, diskriminierungssensible Veranstaltungsplanung) und **interventiver** Maßnahmen (Anwesenheit eines Awareness-Teams zur Unterstützung von Betroffenen) über.

Idee 02

Umgang mit Betroffenen

Durch professionelle Unterstützungskonzepte auf Veranstaltungen (Awareness-Teams) wird ein Umgang mit Vorfällen möglich, der deren negative Konsequenzen für Betroffene abmildert. Awareness-Teams leisten betroffenenzentrierte Unterstützungsarbeit, die auf die Wiederherstellung der Handlungsfähigkeit/Selbstbestimmtheit Betroffener abzielt und sie beim **Wiedererlangen ihres Sicherheitsgefühls** auf der Veranstaltung unterstützt. Gemäß den festgelegten Regelungen, Zuständigkeiten und Kommunikationswegen ist das Awareness-Team nur für die Unterstützung von Betroffenen, die auf der Veranstaltung Diskriminierung oder eine Grenzüberschreitung erlebt haben, zuständig – und nicht für die Aufklärung des Tathergangs oder die Verfolgung der Tat.

Idee 03

Awareness zum Thema machen

Im Kontext eines Festivals kann Awareness Teil des Programms werden. Beispiele wären ein **Programmpunkt** zum Thema Diversität oder ein Panel/Workshop zusammen mit Künstler*innen, Expert*innen und Publikum, die künstlerische oder inhaltliche Auseinandersetzung ermöglichen. So bieten Sie dem Thema eine Plattform und fördern die Sichtbarkeit Ihrer Maßnahmen.

Idee 04

Auch kleine Maßnahmen können eine große Wirkung haben

Richten Sie ruhige Sitzbereiche ein, stellen Sie Gehörschutz, unkomplizierten Zugang zu Leitungswasser z. B. durch Auffüllstationen oder Ausgabe an den Bars zur Verfügung, sorgen Sie für gute Wegebeleuchtung und gut erkennbare Ausschilderung.

Zudem können auf einem Veranstaltungsgelände Awareness-Tresen und/oder Rückzugsorte mit passender Ausstattung (z. B. Decken, Snacks, Getränke, Informationsmaterial von Beratungsstellen, beruhigende Hilfsmittel wie Stressbälle) eingerichtet werden, um in Ruhe mit Betroffenen sprechen zu können.

Idee 05

Sichtbarkeit

Das Awareness-Team sollte während der Veranstaltung durch eine **prägnante Markierung** (z. B. Buttons, Westen, Fahnen, LED-Armbänder für nachts) jederzeit sichtbar und niedrigschwellig erreichbar sein. Während der Veranstaltung ▶

können Apps zusätzliche Unterstützung für die Kommunikation und Erreichbarkeit bieten.¹⁰ Der Standort von Infotresen, Ruhebereich oder thematischem Interaktions-Bereich sollte klar kommuniziert und ausgeschildert sein. Auch wenn es kein Awareness-Team gibt, ist die Sichtbarkeit anderer Maßnahmen oder Ansprechpersonen zentral. ●



Best Practice

Awareness auf dem c/o pop Festival



(Moritz Muggenthaler)

BEITRAG VON
NADINE KIALA (SIE/IHR)
DIVERSITY, EQUITY & INCLUSION
(DEI)-MANAGERIN BEI DER
C/O POP UND KOORDINATORIN
DER AWARENESS-ARBEIT

Vorab

Vor drei Jahren haben wir uns als Festival mit Unterstützung von Act Aware e. V. auf den Weg gemacht, Awareness durch ein diskriminierungssensibles Konzept zu verankern. Dieses Konzept ist nicht in Stein gemeißelt, sondern versteht sich als ein sich stetig weiterentwickelnder Prozess, der mit unserem Wissen und unseren Erkenntnissen zur Awareness-Arbeit wächst.

Da es uns wichtig ist, Awareness von innen heraus zu gestalten, haben wir zu Beginn dieses Prozesses als Gesamtteam in einem Workshop die Grundprinzipien der Awareness-Arbeit erarbeitet.

Planung

Für die Umsetzung während des Festivals arbeiten wir mit einem Awareness-Team aus etwa 15 Personen, die überwiegend einen sozialen oder psychologischen Hintergrund haben. Rund vier Wochen vor dem Festival findet ein Kick-off statt, bei dem das Team geschult und über das Festivalprogramm informiert wird. Jedes Jahr setzen wir einen besonderen Fokus auf ein ▶

Diskriminierungsmerkmal. Dieses Jahr ist es Ableismus. Mit Unterstützung von Barrierefrei Feiern e.V. wird das Awareness-Team daher auch zu Themen der Barrierefreiheit sensibilisiert.

Umsetzung

Unser Festival bespielt verschiedene Venues in Köln-Ehrenfeld. Während des Festivals gibt es einen zentral gelegenen Awareness-Space, in den sich Menschen zurückziehen können, wenn sie eine übergriffige Situation erlebt haben oder einfach eine Pause vom Festivalgeschehen brauchen.

Der Awareness-Space ist ausgestattet mit Sitz- und Liegemöglichkeiten, Decken, Wärmflaschen, Zitronensaft, Wasser, Snacks und weiteren beruhigenden Mitteln. Zudem ist hier stets eine Ansprechperson des Awareness-Teams vor Ort.

Das Awareness-Team ist auch telefonisch erreichbar. Die Kontaktdaten werden vorab über Social Media, unsere Website, Plakate vor Ort und Push-Benachrichtigungen in unserer App kommuniziert. Zudem sind mobile Awareness-Teams zu zweit in den Venues und auf den Straßen unterwegs. Sie sind an gelben Westen mit der Aufschrift „Awareness“ erkennbar, die sich optisch in unser CI einfügen.

Das Awareness-Team greift ein oder wird gerufen, wenn Grenzüberschreitungen erlebt oder beobachtet werden. Es unterstützt beispielsweise, wenn eine behinderte Person Hilfe bei der Orientierung benötigt oder jemand sich sexistisch angegangen fühlt. Dabei handelt es sich um betroffenenorientiert, stellt Erfahrungen nicht infrage, hört zu und bietet individuelle Unterstützung an. Wichtig ist, dass die betroffene Person entscheidet, wie es weitergeht. Awareness ersetzt keine professionelle medizinische oder psychologische Versorgung, doch das Team verweist auf Unterstützungsangebote und kontaktiert bei Bedarf Fachkräfte.

In Absprache mit der Awareness-Koordinatorin und gegebenenfalls der Security kann das Team übergriffige Personen vom Festival ausschließen. ▶

Evaluation

Vorfälle werden direkt nach ihrer Meldung innerhalb des mobilen Teams besprochen und anonymisiert dokumentiert. Falls notwendig, wird die Awareness-Koordination umgehend hinzugezogen, beispielsweise bei Ausschlüssen oder dringenden Fällen. Nach dem Festival werden die gesammelten Erfahrungen im Team reflektiert, um Learnings für die nächste Ausgabe zu gewinnen. ●

☎ **HABEN SIE FRAGEN AN NADINE?**

✉ **NADINE.KIALA@C-O-POP.DE**

Awareness im Schlachthof Wiesbaden



(Till Christmann)

BEITRAG VON
VIKTOR FLEISCH (ER/IHM)
VERANSTALTUNGSLEITUNG UND
TEIL VOM AWARENESS-TEAM IM
SCHLACHTHOF WIESBADEN

Um die Veranstaltung so zu gestalten, dass sich jede*r wohlfühlt, ohne Angst vor Diskriminierung oder Übergriffen, ergreifen wir verschiedene Maßnahmen.

In der Vorbereitung wird mit Booking und Vorproduktion anhand von Besucher*innenzahl, Publikumsprofil und Veranstaltungsformat der Bedarf an Awareness-Personal festgelegt. Grundsätzlich sind alle unsere Veranstaltungsleiter*innen, Teile des Nachtpersonals sowie der Sicherheitsdienst geschult bzw. über verschiedene interne Workshops sensibilisiert.

Ticketing und Marketing informieren über Homepage, Social Media und Mails, bei welchen Events es ein Awareness-Team vor Ort geben wird.

Damit vor Ort die persönlichen Grenzen der Feiernden respektiert werden, ist die Sichtbarkeit des Awareness-Teams maßgeblich. Wenn sie nicht am eigenen Stand im ▶

Eingangsbereich der Venues stehen und sich ansprechbar zeigen, sind sie als „Streife“ unterwegs und erkennbar an pinken Westen, insbesondere auch um Toiletten, Tanzfläche und Außenbereich zu überblicken. Wir verteilen Flyer und sprechen ankommende Gäst*innen persönlich an. Wir senden – auch über Plakate – die Botschaft, dass sich alle jederzeit ans Personal an den Theken, Einlass, Garderobe sowie die Security wenden können. Allein diese Präsenz wirkt schon präventiv, um unangenehme Situationen zu vermeiden. Erlebt jemand doch z. B. verbale oder körperliche Belästigung (Beleidigung, unerwünschte Anmache und Berührung), fühlt sich unwohl oder sieht, dass es jemandem nicht gut geht, bieten wir unsere Unterstützung an.

Beschwert sich beispielsweise eine Besucher*in, dass sie jemand in der Menge belästigt, ruft das Awareness-Personal per Funk die Veranstaltungsleitung und die Türsteher*innen hinzu, um das weitere Vorgehen abzusprechen und die gewaltausübende Person zu verwarnen und im Auge zu behalten oder meist der Veranstaltung zu verweisen. Dabei werden auf der Grundlage von Empathie und Parteilichkeit die Wünsche der Betroffenen respektiert.

Menschen, die unter Einfluss von Substanzen (z. B. Alkohol, Drogen) an einer Intoxikation leiden, begleiten wir bei Bedarf an die frische Luft und versorgen sie mit alkoholfreien Getränken oder Traubenzucker. In schwereren Fällen (z. B. K.O.-Tropfen) überweisen wir sie in medizinische Behandlung, entweder beim Sanitätsdienst auf der Veranstaltung oder den Notruf.

Wir halten in jedem Fall auch einen ruhigen Rückzugsraum bereit.

Für Feedback kommunizieren wir eine Mailadresse, auf die sich Besucher*innen mit Fragen, Kritik oder Anregungen melden können. So können wir ggf. auch weitergehende Hilfsstellen vermitteln.

Unser Ziel ist es, alle zu einer solidarischen Haltung zu bewegen, sowohl auf sich als auch die anderen zu achten! ●

☞ **HABEN SIE FRAGEN AN VIKTOR?**

✉ **AWARENESS@SCHLACHTHOF-WIESBADEN.DE**

Awareness in der Nachbereitung von Veranstaltungen

Welche Schritte sind nach einer Veranstaltung zu beachten?

Ideen & Best Practice

Fünf Ideen

Idee 01

Nachbesprechung mit dem Awareness-Team/ Awareness-Leitung

Nach der Veranstaltung ist vor der Veranstaltung – das wissen wir alle. Ein **qualitatives Feedbackgespräch** mit allen Beteiligten bietet einen wichtigen Lernraum für die weitere Implementierung und Verbesserung von Abläufen und Maßnahmen.

Idee 02

Umgang mit Betroffenen

Die Nachbesprechung von konkreten Vorfällen mit Betroffenen auf der Veranstaltung ist essenziell. Ggf. werden auch erst nach der Veranstaltung Vorfälle gemeldet, zu denen noch Besprechungen stattfinden müssen. Außerdem sollte auch internen Fällen innerhalb des Teams zwischen oder durch Künstler*innen oder Dienstleistende noch **Zeit für Aufarbeitung** gegeben werden.

Idee 03

Feedback der Gäste einholen

Für die Optimierung von Abläufen ist auch das Feedback der Gäste wertvoll. Senden Sie Ihren Gästen nach der Veranstaltung einen Feedbackbogen und binden Sie auch das ▶

Thema Awareness ein. Dies kann z. B. durch folgende Fragen passieren:

- » Habt ihr das Awareness-Team wahrgenommen?
- » Habt ihr Awareness in unserer Vorabkommunikation wahrgenommen?
- » Wäret ihr bereit, eine zusätzliche Spende auf den Ticketpreis zu zahlen damit wir unsere Awareness-Maßnahmen ausbauen können?

Idee 04

Evaluation & Weiterentwicklung des Konzepts

Evaluieren Sie aufbauend auf den Nachbesprechungen und internem sowie externem Feedback Ihre Maßnahmen bzw. das Konzept. Bestenfalls gibt es bereits kleine Stellschrauben, die zu nachhaltigen Verbesserungen führen können.

Idee 05

Weiterbildung und Beratung zu Schwerpunktthemen

Awareness-Arbeit ist ein stetiger Lernprozess, der für jedes Unternehmen und jede Veranstaltung individuell ist. Erste Erfahrungen decken ggf. Themenbereiche auf, die noch herausfordernd sind. Die thematische Vertiefung bestimmter Bereiche durch weitere Workshops und Schulungen ist deshalb auch weiterhin eine gute Hilfestellung. ●

Best Practice

Nachbereitung der Awareness-Arbeit



(Godje Loof)

**BEITRAG VON
DR. RER. NAT. GWENDOLYN PATZER
(SIE/IHR)
ACT AWARE E. V.**

Awareness-Arbeit endet nicht mit dem Abschluss einer Veranstaltung. Durch unsere Praxiserfahrung wissen wir bei Act Aware, dass eine umfassende Nachbereitung entscheidend ist, um Vorfälle nachhaltig aufzuarbeiten, strukturelle Verbesserungen vorzunehmen und künftige Veranstaltungen sicherer zu gestalten, weshalb sie bereits bei der Planung berücksichtigt werden sollte.

Veranstalter*innen sowie die Awareness-Leitung sind in der Verantwortung, gute Arbeitsbedingungen für das Awareness-Team zu schaffen. Dazu gehört auch, dass es nach der Veranstaltung zusätzlich zu den Feedbackgesprächen mindestens ein Nachtreffen innerhalb des Awareness-Teams geben sollte, um herausfordernde Fälle und belastende Situationen nachzusprechen.

Auch für das Publikum, die Crew oder Künstler*innen sollte es nach der Veranstaltung eine vertrauliche Meldestelle geben, an die sie sich wenden können, um Grenzverletzungen oder Diskriminierung zu melden, da manche Betroffene nach einem Vorfall erst Reflexionszeit brauchen. Dies kann z. B. über das Einrichten einer vertraulichen Awareness-Mailadresse gewährleistet werden. Hierbei ist wichtig, dass es eine klare Zuständigkeit über die Betreuung der Mailadresse gibt, damit ▶

Meldungen nicht unbeantwortet bleiben. Wichtig ist auch hier die Betroffenen mit ihren Anliegen ernst zu nehmen und sie parteilich zu unterstützen, auch dies kann von Awareness-Personen übernommen werden. Diese Unterstützungsarbeit ist jedoch kein Therapie- oder Beratungsangebot. Daher ist es wichtig, bei Bedarf an entsprechende Stellen zu verweisen.

Insbesondere Fälle, die strukturelle Probleme aufzeigen oder bei denen Personen aus der Crew, Dienstleistende oder Künstler*innen involviert waren, müssen nach der Veranstaltung aufgearbeitet werden, um nachhaltige Veränderungen zu ermöglichen. Dabei sollte dokumentiert werden, wie die betroffene Person sich die Aufarbeitung wünscht: Möchte sie über den Prozess oder Konsequenzen informiert werden? Wenn ja, über welchen Weg? Wer soll/muss mit einbezogen werden?

Bei Schwierigkeiten in der Aufarbeitung kann es hilfreich sein, eine Mediation, Supervision oder Beratungsstellen hinzuzuziehen.¹¹ Sollten während des Aufarbeitungsprozesses strukturelle Probleme sichtbar werden, können diese im Rahmen von Schulungen oder Beratungsprozessen bearbeitet werden. ●

☞ **HABEN SIE FRAGEN AN GWENDOLYN?**

✉ **INFO@ACT-AWARE.NET**

Partner*innen und Initiativen

Wir hoffen, Sie mit unseren Ideen und den Erfahrungswerten unserer Mitglieder inspiriert zu haben. Und vielleicht wollen Sie selbst jetzt direkt aktiv werden. Dafür stellen wir Ihnen im Folgenden Partner*innen vor, die Sie bei der Planung und Umsetzung beraten können.



Act Aware e. V.

Der Verein Act Aware ist seit 2023 Kompetenzpartner des BDKV und fördert Maßnahmen für mehr Awareness auf und im wirtschaftlichen Umfeld von Events – in der Theorie und in der Praxis. Sie unterstützen bundesweit Veranstalter*innen bei der Entwicklung und Umsetzung eigener Awareness-Konzepte, darunter auch eine Reihe an BDKV-Mitgliedern. Als BDKV-Mitglied erhalten Sie Rabatte für die Buchung von Workshops.

ZU ACT AWARE
[ACT-AWARE.NET](https://act-aware.net)

ZUM BDKV-ANGEBOT
**[BDKV.DE/MITGLIEDERBEREICH/
ACT-AWARE](https://bdkv.de/mitgliederbereich/act-aware)**



Keychange

Die internationale Kampagne setzt sich für die Gleichstellung der Geschlechter in der Veranstaltungsbranche ein. Das globale Netzwerk fördert die Sichtbarkeit von Frauen und Diversität in der Branche und führt regelmäßig Studien durch, um den Status quo und Entwicklungen in der Branche hinsichtlich Geschlechtergerechtigkeit aufzuzeigen. Mit dem Unterzeichnen der „Pledge“ entscheiden sich Unternehmen, für Diversität einzutreten und konkrete Vorgaben umzusetzen. All dies geschieht im laufenden Prozess und nach den eigenen unternehmerischen Kapazitäten. Der BDKV ist seit Anfang 2023 Mitglied von Keychange, um interessierten Unternehmen eine entsprechende Austauschplattform mit Keychange zu bieten und die Branche unter anderem mit Weiterbildung zu mehr Diversität hinzuentwickeln.

ZUR KEYCHANGE WEBSITE
[KEYCHANGE.EU](https://keychange.eu)



Themis-Vertrauensstelle

Der BDKV ist seit vielen Jahren einer der Träger der Themis-Vertrauensstelle gegen sexuelle Belästigung e. V. und bietet damit allen Mitgliedsunternehmen und ihren Beschäftigten eine unabhängige und überbetriebliche Beratungsstelle gegen sexuelle Belästigung und Gewalt. Zum Angebot der Themis gehört die juristische und psychologische Beratung von Betroffenen, Zeug*innen, sowie Arbeitgeber*innen. Mit einer eigenen Ansprechpartnerin für die Musikbranche unterstützt die Themis Sie auch beim Ausbau einer internen Beschwerdestelle nach dem Allgemeinen Gleichbehandlungsgesetz (AGG).

ZUR THEMIS WEBSITE
[THEMIS-VERTRAUENSSTELLE.DE](https://www.themis-vertrauensstelle.de)

ZUM BDKV-ANGEBOT
[BDKV.DE/MITGLIEDERBEREICH/](https://www.bdkv.de/mitgliederbereich/themis)
[THEMIS](https://www.bdkv.de/mitgliederbereich/themis)



Meldestelle nach Hinweisgeberschutzgesetz des BDKV

Laut dem Hinweisgeberschutzgesetz (HinSchG) sind Unternehmen über 50 Mitarbeitende dazu verpflichtet, ihren Beschäftigten, Dienstleistenden und Kooperationspartner*innen ein internes Hinweisgebersystem anzubieten. Der BDKV bietet für alle Mitgliedsunternehmen zwischen 1 und 249 Mitarbeitenden ein kostenloses Hinweisgebersystem an, das als „interne Meldestelle“ im Sinne des HinSchG fungiert. Dabei gelten in Ihrem Sinne höchste Vertraulichkeit und Datensicherheit genauso wie im Sinne des Gesetzes und der Hinweisgebenden Anonymität und Professionalität gelten.

ZUM BDKV-ANGEBOT
[BDKV.DE/MITGLIEDERBEREICH/](https://www.bdkv.de/mitgliederbereich/meldestelle-hinweisgeber-schutzgesetz)
[MELDESTELLE-HINWEISGEBER](https://www.bdkv.de/mitgliederbereich/meldestelle-hinweisgeber-schutzgesetz)
[SCHUTZGESETZ](https://www.bdkv.de/mitgliederbereich/meldestelle-hinweisgeber-schutzgesetz)

Bündnis

**GEMEINSAM
GEGEN
SEXISMUS**

**Bündnis "Gemeinsam gegen
Sexismus" von Bundesministerin
Lisa Paus**

Das Bündnis, dem der BDKV neben den wichtigsten Unternehmen und Verbänden aus Gesellschaft, Wirtschaft, Medien und Kultur seit 2023 angehört, tritt der Herabwürdigung von Menschen aufgrund ihres Geschlechts entgegen. Als Teil des Bündnisses will sich der BDKV zur Verantwortung der Branche bekennen, den gesellschaftlichen Prozess mitgestalten und unsere Expertise aus der Veranstaltungswirtschaft einbringen. Ziel ist es, Sexismus und sexuelle Belästigung zu erkennen, hinzusehen und wirksame Gegenmaßnahmen zu verankern.

**ZUR BÜNDNIS WEBSITE
[GEMEINSAM-GEGEN-SEXISMUS.DE](https://www.gemeinsam-gegen-sexismus.de)**



**Das BDKV Female Voice
Netzwerk**

Das Netzwerk für Frauen in der Veranstaltungsbranche folgt dem Ziel, Frauen in der Branche sichtbarer zu machen, Chancengleichheit zu fördern und eine starke Gemeinschaft aufzubauen, die sich gegenseitig unterstützt, inspiriert und voranbringt. Regelmäßige physische und virtuelle Treffen bieten Gelegenheiten, Kontakte zu knüpfen, von Erfahrungen anderer zu lernen und gemeinsam an Projekten zu arbeiten.

Das Netzwerk unterstützt seine Mitglieder dabei, ihre Potenziale zu entdecken und zugunsten unserer Branche zu wachsen. Durch die Förderung von Diversität steigern wir auch langfristig die Resilienz unserer Mitgliedsunternehmen.

Wir freuen uns über jeden Zuwachs zum Frauennetzwerk für BDKV-Mitglieder!

**ZU FEMALE VOICE
[FEMALE-VOICE.BDKV.DE](https://www.female-voice.bdkv.de)**

Dank

Wir bedanken uns sehr herzlich bei unseren Mitgliedsunternehmen, die durch ihre Best Practices wertvolle Einblicke aus ihrer Praxis beigesteuert haben und durch ihr besonderes Engagement für Awareness vorangehen. Wir bedanken uns außerdem bei unseren Partner*innen für die kompetente Unterstützung unserer Branche. Gemeinsam lässt sich noch viel bewirken!

Quellen

- 1 Siehe etwa Studie von McKinsey 2023**
[mckinsey.de/~ /media/mckinsey/locations/europe%20and%20middle%20east/deutschland/news/presse/2023/2023-09-18%20kulturelle%20vielfalt/2308_whitepaper_cultural_diversity_vs.pdf](https://www.mckinsey.de/~ /media/mckinsey/locations/europe%20and%20middle%20east/deutschland/news/presse/2023/2023-09-18%20kulturelle%20vielfalt/2308_whitepaper_cultural_diversity_vs.pdf)
- 2 Arbeitgeber*innen-Pflichten**
antidiskriminierungsstelle.de/DE/ueber-diskriminierung/lebensbereiche/arbeitsleben/pflichten-von-arbeitgebern/pflichten-von-arbeitgebern-node.html
- 3** act-aware.net
- 4** bestvd.com
- 5 Die Keychange-Unterzeichner*innen**
keychange.eu/directory/music-organisations
- 6 Music Women* Germany Database**
musicwomengermany.de/profiles
- 7 Beispiel für Inklusion & Diversity Rider**
safethedance.de/wp-content/uploads/2021/10/Safe-the-Dance_-_Inklusion-Diversity-Rider-1.pdf
- 8 Initiative Barrierefrei Feiern**
barrierefrei-feiern.de

9 Yourope Diversity & Inclusion Toolkit

yourope.org/project/ditoolset

10 Beispiele für Apps

guardyapp.de/b2b

saferspaces.io

11 Wir empfehlen, sich über lokale Beratungsstellen und Mediations- oder Supervisionsangebote zu informieren. Im Bereich diversitätssensible Prozessbegleitung mit Fokus Rassismus empfehlen Act Aware Schwarze Schafe

schwarze-schafe-online.de/rassismuskritische-bildung/diversitaetssensible-prozessbegleitung

In Berlin agiert die Beratungsstelle zu Diversitätsentwicklung für Kunst- und Kultureinrichtungen Diversity Arts Culture

diversity-arts-culture.berlin

Die Awareness Akademie bietet ein breites Angebot an Workshops zu unterschiedlichen Themen an

awareness-akademie.de/awa-angebote

Impressum

© April 2025, BDKV Bundesverband der
Konzert- und Veranstaltungswirtschaft e.V.

HERAUSGEBER

BDKV Bundesverband der Konzert-
und Veranstaltungswirtschaft e.V.

VR 10892, Amtsgericht Hamburg
USt-ID-Nr. DE 193 315 914

HAUSADRESSE/POSTADRESSE

Georgsplatz 10
20099 Hamburg

KONTAKT

Tel.: (+49) 40 6053388-50
Mail: info@bdkv.de
Presse: presse@bdkv.de

↗ bdkv.de

REDAKTION

V.i.S.d.P.
Johannes Everke (Geschäftsführer)

Konzept & Redaktion
Dana Anderle & Madeline Falkenhahn

Mitarbeit
Gwendolyn Patzer (Act Aware e. V.) & Felix Poulheim

GESTALTUNG, LAYOUT, SATZ

Vincent Büker

DISCLAIMER

Die Themen Awareness und Diversität unterliegen einem kontinuierlichen gesellschaftlichen und wissenschaftlichen Diskurs. Wir geben unseren aktuellen Wissensstand wieder und sind einer Weiterentwicklung gegenüber offen. Für Feedback, Lob und Kritik zu diesem Handbuch freuen wir uns per Mail an: info@bdkv.de