

<b>BESCHLUSSVORLAGE</b>	Gremium:	<b>9. Sitzung Hauptausschuss</b>
STADT KARLSRUHE Der Oberbürgermeister	Termin: Vorlage Nr.: TOP:	<b>12.10.2010</b> <b>91</b> <b>4.1</b> <b>öffentlich</b> <b>Dez. 4</b>
<b>DAS FEST 2010 - Evaluationsbericht</b>		

Beratungsfolge	Sitzung am	TOP	ö	nö	Ergebnis
Gesellschafterversammlung DAS FEST GmbH	04.10.2010		<input type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	
Hauptausschuss	12.10.2010	4.1	<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	
			<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	

**Antrag an den Gemeinderat / Ausschuss**

- Der Hauptausschuss beschließt eine apl. Ausgabe bei PSP-Element 1.410.26.20.04.02.03 (Kostenart 43000000) an die DAS FEST GmbH für das Jahr 2010 in Höhe von 135 T€.
- Das Sicherheitskonzept für die Veranstaltung DAS FEST 2011 soll fortgeschrieben und der Sicherheitsstandard weiter erhöht werden.

Finanzielle Auswirkungen				nein <input type="checkbox"/>	ja <input checked="" type="checkbox"/>
Gesamtaufwand der Maßnahme	Einnahmen (Zuschüsse u. Ä.)	Finanzierung durch städtischen Haushalt	Jährliche laufende Belastung (Folgekosten mit kalkulatorischen Kosten abzügl. Folgeerträge und Folgeeinsparungen)		
2010: 135 T€					
Haushaltsmittel stehen in voller Höhe zur Verfügung. Einsparungen beim Personalaufwand					
Ergänzende Erläuterungen:					
Karlsruhe Masterplan 2015 - relevant	nein <input checked="" type="checkbox"/>	ja <input type="checkbox"/>	Handlungsfeld:		
Anhörung Ortschaftsrat (§ 70 Abs. 1 GemO)	nein <input checked="" type="checkbox"/>	ja <input type="checkbox"/>	durchgeführt am		
Abstimmung mit städtischen Gesellschaften	nein <input type="checkbox"/>	ja <input checked="" type="checkbox"/>	abgestimmt mit der Das Fest GmbH		

## **A. Ist-Analyse**

### 1. Vorbemerkung

DAS FEST 2010 war sicherheitstechnisch und atmosphärisch ein voller Erfolg. Im finanziellen Ergebnis blieb die Veranstaltung weit hinter den Erwartungen zurück. Dabei wurde der eigene Erfolg – die Verhinderung einer Überfüllungssituation und die damit verbundenen gewünschten Rückgänge bei den Besuchern und kumulierend auch bei den Erlösen – zum Auslöser des schlechten Ergebnisses.

DAS FEST bleibt das größte generationenübergreifende Familienfestival in Süddeutschland und dient innerhalb der Stadt als verbindendes kulturelles Element. Die Bedeutung des FESTES manifestierte sich nachhaltig in der Rettungskampagne im Vorfeld. Es entstand ein neues Wir-Gefühl in Karlsruhe.

DAS FEST 2010 ist ohne Zwischenfälle und zur vollsten Zufriedenheit aller Sicherheitsexperten zu Ende gegangen. Die vom Gemeinderat angemahnten Verstöße der Vorjahre im Bereich des Jugendschutzes konnten nach den vorliegenden Statistiken fast komplett eingedämmt werden, auch eine Überfüllungsproblematik lag zu keiner Zeit vor.

Der Neustart des FESTES mit der präzisen Analyse der Veranstaltung als Grundlage für eine erfolgreiche Zukunft war im Jahr 2010 nur durch hohen operativen Aufwand im Bereich Infrastruktur zu bewältigen. Das aufwändige und zuverlässige Drehkreuzsystem ermöglicht ab sofort eine Planung auf der Grundlage von zuverlässigem Zahlenmaterial. Der hohe zusätzliche Sicherheits- und Kontrollaufwand wirkte sich auch auf das Budget aus und erforderte einen deutlich höheren Geldbetrag, der sich aber durch den guten Verlauf bezahlt gemacht hat.

Gerade die gewonnene Expertise im Bereich Sicherheit und Organisation könnte die DAS FEST GmbH bei anderen Veranstaltungen im städtischen Interesse einbringen.

Kurzaussagen zu:

### 1.1. Besucherzahlen

<b>Tag</b>	<b>Sport- und Familienbereich*</b>	<b>Hügelbereich</b>	<b>Gesamtbesucher</b>
FR, 23.7.2010	20.000 Besucher	43.092 Besucher	63.092 Besucher
SA, 24.7.2010	35.000 Besucher	45.187 Besucher	80.187 Besucher
SO, 25.7.2010	40.000 Besucher	15.000 Klassik 40.000 Tag/Abend	95.000 Besucher
<b>Summe</b>	<b>95.000 Besucher</b>	<b>143.279 Besucher</b>	<b>238.279 Besucher</b>

\* Diese Zahlen basieren auf der Annahme, dass es in diesem Bereich ein „Kommen und Gehen“ und ein großer Durchlauf zwischen den Geländeteilen statt findet.

### 1.2. Musikalisches Programm

#### Hauptbühne

Das Programm auf der Hauptbühne fand großes Lob – sowohl von Seiten der Medien als auch der Besucher. Am Freitag war mit Jan Delay ein generationenübergreifender Top-Act auf der Bühne. Am Samstag konnten mit Stanfour, Bela B. und den Editors unterschiedliche Zielgruppen angesprochen werden. Das abschließende Konzert der Monsters of Liedermaking sorgte für eine große Überraschung: Bis Mitternacht war der Hügel mit begeisterten Menschen voll besetzt. Das Klassikfrühstück am Sonntag lockte in bewährter Manier alle Generationen an. Anschließend sorgte die SWR Big-Band für einen absoluten Jazz-Höhepunkt. Am Abend begeisterte das John Butler Trio als Geheimtipp die Menschen. Den Abschluss bildete der damalige Chart-Primus Gentlemen aus Köln, der zum Zeitpunkt der Buchung für Karlsruhe noch nicht in den TopTen zu finden war.

#### Cafébühne

Bei der Cafébühne setzte sich das Programm aus regionalen Musikbands zusammen. Zudem fungierte die Bühne als Podium für lokale Partner wie dem Gospelkirchentag.

#### Zeltbühne

Eine Mischung von aufstrebenden Nachwuchsbands wurde wie in den Vorjahren auch in diesem Jahr geboten. Highlight bildete an jedem Tag eine Band, die in den Vormonaten na-

tional vermehrt musikalische und mediale Aufmerksamkeit erlangt hatte. Berücksichtigt wurden regionale wie auch wenige internationale Künstler.

### DJ-Bühne

Lokale DJs der regionalen Kulturszene sorgten für eine hohe Identifikation der Akteure mit DAS FEST, die sich auch auf das junge Publikum übertrug.

### 1.3. Wirtschaftliches Ergebnis

Bedingt durch das schlechte Wetter am FESTival-Freitag lagen die Getränkeumsätze weit hinter den Erwartungen (der Freitagabend ist üblicherweise der umsatzstärkste Festivaltag). Auch die Umsätze beim Klassik-Frühstück sind im Vergleich zum Vorjahr stark abgefallen. Die angesetzte Kartenverkaufssituation von 120.000 Tickets konnte nicht erreicht werden. Damit einhergehend sind weitere Rückgänge im Getränkeumsatz zu verbuchen. Von den erwarteten € 964.000 Getränkeerlösen wurden € 584.000 erreicht. Dies bedeutet € 380.000 fehlender Getränkeerlös. Das Gesamtdefizit der Veranstaltung betrug € 285.000.

### 1.4. Positive Reaktionen der Besucher

Die DAS FEST GmbH hat eine Besucherbefragung durchgeführt. Es wurden 800 Einzelinterviews geführt.

Nachfolgend daraus die prägnantesten Aussagen:

- Lob für den vergrößerten Cafébereich bei der Cafébühne
- Lob für die zweite LED-Wand im Cafébereich
- Lob für das Sicherheitskonzept – viele Besucherinnen und Besucher erwähnten die Bewegungsfreiheit im Hügelbereich („man konnte sich problemlos fortbewegen“, „die Wege sind endlich wieder frei“, „ich kann Kinder wieder in die Nähe der Hauptbühne mitnehmen“, „die Getränkestände sind wieder erreichbar“)
- Lob für die schnelle Einlassabwicklung
- Lob für den Erhalt und die Vergrößerung der Infomeile

### 1.5. Negative Reaktionen der Besucher

- Kritik an den mangelnden Toiletten am Freitag im Hügelbereich
- Kurzfristiger Wechsel zwischen Hügel- und Familienbereich war in den Abendstunden mitunter schwierig
- Kritik an fehlender Rücktauschmöglichkeit der Wertbons an allen Bonkassen, hierfür waren lediglich zwei Kassen (Kühler Krug und Europahalle) vorgesehen

### 1.6. Medienecho

Das Medienecho war durchweg positiv. Schon 14 Tage vor Beginn des Familien-FESTivals gab es in diesem Jahr eine im Vergleich zu den Vorjahren beispiellos akribische Vorberichterstattung in allen Medien. Das Medienecho zum Ticketingsystem, aber auch zu den organisatorischen Abläufen bei den Getränkeständen sowie zum erweiterten Sicherheitskonzept war durchweg positiv. Kritisiert wurde die Anzahl der zur Verfügung stehenden Toiletten am ersten FEST-Tag (Freitag). Durch das tragische Unglück in Duisburg rückte DAS FEST in den Folgetagen nochmals in den Fokus der Medien – als positives Beispiel für ein gelungenes Sicherheitskonzept bei einer Großveranstaltung.

### 1.7. Bedeutung

Neben der positiven Imagewirkung, mit der DAS FEST die Stadt Karlsruhe bereits seit Jahren bundesweit und teils auch über die Landesgrenzen hinaus in den Interessenfokus rückt, kristallisierten sich in diesem Jahr zwei weitere positive Merkmale heraus:

- Die aktive FEST-Unterstützung der regionalen Wirtschaft, aber auch deren Identifikation mit DAS FEST scheinen von Jahr zu Jahr zu wachsen. DAS FEST fungiert mehr denn je als Business- und Networkingplattform erster Kategorie.
- Nach der Überprüfung und Erweiterung des Sicherheitskonzepts gilt dieses bereits als Maßstab für andere Großveranstaltungen. Zukünftige Treffen bei Fachtagungen werden zeigen, inwieweit andere Veranstalter vom Karlsruher Know-how profitieren können.

Darüber hinaus zeigt sich im Bereich Online und Social Media die Bedeutung des FESTES anhand der vorliegenden Zahlen: Auf das [www.dasfest.net](http://www.dasfest.net) gab es im Juli rund 26 Millionen Zugriffe von rund 200.000 unterschiedlichen Besuchern.

Die Suchphrase „DAS FEST“ ist bei Google auf Platz eins gerankt. Auf Platz zwei ist die Ticketunterseite der FEST-Website. Beim Suchbegriff „FEST“ ist DAS FEST auf Platz 2 gerankt.

Die häufigsten Besucher über einen externen Link kommen über Facebook - hier hat DAS FEST 3.980 Fans, im Vergleich hat Karlsruhe auf Facebook rund 2.900 Fans.

## 2. Programm

### 2.1. Fest-Café

Der erste Abend des Fest-Cafés (17.7.) war mit ca. 1.500 Gästen schon sehr gut gefüllt. Am 18.7. und 19.7. steigerte sich die Besucherzahl bereits auf ca. 2.500 Gäste. Am Dienstag, den 20.7. wurde der Peak Level mit gut 4.500 Besuchern erreicht. Die Abende des 21.7. und 22.7. waren jeweils mit ca. 3.000 Besuchern gut besucht.

### 2.2. Hügelbereich

In der Gemeinderatsvorlage vom 17.11.2009 ist ausgeführt, dass am Sonntag ein Musikprogramm mit eher regionaler Prägung präsentiert wird. Am Sonntag trat neben Charlie Winston (17:30 Uhr), dem John Butler Trio (19:00 Uhr) auch der Kölner Musiker „Gentleman“ (21:00 Uhr) auf. Nach Rücksprache mit Experten war dieses Vorgehen erforderlich, um auch am eintrittsfreien Sonntag genügend Besucher in den Hügelbereich zu locken, damit der kalkulatorisch angesetzte Getränkeerlös generiert werden konnte. Trotz des TopActs konnte die Zusage eines frühen Konzertendes am Sonntagabend eingehalten werden, bereits um 22:30 Uhr war Konzertende. Dennoch war die lokale Künstler-Präsenz gewährleistet. Der Waldbronner Zauberer Simon Pierro wie auch das Karlsruher Kabarett-Trio Fräulein Knöpfele und ihre Herrenkapelle sorgten für einen voll besetzten kleinen Hügel vor der Kleinkunsthöhne.

### 2.3. Sport- und Familienbereich

Trotz der Aufteilung in „Hügelbereich“ und „Sport und Familienbereich“ ist das familienfreundliche Flair von DAS FEST erhalten geblieben. Bereits am Samstag waren alle Aktionsbereiche im Sport- und Familienbereich mit Besuchern gut gefüllt. Am Sonntag wurden die Erwartungen jedoch mehr als erfüllt, nachdem am frühen Nachmittag die Besucher in Strömen auf dem Gelände flanierten und agierten. Neben den Angeboten des Stadtjugendausschuss (Mobile Spielaktionen und Zeltbühne) waren auch der FEST-Cup sowie die Spielflächen der angesagten Trendsportart „Slacklining“ sehr gut besucht. Das „Slacklining über dem See“ war am Samstag und Sonntag ein Publikumsmagnet, und das neue Sportcafé wurde rege genutzt. An Kritik ist zu vermerken, dass alle Aktionsangebote sehr gedrängt im Sport- und Familienbereich präsentiert wurden, sodass für das kommende FEST über eine neue Platzaufteilung nachgedacht werden muss.

## 3. Wirtschaftliche Situation

### 3.1. Getränkeerlöse

FEST-Café in der FEST-Vorwoche	
17.7. bis 22.7.2010	€ 57.000 netto
Veranstaltungstage 23.7. bis 25.7.2010	
23.7.2010	€ 159.000 netto
24.7.2010	€ 208.000 netto
<u>25.7.2010</u>	<u>€ 160.000 netto</u>
Gesamterlös	€ 527.000 netto (FESTival)

Der Getränkeerlös pro Kopf betrug € 2,45. Im letzten Jahr mit geschätzter Besucherzahl wurde ein Erlös pro Kopf von € 2,58 erzielt.

### 3.2. Vergleich zum Wirtschaftsplan

Die Annahmen des Wirtschaftsplanes 2009/2010 waren:

- eine 3-tägige Gut-Wetter-Situation
- die Eintrittserlöse für den Hügelbereich basieren auf jeweils 60.000 Besuchern am Freitag und Samstag
- die Getränkeerlöse setzen auch für den Sonntag eine hohe Besucherfrequentierung voraus.

Bedingt durch das schlechte Wetter am FEST-Freitag konnte der geplante Getränkeerlös nicht erreicht werden. Zudem war an keinem der drei FEST-Tage die maximale Besucherzahl von täglich 60.000 Gästen im Hügelbereich. Von den erwarteten € 964.000 Getränkeerlösen wurden € 584.000 umgesetzt. Dies bedeutet € 380.000 fehlender Getränkeerlös.

### 3.3. Ticketverkauf

Insgesamt wurden 88.279 Tickets verkauft (73,56 %).

Sie teilten sich wie folgt auf:

Freitag	43.092 Tickets
Samstag	45.187 Tickets

Am Sonntag kamen ca. 95.000 Besucher über den ganzen Tag verteilt, in den Hügelbereich sowie in den Sport- und Familienbereich. Beim Abendkonzert des TopActs lag der Peak bei 40.000 Besuchern.

Bedingt durch die hohe Akzeptanz der Vorverkaufsstellen, u. a. bei der Sparkasse Karlsruhe, wurden mehr Hardtickets als Online-Tickets verkauft (Verhältnis: ca. 1/5 Online-Tickets und ca. 4/5 Hardtickets).

Dadurch konnte eine starke Frequentierung des FESTES durch Publikum aus Karlsruhe und der Region garantiert werden.

Der Erlös aus dem Ticketverkauf betrug abzüglich der Ticketgebühren und der Spende für den Festspende e.V. € 371.266,82. Die Spende für den Festspende e.V. wurde gewählt um die steuerliche Erleichterung des gemeinnützigen Vereins Festspende e.V. zu nutzen, die dem Sport- und Familienbereich zu Gute kommt.

#### - Vergleich zum Wirtschaftsplan

Laut Wirtschaftsplan wurden Eintrittserlöse in Höhe von € 437.000 netto erwartet. Das Ergebnis kann sich sehen lassen, in Anbetracht der Tatsache, dass nun erstmals nach 25 Jahren geklärt ist, dass der Hügelbereich mit 60.000 Besuchern gedrängt voll zu werden scheint. Prophylaktisch sollten zukünftig nur 55.000 Besucher eingelassen werden.

#### - Reaktionen zum Ticketverkauf

Nur wenige Käufer monierten den Eintrittspreis in Höhe von € 5 brutto. Als Kritikpunkt wurde vorrangig die sich aus dem neuen Eintrittssystem ergebende mangelnde Möglichkeit genannt, sich spontan und ungeplant auf das FESTival zu begeben.

### 3.4. Bonsystem für die Getränke

Gründe für das Bonsystem:

- Geringere Wartezeiten an den Kassen, da die Gäste-Entscheidung zur Produktwahl örtlich an die Getränkestände verlegt wurde.
- Durch das Bonsystem fanden wieder zwei Kassierer Platz in den Kassenhäuschen = schnellere Abfertigung, keine Warteschlangen.
- Reaktion der Besucher auf das Bonsystem

70 % positiv

30 % negativ

### 3.5. Sponsoring / Merchandising

Höhe der Sponsoreinnahmen:

€ 275.000 konnten über Sponsoringpartner und Werbeeinnahmen im Programmheft eingenommen werden.

Merchandising

Erlös € 29.000

Kalkulation € 50.000

Damit blieben die Erlöse 42 % unter den Erwartungen, was dem allgemeinen Trend bei Festivals entspricht.

### 3.6. Controllingberichte

Für die Monate Februar bis August wurden monatliche Berichte vorgelegt. In den letzten 3 Wochen vor der Veranstaltung 2010 wurden die Controllingberichte im 7- Tage-Rhythmus vorgelegt.

## 4. Sicherheitskonzept

### 4.1. Status Quo / Fortschreibung

Generell darf behauptet werden, dass die gründliche Überarbeitung des Sicherheitskonzepts gegriffen und sich bewährt hat.

Das neue Konzept wurde unter Hinzuziehung von versierten Partnern aus Wirtschaft und Wissenschaft als Vorzeigeprojekt der TechnologieRegion Karlsruhe angelegt - unter anderem waren die PTV AG, das Fraunhofer-Institut für Optronik, Systemtechnik und Bildauswertung (Karlsruhe) und der SWR-Versammlungsstättenexperte Walter Mäcken eingebunden.

### 4.2. Kapazität des Hügelbereichs

Die Ergebnisse der erstmaligen Besucherzählung in diesem Jahr haben gezeigt, dass der Hügelbereich vor der Hauptbühne mit 60.000 Besuchern gedrängt voll zu werden scheint. Daher wird die Besucheranzahl im Hügelbereich reduziert werden müssen. Die neu festzusetzende Kapazität muss allerdings im Expertenkreis einer Sicherheitskonferenz festgelegt werden. Die Tendenz in den geführten Vorgesprächen geht in Richtung 55.000 Besucher.

### 4.3. Versicherungsschutz

Die abgeschlossenen Veranstalterhaftpflicht-, Unfall- und D&O-Versicherungen sind für eine Veranstaltung dieser Größenordnung unabdingbar. Ein neutraler Versicherungsexperte hat die GmbH bei diesen Entscheidungen beraten.

## 5. Sonstiges

### 5.1. Lärm

Die durchgeführten Lärmpegelmessungen haben zu keinerlei Beanstandungen geführt. Sämtliche Schallpegel bewegten sich im zugelassenen Bereich. Zudem hat die DAS FEST GmbH mit den benachbarten Kliniken und Pflegeanstalten persönliche Gespräche geführt.

### 5.2. Alkohol / sonstige Sanitätseinsätze

Die diversen präventiven Maßnahmen (Anti-Alkohol-Kampagne, Jugendschutzteams und Servicestationen / digitales Funknetz zur zwingenden erforderlichen unterbrechungsfreien Kommunikation während der gesamten Veranstaltungsdauer zwischen den Einheiten der beteiligten Sicherheitsinstitutionen) haben sich bewährt. Die Zahl aller Erste Hilfe-Behandlungen (von chirurgischen Einsätzen bis hin zu Kliniktransporten) konnte um 50 % reduziert werden.

Die Summe aller Einsätze betrug	2009:	378
	2010:	176

Auch die Polizeiverordnung „Alkoholverbot im Umfeld des FEST-Geländes“ hat sich erneut bewährt.

### 5.3. Jugendschutz

Die erstmals eingesetzte eigene Jugendschutzbeauftragte (Mitarbeiterin des StJA) hat mit den Jugendschutzteams der Stadt Karlsruhe die Einhaltung des Jugendschutzgesetzes gewährleistet und hat speziell im Hügelbereich erfolgreich Präsenz gezeigt. Diese erfolgreiche Maßnahme soll 2011 weitergeführt werden.

### 5.4. Grünanlage

Bedingt durch die schlechte Wetterlage wurde der Hügelbereich der Günther-Klotz-Anlage stärker in Mitleidenschaft gezogen, als in den Vorjahren. Im Gegenzug sorgte die Sonnen-

hitze während der Aufbauarbeiten für Probleme mit der hitzeempfindlichen Bitume des abgelassenen Modellbootsees.

Mit dem städtischen Gartenbauamt ist die DAS FEST GmbH in Kontakt, um Optimierungen und Lösungen für die Folgejahre zu entwickeln. In Absprache mit dem Gartenbauamt wird für die dringlichsten Maßnahmen Kosten zwischen € 5.000 bis € 10.000 veranschlagt.

## **B. Weiterentwicklungen**

### 1. Wirtschaftsplan 2010/2011

Grundsätzlich soll am Gesamtkonzept von DAS FEST festgehalten werden, wobei diverse Posten und Gewerke analysiert und neu kalkuliert werden müssen. Der Wirtschaftsplan sollte zukünftig unter der Prämisse eines Schlechtwettertages erstellt werden. Im Jahr 2005 gab es zuletzt an allen 3 Tagen schönes Wetter.

- Das Sport-Café im Sport- und Familienbereich soll weiter ausgebaut werden.
- Die Kleinkunsthöhne mit neuem Standort soll im Wechsel zu den Musikacts der Hauptböhne bespielt werden. Anstelle eines Kunstobjekts soll jedoch wieder eine kleine, aber dafür funktionale Böhne genutzt werden.
- Bei der Kleinkunsthöhne soll eine dritte Übertragungs-LED-Leinwand installiert werden, sodass noch mehr Publikumsdruck aus dem Bereich vor der Hauptböhne genommen wird. Die dritte LED-Wand kann komplett über Trailer-Werbung refinanziert werden.
- Das Konzept der DJ-Böhne soll komplett überarbeitet werden, sie könnte tagsüber für pädagogische Projekte genutzt werden.
- Die Buchhaltung wie auch das Controlling sollen zukünftig zentral über die KMK in Abstimmung mit der Geschäftsführung von der DAS FEST GmbH erfolgen.

### 2. Aussagen zum Sicherheitskonzept

#### 2.1. Reduzierung der Besucherzahlen im Hügelsbereich

Es wird seitens des Veranstalters darüber nachgedacht, die maximale Tageskapazität im Hügelsbereich auf 55.000 Besucher zu beschränken.

Die uns beratende PTV AG wird die Simulationen weiterer Gefahrensituationen im Vorfeld der Veranstaltung 2011 durchführen und im Expertenkreis (Sicherheitskonferenz) vorstellen. Bereits im Jahr 2010 wurde eine Fluchtwege- Simulation erstellt, die in den Pausen der Musikacts auf den Großleinwänden gezeigt wurden.

## 2.2. Fortentwicklung

Trotzdem muss das Konzept fortlaufend an die neuen Ergebnisse und Daten angepasst werden.

Das Sicherheitskonzept wird also verfeinert und optimiert. Dies bedeutet:

- Infrastrukturelle Veränderungen in der Günther-Klotz-Anlage wie z. B. Kabelkanäle für die sichere Vernetzung der Kameras und Zählgeräte
- Hochsetzen der Straßenlaternen am Karl-Wolf-Weg (Transportfahrzeuge haben die in niedriger Höhe angebrachten Laternen beschädigt, dadurch mangelnde Ausleuchtung der Fluchtwege)
- geeignete Hard- und Software zur detaillierten Gelände- und Werkeplanung
- Beleuchtungsmaßnahmen für Notausgangssituationen, welche auch bei Stromausfall genügend Helligkeit zur Orientierung bieten. Des Weiteren wird mit der Branddirektion Karlsruhe ein neues Brandschutzkonzept für DAS FEST entwickelt.

## FAZIT:

Die FEST-Geschäftsführung und der beratende Sicherheitskreis sind sich darüber einig, dass die Fortschreibung des Sicherheitskonzeptes trotz des vorbildlichen Verlaufs im Jahr 2010 erforderlich ist. Die Vorfälle in Duisburg machen deutlich, dass hier stetiger Handlungsbedarf besteht.

Karlsruhe könnte hier den Vorbildcharakter in Sachen Großevent weiter ausbauen und wird so auch für weitere Projekte interessanter.

Weitere Kontakte für Kooperationen sind mit Vertretern der Karlsruher Wirtschaft zum Thema Sicherheit bereits geknüpft worden, u. a. mit der Firma Vitracom.

Vitracom wurde im Mai 2000 aus dem Fraunhofer-Institut für Optronik, Systemtechnik und Bildauswertung (Karlsruhe) als Spin-off mit dem Ziel gegründet, die dort entwickelten Verfahren zur intelligenten Videoüberwachung in markt- und kundengerechte Lösungen umzusetzen. Es entstand das zentrale Produkt SiteView, eine Videosensor-Software, die mit höchster Zuverlässigkeit Personenverhalten in Kamerabildern automatisch analysiert und für die verschiedensten Anwendungen auswertet.

Im Rahmen eines Pilotprojekts könnte SiteView erstmals bei einem Festival zum Einsatz kommen, und damit weitere wertvolle Daten für die Sicherheitskräfte liefern.

Des Weiteren hat sich Anders Johansson (Panikforscher mit der Thematik Mekka in Saudi-Arabien) bereit erklärt das in Mekka erprobte System ebenfalls in Karlsruhe auf DAS FEST anzuwenden. Die Kosten zwischen PTV, Vitracom und Johansson würden sich zwischen € 50.000 bis € 60.000 bewegen. Im Normalfall wären die Kosten um ein vielfaches höher, allerdings erkennen alle Wissenschaftler den Mehrwert dieses Projektes für die Veranstaltung DAS FEST.

### 3. Sonstige Weiterentwicklungen

Nachdem die DAS FEST GmbH die Veranstaltung 2010 unter großem infrastrukturellem Aufwand „geröntgt“ hat, kann schon ab dem kommenden Jahr mit einem ausgeglichenen wirtschaftlichen Ergebnis gerechnet werden. Bei einer dreitägigen Gut-Wetter-Situation könnte eine Rücklage gebildet werden.

Folgende Veränderungen und Einsparungen lassen diesen Schluss zu:

- Erhebung eines Fünf-Euro-Beitrages auch am Sonntag (diese Maßnahme ist auch vor dem Hintergrund eines besseren wirtschaftlichen Ergebnisses notwendig. Die Umrüstung von Freizugang auf Personenzählung sorgt für zusätzliche Kosten in Bezug auf Personaleinsatz.)
- Einlasskontrolle via Handscanner (keine Drehkreuze mehr notwendig)
- Einsparung des neuen Beschilderungskonzeptes (einmalig 2010)
- eventuelle Generalvergabe Getränkemanagement an Getränkepartner

(Einsparung Personalkosten)

- die KMK übernimmt Rechnungswesen, Controlling und Liquiditätsvorschau

DAS FEST sollte in Zukunft noch mehr als Business- und Networkingplattform dienen. Der in der Region einmalig hohe Aufmerksamkeitsfaktor in der wichtigsten Werbezielgruppe spricht für sich und muss noch intensiver genutzt werden, von weiteren Sponsoren und von Stadt und Region selbst. Der im aktuellen Jahr durchgeführte erfolgreiche Relaunch bietet ein frisches Erscheinungsbild, das im kommenden Jahr mit einer noch größeren Verankerung im Stadtbild einhergehen muss. Eine Einrichtung eines „FEST-Ladens“ in einem leerstehenden Ladengeschäft auf der Kaiserstraße im unmittelbaren Vorfeld des FESTES, eine FEST-Straßenbahn, eine Kampagne unter Einbeziehung des Einzelhandels bietet sich an. Entsprechende Planungen haben bereits begonnen.

### **C. Zuschuss**

Laut Gemeinderatsbeschluss vom 17.11.2009 gewährt die Stadt Karlsruhe der DAS FEST GmbH im Falle einer Schlechtwettersituation im Jahr 2010 einen Verlustausgleich i.H.v. 150 T€.

Durch die in diesem Jahr eingetretene Schlechtwettersituation am erlösstärksten Tag (Freitag) und die erhöhten Sicherheitsbedürfnisse ist bei der Veranstaltung ein Defizit i.H.v. 285 T€ entstanden.

Um die Liquidität der DAS FEST GmbH zu gewährleisten, hat der Hauptausschuss per Ofenlage - ausgelegt am 28.9./29.9.2010 - auf Bitten der Gesellschaft den beschlossenen Verlustausgleich von 150 T€ genehmigt. Dieser Betrag wurde ausbezahlt.

Das Gesamtdefizit der Veranstaltung „DAS FEST 2010“ betrug wie ausgeführt 285 T€. Die Gesellschaft bittet den übersteigenden Betrag von 135 T€ ebenfalls zu überstellen.

Beschluss:

Antrag an den Hauptausschuss

1. Der Hauptausschuss beschließt eine apl. Ausgabe bei PSP-Element 1.410.26.20.04.02.03 (Kostenart 43000000) an die DAS FEST GmbH für das Jahr 2010 in Höhe von 135 T€.
2. Das Sicherheitskonzept für die Veranstaltung DAS FEST 2011 soll fortgeschrieben und der Sicherheitsstandard weiter erhöht werden.

Hauptamt - Sitzungsdienste -

4. Oktober 2010