

VIENNA
CLUB
COMMISSION



Internationale
Servicestellen

Wien, Februar 2021

Inhalt

01 Executive Summary	3
02 Methodik	5
03 Analyse und Befragungsergebnis	6
04 Amsterdam - Sticking Nachtburgermeister Amsterdam [N8BM A'DAM]	10
05 Berlin - Clubcommission Berlin	13
06 Dallas - 24hourdallas	16
07 Hamburg - Clubkombinat	18
08 Hamburg - Clubstiftung	21
09 Los Angeles - Los Angeles Nightlife Alliance [LANA]	24
10 New York City - Office of Nightlife	26
11 Paris - Conseil de la Nuit	29
12 Zürich - Bar- und Clubkommission [BCK]	32
13 Zürich - Nachtstadtrat	35
14 Anhang	37
Leitfragebogen	37
Befragte	41
Impressum	41

01 Executive Summary

Über sechzig Städte weltweit haben eine, und täglich werden es mehr. Die Rede ist von Servicestellen für die Clubszene. Die Vienna Club Commission hat zehn dieser Stellen näher untersucht.

Alle bieten Services. Fast alle vernetzen und vermitteln. Das tun sie nicht nur unterschiedlich, sondern auch mehr oder weniger umfangreich. Vor allem in Metropolen sind sie innerhalb der städtischen Verwaltung angesiedelt, in anderen Städten agieren sie als loser Zusammenschluss aus der Szene. Das Budget reicht entsprechend von einer Million Euro jährlich bis zu null. Diese Stellen richten sich durchwegs an dieselben Zielgruppen. Nur Nachbar*innen und Club-Mitarbeiter*innen zählen an manchen Orten nicht dazu.

Alle Stellen verbindet ihre Entstehungsgeschichte: Jede Krise birgt eine Chance. Am Anfang standen Probleme für Akteur*innen im Nachtleben. Es drohten teils massive Einschränkungen. Im ersten Schritt war das Ziel deshalb, Entscheidungsträger*innen die Relevanz von Clubkultur zu vermitteln. Danach kamen konkrete Lösungen und Services für die Clubszene.

Gerade in Städten, in denen Clubs und Veranstaltungen eine hohe Relevanz haben, finanziert die öffentliche Hand Servicestellen für ihre Anliegen immer mit und kommt für den Hauptteil der Finanzierung auf.

Kommt die Kommune ausschließlich für alle nötigen Mittel auf, verlieren die untersuchten Stellen den Charakter einer Interessenvertretung bestimmter Zielgruppen. Stattdessen vermitteln sie zwischen diesen. Fünf untersuchte Stellen verfügen hingegen über eine Mitgliederstruktur und -finanzierung. Sie stellen die Bedürfnisse der Club- und Veranstaltungsszene an vorderste Stelle. Vier von ihnen finanzieren sich sowohl über Mitgliedsbeiträge als auch über das Budget der Stadt. Sie äußern häufig den Wunsch nach einer kontinuierlichen Finanzierung.

Top-down-Modelle involvieren möglichst alle Akteur*innen der lokalen Clubszene. Die Nähe zu Politik und Verwaltung öffnet dabei Türen, um Ideen auf Augenhöhe einzubringen. Andererseits braucht dieses Modell angesichts umfangreicher Aufgaben viele Ressourcen und zudem Zeit, um Vertrauen in der Szene zu schaffen.

Bottom-up-Modelle genießen durch ihre Unabhängigkeit in der Szene Vertrauen. Wenn ihre Lösungen nicht nur einer Zielgruppe dienen, können sie über die Jahre ebenfalls Vertrauen bei Politik und Verwaltung schaffen und sich mit ihnen vernetzen.

Fehlende Finanzierung und unklare Strukturen erschweren die konsequente Umsetzung von Lösungen und Ideen.

Vernetzung wurde von den befragten Stellen als relevantestes Angebot der eigenen Arbeit angegeben. Gesellschaftspolitische Themen – Gewalt, sexuelle Belästigung und Rassismus wie auch Nachhaltigkeit – stehen thematisch an vorderster Stelle, gefolgt von Schallschutz-Themen, während Rechts- und Finanzierungsfragen von Stadt zu Stadt sehr unterschiedlich behandelt werden.

Wir danken den Servicestellen in Amsterdam, Berlin, Dallas, Hamburg, Los Angeles, New York City, Paris und Zürich für ihre Teilnahme.

02 Methodik

Der Bericht wurde zwischen August und Dezember 2020 erarbeitet. Es wurden zehn Organisationen weltweit untersucht, die als Service-, Vermittlungsstelle oder Interessenvertretung in der lokalen Clubkultur agieren. Ziel war es, eine große Bandbreite zu untersuchen. Es sollten Organisationen aus kleinen Städte vertreten sein genauso wie aus Metropolen, etablierte wie junge, unabhängige wie auch städtisch eingebettete Organisationen. Die Auswahl richtete sich zudem danach, wer bereit war, zeitnah Informationen bereitzustellen.

Die Erhebung fand mittels Leitfragebogen statt. Er enthielt sowohl qualitative als auch quantitative Fragen. Teils wurden die Auskunftspersonen in Zoom-Meetings befragt, teils haben sie den Leitfragebogen schriftlich ausgefüllt.

Der Leitfragebogen enthielt Fragen zum **Struktur- und Organisationsmodell** wie auch Fragen zur **Nutzung**.

Die Auswertung der Antworten gliedert sich in eine:

- Übersichtstabelle zu den quantitativen Antworten
- Infobox mit Fakten zur Servicestelle
- Beschreibung mit Details zu
 - Entstehung und Funktion
 - Angeboten
 - Vernetzung mit der Szene
 - Finanzierung
 - Mitgliederstruktur
 - Gremien und Entscheidungsprozess
 - Vor- und Nachteilen

Die Texte wurden von den Stellen korrigiert und freigegeben.

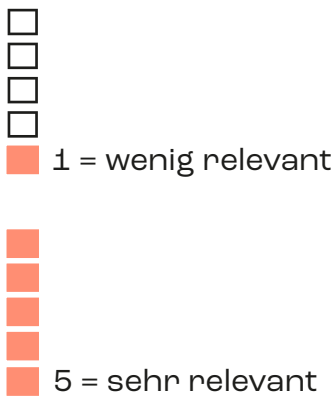
Der Leitfragebogen findet sich im Anhang. Die einzelnen Protokolle der beantworteten Leitfragebögen liegen bei mica – music austria auf.

Die Servicestellen sind alphabetisch geordnet.

03 Analyse und Befragungsergebnis

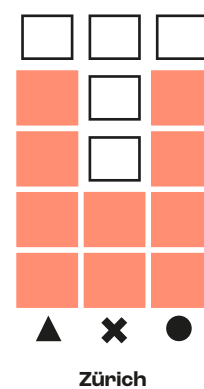
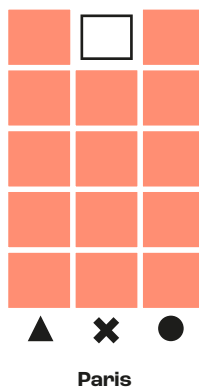
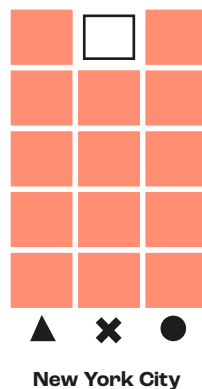
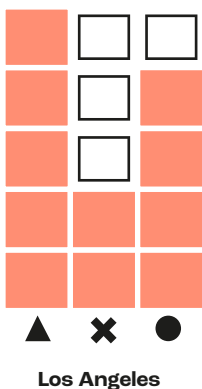
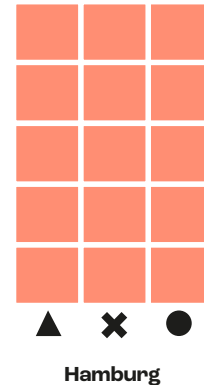
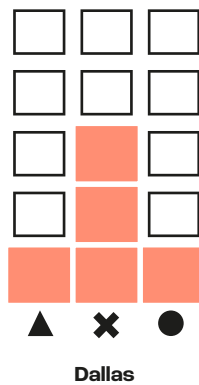
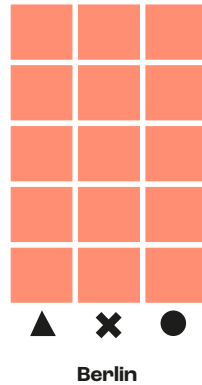
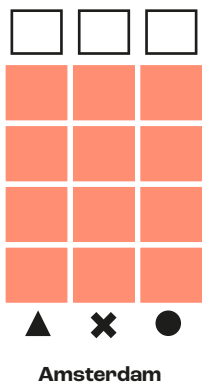
8 Städte im Überblick

Einschätzungsfrage: Welche Relevanz besitzen Clubs und Veranstaltungen in Bezug auf das Image eurer Stadt?



International sind Clubs und Veranstaltungen vor allem kulturell und sozial für das Image einer Stadt relevant. Dagegen werden in Dallas, Los Angeles und Zürich wirtschaftliche Aspekte als wenig wichtig gesehen. In Städten mit geringer wirtschaftlicher Relevanz werden Servicestellen zudem kaum durch die Kommune finanziert.

▲ Kulturelle Relevanz ✕ Wirtschaftliche Relevanz ● Soziale Relevanz



Alle Zielgruppen im Überblick

Besonders relevante Zielgruppen

44	Veranstalter*innen
43	Clubbetreiber*innen
40	Politik
40	Verwaltung
36	Publikum
35	Clubarbeitnehmer*innen
33	Zusätzliche Interessenvertretungen/ Servicestellen im Veranstaltungskontext
29	Anrainer*innen/Vermieter*innen/ Hausbesitzer*innen

Veranstalter*innen und Clubbetreiber*innen sind, wenig überraschend, in Summe aller erhobenen Städte die relevantesten Zielgruppen.

Aber auch Politik und Verwaltung spielen für die Stellen eine bedeutende Rolle. Obwohl das New Yorker Office of Nightlife in die Stadtregierung eingegliedert ist, zählt dieses die beiden Zielgruppen nicht zu den relevanten.

Anrainer*innen, Vermieter*innen und Hausbesitzer*innen sind für einzelne Stellen wenig relevant. Gleichwohl profitieren sie etwa unmittelbar von Schallschutzmaßnahmen. Diese umzusetzen geht dagegen meist von Clubbetreiber*innen und Veranstalter*innen aus, da sie meist mit Lärmbeschwerden konfrontiert sind.

Zudem zählen vier Stellen Künstler*innen zu ihren Zielgruppen. Auch Getränkehersteller*innen- und -lieferanten*innen, Tontechniker*innen, Restaurants, Hotels und Medien werden vereinzelt genannt.

Wie wichtig sind folgende Zielgruppen für euch?

1 = wenig relevant
5 = sehr relevant

	STICHTING NACHTBURGEMEESTER AMSTERDAM (NB&M A'DAM)	CLUBCOMMISSION BERLIN	24HOURDALLAS	CLUBKOMBINAT	CLUBSTIFTUNG	LOS ANGELES NIGHTLIFE ALLIANCE (LANA)	OFFICE OF NIGHTLIFE	CONSEIL DE LA NUIT	BAR- UND CLUB- KOMMISSION (BCK)	NACHTSTADTRAT
Veranstalter*innen	5	5	5	5	5	5	5	5	5	4
Clubbetreiber*innen	5	5	5	5	5	4	5	5	5	4
Politik	5	5	5	5	3	4	3	5	5	5
Verwaltung	5	5	5	5	4	4	3	5	5	4
Publikum	5	3	5	4	4	4	3	5	3	5
Clubarbeitnehmer*innen	5	5	3	1	2	5	5	5	4	5
Zusätzliche Interessen- vertretungen/Servicestellen im Veranstaltungskontext	3	4	5	4	3	1	3	5	3	5
Anrainer*innen/ Vermieter*innen/ Hausbesitzer*innen	4	3	5	1	1	2	4	5	3	5

Alle Angebote im Überblick

Besonders relevante Angebote

48	Vernetzung Clubszenen/Politik/Verwaltung
46	Vernetzung Clubszenen
43	Workshops
39	Beratung
38	Expert*innen-Pool
36	Öffentlichkeitsarbeit für die Clubszenen
34	Online-Praxiswissen ([inter-]nationale Leitfäden, Toolboxes, Best-Practice-Modelle)
30	Anrainer*innen-Mediation

Am relevantesten wurde in Summe die Vernetzung zwischen Clubszenen, Politik und Verwaltung bewertet. Die Vernetzung der Szene etwa über Arbeitskreise, Fokusgruppen, Podiumsdiskussionen oder Symposien hat ebenfalls hohen Stellenwert. Diesen haben auch Workshops.

Anrainer*innen-Mediation wird unterm Strich am seltensten angeboten – zwei Stellen bieten es gar nicht an. Das bedeutet allerdings nur, dass wenige Stellen in direkte Mediation zwischen Clubbetreiber*innen, Veranstalter*innen und Anrainer*innen gehen. Denn das Thema Schallschutz und Lärm ist eines mit großer Relevanz, wie sich auf den folgenden Seiten zeigt.

Öffentlichkeitsarbeit wird vergleichsweise selten angeboten, weil einzelne Stellen als Teil der Stadtregierung dazu keinen Auftrag haben, so etwa in Paris.

Welchen Stellenwert haben folgende Angebote in eurer Arbeit?

0 = bieten wir gar nicht an
5 = ist uns sehr wichtig

	STICHTING NACHTBURGEMEESTER AMSTERDAM (N8BM A'DAM)	CLUBCOMMISSION BERLIN	24HOURDALLAS	CLUBKOMBINAT	CLUBSTIFTUNG	LOS ANGELES NIGHTLIFE ALLIANCE (LANA)	OFFICE OF NIGHTLIFE	CONSEIL DE LA NUIT	BAR- UND CLUB-KOMMISSION (BCK)	NACHTSTADTRAT
Vernetzung Clubszenen/Politik/Verwaltung	5	5	5	5	3	5	5	5	5	5
Vernetzung Clubszenen	5	5	5	5	2	5	4	5	5	5
Workshops	3	4	5	5	5	5	3	5	5	3
Beratung	5	5	3	5	4	1	4	5	5	2
Expert*innen-Pool	5	5	3	5	4	5	5	3	0	3
Öffentlichkeitsarbeit für die Clubszenen	5	5	2	5	3	4	0	3	5	4
Online-Praxiswissen ([inter-]nationale Leitfäden, Toolboxes, Best-Practice-Modelle)	3	3	5	5	4	4	4	2	3	1
Anrainer*innen-Mediation	2	2	5	0	4	0	4	5	3	5

Alle Themen im Überblick

Besonders relevante Themen

45	Gesellschaftspolitik
36	Anrainer*innen-Mediation
36	Lärm- und Schallschutz
33	Nachhaltigkeit
33	Räume und Flächen im öffentlichen Raum
31	Gutachten
31	Rechtsfragen
29	Suche von Locations
26	Behördliche Auflagen
26	Förderungen und Finanzierung
17	Sponsoring

Die Arbeit zu gesellschaftspolitischen Themen wird von der Stellen selbst mit einigem Abstand als relevantestes Thema betrachtet. Darauf folgt das Thema Schallschutz und Lärm in doppelter Hinsicht, sowohl in Form von Beschwerden wie auch präventiv im Bereich der Akustik. Auch das große Gesellschaftsthema Klimakrise wird in Summe als sehr relevant gesehen.

Im Mittelfeld befinden sich Raumfragen. Dazu gehören etwa Zwischennutzungen und die Suche nach Flächen. Aber auch rechtliche Fragen werden als durchaus relevant empfunden.

Finanzielle Fragen sind in der täglichen Arbeit nur auf den ersten Blick zweitrangig. Denn Finanzierung, Förderungen und Sponsoring spielt in den Vereinigten Staaten und in Zürich keine große Rolle, bei allen anderen Stellen dafür umso mehr.

Bitte gewichtet folgende Themen nach Relevanz für euer Arbeiten

0 = bieten wir gar nicht an
5 = ist uns sehr wichtig

	STICHTING NACHTBURGEMEESTER AMSTERDAM (N8BM A'DAM)	CLUBCOMMISSION BERLIN	24HOURDALLAS	CLUBKOMBINAT	CLUBSTIFTUNG	LOS ANGELES NIGHTLIFE ALLIANCE (LANA)	OFFICE OF NIGHTLIFE	CONSEIL DE LA NUIT	BAR- UND CLUB-KOMMISSION (BCK)	NACHTSTADTRAT
Gesellschaftspolitik	5	5	5	5	2	5	4	5	4	5
Anrainer*innen-Mediation	2	2	5	5	4	0	4	5	4	5
Lärm- und Schallschutz	3	3	5	5	4	0	2	5	5	4
Nachhaltigkeit	3	2	3	5	5	1	2	5	4	3
Räume und Flächen im öffentlichen Raum	5	5	0	5	4	4	1	5	0	4
Gutachten (Betriebsanlagen, Schallgutachten)	3	3	3	5	4	1	2	4	5	1
Rechtsfragen	3	4	0	5	4	3	0	5	3	4
Suche von Locations	2	4	2	5	4	4	0	4	0	4
Behördliche Auflagen (Vorabberatungen, Begehungen)	4	4	3	0	4	0	4	3	3	1
Förderungen und Finanzierung	2	5	3	5	5	0	1	5	0	0
Sponsoring	2	3	0	0	4	1	0	4	2	1

04 AMSTERDAM – STICHTING NACHTBURGEMEESTER AMSTERDAM [N8BM A'DAM]

Gründungsjahr: 2013

Organisationsform: Gemeinnütziger Verein (Stichting)

Gesamtbudget pro Jahr (2020): EUR 69.000

Teil der Stadtregierung / -verwaltung: Nein

Anzahl angesprochener Clubs und Veranstalter*innen: 101–300

Selbstdefinition: Interessenvertretung/Lobby, Servicestelle, Vermittlungsstelle

Zusätzliche Selbstdefinition: k. A.

Entstehung und Funktion

2003 entstand in Amsterdam weltweit erstmals die Idee und Position des sogenannten Nachtbürgermeisters. 2014 hat sich im Rahmen eines Professionalisierungsprozesses die unabhängige Organisation N8BM A'DAM geformt, um Clubkultur zu unterstützen. Der/die Nachtburgemeester ist seither Vorsitzende*r von N8BM A'DAM. N8BM A'DAM versteht sich als aktive Diskussionspartnerin zwischen nächtlichen Akteur*innen hin zu Stadtregierung, um ein lebendiges, vielfältiges und integriertes Nachtleben sicherzustellen. Ziel ist das Nachtleben im kulturellen, sozialen und wirtschaftlichen Kontext auf die politische Tagesordnung zu setzen und Veränderungen dort zu initiieren, wo sie nötig sind.

N8BM A'DAM berät den/die Bürgermeister*in, Stadträt*innen und den nächtlichen Kreativsektor – auf Anfrage und unaufgefordert. Als Vorbild wird N8BM A'DAM regelmäßig gebeten, Fachwissen an andere Städte weiterzugeben.

Angebote

N8BM A'DAM bietet vier Mal pro Jahr für seine Mitglieder ein Netzwerktreffen von Fachleuten aus dem Nachtleben an, weiters monatliche Rechtsberatung, Rabatt auf Gebühren für die Abfassung offizieller Rechtsdokumente, ein ver-

günstigstes Versicherungspaket, kostenlose Beratung zu finanziellen Angelegenheiten wie Steuer und 25% Rabatt auf die Einkommenssteuererklärung.

N8BM A'DAM versucht, für alle Belange der nächtlichen Akteur*innen Unterstützung zu bieten. Zusätzlich wird darauf geachtet, ob Clubs und Veranstaltungen ein eigenes Programm, kulturellen Mehrwert und das Gesamtbild einer gestärkten Nachtszene in den Fokus setzen – und nicht nur den Profit.

Vernetzung mit der Szene

N8BM A'DAM vernetzt die Amsterdamer Nachtszene über die Organisation von runden Tischen, Netzwerkveranstaltungen und Fokustreffen. Sie geben Auskunft, welche Themen im Amsterdamer Nachtleben mehr Aufmerksamkeit benötigen. N8BM richtet sich an etwa 80 Clubs und Musikbars (davon 30 Clubs mit kuratiertem Programm), 40 Veranstalter*innen und 30 Festival-Organisator*innen.

Finanzierung

Gesamtbudget: EUR 69.000

Das Budget setzt sich zusammen aus:

- Projektfördermitteln der öffentlichen Hand (ca. 65% p. a.)
- Mitgliedsbeiträgen (ca. 20% p. a.)
- Ticketerlösen von Veranstaltungen (ca. 15% p. a.)

Mitgliederstruktur

Die Mitglieder des Vereins N8BM A'DAM nennen sich auch „De Club Van 100“. Sie setzen sich aus einhundert kreativ-kulturellen Unternehmer*innen wie DJs, Musiker*innen, Clubbesitzer*innen, Festivalveranstalter*innen und Booking-Agenturen zusammen.

Gremien und Entscheidungsprozess

Aufsichtsrat

Der Aufsichtsrat besteht aus fünf ehrenamtlich arbeitenden Personen. Sie werden vom geschäftsführenden Vorstand und beratenden Ausschuss ausgewählt. Der Aufsichtsrat überprüft die Einhaltung des Budgets.

Vorsitzende*r (Nachtburgemeester)

Der/Die Vorsitzende wird alle zwei Jahre neu gewählt und kann für ein weiteres Jahr verlängert werden – jedoch nur mit der Absegnung des Aufsichtsrats. Ihm/Ihr obliegt die Hauptverantwortung der über die finale Entscheidungsfindung – wofür er/sie die Zustimmung des Ausschusses benötigt.

Geschäftsführender Vorstand

Der geschäftsführende Vorstand besteht aus drei Personen – eine*r davon ist Vorsitzende*r.

Ausschuss (De Nachtraad)

Der Ausschuss besteht aus 16 Personen, die berufliche Erfahrung im Nachtleben haben. Er unterteilt sich in vier Gruppen, um sich jeweils konkreten Themen zu widmen. Er dient als ehrenamtlich beratendes Gremium und tagt gemeinsam mit dem geschäftsführenden Vorstand einmal alle zwei Monate. Alle zwei Jahre entscheidet der bestehende Ausschuss mit dem geschäftsführenden Vorstand, wer den neuen Ausschuss besetzt.

Vor- und Nachteile der Organisationsform

Ramon de Lima – Vorsitzender des geschäftsführenden Vorstands – sieht den Vorteil von N8BM A'DAM in der Unabhängigkeit.

Gleichzeitig mangelt es an Exekutivgewalt, um Vorhaben so schnell wie erwünscht erledigen zu können. Auch besteht der Wunsch nach einer beständigen Finanzierung, um Planungssicherheit zu garantieren.

Best-Practice-Projekte

- [24-Stunden-Lizenzen](#)
- Beziehungsaufbau zwischen Nachtleben und Politik/Verwaltung
- [Club Ethics](#) – Richtlinie für Clubs
- [Richtlinie gegen die Verdrängung innerstädtischer Clubs](#)
- [Freinäume schützen und neue Freinäume innerhalb der Stadt schaffen](#)

05 BERLIN – CLUBCOMMISSION BERLIN

Gründungsjahr: 2001

Organisationsform: Eingetragener Verein (e.V.)

Gesamtbudget pro Jahr (2020): EUR 700.000

Teil der Stadtregierung / -verwaltung: Nein

Anzahl angesprochener Clubs und Veranstalter*innen: 301–600

Selbstdefinition: Netzwerk, Interessenvertretung/Lobby, Servicestelle, Vermittlungsstelle

Zusätzliche Selbstdefinition: Thinktank

Entstehung und Funktion

Die Clubcommission Berlin ist ein seit dem Jahr 2001 ein eingetragener Verein, der sich als Netzwerk für die Clubkultur in Berlin versteht. Als Sprachrohr der Berliner Clubszene und Verband der Clubs und Veranstalter*innen bietet die Clubcommission für ihre über 300 Mitglieder viele Angebote, die von Vernetzungs- und Diskussionsformaten über Beratung, Mediation und Vermittlung bei Genehmigungsfragen bis hin zu Unterstützung bei politischen Kampagnen reichen.

Angebote

Die Clubcommission Berlin bietet Beratung, Moderation, Mediation und politische Unterstützung für alle Belange, die dem Erhalt einer vielfältigen und nachhaltigen Clublandschaft dienen.

Aktuell sind alle Angebote der Clubcommission Berlin kostenlos, da diese öffentlich gefördert wird. Vereinzelt werden geringe Gebühren verlangt, um sicherzustellen, dass Teilnehmer*innen die Angebote tatsächlich wahrnehmen.

Vernetzung mit der Szene

Die Clubcommission Berlin vernetzt die Berliner Clubszene über verschiedene Projekte und Veranstaltungsformate. Dies geschieht etwa über Arbeitskreise zu den Schwerpunktthemen Politik, Awareness & Diversity, Kommunikation, Raum, Festivals. Die Arbeitskreise setzen sich aus dem Büroteam (jene, die an dem jeweiligen Schwerpunktthema arbeiten) und Teilen des Vorstands zusammen.



Finanzierung

Gesamtbudget: EUR 700.000

Das Budget setzt sich zusammen aus:

- Projektfördermitteln, wechselnd, aufgeteilt auf verschiedene Senatsverwaltungen (zuletzt ca. EUR 600.000 p. a.)
- Eigenmitteln aus Mitgliedsbeiträgen (ca. EUR 100.000 p. a.)

Die Mitgliedsbeiträge der Clubcommission Berlin sind eine sehr wichtige Säule, die in den letzten Jahren kontinuierlich gewachsen ist. Aktuell wird mit vier verschiedenen Senatsverwaltungen auf Landesebene zusammengearbeitet. Bundesmittel erhält die Clubcommission Berlin nur sporadisch und in deutlich kleinerem Umfang in Relation zu Landesmitteln. Selbiges gilt für EU-Mitteln. Etwaige EU-Mittel dienen auch als Co-Finanzierung zu Landesmitteln. Die Clubcommission erhielt bisher alle Mittel projektbezogen.

Mitgliederstruktur

Die Mitglieder verteilen sich auf:

- 231 reguläre Mitglieder
 - 113 Spielstätten/Clubs (inkl. Musik-Bars)
 - 64 Veranstalter*innen (inkl. Festivals)
 - 31 Einzelpersonen
 - 23 Sonstige
- 84 Fördermitglieder
 - 68 Privatpersonen
 - 16 Firmen

Gremien und Entscheidungsprozess

Geschäftsführer*in

Das operative Geschäft wird von einem/einer Vollzeit angestellten Geschäftsführer*in getragen.

Geschäftsführender Vorstand

Die Hauptverantwortung der Entscheidungen obliegt dem ehrenamtlich arbeitenden geschäftsführenden Vorstand. Dieser besteht aus vier Personen.

Erweiterter Vorstand

Der erweiterte Vorstand besteht aus bis zu elf Personen. Dieser trifft sich einmal im Monat mit dem geschäftsführenden Vorstand, um über konkrete Vorhaben abzustimmen.

Angestellte

Die weiteren Angestellten – aktuell zwölf – werden projektbezogen angestellt (meist max. zwölf Monate, Vollzeitäquivalente = 7,81).

Vor- und Nachteile der Clubcommission Berlin

Lukas Drevenstedt – Geschäftsführer der Clubcommission Berlin – sieht den Vorteil der Clubcommission in einem guten Kompromiss. Die Organisation findet einen Ausgleich zwischen hohem Grad an Partizipation, demokratischer Teilhabe, Legitimation durch die Bottom-up-Orientierung und gleichzeitig erzielt sie einen hohen Wirkungsgrad durch eine starke Spitze sowie Relevanz durch gewählte Repräsentant*innen mit hoher Professionalität. Auch der hoch qualifizierte Apparat, der die ehrenamtliche Arbeit professionell flankiert und permanente Abstimmungen mit den Akteur*innen aus der Szene durchführt, wird als Vorteil gesehen.

Mehr Abstimmungsbedarf bedeutet allerdings auch mehr Reibung, mehr Zeit für Entscheidungsfindung, regelmäßige Grundsatzdiskussionen und Strukturen, die ständig neu ausgehandelt werden müssen. Auch wenn die vordergründig projektbezogene Finanzierung für die Club Commission funktioniert, gibt es den Wunsch nach mehr Kontinuität in Bezug auf die Finanzierung.

Best-Practice-Projekte

- Beratungsangebot „[Clubconsult](#)“
- [Free Open Air Roundtables](#), Netzwerk
- Studie „[Clubkultur Berlin](#)“
- [Clubkataster](#)
- Awareness-Akademie, Roundtable „[Awareness & Diversity](#)“
- Konferenzformate „Clubs im Neubau“ und „Stadt Nach Acht“
- Festivalformat „[Tag der Clubkultur](#)“
- „[Schallschutzfonds](#)“ (Förderprogramm für Schallschutzmaßnahmen)

06 DALLAS – 24HOURDALLAS

Gründungsjahr: 2020

Organisationsform: Non-Profit-Organisation

Gesamtbudget pro Jahr (2020): EUR 0

Teil der Stadtregierung / -verwaltung: Nein

Anzahl angesprochener Clubs und Veranstalter*innen: 1–101

Selbstdefinition: Interessenvertretung/Lobby

Zusätzliche Selbstdefinition: k. A.

Entstehung und Funktion

2015 verschärften sich Konflikte zwischen Anrainern*innen und Geschäftslokalen wie Clubs, Bars und Restaurants. Durch einen starken Zuzug in Stadtteile, die vorrangig dem Nachtleben dienen, kam es zu Lärmbeschwerden, Kriminalität sowie Problemen mit Rassismus. Es drohte die behördliche Sperrung eines Straßenblocks um Mitternacht. Betroffene Betreiber*innen wandten sich zunächst an die Greater Dallas Restaurant Association (GDRA). Sie versuchte – wenig erfolgreich, die Anliegen an die Stadtregierung zu vermitteln. Eine Studie aus Sydney zeigte, dass mit einer Sperrstundenverkürzung alkoholbedingte Gewalt und Beschwerden abnahmen; allerdings schrumpfte dort auch der Tourismus und rund 180 Bars mussten Konkurs anmelden. Die Nachtwirtschaft in Sydney verlor jährlich rund EUR 13 Millionen. Deshalb wurde 2020 die Sperrstundenverkürzung wieder aufgehoben. Dies galt es, an die Stadt Dallas zu vermitteln. Mehrere Freiwillige gründeten deshalb 24HourDallas, um ähnlich zu internationalen Vorbildern das Nachtleben der Stadt zu verbessern.

Angebote

Die Angebote von 24HourDallas werden noch ausgearbeitet. Fürs Erste finden Zoominare statt, etwa zu „Frauen und die Nachtwirtschaft“, „Ist Live-Musik tot?“ oder „Rassismus und die Nachtwirtschaft“. Es wurden außerdem Online-Checklisten mit Handlungsempfehlungen für die Clubszene erstellt.

Vernetzung mit der Szene

Die Vernetzung mit der Szene findet derzeit über den laufenden Newsletter, über Social Media wie auch Zoom Calls statt.

Finanzierung

Gesamtbudget: EUR 0

24HourDallas arbeitet derzeit ehrenamtlich. Es werden jedoch Gespräche mit den Stadtbüros für wirtschaftliche Entwicklung, Kunst und Kultur sowie Stadtplanung geführt, um eine Finanzierung zu ermöglichen.

Mitgliederstruktur

Um Mitglied von 24HourDallas zu werden, reicht es, das offene Mission Statement zu unterstützen.

Die Mitgliedsgebühren bei 24HourDallas belaufen sich jährlich auf rund:

- EUR 20 für Einzelpersonen
- EUR 80 für Unternehmen, Organisationen und Agenturen

Weiteres gibt es die Möglichkeit, zu spenden bzw. sich freiwillig zu engagieren.

Gremien und Entscheidungsprozess

24HourDallas wurde 2020 formal gegründet, die Gremien und Entscheidungsprozesse sind deshalb noch in Ausarbeitung. Die Pläne sehen einen Vorstand vor, der gewählt werden soll und maximal 21 Personen umfasst. Einzelne Gruppen und Mitglieder sollen Schwerpunktthemen erarbeiten. Zusätzlich soll eine Beratungsgruppe mit zehn Personen entstehen.

Vor- und Nachteile von 24HourDallas

Randall White – Gründer von 24HourDallas – sieht den Vorteil in einer ausgeglichenen Koalition unterschiedlicher Akteur*innen des Nachtlebens von Dallas.

Als Non-Profit-Organisation könne man unabhängig agieren und zudem bürokratische Prozesse vermindern.

Best-Practice-Projekte

- Kampagne Stop [Human Trafficking](#) (Menschenhandel stoppen)
- Webinare zu Themen rund um das Nachtleben in Dallas
- [Racism and the Nighttime Economy](#) (Rassismus und die Nachtökonomie)

07 HAMBURG – CLUBKOMBINAT

Gründungsjahr: 2004

Organisationsform: Eingetragener Verein (e.V.)

Gesamtbudget pro Jahr (2020): k. A.

Teil der Stadtregierung / -verwaltung: Nein

Anzahl angesprochener Clubs und Veranstalter*innen: 101–300

Selbstdefinition: Interessenvertretung/Lobby, Servicestelle, Vermittlungsstelle

Zusätzliche Selbstdefinition: Vernetzungsschnittstelle

Entstehung und Funktion

Clubbetreiber*innen und Veranstalter*innen waren in Hamburg von hohen Bußgeldern fürs Wildplakatieren betroffen. Während Musiker*innen bereits eine Interessenvertretung gegründet hatten (RockCity e.V.), fehlte eine solche im Clubbereich. Andrea Rothaug – Geschäftsführerin RockCity e.V. – hat deshalb 2004 das Clubkombinat Hamburg ins Leben gerufen. Über das Vereinsnetzwerk wie auch als Bottom-up-Bewegung konnte das Clubkombinat in der Szene glaubhaft agieren. Gemeinsam mit der Stadt wurden leistbare Plakatier-Lösungen gesucht. Das Clubkombinat verfügte zudem gleich zu Anfang über Angebote, etwa Club Conventions, um sich kennenzulernen. Aus diesem Netzwerk heraus werden Anliegen an Politik und Verwaltung vermittelt.

Angebote

Die Angebote des Clubkombinats sind für Mitglieder kostenlos. Dazu gehört Interessenvertretung auf politischer Ebene, Beratung sowie Networking. Konkrete Angebote sind weiters 20% GEMA¹-Rabatt sowie eine ausführliche GEMA-Tarifanalyse, Hilfe bei Förderprogrammen, Gemeinschaftsmarketing, Weiterbildung und Workshops (Club Academy), Sonderkonditionen über ein eigenes Ticketingsystem (FairTix) sowie Partnerangebote bei Rechtsberatung, Ökostrom und Versicherungen. Das Clubkombinat hat an der Entwicklung des Live Concert Account² mitgearbeitet.

Vernetzung mit der Szene

Das Clubkombinat vernetzt sich mit der Szene über Infoveranstaltungen, über

¹ GEMA: Gesellschaft für musikalische Aufführungs- und mechanische Vervielfältigungsrechte.

² Siehe S. 20

ihre Jahresmitgliederversammlung, eine offene Facebookgruppe und Workshops der Club Academy.

Finanzierung

Gesamtbudget: keine Angabe

Das Clubkombinat finanziert sich über Mitgliedsbeiträge und Sponsoring. Zwar erhält das Clubkombinat keine Dauerförderung der Stadt Hamburg, allerdings fördert die Stadt einzelne Projekte, für welche die eigenen Ressourcen nicht ausreichen. Es werden dadurch die Geschäftsführung und drei Teilzeitkräfte für 20 Stunden pro Woche finanziert.

Mitgliederstruktur

Die Mitglieder verteilen sich auf:

- 171 reguläre Mitglieder
 - 111 Spielstätten/Clubs (inkl. Musik-Bars)
 - 53 Veranstalter*innen (inkl. Festivals)
 - 6 Festivals
 - 1 Einzelperson
- 12 Fördermitglieder

Wer Mitglied beim Clubkombinat werden möchte, muss nachweisen, dass er/sie 24 Kulturereignisse im vergangenen Jahr veranstaltet hat. Das Clubkombinat grenzt sich klar von Clubs ab, bei denen das Programm nicht im Vordergrund steht. Auch Personen, die zwar nicht in Hamburg wohnen, jedoch den Club in Hamburg betreiben bzw. die Veranstaltung in Hamburg organisieren, können Mitglied werden.

Gremien und Entscheidungsprozess

Vorstand

Der Vereinsvorstand besteht aus neun Personen. Über den Austausch mit den Mitgliedern ermittelt dieser den Handlungsbedarf zu bestimmten Themen und kommuniziert diese weiter an die Geschäftsführung. Der Vorstand des Clubkombinats nominiert zudem die Vorstandsmitglieder der Clubstiftung³.

Geschäftsführung

Der Geschäftsführung obliegt das operative Tagesgeschäft des Clubkombinats. Er setzt Beschlüsse aus den Vorstandssitzungen als Arbeitsaufträge um und koordiniert diese.

Drei Teilzeitkräfte (20 h)

Die drei Teilzeitkräfte verteilen sich auf die Aufgabenbereiche Kommunikationsleitung, Assistenz der Geschäftsführung und Koordination zur Clubstiftung.

³ Siehe S. 21

Vor- und Nachteile Clubkombinat

Jan-Kristian Nickel – Leitung Kommunikation Clubkombinat – sieht ausschließlich Vorteile in der Interessenbündelung seiner Mitglieder über das Clubkombinat.

Laut Jan-Kristian Nickel ist das Kerninteresse der Mitglieder die Anerkennung, Wertschätzung und Verbesserung ihrer kulturellen Arbeit. Dieses Anliegen wird durch Mehrheitsbeschlüsse vom Vorstand als Arbeitsaufträge in die Geschäftsstelle weitergegeben. Eine strukturelle Förderung aus Landesmitteln ist nicht gewollt, um in der politischen Diskussion zur Umsetzung der Ziele autark und neutral agieren zu können.

Best-Practice-Projekte

- [FairTix](#)
- [Club-Kataster](#)
- [Live Concert Account](#)
- [Clubplan](#) – Musik in Hamburg

08 HAMBURG – CLUBSTIFTUNG

Gründungsjahr: 2010

Organisationsform: Stiftung

Gesamtbudget pro Jahr (2020): ca. EUR 1 Mio.

Teil der Stadtregierung/-verwaltung: Nein

Anzahl angesprochener Clubs und Veranstalter*innen: 101–300

Selbstdefinition: Servicestelle

Zusätzliche Selbstdefinition: k. A.

Entstehung und Funktion

Die Clubstiftung wurde durch das Clubkombinat Hamburg e.V. und die Freie und Hansestadt Hamburg ins Leben gerufen. Von ihr stammt auch das Vermögen der Stiftung (gemeinnützig anerkannt). Damit möchte sie die musikalische Attraktivität der Stadt sichern und sinnvolle Investitionen ermöglichen. Die Clubstiftung ist – anders als das Clubkombinat¹ – kein Interessenverband. Vielmehr ist sie eine Servicestelle. Sie gibt finanzielle Unterstützung an Musikclubs in Form von Förderungen oder Darlehen. Außerdem hilft sie bei der Beantragung und Abwicklung verschiedenster Hilfsprogramme. Die Clubstiftung ist nicht in die Stadtregierung eingegliedert, arbeitet aber dennoch eng mit der Behörde für Kultur und Medien (BKM) zusammen.

Angebote

Die Angebote der Clubstiftung richten sich an alle Hamburger Clubbetreiber*innen und Veranstalter*innen. Dazu gehört der Live Concert Account (LCA), eine städtische Förderung für Livemusikclubs zur Milderung hoher Kosten für Aufführungsrechte. Durch fortwährende Ausschüttung von Darlehen werden größere Investitionen von Musikclubs finanziert. Dies ermöglichte erhebliche Qualitätsverbesserungen, die Clubs aus eigener Kraft nicht hätten umsetzen können. Die Clubstiftung unterstützt die Hamburger Clubbetreiber*innen und Veranstalter*innen weiters durch die Vorprüfung von Anträgen für Liquiditätshilfen. Das Angebot FairTix dient dazu, dass Musikclubs unabhängiger von großen Ticketing-Konzernen werden. Es gibt einen Fördertopf für Rechts- und Energieberatung. Der Hamburger Sanierungsfonds kann zudem auch Clubsanierungen abwickeln, um Lärmschutzmaßnahmen zu unterstützen. Das Angebot der Club Academy dient der Fort- und Weiterbildung zu berufspraktischen Themen im Club- und Veranstaltungskontext.

¹ Siehe S. 18.

Vernetzung mit der Szene

Die Clubstiftung vernetzt sich vorrangig über das Clubkombinat mit der Szene. Zudem dient das Angebot der Club Academy zur Vernetzung.

Finanzierung

Gesamtbudget: ca. EUR 1 Mio.

Die Clubstiftung Hamburg verfügt ein Stiftungsvermögen, das von der Freien und Hansestadt Hamburg gestiftet wird. **EUR 300.000** müssen dabei als Stammkapital erhalten bleiben.

Das Budget setzt sich zusammen aus:

- Stammkapital, das in Darlehen arbeitet
- Spendeneinnahmen

Mitgliederstruktur

Die Clubstiftung Hamburg ist für alle Hamburger Clubbetreiber*innen und Veranstalter*innen zuständig – anders als der Interessenverband Clubkombinat e.V., der nur für seine Mitglieder zuständig ist.

Gremien und Entscheidungsprozess

Stiftungsvorstand

Der Stiftungsvorstand wird mit bis zu sieben Mitgliedern mit einer Amtszeit von drei Jahren besetzt, die satzungsgemäß vom Clubkombinat Hamburg e.V. bestellt werden. Entscheidungen werden vom Stiftungsvorstand mit einfacher Mehrheit beschlossen (mindestens fünf Vorständ*innen anwesend, Mehrheit bei drei Stimmen).

Beirat

Der Beirat besteht aus drei Mitgliedern. Ein Mitglied wird vonseiten der Behörde für Kultur und Medien (BKM), eins vonseiten des Clubkombinats bestellt und ein drittes Mitglied wird als gemeinsame*r Kandidat*in ernannt. Die Amtszeit der Mitglieder beträgt fünf Jahre.

Bundesfreiwillige*r

Zur Unterstützung bei der Verwaltung und Abwicklung der Stiftungsarbeit wurde eine Stelle im Bundesfreiwilligendienst im Bereich Kultur und Bildung für engagierte Freiwillige eingerichtet.

Clubkombinat e.V.

Das Clubkombinat e.V. nimmt teilweise eine beratende Funktion ein.

Vor- und Nachteile der Clubstiftung

In der Corona-Krise sind strukturelle Problematiken zutage getreten. Deshalb

werden die Strukturen derzeit überarbeitet. Einzelne Arbeitsfelder sollen dabei ausgebaut werden, etwa Förderprogramme, die Club Academy, die Immobilienan- und -vermietung sowie den Immobilienkauf.

Best-Practice-Projekte

- Live Concert Account (LCA)
- Investitionsdarlehen für Musikclubs
- FairTix – das Club-Ticketing von TixforGigs und der Clubstiftung
- Fördertopf für Rechtsberatungen und Energieberatungen
- Pilotprogramm Ressourceneffizienz
- Club Academy
- Clubsanierungen im Hamburger Sanierungsfonds 2020
 - [Details zu den oben gelisteten Punkten](#)
- Covid-19-Förderprogramme

09 LOS ANGELES – LOS ANGELES NIGHTLIFE ALLIANCE [LANA]

Gründungsjahr: 2018

Organisationsform: Non-Profit-Organisation

Gesamtbudget pro Jahr (2020): EUR 0

Teil der Stadtregierung / -verwaltung: Nein

Anzahl angesprochener Clubs und Veranstalter*innen: 1–101

Selbstdefinition: Interessenvertretung/Lobby, Servicestelle, Vermittlungsstelle

Zusätzliche Selbstdefinition: k. A.

Entstehung und Funktion

Im Dezember 2016 kostete ein Brand in einer Veranstaltungsstätte in Oakland, Kalifornien, 36 Menschenleben. Danach wurde es in Kalifornien immer schwieriger, Genehmigungen für DIY-Veranstaltungen zu erhalten. Viele Veranstaltungen wurden daraufhin ohne Genehmigung und unter potenziell unsicheren Bedingungen am Stadtrand organisiert. Deshalb schlossen sich einige Freiwillige zur LANA zusammen. Sie wollten kulturelle Entfaltungsmöglichkeiten in der Nacht sicherstellen. Ein Artikel in der L.A. Times stellte die Frage nach einem Nachtbürgermeister. Der Nachtbürgermeister von Amsterdam diskutierte auf einem Podium mit Schlüsselpersonen über die Idee. Zudem trug eine kleine Gruppe von Akteur*innen Informationen über andere Interessenvertretungen zusammen. In Kleingruppensitzungen und Workshops wurden weitere Akteur*innen eingebunden. Die strategischen Ziele und das organisatorische Design von LANA wurden im Laufe dieser Treffen entwickelt.

Angebote

Die Angebote von LANA fokussieren sich auf die Vernetzung der Szene und damit eine offene Diskussion über Themen des Nachtlebens. Darüber hinaus finden kostenfreie Workshops und Online-Diskussionen statt.

Vernetzung mit der Szene

LANA vernetzt sich vor allem mit Kulturschaffenden. Dazu zählen Kulturproduzent*innen, Unternehmer*innen und Angestellte im Nachtleben. Veranstalter*innen, Künstler*innen und das Publikum stehen dabei im Fokus. Dafür werden eine Mailingliste und Instagram eingesetzt, weiters Diskussionsver-

anstaltungen und Schulungen zur z. B. Aufklärung über bewusstseinsverändernde Substanzen und deren Risiken für Veranstaltungsorte mit der Drug Policy Alliance – einer Non-Profit-Organisation in L.A. Die Vernetzung der Szene hat für LANA den höchsten Stellenwert im Angebotspektrum.

Finanzierung

Gesamtbudget: EUR 0

LANA arbeitet ausschließlich ehrenamtlich.

Mitgliederstruktur

Jede Person, die das Nachtleben in L.A. mitgestaltet, kann Mitglied werden. Insofern zählen so unterschiedliche Akteur*innen wie Mitarbeiter*innen der Stadt, DJs, Wissenschaftler*innen, Veranstalter*innen, Aktivist*innen und viele mehr zu den Mitgliedern.

Gremien und Entscheidungsprozess

Team

Das Team besteht aus einer kleinen Gruppe zwischen sechs und acht Personen, die im Nachtleben von L.A. tätig sind. Es ist ein loser Zusammenschluss von motivierten Akteur*innen. Entscheidungen werden holokratisch getroffen.

Beirat

Der Beirat besteht derzeit aus fünf Personen. Die Mitglieder wurden im Austausch mit Interessenvertreter*innen sowie nach individueller Bereitschaft ausgewählt.

Vor- und Nachteile LANA

Nikola Hlady – Teammitglied von LANA – sieht den Vorteil in LANA, dass die Organisation nicht institutionalisiert ist.

Gleichzeitig ist er der Meinung, dass der Mangel an definierter Struktur die konsequente Umsetzung diverser Ideen erschwert. Für Mitgliedsbeiträge, Sponsoring oder eine Pilotfinanzierung ist es derzeit zu früh.

Best-Practice-Projekte

- [Schulung zu Schadensminderung für Veranstaltungsorte mit der Drug Policy Alliance](#)

10 NEW YORK CITY – OFFICE OF NIGHTLIFE

Gründungsjahr: 2018

Organisationsform: Politisches Amt

Gesamtbudget pro Jahr (2020): EUR 450.000

Teil der Stadtregierung / -verwaltung: Ja

Anzahl angesprochener Clubs und Veranstalter*innen: 900+

Selbstdefinition: k. A.

Zusätzliche Selbstdefinition: Ressourcenzentrum, One-Stop-Shop und Verbindungsstelle

Entstehung und Funktion

In New York verfolgte man schon einige Jahre die Arbeit des Amsterdamer Nachtbürgermeisters. In Brooklyn – besonders im Stadtviertel Bushwick – war das Interesse durch eine lebendige DIY-Underground-Szene groß. Dort setzte sich Rafael Espinal – Vertreter des Stadtrats für den 37. Bezirk – für eine ähnliche Servicestelle ein. Es dauerte neun Jahre, bis Bürgermeister Bill de Blasio im September 2017 ein Gesetz zur Einrichtung eines Büros für das Nachtleben in New York in Auftrag gab. Im März 2018 wurde Ariel Palitz nach einem mehrmonatigen Interviewprozess zum ersten Senior Executive Director des NYC Office of Nightlife ernannt.

Das Office of Nightlife ist Teil des Mayor's Office of Media and Entertainment. Es ist eine neutrale Schnittstelle zwischen den städtischen Behörden und der New Yorker Nightlife-Industrie. Letztere besteht aus über 27.000 Betrieben mit Schanklizenz, etwa Clubs und Bars. Für sie werden Informationen, Ressourcen und Problemlösungen bereitgestellt. Ziel ist, dass Betreiber*innen, Arbeitnehmer*innen, Künstler*innen und Anrainer*innen gemeinsam Herausforderungen bewältigen. Faire und angemessene Lösungen sollen dem New Yorker Nachtleben und seinem Image dienen.

Angebote

Alle Angebote vom Office of Nightlife sind kostenfrei. Sie richten sich an das gesamte Ökosystem der New Yorker Nightlife-Industrie. Dazu gehört ein umfangreiches Online-Praxiswissen zu Themen wie z. B. einen Nachtbetrieb starten, Lizenzen und Genehmigungen erhalten, Arbeitnehmer*innenrechte, Richtlinien zur Müllvermeidung, barrierefreie Gestaltung des Veranstaltungsorts und Nightlife-Best-Practices. Darüber hinaus soll eine Quick-Link-Sammlung diverse bürokratische Prozesse verkürzen.

Vernetzung mit der Szene

Das Office of Nightlife hat sich zunächst via Newsletter mit der Szene vernetzt. Dabei wurde auf die Datenbank der Gesundheitsabteilung der Stadt zurückgegriffen. Auch die sozialen Medien dienen der Vernetzung. Eine sogenannte Listening Tour führte durch die fünf Stadtbezirke New Yorks. Dabei wurde einerseits über das Office of Nightlife informiert, andererseits konnten Geschäftsinhaber*innen, Angestellte, Veranstalter*innen, Künstler*innen und Anrainer*innen Feedback geben. Die Vernetzung erfolgt weiters über Arbeits- und Fokusgruppen zu konkreten Themen.

Finanzierung

Gesamtbudget: EUR 450.000

Das Gesamtbudget beinhaltet ausschließlich die Gehälter der vier Vollzeit-Angestellten im Office of Nightlife. Zusätzlich kann das Office of Nightlife auf Ressourcen und Leistungen des Mayor's Office of Media and Entertainment zurückgreifen. Dazu zählen z. B. die Kommunikations- und Rechtsabteilung sowie die Buchhaltung.

Mitgliederstruktur

Das Office of Nightlife ist in die Stadtregierung bzw. Verwaltung eingegliedert. Dadurch gibt es keine Mitgliederstruktur.

Gremien und Entscheidungsprozess

Bürgermeister

Bill de Blasio ist der Bürgermeister von New York City. Er ernannte Ariel Palitz zur ersten Direktorin des Office of Nightlife.

Mayor's Office of Media and Entertainment

Dieses Office setzt sich für die Kreativbranche von New York ein. Eine der vier Abteilungen ist das Office of Nightlife. Anne del Castillo ist als Kommissarin des Mayor's Office of Media and Entertainment für Entscheidungen des Office of Nightlife mitverantwortlich.

Direktor*in Office of Nightlife

Ariel Palitz ist die Direktorin des Office of Nightlife. Sie wurde nach einem drei Monate dauernden Interviewprozess, an dem diverse Stadträt*innen beteiligt waren, vom New Yorker Bürgermeister ausgewählt. Es obliegt dem Bürgermeister zu entscheiden, wie lange die Position von ihr besetzt wird.

Stellvertretende*r Direktor*in

Mitarbeiter*in des/der Direktor*in

Mitarbeiter*in für die strategische Planung

Freelance-Mitarbeiter*in

Nightlife Advisory Board

Das Nightlife Advisory Board ist ein 14-köpfiges unabhängiges Gremium, das ehrenamtlich tätig ist. Es setzt sich aus Vertreter*innen der Nightlife-Industrie zusammen, die vom Bürgermeister für zwei Jahre ernannt werden. Mit ihnen ist auch das Office of Nightlife im Austausch.

Vor- und Nachteile des Office of Nightlife

Ariel Palitz – Direktorin des Office of Nightlife – sieht die direkte Eingliederung in der Stadtregierung und Verwaltung als Vorteil. Dadurch wäre es möglich, Vorschläge auf Augenhöhe einzubringen.

Gleichzeitig bringt diese Eingliederung den Nachteil mit sich, dass nicht alle Akteur*innen der Stadtregierung trauen und es Zeit braucht, um Vertrauen aufzubauen.

Best-Practice-Projekte

- [Interagency Working Group](#)
- [MEND](#) – Mediating Establishment and Neighborhood Disputes
- [Social-Media-Kampagnen](#)
- Studie „[NYC’s Nightlife Economy. Impact, Assets, and Opportunities](#)“ (Studie über die wirtschaftlichen Auswirkungen des New Yorker Nachtlebens)
- FAQs: [Multi-Agency-Richtlinien](#)
- [Lower East Side Quality of Life Improvement Plan](#) (Optimierungsplan)
- [Listening Tour](#)

11 PARIS – CONSEIL DE LA NUIT

Gründungsjahr: 2014

Organisationsform: Politisches Amt

Gesamtbudget pro Jahr (2020): EUR 200.000

Teil der Stadtregierung / -verwaltung: Ja

Anzahl angesprochener Clubs und Veranstalter*innen: 900+

Selbstdefinition: Servicestelle

Zusätzliche Selbstdefinition: Stellvertretung des/der Bürgermeister*in („deputy mayor“) und Service

Entstehung und Funktion

Das beschlossene Rauchverbot in der gesamten Gastronomie führte in Paris zu zahllosen (Lärm-)Beschwerden, weshalb die Pariser Polizei im Sommer desselben Jahres beschloss, die Gastgärten zu schließen. Eine Petition unter dem Motto „Quand la nuit meurt en silence“ (etwa: „Wenn die Nacht in Stille stirbt“) richtete sich an das Kulturministerium. Sie verlangte eine Deregulierung des Pariser Nachtlebens. 2010 wurde daraufhin die erste „Etats Généraux de la Nuit“ (etwa „Allgemeine Versammlung der Nacht“) abgehalten. Der Pariser Bürgermeister entschied, den Vizebürgermeister auf administrativer Ebene zu beauftragen, sich mit einem ganzheitlichen Ansatz um das Nachtleben zu kümmern. Darauf aufbauend wurde 2014 der Conseil de la Nuit institutionalisiert. Funktion des Conseil de la Nuit ist die Strukturierung und Konsultation aller Akteur*innen des Pariser Nachtlebens. Mittels partizipatorischer Politik erarbeitet der Conseil de la Nuit Maßnahmen zur Förderung und Weiterentwicklung des Nachtlebens. Arbeitsgruppen mit Club- und Barbetreiber*innen, Anrainern*innen und sonstigen Akteur*innen stellten einen Aktionsplan für die Stadt auf. Die Aufgabe des Conseil de la Nuits war und ist es, alle Stakeholder zu berücksichtigen, zu unterstützen und mit Augenmaß umzusetzen, was möglich ist.

Angebote

Als Service der Stadt Paris sind alle Angebote kostenfrei. Der Conseil de la Nuit vernetzt alle Akteur*innen des Nachtlebens über Arbeitsgruppen sowie Diskussionsformate und bietet darüber hinaus ein umfangreiches Online-Praxiswissen zu folgenden Themen: Einholung von Lizenzen und Genehmigungen, Organisation einer Veranstaltung, Umweltfreundliches Veranstalten, Location finden, Unterstützung von Gewerkschaften oder Berufsverbänden, Umgang mit Alkohol- und Drogenkonsum, Vermeidung von Diskriminierung, Reduktion von Lärmbeschwerden, Kampf gegen sexuelle Belästigung, barrierefreien Zugang ermöglichen.

Vernetzung mit der Szene

Der Conseil de la Nuit versucht, sich bilateral mit der Szene zu vernetzen. Der Austausch findet über Workshops zu konkreten Themen statt, die das Pariser Nachtleben betreffen, weiters über Veranstaltungen und den Newsletter. Darüber hinaus bietet die „Nuit de la démocratie“ mehr als 10.500 Personen die Möglichkeit, ihre Ideen und Bestrebungen rund um das Pariser Nachtleben einzubringen.

Finanzierung

Gesamtbudget: EUR 200.000 (exklusive Gehalt)

Die Hälfte des Gesamtbudgets fließt in die Mediation der unterschiedlichen Akteur*innen. Die andere Hälfte fließt in die direkte Unterstützung von Clubs, wie z. B. in Investitionen zur Lärmreduzierung. Im Gesamtbudget nicht enthalten sind die Gehälter.

Mitgliederstruktur

Da der Conseil de la Nuit ein Service direkt von der Stadt ist, gibt es keine konkrete Zielgruppe und daher auch keine Mitgliederstruktur.

Gremien und Entscheidungsprozess

Conseil de la Nuit

Der Conseil de la Nuit wird von Frédéric Hocquand – dem stellvertretenden Bürgermeister von Paris – geleitet. Er ist für das Nachtleben und die Kulturwirtschaft zuständig.

Nachtreferent*innen

Auf lokaler Ebene werden in den Bezirken Nachtreferent*innen gewählt. Insgesamt gibt es 18 Nachtreferent*innen für das Pariser Nachtleben.

Projektleitung

Der Projektleitung obliegen Aufgaben, wie z. B. die Arbeitsgruppen zu koordinieren, die interne Kommunikation der Nachtreferent*innen zu verwalten sowie Beschlüsse vor- und nachzubereiten und weiterzuverfolgen.

Plenum

Das Plenum besteht aus 15 weiblichen und 15 männlichen Freiwilligen, die für zwei Jahre nach dem Zufallsprinzip ausgewählt werden. Das Plenum setzt sich unter anderem aus Polizei, Student*innen-Verbänden, Berufsverbänden, Organisationen rund um Kultur, Tourismus, Stadtplanung, Gesundheit und Recht sowie qualifizierten Personen wie Clubbetreiber*innen, Veranstalter*innen, Künstler*innen und Forscher*innen zusammen. Der Conseil de la Nuit tritt ein- bis zweimal pro Jahr mit dem Plenum zusammen, um den Fortschritt der Arbeiten zu teilen und die Aussichten für weitere Entwicklungen zum Pariser Nachtleben zu erörtern.

Vor- und Nachteile des Conseil de la Nuit

Thierry Charlois – Projektleiter des Conseil de la Nuit – sieht den Vorteil, dass stets ein ganzheitlicher Ansatz verfolgt wird. Dass alle Akteur*innen in die Diskussion zur Förderung und Entwicklung involviert werden, wird als weiteren Vorteil gesehen.

Gleichzeitig ist die Organisationsform des Conseil de la Nuit mit rund 200 Personen aus den unterschiedlichen Abteilungen der Stadt, Organisationen und externen Partner*innen sehr umfangreich und kompliziert. Seiner Meinung nach braucht es mehr Ressourcen.

Best-Practice-Projekte

- [Online-Praxiswissen](#)
- [Kartierung der Pariser Nächte 2017](#)
- [Strategie zur Regulierung des Pariser Nachtlebens](#)
- Tagungsbericht der „[Etats Généraux de la Nuit](#)“ in Paris
- [Gesetz der 1. Plenarversammlung des Nachtrats](#) (9. Dezember 2014)
- [Digitale Bibliothek](#) des Conseil de la Nuit

12 ZÜRICH – BAR- UND CLUBKOMMISSION [BCK]

Gründungsjahr: 2011

Organisationsform: Verein

Gesamtbudget pro Jahr (2020): EUR 70.000

Teil der Stadtregierung / -verwaltung: Nein

Anzahl angesprochener Clubs und Veranstalter*innen: 101–300

Selbstdefinition: Interessenvertretung/Lobby, Servicestelle, Vermittlungsstelle

Zusätzliche Selbstdefinition: Vernetzungsschnittstelle

Entstehung und Funktion

Bereits 2003 fand der erste „Round Table Nightlife“ in Zürich statt. Ausschlaggebend dafür war die Jugendberatung Streetwork, die auf der Website saferparty.ch über bewusstseinsverändernde Substanzen und deren Risiken informiert. Der „Round Table Nightlife“ fand dreimal jährlich statt, der zu „Safer Clubbing“ führte, einem registrierten Gütesiegel für Clubs, Bars und Eventlocations, die zur Prävention, Schadensminderung und Sicherheit beitragen. Das Gütesiegel wurde von Clubbetreiber*innen nicht inhaltlich, sondern wegen erheblicher Auflagen als unattraktiv wahrgenommen. Gleichzeitig häufte sich der Austausch mit der Clubcommission Berlin. 2011 wurde die BCK als Interessengemeinschaft von acht Exponent*innen des Zürcher Nachtlebens gegründet. Seitdem vertritt diese Bars, Clubs und Veranstalter*innen. Als Vernetzungsschnittstelle vermittelt sie zwischen Nachtleben, Politik, Verwaltung, den Gästen und der Öffentlichkeit.

Angebote

Die BCK bietet Beratung sowie Schulungen und führt weiters impulsgebende Projekte im Zürcher Nachtleben durch. Ein Großteil der Angebote ist für Mitglieder kostenlos. Vorrangig richten sie sich an Betreiber*innen und Veranstalter*innen, die einen Fokus auf soziale und kulturelle Aspekte legen.

Mitglieder der BCK profitieren weiters von:

- 10% SUISA-Rabatt (Genossenschaft der Urheber*innen und Verleger*innen von Musik)
- Weiterbildung für Mitarbeiter*innen und leitende Angestellte

- jährlichem BCK-Social-Event und zweimal jährlich stattfindender Generalversammlung
- Zugang zu einem erweiterten Netzwerk sowie zu Präventions- und Schadensminderungsangeboten wie z. B. Schulungen von Safer Clubbing.

Vernetzung mit der Szene

Der Vorstand der BCK setzt sich aus Clubbetreiber*innen und Veranstalter*innen zusammen. Die BCK vernetzt die Zürcher Clubszene über Angebote, Arbeitsgruppen, Kampagnen und die zweimal jährlich stattfindende Generalversammlung.

Finanzierung

Gesamtbudget: EUR 70.000 (2020)

Das Budget setzt sich zusammen aus:

- Supporter*innen/Partner*innen/Gönner*innen (zuletzt ca. EUR 35.000 p. a.)
- Mitgliedsbeiträgen (ca. EUR 28.000 p. a.)
- Auftragsarbeit mit Eintritt z. B. Schulungen, Veranstaltungen, Sachspenden (ca. EUR 7.000 p. a.)

Die Beiträge, die sich über die Supporter*innen, Partner*innen und Gönner*innen der BCK ergeben, setzen sich aus Geldern von Sicherheitsfirmen, der Getränke- und der Tabakindustrie zusammen. Sie sind nur sehr selten an Gegenleistungen geknüpft. Ein Projekt zum Thema sexualisierte Gewalt wurde von der Stadt finanziert.

Eine jährliche Mitgliedschaft bei der BCK beläuft sich auf rund:

- EUR 230 pro Bar/Lounge und Veranstaltungslabel
- EUR 460 pro Club und Eventhalle
- EUR 460 für mehrtägige Events
- EUR 90 für eintägige Events, die nur einmal jährlich stattfinden
- EUR 90 für nicht profitorientierte Vereine

Mitgliederstruktur

Die Mitglieder verteilen sich auf:

- 40 Clubs
- 40 Veranstalter*innen
- 70 Musikbars

Grundsätzlich kann jede*r Mitglied der BCK werden. Betriebe des Rotlichts (Sexgewerbe), Spielcasinos und Take-away-Spätis sind allerdings von einer Mitgliedschaft ausgeschlossen. Diese können Supporter*in bzw. Gönner*in werden.

Gremien und Entscheidungsprozess

Präsident*in und Vizepräsident*in

Der/Die Präsident*in und der/die Vizepräsident*in werden vom Vorstand bestimmt. Die beiden erhalten weder Sitzungsgeld noch eine sonstige Entlohnung.

Geschäftsleitung

Die Geschäftsleitung wird bezahlt und ist im Mandat auch Mediensprecher*in. Der Geschäftsleitung obliegt die Hauptverantwortung der Entscheidungen.

Vorstand

Der Vorstand wird einmal jährlich bei der Mitgliederversammlung von den Mitgliedern gewählt. Der Vorstand trifft sich einmal im Monat und unterstützt die Geschäftsleitung in der Offizialisierung der Entscheidungen.

Nachtstadtrat

Die BCK ist Mitglied beim Nachtstadtrat Zürich (im folgenden Kapitel näher erläutert).

Vor- und Nachteile der BCK

Alexander Bücheli – Geschäftsführer der BCK – sieht den Vorteil, dass der Verein seine Arbeit autonom ausführen kann, ohne der Stadt Rechenschaft zu schulden. Durch die eigenständige Finanzierung ist die BCK unabhängig von Aufträgen der Stadt bzw. politischem Willen und kann die Arbeit im Sinne der Szene frei gestalten.

Gleichzeitig ist problematisch, dass die Schnittstelle zur Stadt nicht definiert ist und stets selbst erarbeitet und gepflegt werden muss. Der Austausch mit der Stadt ist durch die Unabhängigkeit nicht selbstverständlich gegeben. Dieser Nachteil verstärkt sich in Krisenzeiten – wie der Corona-Pandemie –, da die Finanzierung der BCK nicht mehr ausreicht.

Best-Practice-Projekte

- [Beratungsangebot](#)
- [Techno als kulturelles Erbe](#)
- Round Table Nightlife
- [Gute Nachbarschaft](#)
- Rabatte (z. B. 10% auf [SUISA](#))
- [Mediterrane Nächte](#)
- [Zusammenarbeit mit Drug Checking](#)

13 ZÜRICH – NACHTSTADTRAT

Gründungsjahr: 2016

Organisationsform: Verein

Gesamtbudget pro Jahr (2020): EUR 0

Teil der Stadtregierung / -verwaltung: Nein

Anzahl angesprochener Clubs und Veranstalter*innen: 101–300

Selbstdefinition: Interessenvertretung/Lobby

Zusätzliche Selbstdefinition: k. A.

Entstehung und Funktion

Seit 2011 gibt es in Zürich die Bar- und Clubkommission¹. Die Erkenntnis, dass das Nachtleben mehr Stakeholder als die der BCK umfasst, hat zur Gründung des NachtStadtrats geführt. Als unabhängiges Gremium involviert er auch Aktivist*innen, das Publikum und andere mit dem Nachtleben in Verbindung stehende Gruppierungen. Seine Rolle ist vermittelnd und moderierend. Er lanciert zudem Projekte rund um das Zürcher Nachtleben, welche die breite Öffentlichkeit erreichen sollen. Im Zweifelsfall ergreift dieser jedoch für das Nachtleben Partei. Anstoß für die Gründung des NachtStadtrats war unter anderem das Amsterdamer Modell N8BM A'DAM². Die Stadt Zürich legt daher seit 2016 einen Legislaturschwerpunkt auf das Nachtleben und hat den Aufbauprozess des NachtStadtrats anfangs begleitet. Inhaltlich unterscheidet sich die BCK, die Lobbying betreibt, vom NachtStadtrat, der als Zusammenschluss unterschiedlicher Akteur*innen rund um das Nachtleben tätig ist.

Angebote

Der NachtStadtrat nimmt an dem von der BCK organisierten „Round Table Nightlife“ und den „Open Club Days“ teil. Im Fokus der Angebote steht daher die Vernetzung der unterschiedlichen Akteur*innen des Zürcher Nachtlebens über ausschließlich kostenfreie Formate. Darüber hinaus ist das Angebotspektrum allerdings durch die fehlende Finanzierung begrenzt.

Vernetzung mit der Szene

Die BCK ist Mitglied beim NachtStadtrat. Da sich die BCK über eine Mitgliederstruktur aus Clubbetreiber*innen und Veranstalter*innen organisiert, erhält

¹ Siehe S. 32

² Siehe S. 10

der NachtStadtrat über die BCK Einblick in die Szene. Darüber hinaus ist der NachtStadtrat mit Akteur*innen aus dem Nachtleben besetzt.

Finanzierung

Gesamtbudget: EUR 0

Der NachtStadtrat arbeitet ausschließlich ehrenamtlich.

Mitgliederstruktur

Es gibt insgesamt fünf Mitglieder, die gleichzeitig die Organisation des NachtStadtrats bilden. Es gibt keine weiteren Mitglieder. Darüber, wie sich diese zusammensetzen, wurde keine Auskunft gegeben.

Gremien und Entscheidungsprozess

Präsident*in

Vizepräsident*in

Vorstand

Insgesamt besteht der NachtStadtrat aus fünf Mitgliedern, die sich gleichzeitig formal auf die oben aufgelisteten Positionen aufteilen. Einmal jährlich findet eine Generalversammlung statt, um Themen und Projekte zu fokussieren. Zusätzlich finden in unregelmäßigen Abständen Sitzungen statt. Entscheidungen erfolgen basisdemokratisch.

Vor- und Nachteile der BCK

Alexander Bücheli – Geschäftsführer der BCK und Mitglied beim NachtStadtrat – sieht den NachtStadtrat neben der BCK als nutzwolle zusätzliche Ergänzung, um die verschiedenen Facetten des Nachtlebens aufzunehmen und der Öffentlichkeit zu vermitteln. Seiner Meinung nach ist es wichtig, dass möglichst viele Akteur*innen involviert sind. Je mehr involviert seien, desto eher könne etwas bewirkt werden.

Größter Nachteil ist, dass jegliche Finanzierung fehlt. Einzelne Akteur*innen arbeiten ausschließlich ehrenamtlich. Dadurch fehlt es an kontinuierlicher Struktur in der Organisation, weil die Akteur*innen nur zeitlich begrenzt mitarbeiten können.

Best-Practice-Projekte

- Roundtable „[Jungs Nachtläbe](#)“
- [Street Parade](#)
- [Gute Nachbarschaft](#)

14 Anhang

Leitfragebogen

Club Commissions und Nachtbürgermeister*innen im internationalen Vergleich

Struktur- und Organisationsmodell					
Wie ist eure Entstehungsgeschichte? Was war die Hauptmotivation?					
In welchem Jahr wurde eure Organisation gegründet?					
Wie würdet ihr euch selbst definieren? (Mehrfachauswahl möglich)					
Interessenvertretung/Lobby	Servicestelle	Vermittlungsstelle	Sonstiges		
Was ist eure Organisationsform?					
Seid ihr in die Stadtregierung eingegliedert?					
Ja			Nein		
Einschätzungsfrage: Welche Relevanz besitzen Clubs und Veranstaltungen in Bezug auf das Image eurer Stadt? (1 = nicht wichtig / 5 = sehr wichtig)					
Kulturelle Relevanz	1	2	3	4	5
Wirtschaftliche Relevanz	1	2	3	4	5
Soziale Relevanz	1	2	3	4	5
Für wie viele Clubbetreiber*innen und Veranstalter*innen seid ihr zuständig?					
0-100	101-300	301-600	601-900	901+	
Wie wichtig sind folgende Zielgruppen für euch? (1 = nicht wichtig / 5 = sehr wichtig)					
Clubbetreiber*innen	1	2	3	4	5
Veranstalter*innen	1	2	3	4	5
Politik	1	2	3	4	5
Verwaltung	1	2	3	4	5
Clubarbeitnehmer*innen	1	2	3	4	5
Anrainer*innen/ Vermieter*innen/ Hausbesitzer*innen	1	2	3	4	5
Publikum	1	2	3	4	5
Zusätzliche Interessenvertretungen/ Servicestellen im Veranstaltungskontext	1	2	3	4	5
Sonstige	1	2	3	4	5
Wie habt ihr eure Zielgruppe definiert? Seid ihr für alle Veranstalter*innen und Clubbetreiber*innen da? Wenn nicht, welche Kriterien habt ihr zur Abgrenzung angewendet?					
Wie vernetzt ihr euch mit der Club- und Veranstaltungsszene?					
Wie viel Budget steht euch jährlich zur Verfügung?					
Falls non-governmental: Wie finanziert ihr euch und wie verteilt sich eure Finanzierung in Prozent? (Stadt – Wirtschaft/ Kultur/Stadtentwicklung etc., Länder oder Bund; Mitgliedsbeiträge, Sponsoring, Einzelprojekte, sonstige Drittmittel [z. B. EU-Förderung] etc.)					
Falls governmental: Welchem Ressort seid ihr zugeteilt?					
Welche Funktionen und Stellen umfasst euer Organigramm?					
Falls ihr Mitglieder habt, wie viele habt ihr? Wer kann Mitglied bei euch werden bzw. wer nicht?					
Wie verlaufen eure Entscheidungsprozesse? (Bitte inkludieren: Wie setzen sich die Entscheidungsträger*innen zusammen; Anzahl der Personen, die Entscheidungen fällen)					

Welche Gremien beraten euch in Entscheidungsprozessen?						
Gibt es neben euch zusätzliche Interessenvertretungen bzw. Servicestellen im Clubkontext? Wenn ja, wie funktioniert die Zusammenarbeit, wo gibt es Überschneidungen?						
Welche Vorteile seht ihr in eurem Modell?						
Welche Nachteile seht ihr in eurem Modell?						
Nutzung						
Welchen Stellenwert haben folgende Angebote in eurer Arbeit? (0 = bieten wir gar nicht an / 5 = ist uns sehr wichtig)						
Vernetzung Clubszene – Politik/Verwaltung	0	1	2	3	4	5
Anrainer*innen-Mediation	0	1	2	3	4	5
Beratung	0	1	2	3	4	5
Workshops	0	1	2	3	4	5
Expert*innen-Pool	0	1	2	3	4	5
Online-Praxiswissen ([inter-]nationale Leitfäden, Toolboxes, Best-Practice-Modelle)	0	1	2	3	4	5
Vernetzung der Szene (Arbeitskreise, Fokusgruppen, Podiumsdiskussionen, Symposium, Stammtische etc.)	0	1	2	3	4	5
Öffentlichkeitsarbeit für die Clubszene	0	1	2	3	4	5
Clubbetreiber*innen	0	1	2	3	4	5
Veranstalter*innen	0	1	2	3	4	5
Politik	0	1	2	3	4	5
Verwaltung	0	1	2	3	4	5
Clubbetreiber*innen	0	1	2	3	4	5
Veranstalter*innen	0	1	2	3	4	5
Politik	0	1	2	3	4	5
Verwaltung	0	1	2	3	4	5
Bitte gewichtet folgende Themen nach Relevanz für euer Arbeiten: (0 = bieten wir gar nicht an / 5 = ist uns sehr wichtig)						
Akustik – z. B. Lärm, Schallschutz	0	1	2	3	4	5
Gutachten – z. B. Betriebsanlage, Schallgutachten	0	1	2	3	4	5
Gesellschaftspolitik – z. B. Gewalt, sexuelle Belästigung, Rassismus	0	1	2	3	4	5
Rechtsfragen – z. B. Gründung	0	1	2	3	4	5
Finanzielles – z. B. Verträge, Sponsoring	0	1	2	3	4	5
Nachhaltigkeit – z. B. Energieverbrauch, Plastikvermeidung	0	1	2	3	4	5
Behördliche Auflagen – z. B. Beratungen im Vorfeld, Begehungen von Eignungsfeststellungen z. B. bei Betriebsanlageneignung	0	1	2	3	4	5

Förderungen und Finanzierung – z. B. Fördermöglichkeiten auf städtischer, staatlicher und auf europäischer Ebene	0	1	2	3	4	5
Anrainen*innen-Mediation – z. B. Lärmbeschwerden	0	1	2	3	4	5
Räume und Flächen im öffentlichen Raum – z. B. Gentrifizierung	0	1	2	3	4	5
Suche von Locations – z. B. Zwischennutzung	0	1	2	3	4	5
Welche sonstigen Angebote bietet ihr an?						
Gibt es kostenpflichtige und nicht kostenpflichtige Angebote? Falls ja, wie begründet ihr die Unterscheidung zwischen kostenpflichtigen und nicht kostenpflichtigen Angeboten? Welche Angebote sind kostenpflichtig, welche nicht?						
Was sind eure erfolgreichsten Projekte, die bis dato einen Benefit für die Clubszene und die Stadt geschaffen haben, und welche Maßnahmen zur Umsetzung waren dafür erforderlich?						

Survey

Structure and organization model						
What is your history of origins? What was the main motivation?						
In which year was your organization founded?						
How would you define yourself? (Multiple choice possible)						
Representation of interests/lobby	Service center	Mediation center	Other			
What is your organizational form?						
Are you integrated into the city government?						
Yes			No			
Evaluation question: How relevant are clubs and events to the image of your city? (1 = not important / 5 = very important)						
Cultural relevance	1	2	3	4	5	
Economic relevance	1	2	3	4	5	
Social relevance	1	2	3	4	5	
For how many club operators and organizers are you responsible?						
0–100	101–300	301–600	601–900	901+		
How important are the following target groups for you? (1 = not important / 5 = very important)						
Club owners	1	2	3	4	5	
Promoters	1	2	3	4	5	
Politics	1	2	3	4	5	
Administration	1	2	3	4	5	
Club employees	1	2	3	4	5	
Neighbors/Landlords	1	2	3	4	5	
Audience	1	2	3	4	5	
Additional representations of interests/ service points in the context of events	1	2	3	4	5	
Other	1	2	3	4	5	
How did you define your target group? Are you there for all organizers and club owners? If not, what criteria did you use to define your target group?						
How do you network with the club and event scene?						

How much budget is available to you annually?						
If non-governmental: How do you finance yourself and what is the percentage of your financing? (city – economy/culture/urban development etc., states or federal government;						
membership fees, sponsoring, individual projects, other third party funding ([e.g. EU funding] etc.)						
If governmental: Which department are you assigned to?						
What functions and positions does your organization chart include?						
If you have members, how many and who can or cannot become a member?						
How do your decision-making processes run? (Please include: What is the composition of the decision makers/number of people making decisions)						
Which committees advise you in decision-making processes?						
Are there any other interest groups or service centers in the club context besides yours? If so, how does the cooperation work, where do you overlap?						
What advantages do you see in your model?						
What disadvantages do you see in your model?						
Benefit of Organization						
How important are the following offers in your work? (0 = we do not offer at all / 5 = is very important to us)						
Networking club scene/politics/administration	0	1	2	3	4	5
Neighbor mediation	0	1	2	3	4	5
Consulting	0	1	2	3	4	5
Workshops	0	1	2	3	4	5
Expert pool	0	1	2	3	4	5
Online practical knowledge (([inter-] national guides, toolboxes, best practice models)	0	1	2	3	4	5
Networking of the scene (working groups, focus groups, panel discussions, symposium, regulars' tables etc.)	0	1	2	3	4	5
Public relations for the club scene	0	1	2	3	4	5
Please weight the following topics according to their relevance for your work: 0 = not offering / 5 = very important						
Acoustics – e.g. noise, sound insulation	0	1	2	3	4	5
Expert opinions – e.g. operating plant, sound expertise	0	1	2	3	4	5
Social policy – e.g. violence, sexual harassment, racism	0	1	2	3	4	5
Legal issues – e.g. foundation	0	1	2	3	4	5
Financial – e.g. contracts, sponsoring	0	1	2	3	4	5
Sustainability – e.g. energy consumption, avoidance of plastics	0	1	2	3	4	5
Official requirements – e.g. consultations in advance, inspections of suitability determinations, e.g. for operating plant approval	0	1	2	3	4	5

Subsidies and financing – e.g. subsidies at city, state and European level	0	1	2	3	4	5
Neighbor mediation – e.g. noise complaints	0	1	2	3	4	5
Spaces and areas in public space – e.g. gentrification	0	1	2	3	4	5
Search of locations – e.g. interim use	0	1	2	3	4	5
What other offers do you offer?						
Are there paid and non-paid offers? If so, how do you justify the distinction between paid and non-paid offers? Which offers are liable to pay costs, which are not?						
What are your most successful projects to date that have created a benefit for the club scene and the city and what measures were necessary to implement them?						

Befragte

Stadt	Vorname	Nachname	Funktion	Organisation	Termin	Freigabe Fragebogen
Amsterdam	Ramon	de Lima	Vorsitzender des geschäftsführenden Vorstands	Stichting Nachburgemeester Amsterdam (N8BM A'DAM)	03.09.2020	25.11.2020
Berlin	Lukas	Drevenstedt	Geschäftsführer	Clubcommission Berlin	24.10.2020	23.11.2020
Dallas	Randall	White	Gründer und Präsident	24HourDallas	20.09.2020	11.12.2020
Hamburg	Jan-Kristian	Nickel	Leitung Kommunikation	Clubkombinat	28.09.2020	10.12.2020
Hamburg	Micha	Louwers	Stiftungskoordination	Clubstiftung	22.09.2020	08.12.2020
Los Angeles	Nikola	Hlady	Teammitglied	Los Angeles Nightlife Alliance (LANA)	21.10.2020	10.12.2020
New York City	Ariel	Palitz	Senior Executive Director	„OFFICE OF NIGHTLIFE Mayor's Office of Media & Entertainment“	30.11.2020	03.12.2020
Paris	Thierry	Charlois	Projektleiter	Conseil de la Nuit	04.09.2020	01.12.2020
Zürich	Alexander	Bücheli	Geschäftsführer	Bar- und Clubkommission	24.09.2020	04.12.2020
Zürich	Alexander	Bücheli	Mitglied	NachtStadtrat	01.10.2020	04.12.2020

Impressum

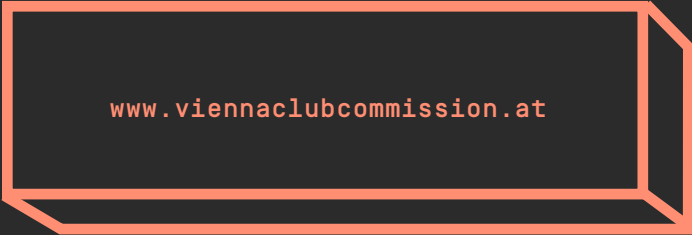
Medieninhaber * in MICA (MUSIC Information Center AUSTRIA), Stiftgasse 29, 1070 Wien

Autorin Martina Brunner

Redaktionelle Leitung Stefan Niederwieser

Layout Bueno Blank & Stefan Schiermeier

Erscheinung Wien, Februar 2021



www.viennaclubcommission.at