



Call for Participation/Papers:

Menschen, Marken, Moshpits

Wirtschaftliche und kommunikative Aspekte von Open-Air-Veranstaltungen
am Beispiel von Metal Festivals in Deutschland

1. Das Phänomen Metal Festival

Das Dorf Wacken in Schleswig-Holstein wird jedes Jahr für ein paar Tage zum „Mekka der Headbanger“ (Nier 2019). Von anfänglich sechs Bands vor rund 800 Menschen im Jahr 1990 ist das Festival im Jahr vor der COVID-Pandemie auf 85.000 Gäste angewachsen. (Nier 2019) Die Marke Wacken ist inzwischen „weltbekannt“ (<https://www.hamburg-tourism.de/sehen-erleben/veranstaltungen/wacken-open-air/>, 10.02.2022).

Dem Phänomen Metal Festival und seinen vor allem wirtschaftlichen und kommunikativen Aspekten nähert sich ein wissenschaftliches Round-Table-Gespräch der IST-Hochschule für Management, das am **Samstag, 19. November 2022** im Deutschen Klängenmuseum in Solingen stattfindet und aus dem ein Sammelband in der Reihe Studien zum Festivalmanagement (utzverlag, München) hervorgehen soll.

2. Definitionen und Begriffsabgrenzungen

2.1 Metal Music

Im allgemeinen, deutschen Sprachgebrauch ist Metal die Kurzform von Heavy Metal. (<https://www.duden.de/rechtschreibung/Metal>, 09.02.2022) Der Begriff Heavy Metal ist dabei doppelt belegt, meint einerseits „die Mutter aller Metal Genres“ (<https://www.metal-hammer.de/genres/heavy-metal>, 09.02.2022) und damit vornehmlich die ursprüngliche Form dieser Musik. Andererseits steht der Begriff Heavy Metal umgangssprachlich auch für die gesamte Metal Music. – Das Round-Table fokussiert auf sämtliche Subgenres der Metal Music. Wir sprechen im Zusammenhang mit den Open-Air-Veranstaltung von Metal Festivals.

2.2 Musikfestivals und Open-Air-Veranstaltungen

Seit den 1980er Jahren steigt die Zahl an Festivals in Deutschland stetig an und lässt Deutschland eine besondere Bedeutung innerhalb der Festivalzene Europas zukommen. (Bellinghausen 2014, S. 14) Deshalb und sowohl aus Gründen der veranstaltungsrechtlichen, nationalen Rahmenbedingungen als auch der Sprachräume fokussiert das Round-Table-Gespräch vor allem auf Festivals in Deutschland. Vergleichsstudien sind dabei willkommen.

Den Begriff des Festivals versteht das Round-Table-Gespräch eng: Als Musikfestival gilt eine ein- oder mehrtägige Open-Air-Veranstaltung, wenn mehrere (also mindestens zwei) Künstler:innen auftreten und ihre Musik, hier: Metal Music, präsentieren. (Bellinghausen 2007)

Festivals können auf Basis mehrerer Merkmale unterschieden werden, die hier nur kurz exemplarisch genannt werden: Häufigkeit und Dauer der Veranstaltung, Stil der Musik, Art der Veranstaltung und der Künstlerinnen und Künstler, das Rahmenprogramm oder die Preispolitik. (Becker 1997) Je nach Festivalart werden unterschiedliche Zielgruppen angesprochen. Die Gäste und die Veranstaltungen an sich können verschiedene wirtschaftliche Effekte auf die Festivalregionen haben.

Schulz (2015) legt folgende definitorische Faktoren zu Grunde: institutionalisierte Planung, mehrtägiger Veranstaltungszeitraum, regelmäßiger Turnus, festgelegte Öffentlichkeit, Monothematik, Multimedialität, künstlerische Vielfalt, Segmentalität (im Sinne einer Teilgesellschaftlichkeit), Einzigartigkeit und Gemeinschaftlichkeit. Diese Faktoren können, müssen aber nicht in Gänze in den Vorträgen abgedeckt sein.

Gleichermaßen interessieren auch Sonderfälle oder Gegenmodelle. So zeigen beispielsweise Förder- oder Interessensvereine, dass von ihnen durchaus ein struktureller Druck in Richtung Institutionalisierung ausgeht: Die reine Existenz einer Szene als locker gefügtes Netzwerk reicht offenbar häufig noch nicht aus, um regelmäßige Konzert- oder Festivalangebote bereitzustellen, solange andere, beispielsweise kommerzielle Institutionen in diesen Nischenszenen noch nicht ausreißend präsent sind. (Kunzendorf 2007)

3. Die Forschungsfelder Metal Music Studies und Studien zum Festivalmanagement

3.1 Metal Music Studies

Die Forschung zu Metal Music begann in den frühen 1990er Jahren mit ein paar ersten, vereinzelt wissenschaftlichen Veröffentlichungen. (Heinen 2017, S. 86) In jüngerer Zeit dagegen ist „ein regelrechter Boom“ (Heinen 2017, S. 86) wahrzunehmen. Eine erste globale Konferenz mit dem Titel „Heavy Fundamentals“ fand 2008 in Salzburg statt, auf die zwei Fortsetzungen folgten. (Hill 2020) Mit dem Thema Metal und Gender beschäftigte sich 2009 eine Konferenz in Köln und an der HBK Braunschweig fand im Jahr 2010 die Konferenz „Metal Matters – Heavy Metal als Kultur und Welt“ statt. (Nohr und Schwaab 2012) Zwischen 2011 und 2015 fanden jährliche „Hard Wired“-Arbeitsgespräche statt, die sich unterschiedlichen Facetten der Materie widmeten, von Methodenfragen über die gesellschaftliche Relevanz des Metal, seiner Theatralität, Inszenierung und Performativität bis hin zu den Bildungsprozessen des Heavy Metal. (Heinen 2017, S. 53–54) Die Forschung zu Metal Music bündelt seit 2011 die International Society for Metal Music Studies, die seit 2015 auch über ein eigenes, wissenschaftliches Publikationsorgan verfügt: die Metal Music Studies. (<https://metalstudies.org/>, 07.02.2022)

3.2 Studien zum Festivalmanagement

Das Forschungsfeld des Festivalmanagements führt bis dato ein Nischenleben. Für akademische Forschung zum Thema Festivalmanagement ist im Bereich wissenschaftlicher Journals das *International Journal of Event and Festival Management* von Bedeutung. Es erscheint regelmäßig seit 2010. (<https://www.emeraldgroupublishing.com/journal/ijefm>, 09.02.2022)

Im deutschsprachigen Raum will die neugegründete Herausgeberreihe „Studien zum Festivalmanagement“, in der auch die Veröffentlichung der Beiträge des Round-Tables vorgesehen ist, das Forschungsfeld Festivalmanagement aus seinem Nischendasein befreien. Sie wird an der IST-

Hochschule für Management herausgegeben und nimmt neben Sammelbänden vor allem Abschluss- und Qualifizierungsarbeiten auf.

4. Themeneingrenzung der Veranstaltung mit möglichen Fragestellungen

Die Veranstaltung fokussiert musikalisch auf Festivals im Bereich der Metal Music, regional vor allem auf den deutschen (Rechts-)Raum und wissenschaftsdisziplinär auf den Bereich der Studien zum Festivalmanagements. Aus dem Bereich der Metal Music Studies sind Beiträge willkommen, die sich nicht ausschließlich auf kultur-, religions-, text- oder musikwissenschaftliche Aspekte und ähnliches beschränken, sondern die (auch) wirtschaftliche und kommunikative Aspekte von Open-Air-Veranstaltungen am Beispiel von Metal Festivals in Deutschland behandeln. Als Hochschule für Angewandte Wissenschaften suchen wir nach Anschlussfähigkeiten und Handlungsempfehlungen für die Festivalbranche.

Die Beitragsvorschläge können sich beispielsweise um folgende, mögliche Fragestellungen und Themen drehen, gerne auch darüber hinaus gehen oder auch nur Teilbereiche fokussieren:

- Welche Bedeutung haben Metal Festivals als Wirtschaftsfaktoren, beispielsweise für die Region, aber auch darüber hinaus?
- Welche Standortfaktoren spielen eine Rolle (Metropolregionen versus ländliche Regionen, Flächenverfügbarkeit für Open-Air-Veranstaltungen gegenüber Konzert- und Veranstaltungshallen und vieles mehr)?
- Wer sind die maßgeblichen Treiber hinter der Organisation von Metal Festivals?
- Welchen Spezifika unterliegt die Markenführung von Metal Festivals? Inwiefern sind Metal Festivals zeitgemäße Marken (bspw. im Sinne einer Marke 4.0)? Mit welchen Logos, Schriftzügen, Claims und Slogans oder Hashtags usw. werden Metal Festivals kommuniziert?
- Wie werden Metal Festivals kommuniziert, wie wird auf ihnen und über sie kommuniziert?
- Welche Rolle spielen Genre-Spezifika, Sonder- und Unterformen, aber vielleicht auch Formate wie Boutique-Festivals, die es im Metal überhaupt nicht gibt oder die es kategorisch gar nicht geben kann? Welche Gemeinsamkeiten und Unterschiede bestehen zwischen Open-Air-Festivals (bspw. Wacken) gegenüber Indoor-Festivals (bspw. Metal Hammer Paradise)?
- Welchen speziellen Rahmenbedingungen unterliegt das Krisenmanagement oder die Krisenkommunikation von Metal Festivals, beispielsweise im Zusammenhang mit Unwetterlagen, Unfällen, Terrorismus usw.?
- Welche Bedeutung hat das Thema Nachhaltigkeit für die Festivalveranstalter, aber auch für die Gäste?
- Unter welchen Bedingungen gestalten sich Festivalsponsoring, Kooperationen mit Gewerken, Gastronomie usw.? Welche Interdependenzen entstehen mit spezifischen Zielgruppen und Subkulturen, wie beispielsweise Straight Edge?
- Welche Bedeutung haben professionelle Live-Mitschnitte und welche Spannungsfelder ergeben sich in diesem Zusammenhang aus Bootlegs? Spielen unerlaubte Live-Mitschnitte und Bootlegs heute überhaupt noch eine Rolle? Können Live-Mitschnitte auf Videoplattformen wie YouTube unterbunden werden und ist das überhaupt sinnvoll?
- Unter welchen Bedingungen finden Presseaufnahmen und -berichterstattungen statt?
- Welcher historischen Entwicklung unterliegen einzelne Veranstaltungen oder auch die Gesamtheit der Metal Festivals?
- Welche Zielgruppen werden von Metal Festivals angesprochen? Wer ist eigentlich der Typus der Metal Festival Besucher:innen? Welche Verhaltensweisen, Gruppenzugehörigkeiten,

Konsumverhalten legen sie an den Tag? Welche Merkmale von Zielgruppen ergeben sich daraus?

- Wie gestaltet sich die Spannweite von professionellen und kommerziellen Veranstaltungen und jenen, die von Fanvereinigungen, Freundeskreisen, Fördervereinen und ähnlichem organisiert werden?

5. Organisatorisches und Ablauf

Gesucht werden aktuelle und originäre Vorträge zu allen Themen rund um das Festivalmanagement von Metal Festivals in deutscher Sprache (in Einzelfällen nach Absprache auch englischsprachig). Dabei kann es sich gleichermaßen um konzeptionelle, methodische und empirische Arbeiten handeln. Konkrete Fallbeispiele und Case-Studies, die wissenschaftlich ausgearbeitet werden, sind ebenfalls ausdrücklich willkommen.

Die Entscheidung über die Annahme eines Vortrags erfolgt auf Basis eines eingereichten, maximal einseitigen Abstracts zzgl. einem kurzen CV (max. 300 Zeichen bzw. zwei bis drei Sätze) und eventuellen Publikationen zum Thema (max. fünf). Dieses Paper Proposal ist bitte als PDF bis 04. April 2022 zu senden an: mjbauer@ist-hochschule.de

Wir freuen uns auf Einreichungen und auf das gemeinsame Buchprojekt!
Mit freundlichen Grüßen

Prof. Dr. Matthias Johannes Bauer & Tom Naber M.A.

Fachbereich Kommunikation & Wirtschaft, IST-Hochschule für Management

Dr. Sixt Wetzler

Leiter Deutsches Klingenmuseum Solingen

Weiterer Zeitplan:

- Februar/März 2022: Call for Papers & gezielte Ansprache möglicher Beiträger/-innen
- **04. April 2022: Deadline für die Einreichung der Paper Proposals (Abstracts)**
- **Samstag, 19. November 2022: Wiss. Round-Table-Gespräch mit ausgewählten Beiträgen**
- **31. März 2023: Abgabefrist der finalen Paper für den Sammelband** (Umfang von ca. 25.000 bis 30.000 Zeichen inkl. Leerzeichen; Hinweise zur Manuskripterstellung werden rechtzeitig zugesandt)
- April 2023: Review-Verfahren
- Mai/Juni/Juli 2023: Korrekturat und Korrekturschleifen mit den Beiträger/-innen
- August/September 2023: Produktion des Herausgeberbands
- Oktober 2023: Veröffentlichung des Herausgeberbands

Literaturverzeichnis

Becker, Christoph (1997): Weinfeste, Weihnachtsmärkte und Musik-Festivals – zwischen Traditionspflege und Zwang zur Innovation. In: Albrecht Steinecke und Mathias Treinen (Hg.): Inszenierung im Tourismus: Trends, Modelle, Prognosen. Europäisches Tourismus Institut, Universität Trier. Trier: Europäisches Tourismus Institut, Universität Trier, S. 62–77.

Bellinghausen, Raimund (2007): Musik-Festivals. Definitionen, Festivalarten, Entwicklung und Eventtourismus. Norderstedt: GRIN Verlag.

Bellinghausen, Raimund (2014): Das Musikfestival: Wirtschaftliche und touristische Aspekte: DISSERTA Verlag.

Heinen, Serina (2017): »Odin rules«. Religion, Medien und Musik im Pagan Metal. Bielefeld, Germany: Transcript Verlag (De Gruyter eBook-Paket Theologie, Religionswissenschaften, Judaistik, 3). Online verfügbar unter <https://www.degruyter.com/isbn/9783839434314>.

Hill, Rosemary (2020): Heavy Fundamentalisms. Unter Mitarbeit von Karl Spracklen. Boston: BRILL. Online verfügbar unter <https://ebookcentral.proquest.com/lib/kxp/detail.action?docID=6175833>.

Kunzendorf, Petra (2007): Organisationskultur in Vereinen. am Beispiel des Skull Crusher Heavy Metal Vereins Dresden e.V. 2. Aufl. Norderstedt: GRIN Verlag.

Nier, Hedda (2019): Das Phänomen Wacken. In: *Statista*, 31.07.2019. Online verfügbar unter <https://de.statista.com/infografik/5404/das-phaenomen-wacken/>, zuletzt geprüft am 06.02.2022.

Nohr, Rolf F.; Schwaab, Herbert (Hg.) (2012): Metal matters. Heavy Metal als Kultur und Welt. 2., unveränd. Aufl. Münster: Lit-Verl. (Medien'Welten, 16).

Schulz, Sebastian (2015): Das Phänomen Pop-Festival. Qualitative Untersuchung der Wertschöpfungsprozesse des deutschen Festivalmarktes. Norderstedt: GRIN Verlag.

Hinweis: Bitte Auswahlliteratur im gesonderten PDF beachten.