

AUSSCHREIBUNG: ORGANISATIONSTEAM LUNATIC FESTIVAL 2018



lunatic e.V., Scharnhorststr. 1, 21335 Lüneburg
Kontakt: [info\(at\)lunatic-festival.de](mailto:info(at)lunatic-festival.de) | www.lunatic-festival.de

Projekt-Kurzbeschreibung: Der lunatic e.V. ist ein gemeinnütziger Verein, der jährlich 30-60 Student*innen ermöglicht, ein Musik- und Kulturfestival selbstständig auf die Beine zu stellen und dabei praktische Erfahrung im Projektmanagement zu sammeln. Dabei ist das Ziel, nachhaltige Ansätze in der Kulturorganisation auszuprobieren, diese voranzutreiben und gesellschaftlich verantwortlichen Projekten und Kulturschaffenden eine Bühne zu bieten - im Rahmen des Partizipationsgeländes SPIELWIESE.

lunatic ist stets ein handgemachtes Festival, das im Rahmen eines Lernprojektes entsteht und durch ehrenamtliches Engagement getragen wird. Wir handeln mit dem Selbstverständnis im Konsens Entscheidungen zu treffen. Jedes Jahr auf's Neue sind wir bestrebt, ein qualitativ hochwertiges Programm auf die Beine zu stellen, das in erster Linie Spaß macht und gleichzeitig eine öffentliche Plattform für bemerkenswerte Ideen, Projekte und Initiativen darstellt.

Du willst mehr erfahren? Auf www.lunatic-festival.de findest du weiterführende Infos zum Verein, sowie zum Lernprojekt und unserem Programmkonzept. Ansonsten sprich uns bitte gerne an, persönlich oder unter [info\(at\)lunatic-festival.de](mailto:info(at)lunatic-festival.de).

Dieses Dokument ist textlastig, beugt aber bestenfalls Missverständnissen vor bzw. basiert auf Fragen und Annahmen, die in den letzten Jahren an uns herangetragen wurden. Wenn du die Zeit findest, es dir einmal ausführlich durchzulesen, hast du hoffentlich schon ein wenig Einblick - und wir konnten hoffentlich auch die Art und Weise, wie wir das Team auswählen und warum, veranschaulichen.

Bewerbung für lunatic Team 2018 - was ist gut zu wissen?

Die folgende Ausschreibung ist interessant für dich, wenn du Erfahrungen in Themenbereichen wie Festivalorganisation, Öffentlichkeitsarbeit oder Kulturvermittlung sowie Projektarbeit sammeln möchtest. Du kannst dich für verschiedene Aufgabenbereiche bewerben - je nachdem, wie viel fachspezifische und ehrenamtliche Erfahrung du schon mitbringst oder wie viel Verantwortung du übernehmen möchtest.

Das nach dem Konsensprinzip arbeitende Festival-Organisationsteam teilt sich noch einmal in sechs weitere Organisationseinheiten auf, die sich wöchentlich treffen und quasi als Kompetenzteam einen speziellen Themenbereich verantworten:

PRODUKTION & GELÄNDEGESTALTUNG (1), MUSIK (2), KUNST (3), KULTUR & VERMITTLUNG (4), PRESSE- & ÖFFENTLICHKEITSARBEIT (5), LEITUNG MARKETING, SPONSORING & GASTROMANAGEMENT (6). Hinzu kommt, durch die **Gesellschaftsform als gemeinnütziger Verein begründet, noch die Rolle des studentischen KASSENWARTS.** Jeder dieser Bereiche beinhaltet auch eine Leitungsposition. Diese Person geht i.d.R. in den erweiterten Vorstand, koordiniert übers Jahr die Abläufe des Bereichs und trifft sich zusätzlich einmal die Woche im Leitungsgremium (bei uns im folgenden Festivalleitung genannt). Dies dient der operativen Arbeitsfähigkeit und der Idee, dass die Interessen eines jeden Teams - egal wie groß es ist - in der Leitung vertreten sind. Diese Koordinator*innen sind unserem Verständnis nach aber gleichberechtigte Teammitglieder, denen die Kompetenz der kommunikativen Leitung des Teams zugesprochen wurde, zusätzlich zur inhaltlichen Aufgabe. Wir legen Wert darauf, dass man sich in dieser Rolle als integraler Teil des Teams und nicht als vorgesetzt versteht.

Darüber hinaus stehen viele organisatorische und konzeptionelle Aufgaben an, die auch in teamübergreifenden Kompetenzteams untereinander aufgeteilt werden.

Wie funktioniert das operativ? Alles Teamübergreifende konzipieren wir gemeinsam in Form von zwei mehrtägigen Workshop-Fahrten, wöchentlichen 4-stündigen Seminarsitzungen, im Rahmen freier Treffen und via eigener Online-Kollaborationsplattform.

Im Rahmen des Seminars wird das Thema Festivalorganisation zudem aus verschiedenen methodischen und praktischen Perspektiven sowie unter Nachhaltigkeitsaspekten beleuchtet. Klingt nach viel Arbeit? Bringt aber auch ganz viel Spaß, wenn man sich darauf einlässt.

O.k., aber warum überhaupt ein Auswahlverfahren?

Konkret sind die unten angeführten Teambereiche vorgesehen. Dies ist ein Plan auf dem Papier und ist nicht statisch. Final legt das Team die Aufgabenteilung im jeweiligen Bereich bei Semesterstart im Rahmen einer 1-wöchigen Seminarfahrt ins Lüneburger Umland eigenverantwortlich und gemeinsam fest.

Bei mittlerweile knapp 3.000 Besuchern pro Tag und realen Anforderungen bezüglich Sicherheit und Co, versuchen wir jedoch im Vorfeld eine gesunde Mischung aus (Teil)Vorerfahrung und unerfahrenen Neugierigen zu finden und dabei die wichtigsten Schnittstellen kompetent zu besetzen. Dies ist aus unserer Sicht wichtig, um ein gesundes Lernumfeld für ein Projekt dieses Umfangs zu schaffen. Deshalb schalten wir überhaupt eine Bewerbungsphase inkl. einem kurzen Motivationsschreiben vor, auch wenn das Semester

erst im Oktober startet. Grundsätzlich hat aber jede/r Studierende die gleiche Chance einen Platz im Team zu erhalten.

Du kannst dich ab sofort und bis einschließlich 06. August für das Team 2017 bewerben. Die aktuellen Bewerbungsformulare findest du immer unter www.lunatic-festival.de.

Bei allgemeinen Rückfragen zum Bewerbungsverfahren wende dich gerne an:
seminarleitung(at)lunatic-festival.de.

Folgende Posten werden auf den nächsten im Profil vorgestellt:

(1) Produktion & Geländegestaltung (S.4-5)

- A. Leitung Produktion & Geländegestaltung
- B. Geländegestaltung & Infrastruktur
- C. Personal

(2) Booking (S.5-6)

- A. Leitung Booking
- B. Booking / Gestaltung musikalisches Programm
- C. Aftershow & Vorveranstaltungen

(3) Kunst (S.6-8)

- A. Leitung Kunst
- B. Gestaltung künstlerisches Programm

(4) Kultur und Vermittlung (S.6-8)

- A. Leitung Kultur & Vermittlung
- B. Gestaltung Kultur- & Mitmachprogramm
- C. Vermittlung

(5) Presse- & Öffentlichkeitsarbeit (S.8-10)

- A. Leitung Text & Pressearbeit
- B. Social Media & Webauftritt
- C. Dokumentation & Bild
- D. Grafik

(6) Marketing, Sponsoring & Gastromanagement (S.10-12)

- A. Leitung Marketing & Sponsoring
- B. Marketing & Sponsoring
- C. Gastromanagement - Food / Getränke

(1) JOBPROFILE: PRODUKTION & GELÄNDEGESTALTUNG

Du interessierst dich für Veranstaltungstechnik, hast erste Erfahrungen in der Veranstaltungsbranche, in einer studentischen Initiative oder aus privatem Interesse gesammelt? Bei Gestaltung eines Festivalgeländes denkst du an mehr, als an das Aufstellen von Essens- und Getränkebudens? Mit Begriffen wie Technical Rider und Sicherheitskonzept kannst du vielleicht sogar schon etwas anfangen? Du bist gut organisiert, arbeitest sehr genau und kannst mit Verantwortung gut umgehen? Darüber hinaus bleibst du in Stresssituationen stets bedacht und gelassen und du kannst dir vorstellen, die Produktionsleitung im Bereich Technik und Sicherheit auf dem 15. lunatic Festival im Juni 2018 zu übernehmen? Super, dann könnten dich die folgenden Arbeitsbereiche vielleicht interessieren:

A) LEITUNG PRODUKTION & GELÄNDEGESTALTUNG - Als Produktionsleitung bist du die koordinative Schnittstelle des gesamten Bereichs PRODUKTION & GELÄNDEGESTALTUNG. Du bist einerseits integraler Bestandteil des gleichnamigen Teams und andererseits mit der Aufgabe betraut, den gesamten Ablauf in diesem Bereich im Blick zu behalten. Das soll weder heißen, dass du Aufgaben lediglich delegierst noch, dass du keinen Raum bekommst, dich selbst im Bereich Geländegestaltung & Infrastruktur mit Ideen und Vorstellungen einzubringen. Schlussendlich vertrittst du dein Team als Sprachrohr in der Festivalleitung und bist beim Festival selbst für die Koordination des gesamten Ablaufs sowie für den baulichen roten Faden repräsentativ verantwortlich. Alle konkreten Aufgaben teilst du – im Sinne des Konsensprinzips – gemeinsam mit deinen Teammitgliedern auf.

B) GELÄNDEGESTALTUNG & INFRASTRUKTUR - Als Teil des Teams Geländegestaltung & Infrastruktur hast du mit 2-3 weiteren Personen die Möglichkeit, das lunatic Areal in eine besondere Erlebnislandschaft zu verwandeln. Von Bauten bis Installationen sind eurer Kreativität theoretisch keine Grenzen gesetzt. Praktisch habt ihr jedoch die Aufgabe, die Produktionsleitung bei der Sicherung und Geländeplanung maßgeblich zu unterstützen und euch ein Gestaltungskonzept zu überlegen, welches die Vermittlung der Kultur- und Kunstbeiträge begünstigt, dem lunatic Festival 2018 eine besucherfreundliche Struktur verleiht und für Atmosphäre sorgt - ohne dabei die nachhaltige Ausrichtung aus den Augen zu verlieren. Gemeinsam mit dem Team GELÄNDEFLAIR des sogenannten SPIELWIESENSEMINARS (hierzu erfährst du später mehr) und in enger Abstimmung mit den Programmteams akquiriert oder baut ihr alle „Räume“ bzw. Installationen, die als Basis nötig sind, damit die kulturellen und künstlerischen Beiträge wirkungsvoll inszeniert werden können.

Geeignet für technisch-handwerklich versierte Hobbytüftler*innen und gestalterisch begabte Köpfe!

C) PERSONAL – Als Personalkoordinator*in bist du im Wesentlichen dafür zuständig die knapp 300 ehrenamtlichen Helfer*innen für die aktive Durchführung des Festivals zu akquirieren, zu schulen und zu betreuen. Zu deinen Aufgaben zählt auch, den Personalbedarf aller Festivalbereiche im Dialog zu ermitteln und im Laufe des Festivaljahres bei Vorveranstaltungen, Teamfahrten etc. die Schicht- und Raumplanung zu übernehmen. Da bei dir vor allem Richtung Sommer die Hütte brennt, hast du bis zum Frühjahr auch die Möglichkeit in projektbezogene themenfremde Bereiche reinzuschneppen und so viele verschiedene Erfahrungen mitzunehmen.

Geeignet für kommunikative, lösungsorientierte Tausendsassa!

Klingt spannend? Dann bewirb dich bitte bis spätestens 06. August 2017 in Form des

Online-Formulars auf lunatic-festival.de. Euch stehen stets „Astronauten“ und erfahrene Praktiker*innen als Mentor*innen im Rahmen des Projektes zur Seite.

Im Sinne des Lernprojektes, solltest du bereit sein diese Aufgabe gewissenhaft auszuführen und generell keine Hemmungen haben, bei fachlichen wie operativen Fragen aktiv um Unterstützung zu bitten. Auch solltest du dich über den Aufgabenbereich hinaus ebenfalls für die Arbeit deiner Teammitglieder interessieren. Auch die Übernahme von Aufgaben, die keinem Team direkt zugeordnet werden können oder im Team nicht zielgerecht fertig gestellt werden, gehört mitunter dazu. Das betrifft auch die Vorveranstaltungen und Sonderformate. Von Teammitgliedern wünschen wir uns, dass sie großes Interesse daran haben, das ganze Jahr über eine angenehme und produktive Arbeitsatmosphäre für alle Mitarbeiter*innen zu schaffen. Trotz notwendiger Bereichsleitungen gilt immer: lunatic ist Teamarbeit!

(2) JOBPROFILE: BOOKING

Bist du ein konzeptionell denkender Mensch, der Musik liebt ohne dabei auf ein Genre festgelegt zu sein? Du bist organisiert, arbeitest sehr genau und kannst mit Verantwortung gut umgehen? Dem lunatic 2018 ein stimmiges, anspruchsvolles und liebevolles Bühnenprogramm zu beschern und der Austausch im Team darüber reizt dich sehr? Du konntest bereits Bookingerfahrung sammeln, privat, in einer Initiative oder im Job - und bringst vielleicht sogar erste Kontakte mit? Neben einem verkaufstarken Line-Up liegen dir auch Themen wie (regionale) Künstlerförderung am Herzen, sowie die kritische Auseinandersetzung mit Geschlechterrollen in der Musikindustrie oder die Frage, was faire Künstlerbezahlung bedeutet? Formate, in denen die Grenzen zwischen Musik, Kunst und Kultur verschwimmen findest du für die Ausgestaltung eines Festivalrahmenprogramms ebenfalls spannend? Sonnenklar, dein Herz schlägt für die Künstlerakquise und –betreuung! Aufgaben wie Raum-, Unterkunfts- und Ablaufplanung sind für dich trotzdem nicht nur lästige Begleiterscheinungen, sondern gehören für dich ebenfalls zu den Aufgabefeldern, in denen du (noch mehr) Erfahrung sammeln möchtest? Dann bist du vielleicht im Bookingteam genau richtig. Folgend stellen wir dir auch noch mal zwei Schwerpunkte vor, anhand derer du bei der Bewerbung noch mal inhaltliche Akzente setzen kannst. Selbstverständlich seid ihr EIN Bookingteam. Uns interessiert dennoch deine Präferenz.

A) LEITUNG BOOKING - Als Bookingleitung bist du die koordinative Schnittstelle des gesamten Bereichs. Du bist einerseits integraler Bestandteil des gleichnamigen Teams und andererseits mit der Aufgabe betraut, den gesamten Ablauf in diesem Bereich im Blick zu behalten. Das soll weder heißen, dass du Aufgaben lediglich delegierst noch dass du keinen Raum bekommst dich selbst im Bereich Künstlerakquise oder Veranstaltungskonzepten mit Ideen und Vorstellungen einzubringen. Die Fähigkeit persönlichen Geschmack als Auswahlkriterium auszublenden solltest du dir selbst zusprechen. Schlussendlich vertrittst du dein Team als Sprachrohr in der Festivalleitung und bist beim Festival selbst für die Koordination des gesamten organisatorischen Ablaufs vom Shuttle bis zur Backstage-Versorgung sowie für den musikalischen roten Faden repräsentativ verantwortlich. Alle konkreten Aufgaben teilst du – im Sinne des Konsensprinzips – gemeinsam mit deinen Teammitgliedern auf.

B) FESTIVALBOOKING / GESTALTUNG MUSIKALISCHES PROGRAMM - Die Aufgabe der FestivalbookerInnen ist es, gemeinsam ein ausgewogenes Verhältnis aus zugkräftigen Musikacts, Entdeckerperlen und regionalem Nachwuchs zu gewährleisten, ohne dabei das Budget des gemeinnützigen Vereins allzu sehr zu strapazieren. Künstler*innen wie Bookingagenturen solltest du für das Liebhaberprojekt gewinnen können und bereit sein, ihnen ein professionelles aber familiäres Ambiente vor Ort zu bieten. In Kooperation mit dem Nachwuchs-Bookingteam aus dem Spielwiesen-Seminar aus dem Leuphana Semester konzipiert ihr -solltet ihr euch als Gesamtteam dafür entscheiden- auch die musikalischen Beiträge des lunatic EINKLANG und weiterer Sonderveranstaltungen.

C) AFTERSHOW & PARTY - Neben dem "klassischen" Festivalbooking gestaltet das Booking-Team auch das musikalische Programm der lunatic Vorveranstaltungen, welche der Mitfinanzierung und Bekanntmachung des Festivals dienen. Für 2018 ist zudem angedacht die lunatic Aftershow(s) als dezentrales Rahmenprogramm weiterzudenken und noch besser auf die Bedürfnisse der Stadt und Festivalbesucher*innen abzustimmen. Ob im bewährten Stil ausgestaltet oder neu gedacht: Die Aftershows sind ein eigenständiges Event, welches das Festivalprogramm ergänzt, aber auch für Nicht-Festivalbesucher*innen funktionieren sollte. Durch die wachsende Besucherzahl bietet die Koordination der Aftershows und Partys auch für unerfahrene Organisationstalente eine spannende Herausforderung.

Für Musikliebhaber*innen mit organisatorischen Talenten geeignet!

Passt? Dann bewirb dich bitte bis spätestens 06. August 2017 in Form des Online-Formulars auf lunatic-festival.de. Euch stehen „Aftlunauten“ und erfahrene Praktiker*innen im Rahmen des Projektes stets zur Seite.

Im Sinne des Lernprojektes, solltest du bereit sein diese Aufgabe gewissenhaft auszuführen und generell keine Hemmungen haben, bei fachlichen wie operativen Fragen aktiv um Unterstützung zu bitten. Auch solltest du dich über den Aufgabenbereich hinaus ebenfalls für die Arbeit deiner Teammitglieder interessieren. Auch die Übernahme von Aufgaben, die keinem Team direkt zugeordnet werden können oder im Team nicht zielgerecht fertiggestellt werden, gehört mitunter dazu. Das betrifft auch die Vorveranstaltungen und Sonderformate. Von Teammitgliedern wünschen wir uns, dass sie großes Interesse daran haben, das ganze Jahr über eine angenehme und produktive Arbeitsatmosphäre für alle Mitarbeiter*innen zu schaffen. Trotz notwendiger Bereichsleitungen gilt immer: lunatic ist Teamarbeit!

(3) + (4) JOBPFILE: KUNST sowie KULTUR & VERMITTLUNG

Bist du ein konzeptionell denkender Mensch, der Kunst und Kultur liebt ohne dabei auf ein Genre festgelegt zu sein? Du bist gut organisiert, arbeitest sehr genau und kannst mit Verantwortung gut umgehen? Die noch junge Kunstsparte des lunatic möchtest du weiter ausbauen und die Beschäftigung mit Vermittlungskonzepten rund um Kunst und Kultur reizt dich sehr? Neben einem namhaften Künstlerensemble sollten auch Themen wie regionale Künstlerförderung oder die Darstellung von Kunst im dafür zunächst untypischen Raum eine Herzensangelegenheit für dich sein. Formate, in denen die Grenzen zwischen Musik, Kunst und Kultur verschwimmen findest du für die Ausgestaltung eines Festivalrahmenprogramms ebenfalls spannend? Das „Mitmach-Areal“ für Vereine und Initiativen, die Spielwiese programmatisch auszugestalten, mit Unterstützung eines Projektseminars des ersten Semesters, könnte deine thematische Baustelle werden? Dann solltest du dir die Bereiche KUNST sowie KULTUR & VERMITTLUNG genauer anschauen.

(3) KUNST

A. LEITUNG KUNST – Als Leitung im Kunstbereich bist du die koordinative Schnittstelle des gesamten Bereichs. Du bist einerseits integraler Bestandteil des gleichnamigen Teams und andererseits mit der Aufgabe betraut, den gesamten Ablauf in diesem Bereich im Blick zu behalten. Das soll weder heißen, dass du Aufgaben lediglich delegierst noch dass du keinen Raum bekommst dich selbst im Bereich Künstlerakquise oder Kunstvermittlungs-Konzepten mit Ideen und Vorstellungen einzubringen. Die Fähigkeit persönlichen Geschmack als Auswahlkriterium auszublenken solltest du dir selbst zusprechen. Schlussendlich vertrittst du dein Team als Sprachrohr in der Festivalleitung und bist beim Festival selbst für die Koordination des gesamten organisatorischen Ablaufs von Materialbeschaffung bis zur Backstage-Versorgung sowie für den

künstlerischen roten Faden repräsentativ verantwortlich. Alle konkreten Aufgaben teilst du – im Sinne des Konsensprinzips – gemeinsam mit deinen Teammitgliedern auf.

B. GESTALTUNG KÜNSTLERISCHES PROGRAMM - Von der thematischen Ausgestaltung über die Künstlerakquise bis zur Betreuung und Installation auf dem Gelände: Das künstlerische Gesicht des Festivals gestaltet ihr in einem drei- bis vierköpfigen Team. Eure Herausforderung besteht vor allem darin, dem besonderen Rahmen eines Open-Airs gerecht zu werden und euch ein stimmiges Kunstvermittlungs-Konzept zu überlegen, dass sowohl den Ansprüchen der BesucherInnen als auch der KünstlerInnen gerecht wird. Ziel des Festivaljahres 2018 sollte sein, möglichst viele Allianzen mit Kunstschaaffenden und Institutionen aus Stadt und Region zu schließen und auch bestehenden Formaten eine Plattform zu geben. Die Grenzen zu den Teams „Geländegestaltung“ und „Kultur- & Partizipation“ sind in der praktischen Umsetzung fließend und werden in sogenannten teamübergreifenden Kompetenzteams abgebildet.

Geeignet für Befürworter*innen der erlebbaren Kunst!

(4) KULTUR & VERMITTLUNG

A. LEITUNG KULTUR & VERMITTLUNG – Als Leitung im Bereich Kultur & Vermittlung bist du die koordinative Schnittstelle des gesamten Bereichs. Du bist einerseits integraler Bestandteil des gleichnamigen Teams und andererseits mit der Aufgabe betraut, den gesamten Ablauf in diesem Bereich im Blick zu behalten. Das soll weder heißen, dass du Aufgaben lediglich delegierst noch, dass du keinen Raum bekommst dich selbst im Bereich Partnerakquise oder in der Kreation von Vermittlungskonzepten mit Ideen und Vorstellungen einzubringen. Die Fähigkeit persönlichen Geschmack als Auswahlkriterium auszublenden solltest du dir selbst zusprechen. Schlussendlich vertrittst du dein Team als Sprachrohr in der Festivalleitung und bist beim Festival selbst für die Koordination des gesamten organisatorischen Ablaufs, von der Zusammenführung themenverwandter Programmpunkte bis hin zur Partnerbetreuung sowie für den thematischen roten Faden repräsentativ verantwortlich. Alle konkreten Aufgaben teilst du – im Sinne des Konsensprinzips – gemeinsam mit deinen Teammitgliedern auf.

B. GESTALTUNG KULTUR- & MITMACHPROGRAMM - Für das Festivaljahr 2018 möchten wir das interaktive Rahmenprogramm fernab der Bühnen weiter ausbauen. Ziel ist es eine bis zwei Person(en) aktiv damit zu betreuen, regional wie bundesweit spannende Projekte und Initiativen zu gewinnen, die das Festival aktiv mitgestalten. Von Handwerk bis Performance ist hier alles möglich. Aus Erfahrung ist hier vor allem Koordinationssinn gefragt! Tatkräftige Unterstützung –inhaltlich wie praktisch- erhältst du vom sogenannten „Spielwiesenteam“. Hintergrund: Im Modul „Wissenschaft trägt Verantwortung“ wird es auch im kommenden Wintersemester das Spielwiesenseminar des lunatics geben, das sich bis Februar 2018 der Ausgestaltung eines Kultur- und Vermittlungsareals als Rahmenprogramm der Leuphana Konferenz für Nachhaltigkeit widmet. Hierzu zählt auch das Wiesenforum, ein umgebautes Zirkuszelt, das Programm auf dem umbauWAGEN! und Programmbeiträge von studentischen Initiativen. Durch deren vorrangige Fokussierung auf die Leuphana Konferenz, ist es uns wichtig, dass du/ihr euch in diesem Team um ein facettenreiches kulturelles Rahmenprogramm kümmert, welches das Musik- und Kunst-Programm auf der Spielwiese und auf dem gesamten Gelände ergänzt.

C.) VERMITTLUNG – lunatic ist ein Campus-Festival. Im Rahmen der Leuphana Konferenz für nachhaltiges Handeln geben wir viel Raum für Formate rund um das Themenfeld „Musikbranche, Kulturevents und deren Rolle für die Nachhaltigkeitsdebatte“. Auch im Rahmen des Einklang, einer Umsonst-und-draussen-Veranstaltung am Festivalvortrag für die BürgerInnen der Stadt, haben wir 2014 erstmalig versucht, das Thema Vermittlung in Form des Wiesenforums auch auf das eigentliche Festival zu holen. Ein besonderes Augenmerk kann darauf liegen, welche gesellschaftlich politischen Themen sich durch festivalaffine Kultur- & Medienformate wirkungsvoll darbieten lassen. Wenn Gamification und Interaktion keine Fremdwörter für dich sind oder du mindestens Bock hast, dich in die Materie reinzufuchsen – dann freuen wir uns, unter deiner Federführung das Thema Vermittlung beim kommenden Einklang und rund um das Festival zu stärken. Das Konzept ist, was du daraus machst.

Für konzeptionelle Freigeister!

Passt? Dann bewirb dich bitte bis spätestens 06. August 2018 in Form des Online-Formulars auf lunatic-festival.de. Euch stehen „Altlunauten“ und erfahrene Praktiker*innen stets im Rahmen des Projektes zur Seite.

Im Sinne des Lernprojektes, solltest du bereit sein diese Aufgabe gewissenhaft auszuführen und generell keine Hemmungen haben, bei fachlichen wie operativen Fragen aktiv um Unterstützung zu bitten. Auch solltest du dich über den Aufgabenbereich hinaus ebenfalls für die Arbeit deiner Teammitglieder interessieren. Auch die Übernahme von Aufgaben, die keinem Team direkt zugeordnet werden können oder im Team nicht zielgerecht fertig gestellt werden gehört mitunter dazu. Das betrifft auch die Vorveranstaltungen und Sonderformate. Von Teammitgliedern wünschen wir uns, dass sie großes Interesse daran haben, das ganze Jahr über eine angenehme und produktive Arbeitsatmosphäre für alle Mitarbeiter*innen zu schaffen. Trotz notwendiger Bereichsleitungen gilt immer: lunatic ist Teamarbeit!

(5) JOBPROFIL: PRESSE- & ÖFFENTLICHKEITSARBEIT

Bist du ein konzeptionell denkender Mensch, der gute Ideen noch besser verpacken kann? Du hast bereits Erfahrung in der Presse- und/oder Öffentlichkeitsarbeit, ein Praktikum in der Werbung, in einem Verlag oder bei einem Medium absolviert? Du findest, lunatic könnte sich hier und da viel kreativer, klarer oder medienwirksamer präsentieren und du hast Lust dich mit deinem Team um einen ganzheitlichen Außenauftritt zu bemühen? Du bist gut organisiert, arbeitest sehr genau und kannst mit Verantwortung gut umgehen? Für dich sind Aspekte wie Lernprojekt, nachhaltige Ansätze und die Integration in ein Seminarkonzept nicht nur lästige Begleiterscheinungen, sondern vielmehr integraler Bestandteil der „Festivalmarke“ lunatic? Du bist gut darin mit kreativen Köpfen, die texten, filmen oder konzipieren, gemeinsame Vermarktungsideen zu schmieden, um eine authentische Kommunikationsstrategie zu entwickeln? Dann könnte das übergeordnete Themenfeld Presse- und Öffentlichkeitsarbeit für dich interessant sein. Alle folgenden Kompetenzbereiche sind der gleichnamigen Leitung administrativ unterstellt.

Hinweis: Vielleicht sind auch Teilbereiche des Teams (6) MARKETING, SPONSORING & GASTROMANGEMENT für dich interessant. So oder so wirst du mit dem jeweils anderen Team sicherlich viele Berührungspunkte haben. Check ruhig auch mal das zugehörige Teamprofil.

Hinweis: An dieser Stelle möchten wir noch mal besonders betonen, dass lunatic auch eine gute Gelegenheit sein kann um in einem dieser Kompetenzbereiche die ersten Erfahrungen zu machen. Vorerfahrung ist kein generelles Kriterium, sondern wiegt nur in dem Sinne, dass innerhalb des PR-Teams insgesamt eine ausgewogene Mischung geben soll.

(5) PRESSEARBEIT- & DOKUMENTATION

A.) LEITUNG TEXT & PRESSEARBEIT – die externe und interne Berichterstattung ist die Kernaufgabe der PR-Leitung. Als Leitung des Bereichs Presse- & Öffentlichkeitsarbeit bist du die koordinative Schnittstelle aller Pressearbeits-Aktivitäten und die Repräsentanz des aktuellen Festivaljahrgangs gegenüber den Medien. Du verantwortest den Aufgabenbereich Presstext und -akquise und versuchst, im Laufe des Jahres Medien und Pressevertreter*innen von der Attraktivität des Festivalprogramms für das öffentliche Interesse zu überzeugen und Berichterstattungen zu generieren. Neben der klassischen Akquise, die Kontinuität, Zeitmanagement und Sorgfalt erfordert, besteht die Kunst der Pressearbeit darin, Storys zu kreieren und den Medien anzubieten. Von Künstler*innen-Interviews bis Themenspecials und exklusiven Verlosungen, die an humorvolle Aktionen gekoppelt sind, ist hier vieles möglich.

Schlussendlich vertrittst du dein Team als Sprachrohr in der Festivalleitung und bist beim Event selbst für die Koordination vom Pressegespräch bis zur Akkreditierung zuständig. Alle konkreten Aufgaben teilst du – im Sinne des Konsensprinzips – gemeinsam mit deinen Teammitgliedern auf und müssen auch nicht statisch in die folgend aufgeführten Kompetenzbereiche aufgetrennt bleiben.

B.) Social Media & Web - Die Pflege der Newsbereiche unserer eigenen (Web-)Kanäle und der sozialen Plattformen ist eine kontinuierliche Aufgabe im Rahmen der internen Pressearbeit. Wenn du dich berufen fühlst, die lunatic-Themen hashtag-tauglich in Bild und Text aufzubereiten und die eigene Website redaktionell zu betreuen, ist das der richtige Posten für dich. Als „Webmaster“ des lunatics verantwortest du redaktionell die Homepage des lunatic Festivals. Du solltest dich optimaler Weise in Wordpress wie in HTML bestens auskennen (ist aber kein Muss, sonst besorgen wir hier Unterstützung für dich!). Dazu gehört auch an die Grafik fachkundig Anforderungen für Header oder Banner weitergeben zu können (also eine Idee davon formulieren zu können, was du gestalterisch gerne hättest). Darüber hinaus stehen dir alle Möglichkeiten offen, dich in den sogenannten Kompetenzteams auszutoben, brauchbare Apps zu entwickeln oder digitale Tools rund um das Festival zu generieren - erwartet aber keine/r per se.

Hinweis: Solltest du dich nur teilweise angesprochen fühlen, bewirb dich gerne trotzdem und wir sprechen darüber im Kennenlerngespräch noch mal. Also bitte nicht abschrecken lassen!

C.) DOKUMENTATION & BILD - Als Bildkoordinator*in und Verantwortliche*r für die Dokumentation bringst du bestenfalls selbst Foto- und/oder Filmaffinität mit oder bist sehr an Festivaldokumentation und Fotografie interessiert. Du solltest ein Gespür dafür entwickeln, welche Events und Bereiche der lunatic-Arbeit dokumentiert oder zum Beispiel durch Videoflyer etc. beworben werden sollen und vor allem: in welcher Form. Zum Festival hin koordinierst und akquirierst du das Foto- und Videoteam und die filmischen Kooperationspartner für das lunatic Festival 2018 und erstellst die Anforderungen an den „Aftermovie“.

Interessant für technikaffine Virtuosen mit Sinn für Ästhetik und Geschichten!

D. GRAFIK - Als Grafiker*in des lunatic bist du die Schnittstelle zwischen den externen Grafikmentor*innen und allen Aufgabenbereichen, die viel mit grafischen Produkten zu tun haben. InDesign und DPI sollten für dich keine fremden Begriffe sein. Was ein grafisch stringentes Konzept ist, lernst du von deinen Mentor*innen. Die Ausgestaltung vom Flyer bis zum Festivalprogrammheft anhand zu entwerfender KeyVisuals obliegt dir, ebenso die Gestaltung aller Sonderwerbematerialien für virale Werbeaktionen. Vor allem aber übersetzt du die Wünsche aus den Sponsoring & Marketing- sowie dem PR-Bereich in konkrete Grafikanforderungen und findest die bestmögliche Balance zwischen Ästhetik und Zweckmäßigkeit. Aufgrund des zeitlichen Aufwands hat sich in den letzten

Jahren ein Grafik-Duo bewährt - nicht selten jeweils mit Fokus auf technische bzw. gestalterische Erfahrung. Ideen sind uns im Zweifel wichtiger als Praxiserfahrung.

Hinweis: Auch Personen, die gestalterisch versiert sind, aber wenig digitale Grafikerfahrung haben können sich gerne bewerben. Nicht selten hatten wir in den letzten Jahren ein Duo aus einer Person, die mit Grafiksoftware/Design vertraut war und eine Person die eher Entwurf und Gestaltung gemacht hat. Im Kennenlerngespräch würden wir das einfach noch mal entspannt mit dir und potentiellen anderen Bewerber*innen in diesem Bereich besprechen - also wie ihr euch da selbst einschätzen würdet.

Gedacht für Grafiker*innen im Ausbildungsstadium und kreative Köpfe mit gestalterischer Erfahrung!

Wie ihr euch als Gesamtteam die Teilbereiche Text, Akquise und Dokumentation am Ende aufteilt, bleibt final dem Team überlassen. Bei den Bewerbungen werden wir jedoch darauf achten, dass insgesamt alle Interessen und Qualifikationen im Team vorhanden sind – da alles Hand in Hand gehen muss. Deswegen schreib uns doch bitte 1-2 Sätze dazu, welcher Teilbereich von PRESSEARBEIT & DOKUMENTATION dich am meisten interessiert.

(6) MARKETING, SPONSORING & GASTROMANAGEMENT

Du bist ein strategisch denkender Mensch der Ideen und Projekte begeistert verkaufen kann? Du bist organisiert, arbeitest sehr genau und kannst mit Verantwortung gut umgehen? Notwendiges Material durch kreative Kooperationsangebote zu besorgen oder Fördertöpfe zu akquirieren fordert dich und deine Kompetenzen nur heraus? Auf jeden Fall bist du interessiert daran zu lernen, wie man Mittel und Material kreativ gewinnen kann, um erfolgreich ein Projekt zu finanzieren?

In deiner Brust schlagen zwei Herzen: Du bist gut mit Zahlen und willst ein solides Sponsoren-Netzwerk gewährleisten - gleichzeitig bist du auch sehr einfallreich was die Ausgestaltung und Darstellung von Kooperationsmöglichkeiten angeht? Welche Partner*innen am Ende in Frage kommen ist für dich vor allem auch eine ethische Frage? Schön, dies ist uns auch sehr wichtig! Denn: Bei erfolgreicher Bewerbung wirst du Teil eines sehr vielschichtigen Teams aus Akquisitor*innen für Finanzmittel, Konzeptentwickler*innen von Werbeaktionen und den Berater*innen für den Bereich Gastromanagement. In jedem Fall hat dieses Kompetenzteam ein waches Auge darauf, dass eine für Festival und BesucherInnen sinnvolle Auswahl an PartnerInnen und Sponsoren getroffen wird und dass strategische Partnerschaften über das Festivaljahr hinaus getroffen und gepflegt werden. Dir sollte auch am Herzen liegen, dass lunatic sich stets so vermarktet, dass die Einhaltung des nachhaltigen Leitbildes und ein authentischer Außenauftritt gewährleistet sind.

Für welche thematischen Schwerpunkte du dich entscheiden kannst, erläutern dir die folgenden Beschreibungen.

A.)LEITUNG MARKETING, SPONSORING & PROMOTION – Als Ansprechpartner*in dieses Großbereichs bist du die koordinative Schnittstelle von drei sich teilweise überschneidenden, teilweise parallel voneinander arbeitenden Gruppen. Du bist einerseits integraler Bestandteil des inhaltlichen Kompetenzbereichs Marketing & Sponsoring und andererseits mit der Aufgabe betraut, den gesamten Ablauf in diesem Bereich im Blick zu behalten. Das soll weder heißen, dass du Aufgaben lediglich delegierst noch dass du keinen Raum bekommst dich selbst im Bereich Kampagnenkonzeption mit Ideen und Vorstellungen einzubringen. Schlussendlich vertrittst du dein Team als Sprachrohr in der

Festivalleitung und bist beim Festival selbst für die Betreuung von Partner*innen verantwortlich. Alle konkreten Aufgaben teilst du – im Sinne des Konsensprinzips – gemeinsam auf mit deinen Teammitgliedern auf.

B.) MARKETING & SPONSORING - der werbliche Außenauftritt des Festivals ist die Aufgabe dieser dreiköpfigen Mini-Agentur, die aus euch und der LEITUNG MARKETING, SPONSORING & GASTROMANAGEMENT besteht. Hierzu zählen Aufgabenpakete wie „Werbemittellogistik“, „Promotionplanung“, die „Merchbestellung und –vermarktung“ aber auch die Konzeption und Betreuung sämtlicher werblicher Kooperationen oder die Gewinnung von Sachspenden oder Fördertöpfen. Hier sind deiner Kreativität keine Grenzen gesetzt. Der Übergang zur Pressearbeit oder dem Teilbereich Gastromanagement ist mitunter fließend, auch in diese Bereiche bekommst du so einen ersten Einblick. Was für das Pressteam eine Titelstory in der Intro ist, ist für dich die kostenlose Plakatkampagne auf allen Litfaßsäulen von Hamburg und Umgebung oder ein passender Anzeigenkunde für das Programmheft. Deine Arbeit ist immer mit dem Stolperstein versehen, möglichst nachhaltige und kostengünstige bzw. neutrale Maßnahmen zu wählen. Das Spannende: die Lösungen die ihr kreiert, sind exemplarisch für alternative Marketinglösungen und auch für deine zukünftigen Projekte Gold wert. Ein weiteres Plus: Gute Ideen kommen ja bekanntlich nicht auf Knopfdruck. Ihr könnt und sollt das restliche lunatic-Team gerne in eure Ideenentwicklung einbinden - nicht unwahrscheinlich, dass ihr punktuell mit vielen verschiedenen Kleinteams für einzelne Maßnahmen zusammenarbeitet.

Geeignet für Um-die-Ecke-denkende Konzepter*innen!

C.) + D) GASTROMANAGEMENT FOOD oder **GETRÄNKE** - Als Gastromanager*in agierst du eigentlich genau zwischen dem Marketing & Sponsoring und dem Produktionsbereich und entscheidest dich entweder für den Bereich FOOD oder GETRÄNKE. Gemeinsam mit der jeweils anderen Person seid ihr die ersten Ansprechpartner*innen für alle potentiellen Getränke- und Gastropartner, insbesondere Foodstände. Dabei sollte dir eine inhaltlich und ästhetisch anspruchsvolle Partnerwahl am Herzen liegen.

Nach einer intensiven Kommunikations- und Akquisephase die das Aushandeln und Abschließen von Sponsoringpaketen, Standgebühren und Materialsponsoring (zum Beispiel für Catering) umfasst, hast du in der zweiten Phase einen heißen Draht zur Produktionsleitung und dem Geländegestaltungsteam. Denn: Kreatives Austoben in Sachen Bar- und Budengestaltung oder -arrangement ist ebenfalls gern gesehen.

Am Festivalwochenende selbst koordiniert ihr die eigenen wie fremden Gastrostände, entweder mit Schwerpunkt Getränkelogistik oder Essensversorgung. Aus Erfahrung ist dieser Bereich mit zwei Personen gut betreut. Bei der Bewerbung kannst du dich also entweder mit Schwerpunkt FOOD oder Schwerpunkt GETRÄNKE bewerben.

Ihr sollt und dürft euch auch als erweiterter Arm des Teilbereich Marketing & Sponsoring verstehen und eurer Kreativität auch da GERNE einbringen. Gerade in den ersten Monaten des Jahres überlegt ihr euch ohnehin eine gemeinsame Strategie zur Partnerakquise.

Passt? Dann bewirb dich bitte bis spätestens 06. August in Form des Online-Formulars auf lunatic-festival.de. Euch stehen „Altlnauten“ und erfahrene Praktiker*innen im Rahmen des Projektes stets zur Seite.

Im Sinne des Lernprojektes, solltest du bereit sein diese Aufgabe gewissenhaft auszuführen und generell keine Hemmungen haben, bei fachlichen wie operativen Fragen aktiv um Unterstützung zu bitten. Auch solltest du dich über den Aufgabenbereich hinaus ebenfalls für die Arbeit deiner Teammitglieder interessieren. Auch die Übernahme von Aufgaben, die keinem Team direkt

zugeordnet werden können oder im Team nicht zielgerecht fertig gestellt werden, gehört mitunter dazu. Das betrifft auch die Vorveranstaltungen und Sonderformate. Von Teammitgliedern wünschen wir uns, dass sie großes Interesse daran haben, das ganze Jahr über eine angenehme und produktive Arbeitsatmosphäre für alle MitarbeiterInnen zu schaffen. Trotz notwendiger Bereichsleitungen gilt immer: lunatic ist Teamarbeit!

Bleibt nur noch zu sagen: Wir freuen uns auf deine Bewerbung!

**Beste Grüße,
das aktuelle lunatic-Team**