

Heute in der Zeitung

Politik
Zur falschen Zeit am richtigen Ort

Johannes Schmalz akzeptiert „schweren Herzens“, dass er als Regierungspräsident gehen muss. SEITE 6

Schreckensszenarien zum Brexit

Brüssel stellt sich auf ein mögliches Nein zur weiteren EU-Mitgliedschaft von Großbritannien ein. SEITE 7



Aus aller Welt
Was die Paartherapie rät

Was kann man tun im Rosenkrieg der Unions-Chefs Merkel und Seehofer? Eine Paartherapeutin weiß Rat. SEITE 9

Wirtschaft
Gegenwind für Sparpläne der Bahn

Der europäische Bahn-Betriebsrat Hensel kündigt Protest gegen die Sparpläne von Konzernchef Grube an. SEITE 13

Entdecken
Wohnen im Weltraum

Die Astronauten der Internationalen Raumstation ISS testen derzeit aufblasbare Wohnmodule. SEITE 18

Stuttgart & Baden-Württemberg
Bürgermeister für Kinder und Schüler?

OB Kuhn ändert die Zuständigkeiten auf der Leitungsebene. Die CDU will weiter drei Beigeordnete stellen. SEITE 19

Kretschmann und Strobl nehmen Anteil

Ministerpräsident und Innenminister versprechen den vom Unwetter betroffenen Menschen Unterstützung. SEITE 23

Reportage
Alte Riesen

Sie stammen aus einem Land vor unserer Zeit. Mitten in Stuttgart stehen viele Mammutbäume. SEITE 28

Kultur
Das Ende einer TV-Karriere

In „Der Moment der Wahrheit“ spielt Cate Blanchett eine kritische Journalistin, die einen fatalen Fehler begeht. SEITE 31



Sport
Die Top 11 der EM-Ausfälle

Sie sind verletzt oder wurden verschmäht: Stars wie Andrea Pirlo fehlen bei der Fußball-EM. SEITE 36

Kommentare
Industrie

Es ist nicht Politikaufgabe, Kuka vor dem Zugriff der Chinesen zu beschützen, meint Michael Heller. SEITE 11

Aufzüge Die Reparaturen in den S-Bahn-Stationen dauern zu lange, meint Wolfgang Schulz-Braunschmidt. SEITE 20

Rubriken

Impressum 12 Was Wann Wo 26
Familienanzeigen 17 Fernsehprogramm 32
Notfallnummern 22, 23

Die StZ auf dem iPad



iPad-App
Neu, früher, digital

Die Stuttgarter Zeitung an jedem Ort zu jeder Zeit lesen? Hier erfahren Sie mehr: <http://www.stuttgarter-zeitung.de/plus>

stuttgarter-zeitung.de

Gotthard-Tunnel
Der längste Bahntunnel der Welt

Der Gotthard-Tunnel wurde am Mittwoch feierlich eröffnet. Wir haben alle Neuigkeiten, Bilder und Videos. www.stuttgarter-zeitung.de



Mode aus Stuttgart
Gegen das Wegwerfen

Elena Braun bietet mit ihrem Laden Goldknopf in Stuttgart-Mitte der Wegwerfgesellschaft die Stirn. www.stuttgarter-zeitung.de

Ihr Kontakt zur Stuttgarter Zeitung

Telefon
Zentrale und Redaktion 0711/72 05-0
Anzeigen 07 11/72 05-21
Leserservice 0711/72 05-61 61
Probe-Abonnement 080 00 14 14 14
Online
www.stuttgarter-zeitung.de
www.stuttgarter-zeitung.de/digital
www.stuttgarter-zeitung.de/anzeigenbuchen

Fax
Redaktion 07 11/72 05-12 34
Anzeigen 018 03/08 08 08
Leserservice 07 11/72 05-61 62
*0 18 03: 0,09 Euro/Min.
Preise aus dem dt. Festnetz.
Mobilfunkhöchstpreis 0,42 Euro/Min.
E-Mail
Redaktion: redaktion@stz.zgs.de
Anzeigen: anzeigen@stz.zgs.de
Leserservice: service@stz.zgs.de

Redaktion Stuttgarter Zeitung, Postfach 10 60 32, 70049 Stuttgart
Leserservice Stuttgarter Zeitung Verlagsgesellschaft mbH, Postfach 10 43 54, 70038 Stuttgart
Anzeigen Stuttgarter Zeitung Werbevermarktung GmbH, Postfach 10 44 26, 70039 Stuttgart
Chiffre Stuttgarter Zeitung Werbevermarktung GmbH, Postfach 10 44 27, 70039 Stuttgart

Fetter Sound und fettes Geschäft

Tagesthema

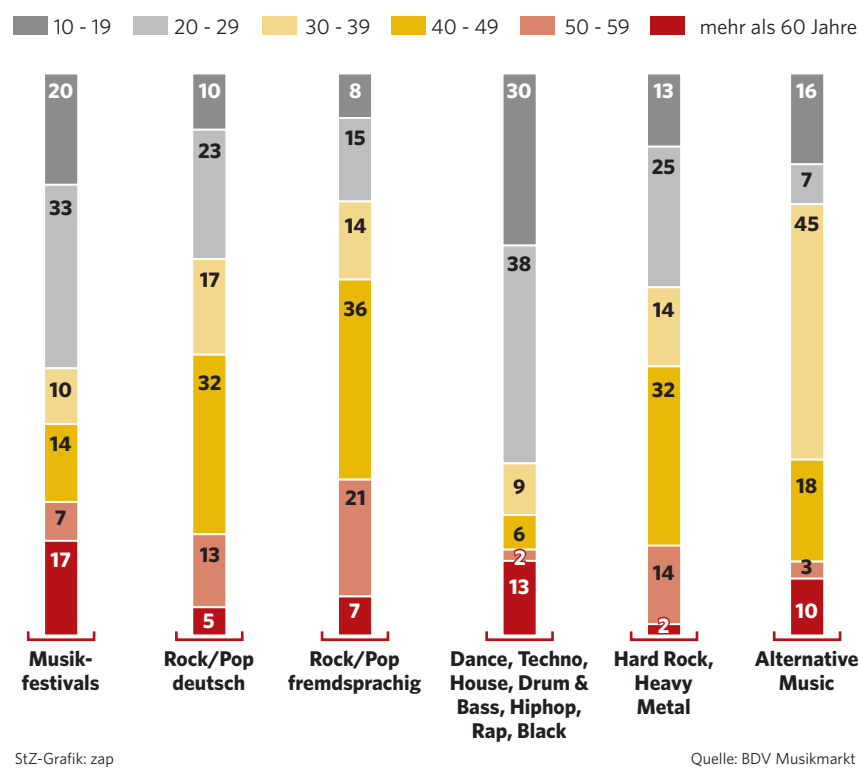
Musik Für Festivalfans hat die schönste Zeit des Jahres begonnen. Publikumsrenner wie Rock am Ring und das weltgrößte Heavy-Metal-Treffen Wacken sind regelmäßig ausverkauft und lukrative Marken für die Veranstalter geworden. Von Thomas Wüpper



Am Freitag beginnt wieder das Riesenfestival Rock am Ring. Foto: dpa

BEI TECHNOFESTIVALS SIND DIE BESUCHER AM JÜNGSTEN

Altersstruktur bei Musikfestivals nach Musikrichtung, Altersgruppen in Prozent



STZ-Grafik: zap Quelle: BDV Musikmarkt

MILLIARDENUMSÄTZE MIT ROCK- UND POPKONZERTEN

Umsatz Für Pop- und Rockkonzerte sowie Festivals wurden im Jahr 2014 in Deutschland rund 1,6 Milliarden Euro ausgegeben – deutlich mehr als für Musik-CDs und andere Tonträger. Laut der Branchenstudie „Musikwirtschaft in Deutschland“ gibt es mehr als 1300 Veranstalter, aber nur drei Dutzend machen mehr als 10 Millionen Euro Umsatz im Jahr. Knapp drei Viertel der Einnahmen stammen aus dem Ticketverkauf.

Tickets Zwei Drittel der Tickets für Rockfestivals wurden im Jahr 2013 über das Internet gekauft, mittlerweile dürften es noch mehr sein. Der Durchschnittspreis lag bei knapp 66 Euro inklusive Cam-

ping. Dance- und Techno-Festivals waren mit knapp 45 Euro deutlich günstiger, Hip-Hop- und Reggae-Festivals mit 36 Euro ebenso. Im Vergleich zu Einzelkonzerten internationaler Rockstars, die laut Statistik 48 Euro kosteten, sind Festivals aber trotz kräftig anziehender Preise noch ein recht preiswertes Vergnügen. wüpp

tiert im preisgekrönten Film „Full Metal Village“, hat echten Kultstatus und riesige Dimensionen erreicht: 220 Hektar Fläche, gesichert mit 40 Kilometer Bauzaun, acht Bühnen und 158 Bands im vorigen Jahr.

„Wacken hat geschafft, was wenige Festivals so erfolgreich gelingt: selbst zur Marke zu werden“, sagt Michow. Die Marke ist das Erfolgsrezept. Wenn ein Festivalname etabliert ist, lässt sich mit Merchandising, Sponsoren und Partnern richtig Geld machen. Es gibt Wacken-T-Shirts, Wacken-Bier, Wacken-DVDs, zusätzliche Wacken-Festivals und sogar Wacken-Kreuzfahrten oder Wacken-Skireisen.

Nicht jeder mag diese Kommerzialisierung, doch so läuft das Geschäft. Und die Konkurrenz schläft nicht. Immer neue Festivals schießen aus dem Boden, viele sind vom Start weg hoch professionell gemacht, ganz anders als einst das legendäre, aber desaströs organisierte Woodstock-Festival.

„Die Zeiten, wo ein paar Laien ohne Geld und Ahnung auf einer Wiese einfach mal eine Bühne aufstellten und ein paar Bands spielen ließen, sind vorbei“, sagt Michow. Ohne Vorauszahlung nahezu des vollen Honorars ist kaum noch ein zugkräftiger Künstler zu gewinnen. Große Stars gebe es außerdem oft nur noch im Paket mit unbekannteren Bands, die deren Agentur ebenfalls bekannt machen will. „Da haben die Veranstalter kaum eine Wahl, Künstler und Agenturen sitzen am längeren Hebel.“

Die großen Zugnummern wie in diesem Sommer Whitesnake (beim Wacken), die Red Hot Chili Peppers (Rock am Ring), Die Fantastischen Vier (Chiemsee-Summer) oder Kings of Leon (Lollapalooza Berlin) nimmt natürlich jedes Festival mit Kusshand. „Ein Top-Headliner ist das A und O“, sagt Michow. Wenn dann auch noch die restliche Mischung im Programm stimmt, sinkt das Flop-Risiko enorm. Denn wenn der Vorverkauf gut gelaufen ist, kann auch schlechtes Wetter die Kalkulation kaum noch umwerfen.

Der schnelle Euro ist mit Festivals dennoch meist nicht zu machen. „Eine gute Marke aufzubauen, braucht Zeit und Durchhaltevermögen“, sagt Michow. Dann aber winken sehr lukrative Geschäfte. Ein Beispiel: Marek Lieberberg, seit 1970 aktiv. Mit Rock am Ring schaffte es der schillernde Impresario auch nach dem erzwungenen Umzug vom Nürburgring auf den Flugplatz Mendig bei Koblenz voriges Jahr auf Anhieb, mit mehr als 90 000 Besuchern einen neuen Rekord zu landen. Von Freitag an findet Rock am Ring zum zweiten Mal in Mendig statt. Trotz Ticketpreisen von 170 Euro ist das Festival schon seit Februar ausverkauft. Nur für das zeitgleiche Zwillingsevent Rock im Park in Nürnberg gibt es noch ein paar Tausend Karten.



„Die Zeiten, wo Laien auf einer Wiese ein paar Bands spielen ließen, sind vorbei“

Jens Michow, Präsident Bundesverband der Veranstaltungswirtschaft

Das Zelt steht schon

Trend Immer mehr Festivals werben mit Luxusangeboten und ruhigen Zonen um Familien, ältere und anspruchsvollere Besucher. Von Jan Georg Plavec

Hetzer, der beim Veranstalter FKP Scorpio Leiter des Southside Festivals in Neuhausen ob Eck ist.

Kaum ein professionell organisiertes Festival kommt mehr ohne solche Angebote aus. Von Komfortcamping mit zusätzlichen Sanitäranlagen und drahtlosem Internet über Holzhütten mit Matratze und Stromanschluss bis zur Hotelübernachtung samt Shuttleservice ist vieles möglich. Flächendeckend etabliert ist der Leipziger Anbieter mit dem selbsterklärenden Namen „Mein Zelt steht schon“. Ganz vorn dabei ist das Berliner Secrets-Festival, wo eine Übernachtung im Tipi oder einer Glaskugel mit „frisch bezogenem und duftendem Bett“ (so die Website) 500 bis 1000 Euro kostet. Diese und ähnliche Angebote sind trotz saftigen Preise in aller Regel ausgebucht.

Das nahe Dessau stattfindende Elektro- und Indiefestival Melt ist diesbezüglich einer der Vorreiter in Deutschland – ursprünglich vor allem auf Nach-

frage internationaler Besucher aus den Niederlanden oder England. „Dort und auch in den USA werden solche Angebote schon viel länger und größer gedacht“, berichtet Christine Goebel vom Besucherservice. Das Melt baut diesen Bereich Jahr für Jahr aus, denn „die Ansprüche der Besucher steigen“.

Zwar übernachtet das Gros der Besucher weiterhin auf dem normalen Zeltplatz und futtert Ravioli. Das Southside hat deshalb Fläche und Infrastruktur vergrößert – keiner muss ungeduscht vor die Bühne. Trotz Aufpreises verdiente man an Komfortcamping, separatem Einlass mit kürzerer Wartezeit oder Shuttlebussen wegen hoher Kosten nur wenig, berichtet der Festivalleiter Hetzer. Doch solche Angebote sprechen breitere Zielgruppen an und binden Besucher auch über das erste Rückenleiden hinaus. Nicht zuletzt deshalb hat das Southside-Festival heute 20 000 Besucher mehr als vor zehn Jahren. Wachstum ist wichtig: Beim Ticketpreis, der Haupteinnahmequelle, könne man „die Preisschraube nicht endlos nachziehen“, sagt Hetzer.

Zumindest das Burg-Herzberg-Festival begeben sich nicht auf die Luxuschiene, versichert Gunther Lorz. „Das Festival ist mitten in der Natur, wir müssen jeden Tropfen Wasser her- und wieder wegbringen.“ Luxuscamping werde es auch künftig nicht geben, duschen könne man wie bisher schon im nahen Freibad. Den Kindern wird's ohnehin egal sein.

Die Nachfrage kam ursprünglich aus dem Ausland.

Das erste Burg-Herzberg-Festival 1968 hätte er nicht für einen Familienausflug empfohlen, sagt der Geschäftsführer des Festivals, Gunther Lorz. Als sich ein Jahr vor Woodstock die Hippies auf der nordhessischen Burg Herzberg einfanden, seien auch harte Drogen konsumiert worden. Das sehe man auf den Bildern von damals – und außerdem ein völlig verdrecktes Festivalgelände. „Die Hippies hatten damals kein Umweltbewusstsein“, sagt Lorz. Auf aktuellen Fotos sieht man viele Kinder. Unter 14-Jährige haben freien Eintritt, es gibt Kinderbetreuung sowie einen Bereich, in dem die Musik nicht so laut ist. „Das haben wir nicht bewusst angestrebt. Aber wir haben festgestellt, dass Besucher ihre Kinder mitbringen – und dass wir es toll finden“, sagt Lorz. Familien als Festivalbesucher.

Rockfestivals gelten vor allem unter Menschen, die noch nie dort waren, als schmutzig, laut und exzessiv. Tatsächlich ist es nicht lange her, dass es viel zu wenige Duschen und Klos gab. Zelten ist nicht jedermanns Sache und, ja, auf Campingplätzen wird Alkohol getrunken. Die Veranstalter haben darauf reagiert. Sie versuchen mit Familienbereichen, komfortablen Übernachtungsmöglichkeiten oder kreativer Gastronomie „ein neues Publikum anzusprechen, das sonst vielleicht nicht oder nicht mehr gekommen wäre“, sagt Benjamin