

Kommunikation ist das A und O bei Produktionen

Wie kommen die Informationen vom Planenden zum Ausführenden? Welche Informationen werden vor, während und nach einer Veranstaltung benötigt? Dieser Artikel widmet sich dem Thema Briefing und zeigt auf, wie wichtig die Kommunikation mit allen Beteiligten einer Produktion ist.

Text: Tilmann Albrecht;
Foto: Walenseebühne, Andy Mettler

Einweisung, Unterweisung, in Kenntnis setzen, Informieren, Einsatzbesprechung, Instruktion, Briefing: Es gibt viele unterschiedliche Begriffe für das Weitergeben von Informationen. Sucht man im Netz nach Briefings im Eventbereich findet man seitensweise Informationen zu Agenturbriefings, jedoch nahezu nichts zu Briefings für Veranstaltungstechniker. Woran liegt das? Briefen wir nicht im Eventbereich oder ist dieses Thema nicht von Relevanz? Aus meinem beruflichen Alltag als Freelancer «on the Road» erlebe ich die Spanne von nahezu keinem Informationsfluss bis zum perfekten Briefing. Meistens gibt es diesbezüglich aber noch sehr viel Luft nach oben.

Welche Rolle spielt das Briefing in unserer Branche und welche Arten von Briefings gibt es? Für ein Projekt wird oft ein neues Team zusammengewürfelt. Ähnlich wie in einem Unternehmen gibt es je nach Grösse einen «Boss» – den Projektleiter, technischen Leiter, Gewerkeleiter oder Bereichsleiter – sowie Ausführende wie Techniker oder Helfer (freischaffend, festangestellt oder selbstständig). Hinzu kommen Subunternehmer.

Events sind immer zeitkritisch, was bedeutet, dass zu einem bestimmten Zeitpunkt alles eingerichtet sein muss. Für Briefings bleibt oft nicht viel Zeit. Wichtig also, dass alle Informationen kurz und knapp zum richtigen Zeitpunkt zu allen Akteuren gelangen. Doch zu welchem Zeitpunkt braucht es welche Informationen? Im Groben kann zwischen schriftlichem Briefing im Vorfeld, mündlichem Briefing vor Ort und dem Debriefing unterschieden werden.

Schriftliches Briefing

Das schriftliche Briefing wird meist per E-Mail versendet und enthält Eckdaten wie Ort, Arbeitsbeginn und -ende, Ansprechpartner vor Ort, Personal-, Hotel- und Telefonlisten, Tätigkeit sowie Anreise und Parkmöglichkeiten. Ebenso werden in



Das Briefing aller an einer Produktion Beteiligten sorgt für mehr Sicherheit und Effizienz.

der Regel Materiallisten und Pläne sowie Informationen zur Arbeitssicherheit, der Kleidung, der Verpflegung und zu Fahrzeugen kommuniziert. Auch die Art und das Ziel der Veranstaltung ist von Bedeutung, damit sich die Beteiligten darauf einstellen können und wissen, was von ihnen erwartet wird.

Teilweise gibt es vom Veranstaltungsort keine exakte Adresse (Zelt auf der grünen Wiese) oder der Treffpunkt liegt beim Nachbargebäude. Hier ist eine genaue Beschreibung wichtig, damit alle rechtzeitig am Einsatzort erscheinen. Auch ob die Veranstaltung im Innen- oder Aussenbereich stattfindet ist relevant, um mit korrekter Arbeitskleidung zu erscheinen. Zum Teil gibt es auch veranstaltungsspezifische Kleidervorschriften, die im Voraus kommuniziert werden sollten. Fähigkeiten und Nachweise wie Systemkenntnisse, Führerausweis, IPAF-Schein, Höhenarbeiter-Level etc. sollten ebenfalls bereits abgefragt sein. Der richtige Zeitpunkt für ein Briefing hängt vom Umfang

des Projekts ab. So können auch erste Informationen Monate zuvor sinnvoll sein. Der späteste Zeitpunkt ist jedoch ein bis zwei Wochen vor Einsatzbeginn, damit ausreichend Zeit zum Lesen und für Rückfragen vorhanden ist. Das schriftliche Briefing sollte nicht überfrachtet sein, da die Beteiligten zwischenzeitlich meist noch auf anderen Events tätig sind und ihre Aufnahmekapazität und Lesezeit oft beschränkt sind.

Briefing vor Ort

Dieses Briefing durchzuführen, ist oft herausfordernd. Vor Ort drängt meist die Zeit, ausserdem fangen nicht alle Bereiche gleichzeitig an zu arbeiten. Während die Crew eintrifft, sind die Rigger womöglich bereits im Dach und die Stagehands laden die Trucks aus.

Das Briefing vor Ort ist mit das wichtigste. Es sollten daher möglichst alle daran teilnehmen. Als Ort für das Briefing empfiehlt sich ein ruhiger, witterungsgeschützter Platz. Allfällige Sprachbarrie-

ren sollten vorgängig geklärt werden, gegebenenfalls ist die Sprache anzupassen, ebenso die Lautstärke. Ist das Gesagte akustisch zu verstehen? Sind alle fit? Gibt es Gründe, weswegen jemand seinen Einsatz nicht antreten kann? Gewerke/Abteilungsleiter, die einzelnen Teammitglieder sowie allenfalls auch der Kunde werden vorgestellt. Auch die örtlichen Gegebenheiten und Regeln sollten genannt werden: Wo sind die WCs, Raucherbereiche, Bereiche, die genutzt oder nicht genutzt werden dürfen etc.

Auch die Regeln der Arbeitssicherheit müssen erläutert werden. Hierzu eignen sich Plakate, ähnlich wie sie auf Baustellen bekannt sind, um das Team entsprechend zu sensibilisieren und die Regeln visuell darzustellen. Die generellen Arbeitssicherheitsregeln wurden bereits beim schriftlichen Briefing versandt. Hier geht es darum, die Durchsetzung zu unterstreichen und an die wichtigsten Regeln zu erinnern. Die entsprechend zu tragende PSA wird kontrolliert (z. B. Helm und Sicherheitsschuhe) oder mündlich abgefragt (Ausrüstung Rigger).

Des Weiteren ist die Crew aufzufordern, sich mit den Positionen von Löschmitteln, Fluchtwegen und Erste-Hilfe-Material vertraut zu machen. Bewährt haben sich sogenannte Notfall-Cases, die mit Feuerlöschern, Löschdecke, Megafon und Erste-Hilfe-Material ausgestattet sind. Es sollte bereits im Vorfeld abgeklärt werden, wer eine Ersthelfer- und gegebenenfalls eine Rettungsrigger-Ausbildung hat. Damit Angehörige von Freelancern im Falle eines Unfalls benachrichtigt werden können, sollte zudem eine Liste mit Notfallkontakten geführt werden.

Erst danach wird der eigentliche Auftrag thematisiert und anhand von Plänen detailliert erläutert. Besonderheiten und Abfolgen sollten genannt werden. Das zur Verfügung stehende Equipment ist anhand von Materiallisten zu definieren, Lagerorte, Flächen für Leergut etc. werden beschrieben.

In einem weiteren Schritt wird das Timing besprochen, das Etappen- und Tagesziel(e) beinhaltet sowie allenfalls auch Programmier-, Proben-, Show- und Pausenzeiten. Die Mitarbeitenden werden den verantwortlichen Gewerke- oder Be-

reichsleitern zugeordnet. Jeder muss seine Aufgabe am Ende des Briefings kennen. Details werden in einem weiteren Briefing vom Gewerke- oder Bereichsleiter kommuniziert.

Mit gezielten Fragen an die Crew kann sichergestellt werden, dass das Gesagte verstanden wurde. Zu guter Letzt sollte die Crew gefragt werden, ob noch Unklarheiten bestehen. Im Anschluss kann die Durchführung des Briefings durch die Unterschrift der einzelnen Crewmitglieder bestätigt werden. Insbesondere die Unterweisung der sicherheitsrelevanten Themen kann so bei Bedarf nachgewiesen werden.

Grundsätzlich sollte auch die Dauer des Briefings im Auge behalten werden. Bei zu langen Unterweisungen schwindet die Aufmerksamkeit. Ein motivierender Satz zum Schluss bringt Schwung in das Vorhaben und fordert die Crew auf, aktiv zu werden. Sätze wie: «So wie immer», «Ihr wisst ja schon, wie es geht», haben auch auf Produktionen mit nur einem neuen Mitarbeiter, der es eben noch nicht weiss, nichts zu suchen. Auch das Zurückhalten von Informationen ist weder sicherheitsfördernd noch zielführend.

Das Debriefing

Nach dem Event ist vor dem Event. Ein Feedback ist nach jeder Produktion sinnvoll. Für das einzelne Crewmitglied ist es wichtig zu wissen, ob die Aufgabe zufriedenstellend erledigt wurde. Auch das Weiterleiten von Dank und Kritik des Endkunden oder anderen Beteiligten ist wichtig. Gleichzeitig kann der Vorgesetzte (z. B. der Projektleiter) Feedback vom Crewmitglied einholen und so Verbesserungen einleiten. Ist vor Ort auf der Veranstaltung keine Zeit, kann ein Debriefing auch zu einem späteren Zeitpunkt stattfinden. Dabei gilt: Je länger der Anlass zurückliegt, desto weniger gut können sich die Beteiligten an Details erinnern.

Fazit

Ein gründliches Briefing bereitet die Mitarbeiter gut auf die bevorstehenden Aufgaben vor, vermeidet Missverständnisse, erhöht die Sicherheit und trägt schlussendlich zu einer erfolgreichen Produktion bei.



Zum Autor:

Tilmann Albrecht ist Meister für Veranstaltungstechnik und Veranstaltungssicherheit. Er war als freier Mitarbeiter für einen süddeutschen Rundfunksender für die Bereiche Aussenübertragung und technische Realisation von Events verantwortlich. Seit 2007 ist er in der Schweiz tätig, zunächst als Projektleiter für Cooperate Events und als Dozent im Bereich Veranstaltungstechnik, ab 2015 selbstständig im Bereich Veranstaltungssicherheit mit seiner Firma eventuality. Er publiziert regelmässig im PROSCENIUM, war Fachautor des Event-safety-Kompodiums Eventfragen und ist Autor des Buchs «Veranstaltungssicherheit in D-A-CH».

LINEAR 9

THE SCALABLE
LONG THROW LINE



Professional performance
for professional users.



Vertrieb Schweiz
SDS music factory ag
Industriestrasse 26
CH-8404 Winterthur

