

»Gemeinschaftsgefühl gibt es nur live«

Bernd Dicks im Gespräch über Festivalkultur

geschrieben von Bernd Dicks & Ludwig Greven

Lust, drei Tage lang zu elektronischer Tanzmusik auf einen Flughafen im nordrhein-westfälischen Weeze feiern? Das Festival Parookaville an der Grenze zu den Niederlanden bietet genau das seit 2015 jährlich Mitte Juli – und zählt damit mittlerweile rund 225.000 Gesamtbesucherinnen und -besucher zu einem der größten Festivals in Europa. Ludwig Greven spricht mit dem Leiter des Elektro-Festivals Bernd Dicks darüber, warum solche Musikevents so erfolgreich sind, während Clubs sterben, und wie sich die Erwartungen der Besucher verändern.

Ludwig Greven: Wie ist Parookaville entstanden?

Bernd Dicks: Mit zwei Freunden hatte ich schon vorher in unserer Heimatstadt Weeze jeden Sommer eine Beachparty auf dem Rathausplatz organisiert. 2014 haben wir uns überlegt: Lass uns was noch Cooleres machen. Das war vier Jahre nach der Loveparade-Katastrophe, danach gab es ein Vakuum für neue elektronische Musikveranstaltungen. Gleichzeitig wurde Electronic Dance Music global extrem populär, in anderen Ländern entstanden neue Festivalformate. Diese waren deshalb dort erfolgreich, weil nicht nur die Musik im Vordergrund stand, sondern das Gesamterlebnis auf der Festivalfläche. Diese Art von Showkonzept hat uns fasziniert. Durch Zufall bekamen wir Zugriff auf das ehemalige Militärflughafengelände in Weeze, wo früher schon andere Festivals stattgefunden hatten und wo es bereits ein Sicherheitskonzept für 25.000 Leute gab.

Was ist Ihre zentrale Idee?

Parookaville ist nicht nur ein Musikfestival, sondern eine eigene fiktive Stadt, die einmal im Jahr zum Leben erwacht. Die Idee war und ist bis heute, dass die Besucher für drei, vier Tage aus ihrem reellen Leben aus- und bei uns einziehen. Sie können in Parookaville heiraten, in einem Swimmingpool baden, Postkarten mit einem Originalstempel der Post von Parookaville kaufen. Wir haben eine Kirmes, einen gigantischen Supermarkt, ein Altersheim und einen Campingplatz mit 45.000 Einwohnern. Mit diesem Konzept, bei dem die Musik superwichtig ist, aber das Festival und die Besucher im Mittelpunkt stehen, sind wir in das Vakuum gestoßen. Die Leute waren hungrig darauf. Im ersten Jahr waren wir mit 25.000 Gästen ausverkauft, im Jahr darauf haben wir die Kapazitäten verdoppelt und waren sofort wieder ausverkauft, bevor wir den ersten DJ bekannt gegeben haben. Die Leute haben einfach gehört, zu diesem verrückten Festival in Weeze muss man hin.

Wie sind Sie auf das Konzept gekommen?

Ich war vorher freier Journalist fürs Radio, habe dafür viele Festivals besucht und war selbst immer schon begeistert von Festivals. Bei meinen Rechercheisen war ich u. a. in Las Vegas und bei einem abgedrehten Festival in der Ukraine auf der Krim. Das waren alles Inspirationen. Meine beiden Partner sind Immobilienentwickler. Die kennen sich aus mit Statik, Brandschutz und Baugenehmigungen. Wir sind da also nicht völlig naiv rangegangen, aber wir liefen eben nicht die ausgetretenen Veranstalterpfade, sondern haben sehr unkonventionell unser Festival entwickelt. Und wie lief das mit den Musikern und DJs?

Durch meine Zeit im Radio hatte ich Kontakte zu Künstlern, kannte aber deren Gagen nicht. Die Musiker wollten, weil wir neu waren, die Hälfte der Gage bei Vertragsunterzeichnung. Von den Beachpartys hatten wir ungefähr 250.000 Euro, aber wir brauchten 350.000. Für die Differenz mussten wir einen Kredit aufnehmen.

Wie haben Sie Banken überzeugt?

Unsere Hausbanken haben alle Nein gesagt. Eine Onlinebank hat uns dann mit zwei Mausklicks

50.000 Euro überwiesen. Das war absolutes Unternehmertum. Wir hatten das Gefühl, wir haben die richtige Idee, zum richtigen Zeitpunkt, am richtigen Ort. Das muss klappen. Und das hat es.

Aber Sie hatten keinerlei Erfahrung mit dem Organisieren eines so großen Festivals. Sie brauchten eine Menge Leute, Bühnentechniker, Toningenieure, Arbeitskräfte, die die Bauten errichten. Wie haben Sie die gefunden?

Wir haben geschaut, wer macht das bei anderen Festivals. Unser Veranstaltungsmeister hat z. B. vorher schon in Weeze ein Hardstyle-Festival betreut. Und wir hatten als Weezer ein Vertrauensverhältnis zu den lokalen Behörden wegen der Beachpartys. Das war unser Glück. Wir haben auch mit anderen Festivals kooperiert. Da kann man schauen, sind die DJ-Gagen, die wir zahlen, günstig oder teuer, wie sind die Einkaufspreise bei einem Festival dieser Größenordnung für Wasserleitungen, Bauzäune und Getränke.

Um den Besuchern das angestrebte Erlebnis zu ermöglichen, ist also eine Unmenge an Vorbereitung und Organisation nötig. Wie viel davon entfällt auf den künstlerischen Bereich?

Wir haben 62 Festangestellte. Etwa ein Drittel davon arbeitet kreativ an den Festivals, Programm, Content und Vermarktung. Ein weiteres Drittel arbeitet operativ an der Planung und Umsetzung. Das dritte Drittel ist Administration, also Anträge stellen, Genehmigungen einholen, sich um die Lautstärke-Emissionen und Umweltthemen kümmern oder den Arbeitsschutz. Alles Themen, die man leicht unterschätzt. Die größten Herausforderungen für einen Großveranstalter sind Arbeitsschutz, Brandschutz, Umweltschutz und Datenschutz. Das sind auch wichtige Themen in unseren Verbänden.

Wie bekommen Sie es am Ende hin, dass tatsächlich ein Gemeinschaftserlebnis entsteht?

Wir haben die Maxime, wir wollen eine Party auf die Beine stellen, die wir selbst feiern wollen. Vielleicht ist das der Schlüssel. Wir denken immer aus der Sicht des Gastes. Wir haben einen fantastischen Gästestamm. Menschen, die mit ihren Freunden als Jahresurlaub Jahr für Jahr zu uns kommen, statt nach Mallorca zu fliegen. Die durchschnittliche Gruppengröße liegt bei uns bei sieben Personen. Die haben bei uns eine gute Zeit und wertschätzen, wie viel Arbeit wir in die Dekoration und die Geschichte stecken. Und lassen sich das nicht kaputt machen. Die korrigieren sich auch selbst. Wenn es mal einen Shitstorm wegen eines DJs gibt, greifen andere ein.

Viele Clubs machen dicht. Weshalb florieren Festivals wie Ihres?

Sie haben etwas, das keine andere Veranstaltung bieten kann. Wenn man mit 40.000 oder 50.000 Leuten vor der Mainstage steht, auf der einer der angesagtesten DJs spielt, und man tanzt da, mit einem Drink in der Hand und wildfremden Menschen – eine solche Gemeinschaft kann man nirgendwo sonst erleben. Deshalb war ich in der Corona-Zeit, als viele auf Online-Veranstaltungen gesetzt haben, auch ziemlich entspannt, hier nicht mitzuziehen. Ich bin nach wie vor überzeugt: Ein solches Gemeinschaftserlebnis gibt es nur live. Festivals haben auch den Vorteil, dass man da mit größeren Gruppen hingehen kann, weil auf den verschiedenen Bühnen für jeden etwas dabei ist. Und ein Festival ist ein weitgehendes Offline-Erlebnis, das nur einmal im Jahr stattfindet. Darauf kann man sich freuen und hinterher lange davon zehren. In der Zeit kann man seine Sorgen vergessen. Das gibt den Besuchern Energie und Zusammenhalt.

Wie setzen sich die Besucher zusammen?

Das Publikum von Parookaville ist bunt gemischt – aus allen Schichten und vielen Altersgruppen. Auch bei Frauen und Männern hält es sich ungefähr die Waage. Wir machen noch ein zweites Festival für Kunst, Kultur und Livemusik, mit Streetart-Künstlern und Streetfood. Zu San Hejmo kommen ungefähr 35.000 Menschen, zu 70 Prozent Frauen, aufgrund der Musikrichtungen und weil Kreativität und Gemeinschaftsgefühl im Mittelpunkt stehen. Die Gruppen sind deutlich kleiner, die

Besucher jünger. Durch Befragungen haben wir herausgefunden, dass viele von ihnen weniger Freunde im realen Leben haben und stärker online vernetzt sind. Das wird die große Herausforderung für alle Veranstalter, dass wir es schaffen, dass die Leute wieder mehr mit ihren echten Freunden zu uns kommen. Oder ihre Onlinefreunde bei uns real treffen.

Welche Herausforderungen gibt es sonst noch?

Auch wir merken, dass durch die soziale Lage, die allgemeine Preissteigerung und die politischen Unsicherheiten die Leute mehr nachdenken, ob sie 350 Euro für ein Festivalticket ausgeben, plus die Kosten für Camping und Essen. Das macht man nicht mehr so leicht. Ein weiteres großes Problem sind die immer stärkeren Wetterumschwünge. Ein volles Festivalgelände mit 75.000 Zuschauern bei Unwettern zu evakuieren, dafür braucht man zwei Stunden.

Wie haben sich die Erwartungen der Gäste verändert?

Die ganze Livemusikbranche entwickelt sich immer weiter zu einem Event. Die Produktionskosten wachsen, weil die Gäste immer höhere Ansprüche an die Shows haben. Für Festivals, die keinen Wert darauflegen, kann es schwer werden. Man muss heute nicht nur die besten Bands auf der Bühne haben, es muss auch »instagrammable« sein. Da sind wir sehr weit vorne und profitieren davon. Auch das Thema Nachhaltigkeit geht nicht an uns vorbei. Eine ganze Festivalstadt aufzubauen für drei Tage, dann umbauen für noch mal zwei Tage, um sie dann wieder abzubauen, hat erst einmal nicht den besten ökologischen Fußabdruck. Wir arbeiten daher intensiv an kurzen Lieferwegen, Upcycling-Materialien, Mehrfachnutzungen etc. In die Kommunikation während der Festivals müssen wir viele vermeintliche Selbstverständlichkeiten einfließen lassen. Manche Besucher geben mit ihren Alltagssorgen auch die Eigenverantwortung am Festival-Check-in ab. Wenn ein Gewitter aufzieht, müssen wir ihnen sagen: »Bitte nicht weiter tanzen«.

Wie schwer ist es, jedes Jahr neue Bands und DJs zu finden und zu engagieren?

Es wird schwieriger. Wir erleben in der Elektrobranche, mehr als im Popbereich, gerade einen Shift dahin, dass nur noch schnelle Hits aufgebaut werden, nicht Musiker und Bands. Social Media ist dafür ideal. Für uns heißt das aber, wenn wir im November Künstlerinnen oder Künstler buchen, wissen wir nicht, ob sie im Juli oder August darauf noch angesagt sind. Wir fördern deshalb seit Anfang an selbst Nachwuchsmusiker und -DJs.

Welche Bedeutung haben Festivals für die Musiker?

Es gibt manche, die durch Radiohits oder Streamingplattformen bekannt werden. Andere sind so energiegeladen, dass sie Liveauftritte brauchen. Für die bieten wir die größtmögliche Plattform.

Vielen Dank.

Dieser Text ist zuerst erschienen in [Politik & Kultur 7-8/2026](#)