VARIOUS VOICES BRUSSELS 2026!

Festivalbericht
& Auswertung

Unsere wunderbare Reise,
um deinem Herzen
Gehör zu verschaffen!

DE

Dieses Dokument ist eine Übersetzung des Abschlussberichts des Festivals, der auf Englisch veröffentlicht wurde. Es soll Personen, die kein oder nur wenig Englisch verstehen, das Lesen erleichtern. Diese Übersetzung wurde mit dem KI-Tool Deepl erstellt. Der Text wurde nicht von Muttersprachlern Korrektur gelesen und kann daher Fehler enthalten. Bei Abweichungen ist die englische Fassung maßgebend.

Einleitung **3**
VOR DEM FESTIVAL **4**
Bewerbungsverfahren **4**
Various Voices Brussels 2026 ASBL **5**
Teilnehmende Chöre **6**
Teilnehmende Delegierte **8**
Anmeldeplattform **10**
Festivalpreise **11**
Preise für Chöre 11
Preise für Teilnehmer 13
Zahlungsablauf 14
Stornierungen 15
Rahmenprogramm 16
Solidaritätsfonds 19
Unterkunft 19
Transport 21
Festivalorte **21**
Veranstaltungsorte in Innenräumen 21
Veranstaltungsorte im Freien und Ausweichpläne 22
Das Projekt „Let Your Heart Be Heard“ **24**
Kommunikation **27**
Grafisches Erscheinungsbild 27
Website 27
Die Bologna-Kampagne 28
Soziale Medien 29
Newsletter 30
E-Mail-Verwaltung 30
Rendez-vous à Bruxelles/Hand in Hand Festival 31
Festival-Shop 31
Werbung 32
Medienberichterstattung 33
WÄHREND DES FESTIVALS **34**
Die Hitzewelle **34**
Festivalprogramm **36**
Das Programm 36
Technisches Team 37
Ticketverkauf 38
Nachmittagskonzerte: Das Herzstück des Festivals 40

Aufführungen & Feierlichkeiten 41
Straßenkonzerte 45
Konzerte im Rahmen von Partnerschaften 45
Führungen durch das Rathaus 46
Kostenlose Konzerte im Rathaus 47
Vaux Hall Sommer 47
Gemeinschaftsgeist – Rahmenprogramm 48
Festivaldorf 48
Führungen 48
Proben zu „Let Your Heart Be Heard“ 49
Workshops 49
Freizeitaktivitäten 50
Nachtpartys 50
Inklusion 51
Barrierefreiheit 52
Sicherheit 55
Nachhaltigkeit 57
Ehrenamt 58
Kommunikation während des Festivals 60
Festivalausweis 60
Beschilderung 61
Fotografen 61
Website 62
Soziale Medien 62
Besucherzentrum 63
Medienberichterstattung 64
Krisenkommunikation 64
Aftermovie 65
NACH DEM FESTIVAL 65
Festivalbudget 65
Allgemeiner Überblick 65
Vorfinanzierung 66
Einnahmen 67
Ein Hinweis zum Sponsoring 68
Ausgaben 69
Finanzergebnisse 70
Festivalteam 70
Festivalauswertung & wirtschaftliche Auswirkungen 72
Fazit 76

Einleitung

Ich erinnere mich, dass ich 2023, am dritten Tag des Bologna-Festivals, einem Freund aus einem anderen Chor erzählte, dass ich langsam müde wurde, weil ich ständig hin und her eilte, um nichts vom Festival zu verpassen: von einem Veranstaltungsort zum nächsten, vom Zentrum Bolognas zum Festivalgelände, von einem Konzert meines Lieblingschors zu einer zufälligen Entdeckung auf der Straße … Gleichzeitig musste ich all die Emotionen bewältigen, die damit einhergingen, alte Freunde wiederzusehen, neue kennenzulernen, Momente der Freude zu teilen und die Gefühle, die ein Lied oder eine Darbietung in mir weckte …

Sie sagte zu mir: „Das ist, als wäre man in einer Waschmaschine!“

„Various Voices“ stellt uns auf den Kopf. Wir kommen erschöpft, ausgelaugt und wie ausgepresst wieder heraus. Aber was könnte einzigartiger oder schöner sein, als wenn eine solche Erfahrung fünf Tage lang unser Leben bestimmt!

Was „Various Voices“ bedeutet, lässt sich nicht in Worte fassen. Man muss es erleben. Von innen heraus, in der Waschmaschine.

Das Brüsseler Team hat gerade sechs Jahre in der Waschmaschine verbracht. Es war ein Abenteuer voller Wendungen. Es gab Gelächter; es gab Tränen. Es gab Ungeduld; es gab Stress. Es gab die Freude, einen Traum wahr werden zu lassen; es gab die Angst, dass er sich in einen Albtraum verwandeln könnte.

Heute laden wir euch ein, mit uns wieder in die Waschmaschine einzutauchen. Ihr werdet vertraute Momente noch einmal erleben und zweifellos vieles entdecken, was ihr noch nicht wusstet.

Denn um diese fünf Festivaltage Wirklichkeit werden zu lassen, waren Jahre der Arbeit nötig. Viel Arbeit, aber auch jede Menge Engagement, Leidenschaft und Liebe für unsere LGBTQI+-Chor-Community.

Begleitet uns auf dieser fabelhaften Reise!

Christophe Cordier
Festivalvorsitzender

VOR DEM FESTIVAL

Bewerbungsverfahren

Für einige Mitglieder des Organisationsteams begann die Vorbereitung des Festivals bereits vor zehn Jahren.

Im Jahr 2016, als wir noch in einem anderen Chor sangen, nahm die Idee, das Festival in Brüssel auszurichten, Gestalt an. Einige von uns begannen mit dem Bewerbungsverfahren für „Various Voices 2022“. Um es kurz zu machen (wir könnten hundert Seiten zu diesem Thema schreiben …): Dieses Projekt scheiterte wenige Wochen vor „Various Voices München 2018“ und führte schließlich dazu, dass wir einige Monate später „Sing Out Brussels!“ ins Leben riefen.

Im März 2020, als Belgien aufgrund von Covid in den Lockdown ging, startete Legato die Ausschreibung für „Various Voices 2026“. Der Vorstand von „Sing Out Brussels!“ machte sich daran, eine „Interessenbekundung“ auszuarbeiten – ein kurzes, vierseitiges Dokument, das bereits den Grundstein für unsere Vision des Festivals legte. Dieses Dokument wurde im Juni 2020 bei Legato eingereicht.

Im Oktober 2020 wurden Brüssel und Barcelona aufgefordert, die vollständige Bewerbung auszuarbeiten. Legato gab uns Feedback zu unserem ersten Vorschlag, und wir überarbeiteten unsere Vision auf der Grundlage dieses Feedbacks. Die Erstellung der Bewerbungsunterlagen erforderte neun Monate Arbeit (eine echte Herzensangelegenheit!), um ein möglichst detailliertes Bild unseres Projekts in Bezug auf Budget, Finanzierung, Programm, Preisgestaltung, künstlerische Vision, Festivalorte, Unterkünfte, Partnerschaften, Nachhaltigkeit, Nachwirkung und so weiter zu vermitteln. Wir hatten das „Glück“, diese Arbeit während des Lockdowns in Belgien erledigen zu können, was bedeutete, dass wir problemlos Zeit von unseren jeweiligen Jobs freimachen konnten, um Online-Meetings zu organisieren und den Antrag gemeinsam mit den verschiedenen potenziellen Partnern vorzubereiten.

Bei der Ausarbeitung des Angebots erhielten wir Unterstützung vom Convention Bureau bei visit.brussels (der Tourismusförderungsagentur) und insbesondere von Margaux Huvelle. Außerdem wurden wir mit MCI in Kontakt gebracht, einem auf die Organisation von Konferenzen spezialisierten Unternehmen. Unsere Ansprechpartnerin, Dorothée Flament, half uns bei der Erstellung eines vorläufigen Budgets und eines „Rückwärtsplans“, in dem detailliert aufgeführt war, was bis wann zu erledigen war.

Neben der Bewerbung produzierten wir ein Werbevideo. Das Video wurde von Julie Janssens, einem Mitglied von Sing Out Brussels!, inszeniert und geschnitten und zeichnet sich durch einen ausgesprochen menschlichen und persönlichen Ansatz aus. Etwa zehn Mitglieder von Sing Out Brussels! waren in dem Video zu sehen, das an verschiedenen Orten in Brüssel, insbesondere im Bozar, gedreht wurde. Dieses Werbevideo wurde von visit.brussels im Rahmen seines Förderprogramms finanziert, das darauf abzielt, internationale Veranstaltungen nach Brüssel zu holen. Dieses inspirierende und fröhliche Video, das an einem

einzigen Tag im Mai 2021 gedreht wurde, spielte eine wichtige Rolle dabei, Unterstützung für das Festival zu gewinnen.

Unsere Bewerbung und unser Werbevideo wurden im Juni 2021 bei Legato eingereicht. Der Legato-Vorstand bewertete unsere Bewerbung mit einer außergewöhnlichen Punktzahl von 98 Prozent. Im August stimmten die Mitgliedschöre von Legato ab und wählten Brüssel mit überwältigender Mehrheit zur Gastgeberstadt. Die Wahl Brüssels wurde im Oktober 2021 offiziell bekannt gegeben.

Zu diesem Zeitpunkt hatten wir bereits 18 Monate Arbeit in das Festival gesteckt, ohne die Gewissheit zu haben, dass wir es auch tatsächlich organisieren würden. Nun konnte das Abenteuer wirklich beginnen!

Various Voices Brussels 2026 ASBL

Im März 2022 gründeten die Vorstandsmitglieder von Sing Out Brussels! offiziell den gemeinnützigen Verein (ASBL – Association Sans But Lucratif) Various Voices Brussels 2026.

Es dauerte einige Monate der Überlegung, bis wir diesen Schritt gingen. Ursprünglich hatten wir gehofft, dass der gemeinnützige Verein Sing Out Brussels! das Festival organisieren würde. Legato verlangte jedoch die Gründung einer separaten juristischen Person. Dies war für die Unterzeichnung des Vertrags erforderlich und führte zu einigen Spannungen: Wir sahen keinen Sinn darin, eine zweite Organisation zu gründen, die aus denselben Personen bestand, und wir befürchteten, dass wir nicht vom guten Ruf von „Sing Out Brussels!“ profitieren könnten, der bei den finanzierenden Behörden bereits fest etabliert war.

Letztendlich hatte Legato Recht: Die Organisation des Festivals ist eine eigenständige Aufgabe, die vom Betrieb des Chors getrennt werden musste. Die von den beiden Organisationen verwalteten Budgets waren nicht vergleichbar. Das Gleiche galt für den Arbeitsaufwand.

Anfangs hatten der Chor und das Festival einige Vorstandsmitglieder gemeinsam, doch im Laufe der Zeit erwies sich dies für die Beteiligten schnell als unüberschaubar, und ab 2023 hatten die Vereine zwei klar getrennte Vorstände. Nach einem Jahr dieser Arbeitsweise wurde deutlich, dass dies zu Problemen führte, da sich der Chor und das Festival in unterschiedliche Richtungen entwickelten. Wir beschlossen daher, dass jede Sitzung jeder gemeinnützigen Organisation in Anwesenheit eines Vorstandsmitglieds der anderen Organisation stattfinden sollte. Dies verlief nicht ohne Schwierigkeiten: Das Festivalteam konzentrierte sich voll und ganz auf ein Projekt, das dem anderen Team fern erschien, für dieses jedoch unglaublich nah war, während das Chorteam vom Tagesgeschäft des Chors und der Planung seiner eigenen Projekte überfordert war.

Wir hatten oft das Gefühl, dass es „den Chor“ (und seine Projekte) und „das Festival“ gab (ein Projekt, das wenig oder gar keinen Bezug zum Chor zu haben schien). Einige Monate vor dem Festival fand ein besonders intensives Treffen zwischen den beiden Vorständen statt, bei dem sich große Frustration, Unordnung und

Erschöpfung im „Various Voices“-Team zeigten. Im Anschluss daran arbeiteten die beiden Teams enger zusammen. Doch zu diesem Zeitpunkt waren es nur noch drei Monate bis zum Festival.

Wir halten es für besonders wichtig, diese Informationen an zukünftige Organisationsteams weiterzugeben. Die Leitung eines Chores umfasst die Vorbereitung von Konzerten, die Verwaltung der Mitgliedergewinnung und die Planung von Musiksaisons, manchmal ein oder zwei Jahre im Voraus. Doch die Ergebnisse dieser Arbeit sind für die Sänger*innen schnell sichtbar und bringen unmittelbare Anerkennung. Die Organisation eines Festivals bedeutet, jahrelang hinter den Kulissen an einem Projekt zu arbeiten, das für die Mitglieder abstrakt und unsichtbar bleibt (umso mehr, als jedes Jahr neue Mitglieder zum Chor stoßen, die noch nie an „Various Voices“ teilgenommen haben). Es besteht ein erhebliches Risiko, die Verbindung zwischen den beiden Projekten zu verlieren, auch wenn immer ein oder mehrere Chöre die Grundlage der Bewerbung bilden. Gemeinsame Treffen, ständige Kommunikation sowie regelmäßige Präsentationen und Workshops unter Einbeziehung der Chormitglieder sind unerlässlich, um diese Verbindung aufrechtzuerhalten.

Teilnehmende Chöre

Die Zahl der LGBTQI+-Chöre und Musikgruppen wächst in Europa stetig. Legato zählt derzeit 162 Mitglieder! Dieses Wachstum wirkt sich auf das „Various Voices“-Festival aus, bei dem mit jeder Ausgabe mehr Chöre als bei der vorherigen vertreten sind.

Im Jahr 2023 nahmen 105 Chöre am Festival in Bologna teil. Wir schätzten, dass Brüssel ebenso viele Chöre aufnehmen könnte. Um auf der sicheren Seite zu sein, legten wir angesichts der geplanten Dauer des Festivals und der Anzahl der Veranstaltungsorte, die wir mit unserem Budget mieten konnten, die maximale Anzahl der teilnehmenden Chöre auf 120 fest.

Die Anmeldung der Chöre zum Frühbucherpreis war vom 1. September bis zum 31. Dezember 2024 möglich. Die Chöre zeigten sich gleich nach Beginn der Anmeldephase sehr begeistert: Im September meldeten sich 46 Chöre an (über 30 % der Kapazität des Festivals). Danach verlangsamte sich das Tempo. Wie erwartet kam es im Dezember zu einem Ansturm, da die Chöre sich beeilten, sich rechtzeitig anzumelden, um vom Frühbucherpreis zu profitieren. Die maximale Kapazität des Festivals (120 Chöre) wurde wenige Tage vor dem 31. Dezember 2024 erreicht.

Am selben Tag richteten wir eine Warteliste ein. Im Laufe der Wochen trugen sich 12 Chöre in die Warteliste ein. Später sagten mehrere Chöre ihre Anmeldung aus verschiedenen Gründen ab (zu hohe Teilnahmegebühr für ihre Mitglieder, Überalterung des Chores, Umstrukturierung oder Auflösung des Chores …), sodass sich die meisten Chöre auf der Warteliste zum regulären Tarif anmelden konnten. Diejenigen, die dies nicht taten, entschieden sich einfach gegen eine Teilnahme.

Letztendlich nahmen **114** Chöre am Festival teil, während 14 Chöre, die sich ursprünglich angemeldet hatten, ihre Teilnahme zurückzogen. 22 Chöre (17 % der

Gesamtzahl) nahmen zum ersten Mal am Festival teil: 20 aus Europa und zwei aus den Vereinigten Staaten.

Die angemeldeten Chöre kamen aus 18 Ländern, wobei die meisten aus Deutschland (32 Chöre), dem Vereinigten Königreich (26 Chöre) und den Niederlanden (13 Chöre) stammten. Die überwiegende Mehrheit der teilnehmenden Chöre war europäisch, und wir konnten zudem sechs amerikanische Chöre begrüßen.

Was die Chorarten betrifft, so handelte es sich bei den meisten der 114 Chöre um SATB-Chöre (48 Chöre), gefolgt von TTBB-Chören (43 Chöre) und SSAA-Chören (16 Chöre). Die sechs verbleibenden „sonstigen" Chöre ließen sich keiner dieser Kategorien zuordnen. Vergleicht man diese Daten mit den Legato-Daten, so zeigt sich, dass TTBB-Chöre beim Festival leicht überrepräsentiert und SSAA-Chöre unterrepräsentiert waren. Diese Verzerrung wurde durch die Teilnahme von GALA-Chören noch verstärkt, wie aus der folgenden Tabelle hervorgeht.

nb Legato choirs as in January 2025		Registered choirs	Registered choirs in % of Legato members	Registered delegates	Delegates in % of the total
SATB	74	46	62%	1913	47%
TTBB	51	39	76%	1573	39%
SSAA	30	16	53%	340	8%
Other	8	7	88%	223	6%
Total	**163**	**108**	**66%**	**4049**	**100%**
* adding the 6 ensembles as additional choirs				* includes GALA choirs and double memberships	

Das Festivalteam scheute keine Mühen, um die Vielfalt innerhalb des Festivals zu erhöhen. Mitte November 2024, nachdem die Zahl von 60 angemeldeten Chören erreicht war (die Hälfte der Kapazität des Festivals), versendeten wir personalisierte E-Mails an rund 60 Chöre: Chöre aus noch nicht vertretenen Ländern, SSAA-Chöre, LGBTQI+-Chöre, die keine Legato-Mitglieder in noch nicht vertretenen EU-Ländern waren, Chöre, in denen Transgender-Personen zusammenkommen, sowie Chöre aus anderen Kontinenten. Wir teilten ihnen unseren Wunsch mit, dass sie teilnehmen sollten, um die Vielfalt innerhalb des Festivals zu stärken. Außerdem fragten wir sie, welche Hindernisse sie möglicherweise daran hindern könnten, an der Veranstaltung teilzunehmen (Preis, Termin usw.), und boten an, uns virtuell mit ihnen zu treffen. Leider erhielten wir nur sehr wenige Antworten.

Außerdem haben wir systematisch die Chöre eingeladen, die seit Beginn der Anmeldefrist Legato beigetreten waren, am Festival teilzunehmen (20 Chöre). Die meisten von ihnen (16) haben sich tatsächlich angemeldet. Wir stellen jedoch fest, dass unter den 14 Chören, die abgesagt haben, 6 Chöre sind, die erst vor kurzem Legato beigetreten sind, mit der Absicht, am Festival teilzunehmen. Uns fiel auf, dass sie im Allgemeinen sehr schlecht darüber informiert waren, was das Festival ist und wie es organisiert wird. Einige Chöre verstanden nicht, warum ihre Mitglieder eine Anmeldegebühr zahlen mussten. Einige Chöre wollten die gesamte Reise für ihre Mitglieder finanzieren (Anmeldegebühren, Transport und Unterkunft), was völlig unrealistisch ist. Andere Chöre verlangten, dass ihre

Transportkosten vom Festival übernommen werden, was im Rahmen unseres Budgets finanziell unmöglich ist. Wir hatten manchmal den Eindruck, dass manche Chöre das Festival als eine etablierte, professionelle Organisation betrachten, obwohl es von einem kleinen Team aus Freiwilligen geleitet wird, das alle vier Jahre wechselt und über sehr begrenzte Ressourcen verfügt!

Wir empfehlen, dass Legato neue Mitgliedschöre klar darüber informiert, wie das Festival finanziert und organisiert wird. Darüber hinaus könnte jeder neue Chor einen „Paten" erhalten, ein Mitglied des Legato-Vorstands, das dem Chor ein Jahr lang zur Seite steht, um ihn zu beraten und Fragen zu beantworten.

Was schließlich die Verwaltung der Warteliste betrifft, so haben wir die Plätze nicht in chronologischer Reihenfolge vergeben, sondern Punkte auf der Grundlage verschiedener Kriterien vergeben, um die Vielfalt des Festivals zu fördern. Chöre, die die folgenden Kriterien erfüllten, erhielten mehr Punkte:

- Neues Legato-Mitglied
- Hat noch nie am Festival teilgenommen
- SSAA- oder „anderer" Chor
- Land, das noch nicht am Festival vertreten war

Wir empfehlen dem Organisationsteam des nächsten Festivals, dieselben Methoden anzuwenden, um die Vielfalt des Festivals zu erhöhen.

Teilnehmende Delegierte

Die Anmeldung der Delegierten zum Frühbuchertarif fand vom 01.01.2025 bis zum 30.06.2025 statt.

Auf der Grundlage der bis zum 31.12.2024 angemeldeten Chöre schätzten wir die Zahl der potenziellen Teilnehmer auf 4.000 (80 % der Gesamtmitgliederzahl der angemeldeten Chöre) statt der ursprünglich veranschlagten 3.500.

Im Gesamtbudget des Festivals hatten wir mit insgesamt 2.747 Frühbucher-Anmeldungen gerechnet. Letztendlich haben 3.**348** Teilnehmer ihre Frühbucher-Anmeldung abgeschlossen!

Diese außergewöhnliche Zahl war sowohl eine gute als auch eine schlechte Nachricht. Einerseits zeugte sie von einem sehr großen Interesse am Festival. Andererseits bedeutete sie, dass wir unsere Budgetprognosen revidieren mussten, da wir bei gleicher Gesamtzahl der Festivalbesucher (4.000) aufgrund der geringeren Anzahl von Anmeldungen zum regulären Tarif einen Verlust (30.000 €) verzeichnen würden.

Die meisten Teilnehmer warteten bis zur letzten Minute mit der Anmeldung. Zunächst verlief das Wachstum stetig: 51 % von März bis April und 83 % von April bis Mai. Dann kam es im Juni zu einem massiven Anstieg um 330 %.

Die Anmeldungen zum regulären Tarif fanden vom 1. Juli 2025 bis zum 31. Dezember 2025 statt. Die Statistiken zu den Frühbucheranmeldungen deuteten darauf hin, dass sich 90 % der Mitglieder jedes Chors für das Festival anmelden würden. Wir haben daher unsere Prognosen revidiert und die Zahl der erwarteten

Festivalbesucher von 4.000 auf 4.200 erhöht, was auch der finanziellen Notwendigkeit entsprach, den durch die übermäßige Zahl der Frühbucher-Anmeldungen entstandenen Verlust auszugleichen. Wir haben zudem beschlossen, dass 4.200 die maximal zulässige Teilnehmerzahl ist, um den Festivalbesuchern unter Berücksichtigung der Kapazität unserer Veranstaltungsorte ein optimales Erlebnis zu garantieren. Wir haben diese Obergrenze klar kommuniziert, in der Hoffnung, einen Anstieg der Anmeldungen zu bewirken, was jedoch nicht eintrat.

Zum 31. Dezember 2025 zählte das Festival **3.932** Teilnehmer.

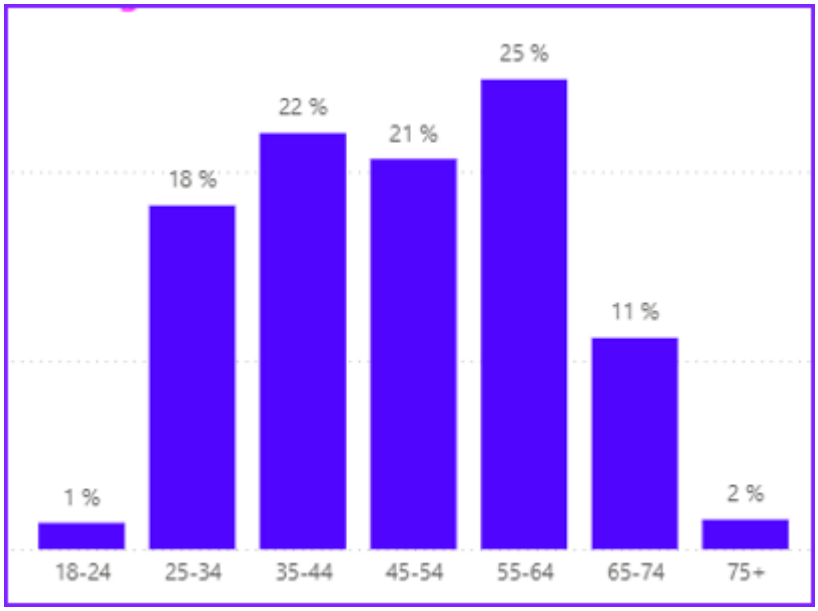
Die Teilnehmerzahl lag somit unter unseren Prognosen. Dies bedeutete ein weiteres Einnahmeausfall, der auf rund 16.000 € geschätzt wurde. Infolgedessen beschlossen wir, die Anmeldungen zum regulären Tarif so lange offen zu halten, bis unser finanzielles Ziel erreicht ist, was etwa 70 Anmeldungen entspricht. Ende Januar 2026 wurde das Ziel von 4.000 Anmeldungen erreicht.

Daraufhin wechselten wir bis Ende März 2026 zum Spätbuchertarif. Wir hatten nicht mit mehr als 15 Anmeldungen gerechnet. Doch selbst zu diesem recht hohen Preis gingen tatsächlich noch 144 weitere Anmeldungen ein! Dies war natürlich ein Glücksfall für unser Budget.

Am Eröffnungstag des Festivals zählte das Festival unter Berücksichtigung von Absagen **4.040** Teilnehmer.

Teilnehmer aus 18 Ländern nahmen am Festival teil. Die Teilnehmer kamen jedoch hauptsächlich aus dem Vereinigten Königreich (28 %), Deutschland (21 %), den Niederlanden (10 %), Frankreich (7 %) und den USA (6 %).

Eine Besonderheit des Festivals ist, dass es alle Generationen zusammenbringt, was in einer LGBTQI+-Community, die oft großen Wert auf Jugend legt, lobenswert ist. Alle Altersgruppen zwischen 25 und 65 Jahren sind in etwa gleich stark vertreten, und auch Menschen über 65 sind (13 %) dabei. Nur die jüngste Generation fehlt fast gänzlich (1 %). Das geschätzte Durchschnittsalter der Teilnehmer liegt bei 49 Jahren.



Allerdings sind nicht alle unsere Chöre altersmäßig vielfältig. 15 Chöre haben ein Durchschnittsalter unter 40 Jahren, während am anderen Ende der Skala weitere 15 Chöre ein Durchschnittsalter von über 60 Jahren aufweisen. Die beiden mittleren Altersgruppen sind gleich stark vertreten: 48 Chöre haben ein Durchschnittsalter zwischen 40 und 50 Jahren und 42 Chöre zwischen 50 und 60 Jahren.

Das sozioökonomische Profil der Festivalbesucher ist sehr homogen. 79 % der Festivalbesucher sind berufstätig, 13 % sind im Ruhestand und 3 % sind Studierende. Das Bildungsniveau ist sehr hoch. 81 % der Teilnehmer verfügen über einen Hochschulabschluss, während dieser Anteil in der allgemeinen EU-Bevölkerung im Alter von 24 bis 74 Jahren bei 34 % liegt.

Was die Geschlechtsidentität und sexuelle Orientierung betrifft, spiegeln die Teilnehmer die europäische LGBTQI+-Chorszene wider, in der TTBB-Chöre zahlreicher sind und mehr Mitglieder haben als SSAA-Chöre. Das Festival ist daher nach wie vor überwiegend männlich geprägt (55 %). Frauen machen 30 % der Teilnehmer aus. Interessant ist, dass 9 % der Teilnehmer transgender oder nicht-binär sind. Was die sexuelle Orientierung betrifft, identifizieren sich 57 % der Teilnehmer*innen als schwul, 20 % als lesbisch, 10 % als bisexuell oder pansexuell und 6 % als heterosexuell. 6 % sind queer oder unsicher in ihrer sexuellen Orientierung, und 0,8 % sind asexuell. Es ist interessant, diese Daten mit dem Alter zu vergleichen: Die Mehrheit der Transgender- und nicht-binären Personen ist unter 44 Jahre alt, während diejenigen, die bi, pan, queer, sich noch nicht sicher sind oder asexuell sind, unter 34 Jahre alt sind.

Anmeldeplattform

Die Integra-Plattform war nicht die erste Wahl unseres Teams.

Im Jahr 2022 unterzeichnete unsere Organisation einen Vertrag mit MCI, einem professionellen Kongressveranstalter. Eine der Aufgaben dieses Unternehmens bestand darin, die Anmeldeplattform für das Festival einzurichten.

Im Jahr 2023 stellten wir im Zuge der Vorbereitung der Anmeldeplattform für Chöre und Delegierte fest, dass MCI nicht in der Lage war, den „Planungs“-Teil dieser Plattform zu entwickeln, d. h. den Teil, der es den Chören ermöglicht, ihr Repertoire, ihre technischen Anforderungen usw. einzugeben, und der es den Festivalorganisatoren ermöglicht, Konzerte an den verschiedenen Veranstaltungsorten zu planen. Zudem stand der hohe Betrag, den MCI pro Anmeldung berechnete (wie im Vertrag festgelegt), nicht wirklich im Einklang mit den von den Festivalbesuchern gewünschten Pauschalpreisen und der von unserer Organisation angestrebten Budgetkontrolle. Dies führte im Februar 2024 zur Vertragsauflösung mit MCI.

Als Alternative für den Planungsbereich wandten wir uns an Integra Planner (die Plattform, die von „Various Voices Munich 2018“ und den von Gala Choruses in den USA organisierten Festivals genutzt wurde) sowie an das Team von „Various Voices Bologna 2023“.

Zunächst wollten wir die für das Festival in Bologna verwendete Plattform für den Anmeldebereich erwerben. Mit einigen wenigen Anpassungen hielten wir dies für die beste Wahl, um das Festival so effektiv wie möglich planen zu können. Die Hauptgründe waren der Preis, der angebotene Wartungsservice und das moderne Design der Website. Entgegen allen Erwartungen entschied sich der Verantwortliche für die Entwicklung der Bologna-Plattform wenige Tage vor Vertragsunterzeichnung im März 2024 schließlich doch gegen eine Zusammenarbeit mit uns. Wir mussten uns daher der letzten verbleibenden Option zuwenden, nämlich Integra, da dies angesichts der sehr kurzen Frist bis zum Start der Anmeldungen die einzige finanziell realistische und tragfähige Lösung war.

Entgegen der Annahme vieler Festivalbesucher gehört Integra nicht zu Legato, sondern zum amerikanischen Verband „Gala Choruses“. Gala stellt die Plattform gegen eine Gebühr zur Verfügung. Die Gebühr ist recht hoch. Wir mussten über den Preis verhandeln. Die endgültigen Kosten für die Plattform beliefen sich auf 16.000 €, einen Betrag, den wir in zwei Raten gezahlt haben.

Das Tool ist veraltet und wurde seit Jahren nicht mehr aktualisiert. Folglich ist es nicht sehr flexibel und weist viele Fehler auf. Wir mussten regelmäßig den Support in den USA in Anspruch nehmen, um technische Probleme zu beheben. Zudem wechselten im Laufe der Zeit die Personen, die uns geschult und unsere Arbeit mit der Plattform begleitet haben (wobei anzumerken ist, dass Gala Choruses im Gegensatz zu Legato bezahlte Mitarbeiter beschäftigt). Es kam auch zu einem Wechsel in der Geschäftsführung, was zu Komplikationen führte, da der neue Direktor versuchte, uns Anpassungen in Rechnung zu stellen, die eigentlich in den Rahmen der Wartung fielen. Diese Diskussionen waren alles andere als unkompliziert und führten zu einem erheblichen Verlust an Zeit und Energie.

Wir erhielten zahlreiche Beschwerden von Festivalbesuchern, die die Plattform als schwer bedienbar empfanden. Doch wir waren selbst nur Nutzer und mussten uns ebenfalls täglich mit den Einschränkungen dieses veralteten Tools abfinden.

Wir empfehlen Legato nachdrücklich, in ein speziell auf „Various Voices“ und andere europäische Festivals zugeschnittenes Tool zu investieren, das von allen Chören finanziert, von Legato entwickelt und den Chören, die künftige Festivals organisieren, zur Verfügung gestellt wird. Dieses Tool hätte den Vorteil, dass es lokal (europäisch) wäre und regelmäßig aktualisiert werden könnte. Die Kosten für dieses Tool ließen sich zudem leichter amortisieren, wenn es Legato, „Various Voices“ und sogar lokalen Festivals in Europa zur Verfügung gestellt würde.

Preise für Festivals

Preise für Chöre

Unsere Preispolitik orientierte sich eher an „Various Voices München 2018“ als an „Bologna 2023“, da die wirtschaftliche Lage in Belgien und Deutschland recht ähnlich ist.

Die Anmeldegebühren für Chöre variierten je nach Anmeldedatum, Mitgliederzahl und Herkunftsland. Der folgende Vergleich zeigt, dass unsere Preise leicht unter der Inflationsrate lagen (Preisentwicklung der letzten 8 Jahre), mit Ausnahme der größten Chöre. Wir stehen zu der Entscheidung, von diesen Chören einen höheren Beitrag zu verlangen, was es uns zudem ermöglicht hat, den Preisanstieg für Delegierte zu begrenzen.

Munich registration fees for choirs - early rate		Munich fees actualised with inflation	Brussels early fees by similar choir size ranges	
mini 1-6	100 €	126 €	80 €	1-5 members
medium 16-35	330 €	415 €	380 €	21-30 members
large 36-55	440 €	553 €	600 €	41-50 members
X-large 56+	550 €	691 €	900 €	51+ members
* inflation sept-16/sept-24 = 25,7%				

Traditionell zahlen Chöre eine Anmeldegebühr, die sich nach der Anzahl der am Festival teilnehmenden Mitglieder richtet. Wir haben uns für ein anderes System entschieden, inspiriert vom „Hand in Hand“-Festival, an dem Chöre aus Irland und dem Vereinigten Königreich teilnehmen. Die Gebühr für das „Hand in Hand“-Festival richtet sich nach der Gesamtzahl der registrierten Mitglieder jedes Chores. Dieses System ist praktischer, da es der tatsächlichen finanziellen Situation des Chores besser Rechnung trägt. Für viele Chöre ist es ohnehin schwierig, die Anzahl der teilnehmenden Mitglieder fast zwei Jahre im Voraus abzuschätzen. Wir haben uns daher auf die Zahlen gestützt, die jeder Chor im Sommer 2024 gegenüber Legato angegeben hat.

In den meisten Fällen hat das System gut funktioniert. Bei 12 % der Chöre traten jedoch Probleme auf:

- Einige Chöre zahlten auf der Grundlage der Anzahl der Mitglieder, die sie nach Brüssel entsenden wollten. Oft handelte es sich dabei um einen gutgläubigen Irrtum (eine Gewohnheit, die sich bei früheren Festivals eingeschlichen hatte).

- Einige Chöre gaben eine deutlich niedrigere Zahl an als die, die sie gegenüber Legato angegeben hatten, und erklärten, die an Legato übermittelte Zahl sei falsch gewesen.
- Einige Chöre, die in den Legato-Daten 41 Mitglieder hatten, wiesen zum Zeitpunkt der Zahlung plötzlich nur noch 40 Mitglieder auf (niedrigere Preisstufe in unserer Zahlungsskala). Dies hinterließ bei uns den unangenehmen Eindruck von Unehrlichkeit.
- Jeder Chor in dieser Situation wurde wohlwollend kontaktiert, um Erklärungen einzuholen und gegebenenfalls die Zahlung des Restbetrags zu erwirken.
- Nach Beginn der Anmeldung der Delegierten stellten wir fest, dass drei Chöre die für die Kategorie, in der sie angemeldet waren, zulässige Sängerzahl überschritten hatten. Im Interesse der Fairness gegenüber den anderen Chören, die den korrekten Preis bezahlt hatten, berechneten wir diesen Chören die ihrer Kategorie entsprechenden Teilnahmegebühren.

Die folgende Tabelle zeigt die Differenz zwischen den endgültigen Anmeldungen und unseren Planungen auf der Grundlage der Daten von Legato sowie der Erfahrungen aus früheren Festivals. Dank der höher als erwarteten Anzahl großer Chöre haben wir mehr Geld von den Chören eingenommen als erwartet.

	Angemeldet	**Geplant**
Frühbucher-Chorgruppe 3	**1**	4
Seniorenchor 51+ Gruppe 2	**3**	6
Frühchor 31–40 Gruppe 2	**1**	
Gebühr für den Frühchor 1–5	**5**	5
Gebühr für den Frühchor 6–12	**7**	4
Gebühr für den Frühchor 13–20	**16**	23
Frühbucherpreis für den Chor 21–30	**19**	21
Frühbucherpreis für den Chor 31–40	**14**	12
Frühbucher-Gebühr für den Chor 41–50	**12**	13
Frühbucher-Gebühr für den Chor 51+	**28**	21
Reguläre Chorgebühr 1–5	**1**	1
Regulärer Chorbeitrag 6–12	**0**	0
Regulärer Chorbeitrag 13–20	**0**	2
Regulärer Chorbeitrag 21–30	**4**	3
Regulärer Chorbeitrag 31–40	**3**	2
Regulärer Chorbeitrag 41–50	**0**	1

Regulärer Chorbeitrag 51+	**0**	2

Hier sind einige Punkte, die wir an Legato und die zukünftigen Organisationsteams weitergeben möchten:

- Wir sind der Meinung, dass Kommunikation der Schlüssel zu einer erfolgreichen Anmeldekampagne ist. Unsere Kommunikation basierte auf der begrenzten Anzahl an Plätzen für Chöre (120), obwohl die Anzahl der Plätze tatsächlich noch nie so hoch war. Dies hat zweifellos viele Chöre dazu veranlasst, sich schneller anzumelden.
- Wir wussten bereits aus früheren Festivals, dass die Mehrheit der Chöre zum Frühbucherpreis bucht. Es ist sehr wichtig, dies im Budget zu berücksichtigen. Der Frühbucherpreis für Chöre sollte kein Rabatt auf die Gesamtkosten des Festivals sein. Im Gegenteil: Es ist der reguläre Preis, der höher sein sollte als die Gesamtkosten des Festivals und der es euch ermöglicht, ein wenig zusätzliches Geld einzunehmen.
- Ein regulärer Tarif, der deutlich weniger attraktiv ist als der Frühbucherpreis, ist zudem ein starker Anreiz für Chöre, sich frühzeitig anzumelden, was für die Vorfinanzierung des Festivals unerlässlich ist.
- Es ist sehr wichtig, das Festivalbudget entsprechend der Größe des Chores zu planen, basierend auf den Anmeldungen früherer Festivals. Es besteht ein riesiger Unterschied zwischen dem Preis, den ein kleiner Chor mit 5 Mitgliedern zahlt, und dem eines großen Chores mit 60 Mitgliedern.
- Die Festsetzung eines deutlich höheren Preises für sehr große Chöre (900 Euro für Chöre mit mehr als 51 Mitgliedern, 600 Euro für Chöre mit 41 bis 50 Mitgliedern) ist eine bewusste Entscheidung unsererseits. Wir waren der Ansicht, dass die größeren Chöre einen größeren finanziellen Beitrag leisten könnten, da sie grundsätzlich mehr Abonnements erhalten. Es wurde uns darauf hingewiesen, dass es im Verhältnis zur Mitgliederzahl einen enormen Unterschied zwischen einem Chor mit 50 Mitgliedern und einem Chor mit 55 Mitgliedern gibt. In Zukunft könnten die Festivalorganisatoren erwägen, diese stufenweise Abstufung (51–60, 61–70 usw.) beizubehalten.
- Die Entscheidung, unsere Preispolitik an der Größe des Chores und nicht an der Anzahl der am Festival teilnehmenden Sänger auszurichten, erschien uns gegenüber den Chören fairer und wurde positiv aufgenommen. Um Probleme zu vermeiden, empfehlen wir, jeden Chor vor der Anmeldung klar über den zu zahlenden Preis zu informieren.
- Wir stützten unsere Einnahmenprognosen auf die Daten von Legato 2024, da wir davon ausgingen, dass diese zuverlässig sind. In Wirklichkeit sind sie das jedoch nicht: Einerseits schwanken diese Zahlen von Saison zu Saison; andererseits meldeten die Chorleiter dem Festival im September 2024 andere Chorgroößen als sie im August 2024 an Legato gemeldet hatten. Für die Zukunft ist es unerlässlich, eine verlässliche Grundlage für die Organisatoren künftiger Festivals zu schaffen, um das Risiko einer Überschätzung der Einnahmen zu vermeiden.

Preise für Teilnehmer

Die Preisstruktur für Teilnehmer löste innerhalb unseres Vorstands heftige Diskussionen aus. Eine der Schlussfolgerungen, zu denen die Mitglieder von Sing Out Brussels! nach Bologna gelangten, war, dass es wichtig sei, die Preisgestaltung des Festivals inklusiver zu gestalten.

Es wurden drei Vorschläge unterbreitet: das klassische „Frühbucher-/Regulär-/Spätbucher“-System, der Vorschlag eines „À-la-carte-Festivals“ (Grundpreis und zusätzliche Kosten für jede individuell ausgewählte Veranstaltung) sowie der Vorschlag eines „freien und bewussten Preises“. Keiner dieser Vorschläge fand die uneingeschränkte Unterstützung des Vorstands.

Wir haben uns schließlich für den „Frühbucher/Regulär/Spätbucher“-Vorschlag entschieden, aber verschiedene Lösungen eingeführt, um die Anmeldung der Delegierten zu erleichtern, wie beispielsweise die Möglichkeit, in drei monatlichen Raten zu zahlen, oder die Beantragung des Solidaritätsfonds (eine Neuerung für unsere Ausgabe des Festivals).

Wie bei den Chören orientierte sich unsere Preispolitik an „Various Voices Munich 2018“. Dieser Vergleich zeigt, dass unsere Preise leicht unter der Inflationsrate lagen (Preisentwicklung der letzten 8 Jahre).

Munich registration fees for delegates		Munich fees actualised with inflation	Brussels fees
Early rate	160 €	201 €	190 €
Regular rate	190 €	239 €	240 €
* inflation sept-16/sept-24 = 25,7%			

Es gab weniger technische Probleme und Fragen seitens der Delegierten, als unser Team befürchtet hatte. Der Schwerpunkt der Fragen betraf die Anmeldung von Partnern und Freunden, die sich als Delegierte anmelden mussten.

Zahlungsabwicklung

Für die Zahlungsabwicklung auf der Integra-Plattform führte das Festivalteam eine Marktanalyse durch, um den kostengünstigsten Anbieter zu ermitteln. Wir entschieden uns für Stripe, da diese Zahlungslösung niedrigere Gebühren als PayPal bietet und zudem einen effizienten und reaktionsschnellen technischen Support gewährleistet. Die Budgetschätzungen für die Brutto- und Netto-Anmeldeeinnahmen basierten auf den Kosten von Stripe. Chöre und Teilnehmer sollten daher Stripe mit ihrer Kredit- oder Debitkarte nutzen.

Die Stripe-Kosten variieren je nach Ausstellungsland der Kredit- bzw. Debitkarte. Bei der Budgetplanung haben wir die Stripe-Kosten in die Tarife für Chöre und Delegierte einbezogen, basierend auf den in Legato vertretenen Ländern, und uns dafür entschieden, Chören und Delegierten unabhängig von ihrem Herkunftsland denselben Preis anzubieten. Da die Legato-Daten nicht immer der Realität entsprechen, entstanden uns höhere Kosten, insbesondere aufgrund der überproportionalen Vertretung von Chören und Delegierten aus dem Vereinigten Königreich sowie großer Chöre aus den Vereinigten Staaten.

Land	Kartentyp	Stripe-Gebühr	Währung Umrechnungsgebühren

Europäischer Wirtschaftsraum: Belgien, Bulgarien, Kroatien, Zypern, Tschechische Republik, Dänemark, Estland, Finnland, Frankreich, Deutschland, Griechenland, Ungarn, Island, Irland, Italien, Lettland, Liechtenstein, Litauen, Luxemburg, Malta, Niederlande, Norwegen, Polen, Portugal, Rumänien, Slowakei, Slowenien, Spanien, Schweden.	Standard	1,5 % + 0,25 €	2 %
	Premium	1,9 % + 0,25 €	2 %
Vereinigtes Königreich	Standard	2,5 % + 0,25 €	2 %
Andere Länder	Standard	3,25 % + 0,25 €	2 %

Auf Wunsch einiger Chöre haben wir im Oktober 2024 damit begonnen, die Zahlung per SEPA-Lastschrift zu testen. Der größte Nachteil ist die Verzögerung. Es dauerte etwa zehn Tage vom Zeitpunkt der Zahlung bis zur Verbuchung in Integra und dem Eingang auf unserem Konto. Der größte Vorteil sind die Kosten. Die Transaktions- und Umrechnungskosten sind sowohl für den Chor bzw. die Teilnehmer als auch für das Festival deutlich geringer als bei Kredit- oder Debitkarten.

Wir haben Chöre und Teilnehmer aus SEPA-Ländern dazu ermutigt, diese Zahlungslösung zu nutzen, die insbesondere für diejenigen aus europäischen Ländern interessant ist, deren Währung nicht der Euro ist, da durch SEPA die Währungsumrechnungskosten im Vergleich zu Kreditkartentransaktionen reduziert werden. Personen aus allen Ländern des Europäischen Wirtschaftsraums und dem Vereinigten Königreich können per SEPA bezahlen, auch wenn sie eine andere Währung als den Euro haben, was zu einer erheblichen Senkung der Stripe-Kosten führt. Bitte beachten Sie, dass das System nicht mit den USA funktioniert und dass wir einige Probleme mit Zahlungen aus bestimmten Ländern hatten (insbesondere aus Polen und dem Vereinigten Königreich).

Wir haben uns auch kommerzielle Lösungen für Ratenzahlungen angesehen, um den Teilnehmern die Möglichkeit zu geben, die Zahlung der Anmeldegebühr zu strecken und so die Kosten für das Festival zu senken. Wir haben festgestellt, dass diese Lösungen übermäßig kostspielig sind. Letztendlich haben wir uns für die „Abonnement"-Option von Stripe entschieden, die so angepasst werden kann, dass Ratenzahlungen möglich sind. Diese Zahlungsmethode war für Teilnehmer in Not hilfreich, erforderte jedoch viel manuellen Aufwand, da es nicht möglich war, INtegra für die Abwicklung dieser Zahlungen anzupassen. **239** Teilnehmer nutzten diese Option.

Diese Informationen sind zwar technischer Natur, aber für zukünftige Organisationsteams wichtig. Es ist unerlässlich, die Transaktionskosten, die sehr hoch sein können, in Ihre Budgetprognosen einzubeziehen. Wenn beispielsweise ein amerikanischer Chor 900 € für seine Anmeldung plus 18 € Wechselkursgebühr zahlt, behält Stripe 30 € ein, und das Festival erhält nur 870 €. Wir raten dem nächsten Organisationsteam, die Möglichkeit in Betracht zu ziehen, die Tarife für Chöre und Teilnehmer je nach Herkunftsland festzulegen, um die Kosten für die Transaktionsgebühren genau auszugleichen.

Stornierungen

Eine der ersten Aufgaben unseres Organisationsteams bestand darin, die Allgemeinen Geschäftsbedingungen des Festivals auszuarbeiten. Dieses Verwaltungsdokument legt unter anderem fest, was im Falle einer Absage des Festivals oder im Falle eines Rücktritts eines Chors oder Teilnehmers vom Festival geschieht. In diesem Dokument wurde zudem festgelegt, dass die Übertragung von Anmeldungen von einem Teilnehmer auf einen anderen untersagt ist – eine Maßnahme, die uns sowohl von den Gala-Chören als auch von früheren Organisationsteams empfohlen wurde, um den Datenschutz zu gewährleisten und die Nachverfolgbarkeit der Anmeldungen auf der Plattform sicherzustellen.

Bei der Ausarbeitung dieser Allgemeinen Geschäftsbedingungen, die von allen Chören und Teilnehmern bei der Anmeldung unterzeichnet wurden, orientierten wir uns an den Allgemeinen Geschäftsbedingungen von München und Bologna sowie an einer Vorlage, die uns von MCI, dem professionellen Kongressveranstalter, mit dem wir zu Beginn des Projekts zusammengearbeitet hatten, zur Verfügung gestellt wurde.

Alle Chöre, die ihre Teilnahme stornierten (14), erhielten eine Rückerstattung gemäß diesen Allgemeinen Geschäftsbedingungen (75 % der Anmeldegebühr bei Stornierungen vor dem 31. Dezember 2024, 50 % vor dem 31. Dezember 2025, keine Rückerstattung ab dem 1. Januar 2026).

Auch alle Teilnehmer, die ihre Teilnahme stornierten, erhielten eine Rückerstattung gemäß diesen Allgemeinen Geschäftsbedingungen (75 % der Anmeldegebühr bei Stornierungen vor dem 30. Juni, 50 % vor dem 31. März 2026, keine Rückerstattung ab dem 1. April 2026). Eine Minderheit von ihnen entschied sich dafür, den erstatteten Betrag an den Solidaritätsfonds des Festivals zu spenden.

Wir verzeichneten **233** Stornierungen. Diese hohe Zahl kam für unser Team überraschend. Die Auswirkungen auf das Festivalbudget sind beträchtlich. Die Gründe für die Stornierung sind vielfältig (finanzielle Gründe, gesundheitliche Gründe, Austritt aus einem Chor usw.). Im Allgemeinen verliefen diese Stornierungsvorgänge sehr reibungslos. Wir haben stets auf die strikte Einhaltung unserer Allgemeinen Geschäftsbedingungen geachtet, selbst in den seltenen Fällen, in denen es zu Streitigkeiten kam (Missverständnisse bezüglich des Verbots der Übertragung der Anmeldung auf eine andere Person, Streitigkeiten über den Prozentsatz der vom Festival einbehaltenen Anmeldegebühren, Beschwerden einiger weniger Personen, die sich vor dem 30. Juni angemeldet, ihre Anmeldegebühren jedoch nicht bezahlt hatten und deren Gebühren daher auf den regulären Tarif angepasst wurden). Nach dem 31. März 2026 waren keine weiteren Rückerstattungen mehr möglich. Wir erhielten einige Beschwerden diesbezüglich, doch dies war für das Festivalbudget von entscheidender Bedeutung, da es mit dem Herannahen des Festivals Stabilität benötigte.

Um endlose Debatten über Einzelfälle zu vermeiden, in denen eine Rückerstattung gerechtfertigt sein könnte oder auch nicht, können wir zukünftigen Organisationsteams nur empfehlen, bei der Ausarbeitung ihrer eigenen Allgemeinen Geschäftsbedingungen größte Sorgfalt walten zu lassen.

Rahmenprogramm

Legato stellt dem Organisationsteam jedes Festivals eine Liste der Länder zur Verfügung, die für das sogenannte „Förderprogramm“ von Legato in Frage kommen. Das Förderprogramm unterscheidet drei Ländergruppen. Länder der Gruppe 3 erhalten volle Unterstützung (kostenlose Anmeldung für den Chor und die Delegierten, Übernahme der Kosten für Anreise, Unterkunft und Verpflegung). In Brüssel kam nur der ukrainische Chor dafür in Frage. Länder der Gruppe 2 erhalten teilweise Unterstützung (ermäßigte Anmeldegebühr für den Chor und die Delegierten). In Brüssel waren die Chöre aus Polen, Estland und der Tschechischen Republik förderberechtigt. Länder der Gruppe 1 erhalten keine Unterstützung.

Zur Festlegung der Liste der für das Förderprogramm in Frage kommenden Länder stützt sich Legato auf den Rainbow-Index und den Human Development Index. Wir erkennen die Relevanz dieser Indizes für die Entwicklung eines finanziellen Förderprogramms nicht an, da keiner von beiden die Faktoren berücksichtigt, die die finanzielle Leistungsfähigkeit von Chören und Delegierten bestimmen. Dabei handelt es sich um Indikatoren wie Lebenshaltungskosten, Kaufkraft, Arbeitslosenquote oder Durchschnittsgehälter. So schneidet Spanien beispielsweise in den beiden von Legato verwendeten Indizes gut ab, weist jedoch die höchste Arbeitslosenquote in der Europäischen Union auf.

Aufgrund von Beschwerden spanischer und italienischer Chöre sowie nach der Absage – aus finanziellen Gründen – des einzigen slowenischen Chors, der sich angemeldet hatte, haben wir beschlossen, eine detaillierte finanzielle Analyse durchzuführen.

In der folgenden Tabelle haben wir den Preis für den „Delegate Early“-Tarif (190 €) entsprechend dem Preisniveauindex der jeweiligen Länder angepasst[1] . Es zeigt sich, dass die Teilnahme am Festival für einen spanischen Teilnehmer nach Anwendung der Ermäßigungen aus dem Förderprogramm doppelt so viel kostet wie für einen estnischen Teilnehmer. Die gelb markierten Länder sind diejenigen, die derzeit vom Förderprogramm profitieren. Dies scheint darauf hinzudeuten, dass einige Länder (Italien, Spanien und Slowenien) dringend Unterstützung benötigen.

	Korrigiert um den Preisniveauindex
Estland	**101**
Schweiz	**103**
Portugal	**111**

[1] Unter Verwendung des Eurostat-Datensatzes „Kaufkraftparitäten (KKP), Preisniveauindizes und reale Ausgaben für ESA-2010-Aggregate“ [prc_ppp_ind]

Island	**113**
Tschechien	**115**
Vereinigte Staaten	**128**
Irland	**131**
Kroatien	**132**
Dänemark	**133**
Norwegen	**140**
Vereinigtes Königreich	**144**
Finnland	**149**
Polen	**150**
Niederlande	**155**
Schweden	**156**
Belgien	**160**
Österreich	**161**
Deutschland	**173**
Frankreich	**177**
Italien	**191**
Spanien	**202**
Slowenien	**209**

Wir haben zudem die Kosten für die Teilnahme am Festival im Verhältnis zum bereinigten verfügbaren Einkommen bewertet[2] . Auch hier lässt sich erkennen, dass die Teilnahme am Festival für italienische, spanische und slowenische Teilnehmer mit deutlich höheren Kosten verbunden ist. Mit Ausnahme von Portugal würden die anderen Länder, die derzeit am Förderprogramm teilnehmen, eine stärkere Unterstützung benötigen.

	% des bereinigten verfügbaren Einkommens
Norwegen	4,12 %
Schweiz	4,43 %
Dänemark	5,81 %
Schweden	5,93 %
Portugal	6,11 %
Irland	6,58 %
Deutschland	6,62 %
Finnland	6,75 %
Niederlande	6,79 %
Belgien	7,00 %
Frankreich	7,05 %
Österreich	7,12 %
Tschechien	7,55 %
Estland	8,61 %
Kroatien	8,83 %
Italien	8,93 %
Polen	9,31 %
Spanien	10,35 %
Slowenien	11,66 %

[2] Unter Verwendung des Eurostat-Datensatzes „Nichtfinanzielle Transaktionen – Jahresdaten“ [nasa_10_nf_tr]

Auch wenn wir nur wenige direkte Rückmeldungen zu unserer Preispolitik erhalten haben, haben wir den Eindruck, dass mehrere Chöre und Delegierte die Preise für das Brüsseler Festival als zu hoch empfanden. Diese Einschätzung sollte im Zusammenhang mit den oben genannten Zahlen gesehen werden, aus denen hervorgeht, dass sich die Kosten für die Anmeldung zum Festival je nach Wohnsitzland unterschiedlich stark auf das persönliche Budget auswirken.

Wir sprechen daher folgende Empfehlungen an Legato aus:

- Legato sollte die betroffenen Chöre proaktiv über etwaige Änderungen an der Liste der Länder informieren, die für das Förderprogramm in Frage kommen. Diese Liste wird von Legato erstellt, nicht von den Festivalveranstaltern. Dadurch lassen sich Missverständnisse vermeiden und den Chören bereits vor Beginn des Anmeldeverfahrens klare Informationen zur Verfügung stellen.
- Angesichts der Anzahl der Absagen und der Chöre, die sich nicht angemeldet haben, scheint das Legato-Förderprogramm nicht an die Realität der Chöre angepasst zu sein. Einige der Chöre in Gruppe 1 verfügen über sehr kleine Budgets, entweder weil sie erst seit kurzer Zeit bestehen oder weil sie ein queeres Publikum mit begrenzten finanziellen Mitteln ansprechen. Andere Chöre sehen sich aufgrund der Entfernung mit enormen Reisekosten zum Festival konfrontiert. Parallel zum Solidaritätsfonds, den unser Verband für das Brüsseler Festival eingerichtet hat, um Teilnehmer der Gruppe 1 finanziell zu unterstützen, halten wir es für sinnvoll, einen internen Legato-Solidaritätsfonds einzurichten, um Chöre der Gruppe 1 finanziell zu unterstützen, die sich die Anmeldegebühren nicht leisten können. Dies würde die Vielfalt des Festivals erheblich fördern.
- Auf der Grundlage der obigen Tabellen laden wir den Legato-Vorstand ein, die Indizes, auf denen das Förderprogramm basiert, neu zu bewerten. Die Indizes müssen die Faktoren berücksichtigen, die die finanzielle Leistungsfähigkeit von Chören und Delegierten bestimmen, um die Liste der förderfähigen Länder festzulegen.
- Legato sollte eine aktivere Rolle im Förderprogramm spielen, indem es Mittel beschafft, um das Programm im Allgemeinen zu finanzieren und insbesondere spezifischen Anforderungen gerecht zu werden. Es erscheint sehr wichtig, die Vielfalt der Teilnehmer zu erhöhen.

Schließlich gingen bei uns Anträge auf Unterstützung von asiatischen Chören und einem mexikanischen Chor ein (zur Übernahme der Transportkosten und/oder zur Ermäßigung der Anmeldegebühren). Es ist wichtig, sich vor Augen zu halten, dass das Festival vollständig eigenfinanziert ist. Es ist finanziell unmöglich, diesen Chören die beantragte Unterstützung zu gewähren, ohne die Organisation des Festivals zu gefährden. Das Budget des Förderprogramms (das vollständig aus den Anmeldegebühren der Chöre und Delegierten finanziert wird) deckt die gesamten Reisekosten der Chöre aus Gruppe 3 ab. In dieser Gruppe sind keine außereuropäischen Länder vertreten. Wir haben diese anderen Chöre über die Existenz des Solidaritätsfonds (siehe unten) informiert und sie dazu eingeladen, eigene Spendenaktionen zu organisieren, um ihre Reisekosten zu senken.

Es obliegt zudem dem Legato-Vorstand, unter Berücksichtigung der Auswirkungen auf das Budget künftiger Festivals zu entscheiden, ob das Förderprogramm auf Länder außerhalb Europas ausgeweitet werden soll oder nicht.

Solidaritätsfonds

Das Legato-Förderprogramm berücksichtigt lediglich Unterschiede zwischen Ländern. Wir wissen jedoch, dass es große Unterschiede in der finanziellen Leistungsfähigkeit zwischen Regionen und insbesondere zwischen sozialen Gruppen und Einzelpersonen gibt.

Um diesen zahlreichen Schwierigkeiten Rechnung zu tragen, wurde zum ersten Mal in der Geschichte von „Various Voices“ ein Solidaritätsfonds eingerichtet, um die Anmeldegebühren für Teilnehmer der Gruppe 1 zu senken, die sich in finanziellen Schwierigkeiten befinden.

Dieser Solidaritätsfonds war eine Initiative unseres Brüsseler Teams, das die finanzielle Inklusion der Veranstaltung in den Mittelpunkt seiner Arbeit stellte. Er wurde durch Spenden von Chören, Teilnehmenden und Zuschauern beim Kauf von Eintrittskarten sowie durch Spendenaktionen finanziert.

Bei der Anmeldung, als die Tarife angezeigt wurden, wurde den Delegierten die Möglichkeit geboten, den Solidaritätsfonds in Anspruch zu nehmen, falls die Höhe der Anmeldegebühr für sie ein Hindernis darstellte. In diesem Fall wurde der Delegierte gebeten, einen ermäßigten Tarif zu zahlen (gleicher Preis wie für die Delegierten der Gruppe 2). Unser Ziel war es, jedem Delegierten die gleiche Unterstützung zu gewähren, bis zu einem Höchstbetrag von 95 €.

Dieses Ziel haben wir erreicht: Wir konnten die **225** Delegierten unterstützen, die einen Antrag gestellt hatten (5,6 % der Delegierten). Der Gesamtbetrag der Unterstützung belief sich auf 21.375 €. Da der Solidaritätsfonds 29.837 € eingebracht hatte, wurde der Überschuss (8.462 €) zur Finanzierung von Verbesserungen der Barrierefreiheit verwendet (siehe Kapitel „Barrierefreiheit“).

Dieser Betrag stammt hauptsächlich aus der Großzügigkeit der Delegierten. Jeder fünfte Delegierte leistete eine Spende in Höhe von durchschnittlich 22 €. Ihre Spenden machen 57 % der Einnahmen des Solidaritätsfonds aus. Die Spendenveranstaltung „Brussels In Harmony“, die im März 2026 mit den vier in Brüssel ansässigen LGBTQI+-Chören stattfand, brachte 23 % der Einnahmen des Solidaritätsfonds ein. Der Rest stammt hauptsächlich aus Spenden der Chöre.

Es ist anzumerken, dass die italienischen und spanischen Delegierten, gemessen am prozentualen Anteil an der Gesamtzahl der Delegierten aus diesen Ländern, am dringendsten auf die Unterstützung durch den Solidaritätsfonds angewiesen waren. 34 % der italienischen Delegierten und 31 % der spanischen Delegierten baten um Hilfe, was bestätigt, dass diese beiden Länder in das Förderprogramm aufgenommen werden sollten.

Angesichts des Erfolgs dieser Initiative können wir die zukünftigen Organisationsteams nur ermutigen, einen eigenen Solidaritätsfonds einzurichten.

Unterkunft

Die Suche nach Unterkünften für Festivalbesucher gehörte nicht zum Aufgabenbereich unseres Organisationsteams. Da wir uns jedoch bewusst waren, dass die Kosten für die Unterkunft ein Hindernis für die Teilnahme am Festival darstellen könnten, versuchten wir, Lösungen in Form von zwei Optionen anzubieten: erschwingliche Unterkünfte für unsere Festivalbesucher und Unterkünfte in Gastfamilien.

Im Jahr 2024 schlossen wir eine Partnerschaft mit dem Brussels Booking Desk (BBD) ab, der versuchsweise eine Hotelbuchungsplattform für das „Rendez-vous à Bruxelles“ eingerichtet hatte. BBD richtete eine größere Plattform für das Festival ein, um Einzel- oder Gruppenbuchungen zu günstigen Tarifen zu ermöglichen. Diese Auswahl an Hotels war jedoch für die meisten unserer Festivalbesucher nach wie vor zu teuer, sodass sie oft selbst nach günstigeren Angeboten suchten oder direkt mit den Hotels verhandelten.

Die Bewertung durch den BBD, der eher mit der Organisation von Veranstaltungen im Konferenzstil vertraut ist, fällt dennoch positiv aus: Über die Plattform gingen **170** Buchungen ein, mit einer durchschnittlichen Aufenthaltsdauer von 4 Nächten und einem Durchschnittspreis von 196 € (inklusive Frühstück). Alle gebuchten Hotels lagen innerhalb von 5 Gehminuten vom Bozar entfernt. Der BBD erhielt viele Gruppenanfragen, diese betrafen jedoch hauptsächlich Jugendherbergen, mit denen die Plattform nicht zusammenarbeitet.

Gleichzeitig beschlossen wir, Unterkünfte in Gastfamilien anzubieten, wobei wir den Mitgliedern des ukrainischen Chors Vorrang einräumten, gefolgt von den Teilnehmern der Chöre der Legato-Gruppe 2 und schließlich den übrigen Mitgliedern. Wir waren zuversichtlich, eine ausreichende Anzahl von Gastfamilien finden zu können.

Dies erwies sich letztendlich als viel schwieriger als erwartet. Wir hatten zweifellos die Dauer des Festivals (vier Nächte) und die Verfügbarkeit von Zimmern in einer Großstadt unterschätzt, in der die meisten Menschen in kleinen Wohnungen leben. Wir hatten stark auf die Unterstützung des Brüsseler Netzwerks von LGBTQI+-Organisationen gesetzt, das sich leider als sehr wenig hilfreich erwies (unsere Aufrufe nach Freiwilligen wurden kaum weiterverbreitet). Letztendlich schlossen wir die Anmeldefrist für Unterkünfte im Dezember 2024 ab; zu diesem Zeitpunkt lagen uns fast 50 Bewerbungen vor, während nur etwa 20 Gastgeber zur Verfügung standen.

Die Vermittlung von Gästen an Gastgeber erwies sich dann angesichts der Vielzahl spezifischer Wünsche (Allergien gegen Haustiere, Barrierefreiheit, der Wunsch, ein Zimmer mit einer bestimmten Person zu teilen oder umgekehrt, kein Zimmer zu teilen) als besonders schwierig. Während wir diesen Vermittlungsprozess durchliefen, stellten wir fest, dass viele Festivalbesucher inzwischen selbst eine Unterkunft gefunden hatten. Einige antworteten gar nicht auf unsere erste

Kontaktaufnahme. Nachdem die Vermittlung abgeschlossen war, sagten einige Festivalbesucher ab, weil die Unterkunft zu weit vom Stadtzentrum entfernt war, oder entschieden sich, ein Hotelzimmer zu mieten, ohne den Gastgeber darüber zu informieren. In letzter Minute mussten wir eine Unterkunft an jemanden neu vergeben, dessen Gastgeber ihm Nachrichten mit sexuellen Anspielungen geschickt hatte...

Letztendlich steht der Zeitaufwand für die Verwaltung dieser Unterkünfte in umgekehrtem Verhältnis zu ihrem Nutzen für das Festival, da am Ende tatsächlich nur 29 Personen untergebracht wurden.

Auch wenn dies für die Begünstigten natürlich von Vorteil ist, möchten wir das nächste Organisationsteam dringend dazu auffordern, die Organisation von Privatunterkünften noch einmal gründlich zu überdenken, da die Suche und Vergabe von Unterkünften mit einem erheblichen Zeit- und Arbeitsaufwand verbunden ist. In den Ländern, in denen dies möglich ist, empfehlen wir die Zusammenarbeit mit einer Gastgewerbeorganisation. In einigen Ländern (vor allem in englischsprachigen) stehen oft Unterkünfte an Universitäten zur Verfügung. In Belgien ist dies nicht der Fall.

Transport

Im Herbst 2025 haben wir eine Partnerschaft mit Eurostar vereinbart. Der „Conference"-Tarif stand Festivalbesuchern zur Verfügung, deren Daten vom Festivalteam manuell auf der Eurostar-Website eingegeben werden mussten. 762 Personen füllten das dafür vorgesehene Formular aus, und 360 buchten tatsächlich über die Eurostar-Website. Der „Conference"-Tarif war rund um die Festivaltermine verfügbar. Trotz unserer Anfragen erhielten wir von Eurostar keine Statistiken zur Anzahl der getätigten Buchungen.

Außerdem gingen wir eine Partnerschaft mit der Lufthansa-Gruppe ein, zu der auch Brussels Airlines gehört. Ab Mitte Juli 2025 stand den Teilnehmern eine Buchungsplattform mit vergünstigten Flügen zur Verfügung. Diese wurde nicht vom Festivalteam betrieben. Für Festivalbesucher galten rund um die Festivaltermine ermäßigte Preise. Trotz unserer Anfragen hat uns Lufthansa keine Zahlen zur Anzahl der getätigten Buchungen zur Verfügung gestellt.

Festivalorte

Veranstaltungsorte in Innenräumen

Von Beginn des Projekts an wollten wir das Festival im Brüsseler Stadtzentrum veranstalten, um den Festivalbesuchern die Fortbewegung zu erleichtern und sicherzustellen, dass die Stadt von den wirtschaftlichen Auswirkungen des Festivals profitiert.

In unserem Angebot schlugen wir vor, das Festival im Square Meeting Centre und im Bozar abzuhalten. Das Square Meeting Centre ist jenes große, quadratische Gebäude mit Glasfassade, das Sie zweifellos auf dem Mont des Arts entdeckt

haben – nur einen Steinwurf vom Bozar entfernt, mit dem es durch einen Tunnel verbunden ist.

Das Bozar verfügt über zwei große Konzertsäle. Das Square verfügt über drei Konferenzräume und eine Vielzahl kleinerer Räume, die als Garderoben, Besprechungsräume oder Proberäume hätten genutzt werden können. Im Inneren stand zudem ein großer Raum zur Verfügung, um das Festival-Dorf und die Abendveranstaltungen zu beherbergen. Diese Lösung, die hinsichtlich der Erreichbarkeit und der zentralen Lage der Veranstaltung am praktischsten war, erschien uns auf der Grundlage der Angebote, die wir bei der Einreichung unseres Angebots erhalten hatten, finanziell tragbar. Wir besuchten das „Square“ mehrmals und knüpften hervorragende Kontakte zu den Verantwortlichen.

Umso größer war daher unser Schock, als wir im Januar 2024 die überarbeiteten Angebote erhielten, die Sicherheitskosten, Personalkosten und andere damit verbundene Ausgaben enthielten, die uns ursprünglich nicht offengelegt worden waren. Die Kosten für das „Square“ (468.000 Euro) waren mehr als doppelt so hoch wie die für das Bozar (200.000 Euro). Die Gesamtkosten machten mehr als 50 % des Gesamtbudgets des Festivals aus.

Gleichzeitig warnte uns unsere musikalische Leiterin Emily Allison, die den Veranstaltungsort besichtigt hatte, dass es sich bei den Räumen im „Square“ um Konferenzräume und nicht um Konzertsäle handele. Sie seien für Konzerte ungeeignet, schon gar nicht für Chorkonzerte. Es bestand ein hohes Risiko, dass die technischen Kosten für die Ausstattung dieser Räume unerschwinglich hoch ausfallen würden, ohne dass ein optimales Erlebnis für die Chöre garantiert wäre.

Darauf folgte ein Rückschlag an einer anderen Front. Im Dezember 2023 lehnte die Europäische Union einen Förderantrag ab, den wir wochenlang vorbereitet hatten. Es ging um eine große Summe (400.000 €) zur Finanzierung eines Projekts zur Entwicklung eines Instruments zur Sensibilisierung für LGBTQI+-Inklusion in europäischen Chören, in Zusammenarbeit mit Legato und RainbowHouse Brüssel. Diese Förderung sollte zudem einen Teil der Festivalveranstaltungen (insbesondere die große Freiluftbühne für die Show „Let your heart be heard“) sowie eine Stelle beim RainbowHouse zur Unterstützung der Festivalvorbereitungen finanzieren. Dieser herbe Rückschlag veranlasste uns, unser Budget und unsere Förderprognosen zu überdenken.

Deshalb haben wir uns entschlossen, nach Alternativen zu suchen, wobei wir unser Ziel beibehalten haben, das Festival im Stadtzentrum an barrierefreien Veranstaltungsorten abzuhalten.

Nachdem wir fast 20 verschiedene Veranstaltungsorte kontaktiert oder besucht hatten, fiel die Wahl schließlich auf das Bozar (Salle Henry Le Boeuf – 1.800 Plätze und Salle M – 465 Plätze), den Cirque Royal (1.700 Plätze), die Madeleine (740 Plätze) und das Auditorium 490 (Königliche Museen der Schönen Künste, 490 Plätze). Außerdem haben wir die Anmietung des Nachtclubs C12 unterhalb des Hauptbahnhofs genehmigt, um dort die Partys zu veranstalten.

Dies führte zwar zu einer Erhöhung der Anzahl der Veranstaltungsorte, hatte jedoch den Vorteil, dass das Festival im Stadtzentrum blieb, und zwar an Orten, die innerhalb weniger Minuten leicht zu erreichen waren. Gleichzeitig haben wir auch grundsätzlich beschlossen, die 30-minütigen Konzerte an vier statt an fünf Veranstaltungsorten zu organisieren, um unsere Kosten zu senken und den Effekt „leerer Veranstaltungsorte“ zu vermeiden, da nicht alle Festivalbesucher alle Konzerte besuchen. Dadurch sanken auch die Gesamtkosten für die Veranstaltungsorte auf rund 300.000 €, was der Hälfte der Kosten entspricht, die uns die Anmietung von Square und Bozar gekostet hätte.

Wir unterzeichneten alle Verträge zwischen Juni und November 2024. Angesichts der Schwierigkeit, das Festival vorzufinanzieren – da wir zu diesem Zeitpunkt noch nicht wussten, wie schnell sich die Chöre anmelden würden –, haben wir die folgende finanzielle Vereinbarung ausgehandelt und erzielt, um die Zahlungen zu strecken und das Festivalbudget unter Kontrolle zu halten: 10 % bei Vertragsunterzeichnung, 15 % im Januar 2025, 25 % im Juni 2025 und 50 % im Mai 2026.

Im März 2025 beschlossen wir auf Wunsch der künstlerischen und technischen Leiter des Festivals, diese Veranstaltungsorte für einen zusätzlichen Tag (D-1) zu mieten, um die technische Ausrüstung aufzubauen. Diese Investition, die für den Komfort unserer Teams und Chöre gleichermaßen notwendig war, belastete natürlich das Festivalbudget und wurde durch die Aufwärtskorrektur unserer Prognosen für die Teilnehmeranmeldungen (von 3.500 auf 4.000) ermöglicht.

Schließlich mieteten wir mehrere kleine Räume im RainbowHouse in Brüssel sowie den üblichen Probenraum von Sing Out Brussels. Diese Räume standen Chören zur Verfügung, die während des Festivals Proben abhalten wollten.

Veranstaltungsorte im Freien und Ausweichpläne

Unser Bewerbungskonzept sah auch die Organisation mehrerer Open-Air-Konzerte vor, insbesondere im Europaviertel oder auf der Grand-Place. Da wir für diese Projekte keine Genehmigung erhalten konnten, verlagerten wir unseren Fokus auf die Place de l’Albertine am Fuße des „ “ Mont des Arts, wo jedes Jahr die Bühne der Brussels Pride aufgebaut wird. Der Platz liegt in der Nähe des Bozar und der anderen Festivalorte.

Das Ziel war es, dort am Freitag die Show „Royalties“ und am Samstag die Show „Let Your Heart Be Heard“ aufzuführen, wobei der Donnerstag für den Aufbau vorgesehen war. Da kein Veranstaltungsort im Zentrum von Brüssel groß genug ist, um 4.000 Menschen Platz zu bieten, hielten wir es für eine gute Idee, alle Festivalbesucher vor dieser Open-Air-Bühne zusammenzubringen.

Für dieses Projekt haben wir angesichts seiner Bedeutung für die Sichtbarkeit des Festivals in der Stadt mit „visit.brussels“ zusammengearbeitet, das für die Förderung des Tourismus in Brüssel zuständig ist. Ende Juni 2024 bestätigte „visit.brussels“, dass der Freiluftstandort nun unter Vorbehalt der Stadt stand. Unser künstlerischer Leiter Simon Paco nahm Kontakt mit dem Team von visit.brussels und dessen technischem Berater Step in Live auf, um alle unsere technischen Anforderungen zu definieren. Leider ließ dieser Berater lange auf die

Übermittlung von Angeboten warten. Trotz unserer mehr als einjährigen Nachhaken erhielten wir erst Anfang Juni 2025 ein Angebot.

Wir hatten 200.000 € für die Freiluftbühne am Mont des Arts veranschlagt. Der Preis, den wir erhielten, lag bei fast 300.000 €, was hauptsächlich auf die explodierenden Sicherheitskosten zurückzuführen war (ein Drittel dieser Kosten). Selbst wenn wir die Freiluftbühne auf nur einen statt zwei Tage beschränkten, war der Preis immer noch unerschwinglich, zumal in diesem Budget eine Reihe von Nebenkosten nicht berücksichtigt war. Wir haben daher die schwierige Entscheidung getroffen, das Projekt der Freiluftbühne aufzugeben.

Da das Festival nun weniger als ein Jahr entfernt ist, mussten wir schnell Plan B in die Tat umsetzen. Wir beschlossen, die für Freitag, den 26. Juni, auf der Freiluftbühne geplante Show in den Cirque Royal zu verlegen, wo eine Doppelvorstellung stattfinden sollte, und La Madeleine einen weiteren Tag (Freitag) zu mieten, um dort anstelle des Cirque Royal 30-minütige Konzerte zu veranstalten. Die für Samstag, den 27. Juni, geplante Veranstaltung haben wir in die ING Arena verlegt, die größte Konzerthalle in Brüssel. Der Veranstaltungsort liegt zwar weit vom Stadtzentrum entfernt, aber wir dachten, er könnte für die Festivalbesucher attraktiv sein, da er nur einen Steinwurf vom Atomium entfernt ist – einem der symbolträchtigsten Denkmäler unserer Stadt – und weil wir uns an die schöne Erfahrung der Konzerte rund um einen See außerhalb der Stadt beim „Various Voices Munich 2018“ erinnerten. Die Veranstaltung am Samstag war die einzige, bei der es möglich war, alle Festivalbesucher zur gleichen Zeit an einem Ort zusammenzubringen. Im Juli 2025 unterzeichneten wir den Vertrag und zahlten die gesamte Mietgebühr für die ING Arena. Letztendlich beliefen sich die Gesamtkosten für die Veranstaltungsorte auf 387.000 Euro, während die Gesamtkosten für die Anmietung von Square, Bozar und der Freiluftbühne fast eine Million Euro betragen hätten! Wir hätten dies nicht finanzieren können, ohne die Anmeldegebühren für die Festivalbesucher erheblich zu erhöhen.

Dieser Veranstaltungsort sparte uns nicht nur Geld, sondern nahm uns auch einige Sorgen ab: Die Barrierefreiheit war gewährleistet (Sitzplätze, was im Freien nicht möglich gewesen wäre), die Wetterrisiken waren begrenzt und es war möglich, Eintrittskarten an die Öffentlichkeit zu verkaufen – was für uns entscheidend war und im Freien ungewiss gewesen wäre, da wir nicht wussten, ob die Stadt Brüssel uns die Genehmigung erteilen würde, den öffentlichen Raum für die Organisation einer kostenpflichtigen Veranstaltung zu privatisieren. Angesichts der Umstände, unter denen das Festival stattfand, war diese Entscheidung eindeutig die beste, denn jede Veranstaltung im Freien hätte aufgrund des an diesem Tag aufziehenden Sturms automatisch abgesagt werden müssen.

Da das „Square“-Projekt gestrichen worden war, suchten wir auch nach einem alternativen Standort für das „Village“. Unsere erste Wahl war die Place du Musée (der große Parkplatz vor dem Auditorium 490). Wie bei der Freiluftbühne lagen die von visit.brussels und Step in Live vorgeschlagenen Kosten mehr als dreimal so hoch wie von uns geplant (70.000 € statt 20.000 €). Wir haben nach Alternativen zum geplanten Standort gesucht, um unsere Kosten zu senken. Visit.brussels bot schließlich an, das Village auf seinem Gelände unterzubringen, indem es uns den Cour d’honneur, die Salle des Guichets und verschiedene andere Räume zur Unterbringung unserer Freiwilligen und des Festivalbüros zur Verfügung stellte. Diese Lösung hatte den Vorteil, dass sie zentral in Bezug auf die Festivalorte lag

und hinsichtlich der Sicherheit deutlich kostengünstiger war, da das Village nachts, wenn das Tor zum Cour d'honneur geschlossen ist, nicht bewacht werden musste. Dadurch sanken die Kosten für das Village auf 40.000 €.

Wir möchten den zukünftigen Organisationsteams mitteilen, dass diese Entscheidungen nicht leicht zu treffen waren. Sie zeigen, dass zwischen unseren Träumen und der Realität eine erhebliche Kluft besteht. Sie verursachten viel Stress und Unsicherheit hinsichtlich der besten Vorgehensweise. Dennoch blieben wir unserem ursprünglichen Ziel treu: zentrale Veranstaltungsorte und kontrollierte Kosten. Man muss in der Lage sein, sich anzupassen, Entscheidungen zu treffen und dabei die Interessen der Festivalbesucher in den Vordergrund zu stellen sowie zu den getroffenen Entscheidungen zu stehen.

Das Projekt „Let Your Heart Be Heard"

Wir waren davon überzeugt, dass es wichtig ist, während des Festivals einen Moment des gemeinsamen Singens zu organisieren. Damit kamen wir auch einem starken Wunsch der teilnehmenden Chöre nach. 2014 wurde in Dublin ein einmaliger Festivalchor gebildet. 2018 führten wir in München gemeinsam Carl Orffs „Carmina Burana" auf. 2023 sangen wir in Bologna „I Am What I Am" zum Abschluss des Galakonzerts. Wir wollten uns von anderen abheben und etwas Neues bieten: ein Stück, das speziell für das Festival geschrieben wurde.

Wir baten Simon Finn, ehemaliges Mitglied von „Sing Out Brussels!" und mittlerweile Mitglied der „Pink Singers", ein Lied mit dem Titel „Let Your Heart Be Heard" zu schreiben – so lautet der Slogan des Brüsseler Festivals. Wir kannten Simons Arbeit bereits von einer Studioaufnahme und einem Musikvideo, die „Sing Out Brussels!" zu seiner Komposition „In These Heels" produziert hatte – einem Lied, das er nach dem homophoben Massaker in einem Nachtclub in Orlando im Jahr 2016 geschrieben hatte.

Simon Finn nahm an einem Treffen zur Festlegung der Festivalidentität teil, was ihm half, den Song als positives, fröhliches und befreiendes Chorstück zu gestalten, das nicht nur unsere Chöre physisch zusammenbringt, sondern auch die Freude am gemeinsamen Singen und unsere gemeinsamen Träume symbolisiert.

Wir baten Philippe Maniez, das Lied für Chöre zu arrangieren. Als Komponist, Schlagzeuger, Arrangeur und Lehrer hatte Philippe Maniez bereits mehrere Lieder für „Sing Out Brussels!" arrangiert, darunter auch „In These Heels". Philippe Maniez schrieb das Arrangement in verschiedenen Besetzungen (4-stimmig, 8-stimmig und 16-stimmig). Wir erhielten die Partituren und Audioaufnahmen der einzelnen Gesangsparts.

Diese Materialien wurden ab Mai 2025 an die Chöre und Festivalbesucher weitergegeben. Wir luden alle teilnehmenden Chöre ein, das Lied als Vorbereitung auf das „ "-Festival einzustudieren, mit dem Ziel, es gemeinsam am Ende der „Let Your Heart Be Heard"-Show in der ING Arena aufzuführen. Da wir das Festival für die Stadt und ihre Einwohner offen gestalten wollten, beschlossen wir, Brüsseler und belgische Chöre einzubeziehen und sie einzuladen, das Lied einzustudieren und mit uns zu singen. Das Ziel des Projekts war nicht nur musikalischer Natur. Wir

wollten den belgischen Chören auch gute Übungsmöglichkeiten und Instrumente an die Hand geben, um die Inklusion von LGBTQI+-Personen zu fördern.

Wir waren sehr ehrgeizig, stießen aber leider auf wenig Interesse. Lag es an Vorurteilen gegenüber dem LGBTQI+-Charakter des Projekts? An mangelndem Interesse aufgrund der ohnehin schon vollen Terminkalender der Chöre? Am Lied selbst? An der Befürchtung, die Projekte anderer Chöre in den Schatten zu stellen? An mangelnder Bekanntheit des „Various Voices"-Festivals, das außerhalb der europäischen LGBTQI+-Chorgemeinschaft weitgehend unbekannt ist? Wir wissen es nicht.

Wir haben mehrfach versucht, eine Partnerschaft mit „A Choeur Joie", dem frankophonen Verband der belgischen Laienchöre, aufzubauen, jedoch ohne Erfolg (wir erhielten sogar eine Antwort, die von Homophobie geprägt war). Mehr Erfolg hatten wir mit „Koor & Stem", dem flämischen Pendant, dessen Team begeistert reagierte. Wir haben eine Partnerschaft mit dieser Organisation geschlossen, die unsere Kommunikationsprojekte finanziell unterstützt und aktiv dazu beigetragen hat, das Projekt in ihrem Netzwerk bekannt zu machen.

Im September 2025 nahm „Sing Out Brussels!" den Song im Studio auf und drehte einen Videoclip, wobei drei Ziele im Vordergrund standen:

- Die Mitglieder von Sing Out Brussels! aktiv in die Vorbereitungen für das Festival einzubeziehen
- Ein wirkungsvolles Kommunikationsinstrument für Festivalbesucher, die breite Öffentlichkeit und alle unsere potenziellen Partner zu schaffen
- Die Festivalbesucher dazu anzuregen, diese Hymne als Vorbereitung auf das Festival zu lernen.

Das Projekt wurde von den gemeinnützigen Organisationen „Various Voices Brussels 2026" und „Sing Out Brussels!" gemeinsam produziert. Die musikalische Leiterin des Festivals, Emily Allison, beaufsichtigte die Beauftragung und Überarbeitung des Arrangements durch Philippe Maniez. Außerdem rekrutierte sie die Musiker, dirigierte den Chor und genehmigte den endgültigen Mix. Der künstlerische Leiter des Festivals, Simon Paco, stellte ein kleines Team von Freiwilligen aus den Reihen des Chors zusammen, um in Zusammenarbeit mit La Horde Productions – einer in Brüssel ansässigen, von queeren Menschen geführten audiovisuellen Produktionsfirma – das Drehbuch für das Video zu entwickeln, und beaufsichtigte die Dreharbeiten sowie den Schnitt des Videos.

Der Chor „Sing Out Brussels!" nutzte dieses Projekt, um die Integration seiner neuen Mitglieder zu fördern, die im Sommer 2025 rekrutiert worden waren. Jeder Bewerber musste das Lied „Let Your Heart Be Heard" einstudieren. Die ersten Proben der Saison waren diesem Projekt gewidmet, was für Begeisterung rund um das Festival sorgte.

Die Studioaufnahmen und die Dreharbeiten für das Video fanden am selben Wochenende im September 2025 statt. Der Song wurde an einem Nachmittag im Jet Studio in Brüssel aufgenommen, wobei das Filmteam anwesend war. Am nächsten Tag drehten wir das Video an verschiedenen symbolträchtigen Orten in der Stadt (Grand-Place, La Bourse de Bruxelles, Brüsseler Park, Saint-Jacques-Viertel).

Der Song wurde Ende Oktober auf allen Musikplattformen (Spotify, Apple Music usw.) veröffentlicht, wo er nach wie vor verfügbar ist. Das Video erschien Mitte November und wurde auf YouTube und unseren Social-Media-Kanälen vielfach geteilt.

Wir haben mehrere Anträge auf öffentliche Fördermittel für dieses Projekt gestellt und erhielten Unterstützung von der Fédération Wallonie-Bruxelles (Gleichstellung), der Nationalen Lotterie und Rainbow Visibilities, einem gemeinsamen Projekt der Cocof (Französischsprachige Gemeinschaft Brüssel) und RainbowHouse Brussels. Der eingeworbene Betrag deckte alle Kosten (ca. 15.000 €) dieses Projekts ab, sodass weder den beiden Vereinen noch den Festivalbesuchern Kosten entstanden.

Das Projekt „Let Your Heart Be Heard“ wurde 2026 als Auftakt zum Festival fortgesetzt. Wir schlossen eine Partnerschaft mit Bozar ab, um im Vorfeld des Festivals Proben zu organisieren, mit dem Ziel, die Brüsseler zum Singen zu bringen.

Drei Proben fanden im April, Mai und Juni 2026 auf der Bühne des prächtigen Henry-Le-Boeuf-Saals statt. Wir richteten ein Anmeldesystem für diese Proben ein, für eine symbolische Gebühr von 5 €, da es hier nicht darum ging, Geld zu verdienen. Jeder war willkommen, unabhängig von seiner bisherigen Erfahrung. 85 Personen meldeten sich für die Proben an, an denen jeweils etwa 50 Personen teilnahmen, darunter Mitglieder von „Sing Out Brussels!“, die zur Unterstützung und zum Lernprozess zur Stelle waren. Die Teilnehmer kamen aus den unterschiedlichsten Bereichen: Brüsseler Chöre, die LGBTQI+-Community … Einige hatten noch nie zuvor in einem Chor gesungen und fanden großen Gefallen daran.

Ursprünglich war geplant, dass diese Menschen die Hymne am 27. Juni aus dem Publikum singen sollten, doch angesichts ihres Engagements und der Bindungen, die sich nach und nach zwischen ihnen und untereinander bildeten, luden wir sie ein, gemeinsam mit uns auf der Bühne der ING Arena aufzutreten. Dreißig Menschen nutzten diese Gelegenheit, um diese kraftvolle Hymne als Verbündete gemeinsam mit unseren LGBTQI+-Chören zu singen.

Auch dieses partizipative Projekt war für die Festivalbesucher wieder völlig kostenlos. Bozar stellte den Probenraum zur Verfügung und übernahm zudem die Kosten für die musikalische Leiterin Emily Allison. RainbowHouse Brussels nahm eine unserer Proben in das Programm der Brussels Pride Week im Mai auf, wodurch wir Mittel zur Deckung des Honorars für den Pianisten sichern konnten.

Zwar erreichte das partizipative Projekt nur eine begrenzte Anzahl von Menschen, trug jedoch wesentlich dazu bei, uns den Weg für Medienberichterstattung zu ebnen. Dank unserer Kommunikationsstrategie, die sich auf „den größten Chor, den Brüssel je gesehen hat“ konzentrierte (siehe Abschnitt „Kommunikation“), gaben wir mehrere Radiointerviews zu diesem Projekt.

Gleichzeitig ergab eine Umfrage, dass unter den für das Festival angemeldeten Chören aus verschiedenen Gründen (Schwierigkeiten beim Einstudieren des Stücks für Nicht-SATB-Chöre, übermäßige Komplexität, Zeitmangel) wenig Begeisterung für das Einstudieren des Liedes herrschte. Unsere künstlerische Leiterin und unser musikalischer Leiter nahmen daher Kontakt zu den Chören auf,

die im Rahmen der Show „Let Your Heart Be Heard“ auftreten sollten, um sie zu ermutigen, das Lied einzustudieren, was die meisten von ihnen auch taten.

Während des Festivals leitete Emily Allison zwei Proben im Bozar, an denen jeweils rund hundert Teilnehmer zu einer gemeinsamen Gesangseinheit zusammenkamen.

Die Hymne wurde von Sing Out Brussels! bei der Eröffnungsfeier und anschließend am 27. Juni in der ING Arena von rund 500 Sängern vorgetragen, die sich auf der Bühne und in den Seitengängen verteilten.

Dieses Projekt hat einen Großteil unserer Zeit und Energie in Anspruch genommen. Wir bedauern, dass es weder bei den Brüsseler Chören noch bei den für das Festival angemeldeten Teilnehmern mehr Begeisterung hervorgerufen hat, was im Gegensatz zu den Wünschen vieler Festivalbesucher nach einer Gelegenheit zum gemeinsamen Singen steht. Dennoch sind wir sehr zufrieden mit dem hohen Niveau, auf dem dieses Projekt durchgeführt wurde, seiner Medienresonanz und der Rolle, die es bei der Steigerung der Motivation der Mitglieder von „Sing Out Brussels!“ im Hinblick auf das Festival gespielt hat.

Kommunikation

Grafisches Erscheinungsbild

Von Anfang an wollten wir unserem Festival eine starke Identität verleihen. Es wurde viel Arbeit in die Ermittlung der Werte gesteckt, die wir fördern wollten: Interaktion, Kreativität, Inklusion, Freude, Nachhaltigkeit, Offenheit, Engagement, Solidarität und Vielfalt.

Um die visuelle Identität des Festivals zu entwickeln, entschieden wir uns für eine Zusammenarbeit mit Kidnap Your Designer (KYD), einem von queeren Menschen geführten Unternehmen, das sich auf kulturelle Veranstaltungen spezialisiert hat. Während des gesamten Prozesses konnten wir auf die unschätzbare Hilfe ihres Teams zählen.

Nach einer Brainstorming-Sitzung schlug KYD den Slogan des Festivals, „Let Your Heart Be Heard“, sowie eine visuelle Identität vor. Wir waren sofort begeistert von dem Logo und seinen Symbolen, die die Brüsseler Identität des Festivals, seinen internationalen Charakter, seine Rolle als Stimme der Community, seine politische Rolle, seine Inklusivität, seine Stärke und seine Freude unterstreichen.

Die Schriftart des Logos mit ihren leicht schräg gestellten Buchstaben erinnert an Noten.

Dieses Logo und seine Symbole erwiesen sich als äußerst wirkungsvolles Kommunikationsmittel, das wir während der gesamten Festivalvorbereitung und während der Veranstaltung selbst auf vielfältige Weise einsetzen konnten. Wir sind überzeugt, dass dieses Grafikdesign dazu beigetragen hat, Unterstützung und Sympathie für unsere Veranstaltung zu wecken.

Website

Ab 2022 war die Einrichtung einer Website für das Festival unsere oberste Priorität. Es war für uns unerlässlich, über eine solche „Visitenkarte“ zu verfügen: Was ist „Various Voices“? An wen richtet es sich? Was ist das Ziel des Festivals?

Über KYD kamen wir mit Cobea in Kontakt, einem kleinen Webentwicklungsunternehmen in Brüssel, das gut zu einer gemeinnützigen Organisation wie der unseren passte. Das Team (Valérie, Lorraine und Jean-Pierre) arbeitete hart daran, unseren Anforderungen gerecht zu werden. Eine ihrer größten Herausforderungen bestand darin, eine Website zu erstellen, die sowohl den Bedürfnissen der Chöre und Delegierten als auch denen der breiten Öffentlichkeit gerecht wird.

Außerdem benötigten wir ein benutzerfreundliches und flexibles Tool, damit wir die Seite selbst aktualisieren und Inhalte hinzufügen konnten. Die Einbindung eines „News“-Bereichs, der jeden Monat mit einem neuen Artikel aktualisiert wird, trug dazu bei, unser Suchmaschinenranking zu verbessern.

In der Anfangsphase ging die Website wenige Tage vor „Various Voices Bologna 2023“ online. Zu diesem Zeitpunkt diente sie ausschließlich als Plattform zur Profilierung und als Instrument zur Erfassung von E-Mail-Adressen für Newsletter-Abonnements.

Als im September 2024 die Anmeldung begann, wurde die Website zum Ort, an dem Chöre – und später auch Delegierte – praktische Informationen zu den Teilnahmebedingungen, Terminen und Anmeldegebühren finden konnten. Wir haben alle relevanten Dokumente (Teilnahmebedingungen, Verhaltenskodex usw.) hochgeladen. Wir haben eine Reihe von FAQs erstellt, die wir aktualisiert haben, sobald wir weitere Fragen erhielten.

Ab 2025 bereiteten wir die zweite Phase der Website vor, um die teilnehmenden Chöre und das Festivalprogramm zu präsentieren. Wir sammelten die Informationen, die zur Erstellung einer Webseite für jeden teilnehmenden Chor benötigt wurden, mithilfe eines auf Kommunikation ausgerichteten Fragebogens, der an jeden Chor verschickt wurde. Gleichzeitig entwickelte Cobea die erforderlichen Webseiten und verband diese mit der API der Integra-Plattform, um die von den Chören bereitgestellten Daten automatisch zu extrahieren. Dies war eine schwierige Aufgabe, da die Integra-API veraltet und ausschließlich für die Integra-App konzipiert ist.

Bis Dezember 2024 hatten wir den Großteil der Informationen zusammengetragen und anschließend alle Texte in drei Sprachen übersetzt. Am 1. Januar 2026 veröffentlichten wir diese den Chören gewidmeten Seiten.

Der nächste Schritt war die Fertigstellung der Seiten zum Festivalprogramm nach dem gleichen Prinzip (der Inhalt dieser Seiten wurde direkt aus Integra extrahiert). Das vollständige Festivalprogramm war ab dem 1. April 2026 online verfügbar.

Nach Ablauf der Anmeldefrist für die Delegierten haben wir die übrigen Seiten der Website neu gestaltet. Bis dahin diente sie der Festivalanmeldung und dazu,

unseren Partnern einen allgemeinen Überblick über das Festival zu verschaffen. Ab April 2026 richtete sie sich stärker an die breite Öffentlichkeit, mit dem Ziel, das Programm vorzustellen und Eintrittskarten zu verkaufen.

Wir werden später noch auf die Nutzung der Website während des Festivals zurückkommen. Unser Fazit zum jetzigen Zeitpunkt lautet, dass eine umfassende Website, die vom Organisationsteam leicht zu verwalten ist, für die Kommunikation unerlässlich ist. Dabei ist zu bedenken, dass dies einen hohen Arbeits- und Zeitaufwand erfordert, insbesondere wenn die Seite dreisprachig ist (jede Aufgabe muss dreimal erledigt werden!). Wir bereuen diese Entscheidung nicht, die unser Engagement für Inklusion unterstreichen sollte. Das Hinzufügen weiterer Sprachen hätte jedoch einen unverhältnismäßigen Arbeitsaufwand bedeutet.

Die Bologna-Kampagne

„Various Voices Bologna 2023“ bot eine hervorragende Gelegenheit, unsere Zielgruppe zu erreichen. Daher organisierten wir im Rahmen der Veranstaltung eine Kommunikationskampagne. Angesichts unseres Engagements für Nachhaltigkeit wollten wir vermeiden, einen einfachen Einweg-Flyer zu produzieren. KYD schlug daraufhin die Idee eines Aufkleberbogens vor, auf dessen Vorderseite das Logo und die dazugehörigen Symbole als Aufkleber abgebildet waren und auf dessen Rückseite einige Informationen zum Festival sowie ein QR-Code zum Abonnieren des Newsletters zu finden waren. Wir schickten fast 4.000 Aufkleber nach Bologna, und jeder Festivalbesucher fand einen davon in seinem Willkommenspaket. Dieses unterhaltsame Werbemittel kam sehr gut an.

Gleichzeitig nahmen zwei Vertreter von Bozar am Festival teil (der musikalische Leiter und der Audience Engagement Manager). Visit.brussels entsandte seinen Vertreter in Italien nach Bologna. Wir betrieben einen gemeinsamen Stand im Festival-Dorf. Der Stand stieß jedoch auf wenig Interesse, da das Brüsseler Festival zu diesem Zeitpunkt noch in weiter Ferne zu liegen schien. Auf jeden Fall waren die Grundlagen unserer Kommunikationskampagne gelegt!

Soziale Medien

Die Social-Media-Konten von „Various Voices“ gehören Legato, sodass die @variousvoiceschoirfestival-Konten von einem Festival zum nächsten weitergegeben werden. Das ist zumindest ein Bereich, in dem die neuen Organisationsteams nicht bei Null anfangen müssen! Wir konnten die Follower aus früheren Ausgaben behalten.

Wir haben diese Social-Media-Konten im September 2023 übernommen, nachdem Bologna seine Kommunikationsarbeit abgeschlossen hatte. Zu Beginn hatten wir nicht viel zu kommunizieren, daher lief es zunächst eher schleppend an. Erst als im September 2024 die Anmeldungen starteten, begannen wir, unsere Kommunikation zu strukturieren. Dabei nutzten wir drei verschiedene Vorlagen von KYD für Beiträge, die sich entweder auf Informationen (ein Bild mit Text), ein Bild oder das Programm (mehrere Bilder in einer Bildergalerie) konzentrierten. Diese Bilder wurden natürlich mit unseren Icons illustriert.

Von September 2024 bis Dezember 2025 konzentrierten wir unsere Kommunikation ausschließlich auf Chöre und Festivalbesucher, mit zwei Beiträgen pro Monat (ab September 2025 drei): Informationen zur Anmeldung, eine Vorstellung der Festivalorte, eine Vorstellung des Festivalteams und ein Überblick über die wichtigsten Veranstaltungen des Festivals. Jedes Mal, wenn sich ein neuer Chor anmeldete, veröffentlichten wir eine Story. In jeder Story markierten wir Legato, den neu angemeldeten Chor und Sing Out Brussels, was zu vielen Weiterverbreitungen führte. Diese Stories wurden als Highlights auf unserem Instagram-Account gesammelt. Sie lösten zahlreiche Reaktionen aus.

Ende 2024, im Zuge der Wahl von Donald Trump und der Haltung von Meta zur Inklusivität, diskutierten wir auch darüber, ob wir unsere Präsenz in den Facebook-/Instagram-Netzwerken aufrechterhalten sollten. Wir beschlossen, zu bleiben, um nicht zu einer mangelnden Repräsentation unserer Community in diesen Netzwerken beizutragen, und kommunizierten zudem über die Situation. Gleichzeitig wechselte das Organisationsteam für seine interne Kommunikation von WhatsApp zu Signal.

Im November 2025 stand die Werbung für den Videoclip „Let Your Heart Be Heard“ auf unseren Social-Media-Kanälen im Vordergrund.

Von Januar bis Mitte Mai 2026 stellten wir die 114 teilnehmenden Chöre in den sozialen Medien vor. Dies erforderte eine sorgfältige Planung, um sicherzustellen, dass wir genügend Zeit hatten, alle vor Beginn des Festivals zu präsentieren. Die Vorbereitung dieser Beiträge nahm viel Zeit in Anspruch. Jeder Chor wurde im entsprechenden Beitrag getaggt, was zu vielen Weiterverbreitungen führte und uns half, zahlreiche Follower zu gewinnen.

Von Mitte Mai bis Mitte Juni stellten wir die Gastkünstler vor, die bei den Aufführungen und Feierlichkeiten auftraten. Diese Beiträge wurden auch von den Künstlern selbst geteilt, was den Ticketverkauf und die Interaktion auf unseren Kanälen ankurbelte

Gleichzeitig veröffentlichten wir weiterhin Beiträge, um für das Festivalprogramm, den Ticketverkauf, das Projekt „Let Your Heart Be Heard“ und den Festivalshop zu werben sowie unsere Aufrufe für Freiwillige zu starten und unseren Partnern zu danken.

Newsletter

Ab September 2023 begannen wir, einen monatlichen Newsletter an die wenigen Personen zu versenden, die ihn nach Bologna abonniert hatten. Obwohl dies nicht im Einklang mit der DSGVO steht, fügten wir die Kontaktdaten aller Legato-Mitgliedschöre zur Mailingliste hinzu, da dies die einzige Möglichkeit war, mit ihnen in Kontakt zu treten.

Im Laufe der Zeit versendeten wir drei Newsletter pro Monat, die sich an drei verschiedene Zielgruppen richteten: den Newsletter für Chorverwalter (ab September 2024, jeweils zu Beginn des Monats, über die Anmeldung ihres Chores und ihre Aufgaben als Verwalter), den Newsletter für Delegierte (ab Januar 2025,

über ihre eigene Anmeldung und spezifische Informationen für Delegierte) sowie, etwas sporadischer, den externen Newsletter (im Laufe der Zeit wurde dieser auf die breite Öffentlichkeit zugeschnitten). All diese Kommunikation weckte Vorfreude und Begeisterung und informierte gleichzeitig alle klar und deutlich über den Fortschritt der Festivalvorbereitungen.

Im Rahmen der Umfrage nach dem Festival erhielten wir Beschwerden bezüglich der Anzahl der versendeten Newsletter. Es stimmt, dass einige Personen alle drei Newsletter erhielten, da sie sowohl Delegierte als auch Chorverwalter waren und den Newsletter für die breite Öffentlichkeit abonniert hatten.

Wir sind jedoch der Meinung, dass es sinnvoll war, die Informationen regelmäßig zu wiederholen und direkt mit allen Festivalbesuchern zu kommunizieren. Bei früheren Festivals richtete sich die Kommunikation fast ausschließlich an Chorleiter, selten an Delegierte, die oft ohne jegliche Kenntnis über die Organisation der Veranstaltung zum Festival kamen.

Unserer Meinung nach spiegeln die Reaktionen auf diese Kommunikation zweifellos wider, was wir alle in unseren Chören erleben: Manche beschweren sich darüber, mit Informationen überschüttet zu werden, andere darüber, überhaupt nicht auf dem Laufenden gehalten zu werden – ganz zu schweigen von denen, die die Informationen nie lesen und sich dann darüber beschweren, nicht informiert worden zu sein.

Wir überlassen es den zukünftigen Organisationsteams, den besten Weg für die Kommunikation mit den Chören und Delegierten zu finden.

E-Mail-Verwaltung

Anstatt für jedes Mitglied des Organisationsteams eine eigene E-Mail-Adresse einzurichten, haben wir uns dafür entschieden, eine einzige allgemeine E-Mail-Adresse einzurichten, um sicherzustellen, dass alle den gleichen Informationsstand hatten. Wir waren hauptsächlich zu dritt für die Bearbeitung des Posteingangs zuständig, und unser Ziel war es stets, so schnell wie möglich zu reagieren.

Die meisten Personen, die uns kontaktierten, erhielten innerhalb von 24 Stunden eine Antwort, außer in Fällen, in denen die Beantwortung weiterer Recherchen bedurfte. Diese Reaktionsschnelligkeit wurde sehr geschätzt und brachte uns viele Komplimente ein.

Man muss sich bewusst machen, dass die Bearbeitung von E-Mails sehr viel Zeit in Anspruch nimmt. Im Laufe der Zeit haben wir tatsächlich Standardantworten für häufig gestellte Fragen vorbereitet. Aber gerade diese Reaktionsschnelligkeit schafft Vertrauen.

Rendez-vous à Bruxelles/Hand in Hand Festival

Im Juni 2024 war Sing Out Brussels! Gastgeber des von Legato organisierten „Rendez-vous à Bruxelles“. Rund zwanzig Personen nahmen an dieser Veranstaltung teil, bei der Chorleiter aus Großbritannien, Deutschland, den

Niederlanden, Italien, Spanien, Norwegen und Island zusammenkamen.

Die Delegation besuchte die Hauptveranstaltungsorte des Festivals und erhielt unter anderem einen Blick hinter die Kulissen des Bozar. Unser künstlerischer Leiter Simon Paco stellte zudem das künstlerische Projekt vor. Der Vorstand lieferte eine Reihe praktischer Informationen. Der Tag wurde mit einem Konzert von Sing Out Brussels!, Voces Gaudii (Warschau) und DynamiQ Voices (Utrecht) fortgesetzt. Eine fantastische After-Party und ein köstlicher Brunch rundeten das Wochenende ab. Diese gemeinsame Veranstaltung von Legato, Sing Out Brussels! und Various Voices Brussels 2026 vermittelte den Teilnehmenden einen umfassenden Einblick in das Festivalerlebnis und machte unser Projekt deutlich greifbarer.

Wer an dieser Veranstaltung teilgenommen hat, erinnert sich vielleicht noch daran, dass sie an den für das Festival geplanten Terminen stattfand. In Brüssel war es eiskalt und der Himmel war grau. Damals hätte sich niemand vorstellen können, dass wir zwei Jahre später mit einer schrecklichen Hitzewelle konfrontiert sein würden...

Einige Monate später erhielten wir eine Zusammenfassung der Umfrage, die Legato im Anschluss an dieses „Rendez-vous in Brüssel“ durchgeführt hatte. Die meisten Anmerkungen waren bereits während des Wochenendes geäußert worden, und das Festivalteam berücksichtigte sie (Barrierefreiheit, Konzertmöglichkeiten, Inhalt der Aufführungen). Wir erinnerten die Chöre daran, dass wir unser Bestes taten, um ein Festival zu gestalten, das allen gerecht wird, dass es jedoch nicht möglich sein würde, 100 % der Festivalbesucher zu 100 % zufrieden zu stellen.

Schließlich nahm „Sing Out Brussels!“ im August 2024 als einziger eingeladener Chor vom europäischen Festland am „Hand in Hand“-Festival (einem Festival für LGBTQI+-Chöre aus Großbritannien und Irland) teil. Wir nutzten die Gelegenheit, um für unser Festival zu werben, indem wir unsere Aufkleber verteilten und mit den Teilnehmern ins Gespräch kamen. Es war deutlich zu spüren, dass unser Festival mit Spannung erwartet wurde.

Festival-Shop

Dies betrifft zwar eher das Merchandising als die Kommunikation, dennoch zählen wir den Festival-Shop zu unseren Kommunikationsinstrumenten.

Bei den Vorstandssitzungen haben wir ausführlich über die Produktion eines Festival-T-Shirts diskutiert. Im Mittelpunkt der Debatte standen die Nachhaltigkeit solcher T-Shirts (oft von schlechter Qualität, in Asien hergestellt...) und ihre Inklusivität (Einheitsgrößen, die für Männer mit „Standard“-Statur geeignet sind, nicht aber für andere Körperformen).

Aufbauend auf den Erfahrungen von Sing Out Brussels!, das bereits für seine eigenen T-Shirts Recherchen zu diesem Thema durchgeführt hatte, entschieden wir uns für die Nutzung der Plattform RedBubble. Diese Plattform verfolgt einen nachhaltigen Ansatz, da kein Produkt hergestellt wird, bevor es bestellt wird. Das bedeutet: kein Lagerbestand und kein Abfall. Zudem bezahlt RedBubble seine

Künstler und Designer fair. Die Plattform bietet eine große Auswahl an Bekleidungsdesigns und ermöglichte es uns, neben T-Shirts auch andere Artikel anzubieten (Pullover, Mützen, Tassen, Mauspads … und sogar einen Duschvorhang oder Bettwäsche!).

KYD entwarf die Motive, die von RedBubble automatisch an verschiedene Produkte angepasst wurden.

Hier ist eine Übersicht über die Leistung des Shops in Bezug auf Umsatz und verkaufte Artikel:

- 335 T-Shirts (darunter 139 mit dem LYHBH- und 144 mit dem VV26-Logo)
- 67 weitere Textilien (Pullover, Mützen, Socken)
- 114 Aufkleber und Magnete
- 27 verschiedene Artikel (Mauspad, iPhone-Hülle, Tragetasche, Notizbuch, Kissen…)
- 10 Tassen

Die Kunden gaben insgesamt 7.334 € aus. Das Festival erzielte auf die verkauften Artikel eine Marge von 7 %. Das Ziel des Shops war es nicht, Gewinn zu erzielen. Er ist derzeit noch geöffnet.

Werbung

Neben der Werbung für das Festival bei unserer Zielgruppe (LGBTQI+-Chöre und Sänger*innen) haben wir ein Werbebudget bereitgestellt, um das Festival bei der breiten Öffentlichkeit in Belgien bekannt zu machen. Diese Werbekampagnen verfolgten zwei Ziele: die belgische Öffentlichkeit zum Kauf von Eintrittskarten für die Veranstaltung zu animieren und den Bekanntheitsgrad der Veranstaltung in der Öffentlichkeit zu steigern.

Wir gingen eine Partnerschaft mit Tipik ein (einem Medienunternehmen des französischsprachigen belgischen öffentlich-rechtlichen Senders RTBF): Diese Partnerschaft mit diesem nationalen Medienunternehmen ermöglichte es uns, im März und Mai 2026 von zwei Radiowerbekampagnen zu profitieren, ohne dass dem Festival außer den Produktionskosten für die beiden Werbespots zusätzliche Kosten entstanden. Diese Kampagne wurde von einem Webartikel begleitet, dessen Sichtbarkeit auf der RTBF-Website gefördert wurde.

Außerdem gingen wir eine Partnerschaft mit Bruzz ein, einem niederländischsprachigen Medienunternehmen mit Sitz in Brüssel. Im Juni 2026 wurde ein Werbespot ausgestrahlt. Für diese Ausstrahlung erhielten wir einen ermäßigten Tarif.

Darüber hinaus starteten wir eine Plakatkampagne. Kurz vor und während des Festivals wurden 25 Plakate auf Werbetafeln von JC Decaux an verschiedenen zentralen Standorten im Brüsseler Stadtzentrum angebracht.

Der Großteil unseres Werbebudgets floss in Banner, die ab Mitte Juni 2026 an 25 besonders gut sichtbaren Standorten in ganz Brüssel an Laternenmasten angebracht wurden. Etwa zehn dieser Banner wurden in der Nacht nach ihrer Anbringung mutwillig beschädigt, doch die verbleibenden sorgten während der

gesamten Veranstaltung für eine erhebliche Sichtbarkeit des Festivals. Viele Festivalbesucher machten zudem Fotos von diesen prächtigen Bannern, die der Stadt einen Hauch von Farbe verliehen.

Es ist schwierig, den Einfluss dieser Werbeanzeigen auf die Besucherzahlen des Festivals zu messen. Dies ist zweifellos das Bannerprojekt, auf das wir am meisten stolz sind. Wir haben sehr viel positives Feedback dazu erhalten. Ihr Design, ihre Größe und ihre Sichtbarkeit trugen wesentlich dazu bei, dem Festival Glaubwürdigkeit zu verleihen und seinen Bekanntheitsgrad zu steigern.

Medienberichterstattung

Während der Vorbereitungen zum Festival haben wir mehrfach Kontakt zur allgemeinen Presse aufgenommen. Zunächst veröffentlichten wir mit Unterstützung von visit.brussels eine Pressemitteilung, als Legato bekannt gab, dass Brüssel als Austragungsort des Festivals ausgewählt worden war. Eine Meldung der Nachrichtenagentur Belga wurde von zahlreichen Medien aufgegriffen: La Libre Belgique, La Dernière Heure, Bruzz, Het Laatste Nieuws, Knack, RTBF und RTL.

Nach unserer Teilnahme am Festival in Bologna im Jahr 2023 widmete „Les Grenades“, das feministische und inklusive Projekt von RTBF, dem Brüsseler Festival einen Artikel.

Im Jahr 2024 brachte uns die Veranstaltung „Various Voices Rising“, die im Rahmen des „Rendez-vous à Bruxelles“ organisiert wurde, einen Beitrag im regionalen Fernsehsender BX1 ein und steigerte damit den Bekanntheitsgrad des Festivals.

Im Januar 2025 veröffentlichten wir eine neue Pressemitteilung – zu diesem Zeitpunkt war das Festival mit 120 angemeldeten Chören bereits ausverkauft: Bruzz, RTBF, DH, BX1, La Libre, Brussels Times.

Im Jahr 2026 konzentrierte sich unsere Öffentlichkeitsarbeit zunächst auf das partizipative Projekt „Let Your Heart Be Heard“ und die Proben, die im Vorfeld der Aufführung am 27. Juni im Bozar organisiert wurden. Dies führte dazu, dass wir in die Morgensendung von Vivacité Bruxelles (einem regionalen RTBF-Sender) eingeladen wurden, um für das Projekt zu werben. Außerdem wurden wir in die Morgensendung „Tipik“ (RTBF) eingeladen.

Wir bauten eine Partnerschaft mit dem Brüsseler LGBTQI+-Medium „Ket“ auf, das dem Festival im Laufe der Zeit zahlreiche Artikel widmete: 22.02.26, 25.02.26, 04.03.26, 11.03.26, 02.04.26, 17.04.26, 27.04.26, 25.05.26, 29.06.26, 02.06.26, 04.06.26, 14.06.26.

Als das Festival näher rückte, waren wir enttäuscht, dass die Mainstream-Medien kein größeres Interesse an unserem Projekt zeigten, obwohl die Rahmenbedingungen für dessen Sichtbarkeit günstig waren (die weltweite Herausforderung der LGBTQI+-Rechte, die wachsende Beliebtheit des Chorgesangs, der einzigartige Charakter der Veranstaltung und ihre enormen wirtschaftlichen Auswirkungen auf die Stadt). Doch alles änderte sich nach dem

Vandalismus, von dem etwa zehn unserer Werbebanner betroffen waren. Der Schock war so groß, dass wir spontan einen Beitrag als Reaktion darauf auf Instagram veröffentlichten. Dieser Beitrag verbreitete sich rasch wie ein Lauffeuer. Er wurde über 1.130.000 Mal aufgerufen, 3.300 Mal mit „Gefällt mir“ markiert, 500 Mal geteilt und löste fast 200 Kommentare aus. Diese enorme Resonanz weckte die Aufmerksamkeit der Medien, die in den folgenden Tagen zahlreiche Artikel veröffentlichten und Interviews zum Festival führten: Sudinfo, Bruxelles Today, RTBF, Bruzz, VRT, Het Laatste Nieuws, La Libre und La DH.

Wir schätzten zwar die Solidarität, die auf diesen homophoben Vandalismus folgte, bedauerten jedoch, dass es erst dieses Ereignis brauchte, damit die Medien Interesse am Festival zeigten. Wir veröffentlichten daher eine weitere Pressemitteilung, in der wir die Medien dazu aufforderten, die Festival- en aus den Rubriken „Kurzmeldungen“ in die Rubriken „Gesellschaft“ oder „Kultur“ zu verlagern. Im Anschluss an diese Pressemitteilung wurden wir in die Morgensendungen von Bruzz und BX1 eingeladen, um allgemein über das Festival zu sprechen.

WÄHREND DES FESTIVALS

Die Hitzewelle

Man sagt, die Belgier seien vom Wetter besessen, das oft ihr erstes Gesprächsthema ist, da es in Belgien so wechselhaft ist. Während des Festivals hatten wir guten Grund, es zu unserem Hauptgesprächsthema zu machen. Die intensive Hitze, die während des gesamten Festivals herrschte, forderte einen hohen Tribut von der Veranstaltung.

Die Festivaltermine wurden nicht zufällig gewählt. Tatsächlich waren es die einzigen Termine, an denen alle Veranstaltungsorte gleichzeitig verfügbar waren, da die Kultursaison in Brüssel um den 20. Juni endet. Die meisten Veranstaltungsorte sind im Juli und August geschlossen und können nicht gemietet werden. Unter diesen Umständen hatten wir nur ein enges Zeitfenster, um das Festival zu organisieren.

Obwohl diese Termine auf den Beginn des Sommers fallen, waren Regen und grauer Himmel während der sechsjährigen Vorbereitungszeit unser größtes Sorgenkind. Zum Vergleich hier die Wetterbedingungen für diese Termine von 2020 bis 2025:

- 2025: zwischen 22 und 25 °C, täglich Regen
- 2024: zwischen 18 und 20 °C, kein Regen, aber grauer Himmel und kalte Luftfeuchtigkeit
- 2023: zwischen 22 und 25 °C, an zwei von fünf Tagen Regen
- 2022: zwischen 18 und 20 °C, ohne Regen
- 2021: zwischen 18 und 20 °C, jeden Tag Regen
- 2020: zwischen 20 und 22 °C, ohne Regen

Wir hatten uns daher auf eher frühlingshaftes und wahrscheinlich regnerisches Wetter eingestellt. Dies hatte tatsächlich unsere Entscheidung beeinflusst, die Anzahl der angebotenen Veranstaltungen im Freien zu begrenzen. Die

Verfügbarkeit von Klimaanlagen in den Veranstaltungsorten war für uns nie ein Problem.

Einige Tage vor dem Festival waren wir zunächst erleichtert zu hören, dass endlich die Sonne über Brüssel scheinen würde … bevor wir angesichts der vorhergesagten Temperaturen schnell wieder desillusioniert waren.

Rückblickend wissen wir heute, dass das Festival in der heißesten Woche stattfand, die in Belgien seit Beginn der Wetteraufzeichnungen jemals verzeichnet wurde. Am 26. Juni stieg die Temperatur in Brüssel auf 35,5 °C – ein Rekordhoch für diese Jahreszeit. Noch nie zuvor hatte eine Hitzewelle so früh zugeschlagen, und dazu kamen vom 21. bis zum 26. Juni sechs aufeinanderfolgende tropische Nächte (darunter zwei Nächte mit Mindesttemperaturen von 24 °C während des Festivals!) sowie sieben Tage mit extremer Hitze (Höchsttemperaturen über 30 °C). Das Gewitter, das in der Nacht vom 27. auf den 28. Juni losbrach, war ebenso heftig. In knapp 30 Minuten fielen in Brüssel 35,1 mm Regen – die Hälfte der Regenmenge, die normalerweise für den gesamten Juni verzeichnet wird. Angesichts dieser Bedingungen wurden über den gesamten Zeitraum in Belgien 1.747 zusätzliche Todesfälle verzeichnet, was einer Übersterblichkeitsrate von 47,8 % entspricht. Unter diesen Umständen müssen wir vor allem dankbar sein, dass das Festival ohne größere gesundheitliche Probleme stattfand.

Belgien ist offensichtlich nicht darauf vorbereitet, mit solchen Temperaturen umzugehen. So sind beispielsweise Klimaanlagen an öffentlichen Orten oder in öffentlichen Verkehrsmitteln nicht sehr verbreitet. Zwar verfügten die meisten unserer Veranstaltungsorte über eine Klimaanlage, doch waren diese oft nicht leistungsstark genug, um solchen Temperaturen standzuhalten. Der Cirque Royal stellte ein großes Problem dar, da er über keine Klimaanlage verfügt und sein Dach aus Metall besteht, was die Situation an diesem Veranstaltungsort noch weiter verschärfte.

Eine Absage oder Verschiebung des Festivals kam jedoch zu keinem Zeitpunkt in Betracht. Alle Festivalbesucher waren ohnehin bereits vor Ort. Da unsere Veranstaltungen hauptsächlich in Innenräumen stattfinden, forderten die Behörden uns nicht auf, solche Maßnahmen zu ergreifen, während die Stadt Brüssel am Samstag, dem 27. Juni, beschloss, das Couleur-Café-Festival, das im Freien nur einen Steinwurf von unserer Veranstaltung in der ING Arena entfernt stattfand, wegen eines drohenden Gewitters zu evakuieren.

Unter diesen außergewöhnlichen Umständen haben wir darauf geachtet, die Festivalbesucher so gut wie möglich auf dem Laufenden zu halten und uns anzupassen, während wir die Aktivitäten so weit wie möglich aufrechterhielten:

- Kommunikation über Newsletter vor dem Festival, um über die Wetterbedingungen zu informieren und einige Ratschläge zu geben (eine Wasserflasche mitbringen, viel trinken, leichte Kleidung tragen, einen Ventilator mitbringen usw.)
- Kommunikation über Newsletter während des Festivals, um über Programmänderungen, mögliche Anpassungen und die Situation an den verschiedenen Veranstaltungsorten zu informieren.
- An allen unseren Veranstaltungsorten stand Leitungswasser zur Verfügung, sowohl für das Publikum als auch hinter der Bühne.

- Angesichts der drückenden Hitze im Cirque Royal haben wir die Abendvorstellungen „Treachery of Images“ und „Royalties“ in zwei Teile aufgeteilt, während ursprünglich jeweils die gesamte Show zweimal aufgeführt werden sollte. Eine Verlegung der Vorstellungen an einen anderen Veranstaltungsort war technisch und finanziell nicht machbar. Dies war die beste Lösung, die wir im Interesse sowohl der Künstler als auch des Publikums finden konnten.

Einige Initiativen gingen von unseren Partnern aus. So stellte visit.brussels im Festival Village einen kostenlosen Trinkbrunnen auf und erhöhte die Anzahl der verfügbaren Sonnenschirme. Vor dem Brüsseler Rathaus, wo mehrere Festivalveranstaltungen stattfanden, richteten die lokalen Behörden einen Trinkbrunnen ein. Vaux Hall Summer bot den auftretenden Chören jedoch keinerlei Schatten, sodass diese mit dem Gesicht zur Sonne singen mussten. Wir erfuhren, dass das Sicherheitspersonal Festivalbesuchern den Zutritt zu bestimmten Veranstaltungsorten mit ihren Wasserflaschen verweigert hatte, was unter den gegebenen Umständen natürlich bedauerlich ist.

Diese Hitzewelle wirkte sich auf das Erlebnis der Chöre, der Festivalbesucher und des Organisationsteams aus: verkürzte Auftritte, sehr schwierige Konzertbedingungen, in letzter Minute zu lösende Probleme mit dem Ticketverkauf im Cirque Royal, ein äußerst stressiges Krisenmanagement, durch die Hitze bedingte Beschwerden, Erschöpfung und Gereiztheit sowie geringe Besucherzahlen bei bestimmten Veranstaltungen und an bestimmten Veranstaltungsorten.

Wir möchten diese Gelegenheit nutzen, um allen Chören und Festivalbesuchern für ihre Flexibilität und ihr Verständnis angesichts dieser völlig außergewöhnlichen Situation zu danken, die natürlich außerhalb unserer Kontrolle lag.

Im Rahmen unseres Bewerbungsverfahrens für 2020–2021 mussten wir vorausschauend planen, wie wir im Falle einer Pandemie vorgehen würden. Es war eine andere Zeit. Während des Festivals stellte uns kein Festivalbesucher Fragen zu den getroffenen Gesundheits- und Sicherheitsmaßnahmen. Alle sprachen über die Hitzewelle. In Zukunft müssen Bewerbungsverfahren zweifellos klimabedingte Risiken berücksichtigen. Da das Brighton Festival 2030 Mitte August stattfinden soll, wird das Organisationsteam dies zweifellos im Auge behalten müssen.

Festivalprogramm

Das Programm

Als die Anmeldung begann, boten wir drei Konzertmöglichkeiten an, genau wie bei „Various Voices Munich 2018“, von dem wir uns stark inspirieren ließen: das Nachmittagskonzert, das Straßenkonzert und die Teilnahme an einer Show oder Zeremonie. Das Nachmittagskonzert war obligatorisch. Für die beiden anderen Konzerte mussten die Chorleiter ihr Interesse auf dem Anmeldeformular angeben. 27 Chöre bekundeten kein Interesse an diesen Auftritten.

Ab September 2025 haben wir aufgrund der hohen Nachfrage seitens der Chöre dank unserer Partnerschaft mit der Stadt Brüssel drei weitere Konzertmöglichkeiten hinzugefügt: gesungene Führungen im Rathaus, ein Konzert im Rathaus oder ein Konzert im Rahmen von „Vaux Hall Summer“. Über ein an die Chöre versandtes Formular konnten diese ihr Interesse an einem oder mehreren Konzerten bekunden. 61 Chöre bekundeten Interesse an diesen Auftritten. Wir konnten sie alle im Rahmen dieses Programms unterbringen. Um bestimmten spezifischen Anforderungen im Rathaus (kleine Chöre) gerecht zu werden, haben wir proaktiv eine Reihe von Gesangsgruppen kontaktiert, die die Kriterien hinsichtlich der Mitgliederzahl erfüllten.

Bei der Erstellung des Programms haben wir zahlreiche Einschränkungen berücksichtigt:

- Gemeinsame Chorleiter. Ein und derselbe Chorleiter kann mehrere Chöre leiten, die daher nicht gleichzeitig eingeplant werden können.
- Gemeinsame Sänger. Ein und derselbe Sänger kann mehreren Chören angehören (besonders hervorzuheben ist der European Queer Choir, der ausschließlich aus Sängern besteht, die auch in mindestens einem anderen Chor singen).
- Chorgröße (es ist unmöglich, sehr große Chöre in kleinen Veranstaltungsorten einzuplanen)
- Barrierefreiheitsanforderungen (Chormitglieder mit besonderen Bedürfnissen wurden für Auftritte auf Bühnen ohne Stufen eingeplant).
- An- und Abreisedaten der Chöre (einige Festivalteilnehmer kamen erst am Donnerstag oder Freitag in Brüssel an).

Um das Festival unter Berücksichtigung dieser Einschränkungen und der Konzertwünsche der Chöre zu organisieren, haben wir eine eigene Planungs-App entwickelt, die Konflikte erkennen kann. Ohne diese App hätten wir das wahrscheinlich nie geschafft! In den allermeisten Fällen konnten wir allen Wünschen gerecht werden.

Allerdings haben wir diesen automatisierten Zeitplan manuell überprüft und für einige Chöre die Veranstaltungsorte oder Zeiten geändert, um die Vielfalt des Programms zu gewährleisten (zum Beispiel, um zu vermeiden, dass drei SSAA-Chöre – von denen es ohnehin schon nur wenige gab – nacheinander am selben Veranstaltungsort oder gleichzeitig an drei verschiedenen Orten auftreten). s Endes konnten wir das Festivalprogramm bereits im Januar 2026 an jeden Chor versenden, obwohl wir uns Ende März als Frist gesetzt hatten.

Ende Mai schickte das Festivalteam den Chören ein Briefing für jeden Veranstaltungsort, das Informationen zur Anfahrt, zu den Zeitplänen, zum Konzertsaal und dessen technischen Spezifikationen (Mikrofone, Bühnenmaße, Positionen der erhöhten Podeste), zu den Umkleideräumen, zur Barrierefreiheit und so weiter enthielt. Unser künstlerischer Leiter schickte den teilnehmenden Chören ein ähnliches Dokument, aufgeschlüsselt nach einzelnen Vorstellungen oder Feierlichkeiten.

Wir planten 374 Veranstaltungen, darunter 267 Konzerte (die übrigen Veranstaltungen sind Proben, Soundchecks, Workshops und gesellschaftliche Aktivitäten):

- Aufführungen und Feierlichkeiten: 9 Veranstaltungen, 58 Chöre auf der Bühne
- Nachmittagskonzerte: 114 Konzerte
- Vaux-Hall-Sommer: 15 Konzerte
- Gesangsführungen im Rathaus: 40 Auftritte für 32 Chöre
- Kostenlose Konzerte in der Salle des Milices: 17 Konzerte
- Straßenkonzerte: 28 Konzerte am Mittwoch und 44 am Samstag

Was die Anzahl der Auftritte betrifft:
- 1 Chor trat fünfmal auf
- 26 Chöre traten viermal auf
- 45 Chöre traten dreimal auf
- 30 Chöre traten zweimal auf
- 12 Chöre traten einmal auf

Wir bitten zukünftige Organisationsteams dringend, die zahlreichen Einschränkungen und Wünsche der Chöre zu berücksichtigen. Es ist unerlässlich, all diese Wünsche in einem einzigen Dokument zusammenzufassen, um die Sortierung für das Programm (unabhängig davon, ob es virtuell oder manuell erstellt wird) zu erleichtern. Die Erstellung des Programms ist eine enorme Aufgabe, die bei den teilnehmenden Chören große Vorfreude und Begeisterung weckt.

Technisches Team

Im Jahr 2024 haben wir Antoine Denis zum technischen Leiter des Festivals ernannt. Antoine Denis leitet Audeo, ein Unternehmen, das jährlich über 300 Veranstaltungen betreut. Wir hielten es für besonders wichtig und sinnvoll, einen einzigen Ansprechpartner für alle unsere Hauptveranstaltungsorte (Bozar, Cirque Royal, Madeleine, Auditorium 490) zu haben.

Die anderen Veranstaltungsorte (Partnerschaftskonzerte) wurden nicht von Audeo betreut. In der ING Arena mussten wir einen der vom Veranstaltungsort vorgegebenen Subunternehmer auswählen. Antoine Denis übernahm die gesamte Kommunikation mit diesem Subunternehmer.

Die Organisation der Tontechnik an den Veranstaltungsorten wurde von Antoine Denis in Zusammenarbeit mit dem Tontechniker Vincent De Bast koordiniert, der vom Festival engagiert worden war, da er auf Chormusik spezialisiert ist und regelmäßig mit Sing Out Brussels! zusammenarbeitet. Vincents Beitrag war entscheidend dafür, dass unsere Chöre auf der Bühne glänzen konnten. Vincent war während des gesamten Festivals überall präsent und half sogar bei der Tontechnik in der Vaux Hall mit, obwohl er für diesen Veranstaltungsort gar nicht eingeteilt war.

Bei der Beleuchtung arbeiteten wir mit Sébastien Mercial zusammen, der die Beleuchtungskonzepte für die Aufführungen und Feierlichkeiten entwarf.

Im März 2025 legte uns Antoine Denis technische Kostenvoranschläge für jeden Veranstaltungsort vor, einschließlich Ausrüstung und Personal. Diese

Kostenvoranschläge, die sehr hoch waren, wurden auf unsere Bitte hin um 20 % reduziert.

Der technische Plan für jeden Veranstaltungsort (Ton und Licht) wurde im April 2026 fertiggestellt. Inzwischen hatten sich die im Jahr 2025 vorgelegten Angebote fast verdoppelt, was hauptsächlich auf die verlängerten Arbeitszeiten der Techniker, aber auch auf einige unvorhergesehene Umstände zurückzuführen war (zum Beispiel wollte Bozar uns zwingen, dessen Tonsystem zu mieten, das zum Zeitpunkt der Vertragsunterzeichnung noch nicht installiert war – letztendlich wurden uns dafür jedoch keine Kosten in Rechnung gestellt). In der ING Arena schickte der Subunternehmer das endgültige Angebot erst eine Woche vor dem Festival! In den letzten Tagen vor dem Festival mussten wir angespannte Gespräche führen, um Kosten einzusparen.

Wir möchten diese Gelegenheit nutzen, um Antoine Denis und Vincent De Bast für ihren großen Einsatz und ihre Flexibilität zu danken. Ihre Aufgabe war nicht einfach, da sie mit der Veranstaltung nicht vertraut waren und es zudem nicht gewohnt waren, mit nicht-professionellen Veranstaltern (dem Festivalteam) zusammenzuarbeiten.

Wir möchten zukünftigen Organisationsteams raten, dass es entscheidend ist, für ihr Festival mit Fachleuten zusammenzuarbeiten, die auf Chortontechnik spezialisiert sind, da es sich hierbei um ein eigenständiges Spezialgebiet handelt. Ebenso entscheidend ist es, effektive professionelle Beziehungen zu diesen Spezialisten aufzubauen, von denen ein großer Teil des Festivalerfolgs abhängt. Wir betrachten diese Zusammenarbeit als eine äußerst positive Erfahrung.

Ticketmanagement

Unser Team wollte das Festival ausdrücklich für die breite Öffentlichkeit zugänglich machen. Wir wollten kein nach innen gerichtetes Festival, bei dem LGBTQI+-Chöre nur vor einem Publikum aus anderen LGBTQI+-Chören auftraten. „Various Voices“ macht nur Sinn, wenn seine Botschaft weit verbreitet wird.

Der Ticketverkauf war zudem notwendig, um unsere Einnahmen zu steigern, da die Ausgaben des Festivals stetig stiegen. Allerdings mussten wir berücksichtigen, dass unseren Festivalbesuchern ein Sitzplatz in den Veranstaltungsorten garantiert werden musste. Von Anfang an bestand eine unserer größten Herausforderungen darin, einen Konzertort zu finden, der Platz für 3.500 bis 4.000 Personen bot. Dies war nur in der ING Arena möglich. Die Kapazität von Bozar und des Cirque Royal reicht selbst bei zwei Vorstellungen nicht aus, um 4.000 Menschen Platz zu bieten. Wir beschlossen schließlich, alle Veranstaltungen für die Öffentlichkeit zugänglich zu machen. Wir setzten darauf, dass nicht alle Festivalbesucher jede Vorstellung besuchen würden, und wir hatten recht.

Für die Nachmittagskonzerte erklärten wir den Veranstaltungsleitern das Konzept des Festivals: Die Festivalbesucher bewegen sich von Veranstaltungsort zu Veranstaltungsort. Wir wollten vermeiden, nummerierte Sitzplätze zu vergeben. Alle Veranstaltungsorte hatten Verständnis für unser Anliegen. Für die breite Öffentlichkeit verkauften wir „Afternoon-Pässe“, die Zugang zu allen Veranstaltungsorten gewährten.

Bei den Shows und Zeremonien sah die Situation anders aus. Sowohl Bozar als auch der Cirque Royal bestanden auf nummerierten Sitzplätzen, um das Publikumsmanagement zu erleichtern. Nach langwierigen Verhandlungen erklärten sich die beiden Veranstaltungsorte – die normalerweise ihre eigenen Ticketingsysteme vorschreiben – bereit, unser System (Billetweb) nutzen zu lassen, um zu vermeiden, dass die Festivalbesucher mit mehreren Ticketingsystemen hantieren mussten. Zudem bietet Billetweb sehr günstige Verwaltungsgebühren. Mit dem Bozar verlief alles reibungslos, nicht jedoch mit dem Cirque Royal. Nach einem Missverständnis bezüglich des Ticketingsystems kam es zu einer Auseinandersetzung mit dem Manager. Die Beilegung dieses Streits kostete uns in den Wochen vor dem Festival viel Zeit.

Als wir die ING Arena für die Vorstellung am Samstagabend buchten, baten wir ebenfalls darum, unser eigenes Ticketingsystem nutzen zu dürfen. Trotz unserer Bemühungen wurde dies von der Geschäftsleitung abgelehnt, die eine hohe Gebühr pro verkauftem oder verschenktem Ticket verlangte. Zwei getrennte Ticketingsysteme bereiteten sowohl den Festivalbesuchern als auch uns Schwierigkeiten.

Für Bozar und den Cirque Royal haben wir lange über die beste Vorgehensweise beraten: entweder die Vorreservierung von Plätzen für jeden Chor oder die Möglichkeit für jeden Chormitglied, seinen eigenen Platz zu buchen (wobei Mehrfachbuchungen erlaubt sein sollten, damit Freunde zusammen sitzen können). Wir entschieden uns für die zweite Option. Wir wussten bereits, dass viele Chormitglieder nicht während der gesamten Dauer des Festivals anwesend sein würden, und wir wollten vermeiden, dass Plätze leer blieben. Zudem fanden all diese Vorstellungen zu zwei unterschiedlichen Zeiten statt, und wir wollten den Chormitgliedern die Möglichkeit geben, die für sie am besten geeignete Vorstellungszeit zu wählen. Wir verließen uns daher auf die Eigenverantwortung jedes Einzelnen. Diese Entscheidung wurde von mehreren Chören angefochten, aber wir stehen dazu.

Normalerweise fallen bei der Ausstellung eines Tickets Buchungsgebühren an, die vom Veranstalter getragen werden. Nach Verhandlungen hat unser Ticketpartner Billetweb die Besonderheiten unseres Festivals berücksichtigt und den Festivalbesuchern ermöglicht, ihre Plätze kostenlos zu reservieren.

In der ING Arena hingegen, wo die Sitzplätze nicht nummeriert waren, verschickte der Veranstalter selbst Tickets an alle Festivalbesucher und berechnete dafür eine Gebühr.

Den Ticketverkauf für die Vorstellungen im Bozar und im Cirque Royal haben wir im Februar 2026 eröffnet, wobei Festivalbesucher bis Ende März Vorrang hatten. Danach begann der allgemeine Verkauf. In der ING Arena begann der Verkauf im November 2025, und die Tickets wurden den Festivalbesuchern Ende Mai zugesandt.

Die Abwicklung des Ticketverkaufs erforderte trotz der von uns veröffentlichten FAQs (verlorene Tickets, Schwierigkeiten bei der Buchung, auf der Bühne auftretende Sänger, die nicht verstanden, warum sie keinen Platz buchen konnten,

Sitzplatzänderungen) einen hohen Arbeitsaufwand und individuellen Kontakt zu den Festivalbesuchern.

Wir empfehlen zukünftigen Organisationsteams dringend, diese Schwierigkeiten zu berücksichtigen, wenn sie ähnliche Veranstaltungen durchführen möchten. Die einfachste Lösung ist natürlich ein einheitliches Ticketingsystem für alle Veranstaltungen, doch diese Entscheidung liegt bei den Veranstaltungsortbetreibern. Im Idealfall sollten die Veranstaltungsorte auch groß genug sein, um alle Festivalbesucher bei jeder Vorstellung gleichzeitig unterzubringen, wodurch die Notwendigkeit individueller Vorabreservierungen entfällt. Angesichts des kontinuierlichen Wachstums von „Various Voices“ stellt dies jedoch eine Herausforderung dar. Bei einer Auswahl an Vorstellungen halten wir das System der individuellen Voranmeldung nach wie vor für am effektivsten.

Nachmittagskonzerte: das Herzstück des Festivals

„Various Voices Brussels 2026“ hat einmal mehr bewiesen, dass die Nachmittagskonzerte wahrlich das Herz und die Seele des Festivals sind! Was für eine Freude war es, die Auftritte so vieler talentierter Chöre mitzuerleben, die vor einem ebenso anspruchsvollen wie begeisterten Publikum ihr Bestes gaben.

Die Atmosphäre in den Veranstaltungsorten (und in den Fluren, die dorthin führten) war magisch und außergewöhnlich. Wie oben erläutert, ermöglichte das gut durchdachte Programm dem Publikum, neue Chöre zu entdecken oder bekannte wiederzuentdecken, und bot gleichzeitig eine Vielfalt an SSAA-, SATB-, TTBB- und anderen Ensembles unterschiedlicher Größe. Die Nachmittagskonzerte waren sehr gut besucht; die meisten Veranstaltungsorte waren voll. Bei einigen Konzerten war das Publikum je nach Veranstaltungsort und Programm etwas spärlicher.

Wir haben erhebliche technische Ressourcen eingesetzt, um sicherzustellen, dass die Chöre angemessen verstärkt wurden, damit sie alle auf der Bühne glänzen konnten. Wir möchten diese Gelegenheit nutzen, um Antoine Denis, dem technischen Leiter, und Vincent De Bast, dem Tontechniker, zu danken, die unter sehr schwierigen Bedingungen gearbeitet haben.

Im Großen und Ganzen wurde der Zeitplan eingehalten, wobei zwischen den Auftritten der einzelnen Chöre ausreichend Zeit vorgesehen war. Wir haben sehr genau darauf geachtet, dass die Zeitangaben stimmten, als uns die Chöre ihre Setlisten zur Verfügung stellten! Uns ist nur ein Problem am Samstagnachmittag im Cirque Royal bekannt, wo einige Konzerte früher als geplant begannen, was zu einer Verzögerung im Programm führte, was wir zutiefst bedauern.

Wir hatten beschlossen, die Nachmittagskonzerte auf drei statt auf fünf Tage zu verteilen, da wir bedachten, dass viele Chöre am Mittwochnachmittag und sonntags nicht zur Verfügung stehen würden. Die Organisation der Soundchecks erwies sich als Herausforderung. Da an jedem Tag an jedem Veranstaltungsort zehn Chöre auf dem Programm standen, mussten diese Soundchecks zwangsläufig unter Zeitdruck durchgeführt werden, da sie nur innerhalb eines dreistündigen Zeitfensters am Vormittag stattfinden konnten.

Die größte Schwierigkeit bei der Organisation dieser Konzerte war der Mangel an Freiwilligen in entscheidenden Momenten, obwohl ihre Rolle für das Zeitmanagement von entscheidender Bedeutung ist (siehe Abschnitt „Freiwilligenarbeit“). Wir müssen auch auf die Schwierigkeiten hinweisen, die Menschen mit eingeschränkter Mobilität beim Wechsel von Saal zu Saal hatten. Unser Fahrradtaxi-Service funktionierte gut, konnte aber nicht die gesamte Nachfrage decken. Die ideale Lösung wäre natürlich, alle Konzerte in einem einzigen Gebäude zu organisieren, was in Brüssel jedoch nicht möglich war.

Dies sind wichtige Punkte, die wir zukünftigen Organisationsteams mitgeben müssen: Eine Erhöhung der Anzahl der teilnehmenden Chöre könnte die Programmplanung erschweren, und es wird schwierig, alles innerhalb von fünf Tagen zu bewältigen. Die Berücksichtigung aller Einschränkungen und Wünsche der Chöre stellt ebenfalls eine große Herausforderung dar. Außerdem ist es unerlässlich, bei der zeitlichen Planung der Auftritte sehr präzise vorzugehen. Der kleinste Ausrutscher kann einen ganzen Nachmittag ruinieren. Abschließend lautet unsere Schlussfolgerung genauso wie unsere Einleitung: Diese Konzerte sind das Herzstück des Festivals. Und unsere Chöre sind die Stars der Veranstaltung!

Aufführungen & Feierlichkeiten

Von Beginn unseres Projekts an wollten wir mehrere Shows auf die Beine stellen, bei denen Chöre rund um ein zentrales Thema zusammenkommen. Wir haben dabei nichts Neues erfunden. Wie schon bei „ “ in Bologna, München und Dublin boten diese Shows uns die Gelegenheit, die belgische Kultur zu präsentieren, indem wir lokale Künstler einluden, gemeinsam mit den Chören auf der Bühne zu stehen, und gleichzeitig die Chöre in den Vordergrund zu rücken und Verbindungen zwischen ihnen zu fördern.

Wir planten eine Eröffnungs- und eine Abschlusszeremonie sowie drei Shows. Ihre Themen wurden im Anschluss an eine Brainstorming-Sitzung festgelegt, die während des Lockdowns 2021 innerhalb des Chors „Sing Out Brussels!“ organisiert wurde. Diese Themen, die der belgischen, Brüsseler und europäischen Identität des Festivals entsprachen, waren Surrealismus (*„Treachery of Images*“, ein Spiel mit Geschlecht und Erscheinungsbild), Königshäuser und das europäische Projekt.

Da künstlerisches Schaffen ein eigenständiger Beruf ist, nahmen wir zunächst Kontakt zu Sébastien Jurczys auf, mit dem wir bereits am Bewerbungsdossier gearbeitet hatten. Als Sébastien 2022 ins Ausland zog, ernannten wir Simon Paco zum künstlerischen Leiter. Wir hatten bereits bei mehreren „Sing Out Brussels!“-Produktionen mit Simon zusammengearbeitet und diese Erfahrung als sehr bereichernd empfunden. Da Simon zuvor noch nie mit „Various Voices“ zu tun gehabt hatte, gaben wir ihm zunächst ein ausführliches Briefing, um zu erklären, worum es bei dem Festival ging, warum es wichtig war, die Chöre in den Vordergrund zu stellen, und was den einzigartigen Charakter unserer Chöre ausmacht (sehr gut organisierte Amateurgruppen, aber keine professionellen Künstler).

Simons erste Aufgabe bestand darin, Recherchen durchzuführen, um die Identität jeder Show und ihre Botschaft zu definieren. Insbesondere führte er das Thema

„Cabaret“ in die Eröffnungsfeier ein. Simon stellte seine Vision zunächst unserem Team und den wichtigsten Mitgliedern von „Sing Out Brussels!“ vor, was es ihm ermöglichte, das Konzept weiter zu verfeinern. Eine unserer Prioritäten war die Vielfalt der Gastkünstler. Wir wollten alle Buchstaben des Akronyms LGBTQI+ auf der Bühne vertreten. Auf Grundlage dieser Rückmeldungen stellte Simon 2024 sein künstlerisches Dossier fertig. Das Dokument wurde anschließend an die Chorleiter weitergeleitet.

Im Anmeldefragebogen konnten die Chöre bereits ihr Interesse an einer Teilnahme an diesen Aufführungen bekunden. Der künstlerische Vorschlag enthielt einen Fragebogen, in dem die Chöre ihre Vorschläge konkretisieren konnten (die Show, an der der Chor teilnehmen wollte, das vorgeschlagene Lied und eine mögliche Zusammenarbeit mit einem anderen Chor). Simon Paco erhielt 83 Vorschläge, was die Begeisterung der Chöre für die Teilnahme an diesen Veranstaltungen verdeutlicht. Gleichzeitig startete Simon einen Aufruf zur Einreichung von Bewerbungen von queeren Künstler*innen, die als Gäste an unseren Shows teilnehmen möchten.

Im September 2025 legte Simon einen ersten Programmentwurf vor und erklärte, dass Chöre, die sich für eine bestimmte Show angemeldet hatten, bei dieser Show Vorrang erhalten würden. Alle Chöre, die sich beworben hatten, wurden in mindestens eine Show aufgenommen. Angesichts der hohen Anzahl an Anfragen war es möglich, dieselbe Show jeden Abend zweimal aufzuführen, was die Organisation im Hinblick auf die Proben erleichterte. An jeder Show nahmen etwa 15 Chöre teil.

Im Laufe mehrerer Monate kontaktierte Simon jeden Chor, um das Konzept hinter den Aufführungen zu erläutern, die Vorschläge zu klären und zusätzliche Informationen einzuholen (Songtexte, Kopien der Noten, Video- oder Audioaufnahmen). Die musikalische Leiterin Emily Allison wurde hinzugezogen, um sicherzustellen, dass die Vorstellungen ausgewogen waren (Art der Chöre, Art des Repertoires usw.). Wir beschlossen, dass die musikalische Qualität kein Auswahlkriterium sein sollte, da „Various Voices“ kein Wettbewerb ist und jeder Chor die gleiche Chance erhalten sollte, zu glänzen. Trotz mehrerer Mahnungen antworteten einige Chöre nie und wurden daher von der Liste der Kandidatenchöre gestrichen. Das Programm der Vorstellungen und Feierlichkeiten wurde im Dezember 2025 endgültig festgelegt.

Im Januar 2026 engagierte Simon die Moderatoren Stéphanie Coerten (die insbesondere für ihre Rolle als Moderatorin beim Internationalen Musikwettbewerb „Königin Elisabeth“ bekannt ist) und La Veuve (eine Künstlerin, die sich ebenfalls bestens mit der Kunst der Veranstaltungsmoderation auskennt). Im März 2026 legte Simon uns erstmals eine Liste der Künstler vor, die für Auftritte auf der Bühne eingeladen waren. Viele Namen mussten jedoch noch bestätigt werden.

Von diesem Zeitpunkt an begannen die Dinge schiefzulaufen. Simon hatte mit gesundheitlichen Problemen zu kämpfen und war gleichzeitig mit anderen beruflichen Projekten beschäftigt. Ihre Teilnahme an unseren Besprechungen wurde unregelmäßiger. Sie versprachen, die Liste der endgültig bestätigten Gastkünstler zur Verfügung zu stellen, doch diese Liste traf nie ein. Sie versprachen uns außerdem, die Ablaufpläne für jede Show bereitzustellen, doch auch das

geschah nicht. Wir hatten keinen Einblick in diese Ablaufpläne, da Simon an einem eigenen Dokument arbeitete und sich geweigert hatte, die Informationen in „Integra“ einzugeben, die Plattform, die wir für die Planung des Festivals nutzten.

Einige Wochen vor „Various Voices“ stellte Simon fest, dass einige Veranstaltungen zu lang waren. Während einige Chöre eigentlich zwei Lieder im Rahmen derselben Veranstaltung singen sollten, bat er sie, eines zu streichen. Dies löste bei einigen Chören heftige Reaktionen aus, wobei die Kommunikation nicht immer rücksichtsvoll war. Wir unterstützten Simon und riefen dazu auf, seine Arbeit zu respektieren. Außerdem wiederholten wir unsere Bitte, uns die Veranstaltungspläne zuzusenden.

Zwei Wochen vor dem Festival erhielten wir sie schließlich. Außerdem erhielten wir endlich eine sehr lange Liste der Gastkünstler*innen (23 Künstler*innen und 7 DJs!). Diese Künstler*innen, verteilt auf die fünf Shows, zeigten die Vielfalt der LGBTQI+-Community (jeder Buchstabe des Akronyms war vertreten) durch eine Vielzahl von Kunstformen: Live-Gesang, Drag Queens, Drag Kings, Stand-up-Comedy, Zirkusnummern, Burlesque und Performance-Kunst.

Simon hatte wochenlang einige von ihnen hinterherlaufen müssen, um ihre Zusage zu erhalten. Da noch keine Verträge unterzeichnet worden waren, mussten wir viel zu spät Verhandlungen mit ihren Managern aufnehmen, um unsere Verträge genehmigen zu lassen – Verträge, die nicht immer den üblichen professionellen Verträgen entsprachen, die diese Künstler normalerweise unterzeichnen.

Außerdem stellten wir bei der abschließenden Durchsicht der Ablaufpläne fest, dass die beiden im Cirque Royal geplanten Shows im Vergleich zu dem ursprünglich von Simon festgelegten und vom Veranstaltungsort genehmigten Zeitplan 15 Minuten zu lang waren. Zu diesem Zeitpunkt war es nicht mehr möglich, Chöre aus dem Programm zu streichen. Wir baten daher darum, Gastkünstler zu streichen. Simon zog es jedoch vor, diese in andere Shows zu verlegen. Dies führte zu einem enormen Ungleichgewicht, da nun in einigen Shows viel zu viele Künstler vorgesehen waren – insbesondere bei der Eröffnungsfeier und der Show in der ING Arena – sowie zu einem Ungleichgewicht hinsichtlich der Art der Darbietungen in den einzelnen Shows. Wir hätten zu diesem Zeitpunkt darauf bestehen sollen, bestimmte Verträge zu kündigen oder gar nicht erst abzuschließen, aber Simon war dafür überhaupt nicht offen. Wir hatten den Eindruck, dass es ihnen in erster Linie darum ging, ihren Ruf in der Brüsseler Kunstszene zu wahren, anstatt den Interessen des Festivals Vorrang einzuräumen. Angesichts der sehr späten Einreichung blieb uns zudem keine Zeit mehr, den zeitlichen Ablauf der Auftritte genau zu überprüfen. Es war ohnehin schon zu spät.

Dann begann das Festival. Und vieles lief nicht wie erhofft:

- Die Probenzeit war angesichts der Anzahl der Chöre und Künstler im Programm zu kurz
- Simon hatte die Zeit unterschätzt, die die Chöre für den Ein- und Auszug auf die Bühne benötigten, ebenso wie die Dauer des Applauses … Dies führte zu erheblichen Zeit n Überschreitungen, insbesondere bei der Eröffnungsfeier und in der ING Arena, wo die Anzahl der Künstler im Programm viel zu hoch war.

- Angesichts der Hitze waren die Arbeitsbedingungen höllisch, vor allem im Cirque Royal. Daher schlug Simon vor, jede Show in zwei Teile zu teilen. Das war die beste Option. Doch obwohl die Chöre Verständnis zeigten, führte dies zu großer Frustration und auch zu völligem Chaos beim Ticketverkauf, während fast alle Vorstellungen ausverkauft waren.
- In der ING Arena, wo wir mit einem vom Veranstalter auferlegten Subunternehmer zusammenarbeiteten, traten enorme Probleme auf (die Bühne wurde nicht rechtzeitig aufgebaut, was zu Verzögerungen bei den Proben am Samstag führte; die Ausrüstung für den Trapezkünstler, der durch die Luft fliegen sollte, war falsch, sodass der Künstler seine Darbietung am Boden vorführen musste; es herrschte ein allgemeiner Mangel an Respekt seitens des Subunternehmers gegenüber unseren Teams ...)

Unter diesen Umständen versuchte Simon, die Situation so gut wie möglich zu retten, insbesondere indem er die Reden der Moderatoren kürzte und die Chöre bat, auf ihren Dank zu verzichten ... Momente, die das Publikum zum Mitsingen anregen sollten, wurden gestrichen. Dies führte jedoch hinter den Kulissen zu großer Frustration und Anspannung. Bei der Eröffnungsfeier wurde vorgeschlagen, die Darbietung der Festivalhymne zu streichen, was für das Organisationsteam jedoch nicht verhandelbar war. In der ING Arena stand unser Team unter großem Stress, da die Show 45 Minuten länger dauerte als geplant. Die Darbietung der Festivalhymne am Ende des Abends war wirklich eine Last-Minute-Aktion. Wir hatten Sorge, dass das Publikum die letzte U-Bahn verpassen könnte. Das Sicherheitspersonal war angesichts der Zeitüberschreitung besonders nervös. Der Veranstaltungsort hatte sich im Laufe des Abends tatsächlich erheblich geleert.

Auch der Wechsel der Gastkünstler von einer Show zur nächsten hat die Kohärenz der Darbietungen stark beeinträchtigt. Das übergreifende Thema war nicht mehr wirklich erkennbar. Zudem wurde dadurch die Repräsentativität der LGBTQI+-Community untergraben, da beispielsweise in der ING Arena weitaus mehr Drag Queens auftraten als ursprünglich geplant. Einige künstlerische Darbietungen lösten zudem Reaktionen aus. Wir bedauern, dass einige Menschen die Burlesque-Kunst missverstanden und in den Werken von Künstler*innen, die im Gegenteil ihren Körper als Machtinstrument in Eigenregie nutzen, eine Sexualisierung wahrnahmen. Andere konnten die politische Botschaft bestimmter Darbietungen nicht nachvollziehen. Wir hatten diese Darbietungen nicht im Voraus einsehen können (und in einigen Fällen haben wir sie gar nicht gesehen, da wir hinter der Bühne waren). Obwohl wir die künstlerische Freiheit selbstverständlich respektieren, sind wir der Meinung, dass wir als Produzenten dieser Shows das Recht hätten haben sollen, die Inhalte zu prüfen.

Schließlich war die Besucherzahl bei den Shows enttäuschend, obwohl fast alle als ausverkauft gelistet waren. Hier sind die Zahlen für die Shows, für die Festivalbesucher ihre Plätze selbst gebucht hatten:

- Die Eröffnungsfeier verzeichnete die höchste Besucherzahl. Zu jeder Vorstellung erschienen 77 % des erwarteten Publikums.
- Bei „Treachery of Images“ am folgenden Tag im Cirque Royal lag die Besucherzahl bei 58 % für die erste Vorstellung und bei 64 % für die zweite.
- Bei „Royalties“ am Freitag war die Besucherzahl noch geringer: 32 % bei der ersten Vorstellung und 33 % bei der zweiten.

- Bei der Abschlusszeremonie nahmen 52 % des erwarteten Publikums an der ersten Vorstellung teil, 62 % an der zweiten.

In der ING Arena hatten die Festivalbesucher ihre Plätze nicht selbst ausgewählt, sondern alle ihre Eintrittskarten per E-Mail erhalten. Wir hatten etwas mehr als 4.000 Personen erwartet (Festivalbesucher und zahlende Zuschauer). Kaum 42 % des erwarteten Publikums erschienen. 74 % der zahlenden Zuschauer waren anwesend, aber nur knapp 39 % der Festivalbesucher.

Die Hitze spielte zweifellos eine große Rolle bei diesen geringen Besucherzahlen. Diejenigen, die von den ersten Vorstellungen enttäuscht waren, sind wahrscheinlich zu den folgenden nicht mehr erschienen. Und die ING Arena litt zweifellos unter ihrer Entfernung zum Stadtzentrum.

Wir möchten Simons Vorbereitungsarbeit sowie die während des Festivals unter extrem schwierigen Bedingungen geleistete Arbeit lobend hervorheben. Unser herzlichster Dank gilt auch seinem Assistenzteam: Manon de Terwangne, Clémence de Terwangne und Alex Sartoretti. Wir sind sehr stolz darauf, dass es uns gelungen ist, fünf abendfüllende, groß angelegte Vorstellungen mit einem vielfältigen künstlerischen Angebot auf die Bühne zu bringen. Ebenfalls beeindruckt sind wir von der Qualität der Darbietungen der Chöre, die auf den besten Bühnen Brüssels glänzten. Schließlich freuen wir uns sehr über die Anzahl der beteiligten Chöre und darüber, wie viele den Geist der Zusammenarbeit gelebt haben (jede Aufführung enthielt mindestens ein Lied, das gemeinsam von mehreren Chören vorgetragen wurde).

Allerdings sind wir nach wie vor sehr frustriert über die Art und Weise, wie diese Aufführungen durchgeführt wurden. Was den Zeitplan, die Kohärenz, ein verbindendes Thema oder die von den Moderatoren gelieferte Erzählung angeht, haben wir nicht das gefunden, was wir uns erhofft hatten. Wir haben das Gefühl, dass wir unserem künstlerischen Leiter zu viel Vertrauen geschenkt und das Ausmaß unserer Rolle als Produzenten der Aufführungen nicht ausreichend erkannt haben.

Dies ist eine Botschaft, die wir zukünftigen Organisationsteams mitgeben möchten: Vergesst niemals, dass nur ihr wisst, was der Geist und die Mission von „Various Voices“ sind. Es ist eure Pflicht, dafür zu sorgen, dass dieser Geist angemessen gewahrt wird. Alle Entscheidungen müssen vom Vorstand genehmigt werden, einschließlich künstlerischer Entscheidungen.

Wir möchten außerdem darauf hinweisen, dass wir fünf große Veranstaltungen an drei verschiedenen Veranstaltungsorten organisiert haben, was die Organisation extrem kompliziert machte. Sollten alle Veranstaltungen an einem einzigen Ort stattfinden? Sollte eine einzige Großveranstaltung organisiert werden? Sollten die Aufgaben auf mehrere künstlerische Leiter aufgeteilt werden? Dies sind Möglichkeiten, die es wert sind, geprüft zu werden. Zweifellos wäre es auch hilfreich gewesen, die Aufgaben in rein kreative und rein operative Bereiche (technische Anforderungen, Verträge usw.) zu trennen. Angesichts des Umfangs des Festivals war dies eindeutig zu viel für eine einzige Person. Wir würden außerdem empfehlen, für alle Schlüsselpositionen (künstlerischer Leiter, musikalischer Leiter usw.) Vertretungsregelungen zu treffen. Sich vollständig auf eine einzige Person zu verlassen, birgt ein zu großes Risiko.

Man muss sich auch sorgfältig überlegen, wie viel Energie und Budget man für diese Veranstaltungen aufwenden möchte. Der Abend in der ING Arena ist mit enormen Kosten verbunden (es ist mit Abstand die teuerste Veranstaltung des Festivals). Eines der Hauptziele war es, alle Festivalbesucher an einem Ort zusammenzubringen. Allerdings erschien weniger als die Hälfte. Hat sich der Aufwand gelohnt?

Schließlich hätte in einer idealen Welt das Kreativteam von „Sing Out Brussels!“ in die Vorbereitung dieser Aufführungen einbezogen werden sollen. Leider war dieses Team bereits stark mit den großen jährlichen Aufführungen des Chores ausgelastet. Dies könnte auch die Kluft zwischen unseren Erwartungen als Chorsänger und dem Endergebnis erklären. Wenn ihr die Möglichkeit habt, bezieht eure Mitglieder in die Gestaltung der Aufführungen mit ein. Und wenn ein künstlerischer Leiter hinzugezogen wird, ist es unerlässlich, stets die Grundregeln von „Various Voices“ zu bekräftigen: Die Chöre müssen im Mittelpunkt stehen, und die Künstler müssen sie ergänzen und im Idealfall mit ihnen interagieren. Diese Schlussfolgerungen, zu denen unser Team bereits am Tag nach dem Festival gelangte, fanden auch bei den Festivalbesuchern in der Nachbefragung (siehe das entsprechende Kapitel) sowie bei Simon selbst in einem Dokument, in dem er die Ratschläge zusammenfasst, die er zukünftigen künstlerischen Leitern mit auf den Weg geben möchte, breite Resonanz – dieses Dokument können wir den zuständigen Teams zur Verfügung stellen.

Straßenkonzerte

Die Straßenkonzerte waren am einfachsten zu organisieren. Im Sommer 2025 identifizierten wir mit Hilfe unseres musikalischen Leiters, der bestimmte, zu laute Veranstaltungsorte ausschloss, wichtige Standorte im Brüsseler Stadtzentrum, an denen diese Konzerte stattfinden konnten. Anschließend beantragten wir eine Genehmigung bei der Stadt Brüssel, die Ende 2025 ohne Schwierigkeiten erteilt wurde.

Was die Zeitplanung angeht, beschlossen wir, die Straßenkonzerte am Mittwochnachmittag zu veranstalten, um den Start des Festivals zu markieren und Interesse an der Veranstaltung zu wecken, sowie am Samstagvormittag, um für unsere Abendvorstellung in der ING Arena zu werben. Wir waren zudem entschlossen zu vermeiden, dass die Straßenkonzerte mit den Nachmittagskonzerten konkurrierten, da dies unweigerlich dazu geführt hätte, dass die Besucher die Veranstaltungsorte verlassen hätten.

Wir haben bereits bei der Anmeldung deutlich gemacht, dass diese Konzerte aufgrund fehlender finanzieller Mittel mit einem minimalen Aufbau (keine Bühne, keine Verstärkeranlage, keine Ausrüstung) stattfinden würden. Einige Chöre, die nicht a cappella singen, traten dennoch auf den Straßen von Brüssel auf und brachten ihre eigene Ausrüstung mit.

Aufgrund der Hitze mussten sich die Chöre anpassen, indem sie entweder einen schattigen Platz zum Singen wählten oder die Dauer ihres Auftritts verkürzten. Mindestens ein Chor entschied sich dafür, sein Straßenkonzert abzusagen.

Wir wissen, dass viele Chöre Straßenkonzerte lieben! Diese haben wesentlich zur Sichtbarkeit des Festivals in der Stadt beigetragen. Wir können zukünftige Festivals natürlich nur ermutigen, ähnliche Veranstaltungen zu organisieren. Es kostet nichts und bereitet so viel Freude!

Konzerte im Rahmen von Partnerschaften

Beim „Rendez-Vous à Bruxelles“ im Jahr 2024 machten uns mehrere Chorleiter deutlich, dass es nicht genügend Konzertmöglichkeiten gab, insbesondere weil einige Chöre mit Klavierbegleitung singen und daher keine Straßenkonzerte geben können.

Da unser Budget die Anmietung zusätzlicher Konzertorte nicht zuließ, haben wir uns daher um den Aufbau von Partnerschaften bemüht. Wir sind hocherfreut und stolz darauf, unser Ziel erreicht zu haben, indem wir Chören, die dies wünschten, drei zusätzliche Konzertmöglichkeiten im Rahmen von „ “ anbieten konnten. Die Bewerbung erfolgte über ein Anmeldeformular, das Anfang Oktober 2025 an die Chorleiter verschickt wurde und dessen Frist am 30. November 2025 ablief.

Wir haben das Programm so zusammengestellt, dass wir allen Chören, die dies beantragt hatten, mindestens eine Option anbieten konnten, wobei wir die Wünsche der einzelnen Chöre und ihre jeweiligen Einschränkungen, wie beispielsweise ihre Auftrittszeiten oder technischen Anforderungen, berücksichtigt haben. Chöre, die nicht auf das Anmeldeformular reagiert haben, wurden selbstverständlich nicht in das Programm aufgenommen.

Durch diese Konzerte haben wir den Chören nicht nur eine weitere Gelegenheit geboten, zu glänzen: Wir haben das Festival auch für die Stadt, ihre Einwohner und ihre Besucher geöffnet, da diese Veranstaltungen nicht Teil des Festivalpasses waren und größtenteils kostenlos waren. Wir empfehlen dem zukünftigen Organisationsteam nachdrücklich, ähnliche Partnerschaften in ihrer eigenen Stadt aufzubauen.

Führungen durch das Rathaus

Dank unserer engen Verbindungen zum Team der Brüsseler Abteilung für Chancengleichheit kamen wir mit BME (Brussels Major Events) in Kontakt, das Führungen durch das Brüsseler Rathaus organisiert. Das ganze Jahr über werden von Zeit zu Zeit thematische Führungen angeboten (mit Tanz- oder Zirkusvorführungen).

Das BME hatte so etwas noch nie zuvor mit Chören ausprobiert und reagierte begeistert auf unseren Vorschlag. Das Rathaus ist mittwochs, freitags, samstags und sonntags nachmittags für Besucher geöffnet. Diese Führungen wurden durch kurze 15-minütige Konzerte mit einer einfachen Ausstattung (keine Mikrofone, keine Beleuchtung) in drei Räumen (Gotischer Saal, Ratssaal und Büro des Bürgermeisters) unterbrochen, von denen jeder Chöre unterschiedlicher Größe in diesem repräsentativen Gebäude aufnehmen konnte. Im Gotischen Saal stand ein Klavier zur Verfügung.

Unsere Aufgabe bestand darin, alle für diese Auftritte vorgesehenen Zeitfenster zu besetzen. Wir möchten diese Gelegenheit nutzen, um den Chören zu danken, die sich bereit erklärt haben, zweimal aufzutreten oder am Mittwoch früh und am Sonntag spät zu singen, um die Lücken zu füllen. Das Festival erhielt für seine Programmgestaltung eine finanzielle Vergütung in Höhe von 2.000 €, während die BME die Kosten für das Stimmen des Klaviers, die Bereitstellung von Getränken und Snacks sowie die Produktion eines Aftermovies speziell für die Führungen übernahm. Fotografen der BME hielten zudem die Höhepunkte fest.

Unsere Freiwilligen waren für den Empfang der Chöre zuständig, während die Mitarbeiter der BME das Publikum begrüßten. Am ersten Tag war die Organisation etwas chaotisch, und das Festivalteam musste eingreifen, um die Abläufe bezüglich der Umkleideräume, des Zugangs zu den Führungen und der Wegeführung im Gebäude zu klären. Es war für unser Team wie auch für die BME eine Premiere, aber wir konnten die Probleme konstruktiv angehen, und danach lief alles reibungslos.

Für diese Führungen wurde ein Eintrittspreis erhoben, der angesichts des angebotenen Musikprogramms etwas höher war als der übliche Preis für Führungen. Dies war den Festivalbesuchern über unsere Website und unsere Newsletter klar mitgeteilt worden. Einige Festivalbesucher, denen diese Information nicht bekannt war, reagierten jedoch sehr heftig und richteten unangemessene Beschwerden an die BME-Mitarbeiter oder unsere Freiwilligen, was wir zutiefst bedauern.

Während des Festivals empfing das Rathaus 508 Besucher, während die Gesamtkapazität über die vier Tage bei 1.530 Besuchern lag. Wir glauben, dass es weniger der Preis als vielmehr die extreme Hitze war, die die Besucher abschreckte. Dennoch bewerten wir diese Zusammenarbeit sehr positiv, da sie es vielen Chören ermöglichte, an diesem historischen Ort aufzutreten.

Kostenlose Konzerte im Rathaus

Donnerstags, freitags und samstags von 11.00 bis 13.30 Uhr fanden im Rahmen des Festivals Konzerte in der „Salle des Milices“ statt, die von der Stadt Brüssel kostenlos zur Verfügung gestellt wurde. Dieser Saal befindet sich im Erdgeschoss des Brüsseler Rathauses und ist direkt von der Grand-Place aus zugänglich.

Ziel war es, kostenlose Konzerte zu veranstalten, die für alle zugänglich waren, insbesondere für Touristen, die über den Grand-Place in Brüssel schlenderten. Da die Veranstaltung kostenlos war und der Veranstaltungsort klein war (120 Plätze), war keine technische Ausstattung vorgesehen.

Wir haben hier keine Besucherzahlen erfasst, aber uns wurde berichtet, dass der Saal stets voll war und die Warteschlange am Eingang manchmal ziemlich lang war! Trotz eines Problems mit dem Sicherheitsbeamten, der am Freitag zu spät erschien, und einer zeitweise lauten Umgebung war die Veranstaltung für uns daher ein großer Erfolg, der es den Menschen ermöglichte, die Festivalatmosphäre auch außerhalb unserer Hauptkonzertorte zu erleben.

Vaux Hall Summer

Visit.brussels stellte den Kontakt zum Kulturamt der Stadt Brüssel her, dem Veranstalter des „Vaux Hall Summer“, eines kostenlosen Festivals, das jeden Sommer diesen prächtigen Veranstaltungsort aus der Belle Époque im Brüsseler Königspark zum Leben erweckt.

Das Festival war allein für das Programm vor Ort verantwortlich. Das Team von „Vaux Hall Summer“ kümmerte sich um den Empfang der Chöre und den Aufbau der technischen Ausrüstung. Auch die Bars wurden von „Vaux Hall Summer“ betrieben. An jedem Abend des Festivals fanden von 18:30 bis 20:30 Uhr Konzerte statt.

Der Start am Mittwoch verlief etwas chaotisch, insbesondere was die Unterbringung von Menschen mit eingeschränkter Mobilität und technische Probleme betraf, bei denen der Tontechniker des Festivals eingreifen musste. Bedauerlich ist auch, dass „Vaux Hall Summer“ keine Notlösung bereitgestellt hat, um die Chöre am frühen Abend vor der Sonne zu schützen.

Dennoch war die Erfahrung für beide Seiten sehr positiv, mit hohen Besucherzahlen (480 Besucher am Mittwoch, 800 am Donnerstag, 850 am Freitag, 390 am Samstag, während der Veranstaltungsort maximal 1.000 Personen fasst) und vor allem einer hervorragenden Atmosphäre an jedem Abend. Vaux Hall Summer spiegelte die Atmosphäre und den Geist des Festivals wirklich wider.

Gemeinschaftsgeist – Rahmenprogramm

Neben dem ohnehin schon sehr umfangreichen Musikprogramm hielten wir es für wichtig, ein Rahmenprogramm anzubieten, das die Festivalbesucher dazu anregen sollte, sich gegenseitig kennenzulernen. Angesichts der Größe des Festivals ist es für viele Festivalbesucher in der Tat schwierig, ihre Komfortzone zu verlassen, um Menschen außerhalb ihres eigenen Chors kennenzulernen.

Die Umfrage nach dem Festival zeigt, dass ein echter Bedarf an dieser Art von Veranstaltungen besteht, auch wenn sie während des Festivals unterschiedlich erfolgreich waren. Wir ermutigen künftige Organisationsteams dennoch, ein Programm zusammenzustellen, das solche geselligen Aktivitäten entsprechend ihren eigenen Vorlieben beinhaltet.

Festival-Dorf

Das Festival-Dorf war der Treffpunkt für Festivalbesucher, an dem sie sich auf einen Drink treffen, plaudern oder an soziokulturellen Aktivitäten teilnehmen konnten. Es wurde im BIP (Brussels Info Point), den Büros unseres Partners visit.brussels, im Herzen des Königlichen Viertels eingerichtet, wo sich die meisten unserer Veranstaltungsorte befanden.

Es umfasste den Cour d’honneur des BIP (einen offenen Bereich mit Bars, Food Trucks, Stühlen und Tischen), die „Salle des Guichets“ im Erdgeschoss des BIP, die bei Regen als Ausweichort dienen und soziokulturelle Aktivitäten beherbergen

konnte, einen Ruheraum für die Freiwilligen sowie einen Arbeitsraum für das Festivalteam und die Fotografen/Videografen.

Das Village war vier Tage lang geöffnet: am Mittwoch, dem 24. Juni, von 12 Uhr mittags bis 23 Uhr, am Donnerstag, dem 25. Juni, von 10 Uhr bis 23 Uhr, am Freitag, dem 26. Juni, von 10 Uhr bis 23 Uhr und am Samstag, dem 27. Juni, von 10 Uhr bis 18 Uhr.

Die Einnahmen der Bar wurden von der für die Flächen zu zahlenden Miete abgezogen. Was die beiden Food-Trucks betrifft, hatten wir mit den Betreibern einen Mindestumsatz vereinbart, der von der Pommesbude nicht erreicht wurde. Das Festival musste daher die Differenz ausgleichen.

Das „Village“ hat seine Rolle als Treffpunkt voll und ganz erfüllt. Es hätte zweifellos noch mehr los sein können. Die Hitze hat wahrscheinlich die Besucherzahlen begrenzt, da der Bereich sehr offen ist. Dennoch möchten wir dem nächsten Organisationsteam folgende Botschaft mit auf den Weg geben: Es ist unerlässlich, über eine Basis zu verfügen, die sowohl als Treffpunkt als auch als Arbeitszentrale dienen kann. Diese sollte idealerweise in der Nähe der Hauptveranstaltungsorte des Festivals liegen.

Führungen

Während des Festivals fanden 11 themenbezogene LGBTQI+- oder feministische Führungen statt. Sie wurden von Fachorganisationen geleitet: dem Museum der Stadt Brüssel, L-tour und L’Architecture qui dégenre.

Diese Führungen waren nicht im Festivalpass enthalten. Wir boten eine Anmeldung zum Pauschalpreis von 11 € an, wobei dieser Betrag ausschließlich zur Bezahlung der Führenden diente. Ursprünglich standen 16 Führungen im Angebot. Fünf davon mussten wir aufgrund zu geringer Teilnehmerzahlen absagen. Die Betroffenen erhielten eine Rückerstattung oder wurden auf eine andere Führung umgebucht.

Insgesamt meldeten sich 269 Festivalbesucher für eine Führung an. Es war ein großer Erfolg! Wir haben keine Besucherzahlen erfasst, wissen aber, dass alle Führungen stattfanden und wir positives Feedback von den Führern erhalten haben.

Wir empfehlen zukünftigen Festivals nachdrücklich, diese Art von Themenführungen zu organisieren, da sie großes Interesse wecken und einem echten Bedarf entsprechen.

Proben zu „Let Your Heart Be Heard“

Diese Proben wurden im Rahmen des Projekts „Let Your Heart Be Heard“ organisiert, das oben bereits ausführlich besprochen wurde. Während des Festivals organisierten wir zwei gemeinsame Gesangsrunden, jeweils am Donnerstag- und Freitagvormittag. Diese Proben fanden in den Terarken-Räumen im Bozar statt und wurden von unserer musikalischen Leiterin Emily Allison

geleitet. An jeder Probe nahmen zwischen 100 und 200 Teilnehmer teil, die die Festivalhymne einstudieren oder ihre Darbietung perfektionieren konnten.

Workshops

Wir organisierten während des Festivals fünf Workshops am Vormittag. Diese Workshops waren im Festivalpass enthalten.

Angesichts der begrenzten Kapazität der Workshop-Räumlichkeiten baten wir die Festivalbesucher um eine Anmeldung. Aus diesem Grund haben wir vor dem Festival einen sechsten Workshop, der ursprünglich zum Thema „Erschwinglichkeit des Festivals“ geplant war, aufgrund mangelnder Anmeldungen abgesagt.

Von den fünf Workshops verliefen zwei sehr gut: „Warum braucht ein Chor eine Strategie?“ und der Workshop über die Inklusion von trans- und nicht-binären Menschen in unseren Chören. Die Teilnehmerzahl lag zwar unter der Zahl der Angemeldeten, doch die Moderierenden lobten die Qualität der Diskussionen. Soweit uns bekannt ist, verzeichneten die anderen Workshops (LGBTQI+-Rechte in Europa, das Gefühl der Zugehörigkeit zu Europa und der „Choir Historic“-Workshop) eine recht geringe Teilnahmequote. Bei einigen gab es bereits eine geringe Anzahl angemeldeter Teilnehmer*innen (weniger als 20), in manchen Fällen nahmen jedoch nur eine Handvoll Personen teil.

Auf deren Wunsch hin haben wir außerdem zur Mittagszeit etwas Zeit für zwei Vorträge reserviert: einen von Yonatan Volfin, der zum Zugehörigkeitsgefühl in LGBTQI+-Chören forscht, und eine Lesung von Jules Balen aus seinem Buch *A Queerly Joyful Noise: Choral Musicking for Social Justice*. Auch diese beiden Veranstaltungen, die ohne vorherige Anmeldung für alle offen waren, zogen nur ein begrenztes Publikum an.

Dies ist eines der Paradoxe, die die Umfrage nach dem Festival deutlich machte: Viele Festivalbesucher sind offensichtlich daran interessiert, sich über diese Themen auszutauschen und andere zu treffen – Themen, die ihnen als LGBTQI+-Sänger*innen wichtig sind –, doch nur sehr wenige nahmen tatsächlich an diesen Workshops teil.

Die Hitze, mangelndes Interesse, ein ohnehin schon sehr volles Programm und die Tatsache, dass diese Workshops vielleicht zu spezialisiert waren, sind mögliche Erklärungen für die geringe Beteiligung. Das Niveau der Referenten steht sicherlich außer Frage. Es war jedoch sehr peinlich, den Direktor von ILGA-Europe eingeladen zu haben, der vor einem Publikum von kaum drei Personen einen Vortrag über den Stand der LGBTQI+-Rechte in Europa hielt…

Es liegt an den zukünftigen Organisationsteams zu entscheiden, ob es angebracht ist, während des von ihnen organisierten Festivals Workshops anzubieten oder nicht.

Gesellschaftliche Aktivitäten

Was die Freizeitaktivitäten betrifft, so boten wir jeden Abend zusätzlich zu den Doppelvorstellungen, die mittwochs, donnerstags und freitags im Bozar oder im Cirque Royal stattfanden, jeweils eine Aktivität an: einen Karaoke-Abend, einen Tanzworkshop und ein Quiz. Wir möchten uns bei allen Freiwilligen bedanken, die diese Aktivitäten geleitet haben.

Diese kostenlosen Aktivitäten (im Festivalpass enthalten) stießen auf gemischte Resonanz, zweifellos aus ähnlichen Gründen wie bei den Workshops (die Hitze, ein bereits vollgepacktes Programm). Die Umfrage nach dem Festival bestätigt jedoch die Notwendigkeit, Aktivitäten dieser Art zu organisieren, um Festivalbesucher mit unterschiedlichem Hintergrund dazu anzuregen, sich zu treffen und miteinander ins Gespräch zu kommen.

Auf Wunsch von Legato haben wir außerdem die Organisation eines Umtrunks für die Chorverwalter koordiniert. Diese Networking-Veranstaltung fand am Donnerstag zur Mittagszeit in der „Salle des Guichets“ im BIP statt.

Schließlich wandte sich ein Delegierter an uns und bot an, die Organisation von Aktivitäten für Menschen zu koordinieren, die während des Festivals abstinent bleiben wollten. Er richtete eine WhatsApp-Gruppe ein, für die wir in unserem Newsletter geworben haben. Etwa hundert Personen traten der Gruppe bei. Während des Festivals stellten wir einen Raum für ein 12-Schritte-Treffen zur Verfügung – für Menschen in der Genesung oder solche, die neugierig darauf waren.

Nachtpartys

Wir hatten von Anfang an geplant, jeden Abend Tanzpartys zu organisieren. Ursprünglich hätten wir die Partys gerne direkt in den Veranstaltungsorten selbst veranstaltet, doch dies war nicht erlaubt, da die Veranstaltungsorte um 23 Uhr schlossen (was auch der Grund dafür war, dass wir nach dieser Zeit keine anderen Aktivitäten im Village anbieten konnten, obwohl dies ebenfalls unsere ursprüngliche Absicht gewesen war, da nicht jeder Spaß an Tanzpartys hat). Schließlich entschieden wir uns für das C12, einen Club im Stadtzentrum, in der Nähe unserer Konzertorte. Das C12 verfügt über zwei Räume (C12 und C11), die zwei unterschiedliche Atmosphären bieten können.

In Brüssel ist das C12 für seine inklusive Politik bekannt. Dort finden regelmäßig Queer-Nächte statt. Das Personal ist speziell geschult, um die LGBTQI+-Community willkommen zu heißen, und der Veranstaltungsort ist barrierefrei. Das C12 verfügt über ein eigenes Care-Team, das bei etwaigen Zwischenfällen eingreift und Menschen mit eingeschränkter Mobilität zu den dafür vorgesehenen Toiletten begleitet.

Die Organisation der Tanzpartys wurde unserem künstlerischen Leiter anvertraut. Er engagierte mehrere DJs aus der Brüsseler Queer-Szene, um diese Abende zu gestalten. Ursprünglich war geplant, Partys zu veranstalten, die dem Thema der jeweiligen Abendshow entsprachen, um so Künstler zusammenzubringen und die

Atmosphäre sowie das Dekor jeden Abend anzupassen. Aus budgetären Gründen erwies sich dies jedoch als nicht durchführbar.

Gleichzeitig unternahmen wir mehrere Versuche, eine Partnerschaft mit dem „Brussels Rainbow Village“ aufzubauen, der Organisation, die alle LGBQTI+-Betriebe – insbesondere die Bars – im Stadtteil Saint-Jacques vereint. Wir verschickten eine große Anzahl von E-Mails, konnten ein Treffen vereinbaren und Interesse wecken und hielten mehrfach nach… Doch es kam nie etwas dabei heraus. Mögliche Erklärungen sind die Nähe zur Brussels Pride, die einen Monat vor dem Festival stattfand und einen Großteil ihrer Energie in Anspruch nahm, sowie vielleicht auch eine gewisse Herablassung gegenüber einem Chorfestival.

Während des Festivals waren die Nachtpartys jedoch schlecht besucht, was wir auf zwei Hauptgründe zurückführen: die Hitze, die die Festivalbesucher dazu veranlasste, stattdessen die Atmosphäre der Bars im Schwulenviertel zu bevorzugen, und die Atmosphäre im C12, die den Erwartungen der Festivalbesucher nicht entsprach (zu gedämpfte Beleuchtung und Technomusik, die nicht dem Geschmack des Festivalpublikums entsprach). Zudem lobten zwar einige Festivalbesucher die Inklusivität des Veranstaltungsortes, andere beklagten sich jedoch, dass sie sich dort nicht willkommen fühlten, insbesondere Frauen (zweifellos aufgrund der Beleuchtung und der von Männern dominierten Atmosphäre bei diesen Veranstaltungen).

Die Veranstaltungen im C12 waren normalerweise Festivalbesuchern mit Badge vorbehalten, doch angesichts der geringen Besucherzahl beschlossen wir am Freitag, dass jeder, der einen Festivalbesucher mit Badge begleitete, Zutritt erhalten sollte.

Diejenigen, die dabei waren, haben den Abend sicherlich genossen, doch wir haben dennoch einige Kritikpunkte hinsichtlich des Line-ups und der Organisation dieser Veranstaltungen, die wir unserem künstlerischen Leiter mitgeteilt haben. Es fehlte eindeutig an einer Einweisung der DJs bezüglich der Zielgruppe und der gewünschten Musikrichtung (mit der bemerkenswerten Ausnahme des Freitagabends). Auch wurde der Beleuchtung der Veranstaltungsorte zu wenig Beachtung geschenkt, um sicherzustellen, dass die Veranstaltungen besser zur warmen und einladenden Atmosphäre des Festivals passten. Schließlich hätte die Nutzung von zwei Veranstaltungsorten zwei unterschiedliche Atmosphären ermöglichen können. Dies war jedoch nicht der Fall.

Angesichts des sehr hohen Besucherandrangs in den Bars im Stadtzentrum bedauerten wir sehr, dass die Partnerschaft mit dem Brussels Rainbow Village nicht so abgeschlossen werden konnte, wie wir es uns gewünscht hätten. Dies hätte es den Bars ermöglicht, besser auf den Besucheransturm vorbereitet zu sein. Die Atmosphäre in der Rue du Marché au Charbon während des Festivals war unglaublich (und es gab sogar spontanes Singen!) und trug ebenfalls wesentlich zur Sichtbarkeit und zum Ansehen des Festivals bei.

Langfristig müssen die nächsten Festivalteams überlegen, ob es notwendig ist, jeden Tag eine Nachtparty zu organisieren. Das Festivalprogramm ist vollgepackt, und das Durchschnittsalter der Teilnehmer liegt bei 50 Jahren. Eine einzige große Abendveranstaltung würde wahrscheinlich ausreichen, vorausgesetzt, an den anderen Tagen werden Partnerschaften mit anderen LGBTQI+-Veranstaltungsorten oder -Events geschlossen.

Inklusivität

„Various Voices“ ist nach wie vor ein Festival, das stark von schwulen Männern dominiert wird. Frauen, Transgender- und nicht-binäre Personen sind zahlenmäßig unterrepräsentiert und daher weniger sichtbar. Mitglieder von „Sing Out Brussels!“ hatten dies bereits bei der internen Umfrage festgestellt, die wir nach Bologna durchgeführt hatten.

Vor diesem Hintergrund folgen hier einige Beispiele für Initiativen, die ins Leben gerufen wurden, um bei allen Teilnehmenden ein Gefühl der Zugehörigkeit und des Wohlbefindens zu fördern:

- Proaktive Ansprache von Chören, die mehrheitlich aus Frauen, Transgender- oder nicht-binären Personen bestehen, um sie zur Anmeldung für das Festival zu ermutigen
- Festlegung von Kriterien für die Warteliste, um der Anmeldung dieser Chöre Vorrang einzuräumen
- Abfrage des bevorzugten Vornamens bei der Anmeldung (dieser Name erschien dann auf dem Namensschild)
- Abfrage der bevorzugten Pronomen bei der Anmeldung
- Möglichkeit, die eigenen Pronomen auf dem Namensschild in einem dafür vorgesehenen Feld anzugeben – ohne Vorabdruck, da sich Pronomen im Laufe der Zeit ändern können
- Einrichtung eines kleinen, gemütlichen „Village“ mit entspannter Atmosphäre in der Nähe der Festivalorte
- Geschlechtsneutrale Toiletten (mit spezifischen Symbolen auf Plakaten an den Türen, sofern die Toiletten geschlechtsspezifisch gekennzeichnet waren)
- Verwendung verschiedener Sprachen in unserer Kommunikation (dreisprachige Website)
- Auswahl eines inklusiven Veranstaltungsortes mit einem Care-Team für die Abendpartys
- Ein Buchstabenspiel auf den Namensschildern, um Chöre dazu anzuregen, miteinander in Kontakt zu treten
- Die Möglichkeit für Chöre, während der Shows und Zeremonien gemeinsam mit anderen Chören ein Lied vorzutragen (dies geschah mindestens einmal in jeder Show)
- Große Auswahl an geselligen Aktivitäten, die es den Teilnehmern ermöglichten, sich kennenzulernen und Kontakte zu knüpfen.
- Vielfalt der Gastkünstler*innen (alle Buchstaben des Akronyms LGBTQI+ waren während des Festivals auf der Bühne vertreten).
- Besonderes Augenmerk auf das Programm, um sicherzustellen, dass alle Arten von Chören sichtbar sind (kleine Chöre auf großen Bühnen usw.) und um beispielsweise zu vermeiden, dass mehrere SSAA-Chöre gleichzeitig an verschiedenen Veranstaltungsorten singen.

- Organisation eines Workshops zur Inklusion von trans- und nicht-binären Menschen in unseren Chören, geleitet von Personen mit eigener Lebenserfahrung.
- Partnerschaft mit Plan Sacha zur Prävention sexueller und geschlechtsspezifischer Gewalt

Insgesamt war die Atmosphäre während des Festivals ausgezeichnet, und mehrere Teilnehmer*innen teilten uns mit, wie sehr sie sich über die Inklusivität des Festivals freuten. Natürlich war nicht alles perfekt: Viele Menschen fühlten sich in männerdominierten Räumen nicht wohl oder fühlten sich in öffentlichen Bereichen unsicher. Inklusivität ist natürlich ein fortlaufender Prozess, der auch stark davon abhängen wird, wie sich das Profil der Delegierten in Zukunft entwickelt.

Barrierefreiheit

Belgien hinkt in Sachen Barrierefreiheit weit hinterher: Es gibt kein Gesetz, das die Betreiber von Veranstaltungsorten dazu verpflichtet, ihre Einrichtungen barrierefrei zu gestalten. Belgische Verbände, die Menschen mit Behinderungen vertreten, sowie Beratungsunternehmen für Barrierefreiheit arbeiten seit fast 20 Jahren gemeinsam mit aktuellen politischen Vertretern und Regierungsstellen an diesem Thema, doch es ist ihnen bisher nicht gelungen, eine solche Gesetzgebung durchzusetzen. Belgien ist zudem ein Land mit einer komplexen institutionellen Struktur. Die Standards für Barrierefreiheit variieren je nachdem, ob man sich in Brüssel, Flandern oder Wallonien befindet. Schließlich ist Brüssel eine historische Stadt (mit zahlreichen Kopfsteinpflasterstraßen und schmalen, unebenen Gehwegen) und recht hügelig.

Uns wurde schon sehr früh bewusst, wie wichtig es war, die Barrierefreiheitsbedürfnisse der teilnehmenden Chöre zu berücksichtigen. Wir erkannten aber auch, dass unser kleines Team aus Freiwilligen mit einem begrenzten Budget nicht in der Lage sein würde, alle Probleme, für die die Politik noch keine Lösung gefunden hat, aus eigener Kraft zu lösen.

Der Anmeldefragebogen für Chöre enthielt eine Frage zu den Barrierefreiheitsbedürfnissen innerhalb der jeweiligen Gruppe. Daraus ging hervor, dass **32 %** der angemeldeten Chöre Mitglieder mit besonderen Bedürfnissen hatten (Rollstuhlfahrer / Unfähigkeit, Treppen zu steigen / Notwendigkeit, auf der Bühne zu sitzen / blinde Menschen / neurodivergente Menschen / Bedarf an einem ruhigen Raum).

Der Fragebogen zur Anmeldung der Delegierten enthielt eine Frage zu Barrierefreiheitsbedürfnissen. Wir stellten fest, dass **3 %** der angemeldeten Delegierten Barrierefreiheitsbedürfnisse hatten.

Wir waren der Ansicht, dass professionelle Hilfe erforderlich war, um sicherzustellen, dass diese Delegierten die bestmögliche Erfahrung machen können. Wir arbeiteten mit Access-i zusammen, einer belgischen Organisation, die sich auf die Unterstützung von Organisationen spezialisiert hat, die ihre Aktivitäten barrierefrei gestalten möchten. Access-i beauftragte Esenca, die im Herbst 2025 eine Analyse unserer Veranstaltungsorte im Innen- und Außenbereich sowie der

Wege zwischen diesen durchführte. Die Zielgruppen waren Menschen mit eingeschränkter Mobilität, Seh- und Hörbehinderte sowie Menschen mit neurologischen Besonderheiten.

Access-i gab Empfehlungen heraus, die es uns ermöglichten, entweder Chöre mit besonderen Anforderungen an die Barrierefreiheit in barrierefreien Veranstaltungsorten einzuplanen oder die Veranstaltungsorte so anzupassen, dass sie barrierefrei werden.

Um die notwendigen Verbesserungen an den Veranstaltungsorten zu finanzieren, wandten wir uns an Cap 48, eine von der RTBF koordinierte gemeinnützige Initiative zur Unterstützung von Menschen mit Behinderungen. Wir reichten im Juli 2025 einen Förderantrag ein und beteiligten uns im September 2025 an der Spendenkampagne der Organisation. Wir erhielten eine finanzielle Unterstützung in Höhe von 10.000 €. Wir~~have~~ beschlossen außerdem, den Überschuss aus dem Solidaritätsfonds (ca. 8.000 €) für barrierebezogene Ausgaben zu verwenden, wodurch sich das Gesamtbudget auf fast 20.000 € belief.

Mit dieser Summe konnten wir Folgendes finanzieren:

- Die von Access-i durchgeführte Prüfung und die Erstellung der speziellen Website
- Die Anmietung von Fahrradtaxis, um Festivalbesuchern die Fahrt von einem Veranstaltungsort zum anderen zu erleichtern. Da wir diesen Service täglich nur für eine begrenzte Anzahl von Stunden nutzen konnten, haben wir ihn auf die Nachmittagskonzerte beschränkt.
- In der ING Arena den Bau eines Aufzugs und einer Rampe, um Rollstuhlfahrern den Zugang zur Bühne zu ermöglichen, sowie den Bau einer Doppeltreppe, um die Zeit zu verkürzen, die die Künstler benötigen, um die Bühne zu erreichen.
- Die Anmietung eines Kleinbusses, um Menschen mit eingeschränkter Mobilität von der U-Bahn-Station Heysel zur ING Arena zu befördern.
- Die Installation einer Induktionsschleife in der ING Arena.
- Die tägliche Vermietung von Kopfhörern mit Geräuschunterdrückung

Einige Wochen vor dem Festival haben wir den Chorveranstaltern für jeden Veranstaltungsort ein Informationsblatt mit Angaben zur Barrierefreiheit (Zugang für das Publikum, Zugang zum Backstage-Bereich, Zugang zu den Bühnen) zugesandt.

Access-i richtete eine eigene Website ein, die einen Überblick über die Situation an jedem Veranstaltungsort bot. Wir haben sie in den letzten Newsletter aufgenommen, der an die Teilnehmer verschickt wurde. Der Link zu dieser speziellen Website erschien auf der Website des Festivals. Auch auf dem Festivalausweis wurde darauf hingewiesen, dass die Informationen dort verfügbar waren. Die Access-i-Website enthielt eine Karte mit den barrierefreiesten Routen und wies gleichzeitig deutlich darauf hin, dass die Fortbewegung aufgrund der zahlreichen Steigungen auf den Straßen schwierig sein würde. Angesichts der großen Vielfalt unserer Veranstaltungsorte war es nicht möglich, die Routen und Wahlmöglichkeiten jedes Teilnehmers beim Wechsel von einem Veranstaltungsort zum anderen vorherzusehen. Zudem ließ das Budget des Festivals keine vorübergehenden Straßenumbauten zu. Den nach dem Festival

eingegangenen Kommentaren auf nach zu urteilen, ist es sehr wahrscheinlich, dass die betroffenen Personen nichts von der Existenz dieser Website wussten.

Während des Festivals traten eine Reihe von Problemen auf:

- In La Madeleine versetzten Techniker einseitig eine vereinbarte Zugangsrampe, wodurch zwei Chorsänger im Rollstuhl daran gehindert wurden, aufzutreten.
- Die Veranstaltungsorte, an denen Konzerte in Partnerschaft stattfanden (Rathaus und Vaux Hall), wurden nicht von Access-i geprüft. Im Brüsseler Rathaus wurde einem neurodivergenten Künstler, der von einem Assistenzhund begleitet wurde, zunächst der Zutritt verweigert, da es keine klare kommunale Richtlinie gab. In der Vaux Hall hatten einige Rollstuhlfahrer Schwierigkeiten, das Gelände zu betreten.
- An anderer Stelle fiel ein ausgewiesener barrierefreier Probenraum für die gesamte Dauer des Festivals aus, da dessen Aufzug am ersten Tag ausfiel und nicht repariert wurde.
- An einigen Veranstaltungsorten war das Personal für die Unterstützung von Menschen mit eingeschränkter Mobilität zuständig. Wo dies von den Theatern nicht vorgesehen war, übernahmen unsere Freiwilligen diese Aufgabe. Allerdings verfügten sie nicht immer über die notwendigen Informationen, um den Betroffenen die bestmögliche Unterstützung zu bieten.
- Mehrere Festivalbesucher berichteten uns zudem, dass sie Schwierigkeiten hatten, sich in der Stadt fortzubewegen.

Glücklicherweise machten andere Festivalbesucher bessere Erfahrungen und konnten die ausgewiesenen Bühnen und Veranstaltungsorte ohne Schwierigkeiten erreichen.

Was die Fahrradtaxis betrifft, so beförderten sie 112 Personen und absolvierten 62 Fahrten.

Während der gesamten Vorbereitungsphase des Festivals waren wir überrascht über das mangelnde Bewusstsein der Veranstaltungsortbetreiber hinsichtlich der Barrierefreiheit ihrer Veranstaltungsorte – nicht nur für das Publikum, sondern auch für die Darsteller! Da das Festivalteam nicht Eigentümer der Veranstaltungsorte ist, waren unsere Handlungsmöglichkeiten begrenzt. Es ist jedoch nach wie vor erstaunlich, dass beispielsweise wir die notwendigen Anpassungen in der ING Arena finanzieren mussten und nicht direkt die Veranstaltungsortbetreiber!

Trotz all unserer Bemühungen machten viele Menschen mit eingeschränkter Mobilität während des Festivals schwierige (und manchmal sogar traumatische!) Erfahrungen. Das ist in einer Stadt, die die Hauptstadt der Europäischen Union ist, inakzeptabel. Ende August haben wir einen Brief an die Stadt Brüssel und an die zuständigen Minister geschickt, um sie auf die während des Festivals aufgetretenen Schwierigkeiten aufmerksam zu machen und einen Aktionsplan zu fordern. Bis heute ist dieser Brief unbeantwortet geblieben.

Wir fordern die Organisationsteams künftiger Festivals nachdrücklich auf, die Bedürfnisse im Bereich der Barrierefreiheit von Anfang an zu berücksichtigen, so wie wir es getan haben, und frühzeitig und transparent über die Schwierigkeiten

zu informieren, mit denen Festivalbesucher sowohl innerhalb der Veranstaltungsorte als auch im öffentlichen Raum konfrontiert sein könnten, wobei die Möglichkeiten des Organisationsteams zur Bewältigung dieser Probleme klar dargelegt werden sollten. Barrierefreiheit sollte zudem zu einem Auswahlkriterium bei der Ernennung der organisierenden Chöre werden, wobei zu berücksichtigen ist, dass nicht alle europäischen Länder über gut entwickelte und gleichwertige Richtlinien in diesem Bereich verfügen.

Sicherheit

Aufgrund der Rückmeldungen von Mitgliedern von „Sing Out Brussels!“ nach dem Festival in Bologna (insbesondere von Frauen sowie trans- und nicht-binären Personen), , hielten wir es für notwendig, mit einem professionellen Team zusammenzuarbeiten, um die Voraussetzungen für einen möglichst reibungslosen Ablauf des Festivals zu schaffen.

Deshalb haben wir eine Vereinbarung mit Plan Sacha geschlossen, einer französischsprachigen belgischen Organisation, die sich auf die Prävention sexueller und geschlechtsspezifischer Gewalt auf Festivals spezialisiert hat.

Die Zusammenarbeit umfasst eine eintägige Schulung für das Festivalteam in den Räumlichkeiten von Plan Sacha. Auch die ehrenamtlichen Teamleiter wurden geschult. Diese Schulungen fanden im Frühjahr 2026 statt.

Das Festivalteam hatte bereits im Jahr 2024 den Verhaltenskodex des Festivals ausgearbeitet, den alle Festivalbesucher bei der Anmeldung unterzeichneten. Im Anschluss an die Schulung unterstützte Plan Sacha unser Team mit einem Protokoll, in dem festgelegt ist, wie zu reagieren ist, an wen man sich wenden muss und wie Entscheidungen je nach Art des möglichen Vorfalls zu treffen sind.

Auf Anraten von Plan Sacha nahmen einige Freiwillige eine Botschaft auf, die die Besucher an den Verhaltenskodex erinnerte; diese wurde sehr regelmäßig als Durchsage in unseren Veranstaltungsorten abgespielt. Diese Botschaft, die in vier Sprachen verfügbar war, zeigte eine erhebliche Wirkung.

Bei ihrer Ankunft in Brüssel erhielten die Festivalbesucher in ihrem Willkommenspaket ein Armband mit den Kontaktdaten von Plan Sacha. Auch auf dem Namensschild wurde die Partnerschaft erwähnt.

„Various Voices“ war für Plan Sacha natürlich ein völlig unbekanntes Festival, dessen Komplexität (die Vielfalt des Programms und der Veranstaltungsorte) für das Team eine gewisse Herausforderung darstellte. Plan Sacha bewertet diese Zusammenarbeit jedoch sehr positiv; sie wurde von den Festivalbesuchern deutlich wahrgenommen und gut angenommen.

Während des Festivals wurden auf dem gesamten Festivalgelände „Safer Zones“ eingerichtet. Die Zusammenarbeit mit den Veranstaltungsleitern verlief gut, und die Freiwilligen von Plan Sacha wurden positiv aufgenommen. Alle Festivalorte wurden von Sicherheitspersonal überwacht, das entweder zum eigenen Personal des Veranstaltungsortes gehörte oder von privaten, vom Festival beauftragten

Unternehmen gestellt wurde. Plan Sacha wandte sich proaktiv an diese Teams, um sie für die Besonderheiten unserer Veranstaltung zu sensibilisieren.

Im Anschluss an die Veranstaltung veröffentlicht Plan Sacha keine Statistiken, da diese falsch interpretiert werden könnten. Viele Einsätze betrafen Personen, die einen ruhigen Ort benötigten oder unter Angstzuständen litten. Zu den wichtigsten Problemen, die an den Festivalorten auftraten, gehörten Barriereprobleme für Menschen mit eingeschränkter Mobilität (siehe Abschnitt „Barrierefreiheit“ in diesem Bericht), ein Vorfall zwischen einem Sicherheitsmitarbeiter und Festivalbesuchern während einer Abendvorstellung im Cirque Royal (körperliche Gewalt und homophobe Beleidigungen) sowie Vorfälle von Voyeurismus und Exhibitionismus in der Vaux Hall.

Außerhalb des Festivalgeländes wurden mehrere Festivalbesucher körperlich oder verbal angegriffen. In der Nacht von Donnerstag auf Freitag wurden drei Personen nur einen Steinwurf von dem Schwulenviertel entfernt angegriffen, das sie gerade verlassen hatten. Am Sonntag wurden Festivalbesucher am Hauptbahnhof mit homophoben Beleidigungen beschimpft und mit Flüssigkeiten beworfen.

Es ist wichtig zu beachten, dass die Sicherheit im öffentlichen Raum nicht direkt in der Verantwortung unseres Teams lag. Unser Kontakt zur Polizei beschränkte sich ausschließlich auf Festivalveranstaltungen im öffentlichen Raum – nämlich die Straßenkonzerte –, die diskret überwacht wurden.

Der Einsatz von Polizeikräften in größerem Umfang war während der Vorbereitungsphase des Festivals Gegenstand von Diskussionen. Die Umfrage nach dem Festival ergab, dass einige Menschen innerhalb der Community eine stärkere Polizeipräsenz fordern, um sich sicher zu fühlen. Umgekehrt verbinden andere Mitglieder der Community die Polizei mit gegen sie gerichteter Gewalt. Daher konnten wir innerhalb des Teams keine einstimmige Einigung darüber erzielen, die Polizeipräsenz rund um die Veranstaltung zu verstärken.

Nach der mutwilligen Beschädigung unserer Werbebanner Mitte Juni wandten wir uns jedoch an den Bürgermeister von Brüssel und den Leiter der örtlichen Polizei, um um besondere Aufmerksamkeit für das Festival zu bitten. Wir erhielten nie eine Antwort. Während des Festivals hatten die Opfer des homophoben Angriffs den Eindruck, dass die Polizei nichts von der Existenz des Festivals wusste und dass ihre Beschwerde nicht ernst genommen wurde. Nach dem Festival wurden sie nicht über weitere Schritte im Zusammenhang mit ihrer Beschwerde informiert. Gemeinsam sandten Legato und Various Voices Brussels 2026 einen Brief an die kommunalen, regionalen und föderalen Behörden, um ihre Besorgnis über die mangelnde Aufmerksamkeit für die Sicherheit während des Festivals sowie über die Unzulänglichkeiten bei der Unterstützung der Opfer und der Weiterverfolgung ihrer Beschwerden zum Ausdruck zu bringen. Derzeit wird in Belgien ein föderaler LGBTQI+-Plan ausgearbeitet, der diese Bedenken berücksichtigen muss.

Was die medizinische Versorgung betrifft, so wurde die Erste Hilfe im Allgemeinen vom Sicherheitspersonal geleistet. In der ING Arena war das Rote Kreuz vor Ort. Im Cirque Royal standen während jeder Vorstellung Ärzte auf Abruf bereit. Das Festival hatte Erste-Hilfe-Kästen angeschafft, die jedoch nicht zum Einsatz kamen. Die Anweisung lautete, Personen mit gesundheitlichen Problemen an die

Notrufnummer 112 oder an das „Maison Arc-en-Ciel de la Santé“ (angeschlossen an RainbowHouse) zu verweisen und Opfer von Gewalt an RainbowHouse weiterzuleiten, das über Teams verfügt, die für die Betreuung von Opfern geschult sind. Unsere Freiwilligen wurden jedoch in dieser Angelegenheit nicht ausreichend unterrichtet.

Wir raten zukünftigen Organisationsteams, einen Dienst ähnlich wie Plan Sacha in ihrem Land in Anspruch zu nehmen, um das Bewusstsein innerhalb des Teams zu schärfen, Präventionsarbeit zu leisten und Festivalbesuchern Unterstützung zu bieten. Wir empfehlen außerdem, proaktiv Kontakt zur örtlichen Polizei aufzunehmen, auch wenn keine Veranstaltungen im öffentlichen Raum geplant sind und selbst wenn dies zu internen Spannungen führt. Wir empfehlen zudem, den Freiwilligen umfassende Unterlagen über die verfügbaren Gesundheitsangebote zur Verfügung zu stellen. In Bezug auf all diese Punkte ist es jedoch wichtig zu erkennen, dass es hier um Risikoprävention geht. Ein Nullrisiko gibt es nicht, und es ist weder möglich noch wünschenswert, jeden Festivalbesucher unter ständigen Schutz zu stellen.

Nachhaltigkeit

Nachhaltigkeit war von Beginn des Projekts an eines unserer zentralen Anliegen.

Ein besonderer Schwerpunkt lag natürlich auf dem Thema Verkehr. Wir wollten daher die Anreise mit der Bahn fördern. Wir haben die Festivalbesucher im Anmeldeformular nach ihren Reiseplänen gefragt und diese Frage in der Umfrage nach dem Festival wiederholt. Wir schätzen, dass 58 % der Teilnehmer mit der Bahn und 31 % mit dem Flugzeug angereist sind

Wir haben ein kleines Team aus Freiwilligen zusammengestellt, das sich um die Nachhaltigkeit des Festivals kümmerte. Dieses Team erstellte unter anderem eine Tabelle mit den möglichen Optionen für die Anreise mit dem Zug nach Brüssel aus den Heimatstädten aller teilnehmenden Chöre. Unsere Partnerschaft mit Eurostar war in diesem Zusammenhang natürlich von großer Bedeutung.

Dieses Team riet uns außerdem, den von der Nationalen Lotterie ausgeschriebenen Zuschuss für „Eco-Coaching“ zu beantragen. Dank dieses Zuschusses schlossen wir einen Vertrag mit Tapio ab, der dieses Eco-Coaching im Rahmen des festgelegten Budgets durchführte.

Die Herausforderung bestand dabei darin, dass das Festival für unsere Organisation eine einmalige Veranstaltung ist, sodass es nicht möglich ist, Veränderungen bei unseren Emissionen im Jahresvergleich zu verfolgen. Tapio hat daher vor allem Empfehlungen ausgesprochen, um unseren CO_2-Fußabdruck im Vorfeld des Festivals zu verringern.

Hier sind einige Beispiele für die Nachhaltigkeitsmaßnahmen, die wir umgesetzt haben:

- Ein nachhaltiges Namensschild aus Pappe mit einem Lanyard aus recyceltem PET
- Ein Kugelschreiber aus recyceltem ABS

- Eine Fahne aus recyceltem Polyester, die jeder Chorgruppe überreicht wurde. Unser Ziel ist es, dass die Chöre diese Fahne auch nach dem Festival weiterverwenden (das Festival-Logo ist darauf nur sehr klein abgebildet). Es gibt eine Aussparung zum Einstecken eines Fahnenmasts, sodass die Fahne beispielsweise bei Pride-Veranstaltungen genutzt werden kann. Wir haben diesen Sommer festgestellt, dass mehrere Chöre sie bereits zu diesem Zweck verwendet haben.
- Bodenmarkierungen mit abwaschbarer Kreidefarbe
- Entscheidung für eine Zusammenarbeit mit Redbubble für den Festival-Shop, um Abfall zu vermeiden (Artikel werden nur auf Bestellung hergestellt, und die Künstler erhalten eine faire Vergütung).
- Entscheidung, bei den im Festival-Dorf verkauften Speisen und Getränken mit lokalen Unternehmen zusammenzuarbeiten, wie zum Beispiel bei den Bieren vom Brussels Beer Project.
- Verwendung von Mehrwegbechern im Festival-Dorf
- Einsatz von Fahrradtaxis, um Festivalbesucher von einem Veranstaltungsort zum anderen zu befördern.
- Entscheidung für einen vegetarischen Caterer für die Freiwilligen und die technischen Teams.
- Zusammenarbeit mit lokalen Unternehmen für technische, logistische und kommunikative Belange
- Förderung lokaler Künstler

Der CO_2-Fußabdruck wird derzeit berechnet.

Freiwilligenarbeit

Der Bedarf an Freiwilligen bei einem Festival dieser Größe ist enorm. Es geht nicht nur darum, Freiwillige zu finden, die während des Festivals Zeit haben, sondern auch schon vor dem Festival, um bei der Organisation der Veranstaltung zu helfen!

Wir haben 2024 eine Brainstorming-Sitzung innerhalb unseres Teams organisiert, um die Vergütung festzulegen, die Personen angeboten wird, die sich sowohl vor als auch während der Veranstaltung ehrenamtlich für das Festival engagieren. Wir haben beschlossen, dass jeder, der sich ehrenamtlich engagiert und gleichzeitig Mitglied eines teilnehmenden Chors ist, seine Festival-Anmeldegebühr nicht zahlen muss. Dies gilt für die Vorstandsmitglieder von „Various Voices Brussels 2026“ und „Legato“.

Die Chormitglieder von „Sing Out Brussels!“ wurden aufgrund ihres vollen Terminkalenders während des Festivals nicht dazu ermutigt, sich ehrenamtlich zu engagieren. Unsere Priorität lag darauf, externe Freiwillige zu gewinnen.

Für diese Aufgabe hielten wir es für notwendig, die Dienste einer Person in Anspruch zu nehmen, deren Aufgabe es ist, Freiwillige zu koordinieren. Zunächst engagierten wir Margot Ruelle, die bereits Erfahrung in der Leitung von Freiwilligen bei anderen Musikfestivals hatte. Der Vertrag sah vor, dass sie speziell für diese Aufgabe – die Rekrutierung von Freiwilligen, die Festlegung und Planung von Aufgaben sowie die Leitung der Freiwilligen während des Festivals – bezahlt wurde. Auf Margots Wunsch hin investierten wir außerdem in eine spezielle App für das Freiwilligenmanagement, Weezcreew. Margot nahm ihre Tätigkeit im

September 2025 auf, stellte ein Bewerbungsformular online und knüpfte erste Kontakte zu Schulen. Im November beantragte Margot jedoch die Kündigung des Vertrags aufgrund eines interessanteren beruflichen Angebots. Im Dezember 2025 unterzeichneten wir einen Vertrag mit zwei weiteren Personen, die die Aufgaben von Margot Ruelle übernahmen und sich die vereinbarte Vergütung teilten: Salomé Denos, die über ein gutes Netzwerk an Vereinen verfügt und von Margot empfohlen wurde, sowie Gaël Larregaray, der für die Rekrutierung von Freiwilligen für die Brussels Pride 2025 verantwortlich war.

Angesichts des Umfangs des Festivals, der Vielfalt der Veranstaltungsorte und der langen Arbeitstage schätzten sie den Bedarf auf 400 Freiwillige. Ihre Aufgabe bestand darin, die auszuführenden Arbeiten zu definieren: Empfang des Publikums, Empfang der Chöre, Verwaltung der Beschilderung und so weiter. Im Gegensatz zu traditionelleren Festivals gab es keine Parkplätze zu organisieren und keinen von Freiwilligen geleisteten Barservice. Bereits im Februar 2026 wurden Aufrufe zur Bewerbung veröffentlicht. Die Rekrutierung dauerte bis zum Vorabend des Festivals an. Leider blieben die Ergebnisse hinter den Erwartungen zurück: Es wurden etwa 150 Freiwillige rekrutiert.

Wir bedauern die mangelnde Unterstützung durch das Brüsseler LGBTQI+-Community-Netzwerk bei der Bekanntmachung unserer Aufrufe zur Freiwilligenrekrutierung. Wir sind zudem der Ansicht, dass die Rekrutierung unter der mangelnden Sichtbarkeit der Veranstaltung litt.

Eine Woche vor dem Festival wurde ein Einweisungstag für Freiwillige organisiert, damit sich alle kennenlernen konnten und eine erste Einweisung erhielten.

Die Kommunikation verlief jedoch nicht immer reibungslos. Erst wenige Tage vor dem Festival stellten wir fest, dass wichtige Aufgaben noch nicht besetzt waren, wie beispielsweise der Empfang der Chöre während der Soundchecks am Vormittag. Auch für die Straßenkonzerte gab es nicht genügend Freiwillige. Wir mussten alle Einsatzpläne neu organisieren. Während des Festivals hatten wir mit zahlreichen Nichterscheinen zu kämpfen: Freiwillige erschienen nicht zu ihren Schichten, ohne jemanden zu informieren. Dies verursachte erhebliche Probleme, insbesondere zu Beginn des Tages. Der Mangel an Freiwilligen erschwerte zudem die Bewältigung unvorhergesehener Probleme. Darüber hinaus stellte unser Team zusätzliche Anforderungen, die nicht vorhergesehen oder nicht klar genug kommuniziert worden waren. Diese Situation führte zu zahlreichen Umplanungen in letzter Minute, was eine erhebliche psychische Belastung und Stress zur Folge hatte – beides hätte durch mehr Vorbereitungssitzungen und eine umfassendere Rekrutierungskampagne vermieden werden können.

Es ist zudem wichtig zu erkennen, dass die Freiwilligen für praktisch den gesamten Ablauf des Festivals verantwortlich sind. Abgesehen von den Sicherheitsteams und dem technischen Personal gab es nur sehr wenige bezahlte Mitarbeiter zur Unterstützung des Betriebs. Diese Tatsache stellte eine erhebliche Herausforderung für die Freiwilligen dar, die den Umfang der Verantwortung, die sie tragen mussten, unterschätzt hatten. Dies galt insbesondere für die Empfangsbereiche, wo die Freiwilligen nicht ausreichend geschult worden waren, um Fragen zu beantworten. Bestimmte Anforderungen wurden bereits in der Vorbereitungsphase unterschätzt. Dies ist durchaus nachvollziehbar, da es sich um eine Veranstaltung in einer Größenordnung handelte, die das Organisationsteam

zuvor noch nie erlebt hatte. Dennoch wäre es von Vorteil gewesen, die Koordination der Freiwilligen stärker zu unterstützen.

In diesen schwierigen Momenten konnten wir auf die Unterstützung von Mitgliedern von Sing Out Brussels! zählen, die sich freiwillig bereit erklärten, einzuspringen und zu helfen. Auch die Einsatzleiter leisteten unglaublich effiziente Arbeit. Insgesamt arbeiteten alle Teams – dank ihrer gelben T-Shirts leicht zu erkennen – trotz der schwierigen Bedingungen in guter Stimmung.

Wir möchten uns bei allen unseren Freiwilligen bedanken. Ihre Begeisterung, ihr Engagement und ihre Motivation haben maßgeblich zum Erfolg des Festivals beigetragen. Der Applaus, den sie erhielten, als sie während der Abschlusszeremonie die Bühne betraten, war wirklich wohlverdient. Am 5. September 2026 wurde zu ihren Ehren eine After-Party für die Freiwilligen organisiert.

Hier sind unsere Empfehlungen für Verbesserungen im Hinblick auf Brighton:

- Die Zusammenarbeit mit motivierten Fachleuten ist unerlässlich. Ohne die Hilfe von Gaël und Salomé hätten wir das niemals geschafft. Sie haben während des Festivals unglaubliche Arbeit geleistet, sind hin und her geeilt, um Probleme zu lösen, und sind weit über das hinausgegangen, was wir von ihnen verlangt hatten.
- Organisiert mindestens einen Arbeitstag mit den Freiwilligenkoordinatoren, um sie darüber zu informieren, wie ein typischer Tag während des Festivals abläuft, und um die Anforderungen genau zu definieren.
- Organisiere mindestens einen Arbeitstag mit den Teamleitern (Empfang des Publikums, Empfang der Künstler usw.) für eine klare Einweisung.
- Wählen Sie ein Tool oder eine App, mit der die Freiwilligenkoordinatoren ihren Aufgabenplan dem Vorstand präsentieren können, um eventuelle Lücken zu identifizieren (was mit Weezcrew nicht möglich war).
- Wende viel Energie für die Rekrutierung auf und rekrutiere weit mehr Freiwillige als den festgelegten Bedarf, da mit Nichterscheinen zu rechnen ist.
- Schließen Sie den Einsatz von Chormitgliedern als Freiwillige nicht aus. Das hat uns während des Festivals wirklich geholfen.
- Klären Sie die geplante Aufwandsentschädigung direkt mit den Freiwilligen ab. In Brüssel gab es viele Missverständnisse zu diesem Thema, da von den Freiwilligenkoordinatoren falsche Informationen weitergegeben worden waren.
- Das Organisationsteam kann das gesamte Festival während der Veranstaltung nicht im Alleingang bewältigen. Wir waren nur zu fünft und rannten während der Veranstaltung überall hin und her, von einem Veranstaltungsort zum nächsten, um Probleme zu lösen. Es ist unerlässlich, für jeden Veranstaltungsort einen Produktionsleiter zu ernennen, der umfassend eingewiesen ist und eigenständig Entscheidungen treffen kann.

Kommunikation während des Festivals

Festival-Ausweis

Bei der Gestaltung des Festival-Badges haben wir uns die schier unmögliche Aufgabe gestellt, etwas zu schaffen, das gleichzeitig nützlich, praktisch, unterhaltsam, nachhaltig und barrierefrei ist. Seine Gestaltung ist zweifellos einer unserer größten Gründe für Stolz.

Der Ausweis wurde von Kidnap Your Designer entworfen. Er umfasste:

- ein Papierheft, das so gestaltet ist, dass man es lesen kann, ohne den Ausweis abnehmen zu müssen
- ein Umhängeband aus wiederverwendbarem Material mit einem doppelten Verschlusssystem, das verhindert, dass sich der Ausweis dreht
- einem Bogen mit Aufklebern, die die Identität jedes Festivalbesuchers widerspiegeln und gleichzeitig Flexibilität ermöglichen (man kann den ganzen Bogen oder nur einige der Aufkleber verwenden, um die Privatsphäre besser zu schützen)
- einen Kugelschreiber aus wiederverwendbarem Material, um bestimmte Aufkleber mit Informationen zu versehen (Pronomen, Konzertzeiten).

Das Ausweisheft enthielt eine ganze Reihe praktischer Informationen:

- Eine stilisierte Karte als Ergänzung zu Google Maps
- Praktische Informationen (Festivalgelände, Welcome-Center, Barrierefreiheit, Möglichkeit, den Text auf dem Ausweis auf Französisch und Niederländisch anzuzeigen)
- Die Festival-Charta und die Kontaktdaten von Plan Sacha
- Das tägliche Festivalprogramm
- Ein Spiel zur Förderung der Interaktion zwischen den Chören (Buchstaben finden, um einen Satz zu bilden)

Einige Tage vor dem Festival haben wir etwa fünfzehn Freiwillige mobilisiert, um personalisierte Willkommenspakete zusammenzustellen, die ein Abzeichen, ein Umhängeband, einen Bogen mit Aufklebern, einen „Various Voices“-Stift, eine Broschüre zum Brighton 2030 Festival und ein Plan-Sacha-Armband enthielten. Die Vorbereitung von über 4.000 Willkommenspaketen dauerte zwei Tage! Es war Fließbandarbeit, die in einer tollen Atmosphäre durchgeführt wurde.

Das Abzeichen diente nicht nur als physische Ergänzung zur Website, sondern auch als Mittel zur Identifikation, Wiedererkennung und Interaktion für Festivalbesucher in der ganzen Stadt. Wir haben viel Zeit in die Vorbereitung gesteckt und sind mit dem Ergebnis absolut zufrieden!

Beschilderung

Da sich die Festivalorte auf mehrere Standorte in der Stadt verteilten, hielten wir es für wichtig, in eine Beschilderung zu investieren, um den Festivalbesuchern die Orientierung zu erleichtern.

Angesichts unseres Engagements für Nachhaltigkeit waren wir fest entschlossen, den Einsatz von Plastikfolien oder nicht wiederverwendbaren/nicht recycelbaren Materialien um jeden Preis zu vermeiden. Daher setzten wir eine Vielzahl von Werkzeugen und Materialien ein:

- Kreidemarkierungen auf dem Boden mit dem Festival-Logo und Pfeilen, die zu den verschiedenen Veranstaltungsorten wiesen. Diese Markierungen

werden vom Regen weggewaschen. Sie wurden am Tag vor dem Festival von unseren Freiwilligen angebracht. Allerdings waren sie auf dem Boden nicht so gut sichtbar, wie wir es uns gewünscht hätten.
- Klebeband in den Festivalfarben, das hauptsächlich für die Beschilderung in Innenräumen verwendet wurde
- Lebensgroße Silhouetten mit Festival-Symbolen. Diese Silhouetten konnten zum Aufhängen von Plakaten verwendet werden oder einfach dazu dienen, den Weg zu wichtigen Orten zu markieren oder das Festival bei Straßenkonzerten besser sichtbar zu machen.
- Kleine Plakate mit verschiedenen Informationen (Tagesprogramm, Namen der Veranstaltungsorte, Festival-Symbole) oder zur Kennzeichnung einer Nutzungsänderung eines Raums (geschlechtsneutrale Toiletten). Diese Plakate wurden jedoch zu wenig genutzt, da wir nicht genügend Freiwillige hatten, um sie täglich anzubringen und auszutauschen.

Unabhängig davon, welche Beschilderung zukünftige Organisationsteams verwenden, ist es entscheidend, über ein ausreichend großes Team von Freiwilligen zu verfügen, die gut eingewiesen sind und sich speziell um das Anbringen der Beschilderung sowie um die täglichen Kontrollen (Überwachung und Austausch von Schildern) kümmern.

Fotografen

Während der gesamten Vorbereitungsphase des Festivals bestand eine unserer größten Herausforderungen darin, zu veranschaulichen, worum es bei dem Festival eigentlich ging. Wir verfügten nur über sehr wenige Fotoarchive früherer Festivals, und die wenigen, die wir hatten, waren oft von so schlechter Qualität, dass sie nicht verwendet werden konnten. Dies bereitete uns besondere Schwierigkeiten bei der Erstellung unserer Förderanträge, der Suche nach Sponsoren oder der Gestaltung unserer Website. Wir wollten daher ein bedeutendes Vermächtnis für zukünftige Festivals hinterlassen.

Anfang 2025 starteten wir eine Ausschreibung und erhielten etwa zehn Bewerbungen von Fotografen. Einige davon kamen aus dem Ausland (Frankreich, Spanien, Polen...). Wir trafen uns im August und September 2025 im Rahmen von Online-Interviews einzeln mit ihnen. Wir legten die Vergütung auf der Grundlage von Zeitfenstern fest und schlugen vor, dass jeder Fotograf fünf Zeitfenster abdecken sollte. Gemäß den Regeln, die wir uns selbst auferlegt hatten, lehnten wir es ab, Festivalbesucher in diesem Zusammenhang zu bezahlen.

Wir waren sehr positiv überrascht von der Begeisterung der Bewerber. Anfang 2026 schlossen wir mit neun von ihnen einen Vertrag ab. Zwei weitere Fotografen arbeiteten ehrenamtlich mit.

Um die Kosten für die Fotografen teilweise auszugleichen, beschlossen wir, die Fotos an die teilnehmenden Chöre zu verkaufen. Jeder Chor konnte so ein Fotoalbum in professioneller Qualität von seinen Konzerten erhalten und die Fotos für seine eigene Kommunikation (soziale Medien, Website...) nutzen. Der Preis für das Fotoalbum betrug 200 € bei Bestellungen vor dem Festival. Letztendlich haben wir angesichts unserer soliden finanziellen Lage nie auf den Preis von 300 € (für Bestellungen nach dem Festival) umgestellt. 52 Chöre kauften das

Fotoalbum ihrer Konzerte. Dadurch konnten wir etwa zwei Drittel der Kosten für die Fotografen decken.

Alle Fotos des Festivals werden an Legato übermittelt, das mit einem Beitrag von 5.000 € das verbleibende Drittel dieser Hinterlassenschaft mitfinanziert hat. Legato wird somit in der Lage sein, diese eindrucksvollen Erinnerungen an die Emotionen, die das „Various Voices“-Festival geweckt hat, an zukünftige Organisationsteams weiterzugeben.

Website

Die Website diente als Ergänzung zum Badge und lieferte Informationen zum Festivalprogramm und zu den teilnehmenden Chören.

Wir hatten mit Cobea die Möglichkeit besprochen, eine festivalspezifische App zu entwickeln, doch Cobea riet von dieser Option ab: Die Erstellung einer App ist kostspielig, und ihre Wirkung wäre begrenzt gewesen, da das Brüsseler Festival eine einmalige fünftägige Veranstaltung ist und die App wahrscheinlich nur von einem kleinen Teil der Festivalbesucher heruntergeladen worden wäre. Cobea entwarf daher interaktive Webseiten.

Auf der Chorseite konnten Nutzer die Chöre nach Land, nach Besetzungsart (SSSA, SATB usw.) und nach musikalischem Repertoire sortieren. Die Seite jedes Chores enthielt biografische Angaben, Fotos, Videos, die Termine und Uhrzeiten ihrer Auftritte während des Festivals sowie das Repertoire, das beim Nachmittagskonzert aufgeführt werden sollte.

Auf der Programmseite konnten Nutzer die Veranstaltungen nach Art, Veranstaltungsort oder Datum sortieren. Auf dieser Seite war zudem ein vereinfachtes Programm zu finden, zusammen mit Links zu nach Datum geordneten PDF-Dateien. Dieses Programm war besonders komplex und enthielt eine Vielzahl von Links zu anderen Seiten (für jeden Veranstaltungsort, für jede Art von Veranstaltung usw.). Da die Website dreisprachig war, war hierfür ein hoher Arbeitsaufwand erforderlich.

Die Website blieb zudem ein nützliches Instrument, um allgemeine Informationen über die Veranstaltung zu erhalten (die Seiten „Praktische Informationen“ und „Tickets/Shop“).

Statistiken von Google Analytics zeigen, dass die Besucherzahlen der Website, die in den Monaten vor dem Festival relativ gering waren, ab dem 1. Juni stetig anstiegen und am 21. Juni 2026 ihren Höhepunkt erreichten. Während des Festivals waren die meistbesuchten Seiten – wenig überraschend – die Programmseiten (6.000 Aufrufe pro Tag), gefolgt von den Chorseiten (3.500 Aufrufe pro Tag). Die durchschnittliche Verweildauer auf der Website betrug etwa 3 Minuten, was auf ein aktives Interesse der Festivalbesucher hindeutet. Zwar wurden die englischsprachigen Seiten am häufigsten aufgerufen, doch auch die französischen und niederländischen Seiten wurden angesehen, was zeigt, dass eine Nachfrage nach ihnen bestand. Nach Ende des Festivals brach die Besucherzahl der Website erwartungsgemäß ein. Diese Analyse zeigt, dass die interaktive Website ihr Ziel erreicht hat.

Soziale Medien

Während der gesamten Vorbereitungsphase des Festivals war nur eine Person für die Betreuung der Social-Media-Kanäle des Festivals zuständig. Je näher das Festival rückte, desto deutlicher wurde, dass diese Aufgabe während des Festivals unbedingt auf mehrere Personen aufgeteilt werden musste.

Das „Joy Team Communication“ des organisierenden Chors „Sing Out Brussels!“ bot seine Hilfe an. Fünf Freiwillige kümmerten sich abwechselnd um die Social-Media-Kanäle.

Der Großteil ihrer Arbeit bestand darin, die auf Instagram geteilten Stories zu verwalten (es gab bis zu einer pro Minute!), was organische Inhalte, eine hohe Besucherzahl und neue Follower generierte. Zudem erhielt das Joy-Team jeden Morgen eine Auswahl an Fotos, die von unseren Fotografen zusammengestellt worden waren, sodass es täglich einen Beitrag mit den besten Momenten des Vortags veröffentlichen konnte. Diese Beiträge schnitten sehr gut ab: Je nach Beitrag gab es täglich zwischen 500 und 800 Likes sowie zwischen 40 und 90 Shares.

Nach dem Festival setzte sich die Kommunikation organisch fort, da wir alle Beiträge der Chöre und Festivalbesucher erneut veröffentlichten. Nachdem wir die Fotos an die Chöre gesendet hatten, die sie gekauft hatten, kam wieder Bewegung in unsere sozialen Medien, da die Chöre die Fotos posteten und wir sie teilten.

Unsere Kommunikation wirkte sich positiv auf die Anzahl der Follower auf den Konten des Festivals aus. Die Facebook-Seite des „Various Voices Choir Festival“ hatte im Juni 2025 4.235 Follower. Am 16. Juni 2026 waren es 4.426 und am 28. Juni 4.619. Auf Instagram gab es einen lang andauernden Wettstreit zwischen dem Account unseres Chors, „Sing Out Brussels!“, und dem Account des Festivals. Beide hatten im Jahr 2023 rund 2.000 Follower. Seitdem hat das Festival den Chor weit überholt. Der Account des Festivals hatte Ende August 2026 4.660 Follower, verglichen mit 3.161 für den Chor. Der Beitrag über die mutwillig beschädigten Banner war sehr wirkungsvoll: 292 Personen begannen aufgrund dieses Beitrags, uns zu folgen. Auch die während des Festivals veröffentlichten Beiträge zogen viele Follower an, mit Spitzenwerten von bis zu 50 neuen Followern pro Tag.

Sobald der Aftermovie und der Abschlussbericht veröffentlicht sind, werden wir die Verwaltung unserer Social-Media-Kanäle an das Team in Brighton übergeben.

Begrüßungszentrum

Das Festival-Welcome-Center befand sich im Auditorium 490. Dort begrüßten wir am Mittwoch, dem 24. Juni, die Chorleiter, die gekommen waren, um die Willkommenspakete für alle ihre Mitglieder abzuholen. Dieser Bereich diente auch als Informationsstelle, an der stets mindestens ein Freiwilliger zur Verfügung stand.

Leider waren zwar die Mitglieder des Organisationsteams, die sich dort im Wechsel abwechselten, mit jedem Detail der Festivalorganisation bestens vertraut, doch

dies galt nicht für unsere Freiwilligen, die angesichts der Vielzahl der gestellten Fragen oft etwas überfordert waren. Wie oben erwähnt, wäre eine umfassendere Einweisung notwendig gewesen. Im Nachhinein hätten wir angesichts der Vielzahl der dort organisierten Veranstaltungen auch im Rathaus ein Welcome Centre einrichten sollen.

Wir halten es für unerlässlich, dass zukünftige Organisationsteams ein Welcome-Center in der Nähe der Hauptveranstaltungsorte des Festivals einrichten. Auch wenn alle Informationen auf der Website oder auf dem Ausweis verfügbar sind, ist es wichtig, einen menschlichen Ansprechpartner zu haben, insbesondere wenn Krisensituationen auftreten.

Medienberichterstattung

Während des Festivals erfolgte die Medienberichterstattung hauptsächlich durch das in Brüssel ansässige LGBTQI+-Medium „Ket“, mit dem wir eine Partnerschaft unterhielten. „Ket“ veröffentlichte täglich einen Artikel über das Festival: 24.06., 25.06., 26.06., 27.06.

Wir bedauern, dass wir keine Beachtung seitens der Mainstream-Medien, insbesondere des Fernsehens, erfahren haben, die die Bedeutung und die Wirkung unserer Veranstaltung offensichtlich nicht erkannt haben – vor allem angesichts des aktuellen internationalen Klimas, das für unsere LGBTQI+-Community nicht besonders günstig ist. Wir haben jedoch mehrfach versucht, ihre Aufmerksamkeit auf die Veranstaltung zu lenken, und waren sogar der Meinung, dass das Festival Gegenstand einer Dokumentation hätte sein können.

In diesem Zusammenhang widmete jedoch ein niederländisches Medienunternehmen unserer Veranstaltung einen Artikel.

Es sei angemerkt, dass wir während der Vorbereitungen für das Festival mit zwei Personen in Kontakt standen, die daran interessiert waren, einen Dokumentarfilm darüber zu drehen (eine im Vereinigten Königreich, eine in Belgien); als das Festival jedoch näher rückte, hörten wir nichts mehr von ihnen, und diese Projekte kamen nicht zustande.

Krisenkommunikation

Während des Festivals mussten wir zwei Krisensituationen bewältigen: die Hitzewelle und die homophobe Gewalt, die sich gegen unsere Festivalbesucher richtete. In diesen schwierigen Zeiten blieb unser Team einsatzbereit und geschlossen, auch wenn wir uns nicht immer an unsere Richtlinien zur Kommunikation in Krisensituationen gehalten haben.

Hier sind die Krisenkommunikationsmaßnahmen, die als Reaktion auf die Hitzewelle umgesetzt wurden:

- Am Sonntag, dem 21. Juni, wurde ein Newsletter an die Chorleiter verschickt, um sie über die Wetterbedingungen zu informieren und ihnen einige Ratschläge zu geben (eine Wasserflasche mitbringen, viel trinken, leichte Kleidung tragen, einen Ventilator mitbringen usw.).

- Am Dienstag, dem 23. Juni, wurde ein weiterer Newsletter an die Delegierten verschickt.
- Unser künstlerisches Team gab Ankündigungen bezüglich der Aufteilung der Vorstellungen im Cirque Royal in zwei Teile bekannt, und unsere Moderatoren machten entsprechende Durchsagen auf der Bühne.
- Am Samstag wurde ein Newsletter mit Informationen zur Lage in der ING Arena verschickt, in dem den Chören, die Straßenkonzerte geplant hatten, geraten wurde, Schatten zu suchen und gegebenenfalls die Dauer ihres Auftritts anzupassen oder ihren Auftritt sogar abzusagen. Die meisten von ihnen führten ihre Auftritte jedoch wie geplant durch. Mindestens ein Chor mit einem besonders hohen Anteil älterer Mitglieder entschied sich für eine Absage.

Hier sind die Krisenkommunikationsmaßnahmen, die als Reaktion auf die homophobe Gewalt ergriffen wurden:

- Proaktiver Kontakt zu den Opfern, sobald deren Identität unserem Team bekannt war
- Veröffentlichung eines Beitrags in den sozialen Medien, in dem die Gewalt verurteilt, die Behörden zum Handeln aufgefordert und die Festivalbesucher dazu angehalten wurden, sich bei Problemen an Plan Sacha zu wenden.
- Nach dem Festival wurde ein Schreiben versandt, in dem eine Weiterverfolgung des Falls zugunsten der Opfer sowie Einzelheiten zu den ergriffenen Maßnahmen gefordert wurden, um sicherzustellen, dass sich so etwas nicht wiederholt.

Was uns in diesen Krisenmomenten am meisten gefehlt hat, war eine WhatsApp-Gruppe, um kurze und schnelle Updates auszutauschen. Der Newsletter ist ein zu umständliches Instrument. Wir hatten beschlossen, keine WhatsApp-Gruppe für die Delegierten einzurichten, da uns die Verwaltung einer Gruppe von 4.000 Personen wie ein Albtraum erschien. Zumindest wäre eine Gruppe mit je einem Vertreter pro Chor notwendig gewesen, um eine schnelle Informationsweitergabe zu gewährleisten, da jeder Chor zweifellos seine eigene WhatsApp-Gruppe hatte.

Aftermovie

Unsere Zusammenarbeit mit La Horde Productions bei den Dreharbeiten zu unserem Musikvideo „Let Your Heart Be Heard“ wurde sehr geschätzt. Wir haben beschlossen, weiterhin mit diesem Unternehmen zusammenzuarbeiten, um ein hochwertiges Aftermovie des Festivals zu produzieren.

Das Ziel ist es, einen bleibenden Eindruck zu hinterlassen, den Festivalbesuchern ein Andenken zu bieten und dem Team in Brighton ein Instrument zur Werbung für das Festival an die Hand zu geben.

Unser Budget reichte nicht aus, um die Aufzeichnung aller Konzerte des Festivals zu finanzieren. Wir haben jedoch die Aufzeichnung der Show in der ING Arena finanziert, und die Videos davon werden auf dem YouTube-Kanal des Festivals veröffentlicht.

NACH DEM FESTIVAL

Festivalbudget

Allgemeiner Überblick

Das Festivalbudget belief sich auf **1,2 Millionen Euro**.

Von Beginn des Projekts an hatten wir unser Budget unter Kontrolle. Unser Verein führte alle drei Monate eine Budgetanpassung durch. Eine strenge Budgetüberwachung war notwendig, um die ordnungsgemäße Verwaltung dieses Projekts zu gewährleisten, das hauptsächlich von den Festivalbesuchern finanziert wurde.

Von Beginn an hatten wir verschiedene Budgetmodelle auf der Grundlage unterschiedlicher Erwartungen hinsichtlich der Anzahl der registrierten Festivalbesucher erstellt.

Unsere Priorität war es, sicherzustellen, dass wir über ausreichende Mittel verfügten, um wichtige Rechnungen vor oder unmittelbar nach dem Festival zu begleichen (Vermietung des Veranstaltungsortes, technische und künstlerische Kosten, Bewirtung der Festivalbesucher usw.). Eine Reihe von Investitionen wurde erst genehmigt, als wir uns unserer Fähigkeit zur Finanzierung sicher waren. Dabei handelte es sich beispielsweise um Kosten im Zusammenhang mit der Kommunikation des Festivals (z. B. Plakatkampagne im öffentlichen Raum, Aftermovie, Fotografen).

Wir arbeiteten mit einem Steuerberater zusammen, der für die finanzielle und steuerliche Überwachung unseres Projekts zuständig war. Diese Zusammenarbeit war angesichts der Höhe der zu verwaltenden Geldmittel unerlässlich.

Das Budget hat sich im Laufe der Monate erheblich verändert. Je nach Anzahl der Anmeldungen (die je nach Kategorie entweder niedriger oder höher als prognostiziert ausfielen) oder je nachdem, ob wir Fördermittel erhalten hatten oder nicht, mussten wir schwierige Entscheidungen treffen oder umgekehrt Mittel für verschiedene Projekte freisetzen.

Vom Beginn des Projekts bis zur Eröffnung des Festivals haben wir eine Rücklage in Höhe von 10 Prozent des Festivalbudgets (100.000 €) gebildet. Diese Rücklage sollte es uns ermöglichen, etwaige unerwartete Rückschläge während des Festivals aufzufangen.

So konnten wir das Festival mit einem ausgeglichenen Budget starten.

Vorfinanzierung

Jedes Festival fängt bei Null an. In diesem Zusammenhang ist die Sicherung einer Vorfinanzierung eine große Herausforderung. Vor Beginn der Anmeldephase hatten wir keinerlei Einnahmequelle.

Wir erhielten zwei entscheidende Zuschüsse, die uns halfen, unsere Aktivitäten auf den Weg zu bringen:

- Ein Darlehen in Höhe von 30.000 € von Legato. Dieses Darlehen ermöglichte es uns, unsere Aktivitäten in den ersten beiden Jahren zu finanzieren: die Kosten für die Gründung des gemeinnützigen Vereins, die Honorare unseres Buchhalters, die Erstellung unserer Website sowie die erste Rate für den Kauf der Anmeldeplattform Integra. Dieses Darlehen wurde Ende 2025 an Legato zurückgezahlt.
- Spenden von „Sing Out Brussels!“. Im Gegensatz zum gemeinnützigen Verein „Various Voices Brussels 2026“ hat der Chor jedes Jahr Aktivitäten organisiert und dadurch Einnahmen erzielt. Wir haben eine Vereinbarung getroffen, wonach zwei Drittel dieser Einnahmen an das Festival gespendet werden. Über einen Zeitraum von vier Jahren hat der Chor somit fast 67.000 € an das Festival gespendet. Diese Unterstützung war entscheidend für die Finanzierung der ersten Anzahlungen für die Konzertorte, noch bevor die Anmeldung begann.

Wir ermutigen die folgenden organisierenden Chöre, einen ähnlichen Mechanismus einzurichten, um die Aktivitäten des Festivals vor Beginn der Anmeldephase vorzufinanzieren. Sobald die Anmeldungen begannen, hatten wir nie wieder Liquiditätsprobleme.

Einnahmen

Die nachstehende Grafik zeigt die wichtigsten Einnahmequellen des Festivals. Bitte beachten Sie, dass wir hier einen vereinfachten Haushaltsplan darstellen. Einen detaillierten Haushaltsplan werden wir Legato und dem Team in Brighton zur Verfügung stellen.

Die Anmeldegebühren der Teilnehmer machen 75 % der Einnahmen des Festivals aus. Dies ist ein enormer Betrag und zeigt, wie unverzichtbar der Beitrag der Teilnehmer für die Finanzierung eines solchen Projekts ist. Die Festival-Anmeldegebühren beliefen sich auf insgesamt 796.119 €. Weitere Einnahmen durch die Teilnehmer stammen aus Buchungen für während des Festivals organisierte Führungen (11 € pro Führung) in Höhe von insgesamt 2.959 €. Dieses Geld wurde zur Bezahlung der Führer verwendet.

Die zweite Haupteinnahmequelle des Festivals waren **öffentliche Zuschüsse** (105.814 €), die etwa 10 % der Einnahmen des Festivals ausmachten. Belgien ist ein komplexes Land mit vielen Verwaltungsebenen und potenziellen Quellen für öffentliche Zuschüsse. Die Beschaffung von Mitteln war jedoch nicht so einfach. Die meisten Behörden stellen Mittel nur für Projekte bereit, die im Jahr der Veranstaltung stattfinden (daher mussten wir bis Ende 2025 warten, um den Großteil unserer festivalspezifischen Anträge einzureichen). Angesichts der schwierigen Haushaltslage der verschiedenen belgischen Regierungen haben

zudem die meisten von ihnen ihre Fördermittel gekürzt. Hier ist die Aufschlüsselung der erhaltenen Fördermittel:

- Koor&Stem: 2.500 € im Rahmen unserer Partnerschaft mit diesem flämischen Verband von Laienchören.
- Rayonnement de la Fédération Wallonie-Bruxelles: 18.000 € für das Festival.
- Nationale Lotterie – Öko-Coaching: 5.000 €. Dieser Betrag ist speziell für die Finanzierung des von Tapio durchgeführten Öko-Coaching-Projekts vorgesehen, um die Nachhaltigkeit des Festivals zu gewährleisten.
- Stadt Brüssel (Chancengleichheit): 1.950 € – im Rahmen des Programms „Rendez-Vous à Bruxelles“ (2024)
- Chancengleichheit (Fédération Wallonie-Bruxelles): 6.000 € für das Musikvideo „Let Your Heart Be Heard“ (2025)
- Nationale Lotterie: 10.000 € für das Musikvideo zu „Let Your Heart Be Heard“
- Rainbow Visibilities (Francophones de Bruxelles): 2.250 € für das Musikvideo zu „Let Your Heart Be Heard“.
- Stadt Brüssel (Kultur): Rabatt in Höhe von 6.000 € auf die Anmietung der Madeleine (dieser Betrag wurde von der Rechnung der Madeleine abgezogen).
- Loterie Nationale: 10.000 € für das Festival
- Flandern: 29.000 €, im Rahmen der regionalen Förderung internationaler Amateurkunstprojekte.
- Stadt Brüssel (Kultur): 10.000 € für das Festival
- Cap 48: 10.000 € für Maßnahmen zur Barrierefreiheit.
- RainbowHouse Brüssel: 1.950 € für die Proben zu „Let Your Heart Be Heard“ während der Pride-Woche.

Die dritte Einnahmequelle war **der öffentliche Ticketverkauf** (7 % unserer Einnahmen – 80.748,00 Euro). Wir boten jede Veranstaltung (Nachmittagskonzerte, Shows und Zeremonien) zum gleichen Preis an: Der Grundpreis betrug 30 €. Es gab einen ermäßigten Preis von 20 € für Personen, die bestimmte Voraussetzungen erfüllten, sowie einen Förderpreis von 40 €. Da es acht Veranstaltungen gab, entsprach der Kauf aller Veranstaltungen dem Preis des Festival-Passes zum regulären Tarif (240 €), ohne Zugang zu den Nachtpartys, dem Village und den soziokulturellen Aktivitäten. In den letzten Monaten war dieses Komplett-Festivalticket zum Spätbuchertarif (290 €) erhältlich. Wir verkauften 77 Komplett-Festivaltickets, 1.050 Tickets für die Shows und Zeremonien im Bozar oder im Cirque Royal, 621 Nachmittags-Pässe und 534 Tickets für die Show in der ING Arena.

Die vierte Einnahmequelle bildeten **die Anmeldegebühren der Chöre** in Höhe von insgesamt 62.255 €, zuzüglich der Einnahmen aus der Vermietung von Proberäumen (3.900 €) und dem Verkauf von Fotoalben (10.400 €). Insgesamt macht dies 6 % der Einnahmen des Festivals aus. Wir stellten drei Proberäume zur Verfügung, deren stundenweise Vermietung ähnlich wie in Bologna ablief. Wir haben unter Berücksichtigung der Inflation die gleichen Tarife angewandt. Alle Zeitfenster waren ausgebucht. Um die Kosten für die rund zehn Fotografen zu decken, die für die Berichterstattung über das Festival engagiert wurden, haben wir jedem Chor zudem die Möglichkeit geboten, lizenzfreie Fotos seiner Konzerte zu erwerben. 52 Chöre haben die Fotos gekauft. Das Festival erzielt damit keinen Gewinn, da dieses Geld zur Bezahlung der Fotografen verwendet wurde.

Der Restbetrag (2 %) umfasst:

- Einnahmen aus dem Solidaritätsfonds (Spenden von Chören und Delegierten sowie Erlöse aus der Spendenveranstaltung „Brussels In Harmony“). Streng genommen handelt es sich hierbei jedoch nicht um Einnahmen, da der Großteil dieser Summe dazu diente, die den Begünstigten gewährten ermäßigten Tarife auszugleichen, während der Restbetrag die Finanzierung von Verbesserungen der Barrierefreiheit ermöglichte.
- Mitgliedsbeiträge. Zur Organisation des Festivals haben wir eine gemeinnützige Organisation (ASBL) gegründet, die von unserem Chor „Sing Out Brussels!“ getrennt ist. Wir haben Mitglieder von „Sing Out Brussels!“ eingeladen, der ASBL „Various Voices Brussels 2026“ beizutreten, indem sie einen symbolischen Mitgliedsbeitrag von mindestens 10 € zahlten. Dies gab ihnen das Stimmrecht bei unseren Jahreshauptversammlungen und gelegentlichen Zugang zu exklusiven Informationen über die Vorbereitungen des Festivals.
- Einnahmen aus dem Festival-Shop. Bei jedem Verkauf auf Redbubble haben wir eine Marge von 7 % einbehalten, die uns nach Abzug der Provisionen der Plattform ausgezahlt wurde. Unser Ziel war es zu keinem Zeitpunkt, mit diesem Shop Geld zu verdienen.
- Die finanzielle Vergütung für die Organisation von Führungen durch das Brüsseler Rathaus.
- Die Zinsen auf das Geld, das wir 2025 auf ein Festgeldkonto angelegt hatten, um einen Wertverlust zu verhindern.

Ein Hinweis zum Sponsoring

Die Suche nach Sponsoren war eine Aufgabe unseres Partners visit.brussels. Innerhalb dieser Struktur gab es mehrere Wechsel der Ansprechpartner, was den Beginn der Akquise verzögerte. Im Jahr 2024 erstellte deren Team schließlich ein Dossier und legte die den Sponsoren angebotene Vergütung fest. Das Team von visit.brussels hatte zudem Kontakt zum Team von „Various Voices Munich 2018“ aufgenommen, um Feedback zu deren Erfahrungen einzuholen.

Die Akquise war nicht erfolgreich, da sich unsere Veranstaltung in erster Linie an ein internationales Publikum richtete und wahrscheinlich auch, weil die Marke „Various Voices“ außerhalb der LGBTQI+-Chorwelt kaum bekannt ist. Wir glauben zudem, dass die Nähe zur Brüsseler Pride, die 2026 ihr 30-jähriges Jubiläum feierte, nicht zu unseren Gunsten wirkte. Ebenso wenig wie das internationale Klima, das große Unternehmen dazu veranlasst hat, sich von Diversitäts- und Inklusionsmaßnahmen zurückzuziehen.

Unsererseits haben wir versucht, Kontakte zum „Brussels Rainbow Village“ zu knüpfen, einer Organisation, die LGBTQI+-Unternehmen in Brüssel zusammenbringt. Deren Verantwortliche haben unseren Aufruf im Hinblick auf kommerzielle Partnerschaften an ihre Mitglieder weitergeleitet. Wir erhielten keine Antworten. Unser Team hat zudem proaktiv einige Unternehmen kontaktiert, jedoch ohne Erfolg.

Da wir mit Sponsoringeinnahmen gerechnet hatten, mussten wir dieses Budget daher auf null setzen. Dadurch konnten wir jedoch komplizierte Debatten über „Pinkwashing“ oder „Greenwashing“ potenzieller Sponsoren vermeiden.

Wir sind daher hauptsächlich Partnerschaften eingegangen, die zu Preisnachlässen führten: Pianos Maene (Vermietung von Klavieren oder E-Keyboards), Tipik (eine doppelte Werbekampagne bei diesem RTBF-Radiosender im Austausch gegen Freikarten), Bruzz (ein Preisnachlass auf die Kosten einer Werbekampagne bei diesem Brüsseler Regionalradiosender im Austausch gegen Sichtbarkeit für das Festival).

Ausgaben

Die nachstehende Grafik zeigt die wichtigsten Ausgabenposten des Festivals. Hinweis: Um die Vertraulichkeit unserer Lieferanten zu wahren, legen wir hier einen vereinfachten Haushaltsplan vor. Einen detaillierten Haushaltsplan werden wir Legato und dem Team in Brighton zur Verfügung stellen.

Die erste Ausgabenkategorie betrifft die **Anmietung von Veranstaltungsorten** (388.000 € – 36 % der Ausgaben). Neben den Mietkosten sind darin auch Nebenkosten enthalten (Sicherheitsdienste, Reinigung, Anmietung zusätzlicher Stühle usw.).

Die zweite große Ausgabenkategorie betrifft **die technischen Kosten** (Miete von Ausrüstung, Vergütung für unseren technischen Leiter und Tontechniker sowie Kosten für Ton- und Lichttechniker während des Festivals). Diese belaufen sich auf insgesamt 188.000 € (17 % unserer Ausgaben).

Die dritte große Ausgabenkategorie betrifft **die künstlerischen Kosten**. Dazu gehören die Vergütung unseres künstlerischen Leiters, unseres musikalischen Leiters, der verschiedenen Künstler, die während des Festivals auftreten, Urheberrechtsgebühren, Klaviermiete sowie die Kosten für das Projekt „Let Your Heart Be Heart“ (Studioaufnahmen, Musikvideo, Proben im Bozar). Dies macht 13 % unserer Ausgaben aus (137.000 €).

Die vierte Ausgabenkategorie betrifft **die Kommunikationskosten** (9 % unserer Ausgaben – 93.000 €). Dazu gehören die Kosten für die Erstellung und Pflege der Website, die Kosten für die Produktion von Bildmaterial, die Kosten für Kommunikationskampagnen, Honorare für Fotografen und Videografen sowie verschiedene Abonnements für Kommunikationsinstrumente (für den Newsletter oder soziale Medien).

Die fünfte Ausgabenkategorie betrifft **Logistikkosten** (10 % unserer Ausgaben – 95.000 €). Dazu gehören insbesondere die Ausstattung des „Village“ und Zahlungen an Lieferanten, die Verpflegung der Technikteams und Freiwilligen während des Festivals, die Herstellung von Festivalausweisen und Beschilderungen sowie die Kosten für die barrierefreie Gestaltung der Veranstaltungsorte.

Die sechste Ausgabenkategorie betrifft **die Kosten** für **das Ticket- und Registrierungssystem** (4 % unserer Ausgaben – 45.000 €). Dazu gehören die

Anschaffungskosten für die Registrierungsplattform „Integra“, die von unserem Zahlungsdienstleister Stripe erhobenen Gebühren sowie Ticketgebühren.

Die verbleibenden 11 % (100.000 €) umfassen **sonstige Kosten**: Bankgebühren, Versicherungen, Verwaltungskosten des gemeinnützigen Vereins, Honorare für den Steuerberater, Vergütung für das Koordinationsteam der Freiwilligen, die an Legato gezahlte Lizenzgebühr sowie Kosten für das Förderprogramm (Kauf von Flug- und Bahntickets für den ukrainischen Chor).

Finanzergebnisse

Zum Zeitpunkt der Erstellung dieses Berichts ist der Jahresabschluss des Festivals noch nicht abgeschlossen. Es ist unwahrscheinlich, dass unser Verein vor Anfang 2027 aufgelöst wird.

Die finanziellen Ergebnisse des Festivals sind jedoch sehr positiv. Wie oben erläutert, hatten wir etwa 10 % des Festivalbudgets (100.000 €) als Rücklage für unvorhergesehene Probleme während der Veranstaltung vorgesehen. Letztendlich konnten wir das Festival abschließen, ohne auf diese Rücklage zurückgreifen zu müssen. Darüber hinaus lief der Ticketverkauf für die Festivalveranstaltungen bis zum letzten Tag des Festivals weiter, wodurch zusätzliche, unerwartete Einnahmen generiert wurden.

So konnten wir eine Spende in Höhe von 67.000 € an „Sing Out Brussels!“ leisten – ein Betrag, der der Summe entspricht, die der Chor zur Vorfinanzierung des Festivals gespendet hatte.

Der verbleibende Restbetrag beläuft sich auf etwa 50.000 € (der genaue Betrag wird erst nach Begleichung der letzten Rechnungen feststehen). Dieser Restbetrag wird zwischen Legato (an das wir gemäß den Vertragsbedingungen mindestens 25 Prozent der Festivalerlöse abführen müssen), dem Festival „Various Voices Brighton 2030“ und „Sing Out Brussels!“ aufgeteilt.

Festivalteam

Das Festivalteam bestand, in alphabetischer Reihenfolge, aus Stefano Abruzzini, Walid Aissaoui, Marina Belotti, Christophe Cordier und Damien Wauters. Ja, nur fünf Menschen haben unermüdlich als Freiwillige daran gearbeitet, dieses Festival zu organisieren! Alles, was Sie gerade gelesen haben, wurde durch sie ermöglicht.

Unter ihnen waren zwei Personen, die während des gesamten Projekts von der Einreichung des Antrags bis zum letzten Tag des Festivals dabei waren: Marina Belotti und Christophe Cordier, die gemeinsam die Gesamtkoordination der Veranstaltung übernahmen.

Beginnend mit dem Festival in Bologna im Jahr 2023 hielt das Festivalteam zur Vorbereitung der Veranstaltung einmal im Monat ein etwa vierstündiges Treffen ab. In den sechs Monaten vor dem Festival stieg die Häufigkeit auf zwei Treffen pro Monat (darunter ein Online-Treffen). Außerdem wurden gelegentlich Arbeitstage organisiert. Der Arbeitsaufwand, der zwischen diesen verschiedenen Treffen

geleistet wurde, lässt sich jedoch unmöglich abschätzen.

Es ist wichtig zu erkennen, dass der Arbeitsaufwand für die Organisation des Festivals enorm ist und in keinem Vergleich zu der ehrenamtlichen Arbeit steht, die in unseren Chören geleistet wird. Innerhalb des Teams gingen zwei Personen während der Vorbereitungsphase des Festivals in den Ruhestand, und eine weitere Person konnte ihre Arbeitszeiten so anpassen, dass sie Zeit freimachen konnte. Dies ermöglichte es ihnen, fast in Vollzeit am Festival zu arbeiten. Ohne dies hätten wir es wahrscheinlich nie geschafft. Da „Various Voices“ weiter wächst, stellen sich natürlich Fragen zur Zukunft des Festivals. Wir werden im Fazit dieses Berichts darauf zurückkommen.

Die Rekrutierung des Teams erwies sich als Herausforderung. Unser Chor „Sing Out Brussels!“ bietet bereits zahlreiche Möglichkeiten für einmalige oder kontinuierliche ehrenamtliche Tätigkeiten (Vorstand, thematische Arbeitsgruppen: Kunst, Kommunikation, Gemeinschaftsbildung, Strategie). Innerhalb dieser Gruppe von 80 Personen waren die meisten, die das richtige Profil für die Unterstützung der Festivalorganisation hatten, oft bereits durch andere ehrenamtliche Verpflichtungen gebunden.

Auch der Umfang des Projekts stellte ein Hindernis dar. Viele zögerten, sich zu verpflichten, da sie (zu Recht!) die Arbeitsbelastung fürchteten. Die lange Vorlaufzeit bis zur Veranstaltung wirkte ebenfalls abschreckend: Es ist spannender, sich an der Vorbereitung einer Show zu beteiligen, die in sechs Monaten stattfindet, als an der Vorbereitung eines Festivals, das erst in vier Jahren stattfinden wird.

Unser Team bestand aus bis zu sieben Personen, von denen jede ihre Sichtweisen, Schwerpunkte und Fachkenntnisse in das Projekt einbrachte. Das funktionierte relativ gut während der zwei Jahre, in denen unsere Treffen hauptsächlich aus Brainstorming-Sitzungen bestanden, um die Identität des Festivals zu definieren. Als wir uns jedoch an die konkreten Details machten und der Arbeitsaufwand sowie die damit verbundenen finanziellen Risiken zunahmen, wurde die Arbeitsverteilung innerhalb des Teams zunehmend unausgewogen, während gleichzeitig Meinungsverschiedenheiten hinsichtlich der Projektführung auftraten. Dies führte zu Spannungen und zum Ausscheiden mehrerer Mitglieder. Das verbleibende Team organisierte das Festival weiter, hielt zusammen und arbeitete sehr konstruktiv zusammen.

Wir möchten hier unsere Erfahrungen teilen und diese Botschaften an zukünftige Organisationsteams weitergeben:

- Die Organisation des Festivals ist kein Hobby. Es ist ein Job. Zunächst ein Teilzeitjob, aber ein Vollzeitjob, je näher das Festival rückt.
- Die Verantwortung, die auf dem Organisationsteam lastet, ist sehr groß – weitaus größer als die bei der Leitung eines Chors. Der Umfang des Projekts, die Anzahl der Teilnehmer, die Anzahl und Größe der gemieteten Veranstaltungsorte, die Fachleute, mit denen man zusammenarbeiten muss, und das enorme Budget sind allesamt Stressfaktoren.
- Um das Team zusammenzustellen, muss man Freiwillige rekrutieren, die bereit sind, zu arbeiten, und nicht nur ihre Meinung zu äußern. Es ist unerlässlich, von Anfang an Verantwortliche für bestimmte Bereiche (Aufführungsorte, Finanzierung, Barrierefreiheit, Nachhaltigkeit,

Anmeldungen, Programm usw.) zu benennen und die Rollen von Beginn an zu verteilen. Im Idealfall sollte jede verantwortliche Person einen Stellvertreter haben, falls Probleme auftreten (und Probleme gibt es immer).

- Rekrutiert reichlich Leute, auch von außerhalb eurer Chöre. Jetzt, da wir diesen Bericht fertigstellen, erscheint es uns unglaublich, dass wir fünf all das geschafft haben. Während wir die Vorbereitungen noch bewältigen konnten, war die Situation während des Festivals viel komplizierter. Wir waren nicht zahlreich genug, um jede Krise und jedes Problem zu bewältigen, das gelöst werden musste – sei es technischer oder zwischenmenschlicher Natur. Im Idealfall hätten wir genug Leute haben sollen, um jedem Veranstaltungsort des Festivals jederzeit einen Ansprechpartner zuzuweisen.
- Spannungen innerhalb des Teams sind vorprogrammiert: Manche drücken sich vor ihrer Verantwortung, andere nehmen sich zu viel vor, Freiwillige verlangen eine Bezahlung, und unterschiedliche Visionen prallen aufeinander. Niemand kommt ungeschoren davon. „Various Voices“ zu organisieren bedeutet, viele wunderbare Kontakte zu knüpfen, aber auch mitzuerleben, wie Freundschaften zerbrechen.
- Manchmal verbringt man Stunden damit, über ein Thema zu diskutieren, das einem wichtig erscheint, während man ein anderes Thema vernachlässigt, das nicht problematisch wirkt. Und während des Festivals stellt man dann fest, dass man genau das Gegenteil hätte tun sollen …
- Es ist ein LGBTQI+-Projekt, auf das sich alle Chöre vier Jahre lang freuen. Ihre Erwartungen an die Veranstaltung sind enorm. Jeder Delegierte möchte zu Recht so anerkannt und respektiert werden, wie er ist. Ihre Erwartungen sind manchmal unvereinbar. Es ist daher unmöglich, dass 100 % der Delegierten zu 100 % zufrieden mit der Organisation des Festivals sind. Da das Organisationsteam selbst Teil der Veranstaltung ist, fällt es sehr schwer, jede Kritik anzunehmen. Das Festival zu organisieren bedeutet, viel Liebe und Dankbarkeit zu erfahren, aber es bedeutet auch, zwangsläufig Enttäuschungen zu verursachen.
- Erwarte nicht, das Festival wie jeder andere Teilnehmer genießen zu können. Selbst wenn du, so wie wir, der Meinung bist, dass alles bereit ist und nichts schiefgehen kann, wirst du unweigerlich mit Krisen und unvorhergesehenen Ereignissen konfrontiert sein.
- Nach dem Festival wirst du zweifellos ein wenig Zeit brauchen, um wieder auf den Boden der Tatsachen zurückzukommen. Auch ein wenig Zeit, um deine Aufmerksamkeit auf die positiven Erinnerungen zu richten und nicht nur auf das, was schiefgelaufen ist. Sei nachsichtig mit dir selbst: Was du erreicht hast, ist unglaublich!

Festivalauswertung & wirtschaftliche Auswirkungen

Die Umfrage nach dem Festival wurde zwei Tage nach Ende des Festivals über unseren Newsletter verschickt. Einige Tage später folgte eine Erinnerung. Wir haben die Umfrage zwei Wochen nach Ende des Festivals geschlossen. Ihr Hauptziel ist es, Legato und dem Team in Brighton Empfehlungen für zukünftige Festivals zu geben.

Wir erhielten 1.161 Antworten, was etwa 30 % der Teilnehmer entspricht. Diese Stichprobe ist jedoch hinsichtlich der Vielfalt in Bezug auf Alter, Hintergrund und beruflichen Status repräsentativ für das Profil der Teilnehmer.

Hier finden Sie eine Zusammenfassung der wichtigsten Ergebnisse dieser Umfrage. Detaillierte Antworten und die verschiedenen Tabellen finden Sie unter diesem Link. Da die offenen Fragen teilweise mehr als 700 Antworten hervorbrachten, haben wir künstliche Intelligenz eingesetzt, um die wichtigsten Bereiche zu identifizieren, die besondere Aufmerksamkeit erfordern.

Für 40 % der Befragten war Brüssel ihr erstes „Various Voices"-Festival. Diese Befragten sind naturgemäß jünger, und dieser Anteil ist bei Teilnehmenden aus Spanien, Italien und den Vereinigten Staaten höher. Die Hälfte von ihnen gab an, zuvor noch nie an einer internationalen LGBTQI+-Veranstaltung teilgenommen zu haben, weder persönlich noch mit ihrem Chor. Diejenigen, die bereits an solchen Veranstaltungen teilgenommen hatten, nannten vor allem Pride-Veranstaltungen, das „Hand in Hand"-Festival oder andere ähnliche nationale oder regionale Festivals in Europa und den USA sowie die Gay Games oder Euro Games.

Das Festival ermöglichte es 38 % der Befragten, mehr neue Leute kennenzulernen, als sie sich erhofft hatten. 40 % lernten zwar neue Leute kennen, aber weniger als erhofft. Für die überwiegende Mehrheit der Befragten spielte das Festival zudem eine wichtige Rolle für ihr Zugehörigkeitsgefühl zur LGBTQI+-Community oder für ihr Gefühl, als LGBTQI+-Person repräsentiert zu sein.

Bei der folgenden offenen Frage („Was hat VV2026 für Sie bewirkt?") äußerten 40 % der Befragten Freude, Glück, emotionale Erneuerung oder eine ähnlich starke positive emotionale Wirkung. Etwa 25 % verwiesen auf Gemeinschaft oder ein Zugehörigkeitsgefühl. Etwa 20–25 % nannten künstlerische, musikalische oder aufführungsbezogene Inspiration. Etwa 18 % nannten Sichtbarkeit, Politik, Stolz oder Aktivismus. Etwa 10–15 % nannten internationale Verbindungen und/oder die Stärkung des eigenen Chors. Etwa 12 % äußerten einen explizit negativen oder kritischen Aspekt.

Am meisten beeindruckt waren die Befragten von der Möglichkeit, Konzerte anderer Chöre zu besuchen (86 % wählten diese Option), der Chance, mit dem eigenen Chor auf der Bühne zu singen (62 % wählten diese Option) und der Zeit, die sie mit ihren Freunden verbrachten (57 % wählten diese Option). Interessant ist hierbei, dass die Befragten den Besuch von Konzerten anderer Chöre höher bewerteten als die Erwähnung ihrer eigenen Auftritte.

Eine Frage betraf das Sicherheitsgefühl an den Festivalorten. Die überwiegende Mehrheit der Festivalbesucher fühlte sich entweder die ganze Zeit (53 % der Befragten) oder die meiste Zeit (38 % der Befragten) sicher. Die Befragten betrachten das Festival als „sichere Blase" und schätzten die Hilfe durch die Freiwilligen und das Team von Plan Sacha. Allerdings gaben 5 % an, sich sehr unsicher gefühlt zu haben. Dieser Prozentsatz ist unter den italienischen und spanischen Teilnehmern etwas höher (9 %) und unter den französischen, deutschen und niederländischen Teilnehmern niedriger (1 %). Bei diesen Personen handelt es sich in der Regel um dieselben, die allgemeine Unzufriedenheit mit dem Festival äußerten. Sie führten vor allem mangelnde Sicherheit im öffentlichen Raum, insbesondere nachts, an und forderten eine verstärkte Polizeipräsenz oder

private Sicherheitskräfte. In den Antworten wurden außerdem die Hitze (Klimaanlage, Zugang zu Wasser), Probleme mit der Barrierefreiheit, die Beschilderung und der Transport zwischen den Veranstaltungsorten sowie der e Wunsch nach größerer LGBTQI+-Vielfalt unter den Teilnehmenden und im Festivalprogramm hervorgehoben.

Die Umfrage bewertete zudem die wirtschaftlichen Auswirkungen des Festivals.

Was die Unterbringung betrifft:

- 50 % der Befragten blieben 4 Nächte in Brüssel, 23 % blieben 5 Nächte und 22 % mehr als 5 Nächte. In dieser letzten Kategorie waren die amerikanischen Teilnehmer am zahlreichsten vertreten. Umgekehrt hielten sich Italiener und Spanier am ehesten nur 2 oder 3 Nächte auf, was die bereits zuvor in diesem Bericht gemachte Beobachtung hinsichtlich der hohen Kosten des Festivals für Sänger aus diesen Ländern widerspiegelt, die jedoch nicht vom Förderprogramm profitieren.
- 60 % der Befragten übernachteten in einem Hotel. 26 % wohnten in einer Gemeinschaftsunterkunft wie beispielsweise einem Airbnb. 10 % übernachteten in einer Jugendherberge, wobei dieser Anteil bei den polnischen, tschechischen und estnischen Befragten auf 30 % anstieg.
- Die Teilnehmer gaben durchschnittlich 118 € pro Nacht für die Unterkunft aus. Hier gibt es erhebliche Unterschiede zwischen den verschiedenen Ländergruppen.

Was den Transport betrifft:

- 58 % der Befragten reisten mit dem Zug und 31 % mit dem Flugzeug, was den bei der Anmeldung angegebenen Absichten entspricht. Es überrascht nicht, dass der Zug die bevorzugte Option für diejenigen war, die aus Nachbarländern (Deutschland, Niederlande, Frankreich, Vereinigtes Königreich) kamen.
- Die durchschnittlichen Transportkosten beliefen sich auf 287 € pro Person. Hier gibt es natürlich erhebliche Unterschiede je nach zurückgelegter Entfernung (Teilnehmer aus den USA und Skandinavien gaben mehr aus; diejenigen aus Frankreich, den Niederlanden und Deutschland weniger).

Die sonstigen Ausgaben vor Ort (Essen und Trinken, Bars, Transport, Museen, Einkaufen usw.) beliefen sich auf durchschnittlich 427 € pro Teilnehmer. Es ist anzumerken, dass unter den Freizeitaktivitäten der Teilnehmer außerhalb des Festivalprogramms die Amerikaner kulturelle Aktivitäten (Museen usw.) bevorzugten, während Italiener, Spanier, Briten und Iren Aktivitäten der LGBTQI+-Community (Bars, Clubs usw.) den Vorzug gaben.

Lässt man die belgischen Teilnehmer aus dieser Berechnung heraus, lässt sich der Gesamtbetrag, den ein durchschnittlicher ausländischer Teilnehmer ausgegeben hat, auf 1.257 € schätzen, der zur Anmeldegebühr – beispielsweise 190 € im Frühbuchertarif – hinzugerechnet werden muss, was einen Gesamtbetrag von 1.447 € pro Person ergibt.

Bei 4.040 Teilnehmern lassen sich die wirtschaftlichen Auswirkungen des Festivals somit auf über 5 Millionen Euro schätzen, was dem Fünffachen des Festivalbudgets entspricht.

Dies verdeutlicht auch die hohe Investition, die das Festival für die Chormitglieder darstellt – eine Veranstaltung, die ohne finanzielle Unterstützung eindeutig nicht für jedes Budget erschwinglich ist. Tatsächlich erhielten 30 % der Befragten finanzielle Unterstützung von ihrem Chor. Dieser Prozentsatz steigt auf 70 % bei den Befragten aus osteuropäischen Ländern, Italien und Spanien sowie bei den unter 35-Jährigen. Bei den amerikanischen Teilnehmern liegt er bei weniger als 5 %. Es sei darauf hingewiesen, dass zum Zeitpunkt der Anmeldung 56 % der Chöre angegeben hatten, über ein internes Förderprogramm für ihre Mitglieder zu verfügen. Zudem ist zu beachten, dass 690 Personen (17 % der Teilnehmer) direkte Unterstützung vom Festival erhielten (Förderprogramm, Solidaritätsfonds oder Ratenzahlungen).

Eines der Hauptziele der Umfrage war es, festzustellen, ob „Various Voices Brussels 2026“ die Erwartungen der Festivalbesucher in drei Bereichen erfüllt hat: Gemeinschaftsgefühl, allgemeine Organisation und künstlerisches Programm.

Was den Gemeinschaftsgeist betrifft, ist dies eindeutig der Fall. Für 57 % der Befragten hat das Festival ihre Erwartungen erfüllt. Für 31 % hat das Festival ihre Erwartungen sogar übertroffen. Allerdings äußerten 12 % in dieser Hinsicht Enttäuschung. Mit Blick auf das Festival „Brighton 2030“ gaben die Befragten folgende Empfehlungen: mehr Gelegenheiten, andere Chöre kennenzulernen und Kontakte zu knüpfen, mehr Möglichkeiten zum gemeinsamen Singen sowie einen stärkeren Fokus auf Inklusion, Vielfalt und Barrierefreiheit des Festivals. All diese Punkte waren in Brüssel bereits berücksichtigt worden, doch es gibt natürlich immer Raum für Verbesserungen.

Auch die allgemeine Organisation des Festivals erhielt eine gute Bewertung. Für 53 % der Befragten entsprach das Festival ihren Erwartungen. Für 29 % hat das Festival ihre Erwartungen sogar übertroffen. Die Befragten gaben viele positive Kommentare ab. Allerdings äußerten 18 % in dieser Hinsicht Enttäuschung. Mit Blick auf das Festival in Brighton konzentrieren sich die Empfehlungen hauptsächlich auf die Kommunikation (kürzere und effektivere Newsletter), Heizung und Klimatisierung, die Stärkung des Freiwilligenteams (hinsichtlich Anzahl und Schulung), das Festivalprogramm (weniger vollgepackt, mit mehr Zeit für Soundchecks), ein einfacheres Ticketingsystem sowie die besondere Berücksichtigung von Barrierefreiheit und Inklusion usw.

Das künstlerische Programm ist das umstrittenste Thema. Für 50 % der Befragten hat das Festival ihre Erwartungen erfüllt. Für 22 % hat das Festival ihre Erwartungen sogar übertroffen. Allerdings äußerten 28 % diesbezüglich Enttäuschung – fast jeder dritte Befragte. Die zentrale Botschaft an das Brighton-Team deckt sich mit den Schlussfolgerungen unseres Teams. Ziel ist es, den Schwerpunkt der Veranstaltungen wieder auf Chöre zu legen und folglich den Fokus auf Gastkünstler zu verringern. Die Empfehlungen beziehen sich zudem auf die Barrierefreiheit der Veranstaltungsorte, die technischen Bedingungen, die Qualität der Darbietungen, die Kohärenz der Veranstaltungen sowie die Repräsentation der gesamten LGBTQI+-Community. Der politische Charakter des Festivals ist ein Schwerpunkt, zu dem widersprüchliche Empfehlungen abgegeben wurden. Für einige sollte das Festival politischer sein. Andere sind der Meinung, es sollte weniger politisch sein.

Ein fünftägiges Festival scheint den Delegierten zu gefallen. 84 % der Befragten sind mit der derzeitigen Dauer des Festivals zufrieden. 9 % empfinden es als zu lang und würden ein auf drei Tage verdichtetes Programm bevorzugen. Nur 7 % wünschen sich ein längeres Festival.

Was die Konzertmöglichkeiten angeht, würde die Mehrheit der Befragten, die nur ein oder zwei Konzerte gegeben haben, gerne mehr geben. An dieser Stelle ist anzumerken, dass diese begrenzte Anzahl an Konzerten die Entscheidung ihrer Chorleiter war – eine Tatsache, der sich die Befragten möglicherweise nicht bewusst sind. Drei oder vier Konzertmöglichkeiten scheinen daher eine angemessene Zahl zu sein. Wir haben bereits gesehen, dass die meisten Chöre (71 von 114) diese Gelegenheit genutzt haben.

Was die Erwartungen an das Festival in Brighton betrifft, so legten die Teilnehmer den Schwerpunkt darauf, mit ihrem Chor Konzerte zu geben, genügend Zeit zu haben, um die Konzerte anderer Chöre zu besuchen, und die Gelegenheit zu haben, neue Leute kennenzulernen.

Die Umfrage untersuchte auch den Bekanntheitsgrad von Legato, dem europäischen Verband der LGBTQI+-Chöre. 75 % der Befragten hatten bereits vor ihrer Ankunft in Brüssel von Legato gehört. Legato wird in erster Linie mit „Various Voices“ in Verbindung gebracht: 56 % der Befragten wissen, dass Legato das „Various Voices“-Festival betreut (durch die Vergabe von Lizenzen und die Unterstützung der Gaststädte bei der Durchführung des Festivals). Die übrigen Aktivitäten von Legato sind weniger bekannt. Die Legato Academy (die zugegebenermaßen in erster Linie an Chorleiter*innen gerichtet ist) ist kaum bekannt. 47 % der Festivalbesucher*innen hatten noch nie davon gehört. Die Erwartungen der Festivalbesucher*innen an Legato konzentrieren sich insbesondere auf: die Stärkung der Verbindungen zwischen Chören, die regelmäßigere Organisation von Festivals, Fortbildungsangebote, die Entwicklung einer LGBTQI+-Musikkultur, Initiativen in Bezug auf Inklusion, Vielfalt und Barrierefreiheit sowie den Ausbau der politischen und Fürsprachefunktion von Legato.

Die detaillierten Umfrageergebnisse werden selbstverständlich an Legato und das Team in Brighton weitergeleitet.

Fazit

Unsere Reise endet hier. Wir schließen nun das Kapitel „Various Voices Brussels 2026“ mit großem Stolz und sind völlig erschöpft.

Die Organisation dieser riesigen Veranstaltung war eine Herausforderung für unser kleines Team. Es war aber auch eine sehr spannende Erfahrung, durch die wir neue Fähigkeiten erwerben konnten. Die Begeisterung der Festivalbesucher und das positive Feedback, das wir erhalten haben, sind eine große Belohnung. Gleichzeitig ist es keine leichte Aufgabe. Gleichzeitig ist es schwierig, mit der Enttäuschung umzugehen, die andere zum Ausdruck gebracht haben. Wie wir vorausgesehen hatten, war es nicht möglich, 100 % der Festivalbesucher zu 100 % glücklich zu machen.

Im August 2026 nahmen wir im Rahmen der Amsterdam World Pride an der Veranstaltung „Queer Voices Unite“ teil. Dieses Minifestival brachte acht internationale Chöre zusammen. Wir haben die Erfahrung geliebt, weil wir für nichts verantwortlich waren! Aber uns wurde auch klar, wie viel einfacher es war, eine Veranstaltung dieser Größenordnung zu organisieren (ein einziger Konzertsaal, nur eine Handvoll Freiwillige erforderlich …) und Aktivitäten zu organisieren, die es den Chören ermöglichten, sich kennenzulernen. Das macht umso deutlicher, warum so viele Teilnehmer*innen unserer Umfrage den Wunsch geäußert haben, an mehr kleinen Veranstaltungen dieser Art teilzunehmen.

„Various Voices“ steht möglicherweise an einem Scheideweg. In ihrem Bewerbungsdossier für „Various Voices 2030“ schlugen einige Chöre vor, bis zu 160 Chöre und 5.000 Delegierte zu beherbergen. Wie viel größer kann das Festival noch werden? Und vor allem: Kann es weiter wachsen, wenn es auf diese Weise organisiert wird? Wie Sie in diesem Bericht gelesen haben, ist die Zahl der Themen, die bei der Organisation von „Various Voices“ zu berücksichtigen sind, enorm. Wir müssen an alles denken, jedes mögliche Krisenszenario vorhersehen und versuchen, die Erwartungen einer Vielzahl von Menschen mit unterschiedlichem Hintergrund, unterschiedlichem Alter und unterschiedlicher Identität in Einklang zu bringen … Und nun, da wir die Erfahrung dafür haben; da wir wissen, was wir beibehalten möchten und was wir anders machen würden, muss ein neues Team wieder ganz von vorne anfangen – in einer neuen Stadt, mit anderen Veranstaltungsorten, anderen Partnern, anderen Einschränkungen …

Die Situation in Europa ist nicht dieselbe wie in den USA, aber in den USA wird die Organisation des „Gala Choruses“-Festivals von bezahlten Fachkräften übernommen. Wenn Legato eines Tages zumindest einen bezahlten Mitarbeiter für das Festival beschäftigen könnte (zum Beispiel, um die Anmeldung der Chöre und Delegierten zu verwalten), wäre das fantastisch. Wir unsererseits stehen Legato und dem Team von Brighton 2030 weiterhin zur Verfügung, um den Staffelstab weiterzugeben und unser Wissen zu teilen.

Wir freuen uns darauf, an „Various Voices Brighton 2030“ teilzunehmen und einfach die Freude am Singen, die Freude am Applaus, die Freude, Freunde wiederzusehen und neue Freunde kennenzulernen, sowie die Freude zu genießen, Teil einer großen Gemeinschaft von LGBTQI+-Sänger*innen zu sein, die durch eine gemeinsame Leidenschaft und die gleichen Bestrebungen für eine Welt vereint sind, in der jede und jeder von uns einen Platz hat, an den er oder sie gehört. Das ist der Geist von „Various Voices“. Wir sind begeistert und stolz darauf, einen Teil zu seiner Geschichte beigetragen zu haben.

Stefano, Walid, Marina, Christophe & Damien
Festivalteam – Various Voices Brüssel 2026