

Wie organisiere ich mein eigenes Event?





MyGRANT METAMORPHOSIS

***Wie organisiere ich mein
eigenes Event?***

Partner:

Arbeitskreis Ostviertel e.V. (DE)

VITECO (IT)

Polskie Gry Planszowe (PL)

Demokritos (GR)

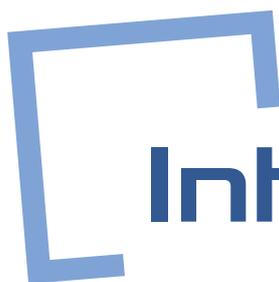
Projekt

2018-2-DE04-KA205-016979

Die Unterstützung der Europäischen Kommission für die Erstellung dieser Veröffentlichung stellt keine Billigung des Inhalts dar, welcher nur die Ansichten der Verfasser wiedergibt, und die Kommission kann nicht für eine etwaige Verwendung der darin enthaltenen Informationen haftbar gemacht werden.



Co-funded by the
Erasmus+ Programme
of European Union



Inhaltsübersicht

	Einleitung	5
1	Wie man Jugendliche in die Entwicklung von Ideen einbezieht	6
1.1 Die Bedeutung der Jugendbeteiligung	6
1.2 Praktische Ratschläge zur Einbeziehung von Jugendlichen in die Entwicklung von Ideen	7
1.3 Inspiration einholen	9
1.4 Referenzen	12
2 Planung und Organisation von Veranstaltungen	12
2.1 Erforderliche Schritte zur Planung einer Veranstaltung	13
2.2 Kleine Zutaten für große Wirkung	16
2.3 Inspiration einholen	17
3 Wie man Geldmittel oder Technik erhält	19
3.1 Planung des Budgets einer Veranstaltung	20
3.2 Methoden zur Beschaffung von Mitteln und Tools	22
3.3 Inspiration einholen	26
4 Ein Team erfolgreich leiten	27
4.1 Die Planung	28
4.2 Die Arbeitsphase	32
4.3 Die Nachbereitung	33
4.4 Inspiration einholen	33

5	Promotion einer Veranstaltung	35
5.1	Event - Promotion	36
5.2	Online - Tools	37
5.3	Menschen	41
5.4	Offline - Tools	42
5.5	Inspiration einholen	43
5.6	Referenzen	45
6	Fazit	47

Hinweis:

Aus Gründen der besseren Lesbarkeit wird auf die gleichzeitige Verwendung aller personalisierten Sprachformen verzichtet. Sämtliche Personenbezeichnungen gelten gleichwohl für jedes Geschlecht.

Einführung

Veranstaltungen sind ein wichtiger Weg, um lokale Behörden einzubinden, neue Kontakte zu entwickeln sowie neue Partnerschaften zu schaffen. Gleichzeitig schaffen Veranstaltungen ein Erlebnis, das nicht nur das Bewusstsein für Ihr Anliegen schärft, sondern auch das Gemeinschaftsgefühl des Publikums inspiriert.

Normalerweise denken Menschen, wenn sie an die Organisation einer künstlerischen oder kulturellen Veranstaltung denken, sofort daran, dass ein hohes Budget oder eine große Anzahl von Sponsoren benötigt wird, um diese zu finanzieren. Tatsächlich ist es möglich, eine exzellente Low-Cost-Veranstaltung zu planen und zu realisieren, und auf den nächsten Seiten werden Sie die Chance haben, zu entdecken, wie man das macht!

Dieser kurze Leitfaden richtet sich an Jugendbetreuer, Freiwillige und Vereine für junge Menschen mit und ohne Migrationshintergrund und soll ihnen praktische Ratschläge geben, wie sie kostengünstige künstlerische Veranstaltungen durchführen können, ohne dass die Qualität einer Veranstaltung verloren geht.

Was als Einschränkungen erscheinen mag, sind stattdessen Chancen, Problemlösungsfähigkeiten zu trainieren, neue Möglichkeiten zu entdecken und neue Kooperationen zu bilden.

Wir begleiten Sie Schritt für Schritt bei der Planung, Organisation, Mittelbeschaffung und Werbung für Ihre Veranstaltung(en).

In diesem Leitfaden haben Sie die Möglichkeit, sich von den realen Geschichten von Vereinen oder Organisationen inspirieren zu lassen, die Erfahrung mit der Organisation von multikulturellen künstlerischen Veranstaltungen mit geringem Budget haben, sowie von deren nützlichen Ratschlägen.

“Begrenzungen leben nur in unseren Köpfen. Aber wenn wir unsere Vorstellungskraft nutzen, werden unsere Möglichkeiten grenzenlos.“

-Jamie Paolinetti

Fangen wir an!

1. Wie man Jugendliche bei der Entwicklung von Ideen einbindet

Aktive Beteiligung gibt uns die Macht, die Welt um uns herum zu beeinflussen und ermöglicht es jungen Menschen, ihre Kreativität durch die Arbeit an gemeinsamen Aktivitäten zu nutzen.

Es ist wichtig, dass junge Menschen Initiative ergreifen und den Mut haben, sich Gehör zu verschaffen, denn dadurch können sie wachsen, neue Fähigkeiten erlernen und gestärkt werden.

In diesem Kapitel besprechen wir, wie wichtig es ist, junge Menschen in die Entwicklung von Ideen einzubeziehen. Wir geben Ihnen praktische Ratschläge und schlagen mögliche Aktivitäten vor, die Sie durchführen können, um junge Menschen einzubeziehen. Zum Schluss können Sie die inspirierende Geschichte von PRISM lesen - einer Vereinigung in Sizilien, die sich in internationalen Aktivitäten mit jungen Menschen engagiert.

1.1. Die Bedeutung der Jugendbeteiligung

Junge Menschen haben eine außergewöhnliche Kraft und es ist äußerst wichtig diese richtig zu kanalisieren. Denn wenn sie fehlgeleitet oder manipuliert werden, können sie großes soziales Leid erzeugen. Junge Menschen werden unweigerlich von ihrer Umgebung beeinflusst und es ist wichtig, dass sie durch die Teilnahme an Veranstaltungen, freiwilligen Aktivitäten und kulturellen Vereinigungen, den Wert ihrer aktiven Teilnahme am gesellschaftlichen Leben verstehen.

Die Stimmen der Jugendlichen spiegeln sowohl individuelle Erfahrungen als auch Gemeinsamkeiten in Bezug auf Perspektiven und Herausforderungen wieder, die internationale Grenzen überschreiten. Mehr noch: Sie zeigen die Intelligenz, die Leidenschaft und den Wunsch junger Menschen nach Veränderung.

Indem man junge Menschen ermutigt und ihren Stimmen Gehör verschafft, ist es möglich, sie wachsen zu lassen, es hält sie in der Verantwortung. Wenn junge Menschen wissen, dass ihre Meinung zählt, werden sie mehr an der Zusammenarbeit mit der Gemein-

schaft interessiert sein, sie werden sich stärker für soziale Probleme interessieren und können eher bereit sein, ihren eigenen wesentlichen Beitrag zu leisten.

In diesem Sinne sind Jugendverbände, ehrenamtliche Vereine und kulturelle Veranstaltungen grundlegend. Sie schaffen einen Raum, in dem sich junge Menschen sicher fühlen sowie ihre Gedanken und Meinungen unter Gleichaltrigen austauschen können, ohne den Schutz eines Bildschirms und vor allem ohne die Angst, beurteilt zu werden.

Aber lassen Sie uns gemeinsam schauen, wie wir diesen sicheren Raum schaffen und wie wir junge Menschen dazu anregen können, Ideen zu entwickeln.

1.2. Praktische Ratschläge zur Einbeziehung von Jugendlichen in die Entwicklung von Ideen

1

◆ EINE POSITIVE UND SICHERE UMGEBUNG SCHAFFEN

Es ist wichtig, eine sichere Umgebung zu schaffen, in der sich die Jugendlichen wohl fühlen, wenn sie ihre Ideen äußern. Es wird eine konstruktive Auseinandersetzung innerhalb der Gruppe geschaffen, niemand wird für seine Ideen verurteilt. Eine gute Möglichkeit ist, das **Eis mit einem ersten kleinen Spiel zu brechen**. Einfache und lustige Spiele finden Sie im Energizer-Abschnitt unseres Handbuchs für Jugendbetreuer, Multimedia & Kunst für soziale Inklusion.

2

◆ PLATZ MACHEN FÜR KREATIVITÄT

Die besten Ideen kommen aus dem kreativen Denken. Die große Herausforderung beim Generieren großartiger Ideen besteht darin, sich von konventionellen Gedanken zu befreien, die die meiste Zeit Ihres Gehirns in Anspruch nehmen.

Stellen Sie den Jugendlichen Farben, Stifte, Papier, Post-its, Textmarker und alles Notwendige zur Verfügung, um die Fantasie und die Kreativität zu befreien. Ermutigen und fördern Sie das kreative Denken junger Menschen, denn es ist wichtig, um wesentliche Fähigkeiten für das tägliche Leben zu entwickeln, wie: **flexibles Denken, Problemlösung, Kommunikation, Teamfähigkeit**.

Kreativitätsübungen sind eine gute Möglichkeit, neue Ideen zu entdecken und die allgemeine Kreativität zu verbessern. Eine Beispielübung ist die sogenannte Six Thinking Hats. Dabei handelt es sich um eine Strategie, mit der die Optimierung eines Produkts oder einer Idee bewertet wird. In einer Gruppe „trägt“ eine Einzelperson oder ein kleines Team einen der Hüte.

Bei der Überprüfung der fraglichen Idee behält jeder „Hut“ die ihm zugewiesene Perspektive bei:

- **Logik:** Der Logik-Hut stellt die Fakten in Bezug auf das Produkt oder die Idee dar.
- **Optimismus:** Der Optimismus-Hut repräsentiert die Möglichkeiten für das Produkt oder die Idee ohne Barrieren.
- **Urteilsvermögen:** Der Urteilsvermögen-Hut befasst sich mit den Herausforderungen oder Problemen des Produkts oder der Idee, indem er die entgegengesetzte Sichtweise berücksichtigt.
- **Emotion:** Der Emotions-Hut steht für die Gefühle oder Wahrnehmungen, die mit dem Projekt oder der Idee verbunden sind.
- **Kreativität:** Der Kreativitäts-Hut führt neue Ideen oder Möglichkeiten für die Idee oder das Produkt ein.
- **Management:** Der Management-Hut überwacht die Diskussion und stellt sicher, dass das Team alle Perspektiven repräsentiert.



3

◆ DIE BRAINSTORMING-SITZUNG LEITEN

Brainstorming ist eine beliebte Gruppentechnik zur Ideenfindung, die auf spontaner und ungefilterter Kreativität beruht. Die Brainstorming-Methode zielt auf die schnelle und ungefilterte Sammlung von Ideen in dem Wissen, dass **niemand sie kritisieren oder beurteilen wird**. Diese Ideen werden zunächst ohne Bewertung oder Zensur gesammelt, um sie später zu analysieren und zu erforschen.

Ein paar nützliche Regeln:

- **Keine Kritik, Diskussion oder Kommentare während der Sitzung:** um den Fluss der Ideen nicht zu stören oder zu unterbrechen. Es ist wichtig, dass sich die jungen Leute wohl fühlen, wenn sie ihre Ideen mitteilen, ohne Angst haben zu müssen, beurteilt zu werden.
- **Denken Sie kreuz und quer, lassen Sie sich gegenseitig inspirieren.** Während des Brainstormings können Sie unabhängige Ideen äußern, aber es kann passieren, dass Ideen miteinander verknüpft werden, manchmal auf ungewöhnliche Weise, und das ist der Moment, in dem großartige Ideen entwickelt werden!
- **Leiten Sie das Brainstorming.** Der Moderator bereitet die Einleitung vor. Er/Sie fragt prägnant nach dem Problem oder dem Thema, ohne zu sehr ins Detail zu gehen. Sonst könnten Sie ungewollt die folgenden Ideen beeinflussen. Geben Sie zu Beginn einige Denkanstöße und auch dann, wenn die Aktivität unweigerlich in eine Sackgasse gerät.
- **Beziehen Sie alle Teilnehmer mit ein.** Alle Ideen sind notwendig und wichtig. Richten Sie Fragen an diejenigen, die sich noch nicht zu Wort gemeldet haben, aber ohne sie zu stressen, wenn sie keine Ideen haben.

1.3. Inspiration einholen

[PRISM](#) fördert Exzellenz sowie die berufliche und unternehmerische Kompetenz, die in der Region vorhanden ist, insbesondere von jungen Menschen, und bietet ihnen eine valide Unterstützung für ihren Ausdruck auf europäischer und internationaler Ebene.

PRISM widmet sich der Forschung und Ausbildung im Bereich der Kooperation und Internationalisierung sowie der Förderung der Möglichkeiten, die diese Aktivitäten bieten. Insbesondere führt PRISM eine Analyse der gemeinsamen Herausforderungen und Stärken der euro-mediterranen Gebiete durch sowie plant und fördert Lösungen und gemeinsame Interventionen.

In dieser Hinsicht hat PRISM Projekte implementiert sowie Schulungen, Orientierungs-, Förderungs-, Entwicklungs- und Kapazitätsaufbaudienstleistungen zu den folgenden Themen angeboten:

- Migrationsphänomene
- Sozialpolitische Maßnahmen
- Schutz und Förderung von Menschenrechten
- Interkultur und Integration



Sie arbeiten stark mit jungen Migranten zusammen, um die Ziele zu erreichen, die in ehrgeizigen Programmen wie AMIF/FAMI - Asyl Migration Integration Fund vorgesehen sind.

Angesichts der Vielfalt an Themen und Aktivitäten, in die junge Menschen, die mit PRISM in Kontakt kommen, involviert sind, stellen sie einige nützliche Tipps vor, die übergreifend funktionieren können:

1

◆ **BIETEN SIE EINE VIELZAHL VON AKTIVITÄTEN AN, UM JUNGE MENSCHEN ZU ENGAGIEREN UND ZU MOTIVIEREN**

Zu den motivierenden Aktivitäten gehören hauptsächlich:

- Künstlerische Aktivitäten, die die Organisation von Aufführungen umfassen können
- Sportliche Aktivitäten
- Nationale und internationale Jugendbegegnungen und Reisen
- Aktivitäten in der Natur (z. B. Gemeinschaftsgärten)
- Aktive Bürgerschaft - Aktivitäten (z. B. in Bezug auf die lokale Umwelt)
- Andere Gruppenaktivitäten (z. B. gemeinsames Kochen, Organisieren einer Veranstaltung)

Diese Aktivitäten können in Zusammenarbeit mit lokalen Diensten und Organisationen entwickelt werden. Zum Beispiel können sportliche Aktivitäten in Zusammenarbeit mit lokalen Sportvereinen entwickelt werden, und Gemeinden können Aktivitäten in der Natur und aktive Bürgerschaft fördern.

2

◆ **SICHERSTELLUNG VON AKTIVITÄTEN ZUR FÖRDERUNG DER PERSÖNLICHEN UND SOZIALEN ENTWICKLUNG**

Motivierende Aktivitäten bieten einen sicheren Ort für junge Menschen, an dem sie ihre Zeit verbringen können. Darüber hinaus können solche Aktivitäten ein Forum für junge Menschen sein, um sich über ihre Probleme zu öffnen, und eine Gelegenheit für die Mitarbeiter, Unterstützung anzubieten. Auch wenn sie draußen stattfinden, müssen eine formale Lernumgebung sowie motivierende Aktivitäten, konkrete Ziele festlegen und von Fachleuten (z. B. Lehrern, Jugendarbeitern, Beratern usw.)

angeleitet werden. Solche Aktivitäten zielen darauf ab, den Jugendlichen zu helfen, sich selbst besser kennenzulernen und mit anderen zu interagieren, und sollten zum Beispiel Kooperation und Konfliktlösung fördern. Dadurch wird die Fähigkeit der Lernenden gestärkt, mit Schwierigkeiten oder Herausforderungen umzugehen.

3

◆ **VERTRAUVENSVOLLE BEZIEHUNGEN ZWISCHEN DEN JUGENDLICHEN UND DEN MITARBEITERN AUFBAUEN**

Ein Schlüsselfaktor für den Erfolg junger Menschen in Bildung und Ausbildung ist, dass die Erwachsenen um sie herum zeigen, dass sie an ihre Fähigkeiten glauben und sie beim Erreichen ihrer Ziele unterstützen. Motivierende Aktivitäten, die Mitarbeiter und junge Menschen in einer informellen Aktivität zusammenbringen, können jungen Menschen helfen, eine positive Beziehung zu einem Mitarbeiter aufzubauen. Dieser Mitarbeiter könnte sich als der eine Erwachsene herausstellen, mit dem sie sich "verbinden" können und der sie motiviert, auf das Erreichen einer Qualifikation hinzuarbeiten.

1.4. Referenzen

<https://www.ionos.it/startupguide/produttivita/brainstorming/>

<https://ideadrop.co/innovation-strategy/top-10-activities-to-help-boost-your-creative-thinking/>

<https://www.indeed.com/career-advice/career-development/creativity-exercise>

<https://www.inc.com/kevin-daum/7-ways-to-generate-great-ideas.html>

2. Planen und Organisieren von Veranstaltungen

Das Geheimnis einer perfekten, kostengünstigen Kunstveranstaltung liegt in der **Planung** und **harter Arbeit**. Wenn Sie bereit sind, Ihr Herz und Ihre Seele in ein Projekt zu stecken, werden Sie es auf die eine oder andere Weise zustande bringen, und die Zufriedenheit und Freude wird sich auszahlen.

In der Tat erfordert die Planung einer Veranstaltung einen erheblichen Zeit- und Arbeitsaufwand. Das Planen und Organisieren einer Veranstaltung kann herausfordernd, stressig und zeitaufwendig sein, aber es kann auch Spaß machen und ein nützliches Werkzeug sein, um sich gegenseitig kennenzulernen und seine Kreativität zu entfalten. Lassen Sie sich aber nicht von dem enormen Arbeitsaufwand abschrecken, gehen Sie schrittweise vor und arbeiten Sie in Teams, und Sie werden sehen, dass alles einfacher wird.

Lassen Sie uns im Detail entdecken, wie!



2.1. Erforderliche Schritte zur Planung einer Veranstaltung

1

◆ LEGEN SIE GREIFBARE ZIELE UND VORGABEN FEST

Warum organisieren Sie diese Veranstaltung? Überlegen Sie, welche Ziele Sie erreichen wollen und wen Sie für Ihre Veranstaltung gewinnen wollen.

Beginnen Sie mit einem Brainstorming und den von jungen Menschen vorgeschlagenen Ideen - sie können Sie mit ihren Ideen verblüffen. Um eine Veranstaltung zu organisieren, ist es eigentlich notwendig, **eine Idee zu haben**, die nicht unbedingt die beste Idee aller Zeiten sein muss. Wichtig ist, dass sie das Ergebnis einer breiten Vision ist, die kurz-, mittel- und langfristig entwickelt werden kann und immer mehr wächst.

Dies wird Ihnen helfen, sich während der gesamten Planung auf das große Ganze zu konzentrieren. Aber denken Sie daran, dass die Ziele und Vorgaben realistisch sein müssen! Bei der Planung jeder Veranstaltung sollten Sie eine Reihe von Zielen festlegen, die Ihr Endziel unterstützen. Wenn Sie Ihre Ziele

festgelegt haben, können Sie einen **vorläufigen Rahmen für die Veranstaltung** erstellen. Ihr Umfang sollte die wichtigsten Details enthalten und aufzeigen, wie Sie Ihre skizzierten Ziele erreichen werden.

2

◆ WÄHLEN SIE IHR ZIELPUBLIKUM

Reden ohne ein interessiertes Publikum, das Ihnen zuhört, ist völlig nutzlos.

Das Zielpublikum ist eng mit dem Endziel der Veranstaltung verbunden. Sie sind das Publikum, dem Sie Ihre Botschaft während Ihrer Veranstaltung vermitteln werden.

Wer ist mein Publikum? Sind sie jung? Was ist ihr Hintergrund? Möchte ich eine Veranstaltung mit einem kleinen, ausgewählten Publikum oder eine Veranstaltung, die für alle offen ist, je mehr, desto lustiger?

Es ist wichtig, sich diese Fragen am Anfang zu stellen, denn sie werden alle Ihre Entscheidungen bei der Organisation der Veranstaltung bestimmen.

3

◆ EIN DATUM FESTLEGEN

Die Auswahl des idealen Datums für die Veranstaltung ist ein komplizierter und wichtiger Aspekt. Wenn Sie eine Veranstaltung planen, sollten Sie Folgendes berücksichtigen:

- Geben Sie sich ausreichend Zeit!
- Beachten Sie die gesetzlichen und religiösen Feiertage.
- Prüfen Sie den Gemeindekalendar des Gebiets.
- Vermeiden Sie Schul-/Arbeits-/Ferienzeiten.
- Berücksichtigen Sie das Wetter / die Jahreszeit.
- Prüfen Sie die Termine mit den wichtigsten Teilnehmern - Referenten, Moderatoren, Organisatoren.

Sobald Sie den Termin festgelegt haben, können Sie mit der Buchung beginnen und die Promotion-Aktivitäten planen.

Denken Sie daran, dass die Jahreszeit einen erheblichen Einfluss auf die Bereitschaft der Gäste hat, eine Veranstaltung zu besuchen.

4

WÄHLEN SIE DEN STANDORT

Die Auswahl und Gestaltung des Veranstaltungsortes hat einen wesentlichen Einfluss auf alle Komponenten der Veranstaltungsplanung sowie auf die Gesamtsicherheit und den Erfolg der Veranstaltung.

Faktoren, die bei der Auswahl des Standorts / Veranstaltungsorts zu berücksichtigen sind:

- **Indoor-Outdoor-Optionen.** Veranstaltungen im Freien haben zum Beispiel ihre Probleme, wie das Wetter und die Einhaltung von Lärmschutzbestimmungen im Freien, während gleichzeitig sichergestellt werden muss, dass das Soundsystem von allen Teilnehmern gehört werden kann, aber draußen haben Sie mehr Platz für Ihre Aktivitäten.
- **Zugänglichkeit.** Verfügt der Veranstaltungsort über barrierefreie Eingänge und Aufzüge? Verfügt der Veranstaltungsort über einen behindertengerechten Zugang? Gibt es geschlechtergetrennte Waschräume? Gibt es Platz für Dolmetscher / Musiker / runde Tische? Diese und viele andere Faktoren spielen eine Rolle bei der Auswahl eines Raumes, in dem sich alle Teilnehmenden wohlfühlen.
- **Größe.** Eine Veranstaltung für 50 Personen benötigt einen ganz anderen Raum als eine für 500 Personen.
- **Infrastruktur und Transport,** wie Parken. Gibt es einen Parkplatz, oder ist er mit öffentlichen Verkehrsmitteln gut erreichbar?
- **Sicherheit und Schutz.**
- **Versicherung.** Müssen Sie eine separate Versicherung abschließen? Was sind ihre Haftungsregeln?
- **Audiovisuelles.** Wenn Ihre Veranstaltung Lautsprecher und Mikrofone benötigt, stellen Sie sicher, dass es einfach ist, sie in dem verfügbaren Raum aufzustellen. Das Gleiche gilt für den WLAN-Zugang (und Handy-Verbindungen!) oder andere technische Anforderungen, die Ihre Veranstaltung hat.
- **Kosten** - Kautions- oder nicht.



5

◆ REFERENTEN UND GÄSTE AUSWÄHLEN

Eine Veranstaltung ist nur so gut wie ihre Redner und Gäste. Wählen Sie wertvolle und, wenn möglich, bekannte Personen, denn eine beliebte Person zieht ein größeres Publikum an. In der Tat ermöglicht eine Veranstaltung mit einem Influencer oder einer bekannten Person, eine breitere Anziehungskraft, und wenn Sie eine Botschaft durch die Veranstaltung senden möchten, können Sie sie auf diese Weise an ein größeres Publikum weitergeben. Aber denken Sie daran, die Gäste müssen **proaktiv** sein und **positive Energie** haben. Sie können alle Talente der Welt haben, aber wenn sie nicht gerne da sind und die Sache der Veranstaltung nicht unterstützen, werden sie in ihrem Pitch diese Negativität verbreiten.

6

◆ DEFINIEREN SIE DIE TAGESORDNUNG

Zeitpläne für die Veranstaltung sind relevant, um die Aufgaben, Verantwortlichkeiten und Fristen zu überwachen, die jedem Mitglied zugewiesen wurden und die im Vorfeld der Veranstaltung erledigt werden müssen.

Als Teil eines vollständigen und detaillierten Veranstaltungszeitplans und einer Agenda ist es wichtig, die Möglichkeit in Betracht zu ziehen, dass etwas schiefgehen könnte. Daher ist es relevant, eine detaillierte Agenda zu erstellen und einen Plan B und sogar einen Plan C zu definieren. Bringen Sie zum Beispiel einige Instrumente mit, die gemeinsam gespielt werden können, falls das Soundsystem nicht funktioniert. Aus einem Problem kann ein Moment des Austauschs und des Spaßes geboren werden.

2.2. Kleine Zutaten für große Wirkung

◆ REDUZIEREN SIE DAS CATERING, ABER VERZICHTEN SIE NICHT AUF ERFRISCHUNGEN

Eine der ersten Ausgaben, die bei der Planung einer kostengünstigen Veranstaltung eingespart werden sollte, ist das Catering. Das schließt nicht aus, den Teilnehmenden Erfrischungen anzubieten. Essen ist ein wichtiger Moment des Teilens. Mehr noch, wenn in Ihrer Gruppe oder Organisation Menschen sind, die aus verschiedenen Regionen kommen, können Sie typische Gerichte vorbereiten, die kostenlos oder gegen eine geringe Gebühr angeboten werden, was Ihnen erlaubt, die Ver-

anstellung selbst zu finanzieren. Sie können im nächsten Kapitel mehr darüber erfahren, wie Sie Geldmittel erhalten können.



NUTZEN SIE DIE VORTEILE VON ÖFFENTLICHEN ODER STÄDTISCHEN RÄUMEN

Normalerweise ist bei der Organisation einer Veranstaltung die Location der teuerste Kostenpunkt. Berücksichtigen Sie öffentliche und städtische Räume. Kontaktieren Sie lokale Institutionen, indem Sie Ihre Veranstaltung vorstellen und zeigen Sie ihnen ihren Wert. Sie können Ihnen große Räume kostenlos oder zu geringen Kosten anbieten. Fragen Sie auch bei öffentlichen Räumen immer nach der Erlaubnis der lokalen Behörden, um Ihre Veranstaltung dort zu organisieren.



BEFREIEN SIE IHRE FANTASIE UND KREATIVITÄT

Auch wenn Sie eine kostengünstige Veranstaltung organisieren, heißt das nicht, dass es nicht eine wertvolle und schöne sein kann. Denken Sie anders und lassen Sie Ihrer Fantasie freien Lauf! Mit ein paar Papieren, Farben und Kreativität können Sie den Raum dekorieren sowie ihn einladender gestalten und gleichzeitig Spaß bei der Vorbereitung haben

2.3. Inspiration einholen



[Mine Vaganti NGO \(MVNGO\)](#) ist eine gemeinnützige Organisation, die 2009 in Sardinien gegründet wurde und deren Dienstleistungen Bildung und Training, Projektdesign und -entwicklung, thematische Forschung, internationale Mobilität und Beratung umfassen - in den Bereichen Jugend, Erwachsene, Bildung und Sport.

MVNGO fördert den interkulturellen Dialog, soziales Unternehmertum, soziale Eingliederung durch Sport, formale und nicht-formale Bildung einschließlich Ziele potentiell Benachteiligter wie Migranten und Menschen mit Behinderungen.

MVNGO hat zahlreiche öffentliche Veranstaltungen, Aktivitäten und Treffen im historischen Zentrum von Sassari organisiert, die darauf abzielen, junge NEETs aus der Umgebung einzubeziehen, ihnen zu ermöglichen, europäische Möglichkeiten kennenzulernen und Arbeitslosigkeit zu bekämpfen, und viele von ihnen arbeiten jetzt bei MVNGO oder kooperieren mit uns.

Ein weiteres Ziel von MVNGO ist es, die soziale und kulturelle Integration von Migranten zu fördern.

“Nach unserer Erfahrung ist es immer wichtig, das Budget sorgfältig zu planen. Dann ist das erste, was Sie tun sollten, wenn Sie ein niedriges Budget haben, **frühzeitig einen Veranstaltungsort zu finden**, denn das wird wahrscheinlich der größte Posten im Budget sein. Bei der Wahl des Veranstaltungsortes könnten Sie auch in Erwägung ziehen, Ihre Veranstaltung an weniger beliebten Terminen zu organisieren, und das könnte Ihnen ein gutes Schnäppchen bei den Räumlichkeiten beschern. Bevor Sie einen Veranstaltungsort buchen, stellen Sie sicher, dass Sie ihn besichtigen und dass logistische Vorkehrungen die Organisation nicht erschweren. Das Gleiche gilt für die Transportkosten, das Essen und die Getränke. Denken Sie wirklich darüber nach, ob die Leute wirklich an einen anderen Ort reisen müssen oder ob Sie es schaffen können, in der Nähe zu bleiben. Was das Essen angeht, denken Sie nicht zu groß. Es sollte gut sein, aber nicht unbedingt zu ausgefallen. Eine andere Sache, die Sie tun können, um Geld zu sparen, ist, Alternativen zu gedruckten Materialien zu finden, und **Technologie kann** in diesem Sinne **Ihr größter Verbündeter sein**. Sie können Ihre Veranstaltung online bewerben und zum Beispiel weniger Plakate und Flyer drucken.

Generell gilt: Je fester Sie auf Ideen und Elemente in Bezug auf Ihre Veranstaltung festgelegt sind, desto schwieriger wird es, diese im Rahmen Ihres Budgets zu bekommen. Vielleicht ist das, was Ihnen kostenlos oder zu einem geringeren Preis angeboten wird, nicht genau das, was Sie idealerweise wollten, aber kann es trotzdem die Aufgabe erfüllen? Es kann weniger stilvoll sein, aber immer noch der Funktion dienen, so spart es Ihnen Geld, das Sie in etwas anderes ausgeben können.

Denken Sie auch über die **Wiederverwendung von Gegenständen nach**, anstatt für jede Veranstaltung neue zu besorgen. Wenn Sie zum Beispiel ein Bühnenbild oder ein Banner benötigen, können Sie es so entwerfen oder herstellen und bauen lassen, dass es wiederverwendet werden kann, indem Sie nur bestimmte Teile oder gar nichts ändern.

Holen Sie schließlich das Beste aus den Freiwilligenprogrammen heraus. Beziehen Sie Freiwillige in Ihre Veranstaltung ein, da sie eine gute Möglichkeit sind, zusätzliche Arbeitskraft und Unterstützung für Sie und Ihr Team zu bekommen. Im Gegenzug brauchen sie nur die richtige Anleitung und / oder gute Vergünstigungen, wie z. B. freien Eintritt oder Zugang zur Konferenz, zu Konzerten oder irgendetwas - im Gegensatz dazu, nur ein normaler Teilnehmer zu sein oder nicht dabei zu sein.

Wenn man in der Lage ist, eine schöne Veranstaltung zu organisieren, fühlt man sich immer glücklich über das, was man erreicht hat. Am Ende des Tages zahlt sich die **harte Arbeit aus**. In der Lage zu sein, zu sehen, dass alles, was Sie geplant haben, wirklich stattfindet, gibt Ihnen ein erstaunliches **Gefühl von Stolz und Leistung**.

Sicher, es kann sein, dass Sie während des Planungsprozesses auf ein paar Probleme gestoßen sind, aber wenn Sie alles richtig geplant haben, sind das nur kleine Probleme, die im Handumdrehen gelöst werden können.

Sie haben hart gearbeitet, um die Veranstaltung zu denken, zu managen und zu leiten, und wenn sie vorbei ist, können Sie sich und Ihr Team nur noch zu dem Ergebnis beglückwünschen und die Gelegenheit nutzen, die Veranstaltung auszuwerten, alle Vor- und Nachteile zu bewerten, um sich weiter zu verbessern und in Zukunft eine noch erfolgreichere Veranstaltung zu organisieren.

3. Wie bekommt man Geldmittel oder Ausrüstung

Um eine Veranstaltung zu planen und zu organisieren, ist es wichtig, sowohl finanzielle Mittel als auch geeignete Werkzeuge für die Durchführung zu erhalten. Manchmal hängt auch die beste Idee und das beste Projekt, das umgesetzt werden soll, von den Ressourcen ab, die man besitzt. Deshalb finden Sie in diesem Teil des Leitfadens Möglichkeiten, wie man die Mittel und die richtige Ausrüstung für die geplante Veranstaltung beschaffen kann.

Die Planung der ressourcensuchenden Aktivitäten kann der Schlüssel sein, denn wenn Sie Ihre verschiedenen Möglichkeiten erkennen, wissen Sie besser, wie Sie Aufgaben und Mittel diversifizieren können. Dank der erworbenen und dokumentierten Informationen - ist es möglich, die wichtigsten Ausgaben zu planen. Sie wissen, was notwendig ist - Elemente, ohne die die Veranstaltung nicht stattfinden wird. Dann ist es einfacher, potentielle Sponsoren, Partner, Organisationen und die öffentliche Verwaltung zu gewinnen.

Eine wichtige Aufgabe im Planungsprozess ist die richtige Auswahl von Ressourcen und Werkzeugen. Dieses Kapitel stellt einige Vorschläge vor aus denen Sie wählen können. Überlegen Sie, welcher Ansatz für Sie am besten geeignet ist, denn in jedem Land gibt es unterschiedliche Möglichkeiten, Mittel zu beschaffen und, vor allem ist jede Veranstaltung anders und dementsprechend ändern sich auch die Mittel und die benötigte Ausrüstung.

3.1. Planen Sie das Budget der Veranstaltung

Die Beschaffung der Mittel und die Beantwortung der Frage „Wie bekomme ich Mittel und Technik?“ sollte als Planung des Budgets einer Veranstaltung beginnen. Um das Budget für eine Veranstaltung besser planen zu können, ist es notwendig, einige wichtige Fragen zu beantworten, wie z. B.: Was sind die spezifischen Kosten, z. B. - Werbung, notwendige Tools, Flugblätter, Catering, Mikrofonie, Beleuchtung usw. Wie hoch könnten die Einnahmen aus der Veranstaltung sein? Werde ich Unterstützung haben? Welche Kosten sind notwendig?

Bevor man nach Finanzierungsmöglichkeiten sucht, gibt es eine Liste von Dingen zu beachten, um besser zu definieren, welche Mittel notwendig sind und wie man sie erreichen kann.

- Was ist die Idee?
- Was sind die konkreten Aufgaben?
- Wie hoch ist das erforderliche Budget?
- Gibt es erwartete finanzielle Gewinne?
- Wie hoch sind die erwarteten sonstigen Gewinne (immateriell)?
- Kostenvoranschlag - alle Ausgaben werden auf die vermeidbaren und unvermeidbaren aufgeteilt.
- Sind irgendwelche Buchungen, Genehmigungen, Lizenzen erforderlich?
- Können unerwartete Kosten auftreten, z. B. Standortgebühren, Transport und andere?
- Was sind die potenziellen Sponsoren?
- Ist Werbung notwendig?
- Ist es möglich, Ihre Veranstaltung mit anderen Aktivitäten zu verbinden, wie z. B. Arbeitsintegration, Feste, Feiertage?
- Was sind die kulturellen und sozialen Werte, die von der Veranstaltung ausgehen?

Sobald Sie die zu organisierende Veranstaltung besser umrissen haben, ist es möglich, alle potenziellen Kosten der geplanten Veranstaltung vorzusehen.

Nachfolgend finden Sie eine Liste von Ausgaben, die bei der Organisation einer Veranstaltung anfallen können. Lassen Sie sich von dieser langen Liste nicht abschrecken! Sie ist nur ein Beispiel für mögliche Ausgaben. Sie haben die Möglichkeit, Ihre Prioritäten und damit auch die notwendigen Ausgaben zu wählen. Welche Kosten fallen für Ihre Veranstaltung an?

Mögliche Kosten, die zu berücksichtigen sind:

- STANDORT: • Miete • Reinigung • Mediengebühren
- CATERING: • Essen und Getränke • Service • Freiwillige
- TRANSPORT: • Transport von Teilnehmenden und Technik • zusätzliche Besichtigungen vor Ort • Finanzierung von Nahverkehrsmitteln oder Freifahrtscheinen
- AUSSTATTUNG: • Dekorationselemente z. B. Beleuchtung • Zusatzausstattung • Möbel, Tische, Stühle
- MULTIMEDIA: • Beleuchtung • Ton • Videoproduktionskosten, • technischer Reiter
- DRUCKEN: • Einladungen • Prospekte, Poster, Banner • Ausweise
- GESCHENKE: • Geschenkkosten • Paketkosten
- ATTRAKTIONEN: • Stars der Veranstaltung • Animationen • zusätzliche Attraktionen • Ansager
- ANZEIGEN: • im Freien • Internet, Radio usw.
- PRODUKTIONS- UND PERSONALKOSTEN: • Veranstaltungsleiter • Subunternehmer • Fotograf / Kameramann.
- SONSTIGE: • Alle anderen Ausgaben, die in keine Kategorie passen

Ein konkreter Plan mit einem klar definierten und realisierbaren Ziel sowie die Kenntnis des Budgets geben Ihnen den richtigen Weg, um Ihre Veranstaltung möglich zu machen.

3.2. Methoden zur Beschaffung von Mitteln und Tools

Sobald Sie das notwendige Budget genauer definiert haben, ist es an der Zeit zu eruieren, wie Sie Mittel und Werkzeuge für Ihre Veranstaltung bekommen. Sie haben verschiedene Möglichkeiten, wie zum Beispiel:

- A. Zuschüsse
- B. Förderer
- C. Partnerschaften: lokale / staatliche Behörden
- D. Kreative Aktivitäten



A. Zuschüsse und Spenden

Je nach Thema der Veranstaltung kann man in Erwägung ziehen, sich um eine staatliche oder kommunale Förderung zu bewerben. Erstens ist es ratsam, nach den Zuschüssen zu suchen, die mit kulturellen und interkulturellen Aktivitäten übereinstimmen. Zweitens sollte man in den Internet-Datenbanken suchen, auf lokaler Stadtebene, Landesebene oder sogar der Europäischen Union. Es ist auch eine gute Idee, nach Informationen bei der Botschaft zu suchen, wo der interkulturelle Dialog normalerweise unterstützt wird.

Denken Sie daran, dass die Suche nach dem richtigen Zuschuss und die Beantragung sehr zeitaufwändig sein kann. Es kann mehrere Wochen oder sogar mehrere Monate dauern. Aber am Ende ermöglicht der erworbene Zuschuss die Finanzierung der geplanten Veranstaltung, manchmal sogar ohne eigene Kosten. In manchen Fällen können Sie sogar Hilfe beim Ausfüllen des Antrags bekommen, z. B. von einem Experten, und zwar kostenlos.

B. Förderer

Das Thema Sponsoring ist erwähnenswert, weil viele Veranstaltungen durch die Verbindung einer Idee mit einer Institution / Firma / Einzelperson, die sie unterstützt, möglich geworden sind. Sponsoring kann viele Formen annehmen:

- **Erhalt einer finanziellen Unterstützung** im Austausch für das Recht, ein Logo auf den Veranstaltungsartikeln oder der Website zu platzieren.

- **Unterstützung bei Produkten und Dienstleistungen**
- **Gewinnung eines Medienpartners**, der im Gegenzug für die Erwähnung während der Veranstaltung Werbung für die Veranstaltung macht.

Die Suche nach einem Sponsor für die geplante Veranstaltung ist vielleicht die beliebteste und effektivste Option. Es erfordert jedoch Vorbereitung und die Beantwortung einiger Fragen, die sich stellen können, z. B. - wie viele Personen werden an der Veranstaltung teilnehmen? Wie sieht der Marketingplan aus? Um welche Art von Gruppe wird es sich handeln?

Wenn Sie sich entscheiden, Sponsoren für Ihre Veranstaltung zu suchen, denken Sie daran, dass es wichtig ist, von klaren Regeln, Plänen und Informationen auszugehen. Seien Sie gut vorbereitet, wenn Sie sich und Ihre Veranstaltung dem potenziellen Sponsor vorstellen, so dass der Sponsor Ihren Wert verstehen kann und gleichzeitig weiß, wie viel sein Unternehmen, sein Verband oder seine Institution durch die Beteiligung an Ihrer Veranstaltung gewinnen wird.

Wie findet man einen Sponsor?

- a) **Schauen Sie sich um**, vielleicht kann eine örtliche Schule, eine Firma, eine Organisation oder sogar ein Freund von Ihnen ein Sponsor werden.
- b) **Suchen Sie im Internet**, es gibt spezielle Tools für die Sponsorensuche, wie z.B. SponsorMyEvent, wo Organisationen nach Sponsoren und Sponsoren nach Veranstaltungen suchen.
- c) **Suchen Sie nach ähnlichen Veranstaltungen**, wie die, die Sie organisieren, und schauen Sie genau hin, wer ihnen geholfen hat und wer der Sponsor war. Holen Sie sich Sponsoren aus Ihrem Geschäftsfeld, dann sollte die Effizienz der Gewinnung viel höher sein. Sie werden einen Vorteil gegenüber anderen haben, die denselben Sponsor ansprechen, weil Sie das gleiche Ziel haben



Wichtig ist, dass diese drei Dinge im Einklang miteinander harmonisieren - der Sponsor, das Zielpublikum, die Veranstaltung.

Grenzen Sie Ihre Bewerbungsoptionen auf die Sponsoren ein, deren Werte eng mit den Werten Ihrer Veranstaltung verbunden sind. Auf diese Weise können Sie sich auf diejenigen konzentrieren, die wichtig sind und erfolgreich sein können. Denken Sie auch daran, sich mit Ihrer Veranstaltung zu beschäftigen und herauszufinden, ob es etwas Einzigartiges an ihr gibt, da dies den potenziellen Sponsor ermutigen könnte, sich an Ihrer Veranstaltung zu beteiligen. Schreiben Sie das richtige Angebot, in dem Sie die richtigen Informationen über das enthalten, was Sie vertrauenswürdig macht. Worum geht es bei der Veranstaltung? Welche Art von Publikum wird sie anziehen? Die wichtigsten Daten - Anzahl der Teilnehmenden, Social-Media-Statistiken usw. Sie können kostenlose Vorlagen für Veranstaltungsvorschläge verwenden (siehe Literaturverzeichnis: *Sponsorship-Proposal-Template*).

C. **Partner**

Ähnlich wie beim Sponsoring ermöglichen Partnerschaften eine einfachere Mittelbeschaffung und Kostenreduzierung. Dank des Tauschhandels ergeben sich neue Möglichkeiten für Ihre Veranstaltung, wie z.B. in den Bereichen Catering, Räumlichkeiten, Tools, Materialien, Anzeigen, Unterkünfte.



Partnerschaft mit Gemeindeorganisationen

Gemeindeorganisationen konzentrieren sich in der Regel auf soziale Themen, die Integration und soziale Beziehungen fördern. Solche Organisationen können einen beträchtlichen Beitrag zur Organisation Ihrer

Veranstaltung leisten, da sie über Ressourcen verfügen, wie auch Mittel für die Anschaffung von notwendigen Gegenständen für die Gruppe, z.B. Papier für Flugblätter, Essen für die Freiwilligen und andere Materialien - Artikel, Konferenzrahmen usw. Darüber hinaus können ihre Erfahrungen und Fähigkeiten eine nützliche Ressource für die Organisation und das Management der Veranstaltung sein. Manchmal haben Organisationen geschultes Personal, das Ihnen geschickt bei der Organisation der Veranstaltung, der Gestaltung von auffälligen Flugblättern, der Kontaktaufnahme mit den Medien oder ihrem Netzwerk helfen kann oder viele andere nützliche Dinge tun kann.

Lokale Behörden

Lokale Behörden können Initiativen verschiedener Organisationen unterstützen. Wenn Sie konkrete Ideen und Initiativen vorstellen, können Sie mit der Hilfe der lokalen Behörden rechnen. Sie sollten über die geplanten Veranstaltungen informieren, Treffen mit den lokalen Behörden organisieren, um deren Referenz und Unterstützung zu erhalten.

Lokale Behörden sind in der Regel bereit, interkulturelle und künstlerische Veranstaltungen zu unterstützen, denn:

- es stärkt die Gemeinschaft;
- es fördert das Wirtschaftswachstum;
- es fördert den Tourismus in der Umgebung.

Für die Akquise von Geldern in lokalen Behörden ist es eine gute Idee, solche Dinge zu nutzen wie (je nach Land): Strategischer Veranstaltungsplan (aktuell); Jährliches Veranstaltungsportfolio (auf kommunaler Ebene); beliebte Veranstaltungsfonds.

D. **Kreative Aktivitäten**

Viele Aktivitäten werden sich voneinander unterscheiden, deshalb kann es notwendig sein, **über den Tellerrand zu schauen**. Sicherlich wäre es bei allen Veranstaltungen sinnvoll, die eigene Kreativität einzusetzen. Vergessen Sie dabei die Lösungen aus dem Lehrbuch und schaffen Sie etwas Neues, das den Wert der Initiative zeigt.

Nutzen Sie Ihre Fantasie, um Ihre Veranstaltung zu präsentieren und zu bewerben, z. B. ein interessanter Brief, ein Gedicht, ein Video.

Werkzeuge, die Sie verwenden können:

Crowdfunding

Diese Finanzierungsart wird immer beliebter und weit verbreitet. Sie bietet eine große Chance für Werbe- und Promotionsaktivitäten für die Veranstaltung. Manchmal hilft es zu prüfen, wie die Leute reagieren und wie sie die gegebene Idee mögen. Es ist eine ausgezeichnete Möglichkeit für diejenigen, die erste Schritte bei

der Finanzierung ihrer Veranstaltungen oder experimentelleren Aktivitäten machen. Es ist ein Instrument, mit dem Sie eine Idee planen und bewerben können, indem Sie verschiedene Medien - Bilder und Videos - hochladen.

Es ist wichtig, vor der Veröffentlichung Ihrer Ideen zu beachten, welche der verfügbaren Optionen für Ihre Zielgruppe am besten geeignet ist. Sie können Ihren Test mit den größten Plattformen beginnen, wie [Kickstarter](#) oder die auf Veranstaltungen spezialisierten, wie [Eventbrite](#).

„Engel der Wirtschaft“

Hinter diesem Namen verbergen sich Menschen und Organisationen, die an Investitionsmöglichkeiten interessiert sind. Plattformen wie Angelsden und Fundingpost können bei der Kontaktaufnahme auf persönlicher Ebene oder bei anderen Veranstaltungen im Zusammenhang mit dem geplanten Event helfen.

Wettbewerbe

Suchen Sie nach Wettbewerben, die Ihre Aktivitäten (vor allem die ungewöhnlichen) zeigen, z.B. Innovation bei der Umsetzung und Integration der Teilnehmenden der Veranstaltung, interkultureller Dialog usw.

3.3. Inspiration einholen

Ich möchte Sie nach der Beschaffung von Finanzmitteln und Werkzeugen für die Organisation einer Veranstaltung fragen.

Haben Sie eine solche Veranstaltung organisiert, bei der Sie es geschafft haben z.B. ohne Ausrüstung oder Finanzen auszukommen? Würden Sie uns von einer erzählen und wie Sie das hinbekommen haben?

“Im Jahr 2014 habe ich zusammen mit meinem Freund beschlossen das Festival des ukrainischen Theaters “Ost-West” zu organisieren.

Wir hatten 4 Teams aus der Ukraine, aber wir hatten weder die Organisation, noch die Quellen oder andere Ressourcen.

Zuerst haben wir Freunde im Krakauer Jugendzentrum gefunden, die bei der ersten Ausgabe des Festivals als Organisatoren fungierten (und später und bis heute sind sie Mitorganisatoren).

Dann haben wir uns auf Empfehlung des Jugendzentrums an die Universität und Frau Rektorin gewandt, die uns auch unterstützt haben. Sie sind bis heute Partner des Festivals.

Die erste Auflage fand ohne finanzielle Eigenleistung sowie mit Zuschüssen verschiedener Institutionen und großem persönlichen Engagement statt.

Das Festival wird bis heute fortgesetzt und hat inzwischen die Unterstützung des Krakauer Rathauses, des Ministeriums für Kultur und Nationales Erbe und vieler anderer Partner.“

4. Ein Team erfolgreich leiten

Dieses Kapitel beschreibt, wie man ein **interkulturelles und ehrenamtlich arbeitendes** Team bei der Planung, Durchführung und Nachbereitung einer interkulturellen, multimedialen **Veranstaltung** mit einem bunten, künstlerischen Programm und **begrenztem Budget** leitet und begleitet.

Die Zahl der Teams mit interkultureller Vielfalt nimmt weltweit zu - die Globalisierung liefert uns dafür jeden Tag Dutzende von Beispielen. Es reicht schon, sich die Spieler einer Fußballmannschaft, die Besetzung und das Team eines Films anzusehen oder sich einfach darauf zu konzentrieren, wie viele verschiedene Sprachen man im Supermarkt sprechen hört. Die Arbeit in interkulturellen Gruppen bringt nicht nur viele Vorteile mit sich, sondern stellt auch neue Anforderungen an die Führungskräfte, wie z. B. die Entwicklung von Kultursensibilität, die Bewältigung interkultureller Konflikte, die Berücksichtigung diverser Interaktionen und die Förderung der Zusammenarbeit durch interkulturelles "Querdenken". Als Teamleiter sind kulturelles Wissen, Offenheit und Kompetenz erforderlich, damit sich eine interkulturelle Gruppe erfolgreich als Team identifizieren kann.

Bei der Leitung eines Teams von Ehrenamtlichen empfiehlt es sich, dass Teamleiter eine **unterstützende Rolle einnehmen**. Ein Teamleiter, der in einer unterstützenden Rolle arbeitet, nimmt die individuellen Bedürfnisse der Teammitglieder wahr, überwacht sowie unterstützt und fordert sie. Das Ziel ist es, eine Atmosphäre zu schaffen, in der die Teammitglieder selbstständig arbeiten können, aber immer Hilfe bei der Rahmung, dem Umfang und der Gestaltung finden.

Ein guter Teamleiter:

- fördert Teamgeist und Teamzusammenhalt
- ermutigt alle Teammitglieder, Meinungen und Ideen einzubringen
- hat ein offenes Ohr für alle Teammitglieder
- kommuniziert klar und transparent
- delegiert Aufgaben je nach Stärken
- hat und ermöglicht Spaß an der Arbeit.



Wie können diese Richtlinien im interkulturellen Veranstaltungsmanagement mit Freiwilligen umgesetzt werden?

4.1. Die Planung

Die Ausgangssituation: Sie sind vielleicht ein Lehrer an einer Schule, ein Sozialarbeiter in einem Jugendzentrum oder ein Mitarbeiter einer kirchlichen Einrichtung. Sie haben ein Team von Freiwilligen mit unterschiedlichen Backgrounds und Eigenschaften und möchten gemeinsam eine interkulturelle und multimediale Veranstaltung organisieren.

Die Planung basiert auf zwei grundlegenden Elementen: Auf der einen Seite haben Sie einen festen und klar definierten Satz von Aufgaben, die ausgeführt werden müssen, um den Erfolg der Veranstaltung zu gewährleisten. Auf der anderen Seite haben Sie ein Team, das diese Aufgaben so erfolgreich wie möglich ausführen soll. Die Herausforderung besteht darin, diese beiden Elemente zusammenzubringen.

Beginnen wir mit den Aufgaben, die in einem ersten Schritt von der Teamleitung zusammengeführt werden müssen. Jede Veranstaltung bringt einen festen Aufgabenkatalog mit sich, der im Kern nicht viel Raum für Kreativität lässt, wie z.B. ein Finanzplan. Der Weg zu jeder Aufgabe sollte aber möglichst individuell und mit Spaß gestaltet werden. Je nach Situation, in der die Veranstaltung organisiert wird, kann auf bereits stattgefundene Veranstaltungen und das noch vorhandene Planungsmaterial zurückgegriffen werden.

Die folgenden Aufgaben sollten bei der Planung berücksichtigt werden:

- **Das Format oder der Fokus des Inhalts**

Wichtige Fragen: *Wird es ein Konzert, eine Lesung, ein bunter Kulturabend, ein Workshop sein? Findet es online und/oder offline statt? Wie lautet der Titel? Welche Zielgruppe spricht es an?*

Idealerweise erlauben es die Umstände, dass das Team mit Unterstützung des Teamleiters die grundsätzliche Formatidee selbst entwickelt, um ein hohes Maß an Identifikation zu fördern!

- **Die räumliche und zeitliche Planung**

Schlüsselfragen: *Findet die Veranstaltung an einem bestimmten Ort statt? Welche technischen Anforderungen muss der Ort erfüllen? An welchem Tag und zu welcher Uhrzeit? Gibt es konkurrierende Veranstaltungen zur gleichen Zeit? Passen der Ort und die Zeit zur Zielgruppe?*

Hier ist es von Vorteil, wenn man als Führungskraft über Ortskenntnisse verfügt und das Team gemeinsam recherchieren und diskutieren lässt. Die Leitung sollte in der Diskussion und bei der Entscheidungsfindung als Korrektiv fungieren, möglichst viele Vorschläge positiv aufgreifen und eventuelle Ablehnungen immer nachvollziehbar begründen.

- **Budgetplanung**

Zentrale Fragen: *Wie viel Geld ist insgesamt bereits vorhanden? Welche Einnahmequellen können unter Berücksichtigung der Möglichkeiten generiert werden, z.B. Spenden, Sponsoring, Wettbewerbe, Eintrittsgelder, Verkauf von Getränken? Welche Fixkosten sind zu erwarten? Welche variablen Kosten könnten anfallen?*

Die Budgetplanung ist wichtig und entpuppt sich oft als langweilige Aufgabe für ein Team von Freiwilligen. Der Koordinator sollte daher an dieser Stelle eine besonders starke Kontrollfunktion übernehmen und je nach Erfah-

schungsschatz viele konkrete Vorgaben machen oder direkt konkrete (reale!) Beispiele von Budgetplanungen (z.B. aus vergangenen Veranstaltungen) zur Verfügung stellen.

Werbung und Pressearbeit

- **Zentrale Fragen:** *Welche Werbung spricht an bzw. erreicht die Menschen? Welche Werbemaßnahmen kann man sich leisten? Welche Möglichkeiten zur Gestaltung von Werbemitteln sind bekannt und können genutzt werden? Wie erreichen wir die Presse? Wann informieren wir die Presse und veröffentlichen die Werbung?*

Bei dieser Aufgabe gibt es viel Raum für kreative Gestaltung. Texte müssen geschrieben werden, Print- und Digitaldesigns müssen erstellt werden. Vielleicht können sogar kleine Werbevideos oder Podcasts produziert werden? Gerade wenn die Zielgruppe und das Team nah beieinander liegen, kann sich der Teamleiter auf die kreative Energie und Erfahrung des Teams verlassen und einen Schritt zurücktreten.

Akquisition von Künstlern

- **Zentrale Fragen:** *Was ist das Ziel der Veranstaltung und welche Künstler werden gesucht? Wo werden Künstler gefunden? Was kann ihnen angeboten werden? Welchen Gesamteindruck soll die Veranstaltung vermitteln?*

Auch hier kann das Team sehr frei agieren, vor allem wenn die gesamte Idee für die Veranstaltung von ihm stammt. Da es sich um eine kleine Veranstaltung mit begrenztem Budget handelt, sollte der Leiter deutlich machen, wie kurz die Wege sein können: Lokale Künstler sind meist ausschließlich über ihre Social-Media-Kanäle oder Bekannte zu erreichen. Harte Fakten wie mögliche Honorare und rechtliche Fragen sollten vom Projektleiter im Vorfeld geklärt und mit dem Team besprochen werden.

Catering und Dekoration

- **Leitfragen:** *Welche Art von Catering erwartet die Besucher, Künstler und das Organisationsteam? Wie soll die Location gestaltet werden? Wo können solche Leistungen und Materialien kostengünstig bezogen werden?*

Während die Dekoration wieder viel Spielraum für kreative Freiheit und Low-Budget-Arbeiten lässt, ist das Catering eine ernsthafte und meist teure Angelegenheit. Hier sollte der Betreuer das Team nach Erfahrungen fragen und ansonsten dafür sorgen, dass Kontakte zur lokalen Szene geknüpft werden: Gibt es vielleicht eine Bäckerei, einen Supermarkt oder eine Pizzeria, die gerne eine kleine Veranstaltung sponsern würde?

Sobald die grundlegenden Aufgaben definiert sind, liegt es an der Führungskraft, das Team zu organisieren und vorzubereiten. Der erste Schritt besteht darin, eine genaue Vorstellung von den Aufgaben zu haben, die die Arbeitsbelastung und die Anforderungen realistisch (und motivierend!) darstellen sollten. Unattraktive Aufgaben können dadurch schmackhaft gemacht werden, dass sie in der Regel eine besondere Verantwortung erfordern und eine erfolgreiche Möglichkeit zur persönlichen und sogar beruflichen Weiterentwicklung sein können.

Um den Fortschritt in jedem Aufgabenbereich zu gewährleisten, sollten mindestens zwei Personen an jeder Aufgabe arbeiten, wobei einer Person immer die Hauptverantwortung übertragen wird. Es ist schön, wenn sich die Gruppe entsprechend organisiert, aber die Erfahrung zeigt, dass dies nicht immer ganz klappt und manche Aufgaben von zu wenigen oder zu vielen Personen besetzt werden. In diesem Fall ist das diplomatische Geschick des Teamers gefragt. Darüber hinaus sollten die Stärken und Entwicklungswünsche und -möglichkeiten aller Beteiligten berücksichtigt werden. Diese können durch die Zusammenarbeit mit neuen Partnern oder durch die Arbeit in bisher ungewohnten Tätigkeitsfeldern gefördert werden. Bei der Gruppeneinteilung sollte die Leitung auch auf eine geeignete Mischung zwischen den Vorteilen einer gemischten Gruppe mit unterschiedlichen Hintergründen und Erfahrungen (besonders nützlich bei kreativen Aufgaben) und den Vorteilen einer homogenen Arbeit (besonders ein Gewinn bei sorgfältigen Aufgaben) achten. Die Leitung sollte kulturelle Unterschiede in der Zusammenarbeit erkennen und das Team dafür sensibilisieren.

Ein konkretes Beispiel aus der Praxis, das häufig vorkommt, sind Teammitglieder, die eine Schwäche beim Schreiben von Texten haben. Wenn diese gar kein Interesse am Schreiben haben, dann macht es keinen Sinn, dass sie die Pressearbeit übernehmen. Wenn diese jedoch ihre Schreibfähigkeiten verbessern wollen, sollte die Führungskraft die Person mit einer anderen erfahrenen Person zusammenarbeiten lassen, um die Qualität der Veranstaltung und den Lernfortschritt dieser speziellen Person zu sichern.



Um gute Ergebnisse zu erzielen, müssen sich die Gruppenmitglieder mit dem Arbeitsaufwand wohlfühlen. Wie im Arbeitsleben sollten die Freiwilligen nie überfordert werden, aber auch nicht langweilig werden, indem sie nicht genug gefordert werden. Trotzdem sollte der Arbeitsumfang für alle Teilnehmenden ungefähr gleich sein, damit sich jeder fair behandelt fühlt. Bei der Planung einer Veranstaltung ist das manchmal schwierig, weil die Aufgaben in den einzelnen Phasen nicht gleich intensiv sind. Um negativen Emotionen rechtzeitig vorzubeugen, muss der Leiter diese Tatsache offen kommunizieren und einen guten Überblick behalten

und ggf. immer wieder kleine Zweier- oder Dreiergruppen bilden, um eine gleichmäßige Arbeitsbelastung für alle Teammitglieder zu erreichen. Während der Planungsphase sollte die Führungskraft die Arbeitsprozesse ständig beobachten und für Fragen sowie Unklarheiten immer präsent sein. Stellt man fest, dass ein Aufgabenbereich nur langsam vorankommt, sollte man sich mit dem Team zusammensetzen, die Probleme identifizieren und neue Handlungsoptionen anbieten. Die Kleingruppen können auch variieren, wenn es einmal nicht gut läuft. Der Teamer muss offen für die Probleme des Teams sein, nicht nur auf fachlicher, sondern auch auf sozialer Ebene.

4.2. Die Arbeitsphase

Kurz vor der Veranstaltung erreicht die Arbeitsbelastung ihren Höhepunkt. Nicht jeder kann unter Zeitdruck gut arbeiten. Der Aufsichtsperson sollte in der Lage sein, unsichere oder gestresste Gruppenmitglieder zu beruhigen und natürlich in jeder Kleingruppe der erste Ansprechpartner sein, um Probleme zu lösen. Die finalen Aufgaben während der Veranstaltung müssen noch einmal in der Runde besprochen werden, denn es gibt Teams in Arbeitsbereichen, die während der Veranstaltung nichts mehr zu tun haben, wie z.B. die Gruppe, die das Werbematerial erstellt und verteilt hat. Die Veranstaltung bringt jedoch neue Aufgaben mit sich - unter anderem die Akquise von Künstlern, Dekoration und Catering sowie die technische und pressetechnische Betreuung der Veranstaltung. Bei begrenztem Budget kann das Planungsteam viele Aufgaben wie Catering und Dekoration selbst übernehmen. Es besteht die Möglichkeit, Sponsoren zu suchen und Verlosungen wie z.B. eine Tombola zu organisieren und zu betreuen. Um Preise für die Tombola zu organisieren, sollte man sich mit verschiedenen Geschäften, Firmen, Einzelhändlern und Restaurants in Verbindung setzen. Neben der Zusammenstellung der Preise ist auch die Betreuung der Tombola mit viel Arbeit verbunden. Alle Preise müssen aufgelistet und nummeriert werden, die Lose müssen vorbereitet sowie verkauft werden und am Ende werden die Preise ausgeteilt. Meistens ist es ein langer Tag, wenn man so viel alleine machen muss, aber dennoch sollte das Organisationsteam das Endergebnis genießen können.

Dies erfordert eine kompetente **Einteilung von Zeit und Teams**. Das Organisationsteam muss in Schichten eingeteilt werden, um fit zu bleiben. Auch das Management sollte auf das Team zugehen, die Arbeit nicht nur beobachten und anleiten, sondern auch bei der Bewältigung der Aufgaben helfen und positives Feedback geben, denn der Druck, den eine Veranstaltung mit sich bringt, ist meist sehr anstrengend für das Team. Während der Veranstaltung

sollte jedes Teammitglied eine kurze Pause haben, in der das Programm angeschaut werden kann oder man sich an einer Aktivität beteiligen kann. Auch eine Aufräumaktion am Ende der Veranstaltung sollte nicht zu lange dauern und von der Führungskraft in ihrer Vorbildfunktion durchgeführt werden. Der Abend wird mit einer Dankesrede abgerundet, so dass das gesamte Team die Veranstaltung mit einem guten Gefühl verlassen kann.

4.3. Die Nachbereitung

Nach der Veranstaltung sollte es eine Feedback-Runde geben. Diese kann als Gruppensitzung stattfinden, es können aber auch Einzelgespräche geführt werden - je nach zeitlicher Kapazität. Das Feedback in Form einer Sitzung sollte auch die Möglichkeit eines kurzen persönlichen Gesprächs bieten. Während des Feedback-Gesprächs werden offene Fragen geklärt und alles, was gut oder schlecht gelaufen ist, wird gesammelt. Es ist sinnvoll, dieses Feedback schriftlich zu dokumentieren, damit mögliche Fehler bei zukünftigen Veranstaltungen vermieden werden können.

Die zentrale und hilfreichste Information, die ein Veranstaltungsmanagement aus dem Feedback ziehen kann, ist die aus der **Sichtweise eines Freiwilligen**. Im Folgenden können Sie einige Gedanken eines Freiwilligen lesen, der mit anderen Freiwilligen an der Organisation einer interkulturellen Veranstaltung in einem Stadtteilhaus in Deutschland teilgenommen hat.

4.4. Inspiration einholen



“Am Anfang fühlt sich alles ein bisschen surreal an. Jetzt soll ich alleine eine komplette Veranstaltung mit hundert Besuchern auf die Beine stellen? Ich weiß doch gar nicht, wie man das macht! Natürlich wissen das alle um Sie herum. Deshalb bekommen Sie sofort Hilfestellung und eine Checkliste mit wichtigen Fragen an die Hand. Wen und was muss ich wo und wann organisieren?”

Die ersten paar Tage sind aufregend. Plötzlich hat man viel Verantwortung und darf alles selbst machen, wie man es sieht. Natürlich hat man auch viele Fragen, aber die Menschen um einen herum können diese immer sehr gut beantworten und so kommt man von Fragen zu Antworten sowie neuen Ideen. Nach dieser sehr spannenden Phase schleicht sich langsam die Gewohnheit ein. Sie haben schon ein paar E-Mails geschrieben, ein paar Artikel zum Bestellen herausgesucht und jetzt haben Sie eine erste Vorstellung davon, wie das fertige Event aussehen könnte. Jetzt heißt es,

am Ball bleiben. Telefonieren Sie nach Künstlern oder Sponsoren, prüfen Sie die Verträge, besprechen Sie immer wieder den Ablauf mit allen Beteiligten. Es ist sehr spannend, in so engem Kontakt mit den Menschen zu stehen, die später auftreten werden. Man selbst ist ein wichtiger Ansprechpartner für diese Leute und weiß über alles Bescheid. Manchmal auch nicht, aber das ist auch in Ordnung. Natürlich können Fehler passieren und auch wenn das Folgende sehr klischeehaft klingt: Aus Fehlern lernt man. In der Regel ist aber niemand darüber böse, wie ich meine, denn wir machen das ja zum ersten Mal! Auch die Gruppendynamik verändert sich im Laufe des Organisierens. Man merkt, wer was gut kann, wem Aufgaben leichter fallen und wer was gerne macht. So teilt sich die Gruppe fast nebenbei in Zuständigkeitsbereiche auf und jeder pflegt seinen eigenen Bereich.

Irgendwann kommt dann die kritische Phase. Das Ereignis rückt immer näher und es tauchen oft immer mehr ungelöste Fragen auf. Ganz kleine Dinge, über die man sich vorher keine Gedanken gemacht hat. An diesem Punkt kann es stressiger werden, aber zumindest bei mir persönlich ist nie Ratlosigkeit aufgekommen. Wenn man eine Veranstaltung planen will, muss man sich ein Stück weit darauf einlassen und hinter den Entscheidungen stehen, die man trifft. Am Ende wird es vielleicht nicht perfekt sein, aber das ist auch okay. Das Spannendste fand ich am Ende, selbst auf dieses Event zu gehen (leider nicht als Besucher) und zu sehen, wie alles, woran man mehrere Monate gearbeitet hat, umgesetzt wird. Natürlich ist das auch mit einer Menge Stress verbunden. Die kleinen Lücken, von denen ich gerade gesprochen habe? Ja, die können einem auch am Tag selbst auffallen. Dann rennt man vielleicht hin und her und versucht, sie zu flicken. Aber auch hier steht ein Team hinter einem. Alle, zum Beispiel auch die Künstler, wollen, dass der Tag gelingt.

Im Nachhinein ist man zunächst einmal müde. Aber je mehr man darüber spricht, desto mehr merkt man, dass man es wirklich geschafft hat und man kann sehr stolz auf sich und alle Beteiligten sein.

Zusammenfassend **kann ich sagen, dass man sich auf etwas Großes einlässt**. Man erhält unglaublich viel Verantwortung und es ist einfach ein **gutes Gefühl**, etwas tun zu können, das erst vor kurzem in unseren Köpfen Gestalt angenommen hat. Wie alles im Leben, wird es Höhen und Tiefen geben, aber ich denke, das macht die ganze Erfahrung so abwechslungsreich und spannend. Nicht zuletzt **wächst** man unglaublich an dieser Aufgabe und kann viel für das Leben mitnehmen. Ich habe zum Beispiel gelernt, gut zu improvisieren und generell besser zu planen. Und wenn man mit solchen Worten aus einer Erfahrung herausgehen kann, war sie definitiv sehr bereichernd.

Worauf müssen Sie also achten, wenn Sie eine Veranstaltung mit Freiwilligen organisieren? Ich denke, der wichtigste Punkt ist hier die Verteilung der Aufgaben. Idealerweise nach Stärken und Interessen und so, dass sich keine Person benachteiligt fühlt. Dann prüft und stimmt sich jeder mit dem Anderen ab. Viele Aufgaben sind voneinander abhängig, so dass ich dem anderen vertrauen muss, dass er sich an den Plan hält und wir gemeinsam auf das Ziel hinarbeiten. Zum Schluss natürlich, dass man den Freiwilligen unter die Arme greifen muss, wenn man merkt, dass sie nicht weiterkommen und dass sie nicht gegen jede Wand rennen sollen. Gegen ein paar Wände vielleicht, aber nicht gegen solche, die im schlimmsten Fall einbrechen könnten. Ich denke auch, dass man als Tutor bis zu einem gewissen Grad zusammenarbeiten sollte, um ein Gefühl des Zusammenhalts zu schaffen und nicht nach dem Motto "Die geben uns die Aufgaben und wir müssen alles alleine machen"! Es ist auch nicht schlecht, sich die Zeit zu nehmen, mit den Freiwilligen an schwierigen Aufgaben zu arbeiten, anstatt ihnen diese zu erklären und sie dann wieder sich selbst zu überlassen. Dazu gehört auch, dass man zwischendurch immer mal wieder gezielt nachfragt, welche Aufgabe wie weit erledigt ist und ob Hilfe benötigt wird. Es ist einfach wichtig, dass wir alle an einem Strang ziehen und das auch so sehen".

5. Veranstaltung Promotion

Interkulturelle Veranstaltungen können eine wichtige Rolle beim Brückenbau zwischen jungen Migranten und lokalen Gemeinschaften spielen. Die Organisation einer solchen Veranstaltung kann sich jedoch als herausfordernde Aufgabe erweisen, vor allem wenn man bedenkt, dass trotz der Tatsache, dass die Mittel in diesem Bereich gestiegen sind, diese immer noch nicht für die Organisation von Großveranstaltungen ausreichen. Darüber hinaus macht es der Mangel an politischer und öffentlicher Unterstützung für die Jugendarbeiter noch schwieriger, ihre Ziele zu erreichen. Dieser Leitfaden richtet sich an Jugendbetreuer und Freiwillige und bietet eine detaillierte Liste von erschwinglichen Möglichkeiten und praktischen Werkzeugen, um erfolgreich eine interkulturelle Veranstaltung zur Inklusion und Integration von Jugendlichen mit und ohne Migrationshintergrund zu fördern.

5.1. Event-Promotion

Event-Promotion umfasst alle Anstrengungen, die unternommen werden, um eine Veranstaltung erfolgreich zu vermarkten. Das Ziel der Event-Promotion ist es, die Anzahl der Personen, die von der Veranstaltung wissen, zu erweitern und folglich die Teilnehmerzahl in Form von Anmeldungen oder Ticketverkäufen zu erhöhen. Es ist wichtig, 3-6 Monate vor der Veranstaltung Vorfreude und Aufregung aufzubauen. Entwickeln Sie eine starke Strategie im Vorfeld der Veranstaltung, die den Bekanntheitsgrad und die Zahl der Ticketregistrierungen erhöht. Dies ist Ihre Chance zu erklären, warum es sich lohnt, an der Veranstaltung teilzunehmen, und die Leute zu ermutigen, sich zu registrieren. Vermeiden Sie es, beliebte Termine wie Weihnachten oder Ramadan zu wählen.

Durch einen effektiven Werbeplan können Sie das Bewusstsein für die Veranstaltung schärfen und eine Mund-zu-Mund-Propaganda-Kette schaffen, um Ihre Unterstützer dazu zu bringen, das Wort für Sie zu verbreiten. Wenn Sie mehr Leuten davon erzählen, werden diese wiederum anderen Leuten davon erzählen, und so weiter und so fort.

In der heutigen Welt sind Online-Tools eindeutig der beste Weg, um jede Veranstaltung mit jedem Budget zu vermarkten. Es ist nicht nur billig, eine Veranstaltung online zu bewerben, sondern es kann auch extrem effektiv sein. Durch den Einsatz von Social Media können Sie sich zum Beispiel auf sehr direkte, persönliche und effiziente Weise mit dem Publikum verbinden. Darüber hinaus ist FOMO-Marketing eine großartige Technik, um die Teilnehmerzahl einer Veranstaltung zu erhöhen. "FOMO" steht für Fear Of Missing Out, ein psychologischer Auslöser, auf den der Mensch nicht anders reagieren kann.



Verwenden Sie während Ihrer Werbekampagne eingängige Phrasen mit einem spielerischen Ansatz und ermutigen Sie Ihr Publikum, sich das Datum der Veranstaltung zu merken. Ein weiterer Aspekt, über den Sie nachdenken sollten, ist die Sprache, die Sie für die Promotion einer multikulturellen Veranstaltung verwenden werden. Sie können Ihre Sprache und Englisch für alle Informationen der Veranstaltung verwenden und die Sprache, die von Ihrer Zielgruppe am meisten gesprochen wird, für die Übersetzung der wichtigsten Veranstaltungsinformationen (Name, Slogans, Datum und Veranstaltungsort) nutzen.

Die wichtigsten Möglichkeiten, eine Veranstaltung zu bewerben, sind Online-Tools, die Einbeziehung von Personen und Offline-Tools.

Digitales Marketing hat viele Vorteile im Vergleich zu Offline-Tools und gedrucktem Material zur Bewerbung einer Veranstaltung. Der Hauptvorteil ist, dass ein gezieltes Publikum auf kostengünstige und messbare Weise erreicht werden kann. Daher lautet der Trend für die Bewerbung einer Veranstaltung mit geringem Budget, die sich vor allem an junge Menschen richtet, "Go Digital"!

5.2. Online-Tools

- 1

◆ **WÄHLEN SIE EINEN EINPRÄGSAMEN VERANSTALTUNGSNAMEN**

Um Teilnehmende anzuziehen, müssen Sie sich einen tollen Namen ausdenken, der ihre Aufmerksamkeit erregt und Interesse weckt. Der richtige Veranstaltungsname kann Ihre Veranstaltungsmarke festigen, Ihre Mission vermitteln und Menschen helfen, Sie zu finden.
- 2

◆ **ERSTELLEN SIE EIN LOGO FÜR IHRE VERANSTALTUNG**

Wenn Sie einen auffälligen ersten Eindruck hinterlassen möchten, ist ein gut gestaltetes Veranstaltungslogo der richtige Weg. Sie können Ihr Veranstaltungslogo mit kostenlosen Online-Tools wie Canva erstellen. Wählen Sie nur ein oder zwei hervorstechende Merkmale wie z. B. eine Neonfarbe und halten Sie den Rest des Designs minimalistisch.
- 3

◆ **ERSTELLEN EINER VERANSTALTUNGS-WEBSITE**

Heutzutage ist es sehr einfach, eine Website von Grund auf mit geringen Kosten für den Domainnamen und den Webhosting-Service zu erstellen. WordPress ist eine der günstigsten und bequemsten Möglichkeiten, um Ihre Website zu erstellen. Sie können auch eine veranstaltungsspezifische Vorlage verwenden, um eine auffälligere Website zu erstellen. Stellen Sie sicher, dass Ihre Website den Namen, das Datum, die Uhrzeit und den Veranstaltungsort (fügen Sie eine Karte mit einer Stecknadel zum Veranstaltungsort hinzu), den Zeitplan und die Einrichtungen der Website enthält. Sie können ein Banner mit den grundlegenden Veranstaltungsinformationen und dem Logo erstellen, das die Leute teilen können, wenn sie die Veranstaltung verbreiten möchten. Sie können auch Call-to-Action

(CTA)-Buttons einfügen, damit sich die Leute auf der Website registrieren, Tickets für die Veranstaltung kaufen und der E-Mail-Liste beitreten können, um Neuigkeiten über diese oder zukünftige Veranstaltungen zu erhalten. Alle Ankündigungen und Neuigkeiten über die Veranstaltung werden ebenfalls auf der Website veröffentlicht. Sie können kostenlose professionelle Fotos (z.B. von <https://unsplash.com/>, <https://stocksnap.io/>, etc.) verwenden, um die Website ansprechender zu gestalten. Nutzen Sie die Suchmaschinenoptimierung (SEO) und installieren Sie Google Analytics, da diese helfen können, Ihre Website online zu finden und den Erfolg Ihres Marketings zu verfolgen.

4

◆ **ERSTELLEN SIE EINEN HASHTAG FÜR IHRE VERANSTALTUNG**

Wählen Sie einen cleveren Hashtag, so dass er heraussticht, oder machen Sie ihn offensichtlich, so dass die Leute, wenn sie versuchen, ihn zu erraten, richtig liegen würden. Er muss relativ kurz, aber einzigartig sein. Bevor Sie Ihren Event-Hashtag auswählen, überprüfen Sie, dass entweder keine versteckten Bedeutungen dahinter stecken oder dass er bereits von einer Gruppe verwendet wird, mit der Sie nicht in Verbindung gebracht werden wollen. Das Starten einer speziellen Hashtag-Kampagne vor Ihrer Veranstaltung ist eine gute Möglichkeit, Engagement und Reichweite zu überwachen.

5

◆ **ERSTELLEN SIE EINE VERANSTALTUNG AUF IHRER FACEBOOK-SEITE UND VERWENDEN SIE FACEBOOK FRAME**

Richten Sie eine Veranstaltung auf Ihrer Facebook-Seite ein und teilen Sie Ihre Veranstaltungsinformationen, um die Vorfreude zu steigern. Wenn Personen mit Ihrer Seite interagieren, wird Facebook ihre Freunde benachrichtigen. Stellen Sie sicher, dass Ihre Registerkarte "Veranstaltungen" eine der ersten Registerkarten auf der Timeline Ihrer Seite auf dem Facebook-Desktop ist. Facebook bietet Nutzern auch die Möglichkeit, ihr Facebook-Profilbild, ihre Seitenfotos und Geschichten mit Rahmen zu personalisieren. Sie können Veranstaltungsrahmen erstellen, die Teilnehmende verwenden können, um ihre Facebook-Verbindungen wissen zu lassen, wo sie sind, wenn sie Geschichten posten oder ihr Profilbild vorübergehend aktualisieren. Durch diese Funktion können Sie Sichtbarkeit für Ihre Veranstaltung gewinnen.

6

◆ **GOOGLE DATA HIGHLIGHTER VERWENDEN**

Data Highlighter ist ein Webmaster-Tool, mit dem Sie Google über das Muster der strukturierten Daten auf Ihrer Website informieren können. Sie verwenden Data Highlighter einfach, um die Datenfelder auf Ihrer Website mit einer Maus zu markieren und Google präsentiert Ihre Ereignisdaten als Rich - Snippets auf Suchergebnisseiten.

7

◆ **EINRICHTEN EINES EVENT-GEOTAGS FÜR INSTAGRAM**

Um den Teilnehmenden zu helfen, Ihr Event auf Instagram zu verbreiten, können Sie einen Geotag dafür erstellen. Dies ermöglicht es den Teilnehmenden, Ihr Event als Standort ihres Instagram-Posts hinzuzufügen. Auf diese Weise erhält Ihre Veranstaltung eine Seite zum Erkunden des Standorts und die Leute können alle Instagram-Posts mit dem Geotag Ihrer Veranstaltung durchsuchen.

8

◆ **BEWERBEN SIE DIE VERANSTALTUNG ÜBER ANDERE SOZIALE MEDIEN (SNAPCHAT, TWITTER, PINTEREST)**

Da sich Ihre Veranstaltung an junge Menschen richtet, ist es ratsam, sie über ihre bevorzugten Kanäle zu erreichen. Jüngere Generationen wollen schnelle und zugängliche Informationen. Sie haben keine Zeit für lange, zeitaufwändige Promotions. Snapchat ist ein idealer Weg, um dieses Publikum zu erreichen und mit ihnen in Kontakt zu treten. Erstellen Sie einen Event-Geofilter und einen täglichen Countdown zum Event, um Spannung aufzubauen.



Twitter ist der Ort, zu dem die Menschen gehen, um alle Neuigkeiten, Updates und Trends zu erfahren, und die richtige Werbung für Ihre Veranstaltung ist wichtig, wenn es darum geht, die Aufmerksamkeit zu erhöhen.

Pinterest ist ein mächtiges Werkzeug, um Ihre Inhalte zu ent-

decken und mit Ihren Zielgruppen in Verbindung zu treten. Der Erfolg von Event-Promotion über Pinterest beginnt und endet mit den Pins, die Sie posten und den Boards, die Sie erstellen. Sie können Pins erstellen, die den Veranstaltungsort, das Essen, die Unterhaltung, die Aktivitäten und alle ähnlichen Veranstaltungen, die Sie in der Vergangenheit organisiert haben, präsentieren. Da Pinterest eine Suchmaschine ist, ist es ratsam, relevante Schlüsselwörter in Ihre Pins aufzunehmen. Dies wird auch dazu beitragen, dass Ihre Veranstaltung bei Google gefunden wird.

9

◆ **SOZIALE NETZWERKE EINSCHALTEN**

Stellen Sie sicher, dass Ihre gesamte Registrierungssoftware über Social Sharing-Funktionen verfügt, damit die Teilnehmenden ihre Teilnahme an Ihrer Veranstaltung mit anderen teilen können und so mehr Teilnehmende anziehen.

10

◆ **INFORMATIONEN IN ONLINE-COMMUNITIES TEILEN**

Um die Interaktion zu erhöhen, können Sie nach Online-Communities suchen, in denen Ihre idealen Teilnehmende zu finden sind, und Informationen über Ihre Veranstaltung mit diesen teilen.

11

◆ **ERSTELLEN EINER E-MAIL-KAMPAGNE**

Nutzen Sie die Mailinglisten Ihrer Organisation, um Ihre Veranstaltung anzukündigen, potenzielle Teilnehmende daran zu erinnern, sich den Termin zu "merken" und sie zu bitten, die Veranstaltung zu verbreiten. Unterschätzen Sie nicht die Macht einer großartigen Mailingliste, denn es ist erwiesen, dass sie immer noch der effektivste digitale Kanal da draußen ist. Seien Sie kreativ mit Schriftarten, Grafiken und Bildern, damit die E-Mails mit einfachen Texten ins Auge stechen. Verwenden Sie außerdem das von Ihnen erstellte Logo der Veranstaltung. Da es sich um eine E-Mail-Kampagne handelt, sind Nachfassaktionen erforderlich. Übertreiben Sie es jedoch nicht mit den Nachfassaktionen und Erinnerungen, da Ihre Zielgruppe möglicherweise eine Abmeldung wünscht. Teilen Sie die E-Mail-Listen in Kategorien auf und erstellen Sie E-Mail-Kampagnen, die diese kleineren Gruppen mit gezielteren Nachrichten ansprechen. Dies wird durch E-Mail-Marketing-Plattformen wie MailChimp erleichtert.

12

◆ **DIGITALE AUFKLEBER FÜR EVENT-COUNTDOWN ERSTELLEN**

Eine großartige Möglichkeit, die Vorfreude zu steigern, ist die Erstellung von digitalen Aufklebern, die die verbleibenden Tage bis zur Veranstaltung markieren, und die Weitergabe dieser Aufkleber über soziale Medien und die Website.

13

◆ **ERSTELLEN SIE PODCASTS UND VIDEOSCHNIPSEL ÜBER DIE VERANSTALTUNG**

Es erfordert viel weniger Aufwand, sich einen Podcast anzuhören, als durch einen Newsfeed zu scrollen. Sie können Podcasts über die Veranstaltung mit Interviews der Teilnehmenden erstellen, in denen erklärt wird, warum es wichtig ist, die Veranstaltung zu besuchen. Videos sind auch eine großartige Möglichkeit, den Leuten zu zeigen, was sie von Ihrer Veranstaltung erwarten können. Das Einbinden von Fotos und Videoclips von früheren Veranstaltungen oder zur Veranschaulichung dessen, was auf sie zukommt, kann die Begeisterung wecken und zu mehr Anmeldungen führen. Sie können Videoschnipsel erstellen, sie auf YouTube hochladen und über soziale Medien teilen.

5.3. Menschen

1

◆ **FRAGEN SIE IHR PERSÖNLICHES NETZWERK**

Manchmal haben Sie vielleicht Freunde, Verwandte oder Personen, mit denen Sie eine enge Arbeitsbeziehung haben, die an einer Teilnahme interessiert sind. Berücksichtigen Sie daher Ihr Netzwerk und sprechen Sie diejenigen an, von denen Sie denken, dass sie interessiert sein könnten.

2

◆ **BITTEN SIE KÜNSTLER WÄHREND IHRER VERANSTALTUNG AUFZUTRETEN**

Bitte Sie Künstler, ihre Arbeit während Ihrer Veranstaltung freiwillig oder gegen ein kleines Honorar zu präsentieren und teilen Sie ihre zukünftige Teilnahme früh genug mit ihrem Publikum. Einige Künstler haben eine sehr große Fangemeinde und das Wissen, dass sie bei Ihrer Veranstaltung auftreten werden, kann die Fans dazu ermutigen, auch dann teilzunehmen, wenn sie wenig darüber wissen.

3

◆ **LADEN SIE LOKALE JOURNALISTEN UND LOKALE GRUPPEN EIN**

Sie können lokale Journalisten und Organisationen kontaktieren und sie zu der Veranstaltung einladen. Erklären Sie ihnen die Bedeutung der Veranstaltung und warum sie darüber berichten und teilnehmen sollten. Sie können ihnen einen kostenlosen Stand am Ort der Veranstaltung anbieten, um für ihre Arbeit zu werben.

4

◆ **GEBEN SIE FREIKARTEN UND/ODER FRÜHBUCHERANGEBOTE**

Geben Sie Sponsoren, Ausstellern und Verkäufern Freikarten und / oder Frühbucherangebote, Rabatte und Gutscheine, damit sie diese an ihre besten Kunden weitergeben oder Kollegen und Freunde einladen können. Ermutigen Sie sie, den Gefallen zu erwidern, indem Sie sie bitten, die Veranstaltung zu teilen und zu helfen, das Wort zu verbreiten. Es hat sich gezeigt, dass Frühbucherpreise die effektivste Taktik sind, um den Ticketverkauf anzukurbeln. Wenn die Leute denken, dass sie ein Schnäppchen bekommen, sind sie eher bereit, die Veranstaltung mit anderen zu teilen.

5

◆ **GEBEN SIE ANGEBOTE (UND EINEN ANREIZ) FÜR FREI-WILLIGE**

Bitten Sie Menschen, sich als Freiwillige für Ihre Veranstaltung zur Verfügung zu stellen, und bieten Sie ihnen freien Zugang zu allen Bereichen, kostenlose Speisen und Getränke, kostenlose T-Shirts und die Möglichkeit, mit den Teilnehmern der Veranstaltung zu sprechen.

6

◆ **MACHEN SIE IHRE TEILNEHMER ZU EVENT-BOTSCHAFTERN**

Überzeugen Sie Ihre Teilnehmer, die Veranstaltung weiterzuverbreiten und ermutigen Sie sie, die Veranstaltung bei ihren Freunden zu bewerben, indem sie aktiv Ihre Social Media-Hashtags verwenden.

5.4. Offline-Tools

1

◆ **DRUCKEN VON FLYERN UND POSTERN**

Gedruckte Medien können immer noch ein effektiver Weg sein, um bestimmte Zielgruppen und Gemeinschaften zu er-

reichen. Prüfen Sie Möglichkeiten, Plakate bei einer ähnlichen Veranstaltung zu haben, die Ihre Zielgruppe gerne besucht, und legen Sie Flugblätter an strategischen Orten aus, z. B. am Veranstaltungsort, in Touristeninformationszentren und Verkehrsknotenpunkten. Viele Geschäfte erlauben Ihnen eine kostenlose Plakat- oder Anzeigenschaltung in ihrem Laden, was sich besonders bei lokalen Veranstaltungen als vorteilhaft erweisen kann.

2

◆ **TEMPORÄRE WEGWEISER ERSTELLEN**

Erstellen Sie Wegweiser, die Menschen leicht zu Ihrer Veranstaltung oder Ihrem Veranstaltungsort führen. Sie können aus allem hergestellt werden, auch aus kostengünstigem Karton oder recycelten Materialien. Achten Sie nur darauf, dass Sie nicht an einer bestehenden Beschilderung herumhantieren oder Ihre Gäste verwirren und entfernen Sie sie anschließend.

3

◆ **BEWERBEN SIE DIE VERANSTALTUNG IM RADIO**

Es ist unwahrscheinlich, dass Sie in nationalen Radiosendern zu hören sein werden, aber Sie werden vielleicht überrascht sein, welche Möglichkeiten lokale und ehrenamtliche Radiosender bieten. Machen Sie ein Brainstorming mit Ideen für die Werbung im Vorfeld der Veranstaltung und sogar am Tag selbst.

5.5. Inspiration schöpfen

Wir sprachen mit einer Vertreterin einer kleinen Vermarktungsfirma, die sich mit der Organisation von Konferenzen beschäftigt, und fragten sie nach Tipps und Erkenntnissen, wie man eine Veranstaltung mit einem knappen Budget erfolgreich bewerben kann. Dies ist, was sie uns erzählte:

Das Organisieren und Ausrichten einer Veranstaltung kann sich immer als schwieriger Prozess erweisen, der viel Energie und Engagement von allen Beteiligten erfordert. Die Vermarktung (Promotion) einer Veranstaltung kann sich als schwieriger erweisen, da die Event-Promotion Originalität und eine frische Perspektive benötigt, um fruchtbare Ergebnisse zu erzielen und die Menschen zu begeistern. Einfach nur direkte Mails an Ihr Publikum zu schicken, reicht nicht mehr aus und früher oder später werden die Leute das Interesse verlieren und/oder sich aus Ihrer E-Mailing-Liste austragen wollen. Versuchen Sie sich von der Masse abzuheben, indem Sie eine Werbestrategie anwenden, die sich von der Masse unterscheidet und Ihr Publikum fesselt.

Eine Strategie, die wir uns ausgedacht haben und die sich als erfolgreich erwiesen hat, war die Verwendung von Inhalten als Hauptmittel zur Einbindung von Menschen, gemischt mit einer subtilen, aber effektiven E-Mail-Strategie sowie einigen kostenlosen Online-Tools, um die Promotion der Veranstaltung zu einer einigermaßen interaktiven Erfahrung zu machen.



Erstens haben wir eine E-Mail mit einer einfachen Frage verschickt. Anstatt also nur die Veranstaltung anzukündigen, umgaben wir unsere Einführung für unser potenzielles Publikum mit einem kleinen „Geheimnis“, um sie zu faszinieren. Was wir enthüllten, war das Veranstaltungslogo, was ein sehr wichtiges Element Ihrer Promo-Strategie ist, da Bilder bei den Leuten bleiben, da sie sich leichter mit ihnen verbinden können. Wir versuchten, die Frage so interessant wie möglich zu gestalten und stellten den Teilnehmern eine Reihe von möglichen Antworten zur Auswahl. Nachdem sie sich für eine Antwort entschieden hatten, wurden sie auf die Website der Veranstaltung weitergeleitet, wo sie die richtige Antwort erhielten.

In der zweiten E-Mail wird versucht, mehr emotionale Inhalte zu kommunizieren, wobei man sich darauf verlässt, dass dies die Aufmerksamkeit der Leute ganz leicht auf sich ziehen wird. Sie können zum Beispiel eine kurze interessante Geschichte mit einem Ihrer Hauptteilnehmern verbinden, um ihn/sie vorzustellen. Für weitere Informationen müssen Ihre Leser auf den Call-to-Action-Button klicken, der sie auf die Veranstaltungswebsite weiterleitet. Die dritte E-Mail kann direkter sein, um Ihr Publikum aktiv einzubinden und mehr entscheidende Informationen über die Veranstaltung zu liefern. Unterschätzen Sie auch hier nicht die Macht eines kleinen Geheimnisses und/oder auffälligen Inhalts. Versuchen Sie, Ihre Inhalte sowohl ansprechend als auch relativ zur Veranstaltung und ihrem Umfang zu gestalten.

Diese Strategie hat eine gute Chance, das gewünschte Ergebnis zu erzielen, da sie das Element des Geheimnisses und der Angst vor dem Verpassen (FOMO) nutzt, die beide sehr starke psychologische Werkzeuge sind. Außerdem wird sie höchstwahrscheinlich einen guten Eindruck bei den Empfängern dieser E-Mails hinterlassen, da sie einen Mehrwert und einen neuen Blick darauf bietet, wie man ein Event bewirbt.

Nicht zuletzt ist es wichtig, mit der Werbung für Ihre Veranstaltung zu beginnen, sobald Sie eine grundlegende Vorstellung davon haben, wie sie ablaufen wird. Das frühzeitige Engagement in der Promotion Ihrer Veranstaltung gibt Ihnen den Zeitvorteil, eine längere Kampagne durchzuführen, die potenziell mehr Menschen erreichen kann.

5.6. Referenzen

Andreia Henriques, Nadine Lyamouri – Bajja, "Step-by-Step together: Support, Tips, Examples and Possibilities for youth work with young refugees"

- Retrieved from: https://pjp-eu.coe.int/documents/42128013/47261953/FINAL+step+by+step+together_reduced_size.pdf/8103c431-afc3-f978-9117-20776950bedf

Laura Bacinskiene, Justina Garbauskaite-Jakimovska, "Integrating refugees through youth work activities"

- Retrieved from: <https://ec.europa.eu/migrant-integration/?action=media.download&uuid=A37B8410-C20A-C37A-495762D3B9205FF9>

Andreia Henriques, "Guidelines on working with young refugees and migrants: Fostering cross-sectoral cooperation"

- Retrieved from: <https://pjp-eu.coe.int/documents/42128013/47262325/FINAL+Guidelines+working+with+young+refugees+and+migrants.pdf/08d37000-706d-2a06-ae51-6b1e43752bb6>

<https://www.eventmanagerblog.com/market-your-event-with-no-money>

<https://www.socialmediaexaminer.com/how-to-create-facebook-event-frame-instagram-event-geotag-and-snapchat-event-filter/>

<https://www.eventbrite.co.uk/blog/how-to-advertise-an-event-ds00/>

<https://www.eventmanagerblog.com/event-promotion>

<https://everwall.com/blog/four-ways-market-event-shoestring-budget/>

<https://www.eventbrite.com/blog/4-fast-ways-to-promote-an-event-on-facebookds00/>

<https://support.google.com/webmasters/answer/2774099>

<https://optinmonster.com/fomo-marketing-examples-to-boost-sales/>

<https://www.socialtables.com/blog/event-planning/how-to-name-an-event/>

<https://www.akvertise.com/how-to-use-pinterest-to-promote-your-event/>

<https://blog.bizzabo.com/tips-for-twitter-event-promotion>

<https://www.eventbrite.com/blog/event-video-examples-ds00/>

<https://blog.bizzabo.com/event-planning-podcasts>

<https://20bedfordway.com/news/snapchat-event-marketing/>

<https://www.nibusinessinfo.co.uk/content/advantages-and-disadvantages-digital-marketing>

Fazit

Die Organisation einer kostengünstigen Kunstveranstaltung erfordert eine Menge Planung, aber auch kreatives und unkonventionelles Denken. Zum Glück sind junge Menschen voller Energie und wenn sie die richtigen Werkzeuge haben, können sie eine wertvolle Ressource für die Organisation Ihrer Veranstaltung sein.

Niedrige Kosten bedeuten nicht unbedingt niedrige Qualität. Die Möglichkeiten, die Sie haben, sind grenzenlos, Sie müssen nur in die richtige Richtung schauen. Außerdem wird die Technologie Ihr Verbündeter bei der Organisation und Förderung der Veranstaltung sein. In diesem Leitfaden haben wir einige Plattformen und Online-Tools gezeigt, die Sie verwenden können, aber dies sind nur einige wenige aus der Vielzahl von Tools, die Sie im Internet finden können.

Und denken Sie daran: Sie sind nicht allein. Arbeiten Sie mit Ihrem Team und kooperieren Sie mit anderen Organisationen, denn vereint stehen wir, geteilt fallen wir.

Jetzt sind Sie dran! Lassen Sie sich von den realen Geschichten und den Anregungen, die wir Ihnen gegeben haben, inspirieren und organisieren Sie Ihr künstlerisches Event!

Die Unterstützung der Europäischen Kommission für die Erstellung dieser Veröffentlichung stellt keine Billigung des Inhalts dar, welcher nur die Ansichten der Verfasser wiedergibt, und die Kommission kann nicht für eine etwaige Verwendung der darin enthaltenen Informationen haftbar gemacht werden.

Projekt: 2018-2-DE04-KA205-016979 2018-2-DE04-KA205-016979



Wie organisiere ich mein eigenes Event?

Partners:

AKO | Deutschland



PGP | Polen



Demokritos | Griechenland



VITECO | Italien



Co-funded by the
Erasmus+ Programme
of European Union