

# MAKING SPACE 365

Civic Action  
und Creative  
Youth Event  
Guidebook



**MAXIMIERUNG DES  
POTENZIALS  
JUNGER MENSCHEN  
DURCH KREATIVES  
UND KULTURELLES  
UNTERNEHMERTUM  
IN DER  
GEMEINSCHAFT**



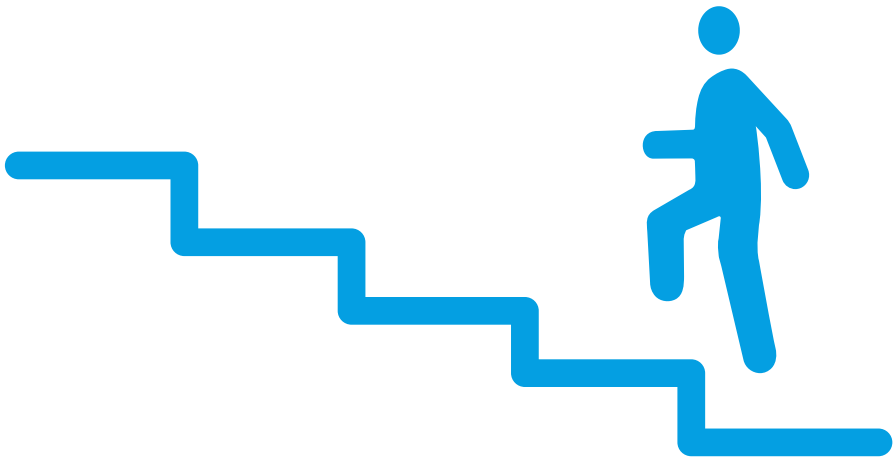
2020-1-PT02-KA227-YOU-007635



# MAKING SPACE 365

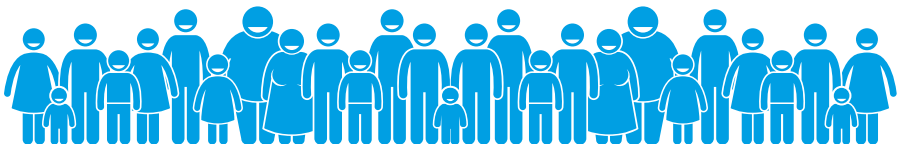
## LEITFADEN FÜR ZIVILES ENGAGEMENT UND KREATIVE JUGENDVERANSTALTUNGEN

Einführung	1
Teil 1 - Veranstaltungsidee und -planung	2
Teil 2 - Budgetierung und Finanzierung	10
Teil 3 - Marketing und Engagement	19
Teil 4 - Personelle Ressourcen	25
Teil 5 - Durchführung der Veranstaltung	32
Teil 6 - Risikomanagement, Bewertung und Nachbereitung	40
Schlussfolgerung	48



# WILLKOMMEN!...

...Zum Leitfaden "Making Space 365 - Bürgerschaftliches Engagement und kreative Jugendveranstaltungen". Bürgerschaftliches Engagement bedeutet, die Lebensqualität in einer Gemeinschaft zu verbessern. Es geht darum, Wissen, Fähigkeiten, Werte und Motivation zu entwickeln, um etwas zu bewirken. Bürgerschaftliches Engagement und bürgerliche Aktionen können Freiwilligenarbeit für die Gemeinschaft oder Spendensammlungen für einen guten Zweck beinhalten. Solche Aktivitäten haben einen großen Einfluss darauf, wie Menschen lernen, mit ihrer Gemeinschaft zu interagieren, und wie sie Fähigkeiten, Werte und ein Gefühl der Befähigung entwickeln, um aktive Bürger zu werden. Durch bürgerschaftliches Engagement können die Menschen ihre Kreativität und Innovationskraft steigern und haben die einmalige Gelegenheit, Fähigkeiten und Kompetenzen zu entwickeln, die ihnen helfen, sich eine solide Position in der Arbeitswelt zu erarbeiten. Dieser Leitfaden enthält wichtige Informationen, Tipps und Empfehlungen, die Sie für die erfolgreiche Durchführung aller Hauptphasen der Planung von kreativen und bürgerschaftlichen Jugendaktionen nutzen können, von der Veranstaltungsidee bis zur Durchführung, Bewertung und Nachbereitung.



# 1

## VERANSTALTUNGSDIEE UND -PLANUNG. DIVERGENTES DENKEN, IDEENFINDUNG UND INKLUSION IN 6 SCHRITTEN



Whether organizing a small meeting or orchestrating a large conference, event planning is a huge task.

Every event, no matter how simple or complex, requires **detailed planning and organization.**

From establishing an accurate budget to promoting your event, there are a **number of components** you should start to consider early on to make the process as stress-free as possible.







# SCHRITT 1:

## DEFINIERUNG UND AUFZEICHNUNG IHRER ZIELE

Für jede erfolgreiche Veranstaltung brauchen Sie einen klaren Plan und ein Ziel. Sie stellen Fragen, die einen Einblick in das geben, was sie brauchen, um erfolgreich zu sein. Fragen wie die folgenden:

- Gründe für die Organisation der Veranstaltungen
- Erwartungen an die Veranstaltung
- Messung des Erfolgs der Veranstaltung
- Sind alle Beteiligten anwesend?

Vorläufige Details der Veranstaltung sind:

**Daten.**

**Teilnehmer.**

**Ort.**

**Art der Veranstaltung.**

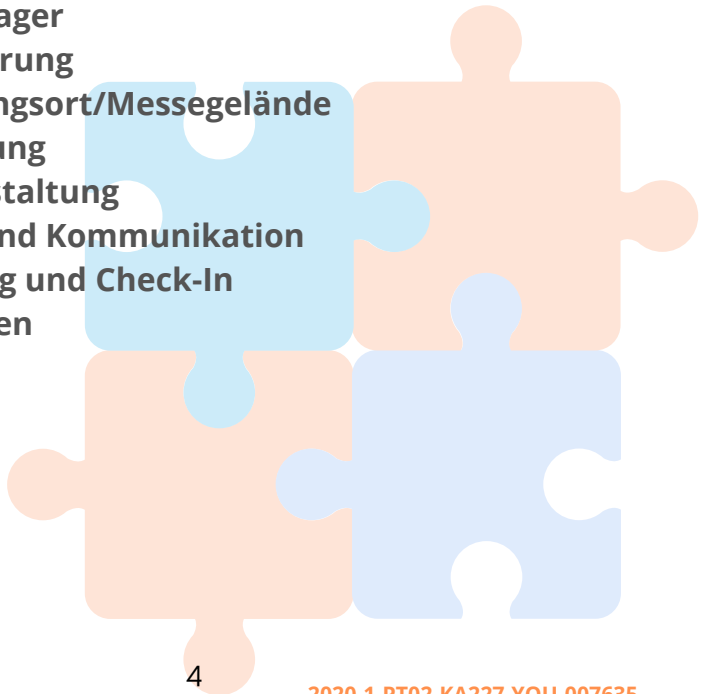
Die Ausarbeitung Ihrer Ziele und des vorläufigen Projektumfangs ermöglicht es Ihnen, Ihre Veranstaltung zu planen und die Zustimmung der Führungskräfte einzuholen.

## **SCHRITT 2:** **TEAMBUILDING UND MANAGEMENT**

Sie müssen Menschen in Ihr Team einladen und ihnen Rollen und Verantwortlichkeiten zuweisen. Sie müssen dafür sorgen, dass alle, die für Sie arbeiten, am gleichen Strang ziehen. Am besten wäre es, wenn Sie einen gut strukturierten Plan und Erwartungen an Ihr Team haben. **Jede/r Einzelne/r muss wissen, wann und was er während der Veranstaltung tun wird...**

Beispiel der Rollenverteilung:

- **Project Manager**
- **Programmierung**
- **Veranstaltungsort/Messegelände**
- **Terminplanung**
- **Kreative Gestaltung**
- **Marketing und Kommunikation**
- **Registrierung und Check-In**
- **Patenschaften**





## **SCHRITT 3:** **ERSTELLUNG EINES** **VERANSTALTUNGSBUDGET**

Nach der Zuweisung von Rollen und Verantwortlichkeiten ist der nächste große und wichtige Schritt das **"Budget"**.

Haben Sie ein Teammitglied, das gut mit Zahlen und Geld umgehen kann?

Dann können Sie sich um **Sponsoren und andere Einnahmequellen** bemühen, um die Kosten der Veranstaltung zu decken.

Die **Erstellung eines Budgets** ist ein wichtiger erster Schritt in der Veranstaltungsplanung, der dazu beiträgt, andere Aspekte Ihres Plans zu klären.

# **SCHRITT 4:** **ABWICKLUNG DER LOGISTIK**

**Datum.** Berücksichtigen Sie bei der Wahl des Datums viele Faktoren, wie z. B. den Schulkalender, Feiertage, Konkurrenz zu Branchenveranstaltungen usw.

**Zeit.** Wie können Sie die Teilnehmerzahl maximieren?

**Ort.** Sie müssen sich vergewissern, dass der von Ihnen gewählte Veranstaltungsort die Gäste von Nicht-Hoteliers beherbergen kann.

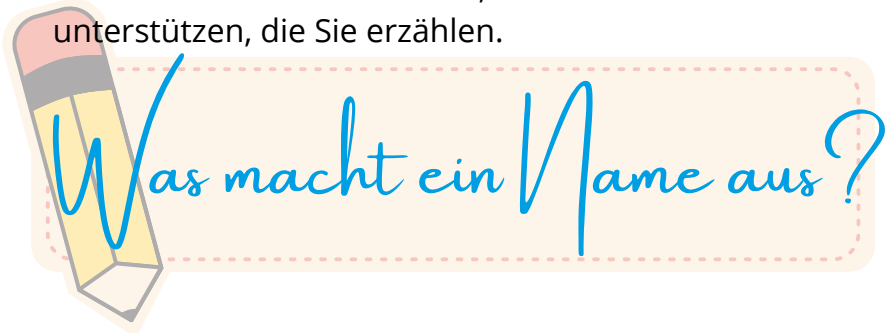
**Agenda.** *Setzen Sie Ihre Agenda so früh wie möglich!*



## **SCHRITT 5:** **ENTWICKLUNG VON EVENT- BRANDING UND WERBUNG**

Das Branding einer Veranstaltung umfasst in der Regel Folgendes:

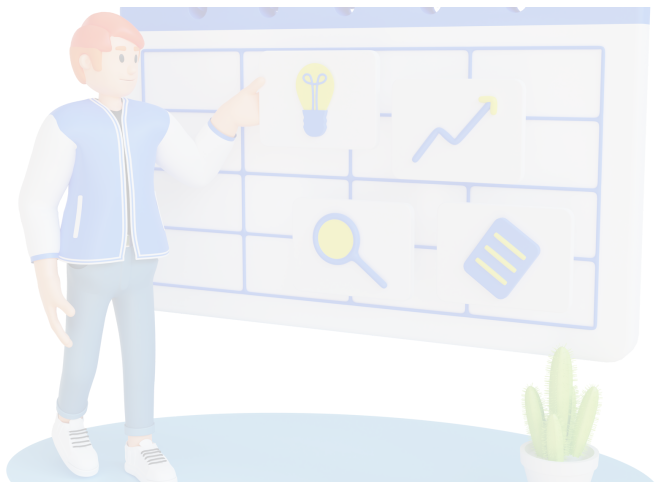
- Den Namen der Veranstaltung. Der erste entscheidende Schritt: Der Name Ihrer Veranstaltung ist das erste, was die Teilnehmer/innen sehen, daher sollte er Ihre Vision für die Veranstaltung widerspiegeln.
- Thema. Ein Name allein kann nicht die ganze Geschichte erzählen. Oft werden Veranstaltungen unter ein Thema gestellt, das die Veranstaltung zusammenhält.
- Logo, Farben, Typografie. Es sollte in allen Marketingbereichen einheitlich sein.
- Dekoration vor Ort, E-Mail, Beschilderung und mehr. Dabei muss nicht jeder Berührungspunkt mit einem Hyper-Branding versehen sein. Die einzelnen Elemente sollten zusammenkommen, um die Geschichte zu unterstützen, die Sie erzählen.



# **SCHRITT 6:** **EIN MASTERPLAN FÜR JEDES PROBLEM**

Der Masterplan sollte die folgenden Punkte enthalten:

- **Veranstaltungsort, Lieferantenlogistik und Catering**
- **Band, DJ, Redner/in und Unterhaltungsmanagement**
- **Ein geschätzter Zeitplan für jede Veranstaltung**
- **Beschilderung und Druck**
- **Kontaktinformationen für neue und bestehende Anbieter**
- **Programmgestaltung, Unterhaltung und Aktivitäten**
- **PR-Plan**



# ZUSAMMENFASSUNG

Ja, die Planung von Veranstaltungen kann ziemlich stressig sein und viel Energie und Geld kosten, vor allem, wenn sie nicht richtig geplant wird. **Daher ist eine gute Organisation das beste Mittel für eine erfolgreiche Veranstaltung!**

Veranstaltungen haben immer ein bestimmtes Ziel, das während der gesamten Planungsphase beibehalten werden muss.

Viele Fachleute bitten Veranstaltungsplanende, an die letzte Veranstaltung zu denken, an der sie teilgenommen haben, an die Ziele, die sie bei der Planung der Veranstaltung verfolgt haben, und daran, wie viel sie durch die Veranstaltung erreichen konnten.

Dies zeigt nur, wie wichtig der erste der sechs Schritte ist und dass er gebührend befolgt werden muss.



## 2

# BUDGET UND FINANZIERUNG. "FROM ZERO TO HERO" IN 6 SCHRITTEN

**DIE FINANZIERUNG IHRES PROJEKTS KANN EINE HERAUSFORDERUNG DARSTELLEN. FOLGEN SIE UNSEREN SECHS SCHRITTEN, UM VERSCHIEDENE METHODEN ZUR DECKUNG DER KOSTEN KENNENZULERNEN..**

**HIER ERFAHREN SIE, WAS EIN GUTES PROJEKT AUSMACHT, WIE MAN EINEN TAUSCHHANDEL DURCHFÜHRT, WELCHE TIPPS ES FÜR DAS FUNDRAISING IM INTERNET UND FÜR DIE SOZIALE FINANZIERUNG GIBT, WIE MAN ZUSCHUSSANTRÄGE SCHREIBT UND WELCHE IDEEN ES GIBT, UM WO MAN NACH GELDMITTELN SUCHEN KANN.**



# **SCHRITT 1:** **GUTE IDEEN FÜR EINEN GUTEN START**

Überprüfen Sie ob Ihr Projekt die folgenden Kriterien erfüllt :

- **Relevant** - löst ein echtes Problem (bietet Kindern Entwicklungsmöglichkeiten, integriert die Gemeinschaft);
- **Effektiv** - eine Wirkung erzielen, die sich nachweisen und messen lässt (eine Ausstellung gestalten, einen Film drehen, eine bestimmte Fähigkeit vermitteln);
- **Spezifisch** - Sie wissen was und wann etwas passieren wird;
- **Realistisch** - Sie sind in der Lage, geplante Aktivitäten innerhalb eines spezifischen Zeitraums durchzuführen;
- **Up-to-date** - bezieht sich auf die aktuellen Probleme und die derzeitige Situation der Empfänger;
- **Richtig adressiert** - auf die Bedürfnisse zugeschnitten;
- **Gut ausbalanciert** - der Umfang der angenommenen Aktivitäten Ihren und den Möglichkeiten des Zuschussgebers angemessen ist.

Wenn Ihre Idee alle Kriterien erfüllt, prüfen Sie, was Sie für die Umsetzung Ihres Plans benötigen. Denken Sie an die Ressourcen - Dinge, Orte, Engagement und Menschen, die Sie benötigen.

Denken Sie daran, dass es am Anfang viel einfacher ist, bargeldlose Hilfe zu bekommen. Beginnen Sie mit Ihren Kontakten; nutzen Sie alle Ihre Bekannten und bereits bestehenden Kooperationen.



## **SCHRITT 2:** **SPONSORING ODER TAUSCHHANDEL**

Auch die Institutionen und Personen, an die Sie sich wenden, haben ihre eigenen **Bedürfnisse, Motivationen, Ziele und Anforderungen**. Wenn Sie sich um einen Sponsor bewerben, sollten Sie dies berücksichtigen. Überlegen Sie, was Sie ihnen anbieten können, und denken Sie auch **über den Tellerrand hinaus...**

Warum schlagen Sie nicht ein Angebot für freiwilliges Engagement der Mitarbeiter vor? Viele Unternehmen haben einen solchen Freiwilligenplan im Einklang mit ihren Unternehmenszielen. Oder bieten Sie vielleicht einen interessanten Integrationsabend für Familien oder Workshops für die Kinder der Mitarbeiter\_innen an?

**DIESE IDEE KÖNNTE VON DEM UNTERNEHMEN, DAS NACH NEUEN LÖSUNGEN UND UNGEWÖHNLICHEN METHODEN ZUR MOTIVATION DER MITARBEITER\_INNEN SUCHT, GESCHÄTZT WERDEN.**

Denken Sie daran, dass es für Sie viel einfacher sein wird, von einem Unternehmen Unterstützung zu erhalten, die keine Kosten verursacht, z. B. von einem Transportunternehmen können Sie die Möglichkeit erhalten, den kostenlosen Transport von Projektteilnehmer/innen zu organisieren, von einem Verlag - Bücher für Auszeichnungen, von einem Buchhaltungsbüro - Büromaterialien, die für Workshops benötigt werden. Eine solche einmalige Hilfe kann das betreffende Unternehmen sehr wenig kosten, und sie kann viele Vorteile für das Image oder die soziale Verantwortung bringen.

## **SCHRITT 3:** **INTERNET FUNDRAISING**



**Sichtbar sein.** Die Informationen und die Kontonummer sollten an mehreren Stellen auf der Website, den Social-Media-Profilen oder dem Blog der Aktivität, in der E-Mail-Fußzeile jedes Veranstalters und in Werbematerialien erscheinen.

**Geben Sie Ihren Spendern verschiedene Möglichkeiten, auf Ihr Konto einzuzahlen:** traditionelle Überweisung, Online-Überweisung, bei der sie die Daten von Ihrer Website kopieren, oder Online-Zahlungen. Geben Sie alle Informationen für eine schnelle Überweisung an.

**Vereinfachen Sie den Zahlungsvorgang** so weit wie möglich - bereiten Sie z. B. fertige Beträge vor, die überwiesen werden sollen.

Veröffentlichen Sie Informationen (vorzugsweise Infografiken), die die Art und Weise der Verwendung der Mittel darstellen. Zeigen Sie verschiedene Finanzierungsquellen auf und weisen Sie darauf hin, wo genau es Ihnen noch an Spenden fehlt.

**Loben Sie Ihre Spender\_innen - wenn sie es wollen.** Vielleicht schreibt einer von ihnen eine Empfehlung für Sie oder lässt Sie ein kurzes Interview aufnehmen.

**Schlagen Sie andere Unterstützungsmöglichkeiten vor,** z. B. die Teilnahme an den Aktivitäten als Freiwillige/r.

## **SCHRITT 4:** **CROWDFUNDING -** **SOCIAL FINANCING**

Ein immer häufiger genutztes Instrument für die Online-Finanzierung ist das **Crowdfunding**, d. h. die soziale Finanzierung, die auf einer großen Anzahl von einmaligen, kleinen Zahlungen von Personen beruht, die an dem Projekt interessiert sind. In diesem Fall sind die Zahlungen so gering, dass sie für den Spender/ die Spenderin keine große finanzielle Herausforderung darstellen; daher muss es für das Projekt / die Veranstaltung ausreichend sein, um einen angemessenen Pool an Mitteln zu erhalten.

**Soziales Fundraising** ist hilfreich bei der Beschaffung von Mitteln für einen ganz bestimmten Zweck (Aufführung einer Performance, eines Dokumentarfilms, Organisation einer Ausstellung oder sogar Veröffentlichung eines Buches).

Soziale Fundraising-Aktionen werden über spezielle Portale durchgeführt. Diese Portale sind sehr übersichtlich gestaltet und verfügen über genaue Vorschriften. Der Slogan Ihres Projekts, für das Sie Geld sammeln wollen, muss auf einer einfachen und kurzen Botschaft beruhen (Werbemusikvideo, klar definierte Ziele, klare und einprägsame Mission).



# **SCHRITT 5:** **SCHREIBEN VON** **FINANZHILFEVORSCHLÄGEN**



Im Falle von Fördermitteln sind wir an Vorschriften, Abrechnungsdaten, Kontrollen und viele andere Einschränkungen gebunden. Es kann sich jedoch herausstellen, dass nur diese Form der Kofinanzierung für unser Projekt in Frage kommt.

**Lesen Sie die Vorschriften sorgfältig! Achten Sie besonders auf:**

**Antragsfristen**

**Wer kann einen Antrag auf Finanzierung stellen?**

**Höhe der Kofinanzierung, insbesondere des Eigenanteils**

**Was der Geber bezahlt - förderfähige und nicht förderfähige Kosten**

**Fristen für die Durchführung der Aktivitäten**

**Partner - manchmal sind Absichtserklärungen erforderlich**

**In der Regel enthalten die Zuschussformulare ähnliche Elemente:**

Eine synthetische Beschreibung des Projekts (kurze Antwort: Worum geht es bei dem Projekt? Was ist das Wichtigste / was zeichnet es aus? Was wird geschehen? Für wen ist es und mit wem (Partner)? Was wird die Wirkung sein?

Ziele, die mit den Zielen der Ausschreibung übereinstimmen und **SMART (Spezifisch, Messbar, Erreichbar, Realistisch, Zeitgebunden)** sind. Mehr dazu später!

- **Ergebnisse:** quantitativ: Anzahl der Schulungsteilnehmer, Kopien der im Rahmen des Projekts erstellten Materialien, Website-Nutzer, Workshop-Stunden, Publikationsseiten usw. und qualitativ: Zuwachs an Wissen, Kompetenzen, Fertigkeiten, Beschreibung der Veränderungen, die dank der durchgeführten Maßnahmen eingetreten sind.
- **Beschreibung der Aktivitäten:** sollte spezifisch und präzise sein und sowohl die Art der Durchführung, die Methoden als auch den Umfang des Projekts aufzeigen.
- **Projektzeitplan:** in Übereinstimmung mit der Beschreibung der Aktivitäten und des Budgets. Achten Sie auf eine kohärente Nomenklatur, Detailgenauigkeit und Zahlen, die den Umfang und das Ausmaß Ihres Projekts verdeutlichen.
- **Budget:** Schreiben Sie alle für die geplanten Aktivitäten vorgesehenen Ausgaben auf, schätzen Sie die Leistungen ein - prüfen Sie, wie viel sie kosten, fassen Sie die Budgetposten je nach Art der Kosten zusammen, zeigen Sie die Berechnungsmethode auf. Für fast jedes Projekt benötigen wir den so genannten Eigenbeitrag - Geld, das für die Projektaktivitäten aus einer anderen Finanzierungsquelle bereitgestellt werden muss.



## **SCHRITT 6:** **WOHER KOMMT DAS GELD?**



Zuschusswettbewerbe werden hier ausgeschrieben:

**Lokale und regionale öffentliche Fonds (kleine Zuschüsse und lokale Initiativen)**

**Nationale öffentliche Fonds**

**Nationale private Fonds**

**Öffentliche EU-Fonds (z. B. Programm Europa für Bürgerinnen und Bürger, Internationaler Visegrad-Fonds, Kreatives Europa, Erasmus+)**

Wie Sie sehen, gibt es eine ganze Reihe von potenziellen Finanzierungsquellen für Projekte. Sie können sich auf Kontakte zu lokalen Unternehmen oder anderen Einrichtungen konzentrieren, die Sie finanziell oder materiell unterstützen können.

**Sie können auch Ihr Glück bei Förderwettbewerben versuchen!**

Egal, wofür Sie sich entscheiden, denken Sie daran, dass das Wichtigste bei der Mittelbeschaffung die Fähigkeit ist, Ihre Idee zu "verkaufen", Beziehungen aufzubauen, andere zu überzeugen - andere mit Ihrer Leidenschaft anzustecken!

# FAZIT

**Denken Sie daran: Sie können fast alles ohne Budget realisieren. Sie brauchen nur ein wenig Kreativität und intelligente Lösungen..**

Wenn Sie eine tolle Idee haben, finden Sie immer jemanden, der sie unterstützt. Natürlich ist es nicht immer einfach, Veranstaltungen mit einem Null-Budget zu organisieren. Denken Sie daran: Wenn Sie ein kleines Budget haben, müssen Sie in der Regel mehr Aufwand betreiben, um den Prozess des Veranstaltungsmanagements zu bewältigen.

Planen Sie daher Ihre Veranstaltung und Ihr Budget im Voraus und schätzen Sie ab, wie viel Budget und Aufwand Sie für die Planung und Durchführung der Veranstaltung aufbringen müssen.

Bitte denken Sie daran, dass das Budget keine wesentliche Ressource ist, wie es zu Beginn in Betracht gezogen werden könnte.





**3**

## **MARKETING UND ENGAGEMENT.**

# **SELBSTDARSTELLUNG OHNE SCHAM IN 6 SCHRITTEN**

Kurz gesagt, Eventmarketing nutzt verschiedene Werbestrategien und -kanäle, um Ihre Veranstaltung bekannt zu machen und letztendlich die Teilnehmerzahl zu erhöhen.

Event-Engagement, auch bekannt als Audience Engagement, bezieht sich auf die Fähigkeit einer Veranstaltung, die Aufmerksamkeit des Publikums zu halten und die volle Teilnahme der Veranstaltungsteilnehmer zu fördern. Engagierte Veranstaltungen sind fesselnd und überzeugend; sie fesseln die Aufmerksamkeit ihres Publikums von Anfang an und halten sie fest.



Es gibt viele verschiedene Messgrößen, mit denen Planer das Engagement messen können, und vieles davon hängt von der Art der Veranstaltung ab. Bei einem persönlichen Vortrag oder einer Konferenz nehmen engagierte Teilnehmer an Diskussionen teil, interagieren miteinander und bleiben während der gesamten Veranstaltung aufmerksam. Engagierte Zuhörer neigen dazu, Fragen zu stellen und Beiträge zu liefern.



# **SCHRITT 1:**

## **STEIGERUNG DES ENGAGEMENTS VOR DER VERANSTALTUNG**

In dieser Phase arbeiten Sie daran, das Interesse an der Veranstaltung zu wecken oder einen *Buzz* zu erzeugen.

Der regelmäßige Kontakt mit dem Publikum vor einer Veranstaltung ist entscheidend, um die Teilnahme zu fördern und Begeisterung zu wecken.

Machen Sie es Teilnehmer\_innen und potenziellen Teilnehmer\_innen leicht, mit dem Planungsteam der Veranstaltung zu kommunizieren. Erstellen Sie eine Facebook-Veranstaltungsseite, laden Sie Mitglieder Ihrer Zielgruppe ein, markieren Sie Unternehmen mit verwandten Inhalten und fördern Sie ansprechende, interaktive Inhalte auf der Veranstaltungsseite. Beantworten Sie Fragen auf Ihren Social-Media-Konten, senden Sie regelmäßige E-Mail-Erinnerungen und machen Sie es den Teilnehmer\_innen leicht, sich für Updates zu registrieren.

SEO (Search Engine Optimization) entwickelt sich ständig weiter, und es ist eine gute Praxis, sich über Trends so gut wie möglich zu informieren. Wenn Sie nicht wissen, welches Schlüsselwort Sie für Ihre Veranstaltung verwenden sollen, versuchen Sie es mit dem Keyword-Planer von Google oder dem Keyword-Explorer von Moz. Nehmen wir an, Sie haben noch keine Zeit mit diesen Planungstools verbracht. In diesem Fall werden Sie vielleicht überrascht sein, wie sehr sich die Suchanfragen für verschiedene Begriffe unterscheiden.

## **SCHRITT 2:** **VORBEREITEN UND VERMARKTEN DER VERANSTALTUNGSANMELDUNG**

Legen Sie das Anmeldeverfahren sehr detailliert dar. Die Planer sollten wissen, wann die Anmeldung geöffnet wird, wie lange sie dauert und wie viele Tickets oder Plätze es gibt. Wenn Sie verschiedene Aktionen durchführen, sollten Sie einen Plan haben, in dem die Dauer und die Grenzen jeder Aktion genau festgelegt sind.

## **SCHRITT 3:** **ENGAGEMENT WÄHREND EINER VERANSTALTUNG**

Achten Sie auf die Energie und die Beteiligung des Publikums während der gesamten Veranstaltung. Binden Sie eine Mischung von Aktivitäten ein, um ein gesundes Maß an Engagement aufrechtzuerhalten, insbesondere wenn Ihre Veranstaltung länger dauert. Sorgen Sie für eine Sitzordnung, die Engagement und persönliche Gespräche fördert. Bieten Sie Mitmach-Aktivitäten an, die Ihr Publikum in Bewegung bringen. Sie können auch eine mobile App verwenden, um mit den Veranstaltungsteilnehmern zu kommunizieren. Sorgen Sie für ausreichende Pausen und Erfrischungen, und verschenken Sie nach Möglichkeit Werbeartikel.



## **SCHRITT 4:**

### **DIGITAL WERDEN UND ENGAGEMENT STEIGERN**

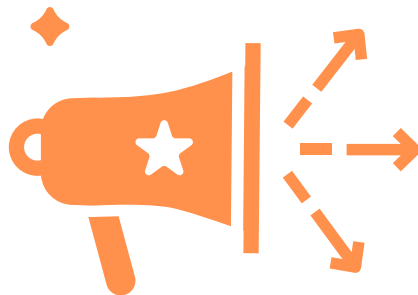
Messen Sie das Engagement live in einer Event-App oder in den sozialen Medien. Verfolgen Sie die Analysen und messen Sie die Aktivität, Inhaltsaktualisierungen und mehr. Verwenden Sie Veranstaltungs-Hashtags und fördern Sie Online-Diskussionen vor der Veranstaltung. Bitten Sie die Teilnehmer, an Live-Umfragen teilzunehmen, Quizfragen zu beantworten oder über Ergebnisse abzustimmen.



## **SCHRITT 5:**

### **MARKENBEWUSSTSEIN AUFBAUEN**

Verpassen Sie nicht die Gelegenheit, auf der Veranstaltung für Ihr Unternehmen zu werben. Machen Sie Ihren Namen, Ihr visuelles Erscheinungsbild, Ihre Produkte und Dienstleistungen kenntlich, damit die Teilnehmer\_innen die Veranstaltung mit Ihrer Marke in Verbindung bringen.



## **SCHRITT 6:** **ENGAGEMENT NACH DER** **VERANSTALTUNG**

Halten Sie die Kommunikationsschleife offen, indem Sie sich nach der Veranstaltung bei den Teilnehmer\_innen melden. Dies können Sie tun, indem Sie allen Teilnehmer\_innen nach der Veranstaltung ein Dankeschön schicken oder sie um Antworten auf eine Umfrage bitten. Ermutigen Sie zu Feedback und zum Posten von Veranstaltungsinhalten und Fotos. Richten Sie einen Hashtag ein, den die Teilnehmer\_innen nach der Veranstaltung verwenden können, damit Sie das Engagement der Teilnehmer\_innen nach der Veranstaltung leicht sehen und verfolgen können.

PRO-TIPP! Lassen Sie ein Mitglied des Veranstaltungsteams ein Video von den Höhepunkten der Veranstaltung aufnehmen und während der Veranstaltung Fotos machen. Erwägen Sie die Erstellung eines Online-Videos, eines Fotoalbums oder einer Facebook-Gruppe, in der die Teilnehmer\_innen ihre Erfahrungen diskutieren und austauschen können.



# FAZIT

- Marketing und Engagement finden **vor, während und nach** einer Veranstaltung statt!
- Es gibt viele Möglichkeiten, die Aufmerksamkeit Ihres Publikums zu wecken, von ansprechenden Vorträgen über interaktive Messestände bis hin zu Wettbewerben und Networking-Aktivitäten.
- Die Technologie spielt eine entscheidende Rolle bei der erfolgreichen Planung von Veranstaltungen. Recherchieren Sie und finden Sie die besten Methoden für Ihre Veranstaltung!
- Lehnen Sie sich am Veranstaltungstag nicht einfach zurück, sondern achten Sie auf die Energie und die Beteiligung des Publikums während der gesamten Veranstaltung. Zögern Sie nicht, Ihr Publikum zu fragen, wenn Sie mehr über dessen Vorlieben erfahren möchten!
- Verpassen Sie nicht die Gelegenheit, auf der Veranstaltung für Ihr Unternehmen zu werben.



**4**

# **PERSONALWESEN. SIE SOLLTEN KEINE WERTVOLLE ZEIT VERSCHWENDEN! IN 6 SCHRITTEN**

**EINE GUTE IDEE IST NUR DIE  
HÄLFTE DER ARBEIT. DAMIT  
EINE IDEE NICHT ZUM FIASKO  
WIRD, IST ES WICHTIG, EIN  
TEAM ZU HABEN, DAS EINEM  
HILFT, SIE ZU  
VERWIRKLICHEN!**

**EIN GUTES TEAM BEDEUTET NICHT  
UNBEDINGT GUTE FREUNDE. EIN GUTES  
TEAM BESTEHT AUS MENSCHEN, DIE AN  
DIESELBE IDEE GLAUBEN, DIE SIE  
VERSTEHEN, DIE BEREIT SIND, ZEIT ZU  
INVESTIEREN UND DIE MIT LEIDENSCHAFT  
DIE WELT VERÄNDERN WOLLEN!**



## SCHRITT 1:

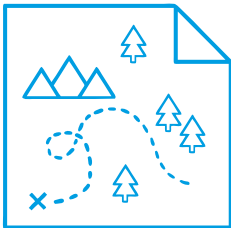
### IDENTIFIZIEREN SIE DIE PERSONEN, DIE SIE BRAUCHEN

In jedem Projekt gibt es ein paar  
**Schlüsselrollen:**

- **Leiter\_in** - die Person, die das Gesamtbild des Projekts sieht;
- **Manager\_in** - die Person, die Ideen in die Realität umsetzt;
- **Buchhalter\_in** - die Person, die dafür sorgt, dass Sie nicht bankrott gehen.



Für alle anderen Aufgaben müssen Sie  
Ihr Projekt planen, um herauszufinden,  
welche Art von Mitarbeiter\_innen Sie  
brauchen könnten.



Vielleicht werden Sie ein Konzert  
veranstalten - in diesem Fall brauchen Sie  
eine Person, die weiß, wie die  
Bühnenarbeit gemacht wird.  
Oder Sie planen eine Live-Übersetzung,  
dann brauchen Sie einen Operator.

Wenn Sie bereits ein **Team haben, das Ihnen bei der  
Entwicklung der Idee geholfen** hat, ist es wichtig zu  
verstehen, **was Sie bereits haben und was vielleicht noch  
fehlt.**

**Daher kann der erste Schritt in der Personalplanung  
erst dann erfolgen, wenn Sie ein klares Bild von der  
Veranstaltung haben!**



## **SCHRITT 2:**

### **WO FINDEN SIE DIE WICHTIGSTEN PERSONEN?**

**Sobald Sie wissen, welche Stellen noch nicht besetzt sind, können Sie mit der Suche nach geeigneten Kandidaten beginnen.**

***Aber wo findet man sie?***

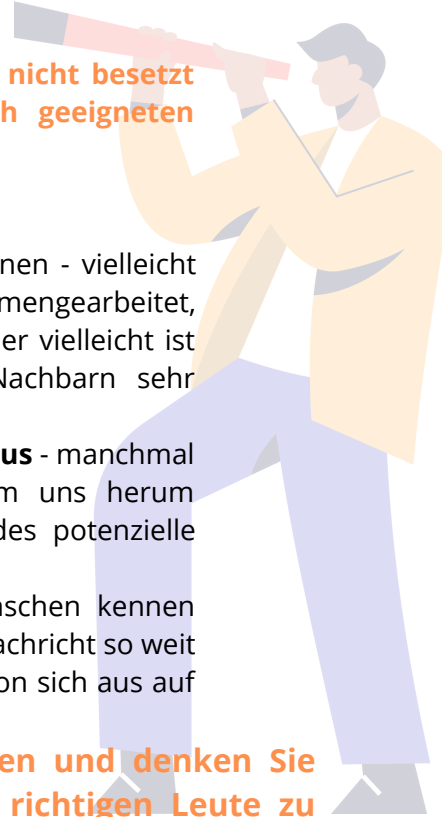
Denken Sie an die Menschen, die Sie kennen - vielleicht haben Sie bereits mit jemandem zusammengearbeitet, der die fehlende Rolle ausfüllen kann? Oder vielleicht ist einer Ihrer Freunde/Klassenkameraden/Nachbarn sehr gut in einer Sache?

- **Sprechen Sie eine offene Einladung aus** - manchmal wissen wir nicht, welche Schätze um uns herum schlummern - seien Sie offen für jedes potenzielle neue Teammitglied!
- **Verbreiten Sie die Nachricht** - Menschen kennen andere Menschen, verbreiten Sie die Nachricht so weit wie möglich und lassen Sie die Leute von sich aus auf Sie zukommen.

**Seien Sie vor allem aufgeschlossen und denken Sie daran, dass es Zeit braucht, die richtigen Leute zu finden.**

Deshalb ist es wichtig, frühzeitig mit der Suche nach Teammitgliedern zu beginnen und sie nicht bis zum letzten Tag aufzuschieben.

***Auch der/ die beste Kandidat/in kann große Ideen nicht an einem Tag umsetzen!***





## SCHRITT 3: BEFRAGUNG POTENZIELLER TEAMMITGLIEDER

**WENN SICH DAS HERUMSPRICHT, KOMMEN  
IMMER MEHR MENSCHEN MIT  
UNTERSCHIEDLICHEN ERFAHRUNGEN UND  
IDEEN ZU IHNEN.  
WIE WÄHLEN SIE DIEJENIGEN AUS, DIE AM  
BESTEN PASSEN?**

Dies sind die wichtigsten Schritte, die Ihnen bei den Vorstellungsgesprächen helfen werden!

- Nehmen Sie sich für jedes Gespräch **mindestens 30 Minuten Zeit**.
- **Recherchieren Sie über die Bewerber\_inne** bevor sie kommen.
- Halten Sie **alle Informationen über diese bereit**.
- Sie sollten wissen, **was Sie von einem potenziellen Teammitglied erwarten**.
- Halten Sie sich an eine **einheitliche Gesprächsstruktur**.
- Stellen Sie **die richtigen Fragen**.
- Seien Sie sich darüber im Klaren, **was die Rolle erfordert und wonach Sie suchen**.
- Legen Sie fest, **wie Sie jeden Bewerber bewerten werden**.

### **NICHT VERGESSEN!**

Manchmal möchten wir wirklich mit unseren Freunden zusammenarbeiten, aber seien Sie sicher, dass die **Freundschaft viel wichtiger ist als der Job**. Sogar dein bester Freund sollte am Vorstellungsgespräch teilnehmen und du musst objektiv sein, um eine echte Führungspersönlichkeit zu sein.





## SCHRITT 4:

# TEAMBILDUNG UND VORBEREITUNG AUF DIE ARBEIT

**DAMIT EIN TEAM FUNKTIONIERT, IST ES WICHTIG, DASS JEDER WEIß, WAS ER VOM ANDEREN ERWARTEN KANN. DAS ERFORDERT TEAMBILDUNG!**

### Warum brauchen wir Teambildung?

- Es stärkt das Vertrauen
- Es regelt die Kommunikation
- Es erhöht die Produktivität
- Es bringt Menschen zusammen
- Es fördert die Kreativität und das Lernen
- Es schafft einen gesunden Wettbewerb
- Es macht die Menschen akzeptabler
- Sie löst Spannungen und Konflikte
- Teammitglieder können Fähigkeiten erwerben
- Es verbessert die Teamkultur

### Einige Ideen für teambildende Aktivitäten:

<https://www.workamajig.com/blog/team-building-activities>



**"TEAMWORK BEGINS BY BUILDING TRUST. AND THE ONLY WAY TO DO THAT IS TO OVERCOME OUR NEED FOR INVULNERABILITY." - PATRICK LENCIONI**

Egal, ob Ihr Team jung und unerfahren oder älter und erfahrener ist, es ist wichtig zu erkennen, dass jeder **Vertrauen und Sicherheit** braucht. Um die Arbeit in einem Team angenehm zu gestalten, müssen wir in die Menschen investieren, die dort arbeiten.

## **SCHRITT 5:** **MOTIVATIONSSYSTEM**

**Es ist Ihnen bereits gelungen, ein Team zu bilden. Aber denken Sie daran, dass jede/r einen Sinn in dem sehen muss, was er/ sie tut. Ein Motivationssystem kann dazu beitragen!**

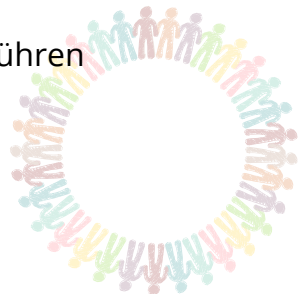
**Es gibt zwei Arten von Motivation, die den Menschen beeinflussen:**

- **Intrinsische Motivation** - ist ein Anreiz, sich auf eine bestimmte Tätigkeit einzulassen, der sich aus der Freude an der Tätigkeit selbst ergibt (z. B. ein echtes Interesse an einem studierten Thema) und nicht wegen eines möglichen externen Nutzens (z. B. Geld, Studienleistungen).
- **Extrinsische Motivation** - ist ein äußerer Anreiz, eine bestimmte Tätigkeit auszuüben, insbesondere eine Motivation, die sich aus der Erwartung einer Bestrafung oder Belohnung ergibt (z. B. die Erledigung einer ungeliebten Hausarbeit gegen Bezahlung).

**Deshalb ist es so wichtig, die Motivationsquellen des Einzelnen und des Teams zu verstehen.**

**Das können Sie tun indem Sie:**

- Arbeitsstile oder Persönlichkeiten der Mitarbeiter verstehen
- Einzelgespräche mit Teammitgliedern führen
- Brainstorming-Sitzung haben
- Anonyme Fragebögen durchführen





# SCHRITT 6: EVENT EVALUATION

**REFLEXION - IST EINER DER WICHTIGSTEN TEILE EINES JEDEN PROJEKTS. NEHMEN SIE SICH IMMER ZEIT, UM IHRE PERSÖNLICHEN UND TEAMERFAHRUNGEN NACH DER VERANSTALTUNG AUSZUWERTEN!**

## **Warum ist das wichtig?**



- Um aus Ihren Fehlern zu lernen und Verbesserungsmöglichkeiten aufzuzeigen
- Aspekte für Ihr persönliches Wachstum zu finden
- Ihre Gefühle zu teilen und einen zufriedenstellenden Abschluss zu finden

**Einige Fragen, die Ihnen helfen werden, persönliche und Teamerfahrungen zu bewerten:**

- Wie fühlen Sie sich nach der Veranstaltung?
- Welche Stärken und Schwächen haben Sie sowohl aus persönlicher Sicht als auch aus Sicht des Teams festgestellt?
- Was würden Sie beim nächsten Mal anders machen?
- Was würden Sie beim nächsten Mal beibehalten? Was hat am besten funktioniert?
- Was war die beste Lektion, die Sie während dieser Erfahrung gelernt haben?
- Was war der schwierigste Teil des Prozesses und was waren die besten Momente?

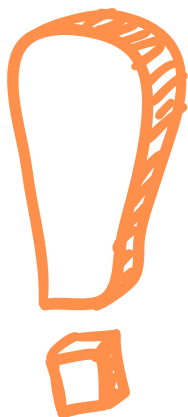
**WIR WERDEN DIESES KONZEPT IN EINEM SPÄTEREN MODUL BEHANDELN.**



# 5

## **DURCHFÜHRUNG DER VERANSTALTUNG. RAISING YOUR GAME ON THE DAY IN 6 SCHRITTEN**

**DER TAG DER VERANSTALTUNG  
IST ENDLICH DA! WAS NUN?  
AM TAG DER VERANSTALTUNG  
GIBT ES VIELE FAKTOREN, DIE  
BERÜCKSICHTIGT WERDEN  
MÜSSEN, DAMIT ALLES  
REIBUNGSLOS ABLÄUFT.**



**ES IST WICHTIG, AUF ALLES VORBEREITET  
ZU SEIN, WAS PASSIEREN KANN.  
IN DIESEM ABSCHNITT FINDEN SIE EINE  
LISTE MIT SECHS WESENTLICHEN  
SCHRITTEN SOWIE WEITERE TIPPS, DIE  
IHNEN HELFEN, IHRE VERANSTALTUNG  
ERFOLGREICH ZU VERWALTEN UND  
DURCHZUFÜHREN.**

# **SCHRITT 1:** **ERSTELLEN SIE EINE REISEROUTE UND ÜBERPRÜFEN SIE IHRE AUSRÜSTUNG**



## **Einen Plan erstellen:**

Die Erstellung eines detaillierten Zeitplans mit Angaben zu Veranstaltungen, Zeiten und Orten kann dazu beitragen, dass der Tag reibungslos verläuft und alle Beteiligten auf dem gleichen Stand sind.

## **Die Ausrüstung überprüfen:**

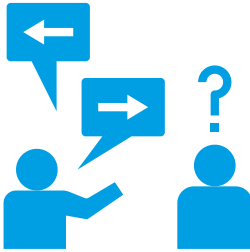
Wenn Sie sicherstellen, dass alle Geräte ordnungsgemäß funktionieren und Ersatzgeräte zur Verfügung stehen, können Sie Störungen während der Veranstaltung auf ein Minimum reduzieren.





## **SCHRITT 2:**

### **DIE TEAMMITGLIEDER UND FREIWILLIGEN ANGEMESSEN ANZULEITEN UND ZU UNTERSTÜTZEN**



#### **Legen Sie klare Rollen und Verantwortlichkeiten fest:**

Eine klare Kommunikation der Rollen und Verantwortlichkeiten kann dazu beitragen, Verwirrung zu vermeiden und sicherzustellen, dass jeder weiß, was von ihm erwartet wird.

#### **Bieten Sie Unterstützung und Ressourcen an:**

Stellen Sie sicher, dass alle Teilnehmer\_innen während der Veranstaltung Zugang zu allen notwendigen Ressourcen und Unterstützungsleistungen haben.







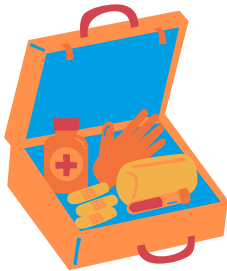
## SCHRITT 3:

### FOKUS AUF SICHERHEIT

Im Idealfall wird bei Ihrer Veranstaltung alles reibungslos ablaufen. Sie müssen jedoch immer vorbereitet sein. Das Thema Sicherheit ist ein wichtiger Bestandteil des Veranstaltungsmanagements. Hier sind einige Tipps:

#### Entwickeln Sie einen umfassenden Sicherheitsplan.

Einrichtung von Verfahren für Notfälle und Verfahren für die Behandlung verschiedener Arten von Notfällen.

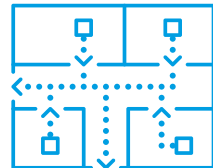


#### Stellen Sie Erste-Hilfe-Stationen bereit:

Die Bereitstellung von Erste-Hilfe-Stationen mit geschultem Personal kann dazu beitragen, dass Teilnehmer und Freiwillige im Falle eines Notfalls sofortige medizinische Hilfe in Anspruch nehmen können..



#### Erstellen Sie einen klaren Evakuierungsplan.



#### Schulung von Mitarbeitern und Freiwilligen in Sicherheitsverfahren.

Stellen Sie sicher, dass jeder weiß, was zu tun ist und an wen er sich im Notfall wenden kann.

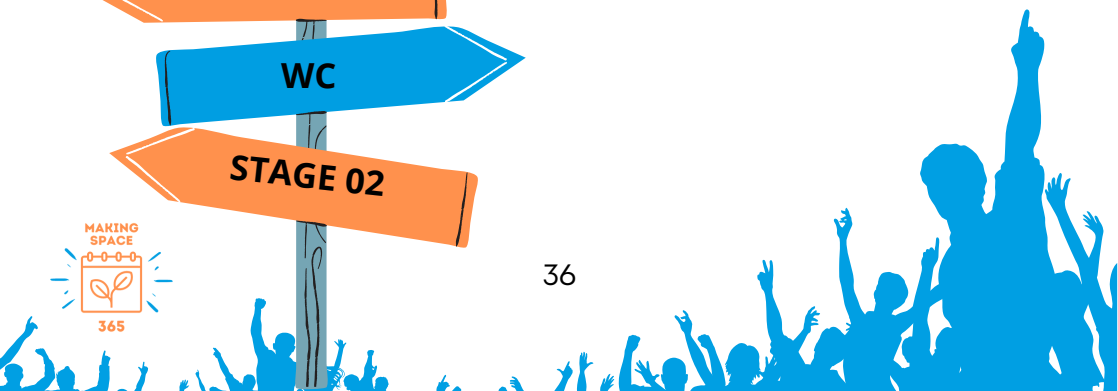
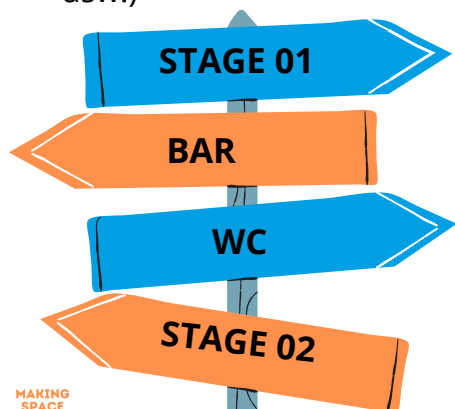
## **SCHRITT 4:** **KONTROLLE DER MENSCHENMENGE**

Vergewissern Sie sich, dass die Teilnehmer dorthin geführt und geleitet werden, wo sie hinhüsst, und dass die **Notausgänge deutlich gekennzeichnet und zugänglich sind.**



**Beauftragen Sie einige Freiwillige** mit der Führung der Teilnehmer\_innen.

**Stellen Sie Schilder mit den verschiedenen Bereichen auf** (z. B. Bühne 01, Bühne 02, Bar, Toiletten, Restaurant usw.)



## **SCHRITT 5:** **FLEXIBEL SEIN**

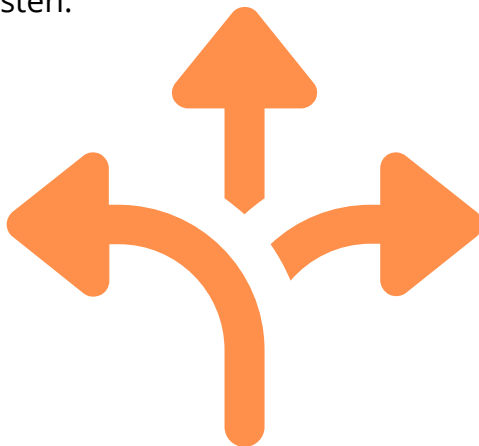
Es gibt viele Dinge, die während einer Veranstaltung nicht nach Plan verlaufen können.

### **GERATEN SIE NICHT IN PANIK!**

Erwarten Sie das Unerwartete und seien Sie darauf vorbereitet, Ihre Pläne bei Bedarf anzupassen. Bleiben Sie ruhig und konzentriert und halten Sie sich bereit, eventuelle Probleme zu lösen.

#### **Planen Sie für Eventualitäten:**

Halten Sie einen Notfallplan für den Fall bereit, dass etwas schief geht. Dies kann dazu beitragen, Störungen zu minimieren und einen reibungslosen Ablauf der Veranstaltung zu gewährleisten.





## SCHRITT 6:

### WERTSCHÄTZUNG ZEIGEN

Indem Sie Teammitgliedern, freiwilligen Helfer\_innen, Teilnehmer\_innen, Unterstützer\_innen und anderen Beteiligten **Ihre Wertschätzung und Dankbarkeit zeigen**, können Sie die Moral stärken und sicherstellen, dass sie sich auch bei künftigen Veranstaltungen engagieren. Dies kann dazu beitragen, eine unterstützende und positive Atmosphäre zu schaffen, die zum Gesamterfolg Ihrer Veranstaltung beiträgt.

Hier ist eine Liste von Dingen, die Sie tun können, um Ihre Wertschätzung zu zeigen:

- Erkennen Sie ihre Bemühungen an.
- Gewähren Sie Anerkennung (Auszeichnungen, Urkunden usw.).
- Schaffen Sie eine positive Atmosphäre.
- Geben Sie Feedback.
- Zeigen Sie Dankbarkeit.



# FAZIT

Der Tag Ihrer Veranstaltung ist eine aufregende, aber möglicherweise auch stressige Zeit. Indem Sie die in diesem Abschnitt beschriebenen Schritte und Tipps befolgen, können Sie Störungen minimieren, einen reibungslosen Ablauf Ihrer Veranstaltung sicherstellen und ein erfolgreiches und unvergessliches Erlebnis für Ihre Teilnehmer\_innen schaffen.

Wenn Sie vorbereitet sind, organisiert bleiben und sich auf die Bedürfnisse Ihrer Freiwilligen und Teilnehmer\_innen konzentrieren, können Sie Ihre Veranstaltung erfolgreich durchführen und Ihre Ziele erreichen.

Denken Sie daran, die Veranstaltung nach ihrer Beendigung auszuwerten und das erhaltene Feedback zu nutzen, um Verbesserungen für künftige Veranstaltungen vorzunehmen.

**Viel Glück und eine erfolgreiche Veranstaltung!**



# 6

## RISIKOMANAGEMENT, BEWERTUNG UND NACHBEREITUNG

REFLEXIONEN UND DIE  
NACHBESPRECHUNG!

IN DER VERANSTALTUNGSBRANCHE  
GIBT ES IMMER VIELE BEWEGLICHE  
TEILE UND EINE VIELZAHL VON  
UNBEKANNTEN VARIABLEN, AUF DIE  
SICH VERANSTALTUNGSPROFIS  
VORBEREITEN MÜSSEN

DIE REFLEXION  
ERMÖGLICHT ES IHNEN,  
POSITIVE ERFAHRUNGEN  
ZU ERKENNEN UND ZU  
WÜRDIGEN UND BESSER ZU  
ERKENNEN, WIE SIE IHRE  
PRAXIS UND DIE  
ERBRINGUNG VON  
DIENSTLEISTUNGEN  
VERBESSERN KÖNNEN.





# SCHRITT 1:

## WAS IST DIE VERANSTALTUNGSNACHBESPRECH UNG UND WAS IST IHR ZWECK?

Eine Veranstaltungsnachbesprechung bietet die **Gelegenheit, den Verlauf einer Veranstaltung zu bewerten und Feedback zu Problemen, Risiken und Erfahrungen einzuholen.**

Es sollte ein Treffen mit dem Team sein, das die Gelegenheit bietet, die Veranstaltung zu besprechen. Die Fragen, die wir als nächstes behandeln werden, können Höhepunkte, Tiefpunkte, Versäumnisse und Lernmöglichkeiten sein.

Es sollte eher eine **entspannte Diskussion** zwischen Kolleg\_innen sein als ein formelles Treffen, aber halten Sie sich an eine Tagesordnung und eine Reihe von Fragen!

**WAS LIEF GUT, WAS HÄTTE BESSER  
LAUFEN KÖNNEN, BESONDERE  
HÖHEPUNKTE, BESONDERE  
TIEFPUNKTE, VERSÄUMNISSE UND  
LERNMÖGLICHKEITEN.**

**EIN EREIGNIS IST ERST  
DANN VORBEI, WENN ES  
LÄNGST VORBEI IST!**



## **SCHRITT 2:**

### **WELCHE FRAGEN SOLLTE ICH STELLEN?**

**GAB ES PROBLEME, DIE SICH UNSERER KONTROLLE ENTZOGEN?**

**HABEN WIR DIE ERWARTUNGEN DER AUDIENCE ERFÜLLT? HABEN WIR SIE ÜBERTROFFEN?**

**HABEN WIR GEHALTEN, WAS WIR VERSPROCHEN HABEN?**

**WAS IST GUT GELAUFEN? WAS WAREN EINIGE SCHLÜSSELMOMENTE?**

**HABEN WIR DAS BUDGET EINGEHALTEN? HABEN WIR ES ÜBERSCHRITTEN?**

**GAB ES BEREICHE, DIE MEHR INVESTITIONEN ERFORDERTEN?**

**HAT DAS PERSONAL DIE ERWARTUNGEN ERFÜLLT?**

**GAB ES WESENTLICHE PROBLEME MIT LIEFERANTEN ODER ANBIETERN?**





## SCHRITT 3:

### IHRE VERANSTALTUNGSZIELE BERÜCKSICHTIGEN

Der erste Schritt bei der Planung einer Veranstaltung besteht darin, das strategische Ziel der Organisation zu **formulieren**, sofern dies noch nicht geschehen ist, und zu bestätigen, dass die geplante Veranstaltung in dieses Ziel passt.

Effektive Planung bedeutet, dass Sie im Voraus wissen, was Sie erreichen wollen, und zwar nicht nur im Hinblick auf diese spezielle Veranstaltung, sondern auch im Hinblick auf die **langfristige Perspektive** Ihrer Organisation. Dieser Prozess setzt voraus, dass sich alle Beteiligten über die tatsächlichen Ziele der Veranstaltung im Klaren sind, um den **Nutzen zu maximieren** und eine **offene und ehrliche Diskussion zu gewährleisten**.

### DAS ZIEL DER VERANSTALTUNG MUSS IHREM HAUPTZIEL DIENEN - WARUM SOLLTE MAN SONST EINE VERANSTALTUNG ORGANISIEREN?

Einige Fragen, die Ihnen helfen werden, Ihre persönlichen Ziele und die Ziele Ihres Teams zu bewerten, damit Ihre Veranstaltung ein Erfolg wird:

**Warum organisieren Sie diese Veranstaltung?**

**Was wollen Sie erreichen?**

**Wen wollen Sie erreichen?**

**Haben Sie das Budget und die Ressourcen?**

**Wer kann Ihnen helfen, Ihre Ziele zu erreichen?**

**Haben Sie ein Team, das Sie unterstützt?**

**FEIERN SIE  
IHRE  
ERFOLGE  
UND  
BEHALTEN  
SIE DIESE  
FÜR DEN  
WEITEREN  
GEBRAUCH**



## SCHRITT 4: FEEDBACK! FEEDBACK!

**Scheuen Sie sich nicht, Ihre Veranstaltungsgäste zu fragen, was sie am Tag der Veranstaltung wirklich denken. Sie können sie direkt fragen und ihr Feedback auf irgendeine Art und Weise notieren.**

Eine unterhaltsamere Art, Feedback zu erhalten, ist es, es zum Teil der Veranstaltung zu machen. Sie könnten zum Beispiel den Gästen einen Preis anbieten, wenn sie ein Feedback auf Social Media hinterlassen! Setzen Sie eine/n Reporter/in oder eine Vox Pop ein. Nutzen Sie eine Twitter-Wand, Facebook live oder Instagram!



Live Social Media



Roaming Befragung



Event Evaluierung



Persönliches Follow up



Wettbewerb

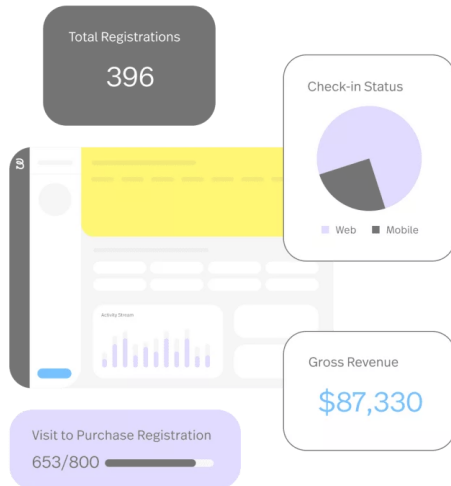


# SCHRITT 5:

## PUBLIKUMSBINDUNG 101

Das Engagement des Publikums misst, wie die Teilnehmer an Ihrer Veranstaltung teilgenommen haben und wie zufrieden sie mit dem Erlebnis waren. Je nach Art der Veranstaltung, die Sie ausrichten, können Sie das Engagement anhand der folgenden Kriterien messen:

- Besuchte Sitzungen
- Dauer der Sitzungsteilnahme
- Gebuchte Sitzungen
- Teilgenommene Sitzungen
- Teilnahme an Umfragen
- Chat-Reaktionen (Emojis)
- Geschaffene Verbindungen
- Soziale Freigaben
- Chat-Teilnahme
- Annahme von Veranstaltungs-Apps
- Zufriedenheitsumfragen



**"WENN MAN EIN GROSSARTIGES ERLEBNIS SCHAFFEN WILL, MUSS MAN EIN GROSSARTIGES PUBLIKUM HABEN - UND DAS BEDEUTET, DAS PUBLIKUM WIRKLICH ZU VERSTEHEN.**

**ERIN MCELROY - PROGRAM DIREKTORIN, DIGITAL EVENTS & INNOVATION, IBM**



# SCHRITT 6:

## GET SMART USE SMART GOALS

Bei der Organisation von Veranstaltungen lohnt es sich, mit **SMART-Zielen** zu arbeiten. SMART-Ziele sind spezifisch, messbar, erreichbar, realistisch und zeitlich begrenzt. Überlegen Sie, ob Ihre Ziele realistisch und realisierbar sind. Stellen Sie sicher, dass Ihr Veranstaltungsziel die SMART-Kriterien erfüllt:

### SPEZIFISCH

Je konkreter Sie werden können, desto genauer können Sie Ihre Veranstaltung bewerten. Ein konkretes Ziel ist auch leichter an Ihr Team zu vermitteln.

### MESSBAR

Es ist sehr nützlich, wenn Sie Ihren Erfolg quantifizieren und mit einer Zahl belegen können. Diese Zahl kann der Verkauf von Eintrittskarten, das gesammelte Geld oder das Engagement in den sozialen Medien sein.

### ERREICHBAR

Jedes Ziel sollte einer Person oder einem Team zugewiesen werden. Auf diese Weise wissen Sie, wer letztendlich für das Erreichen dieses spezifischen Ziels verantwortlich ist.

### REALISTISCH

Am wichtigsten ist vielleicht, dass Ihre Ziele realistisch sind. Wenn Sie sich keine realistischen Ziele setzen, wird Ihre Veranstaltung als Ganzes scheitern.

### ZEITLICH BEGRENZT

Schließlich sollten Sie den Zeitrahmen festlegen, in dem Sie Ihre Ziele erreichen wollen. Das können Monate, Wochen oder Tage sein, je nach der Größe Ihrer Veranstaltung.

## **BEI DER ORGANISATION VON VERANSTALTUNGEN LOHNT ES SICH, MIT SMART-ZIELEN ZU ARBEITEN. WAS BEDEUTET DAS?**

SMART-Ziele sind spezifisch, messbar, erreichbar, realistisch und zeitlich begrenzt. Überlegen Sie, ob Ihre Ziele realistisch und realisierbar sind. Unabhängig von der Veranstaltung, die Sie durchführen, stellen Sie sicher, dass Ihr Veranstaltungsziel die SMART-Kriterien erfüllt - hier sind 4

### **SMART-Ziele:**

**ERHÖHUNG DER ZAHL DER JUNGEN AKTIVISTEN IN DIESEM JAHR**

**ERHÖHUNG DER ZAHL DER FREIWILLIGEN VOR DEM SOMMER**

**UMSETZUNG DES LOKALEN WECHSELS ZU XYZ BIS ZUM NÄCHSTEN JAHR**

**20 POLITISCHE ENTSCHEIDUNGSTRÄGER\_INNEN ZUR NÄCHSTEN VERANSTALTUNG EINLADEN**

# FAZIT

**Risiko Management** und **Reflektion** sind essenzielle Aspekte für das Projekt- und Eventmanagement. Wir definieren **Risikos** als unerwünschte Situationen, die zu einem Scheitern von Events führen können und **Reflektionen** als die Bewertung von Geschehenem: Gut oder schlecht. Es gibt zwar viele Arten von Risiken, z. B. soziale, politische, kulturelle oder finanzielle, aber sie alle müssen berücksichtigt werden.

Beim Risikomanagement geht es darum, **alle potenziellen Risiken** zu ermitteln, die sich aus einem Ereignis ergeben können, und dann Schritte zu entwickeln, um die ermittelten Risiken zu verringern oder abzuschwächen. Wenn etwas passiert, kann auch darüber nachgedacht werden - **nach dem Ereignis**.

Beim Programmieren von kreativen Veranstaltungen und als Unternehmer/in werden Sie feststellen, dass es manchmal eine **Menge beweglicher Teile** gibt, mit einer Vielzahl von Unbekannten, die man kennen und auf die man sich vorbereiten muss. Um vorbereitet zu sein und mit Problemen umgehen zu können, **braucht man Erfahrung und Reflexion nach früheren Veranstaltungen**.

Durch die Festlegung eines **Risikomanagements für Ihre Veranstaltung wird der Erfolg wahrscheinlicher**, da Risiken minimiert und beseitigt werden und die angestrebten Ziele erreicht werden können; dennoch ist eine Reflexion unerlässlich. Wenn keine Risikomanagementstrategien vorhanden sind, sind die Veranstaltungen anfällig und können Probleme verursachen.

**VIEL ERFOLG MIT IHREM EVENT!!**

# MAKING SPACE



365



With the support of the Erasmus+ Programme of the European Union

This publication has been produced with the support of the Erasmus+ Programme of the European Union. The contents of this publication are the sole responsibility of the Making Space project consortium and can in no way be taken to reflect the views of the NA and the Commission

2020-1-PT02-KA227-YOU-007635