

# PROGRAMMBEGLEITUNG „GUTE ARBEIT FÜR ALLEINERZIEHENDE“ ARBEITSHILFE VERANSTAL- TUNGSMANAGEMENT



**PROGRAMMBEGLEITUNG „GUTE ARBEIT FÜR  
ALLEINERZIEHENDE“  
ARBEITSHILFE VERANSTALTUNGSMANAGEMENT**

Programmbegleitung „Gute Arbeit für Alleinerziehende“

**Zu inhaltlichen Fragen:**

Kristina Stegner  
Tel. +49 (0)30 30 20 20-225  
kristina.stegner@ramboll.com

**Zu weiteren Fragen:**

Kristina Broens  
Tel. +49 (0)40 30 20 20-126  
kristina.broens@ramboll.com

Allgemeine E-Mail: [gafa@r-m.com](mailto:gafa@r-m.com)

## INHALT

<b>1. Allgemeine Hinweise zum Veranstaltungs-management</b>	<b>5</b>
<b>2. Veranstaltungskonzeption</b>	<b>5</b>
2.1 Konzeptionelle Vorüberlegungen	6
2.2 Konzeptentwicklung	7
<b>3. Veranstaltungsorganisation</b>	<b>13</b>
3.1 Vorbereitung	14
3.1.1 Veranstaltungsort recherchieren und buchen	15
3.1.2 Einladungsmanagement	15
3.1.3 Verpflegung	17
3.1.4 Technische Ausstattung	17
3.2 Durchführung	18
3.3 Nachbereitung	19
<b>4. Anhang</b>	<b>20</b>
4.1 Auflistung möglicher Kostenpunkte	20
4.2 Tabellarische Auflistung von Veranstaltungsformaten	21
4.3 Beispiele von Veranstaltungsmethoden	21
4.3.1 Klassische Methoden	21
4.3.2 Auswahl an Workshopmethoden	22
4.4 Textbausteine für Einladungen	23
4.5 Exemplarische Vorlage eines Ablaufplans	24

## ABBILDUNGSVERZEICHNIS

Abbildung 1: Beispiel für einen ersten, groben Zeitplan	7
Abbildung 2: Fragen der Veranstaltungskonzeption	7
Abbildung 3: Exkurs zur Öffentlichkeitswirksamkeit von Veranstaltungen	8
Abbildung 4: Zielsetzung: Vernetzung	9
Abbildung 5: Mögliche Veranstaltungstypen	12
Abbildung 6: Beispiel für eine Kostenkalkulation	14
Abbildung 7: Beispielseiten für kostenlose Software im Internet	16
Abbildung 8: Schritte des Einladungsmanagements	16

## 1. ALLGEMEINE HINWEISE ZUM VERANSTALTUNGS-MANAGEMENT

Die **Zielsetzungen** von Veranstaltungen sind ebenso vielfältig wie ihre Bezeichnungen und Formate. Ob Konferenz, Tagung oder Messe – Sie können Ihre Veranstaltungen u. a. für die reine Informationsvermittlung, den Austausch von Erfahrungen, die Erarbeitung und Diskussion von Ergebnissen sowie die Netzwerkarbeit und selbstverständlich auch für die Öffentlichkeitsarbeit nutzen.

Ungeachtet des übergreifenden Formats können Elemente wie z. B. Vorträge im Plenum, interaktive Phasen in Kleingruppen oder Informationsstände kombiniert werden. Trotz der Vielfalt von **Inhalt, Format und Methodik einer Veranstaltung** besteht bezüglich der Planung, Organisation und Durchführung eine stets vergleichbare Vorgehensweise. Bestimmte Fragen sollten immer beantwortet sein und bestimmte Organisationsschritte immer aufeinanderfolgen.

Gutes **Veranstaltungsmanagement** gliedert sich in zwei Phasen: Die **Konzeption** umfasst vor allem die Bestimmung der Zielsetzungen, Inhalte und Methoden, während die **Organisation** die Umsetzung des Veranstaltungskonzepts betrifft. Bevor also mit der Organisation der Veranstaltung begonnen werden kann, sollten gewisse strategische und konzeptionelle Schritte festgelegt sein.

**Veranstaltungsmanagement** unterteilt sich ungeachtet des Inhalts, Formats und der Methodik in zwei aufeinanderfolgende und -aufbauende Phasen: Die **Konzeption** umfasst die inhaltliche Ausarbeitung. Die **Organisation** setzt das Veranstaltungskonzept um.

Analog unterteilen sich die nachfolgenden Erläuterungen in die Konzeption und Organisation einer Veranstaltung. Vorgehensweisen und Elemente des Veranstaltungsmanagements werden hier allgemeingültig dargestellt, Vorlagen und Beispiele an den entsprechenden Stellen angeführt und die wichtigsten Schritte in Merkkästen zusammengefasst.

## 2. VERANSTALTUNGSKONZEPTION

Die Bestimmung der Ziele ist der erste und wichtigste Schritt in der Planung Ihrer Veranstaltung. Es gilt: Die Form einer Veranstaltung folgt dem Zweck. Die angestrebte Wirkung oder die erwarteten Ergebnisse sollten Sie somit im Vorfeld formulieren, diskutieren und festlegen. Eine professionelle Veranstaltungskonzeption umfasst zudem die Verständigung über Zielsetzung und Inhalte mit allen an der Veranstaltung beteiligten Akteurinnen und Akteuren.

In der Konzeptionsphase wird der Grundstein für alle nachfolgenden Überlegungen und Entscheidungen gelegt. Dabei ist das zentrale Kriterium nicht etwa die Frage nach dem Format, denn ob es sich bei der Veranstaltung um einen Kongress, eine Konferenz oder eine Tagung handelt, ist nicht das Entscheidende. Das Format ergibt sich vielmehr als Antwort auf die Frage, welche **Zielsetzungen** Sie mit der Veranstaltung verfolgen. Die wichtigste Fragestellung für die weitere Gestaltung Ihrer Veranstaltung lautet daher: **Wann ist die Veranstaltung ein Erfolg?**

Die Antwort darauf führt letztlich zu den Entscheidungen, welche Zielgruppe Sie ansprechen möchten, welches Format Ihre

Die Fragen nach den **Zielsetzungen** und der **Zielgruppe** sind zentral für die Konzeption einer Veranstaltung. Ein Veranstaltungskonzept basiert somit auf der Beantwortung der Fragen, wann die Veranstaltung ein **Erfolg** ist und **wer warum eingeladen werden soll**.

Veranstaltung haben soll und welche Methoden Sie anwenden können. Ihr primär verfolgtes Ziel bestimmt somit, ob es sich z. B. um eine Informationsveranstaltung oder einen moderierten Austausch

handelt, und beeinflusst folglich auch, wen Sie dazu einladen. Diese Frage nach der Zielgruppe lautet: **Wer sollte warum teilnehmen und somit eingeladen werden?**

Bevor die konzeptionellen Schritte zur genaueren Planung einer Veranstaltung näher erläutert werden, ist an dieser Stelle zunächst der Hinweis auf Punkte wichtig, die den konzeptionellen Handlungsspielraum in der

Regel einschränken oder vorgeben. Prinzipiell sind der Vorstellungskraft bezüglich der Konzeption einer Veranstaltung

**Budget und Zeitplan** sollten bereits in der Konzeptionsphase berücksichtigt werden. So wird gewährleistet, dass die Konzeption auch umsetzbar ist bzw. mit den **zur Verfügung stehenden Mitteln** und in der **zur Verfügung stehenden Zeit** verwirklicht werden kann.

keine Grenzen gesetzt. Neben den Zielen und der Zielgruppe sind allerdings das zur Verfügung stehende **Budget** und der vorgegebene **Zeitrahmen** bereits in der Konzeptionsphase zu berücksichtigen.

## 2.1 Konzeptionelle Vorüberlegungen

Das zur Verfügung stehende Budget ist von entscheidender Bedeutung. Es ist daher sinnvoll, bereits in der Konzeptionsphase zumindest eine **Budgetobergrenze** festzulegen. Bestimmte Kostenpunkte sollten mit Näherungswerten in die Kalkulation aufgenommen werden. Manche dieser Punkte lassen sich gut schätzen, wie etwa die Kosten für Verpflegung. Hier können Sie zum Beispiel bei einer ganztägigen Veranstaltung davon ausgehen, dass diese bei ungefähr 20 Euro pro Person liegen. Andere Kostenpunkte, wie etwa die Miete für Veranstaltungsräumlichkeiten, können hingegen stark abweichen. Es ist hilfreich, sich bereits in der Konzeptionsphase mehrere **Kostenvoranschläge** einzuholen, um einen realistischen Näherungswert bestimmen zu können. Unumgängliche Kosten sollten ebenfalls so früh wie möglich in die Kalkulation aufgenommen werden. Im weiteren Verlauf der Planung und Durchführung können Sie so optionale Leistungen und ihre Kosten auch unter budgetärem Gesichtspunkt betrachten und entsprechende Entscheidungen treffen. Eine Auflistung mit möglichen Kostenpunkten findet sich im Anhang unter Punkt 4.1.

Als Nächstes sollte ein vorerst grober **Zeitplan** für die Organisation der Veranstaltung erarbeitet werden. Der wichtigste Zeitpunkt ist das **Datum der Veranstaltung**. Der Rest des Zeitplans ergibt sich, indem die Arbeitsschritte vom Tag der Veranstaltung zurückgerechnet werden. Insbesondere sind hier die (zeitlichen) Eckpunkte deutlich zu machen, an denen bestimmte Entscheidungen getroffen oder bestimmte Ideen und Vorlagen abgenommen werden müssen.

Der Zeitplan und die finanzielle Kalkulation sind somit auch Instrumente der konzeptionellen **Priorisierung**: Sollte z. B. eine Referentin oder ein Referent aus strategischer bzw. konzeptioneller Sicht für die Veranstaltung unersetzbar sein, sind Datum und Ort der Veranstaltung natürlich in Abstimmung mit dieser Person festzulegen. Auf Basis bestimmter konzeptioneller Entscheidungen ergibt sich so ein erster grober Zeitplan, den sie im Verlauf des Veranstaltungsmanagements verfeinern sollten. In einem detaillierten Zeitplan gilt es dann vor allem, auch die **Verantwortlichkeiten und Abstimmungsprozesse** sowie die Abfolge der nötigen Arbeitsschritte festzuhalten. Im nachfolgenden Beispiel sind diese Momente mit einem schwarzen Dreieck gekennzeichnet.

Abbildung 1: Beispiel für einen ersten, groben Zeitplan

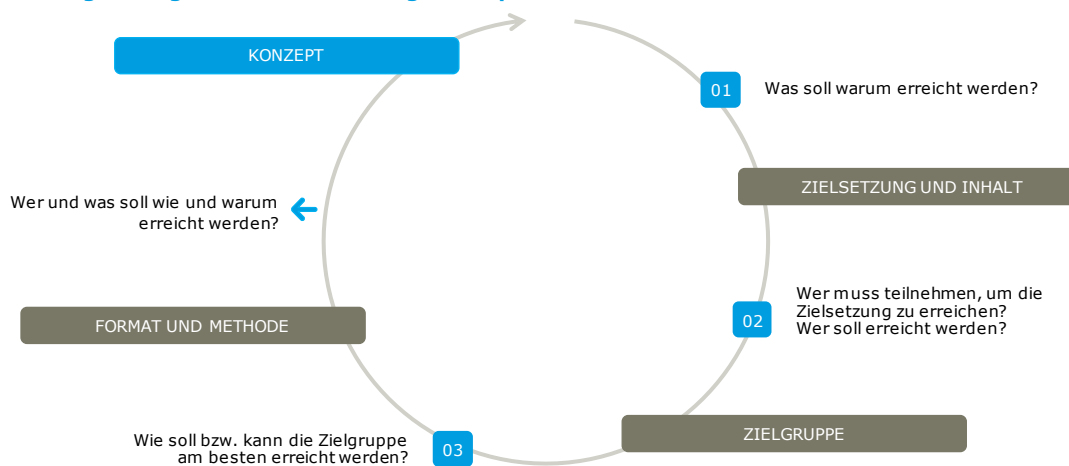
Zeitraum	Aug.	Sept.	Jahr Okt.	Nov.	Dez.	Jahr Jan.
<b>Phase 1 - Veranstaltungskonzept</b>						
Festlegung Inhalt und Methodik		▼				
Akquise von Expertinnen und Experten sowie Moderatorinnen und Moderatoren für die Workshops						
Akquise von Referentinnen und Referenten						
<b>Phase 2 - Veranstaltungsorganisation</b>						
Buchung Veranstaltungsräumlichkeiten (Festlegung Anzahl der Teilnehmer/-innen, Datum und Format)			▼			
<b>Einladungsmanagement</b>						
Erstellung Adressverteiler						
Erstellung Einladung						
Elektronischer Versand						
Koordination Rücklauf				▼		
<b>Vorbereitung</b>						
Buchung Catering, Technik und Ausstattung					▼	
Erstellung Materialien und Unterlagen						
<b>Veranstaltungsdatum</b>						▼
Veranstaltungsmanagement und laufende Abstimmung mit den Verantwortlichen und Kooperationspartnern	➔					

Die einzelnen Arbeitsschritte bauen somit aufeinander auf – inhaltlich und zeitlich. Neben dem Zeitpunkt der Veranstaltung ist auch der Zeitpunkt der Einladung entscheidend. Je nach Größe und Art der Veranstaltung sollte die **Einladung im Idealfall zwei Monate vorher** versandt werden.

## 2.2 Konzeptentwicklung

Unter Berücksichtigung des Budgets und der Zeitplanung ergibt sich das Konzept einer Veranstaltung wie vorab erläutert aus den Antworten auf die Fragen, **wer und was wie und warum mit der Veranstaltung erreicht werden soll**. Sinnvoll ist es, wenn Sie die drei Teilfragen in der dargestellten Reihenfolge beantworten:

Abbildung 2: Fragen der Veranstaltungskonzeption



## 1. Zielsetzung: Was soll warum erreicht werden?

Es gibt zahlreiche Zielsetzungen von Veranstaltungen, die zudem vielseitig kombinierbar sind. Folglich kann eine Veranstaltung auch eine Reihe von Zielsetzungen gleichzeitig erfüllen. Eine Konferenz beispielsweise kann sowohl der Wissensvermittlung als auch der Netzwerkarbeit dienen und zudem über Presseberichterstattung eine breitere Öffentlichkeit ansprechen, um so den Bekanntheitsgrad des Themas und/oder der Organisation zu erhöhen. Je nach Art und Größe der Veranstaltung lassen sich verschiedene Effekte erzielen. Je genauer Sie im Vorfeld festlegen, welches Ziel mit der Veranstaltung verfolgt wird, desto besser können Sie Ihre Veranstaltung planen und durchführen.

### Abbildung 3: Exkurs zur Öffentlichkeitswirksamkeit von Veranstaltungen

#### EXKURS: Öffentlichkeitswirksamkeit von Veranstaltungen

Veranstaltungen können den Bekanntheitsgrad von Themen und/oder Akteuren steigern, Interesse und Aufmerksamkeit wecken oder der Verbreitung von Informationen dienen. Eine Veranstaltung bietet die Möglichkeit, über Ihr Projekt und Ihr Konzept zu kommunizieren, Netzwerke zu knüpfen und letztlich eine breitere Öffentlichkeit über Ihre Arbeit im Allgemeinen und die Zielgruppe der Alleinerziehenden im Speziellen zu informieren und zu sensibilisieren. Zum einen ist es die direkte **Presseberichterstattung**, die zu einem steigenden Bekanntheitsgrad beitragen kann. Zum anderen ist es insbesondere der sogenannte **Multiplikator-Effekt**, der potenziell zu einer stärkeren öffentlichen Präsenz führen kann. Indem Teilnehmerinnen und Teilnehmer Ihrer Veranstaltung anschließend darüber berichten und ihre Eindrücke weitergeben, werden auch Inhalte und Namen indirekt verbreitet. Wenn Sie Vertreterinnen und Vertreter der Presse direkt zu Ihrer Veranstaltung einladen möchten, erfordert dies die Erstellung eines **Presseverteilers** und eine aktive **Ansprache**, die Sie nutzen sollten, um die Personen über **Ziele und Programm** zu informieren und damit von der Wichtigkeit bzw. Relevanz zu **überzeugen**. Auch am Tag der Veranstaltung sollten Vertreterinnen und Vertreter der Presse separat empfangen und betreut werden. Je nachdem, um welches Medium es sich handelt – also Fernsehen, Radio oder Printmedien, ob digital oder analog – ist die Presse auf bestimmte (technische) Voraussetzungen angewiesen. Neben z. B. Helligkeit und Akustik von Räumlichkeiten oder auch dem (repräsentativen) Bühnenbild kann es unter Umständen erforderlich sein, einen sogenannten Pressesplit bereitzustellen. Dieser ermöglicht den qualitativ hochwertigen Audiomitschnitt von Reden und Vorträgen.

Um Vertreterinnen und Vertreter der Presse davon zu überzeugen, an Ihrer Veranstaltung teilzunehmen und/oder darüber im Vorfeld und/oder im Nachgang zu berichten, sollten Sie sich fragen, **was Sie der Presse anbieten können**. Das Angebot persönlicher Interviews mit Teilnehmenden sowie mit Referentinnen und Referenten vor Ort oder auch die Bereitstellung von informativen Texten und Bildmaterial zur Veranstaltung sind Beispiele für eine aktive PR-Ansprache.

„Hinweise zur Presse- und Öffentlichkeitsarbeit“ im Allgemeinen, die sich auf die Pressearbeit im Rahmen einer Veranstaltung übertragen lassen, finden Sie im Downloadbereich der programmbegleitenden Webseite von „Gute Arbeit für Alleinerziehende“ unter <http://forum.gute-arbeit-alleinerziehende.de/downloads>.

Zielt Ihre Veranstaltung z. B. darauf ab, Alleinerziehenden in Ihrer Region einen Überblick über mögliche Unterstützungsangebote zu geben? Dann wäre eine Messe, auf der sich Anbieterinnen und Anbieter vorstellen können, ein passendes Format. Oder möchten Sie vielmehr einen fachlichen Austausch anregen? Dann müssen Sie sich fragen, worüber sich wer, warum und in welcher Form austauschen soll. Hier wäre eine Veranstaltung mit einleitenden Vortragsbeiträgen und anschließender Diskussionsrunde sicher ein guter Ausgangspunkt. Ist das primäre Ziel jedoch, die Bekanntheit Ihres Projekts zu steigern? Dann ist die Frage, wie und in welcher Form sich dies erreichen lässt. Darauf gibt es viele mögliche Antworten. Sie können Ihr Projekt z. B. anhand einzelner Biografien von Teilnehmerinnen und Teilnehmern vorstellen. Oder aber, indem Sie eine Netzwerkveranstaltung ins Leben rufen, im Rahmen derer verschiedene Projektträger zusammenkommen und ihre Erfahrungen austauschen können.



#### Abbildung 4: Zielsetzung: Vernetzung

### Vernetzung

- Die **Zusammenführung** verschiedener Akteure ermöglicht z. B. gegenseitige Hilfestellungen zwischen alleinerziehenden Eltern oder die Vermittlung von Anknüpfungspunkten zu wichtigen Ansprechpersonen der Weiterbildung und des Arbeitsmarktes.
- Der gezielte **Austausch** zwischen einzelnen Personen oder auch Institutionen bzw. Organisationen mit demselben fachlichen Hintergrund erlaubt den Teilnehmenden z. B. die Diskussion und Übertragung von guten Ansätzen aus der Praxis.
- Die daraus resultierende **Netzwerkarbeit** kann die Identifizierung von Faktoren zur Verbesserung der Lebens- und Arbeitssituation von Alleinerziehenden und entsprechenden Vorgehensweisen ermöglichen oder die Angebote verbessern und durch effiziente Kooperationsprozesse die Zielgruppe unterstützen.
- Die **Herstellung und Förderung persönlicher Kontakte und Beziehungen** kann auch und gerade für Menschen, die sich besonderen Herausforderungen ausgesetzt sehen, von großem Nutzen sein.
- Die **Vermittlung** von Informationen, Wissen, Erkenntnissen und Methoden kann der Fort- und Weiterbildung der Teilnehmenden dienen.
- **Fachkenntnisse** können erweitert und erneuert werden.

Abhängig vom Schwerpunkt sollte sowohl das **Format als auch der Titel der Veranstaltung** gewählt werden. Steht zum Beispiel die Präsentation von Produkten und Dienstleistungen oder auch von Organisationen im Mittelpunkt, so handelt es sich eher um eine Messe bzw. Ausstellung. Während eine Messe sich üblicherweise an ein mehr oder weniger homogenes Fachpublikum wendet, ist eine Ausstellung meist öffentlich zugänglich. Bei einer Tagung oder einem Kongress bildet wiederum die Vermittlung und Diskussion von Informationen den Schwerpunkt. Diese genannten Veranstaltungstypen können sich an eine Vielzahl von Adressaten wenden. Bei einem Symposium handelt es sich demgegenüber in der Regel um eine wissenschaftliche Fachtagung, zu der gezielt Fachexpertinnen und -experten eingeladen sind.

Eine Konferenz sowie ein Forum stellen hingegen ein Zusammenkommen bzw. eine Besprechung von Akteurinnen und Akteuren mit beispielsweise gleichen Funktionen oder Verantwortungen dar. Eine Konferenz kann daher auch die Besprechung bestimmter Teilnehmender im Rahmen einer ein- oder mehrtägigen Veranstaltung bedeuten. Ein Workshop (engl. für Werkstatt) zeichnet sich vor allem durch seinen interaktiven Charakter aus: Menschen kommen zusammen, um u. a. gemeinsam Strategien zu entwickeln, Probleme zu lösen oder voneinander zu lernen. Workshops dienen daher häufig mehr der Erarbeitung von Ergebnissen als der Diskussion oder Vermittlung bestimmter Inhalte. Grundsätzlich müssen Sie entscheiden, ob Ihre Veranstaltung **geschlossen oder öffentlich** sein soll. Diese Festlegung macht nicht nur konzeptionell, sondern auch organisatorisch einen entscheidenden Unterschied. Eine tabellarische Auflistung möglicher Formate finden Sie unter Punkt 4.2 im Anhang.

## 2. Zielgruppe: Wer muss teilnehmen, um die Zielsetzung zu erreichen? Wer soll erreicht werden?

Folglich stellt auch die Frage nach **potenziellen Teilnehmerinnen und Teilnehmern** eine wichtige und grundlegende Überlegung dar. Die Art, wie und warum die Teilnehmenden im Rahmen der Veranstaltung interagieren sollen, ist nur ein Beispiel für die zentrale Rolle, die Ihre Zielgruppe in der Konzeptionsphase einnehmen sollte. Alter, sozialer und beruflicher Hintergrund sowie der Grad an Homogenität bzw. Heterogenität der potenziellen Teilnehmergruppe sind weitere Faktoren, die konzeptionell berücksichtigt werden müssen, um die Erwartungshaltung Ihrer Gäste erfüllen zu können.

Auch die Auswahl und Darstellung von Informationen oder die Entscheidung für bestimmte Referentinnen und Referenten sollten im Hinblick auf die Adressaten der Veranstaltung getroffen werden. Ebenso sollten Sie an dieser Stelle entscheiden, welche zusätzlichen Methoden Sie einsetzen möchten. Die Berücksichtigung von Vorkenntnissen sowie gewissen „kulturellen“ Aspekten der Gäste gewährleistet, dass Sie mit Ihrer Veranstaltung die gewünschten Ziele erreichen. Gerade bei einem interaktiven Veranstaltungstyp ist die Form der **Mobilisierung und Motivierung der Zielgruppe** sehr wichtig und beginnt bereits bei der Gestaltung der Einladung sowie anderer informativer und organisatorischer Unterlagen (wie z. B. Tagungsmappen, Namensschilder, Stellwände).

Meist richten sich Veranstaltungen nicht nur an eine Zielgruppe. Insbesondere dann, wenn sich die Zielsetzungen, der Kontakt und Austausch oder auch die Diskussion auf ein bestimmtes Thema beziehen, ist es folgerichtig, dass verschiedene Personengruppen zusammenkommen. Dazu macht es einen Unterschied, wenn zu diesen Personengruppen sinnvollerweise auch Politikerinnen und Politiker, Projektträger, Betroffene oder die breite Öffentlichkeit gehören. Fragen Sie sich also immer, wer sich für Ihr geplantes Thema interessieren bzw. einen interessanten Beitrag leisten könnte und wer von der Veranstaltung profitieren oder von wessen Teilnahme wiederum die Veranstaltung profitieren könnte. Nicht zuletzt können Sie überlegen, welche Personengruppe ein interessanter Akteur sein könnte, auch ohne einen unmittelbaren Bezug zum Thema oder zur Zielsetzung aufzuweisen.

Um Antworten auf die Fragen nach **Zielsetzung und Zielgruppe** zu finden, kann es sinnvoll sein, schon während der Konzeptionsphase mit anderen Ansprechpartnerinnen und -partnern sowie Organisationen zusammenzuarbeiten. Anhand solch einer Art Bedarfserhebung können Sie sicherstellen, dass alle weiteren konzeptionellen und organisatorischen Schritte in enger Anlehnung an die Bedürfnisse und Erwartungen der potenziellen Teilnehmerinnen und Teilnehmer erfolgen. Sollte Ihre Veranstaltung in (fester) Kooperation mit anderen Akteurinnen und Akteuren geplant sein, ist eine Diskussion der gemeinsamen Zielsetzungen für eine erfolgreiche Zusammenarbeit und Organisation unverzichtbar. Auch die Orientierung an ähnlichen bereits (erfolgreich) durchgeführten Veranstaltungen kann hilfreiche Ideen und Ansätze bieten.

## 3. Wie soll bzw. kann die Zielgruppe am besten erreicht werden?

Wichtiger als die „Namensgebung“ ist die gewählte **Methodik** für die Veranstaltung. Methodik bezeichnet im Veranstaltungsmanagement die Bestimmung der Art und Weise, wie Inhalte vermittelt, Teilnehmerinnen und

Teilnehmer angesprochen oder auch Ergebnisse präsentiert werden. Dazu gehören sowohl audiovisuelle als auch interaktive Vorgehensweisen.

Erhoffte Ergebnisse der Veranstaltung sowie die adressierte Zielgruppe gehen **der Wahl des Veranstaltungsformats** und somit des **Veranstaltungstitels** voraus.

Je nachdem, welche Ziele Sie verfolgen bzw. welche Zielgruppe Sie zur Teilnahme und Beteiligung motivieren wollen, werden Sie sich für oder gegen die Anwendung bestimmter Methoden entscheiden. Ob sich beispielsweise Open Space-Formate, Fokusgruppen oder andere interaktive Elemente eignen, ist eine der zentralen Entscheidungen, die im Rahmen der konzeptionellen Phase getroffen werden müssen.

Prinzipiell lässt sich dabei zwischen klassischen **Veranstaltungsmethoden** und **Workshopmethoden** unterscheiden. Erstere eignen sich insbesondere bei Veranstaltungsformaten, bei denen Informations- und Wissensvermittlung im Vordergrund steht. Eine Möglichkeit stellen dabei Vorträge in Form von Impulsreferaten, Reden oder auch Grußworten dar. Diese können zur reinen Informationsvermittlung, als Einführung in eine Thematik oder auch zur Darstellung von bestimmten Diskussionspunkten dienen. Entscheidend ist sowohl der Inhalt des Redebeitrags als auch die Art und Weise, in der vorgetragen wird. Die Auswahl der Redebeiträge, ihre inhaltliche Ausrichtung, die Art der Präsentation als auch die Reihenfolge der Redebeiträge sind Punkte, die Sie in Anlehnung an Ihre Zielsetzungen entscheiden sollten.

Im Gegensatz zu dem Format des Redebeitrags dient das **Podium** dem interaktiven Austausch mehrerer Personen über eine bestimmte Fragestellung bzw. der Gegenüberstellung unterschiedlicher Ansichten. Klassischer Weise stellt das Podium eine Diskussionsrunde mit mehreren Teilnehmerinnen und Teilnehmer vor einem größeren Publikum dar. Die Podiumsdiskussion kann, muss aber nicht notwendigerweise moderiert sein. Eine Moderation kommt bei dieser Veranstaltungsmethode häufig zur Anwendung, um die Diskussion gezielter zu leiten bzw. die Beantwortung vorab festgelegte Fragestellungen in einer Art Interviewsituation zu ermöglichen. Dem Publikum kann die Gelegenheit gegeben werden, den Podiumsteilnehmenden Fragen zu stellen oder auch Anmerkungen zur Diskussion zu machen.

**Workshops** ermöglichen die Arbeit in Kleingruppen. Ob es sinnvoll ist, die Teilnehmenden in Kleingruppen zu unterteilen und nach welchen Kriterien Sie die Teilnehmerschaft einteilen, sollte davon abhängen, welche Zielsetzungen Sie mit der Gruppenarbeit verfolgen. Workshops können analog zu den klassischen Methoden der Wissensvermittlung, dem Erfahrungsaustausch oder der Vernetzung unter den Teilnehmenden dienen. Im Gegensatz zu den oben beschriebenen Methoden eignen sie sich jedoch insbesondere für z. B. die Erarbeitung von Ergebnissen.

Je nach Zielsetzungen stehen Ihnen eine Reihe von möglichen Ausgestaltungen zur Verfügung: Die **Atom-Molekül- bzw. Gruppenpuzzle-Methode** z. B. dient primär dem Erfahrungsaustausch. Ein relativ großer Kreis an Teilnehmenden wird zu Beginn in kleinere Gruppen bzw. in Paare unterteilt. Diese tauschen sich zu einer bestimmten Thematik oder Problemstellung aus. Nach Ablauf einer bestimmten Zeit finden sich die Kleingruppen mit anderen zusammen und bilden so eine immer größer werdende Diskussionsgruppe. Abschließend fassen die so entstanden Gruppen ihre Ergebnisse zusammen. Eine weitere Methode ist das **World-Café**, welche sich besonders für einen relativ homogenen Kreis an Teilnehmenden und beispielsweise zu deren Vernetzung anbietet. An sogenannten Thementischen kommen die Teilnehmenden in einer konstruktiven Gesprächssituation zusammen, um gemeinsam z. B. neue Perspektiven, Denkansätze oder Handlungsoptionen zu entwickeln. Dazu werden in einem Raum mehrere Tische für vier bis acht Personen arrangiert, die jeweils durch eine sogenannte Gastgeberin bzw. einen Gastgeber moderiert und geleitet werden. Zu Beginn führt die Moderation in Arbeitsweise und Ablauf am jeweiligen Tisch ein. Anschließend werden die Fragestellungen in aufeinanderfolgenden Gesprächsrunden von 15 bis 30 Minuten bearbeitet. Zum Abschluss der jeweiligen Gesprächsrunden werden die Ergebnisse zusammengefasst und reflektiert. Während die Gruppen so von Tisch zu Tisch wechseln, verbleibt die Gastgeberin bzw. der Gastgeber an dem Tisch, um die neuen Gruppen zu empfangen und einzuführen. Die Einführung sollte im Verlauf der Methode eine kurze Darstellung der mit anderen Gruppen diskutierten Punkte enthalten.

Bei der Wahl und Ausgestaltung Ihrer Methoden sollten Sie immer die Inhalte und Zielsetzungen Ihrer Veranstaltung im Auge behalten. Besonders wichtig ist es, den Ablauf genau festzulegen und den Teilnehmenden Zielsetzungen und Vorgehen möglichst unmissverständlich zu vermitteln. Oftmals bieten sich Kombinationen mehrerer Methoden an, um die Veranstaltung möglich abwechslungsreich zu gestalten. Eine kleine Zusammenstellung der oben erläuterten und weiteren **Veranstaltungsmethoden** finden Sie im Anhang unter Punkt 4.3.

Aus der Betrachtung von Zielsetzung und Zielgruppe sowie der Auswahl von Methoden ergeben sich verschiedene mögliche Kombinationen bezüglich der Ausrichtung und des Formats von Veranstaltungen.

**Abbildung 5: Mögliche Veranstaltungstypen**

Zielsetzung	Zielgruppe	Ausrichtung	Methoden	Format
Information und Erfahrungsaustausch	Breite Öffentlichkeit	Öffentlich	Podium	<b>Konferenz Forum</b>
Wissensvermittlung	Fachpublikum	Öffentlich	Vortrag	
Vernetzung	Praktiker/-innen	Geschlossen	World-Café	
Bundes- oder landesweiter Fokus	Fachpublikum	Öffentlich	Vortrag	<b>Tagung</b>
Mit lokalen Kooperationspartnern	Praktiker/-innen	Geschlossen	World-Café	
Wissenschaftlicher Austausch	Experten/Expertinnen und Wissenschaftler/-innen	Öffentlich oder geschlossen	Podium	<b>Symposium</b>
Vernetzung	Interessierte Öffentlichkeit	Öffentlich	Vortrag	<b>Ausstellung</b>
Information und Vermittlung	Fachpublikum	Geschlossen		<b>Messe</b>
Vernetzung und Information	Projektträger/-innen; Projektmitarbeiter/-innen	Geschlossen	Atom-Molekül-Methode	<b>Erfahrungsaustausch</b>
Vernetzung und Information	Projektteilnehmer/-innen	Geschlossen		

**Checkliste zur Konzeption einer Veranstaltung:**

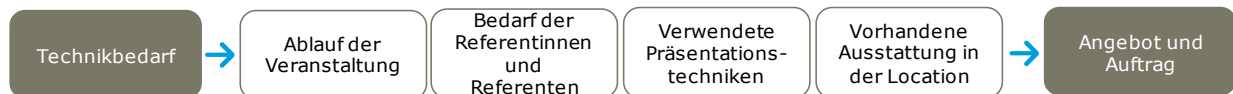
<b>VORGEHEN</b>	
<b>Checkliste Veranstaltungskonzeption</b>	✓
Bestimmung der Zielsetzungen (ggf. unter Einbezug relevanter Partner und Akteure)	
Bestimmung der Zielgruppe (ggf. unter Einbezug relevanter Partner und Akteure)	
Bestimmung des methodischen Formats unter Berücksichtigung der Zielsetzungen und der Zielgruppe	
Festlegung des budgetären Rahmens (Obergrenze)	
Aufstellung eines Zeitplans, vor allem Tag bzw. Datum der Veranstaltung und Zeitpunkt der Einladung (ggf. Bestimmung von Name und Titel der Veranstaltung)	

### 3. VERANSTALTUNGSORGANISATION

Die Organisation innerhalb des Veranstaltungsmanagements folgt im Anschluss an die grundsätzliche Klärung konzeptioneller und strategischer Fragen. Generell gliedert sich diese Phase in drei verschiedene Teile: Die **Vorbereitung** umfasst alle wesentlichen Schritte der Organisation und Umsetzung, während die **Durchführung** den Tag und genauen Ablauf der Veranstaltung betrifft. Die **Nachbereitung** beinhaltet wiederum je nach Zielsetzung und Umfang der Veranstaltung z. B. die Erstellung und den Versand einer Dokumentation oder die Verbreitung der Ergebnisse in anderer Form wie etwa über das Internet und/oder eine gezielte Presseberichterstattung.

Nicht alle Aufgaben der Veranstaltungsorganisation lassen sich nur einem dieser drei Teile zuordnen. Der bereits in der Konzeptionsphase erstellte **Zeitplan** sollte auch alle Teilaspekte bzw. Phasen der Organisation umfassen. Ausgehend vom Datum der Veranstaltung sollten Sie vor allem die Zeitpunkte eintragen, an denen bestimmte Aufgaben erledigt sein sollten. Insbesondere ist dabei die Reihenfolge der Aufgaben zu beachten:

Die **Organisationsphase** gliedert sich in Aufgaben, die vor, bei und nach der Veranstaltung erfolgen müssen. So ergeben sich Vorbereitung, Durchführung und Nachbereitung. Die Aktualisierung des **Zeitplans** und der **Kostenkalkulation** erfolgt fortlaufend.



So kann beispielsweise ein Angebot einer Technikfirma erst dann eingeholt werden, wenn der Bedarf ermittelt ist. Ebenso kann der Auftrag für Einladungen an die Druckerei nur erteilt werden, wenn die Einladung inhaltlich und grafisch ausgearbeitet und abgenommen wurde. Auch können Tagungsunterlagen oder Namensschilder in der Regel erst erstellt werden, wenn die Anzahl der Gäste sowie Inhalt und Format der Tagungsunterlagen feststehen.

Eine **kontinuierliche Aktualisierung des Zeitplans** sichert die Qualität Ihrer Vorbereitungen und letztlich Ihrer Veranstaltung. Die zunächst grobe Zeitplanung sollte daher immer wieder verfeinert und vervollständigt werden. Ebenso sollte mithilfe einer regelmäßig überprüften Kostenkalkulation das **Budget fortlaufend aktualisiert** werden.

In der Regel erfüllt die eigentliche Veranstalterin oder der Veranstalter nicht alle Aufgaben bzw. Aufgabenbereiche selbst. Neben zusätzlichem externen Personal, beispielsweise für Garderobe oder Empfang, nimmt die Anfrage und Beauftragung **externer Dienstleister** eine zentrale Rolle in der Vorbereitungsphase einer Veranstaltung ein. Die Einbindung externer Dienstleistungen bringt wiederum eine Reihe sogenannter **Deadlines** mit sich. Diese geben schließlich die genauen Zeitpunkte der Entscheidungsfindung und nötigenfalls Abstimmung vor.

Je nach Einladungsumfang und -format ergeben sich zum Beispiel unterschiedliche Lieferzeiten. Soll die Einladung zu einem bestimmten Zeitpunkt versandt werden, gilt es den von der Druckerei angemeldeten Zeitbedarf (inklusive der Überprüfung eines Probedrucks) zu berücksichtigen und die Daten entsprechend frühzeitig zur Verfügung zu stellen.

Parallel zum allgemeinen Zeitplan sollte auch ein sogenannter **Ablaufplan der Veranstaltung** erstellt und geführt werden. Während der Zeitplan die gesamte Vorbereitungs-, Durchführungs- und Nachbereitungsphase gliedert, regelt der Ablaufplan nur die Veranstaltung an sich. Hier können Sie alles eintragen, was am Tag der Veranstaltung zu einem bestimmten Zeitpunkt passieren oder bereits erfolgt sein muss. Mehr zum **Ablaufplan** einer Veranstaltung finden Sie unter Punkt 3.1.

Außerdem sollte jedes extern angeforderte Angebot, das von Ihnen angenommen und bestätigt wird, nicht nur mit den Kosten und einer kurzen Leistungsbeschreibung, sondern auch mit den Zahlungsmodalitäten der externen Dienstleister in Ihre Kostenkalkulation eingetragen werden.

**Abbildung 6: Beispiel für eine Kostenkalkulation**

	Kostenpunkt	Leistung	Kosten (Netto)	Kosten (Brutto)	Dienstleister	Bemerkungen	Zahlungsmodalitäten
<b>1.</b>	<b>Veranstaltungsort</b>	Eintägige Pauschale inkl. Reinigung und Versicherung	6.000,00	<b>7.140,00</b>	<b>Location</b>	inkl. Garderobe (ohne Personal), Foyer, Bestuhlung (Stuhlkreihen) für max. 350 Personen	Rechnung nach Abschluss der Veranstaltung
1.1	Raummiete	Atrium I, II und Lichthof	3.600,00	<b>4.284,00</b>	Location	620 qm; 250 - 450 Personen Reihenbestuhlung	
1.2	Raummiete	Atrium III	330,00	<b>392,70</b>	Location	65 qm; 1. OG; 45 Personen Reihenbestuhlung	
1.3	Raummiete	Atrium IV und V	800,00	<b>952,00</b>	Location	Cateringfläche	
1.4	Raummiete	Köpenick und Kreuzberg	660,00	<b>785,40</b>	Location	je 80 qm; 3. OG; 60 Personen Reihenbestuhlung	
1.5	Raummiete	Friedrichshain	330,00	<b>392,70</b>	Location	80 qm; 3. OG; 70 Personen	
<b>2.</b>	<b>Catering</b>						
2.1	Komplette Verpflegung	Essen und Trinken für 350 Gäste	13.270,00	<b>15.791,30</b>	<b>Catering</b>	inkl. Personal, Equipment, Auf- und Abbau	30% 14 Tage vor Veranstaltung; 70% Rechnung nach Abschluss der Veranstaltung
<b>3.</b>	<b>Personal</b>						
3.1	Garderobe	2 Mitarbeiter/innen	400,00	<b>476,00</b>	<b>Location</b>	25 Euro/Stund; 10:00 bis 18:00 Uhr	Rechnung nach Abschluss der Veranstaltung
3.2	Fotograf	ganztägige Dokumentation	580,00	<b>690,20</b>	<b>Fotograf</b>	inkl. umfangreiche, digitale Fotografie (Bilddaten: 11 bzw. 12 Mio. Pixel, 300 dpi Druckdaten); Nachbereitung der Bilddaten, Verbrauchsmaterial, Datenträger; Anlieferung der Bilddaten (CD-R oder DVD); Uneingeschränkte Übertragung der Bildrechte (Vorbehaltlich möglicher Persönlichkeitsrechte der abgebildeten Personen); An- und Abfahrten	Rechnung nach Abschluss der Veranstaltung
3.3	Moderation	An-, Ab- und Zwischenmoderation des Plenums	1.900,00	<b>2.261,00</b>	<b>Moderator</b>	inkl. inhaltlicher Vorbereitung und 2 Stunden Abstimmungstreffen	100% 14 Tage vor Veranstaltung
3.4	Fachmoderation WS 1	Moderation des WS 1	400,00	476,00	WS 1	inkl. inhaltlicher Vorbereitung und Abstimmung sowie Erstellung Powerpointpräsentation	Rechnung nach Abschluss der Veranstaltung
	Fachmoderation WS 2	Moderation des WS 1	300,00	357,00	WS 2	inkl. inhaltlicher Vorbereitung und Abstimmung sowie Erstellung Powerpointpräsentation	Rechnung nach Abschluss der Veranstaltung
	Fachmoderation WS 3	Moderation des WS 1	300,00	357,00	WS 3	inkl. inhaltlicher Vorbereitung und Abstimmung sowie Erstellung Powerpointpräsentation	Rechnung nach Abschluss der Veranstaltung
3.4.1	Reisekostenpauschale WS 1	An- und Abreise	250,00	250,00	DB	keine Hotelübernachtung	per Beleg
	Reisekostenpauschale WS 2	An- und Abreise	250,00	250,00	DB	keine Hotelübernachtung	per Beleg
<b>4.</b>	<b>Drucksachen</b>						
4.1	Namensschilder	350 Namensschilder	250,00	<b>297,50</b>	<b>Name</b>	inkl. Einleger und Anstecker	per Beleg
<b>5.</b>	<b>Technik</b>						
5.1	Technik	Komplettausstattung	10.455,00	12.441,45		inkl. Personal (Auf- und Abbau), Flatscreens, Beschallung und Beleuchtung	Rechnung nach Abschluss der Veranstaltung
<b>TOTAL</b>			40.075,00	<b>47.594,25</b>			

### 3.1 Vorbereitung

Die **Vorbereitungsphase** einer Veranstaltung umfasst die detaillierte Ausarbeitung des Konzepts. Fragen nach Inhalt, Format, Ablauf und Methode müssen nun Schritt für Schritt genauer beantwortet und in Form eines **Programms** festgehalten werden. Die sich daraus ergebenden Aufgaben werden in einzelne Arbeitsschritte aufgeteilt. Generell sollten Sie davon ausgehen, dass die Vorbereitungsphase einer Veranstaltung viel **Flexibilität** erfordert.

In Inhalt, Format und Methodik sollte das Programm vor allem auch für die **externe Ansprache** geeignet sein. Auf diese Weise kann das Programm nicht nur in die Einladung übernommen werden, sondern auch Vertreterinnen und Vertretern der Presse, möglichen Referentinnen und Referenten sowie anderen extern Beteiligten wie z. B. Dienstleistern zur Verfügung gestellt werden. Im Prinzip ist das Programm damit Aushängeschild Ihrer Veranstaltung. Deshalb sollten Sie neben den Inhalten vor allem der **grafischen Darstellung** besondere Aufmerksamkeit schenken.

Der erste und zentrale Schritt der Vorbereitung einer Veranstaltung ist das **Programm**. Erst wenn Ort, Datum und Ablauf feststehen, kann das Programm als **Einladung** und Planungsinstrument eingesetzt werden.

**Übersichtlichkeit** und **Vollständigkeit** sollten durch **ansprechende Texte und Bilder** umgesetzt werden. Zudem können Sie hier bereits **Kontakt Daten** und **Logos** Ihrer Organisation sowie eventuell beteiligter Kooperationspartner strategisch platzieren.

Um das Veranstaltungsprogramm zu vervollständigen, müssen viele Details bereits entschieden sein. Es sollte neben dem zeitlichen Ablauf vor allem auch Personen, Inhalte und Methoden ausweisen. Bevor die externe Kommunikation und Ansprache potenzieller Teilnehmerinnen und Teilnehmer unter

Verwendung des Programms als Einladung beginnen kann, muss außer dem **Zeitpunkt** der Veranstaltung auch der **Veranstaltungsort** feststehen.

### 3.1.1 Veranstaltungsort recherchieren und buchen

Auf Basis des Konzepts müssen weiterhin die wichtigsten **Anforderungen an den Veranstaltungsort** bestimmt worden sein. Erst dann sollte die Recherche und Buchung des Veranstaltungsortes beginnen. Wichtige Anforderungen können die Anzahl der Räume, die Lage und Atmosphäre oder auch die vorhandene technische Ausstattung sein. Wird ein externer Veranstaltungsort angefragt, ist es in der Regel unabdingbar, diesen persönlich zu besichtigen. Sollte die technische Ausstattung und/oder das Catering nicht aus einer Hand angeboten werden, ist es sinnvoll, auch den Ansprechpersonen der Technikfirma und/oder des Caterings (sowie bei Bedarf dem Fotografen/der Fotografin oder zusätzlichem externen Personal) die Möglichkeit zu geben, sich den Veranstaltungsort anzuschauen, um ihr Angebot bzw. die Umsetzung besser an die örtlichen Gegebenheiten anpassen zu können.

Üblicherweise erfolgt die Buchung des Veranstaltungsortes in zwei Schritten. Veranstaltungsorte können in der Regel als **Option** reserviert werden. Es ist dann zu erfragen und in den Zeitplan einzutragen, bis wann die Reservierung bestätigt bzw. abgesagt werden muss. Häufig fallen ab einem bestimmten Zeitpunkt Kosten an, sollte der Veranstaltungsort reserviert, aber nicht gebucht worden sein. Bezüglich der **Angebotsleistung** sollten Sie neben der Raummiete, die oft in Tagespauschalen berechnet wird, auch auf Punkte wie Ausstattung und Personal achten. Ob diese bereits im Angebot enthalten sind oder zusätzlich berechnet werden, kann einen erheblichen Preisunterschied ausmachen und ggf. bedeuten, dass Sie zusätzliches Personal buchen oder weitere Ausstattungselemente anmieten müssen. Und obwohl Leistungen wie etwa Versicherungsschutz oder die Reinigung der Räumlichkeiten obligatorisch gezahlt werden müssen, sind diese oft nicht im Mietpreis inklusive. Auch eventuell anstehende Fragen der Sicherheit, die sich beispielsweise auf die Zufahrtswege, Sanitäter/-innen und/oder Sicherheitspersonal beziehen, sollten Sie mit den Verantwortlichen des Veranstaltungsortes im Einzelnen vor Vertragsunterzeichnung besprechen.

### 3.1.2 Einladungsmanagement

Von besonderer Bedeutung im Rahmen der Vorbereitung einer Veranstaltung ist das **Einladungsmanagement**. Zur Komplettierung Ihrer Gästeliste können Sie auch externe Vorschläge einholen – beispielsweise von Multiplikatorinnen und Multiplikatoren oder Vertreterinnen und Vertretern von Verbänden und Vereinen der Zielgruppe.

Im Idealfall stehen zum Versand der Einladungen bereits alle Informationen fest, die potenzielle Teilnehmende interessieren und somit zur Teilnahme motivieren könnten. Insbesondere bei Veranstaltungen, die dem Wissensaufbau oder -transfer dienen, sind dafür inhaltliche Eckdaten erforderlich. Neben einer **Kurzbeschreibung der Zielsetzung** Ihrer Veranstaltung sind hier vor allem **mögliche Referentinnen und Referenten** mit ihren Themenschwerpunkten von Interesse. Auch wenn das Programm noch nicht abschließend feststeht und/oder nicht mit den Einladungen versandt wird, so liegen der Einladung doch im Prinzip bereits detailliert beschriebene Programminhalte zugrunde. Folgende **Informationen** sollten Sie unbedingt in der Einladung kommunizieren:

- Inhalt und Zielsetzung
- Titel bzw. Name der Veranstaltung
- Veranstaltungsort,-zeit und -dauer
- Kontaktdaten (evtl. mit Rückmelde-Informationen)
- Fakten über Veranstalter und Kooperationspartner (evtl. mit Logos)

Optional können Sie den potenziellen Teilnehmenden Informationen zur Anreise und/oder Übernachtungsmöglichkeiten zur Verfügung stellen. Falls es sich um eine geschlossene Veranstaltung handelt, muss die Einladung auf die „Anmeldepflicht“ hinweisen und den Zeitpunkt der Rückmeldung deutlich nennen. Vor allem sind die eingerichteten Antwortmöglichkeiten (z. B. per Fax, E-Mail, telefonisch,

schriftlich) eindeutig auszuweisen. Im Anhang finden Sie unter Punkt 4.4 mögliche Textbausteine für eine **Einladung**.

Die für den Erfolg einer Veranstaltung wichtigste und oft auch zeitaufwendigste Aufgabe ist die Erstellung eines **Adressverteilers**. Dieser dient nicht nur der **Einladung**, sondern auch der **Rücklaufkoordination** und der Vorbereitung von Tagungsunterlagen und **Namensschildern**.

Parallel zu dem Entwurf und ggf. der Abstimmung des Einladungstextes sowie zum Aufbau und Design der Einladung müssen Sie

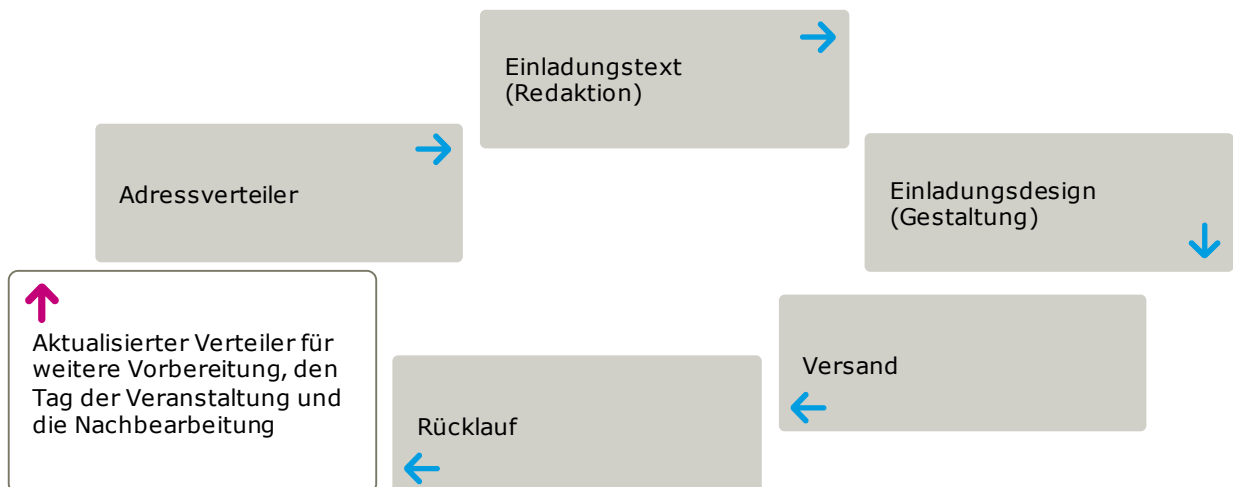
einen **Adressverteiler** erstellen. Ihre Auswahl potenzieller Teilnehmender basiert dabei auf den konzeptionellen Fragen nach Zielsetzung und Zielgruppe. Ein Einladungsverteiler sollte alle nötigen und aktuellen Informationen enthalten (Titel, Name, Vorname, Adresse, E-Mail, Funktion bzw. Position, Institution, etc.). Idealerweise sollten Sie diese Daten in eine Excel-Liste eintragen, und zwar in der Form, dass jedes Kriterium eine eigene Spalte erhält. Eine so aufgebaute und sorgfältig geführte Liste ermöglicht es Ihnen, die Informationen für den **Versand der Einladung** auch weiterhin zu verwenden. Sowohl Serienbriefe als auch Faxe können automatisch auf diese Informationen in Spaltenform zurückgreifen. Auch ein elektronischer Versand kann über eine solche Excel-Datei zuverlässig und ohne großen Aufwand erfolgen. Der Adressverteiler dient Ihnen gleichzeitig als Vorlage für den **Rücklauf**, da Sie hier die Zu- und Absagen eintragen und bei Bedarf auch teilnehmerbezogene Bemerkungen aufnehmen können – falls ein potenzieller Gast sich beispielsweise noch nicht entschieden oder die Einladung an eine Kollegin bzw. einen Kollegen weitergeleitet hat. Ebenso können Sie die Vorlage zur Erstellung von Namensschildern verwenden.

**Abbildung 7: Beispielseiten für kostenlose Software im Internet**

AVERY (Materialbestellung)	<a href="http://www.avery-zweckform.com/avery/de_de/Ideen-und-Anwendungen/Organisations-Talent/Home.htm?cmp_id=search-google-organisationstalent-d-namensschilder-10253025344">http://www.avery-zweckform.com/avery/de_de/Ideen-und-Anwendungen/Organisations-Talent/Home.htm?cmp_id=search-google-organisationstalent-d-namensschilder-10253025344</a>
HERMA (Software)	<a href="http://www.herma.de/de/de/buero-und-zuhause/gratis-software.html">http://www.herma.de/de/de/buero-und-zuhause/gratis-software.html</a>
SOFTONIC (Software)	<a href="http://www.softonic.de/s/namensschilder-drucken-software">http://www.softonic.de/s/namensschilder-drucken-software</a>

Für den Versand von Einladungen oder die Erstellung von Namensschildern gibt es eine Reihe von Vorlagen in Form von Dokumenten und Software, die Sie im Internet kostenlos herunterladen können. Einige Beispiele finden Sie in der oben stehenden Auflistung.

**Abbildung 8: Schritte des Einladungsmanagements**





Mit einem aktuell und sorgfältig geführten Adressverteiler können Sie im weiteren Verlauf der Vorbereitung vor allem die genaue Anzahl der angemeldeten Personen verfolgen und damit den Rücklauf hinsichtlich der Kapazitäten und Kosten kontinuierlich überprüfen. Dieser kann von Veranstaltung zu Veranstaltung stark variieren. Erfahrungswerte zeigen, dass sich etwa fünfzig bis siebzig Prozent der Eingeladenen anmelden. Es ist aber immer damit zu rechnen, dass auch Teilnehmende erscheinen, die abgesagt oder sich gar nicht zurückgemeldet haben. Genauso können Sie davon ausgehen, dass einige der Gäste, die sich angemeldet haben, nicht teilnehmen. Eine regelmäßige Überprüfung des Rücklaufs ermöglicht es Ihnen folglich, sich auf die zu erwartende Anzahl an Gästen frühzeitig einzustellen und eventuell gegenzusteuern. Dies betrifft sowohl einen zu hohen als auch einen zu niedrigen Rücklauf. Falls der Zeitplan dies zulässt, kann im Fall einer zu geringen Anzahl von Anmeldungen auch der Adressverteiler erweitert und eine erneute „Einladungswelle“ initiiert werden.

### 3.1.3 Verpflegung

Art und Umfang der Verpflegung variieren je nach Größe und Format Ihrer Veranstaltung. Wenn Sie eine ganztägige überregionale Veranstaltung planen, sollte die Verpflegung sowohl Frühstück als auch Mittagessen sowie eventuell Kaffee und Kuchen am Nachmittag umfassen. Handelt es sich jedoch um eine halbtägige Veranstaltung, reduziert sich die Anzahl der **Pausen mit Verpflegung**.

Nicht nur eine **Menü-Auswahl**, die auch immer vegetarische Gerichte enthalten sollte, sondern auch Personalbedarf, Mobiliar und auf Wunsch Dekoration, Auf- und Abbau sowie wenn nötig Anlieferung und Abholung von zusätzlichem Equipment gehören zu einem Cateringangebot. Auf Basis dieser Bestandteile sollten Sie nach genauer Absprache einen ersten Kostenvoranschlag einholen. Mögliche Änderungen, die sich auch nach der Angebotserteilung ergeben können, sollten Sie unbedingt schriftlich festhalten.

Auch wenn Sie im Rahmen Ihrer Veranstaltung keine Verpflegung anbieten, sollten Sie Pausen zum Essen einplanen und den Teilnehmenden dafür Möglichkeiten im unmittelbaren Umfeld des Veranstaltungsortes benennen. Hier kann es je nach Größe der Veranstaltung und kulinarischem Angebot sinnvoll sein, sich schon im Vorfeld mit den jeweiligen Restaurants in Verbindung zu setzen und die entsprechenden Plätze zu reservieren.

### 3.1.4 Technische Ausstattung

Auch der technische Bedarf bzw. die benötigte Ausstattung ergibt sich auf Basis des Konzepts und der konkreten Programminhalte. Neben dem Angebot möglicher Übertragungsmedien gehört dazu auch die Bereitstellung sowohl einer ausreichenden Bestuhlung als auch von Moderationsmaterialien (z. B. Metaplanwände) und Veranstaltungstechnik (z. B. Mikrofone, Leinwände, Plasmabildschirme). Um den **technischen Bedarf** verbindlich zu bestimmen, ist es am besten, wenn Sie Ihre Veranstaltung gemeinsam mit Ihrem Team und auch den extern Beteiligten gedanklich Schritt für Schritt durchgehen. Sollte die Veranstaltung mit einem Vortrag beginnen, muss geprüft werden, ob die Referentin oder der Referent eine Powerpoint-Präsentation oder eine andere Technik dafür nutzt. Dementsprechend wird zur Leinwand ein Beamer (Projektor) bzw. ein Laptop benötigt, auf den die Präsentation bereits aufgespielt ist oder über einen USB-Stick übertragen werden kann, sowie eventuell eine Fernbedienung. Anschließend ist ebenfalls mit allen Verantwortlichen im Einzelnen zu entscheiden, wo beispielsweise der Beamer hängen wird, welche Art Mikrofon für diese Veranstaltung sinnvoll ist (Ansteck- oder Handmikrofone) und in welcher Reihenfolge die Präsentationen stattfinden sollen. In ähnlicher Weise können Sie die **Ausstattung** ermitteln. Die Anzahl für Tische, Stühle, Namensschilder und Tagungsunterlagen ergibt sich analog zur erwarteten Gästezahl. Je nachdem, welche Einrichtung bereits am Veranstaltungsort zur Verfügung steht, müssen unter Umständen zusätzliche Stühle, Empfangs-counter oder Garderobenständer in Auftrag gegeben werden.

Der **Bedarf und Umfang externer Dienstleistungen** wie u. a. Catering und Technik sowie die sonstige Ausstattung ergeben sich, indem die Veranstaltung gedanklich Schritt für Schritt durchgegangen wird.

Die Ermittlung des technischen Bedarfs und der Ausstattung erfordert somit einen **detaillierten Ablaufplan der Veranstaltung** und viel „Liebe zum Detail“. Alle Schritte und Abfolgen der Veranstaltung sollten Sie darin schriftlich als eine Art Regieanweisung festhalten. Dieser Ablaufplan sollte allen Beteiligten spätestens am (ersten) Tag der Veranstaltung zur Verfügung stehen und im besten Fall auch Zuständigkeiten, Ansprechpersonen und Mobilnummern auf einen Blick enthalten – sowie letztlich alle einzelnen Tätigkeiten, die zu bestimmter Zeit erfüllt sein müssen, um das Gelingen der Veranstaltung zu gewährleisten.

**Checkliste zur Vorbereitung der Veranstaltung:**

<b>VORGEHEN</b>	
<b>Checkliste Vorbereitung der Veranstaltung</b>	✓
Erstellung und laufende Aktualisierung eines detaillierten Zeitplans (inklusive Entscheidungsfindung und eventueller Abstimmung)	
Erstellung und laufende Aktualisierung einer detaillierten Kostenkalkulation (inklusive Zahlungsmodalitäten und einer kurzen Leistungsbeschreibung; fortlaufende Budgetkontrolle)	
Angebot und Buchung des Veranstaltungsortes (Auswahl des Veranstaltungsortes und Festlegung des Veranstaltungszeitpunktes)	
Einladungsmanagement (Erstellung, Versand und Rücklauf)	
Angebot und Beauftragung externer Dienstleister (z. B. Catering, Technik, Fotograf/-in, sonstige Ausstattung)	
Erstellung, Abstimmung und Verteilung des Ablaufplans	
Eventuell Erstellung von Namensschildern, Tagungsunterlagen, Präsentationen, Informationsmaterialien, etc.	

**3.2 Durchführung**

Die Durchführung einer Veranstaltung umfasst alle Aufgaben, die am Tag des Stattfindens übernommen werden müssen. Für einen reibungslosen Ablauf ist es sehr wichtig, dass eine Person aus Ihrem Projektteam die **Verantwortung und Leitung der Veranstaltung** übernimmt. Diese Person ist für die Überprüfung und Koordinierung aller Bestandteile der Veranstaltung sowie aller im Vorfeld vereinbarten Leistungen verantwortlich. Bei keiner Veranstaltung läuft alles nach Plan – so gut Vorbereitung und Planung auch gewesen sein mögen. Daher sind klare Zuständigkeiten erforderlich, um eine reibungslose Umsetzung auch kurzfristiger Änderungen zu gewährleisten.

Ein detaillierter **Ablaufplan** mit Zuständigkeiten und Zeiten sowie eine **zentrale Ansprechperson** sichern eine reibungslose Veranstaltung.

Wichtigstes Instrument ist der **Ablaufplan**. Die Fakten, **wann was passiert und wer dafür zuständig ist**, sollten für jeden einzelnen „Tagungsordnungspunkt“ festgehalten werden. In Anlehnung an das Programm sind hier vor allem auch die Punkte einzutragen, die einen reibungslosen Veranstaltungsablauf gewährleisten. Ist es beispielsweise notwendig, Personal einzuweisen oder Podiumsteilnehmende mit einem Ansteckmikrofon zu versorgen, sollte dies im Ablaufplan mit Zeitpunkt, Ort,

Dauer und Zuständigkeit vermerkt sein. Auch wenn z. B. das Catering aufgebaut wird oder die Fotografin bzw. der Fotograf ankommt, ist in der zeitlichen Abfolge festzuhalten. Damit stellen Sie sicher, dass die zuständigen Ansprechpersonen zum richtigen Zeitpunkt auch zur Verfügung stehen. Entscheidend ist dabei auch, dass alle Beteiligten die Räumlichkeiten (Durchgänge, Toiletten, etc.) und den Gesamttablauf kennen. Mit einer **gemeinsamen Besprechung** des Teams kurz vor Beginn der Veranstaltung sorgen Sie dafür, dass alle Zuständigkeiten und Fragen geklärt sind. Eine exemplarische Vorlage für einen **Ablaufplan** finden Sie im Anhang unter Punkt 4.5.

**Checkliste zur Durchführung der Veranstaltung:**

<b>VORGEHEN</b>	
<b>Checkliste Durchführung der Veranstaltung</b>	✓
Vorbereitung der Räumlichkeiten: Technik, Bestuhlung, Namensschilder, etc.	
Koordinierung und Überwachung der organisatorischen und technischen Umsetzung vor Ort (inkl. Abbau und Übergaben)	

**3.3 Nachbereitung**

Neben Aufgaben wie der **Begleichung von Rechnungen** umfasst die Nachbereitung von Veranstaltungen vor allem **Rückmeldungen an Teilnehmende und Partner**, beispielsweise in Form einer Dokumentation der Veranstaltung. Häufig gehört auch eine Verbreitung besonderer Ereignisse und Ergebnisse der Veranstaltung an Vertreterinnen und Vertreter der Presse oder an eine über die Teilnehmerschaft hinausgehende

Die **Nachbereitung** einer Veranstaltung kann neben der **Dokumentation** von Ereignissen und Ergebnissen auch zur Ansprache einer breiteren **Öffentlichkeit** genutzt werden.

Fachöffentlichkeit zum Nachtrag von Veranstaltungen. Welche Form und

welchen Umfang die Nachbereitung haben soll, hat bereits vorab Einfluss darauf, welche Aufgaben Sie zu welchem Zeitpunkt des Veranstaltungsmanagements erledigen müssen. Wenn Sie eine ausführliche Dokumentation der Veranstaltung planen, ist dafür unter anderem die **Ergebnissicherung** der Diskussion und/oder der Redebeiträge von zentraler Bedeutung. Die Darstellung dieser Ergebnisse kann in verschiedenen Formen erfolgen: als Protokolle, Fotos von Metaplanwänden, Video- oder Audiomitschnitte. Auch die Aufarbeitung der wesentlichen Veranstaltungsdokumente kann zur inhaltlichen Dokumentation beitragen.

Als **Nachfassaktion** kann zum Beispiel eine Bewertung der Veranstaltung, ein Dankeschön in Form einer E-Mail oder eines persönlichen Anschreibens und vieles mehr eingesetzt werden. Auch ein allgemeines Projektteam-Feedback kann eine sinnvolle Maßnahme der Nachbereitung Ihrer Veranstaltung darstellen.

Auch für die effektive Nachbereitung sollten Sie sich die Zielsetzungen sowie die Zielgruppe Ihrer Veranstaltung noch einmal bewusst vor Augen führen.

**Mögliche Checkliste zur Nachbereitung der Veranstaltung:**

<b>VORGEHEN</b>	
<b>Checkliste Nachbereitung der Veranstaltung</b>	✓
Aufarbeitung der Ereignisse und Ergebnisse der Veranstaltung	
Dokumentation der Veranstaltung und Beantwortung möglicher Pressefragen	
Erstellung der Veranstaltungsdokumentation und Rückmeldung an Teilnehmerinnen und Teilnehmer	
Auswertung sowie Reflexion der Veranstaltungskonzeption und -organisation	

**4. ANHANG**

**4.1 Auflistung möglicher Kostenpunkte**

<b>1.1</b>	<b>Veranstaltungsort</b>
1.1.1	Raummiete
1.1.2	Kosten für Ausstattung (Garderobe, Empfang, Mobiliar, Präsentationsmittel, etc.)
1.1.3	Technische Ausstattung (Beschallung, Beleuchtung, Übertragungsmedien - Hard- und Software -, Regieraum, technisches Personal, Simultanübersetzungstechnik, Mikrofone, etc.)
1.1.4	Steuern und sonstige Kosten (Versicherung, Reinigung, Auf- und Abbau, zusätzliches Personal, Sicherheitsbestimmungen, Transportkosten, etc. falls nicht in der Raummiete enthalten)
1.1.5	Ggbfs. Dekoration (Bühne, Foyer, etc.)
<b>1.2</b>	<b>Anreise und Unterkunft</b>
	An- und Abreise (eventuell Transport zum Veranstaltungsort; Parkplatz, etc.)
	Unterkunft (Hotel)
	Sonstige Kosten (z.B. Bewirtungskosten)
<b>1.3</b>	<b>Catering und Verpflegung</b>
1.3.1	Kosten für Essen pro Person
1.3.2	Getränke (falls nicht enthalten)
1.3.3	Ausstattung (Equipment), Auf- und Abbau, Personal (eventuell Kosten für Uniform und Reinigung)
1.3.4	Mobiliar (Buffet, Stehtische, Bankett, etc.)
1.3.5	Ggbfs. Dekoration
<b>1.4</b>	<b>Materialien und Druck (Vor- und Nachbereitung)</b>
1.4.1	Einladung und Versand (Grafik und Druck und Versandkosten)
1.4.2	Tagungsunterlagen und Informationsmaterialien (z.B. Ablauf, Clipboards, etc.)
1.4.3	Auslage (eventuell Aufsteller mit Informationsmaterial, Veröffentlichungen, etc.)
1.4.4	Beschilderung (Leitsystem)
1.4.5	Banner, Poster, Stellwände, etc.
1.4.6	Namensschilder (Schilder und Einlagen)
1.4.7	Zusätzliche Give-Aways (z.B. Stifte oder auch Keylaces u.ä.)
1.4.8	Sonstige Kosten (z.B. Lektorat und/oder Übersetzung)

1.5	Programm
1.5.1	Moderation (inkl. Honorar, Reisekosten, Unterkunft, etc.)
1.5.2	Referent/innen (inkl. Honorar, Reisekosten, Unterkunft, etc.)
1.5.3	Spezielle Tools (interaktive Module, Ausflüge, „Spiele“, Musik, etc.)
1.5.4	Spezielle Medien (Loops, Filme, bewegte Bilder, etc.)
1.5.5	Dokumentation (Film, Foto, Audioaufzeichnung u.ä)

## 4.2 Tabellarische Auflistung von Veranstaltungsformaten

Schwerpunkt	Format	Adressat
Präsentation von Produkten und Dienstleistungen oder Organisationen	Messe	I.d.R. homogenes Fachpublikum
	Ausstellung	Öffentlichkeit
Vermittlung und Diskussion von Informationen	Tagung	Viele mögliche Adressaten
	Kongress	
Wissenschaftlicher Austausch	Symposium	Fachexpertinnen und Fachexperten
Zusammenkommen bzw. Besprechung von Akteurinnen und Akteuren	Konferenz	Zum Beispiel Akteurinnen und Akteure mit gleichen Funktionen oder Verantwortungen
	Forum	

## 4.3 Beispiele von Veranstaltungsmethoden

Bei der Zusammenstellung der Methoden sollten Sie immer die Inhalte Ihrer Veranstaltung im Auge behalten. Zudem sollten Sie idealerweise mehrere Methoden kombinieren, um einen gewissen Grad an Abwechslung zu gewährleisten. Besonders wichtig sind dabei die Übergänge zwischen unterschiedlichen Methoden, damit die Teilnehmenden immer nachvollziehen können, was aus welchem Grund als Nächstes passiert. Durch gelungene Überleitungen, die z. B. in Form einer Moderation erfolgen können, vermitteln Sie bei aller Vielfalt insgesamt ein „rundes Bild“.

### 4.3.1 Klassische Methoden

Bei den klassischen Methoden für Veranstaltungen handelt es sich um Redebeiträge in unterschiedlicher Form – einzeln, aufeinanderfolgend, im Dialog oder Gruppengespräch. In der Regel findet diese Präsentationsform auf einer Bühne statt, dieser Rahmen ist aber nicht zwingend vorgegeben.

#### 4.3.1.1 Vortrag

Vorträge, ob in Form von Impulsreferaten, Reden oder Grußworten, gehören zu den klassischen Methoden einer Veranstaltung. Sie eignen sich zur Wissensvermittlung ebenso wie zur Darstellung von Diskussionspunkten oder Herausforderungen. Selbstverständlich steht und fällt ihre Qualität mit den Referentinnen und Referenten. Hier ist nicht nur der Inhalt, sondern auch die Art und Weise des Vortrags entscheidend. Ob eine Rednerin oder ein Redner für Ihre Veranstaltung geeignet ist, sollten Sie daher nicht nur aus fachlicher Perspektive entscheiden. Es gilt auch darauf zu achten, dass die Person sich zur Ansprache Ihrer Zielgruppe eignet. Kann sie oder er es schaffen, Interesse zu wecken und die Aufmerksamkeit auf das Thema zu lenken? Zusätzlich sind Länge und Inhalt des Redebeitrags zumindest grob im Vorfeld zu besprechen. Auch hier ist es wichtig, Ihre Zielsetzungen deutlich zu machen und gleichzeitig die Erwartungshaltung der oder des potenziell Referierenden möglichst genau zu kennen.

#### **4.3.1.2 Podium**

Als Podium bezeichnet man eine „Bühne“, auf der mehrere Personen gleichzeitig sitzen. Eine Podiumsdiskussion ermöglicht einen interaktiven Austausch über bestimmte Fragestellungen oder auch die Gegenüberstellung unterschiedlicher Ansichten. Während die Teilnehmenden auf dem Podium sich unterhalten, kann das Publikum der Diskussion folgen und – sofern Sie das wünschen und ermöglichen – auch Zwischenfragen stellen. Eine Podiumsdiskussion kann moderiert, teilmoderiert oder unmoderiert erfolgen. Eine Moderation, die eine Art Interviewsituation ermöglicht, stellt eine häufig angewandte Methode dar. So kann die Moderation die Diskussion leiten und bestimmte im Vorfeld abgesprochene Punkte gezielt ansprechen.

#### **4.3.2 Auswahl an Workshopmethoden**

Die gemeinsame Erarbeitung und Diskussion von Ergebnissen stellt eine vergleichsweise anspruchsvolle Form von interaktiver Arbeit in Gruppen dar. Vor dem Hintergrund ihrer hohen methodischen Zielsetzung werden nachfolgend einige Beispiele erläutert.

##### **4.3.2.1 Innen-/Außenkreis-Methode**

Eine kleine Gruppe von Teilnehmenden am Plenum oder an der Veranstaltung diskutiert in einem Innenkreis exemplarisch die Thematik. Die übrigen Teilnehmer/-innen beobachten die Diskussion in einem Außenkreis. Möchte jemand aus dem Außenkreis zur Diskussion beitragen, kann sie oder er mit einem Mitglied des Innenkreises den Platz tauschen. Die Diskussion des Innenkreises kann optional am Ende mit der gesamten Gruppe besprochen werden. Die „Goldfischglas“-Methode kann auch mit einer Diskussionsmoderation durchgeführt werden, indem die Moderation einen beständigen Teil des Innenkreises darstellt.

##### **4.3.2.2 Die Atom-Molekül-Methode**

Ein insgesamt relativ großer Kreis von Teilnehmenden wird in kleinere Gruppen unterteilt. Es kann zu Beginn sogar in Paaren gearbeitet werden. Nach Ablauf einer bestimmten Zeit, z. B. fünf Minuten, gibt die Moderation ein Signal, woraufhin sich die einzelnen Gruppen um jeweils eine neue Gruppe erweitern. Die jeweiligen Kleingruppen tauschen sich im weiteren Verlauf in immer größer werdender Anzahl zu einem bestimmten Thema oder einer spezifischen Fragestellung aus. Abschließend kann jede so entstandene „Endgruppe“ die Gesprächsergebnisse zusammenfassen. Diese auch „Gruppenpuzzle-Methode“ genannt, dient vor allem dazu, den persönlichen Austausch auch in größeren Gruppen zu ermöglichen.

##### **4.3.2.3 Das World-Café**

Sogenannte Thementische eignen sich vor allem für einen relativ homogenen Kreis von Teilnehmenden, die folglich ungefähr denselben Informations- und Wissensstand teilen. Primäre Zielsetzung ist hier, die Teilnehmenden in ein konstruktives Gespräch miteinander zu bringen. Diese Methode kann dazu dienen, bei Veränderungsprozessen möglichst viele Beteiligte zu Wort kommen zu lassen und ihnen so Mitwirkung und Engagement zu eröffnen. Auf diese Weise soll das gemeinsame Wissen genutzt werden, um zusammen neue Perspektiven, Denkansätze und Handlungsoptionen zu entwickeln. Entsprechend sollten dafür mindestens 45 Minuten bis drei Stunden zur Verfügung stehen. Die Teilnehmer/-innen sitzen im Raum verteilt an Tischen mit vier bis acht Personen. Eine Moderatorin oder ein Moderator pro Tisch führt als Gastgeberin bzw. Gastgeber zu Beginn in die Arbeitsweise ein und erläutert den Ablauf. Im Verlauf werden zwei oder drei unterschiedliche Fragen in aufeinanderfolgenden Gesprächsrunden von 15 bis 30 Minuten an allen Tischen bearbeitet. Zwischen den einzelnen Gesprächsrunden mischen sich die Gruppen neu. Nur die Gastgeber/-innen verbleiben durchgehend an „ihrem“ Tisch: Sie begrüßen neue Gäste, resümieren das vorhergehende Gespräch und bringen den Diskurs erneut in Gang. Das World-Café schließt mit einer Reflexionsphase ab.

#### 4.3.2.4 Open-Space

Charakteristisch für diese Methode ist die inhaltliche und formale Offenheit. Die Teilnehmenden geben eigene Themen ins Plenum und gestalten dazu je eine Arbeitsgruppe. Die Ergebnisse werden am Schluss gesammelt. Da dieses Vorgehen in kurzer Zeit eine große Vielfalt an Ideen und konkreten Maßnahmen produziert, kommt der Ergebnissicherung und -strukturierung eine besonders wichtige Rolle zu. Am Anfang sitzen alle Teilnehmer/-innen in einem Kreis. Die Moderation „öffnet den Raum“ und stellt die Arbeitsweise vor. Sowohl Themen und Fragestellungen als auch der Ablauf ergeben sich aus den Wünschen und Ideen der Anwesenden. An einer möglichst großen Metaplanwand werden die verschiedenen Themen den verfügbaren Zeiten und Arbeitsräumen zugeordnet. Anschließend tragen sich alle Teilnehmenden bei den Themen ein, die sie interessieren. Jede und jeder, die bzw. der in eine Gruppe möchte, ist dort ungeachtet der Gruppengröße willkommen. Dann beginnt die Gruppenarbeitsphase: Die Teilnehmer/-innen arbeiten in dieser Zeit selbstorganisiert, geleitet vom „Gesetz der zwei Füße“. Dieses ist Ausdruck der Freiheit und Selbstverantwortung: Die Teilnehmenden bleiben nur für die Dauer in einer Gruppe, die sie für sinnvoll erachten, also solange sie etwas lernen und/oder beitragen können. Ungeplantes und Unerwartetes ist hier kreativ, nützlich und gewollt.

#### 4.4 Textbausteine für Einladungen

##### „GUTE ARBEIT FÜR ALLEINERZIEHENDE“

Insgesamt leben mehr als 2 Millionen Kinder unter 18 Jahren in alleinerziehenden Familien. Diese machen einen Anteil von 18 Prozent an der Gesamtheit aller Familien in Deutschland aus.

Obwohl es Alleinerziehende auf dem Arbeitsmarkt schwerer haben, sind 61 Prozent von ihnen aktiv erwerbstätig. Dies bedeutet, dass sie sich nicht im Mutterschutz oder in der Elternzeit befinden. Und auch Alleinerziehende, die zurzeit nicht erwerbstätig sind, würden zu einem großen Teil gern arbeiten. Meist stellt für sie die Vereinbarkeit von Familie und Beruf die größte Herausforderung dar. Sie sind mit hohen Anforderungen an die Organisation des Alltags, der Haushaltsführung, Kindererziehung und Sicherung ihrer finanziellen Versorgung konfrontiert und daher auf ein engmaschiges Netz der Unterstützung angewiesen.

Gleichzeitig beziehen 42 Prozent der alleinerziehenden Familien Leistungen der Grundsicherung für Arbeitsuchende. Im diesem Bereich steht die Gruppe der Alleinerziehenden im besonderen Blickpunkt der Arbeitsmarktpolitik, denn für Alleinerziehende und ihre Kinder besteht ein hohes Risiko der Einkommensarmut und ein überproportionaler Anteil dieser Familien ist hilfebedürftig. Daher gilt es, alleinerziehende Mütter und Väter nicht alleinzulassen, sondern Möglichkeiten zu finden, die ihnen den Weg (zurück) in die Arbeitswelt ermöglichen.

##### IDEENWETTBEWERB „GUTE ARBEIT FÜR ALLEINERZIEHENDE“

Um die Erwerbs- und Verdienstchancen von hilfebedürftigen Alleinerziehenden zu erhöhen, hat das Bundesministerium für Arbeit und Soziales den ESF-Ideenwettbewerb „Gute Arbeit für Alleinerziehende“ durchgeführt. Damit Alleinerziehende und ihre Kinder langfristig unabhängig von staatlichen Fürsorgeleistungen leben können, werden Projektideen gefördert, die zur Integration hilfebedürftiger Alleinerziehender in den Arbeitsmarkt beitragen und lokale Netzwerke bei der Aufgabenumsetzung stärken.

Aus dem ganzen Bundesgebiet wurden 77 Projekte ausgewählt, die zusammengenommen mit 60 Mio. Euro aus dem Europäischen Sozialfonds und Bundesmitteln gefördert werden. Die Vielfalt dieser Projekte reicht von zielgruppenspezifischem Fallmanagement, Elterntraining sowie Teilzeitausbildung und -qualifizierung über Lotsen- und Mentorenprogramme, die Bündelung wichtiger Informationen in Service- und Anlaufstellen für Alleinerziehende sowie den Aufbau von Unternehmensnetzwerken bis hin zur Sensibilisierung der Öffentlichkeit.

Alle ausgewählten Projekte haben geeignete Strategien entwickelt, um die besonderen Bedarfslagen Alleinerziehender zu berücksichtigen und den Transfer der neuen Handlungskonzepte sicherzustellen. Mehr als jede fünfte Grundsicherungsstelle ist entweder im Rahmen einer Kooperation oder mit eigener Projektverantwortung in den Ideenwettbewerb eingebunden.

#### 4.5 Exemplarische Vorlage eines Ablaufplans

Zeitraum	Uhrzeit	Dauer	Tätigkeit	Zuständigkeit	Ort	Raum	Bemerkung	Checkliste	
um	06:00		<b>Anlieferung Catering</b>	VERANTWÖRTLICHE ANSPRECHPERSON	LOCATION	FOYER	Stehtische und Buffet	...	
ab	06:00	ca. 1 Stunde	<b>Aufbau Catering und Technik</b>	VERANTWÖRTLICHE ANSPRECHPERSON	LOCATION	FOYER	Bespielung Wegweiser; Regie; Bühne	Mikrofone, Powerpoint-Präsentationen	
zwischen	08:00 und 08:30	ca. 10 Minuten	<b>Einrichtung Garderobe und Empfangscounter</b>	VERANSTALTER/IN	LOCATION	FOYER	Registrierung und Garderobe	Namensschilder und Namenslisten; Laptops x2; Tagungsunterlagen (100 Stück)	
...	...	...	...	...	...	...	...	...	
zwischen	08:00 und 08:30	ca. 10 Minuten	<b>Technikprobe</b>	TECHNIK	LOCATION	BÜHNE	Sound- und Lichtscheck	Einstellung des Stehpults auf 1,15 Meter	
um	08:30	ca. 10 Minuten	<b>Teambesprechung</b>	ALLE	LOCATION	Empfangscounter	kurzer Rundgang	...	
um	09:00	1 Stunde	<b>EINLASS</b>						
zwischen	09:30 bis 10:00	30 Minuten	<b>Begrüßungskaffee</b>	CATERERING	LOCATION	FOYER	Kleine Keks- und Gebäckauswahl, wie Butterkekse, Hafertaler, Marmorg Gebäck und Schokoladen-Cookies	...	
...	...	...	...	...	...	...	...	...	
um	10:00	<b>BEGINN PLENUM</b>							
zwischen	10:00 und 10:10	10 Min	<b>Begrüßung Moderator</b>	MODERATION	LOCATION	PLENUM	Handmikrofon	...	
...	...	...	...	...	...	...	...	...	
zwischen	11:05 bis 11:15	10 Min	<b>Übergang in die Workshopräume</b>						
zwischen	11:15 und 12:00	45 Min	<b>Erste Workshopphase</b>	VERANSTALTER/IN	LOCATION	RAUM A, B und C	...	...	
zwischen	12:00 und 13:15	75 Min	<b>Lunchbuffet</b>	CATERERING	LOCATION	FOYER	...	...	
...	...	...	...	...	...	...	...	...	
um	17:00	<b>ENDE VERANSTALTUNG</b>							
ab	17:00	ca. 20 Minuten	<b>Abreise</b>	...	LOCATION	ALLE	...	...	
ab	17:00	ca. 1 Stunde	<b>Abbau</b>	...	LOCATION	ALLE	...	...	
um	18:30	ca. 10 Minuten	<b>Abholung Catering</b>	...	LOCATION	ALLE	...	...	