



Bundesministerium
für Familie, Senioren, Frauen
und Jugend



Neue Perspektiven – neue Chancen



Veranstaltungsleitfaden

Lokale Foren „Neue Bilder vom Alter“

Lokale Foren „Neue Bilder vom Alter“

Veranstaltungsleitfaden

Inhalt

Einführung	3
Veranstaltungsformate	4
Idee und Konzeption	4
Veranstaltungsort	5
Organisation der Veranstaltung	5
Krisenmanagement	7
Einladungsmanagement	8
Vorgehen Einladungsmanagement	9
Sponsoring/Partnerschaft	9
Öffentlichkeitsarbeit	10
Verhandlungen und Verträge	11
Genehmigungen und Gebühren	12
Tipps für lebendige Veranstaltungen	13
Anhang: Muster/Checklisten/Linksammlung	17

Einführung

Mit dem Programm Altersbilder hat das Bundesministerium für Familie, Senioren, Frauen und Jugend eine Plattform geschaffen, um realistische Altersbilder in die breite öffentliche Diskussion zu tragen. Im Rahmen dieses Programms wurden Lokale Foren durchgeführt, die Themen wie Engagement, Bildung, Wohnen, Hilfe und Unterstützung sowie Sport in den Mittelpunkt gestellt haben.

Ziel des Programms Altersbilder und der Bürgerforen ist es, die heute sehr vielfältigen Lebensformen der älteren Generationen bekannter zu machen. Dadurch sollen die Vorstellungen vom Leben im Alter positiv beeinflusst werden. Nur wenn die Bilder vom Alter und vom Älterwerden mit der Realität übereinstimmen, werden Akzeptanz und Offenheit über die Generationen hinweg möglich. Die Bereitschaft von Jung und Alt, miteinander und voneinander zu lernen, bildet eine zentrale Grundlage für das gegenseitige Verständnis und damit für den Zusammenhalt der Gesellschaft.

Dieser Handlungsleitfaden soll kommunale Einrichtungen, Vereine und andere Institutionen dabei unterstützen, eigene Veranstaltungen zum Thema durchzuführen. Wenn Sie ein Lokales Forum unter dem Motto „Neue Bilder vom Alter“ planen, tragen Sie mit Ihrem Engagement zur Vermittlung realistischer Altersbilder bei. Alle, die sich in diesem Rahmen engagieren, sollen ohne Schwierigkeiten ein individuelles Veranstaltungsformat vorbereiten können, das inhaltlich ihre Bedürfnisse erfüllt. Sie können beispielsweise zeigen,

- welche Aktivitäten es im Rahmen des Engagements bei Ihnen vor Ort gibt,
- mit welchen Mitteln und Wegen das Thema „Neue Bilder vom Alter“ umgesetzt werden kann,
- was Ihre Institution/Ihr Projekt ausmacht, wer die Verantwortlichen sind und auch,
- dass es Spaß macht, aktiv dabei mitzuwirken, unsere Altersbilder auf den Prüfstand zu stellen.

Aufgrund des zu Anfang des Jahres 2011 initiierten Foto- und Videowettbewerbs „Was heißt schon alt?“ und bereits durchgeführter Lokaler Foren des Bundesministeriums für Familie, Senioren, Frauen und Jugend genießt das Programm Altersbilder (www.programm-altersbilder.de) bereits eine gewisse Bekanntheit in der Öffentlichkeit und in den Medien. Mit weiteren Veranstaltungen auf lokaler Ebene soll die Aufmerksamkeit für das Thema weiter gesteigert werden.

Veranstaltungsformate

Die Formate der Foren können unterschiedlich angelegt sein, verfolgen jedoch inhaltlich ein gemeinsames Ziel. Eigene Veranstaltungen bieten eine gute Möglichkeit, vor Ort auf das Thema „Neue Bilder vom Alter“ und das damit häufig verbundene Engagement aufmerksam zu machen. Dazu dienen zum Beispiel eigens initiierte Gesprächsrunden, begleitende Ausstellungen und Infostände sowie Workshops. Die unterschiedlichen Aktionen können in Begleitung von Medien stattfinden, um die Aufmerksamkeit in der Öffentlichkeit zu erhöhen.

Die Veranstaltung kann auch im Rahmen eines Besuchs einer Einrichtung oder Institution organisiert werden; der Besuch kann dann als Aufhänger für ein anschließendes Gespräch dienen. Dieses Format bietet eine gute Möglichkeit, direkt vor Ort auf das jeweilige Anliegen aufmerksam zu machen, das heißt das Thema Alter im alltäglichen Umfeld erfahrbar zu machen. Die Ansprache einer speziellen Zielgruppe trägt dazu bei, auch solche Gesellschaftsgruppen für das Thema zu gewinnen, die sich sonst eher selten damit auseinandersetzen.

Idee und Konzeption

- I Frühzeitige Planung:** Machen Sie sich zuerst Gedanken zum Format, um sicherzustellen, dass die Veranstaltung in das Konzept Ihrer Arbeit passt.
- I Zieldefinition:** Nur wer weiß, was mit der Veranstaltung erreicht und welche Zielgruppe angesprochen werden soll, kann entsprechend planen und umsetzen.
- I Aufgabenverteilung:** Überlegen Sie frühzeitig, wer in Ihrem Team welche Aufgabe übernimmt. So wissen alle, wofür sie verantwortlich sind und es wird nichts vergessen.
- I Unterstützung:** Wenn Sie für die Veranstaltung Unterstützung oder **Sponsoring** benötigen (zum Beispiel Moderation oder Räumlichkeiten), überlegen Sie zunächst, was Sie im Gegenzug dafür anbieten können. Das kann zum Beispiel die Einbindung des Logos auf Informationsmaterialien und Einladungen oder auf Ihrer Website sein.
- I Budget:** Legen Sie zu Beginn einen Budgetrahmen fest und holen Sie sich Angebote zur Kostenplanung ein. Fragen Sie am besten zwei oder drei verschiedene Dienstleister an für Veranstaltungsort, Technik, Catering, Druck und Produktion von Veranstaltungsmaterialien, Blumendekoration, für das kulturelle Rahmenprogramm, Moderation, Fotos, Servicepersonal.

Vorgehen Einladungsmanagement

- I Erstellung Verteiler:** Um eine möglichst große Teilnehmerzahl sicherzustellen, ist es wichtig, frühzeitig den Einladungsverteiler zu erstellen. Liegen Ihnen bereits Kontakte von früheren Veranstaltungen vor, können diese wieder zum Einsatz kommen. Alternativ müssen Adressen beispielsweise im Internet (soweit sie zugänglich sind) recherchiert werden. Erkundigen Sie sich bei Kolleginnen und Kollegen, möglicherweise haben sie Kontakte zu Personen, die Interesse an der Veranstaltung haben und sich über eine Einladung freuen könnten.
- I Vorankündigung:** Bereits einige Wochen im Vorfeld empfiehlt es sich, eine so genannte Save-the-Date-E-Mail, einen Terminblocker mit der Vorankündigung der Veranstaltung, zu verschicken. Sie dient dazu, dass sich die Einzuladenen den Termin im Kalender vormerken. Das bedeutet jedoch, dass die wesentlichen Eckdaten bereits feststehen müssen. Weitere Details wie das konkrete Programm können zu einem späteren Datum folgen.
- I Einladung:** Die Einladung muss nicht aufwändig gestaltet sein. Wichtig ist, dass sie alle relevanten Angaben (Titel der Veranstaltung, Datum, Zeit, Ort, Kontakt für Rückfragen, gegebenenfalls Anmeldeschluss und Angabe einer möglichen Teilnahmegebühr) enthält. Die **Einladung** sollte mit einem **Antwortformular** versehen werden, mit Hilfe dessen die Eingeladenen ihre Teilnahme per Fax oder Postkarte bestätigen oder absagen können. In jedem Fall sollte auch eine E-Mailadresse für die Zu- oder Absage in der Einladung enthalten sein.

Sponsoring/Partnerschaft

Wenn Sie Sponsoren oder Partner zur Unterstützung für Ihre Veranstaltung gewinnen möchten, überlegen Sie schon im Vorfeld, inwieweit diese von der Zusammenarbeit profitieren können. Bei Anfragen ist es hilfreich, die wesentlichen Eckpunkte zusammengefasst in schriftlicher Form zur Hand zu haben (siehe **Sponsoringanfrage**).

Hinweise zur Gewinnung von Sponsoren finden Sie auch im Praxishandbuch zum Programm des Bundesministeriums für Familie, Senioren, Frauen und Jugend „Aktiv im Alter“ unter dem Titel „Kommune gemeinsam gestalten – Handlungsansätze zur Beteiligung Älterer vor Ort“. Es steht Ihnen unter www.bmfsfj.de/BMFSFJ/Service/Publikationen/publikationsliste,did=174008.html zum Download zur Verfügung und enthält auch weitere Tipps und Hinweise, die bei der Planung und Durchführung eines Lokalen Forums helfen können.

Öffentlichkeitsarbeit

Klare Verantwortlichkeiten zuweisen: Öffentlichkeitsarbeit ist Teamarbeit. Und doch ist es gut, wenn eine Person den Hut auf hat. Dafür gibt es zwei Gründe: Zum einen verhindert es, dass Arbeiten doppelt und dreifach getan oder vergessen werden, weil die Zuständigkeiten nicht geklärt sind. Zum anderen ist es für die Medienvertreterinnen und -vertreter gut zu wissen, wen sie anrufen können, wenn es um Anfragen oder Rückfragen geht. Deshalb macht es Sinn, über eine Aufgabenteilung nachzudenken. Entscheidend sollte sein, wer was gut macht, gern tut und auch Zeit dafür erübrigen kann.

Vorteilhaft ist es auch, wenn jede Information, die Sie an die Öffentlichkeit geben – egal ob Pressemitteilung oder Einladung zu einem Pressetermin – Angaben dazu enthält, wer für Rückfragen wo und wie erreichbar ist. Die Ansprechpartner sollten möglichst nicht wechseln.

- I Medienkreis:** Mit Ihrem Veranstaltungskonzept richten Sie sich an eine bestimmte Zielgruppe, die Sie erreichen wollen. Die Aktivitäten der Medien- und Öffentlichkeitsarbeit orientieren sich eng an den Zielgruppen und sollten dementsprechend ausgewählt werden. Vergessen Sie neben den Zeitungen nicht Radiosender oder lokale TV-Sender. Vorhandene Online-Portale können und sollten in ihren Kalendern auf die Veranstaltung hinweisen.
- I Großflächige Ansprache:** Weisen Sie möglichst großflächig auf Ihre Veranstaltung hin. Informationsmaterialien oder Einladungen können Sie dazu auch Partnern zur Verfügung stellen, mit der Bitte, diese an deren Kontakte zu verteilen. Es ist in jedem Fall hilfreich, einen kurzen Text zur Veranstaltungsankündigung zu verfassen, den Ihre Partner über ihre Newsletter verbreiten oder für einen Veranstaltungshinweis im Internet nutzen können.
- I Kurzfristige Kontaktaufnahme:** Regionale (tagesaktuelle) Medien planen relativ kurzfristig, je nach Nachrichtenlage. Es reicht daher aus, wenn Sie die Presse eine Woche bis zehn Tage vor dem Veranstaltungstag ansprechen beziehungsweise eine Einladung verschicken und gegebenenfalls kurzfristig telefonisch nachfassen, da Terminentscheidungen meist auf tagesaktueller Basis getroffen werden. Recherchieren Sie dazu im Vorfeld, wer für Ihr Thema in der Redaktion die richtige Ansprechperson ist.

Tip: Am besten erreichen Sie Journalistinnen und Journalisten vor ihrer Redaktionskonferenz am Morgen, das heißt vor 11 Uhr. Der Nachmittag eignet sich weniger zur Kontaktaufnahme, da zu dieser Zeit bereits die Artikel für die Ausgabe am nächsten Tag verfasst werden.

- I Basisinformationen:** Unterstützen Sie die Medien, indem Sie wichtige Fakten in übersichtlicher Form zum Beispiel in einer Pressemitteilung und einem Faktenblatt bereithalten – Zahlen und Daten sind wichtige Angaben für Journalistinnen und Journalisten. Diese Informationen sollten am Tag der Veranstaltung verschickt werden (E-Mail, PDF-Anhang, gegebenenfalls Foto mit Bildnachweis).

Tipp: Mitteilungen sollten den Redaktionen bis etwa 14 Uhr vorliegen, um für die Ausgabe des Folgetags berücksichtigt werden zu können. Parallel können die Informationen vor Ort an Journalistinnen und Journalisten ausgegeben werden. Es kann auch angeboten werden, O-Töne von Mitwirkenden aufzunehmen, wenn dies vorab mit den betreffenden Personen abgesprochen wurde. Dann sollte ein Hinweis darauf erfolgen, wann und wo genau Interviews realisiert werden können, zum Beispiel durch einen Hinweis im Programm, das die Pressevertretung erhält.

- I Ansprechpartner:** Entscheiden Sie im Vorfeld, wer im Rahmen der Veranstaltung als Ansprechperson für die Medien zur Verfügung stehen und diese betreuen kann.

Verhandlungen und Verträge

Für den Fall, dass Verträge mit Dritten (zum Beispiel mit dem Vermieter eines Veranstaltungsortes, mit öffentlichen Stellen oder mit externen Dienstleistungsunternehmen) geschlossen werden, sind regelmäßig zum Beispiel folgende Aspekte zu beachten:

- I Vertragsgegenstand:** Wer schließt einen Vertrag mit wem und was genau ist Vertragsgegenstand? Ist zum Beispiel die Bewirtung im Vertrag für den Veranstaltungsraum enthalten oder nicht? Das Verhältnis zwischen den Vertragsparteien muss geklärt sein, ebenso das Vorgehen bei ungeplanten Abweichungen vom ursprünglichen Konzept. Muss zum Beispiel die Moderation vertragsgemäß einen entfallenen Beitrag überbrücken, kann ein zusätzlicher musikalischer Beitrag ohne zusätzliche Kosten eingeschoben werden oder müssen die übrigen Programmpunkte beziehungsweise die folgende Pause gegebenenfalls vorgezogen werden?
- I Haftung/Gewährleistung:** Im Falle finanzieller Risiken und in Schadenfällen (Einrichtung wird beschädigt, technische Geräte kommen abhanden, Personen verletzen sich oder ähnliches), muss geklärt sein, in welchen Situationen der Veranstalter haftet. Beispiele: Wer zahlt die Preisdifferenz für einen kurzfristigen Ersatz, wenn das Catering nicht liefert? Haftet der Veranstalter bei Personenschäden aufgrund unzureichender Beleuchtung oder schlecht verlegter Kabel?
- I Urheberrechte/Geheimhaltung:** Welche Urheberrechte sind zu beachten zum Beispiel für Fotos oder Präsentationen? Werden die Verwertungsrechte für Fotos abgetreten und wenn ja, in welchem Umfang? Welche Informationen sind vertraulich, welche dürfen weitergegeben werden? Wer zahlt die GEMA-Gebühren für aufgeführte Musik?
(Zur Website der GEMA: www.gema.de)
- I Kündigungsrecht:** In welchen Fällen können Verträge von welcher Vertragspartei gekündigt werden? Was passiert im Falle einer Kündigung, wer sorgt für Ersatz? Welche Kosten können dabei entstehen und wer muss sie tragen?

» [Zum Inhaltsverzeichnis](#)

- I **Verbindlichkeit:** Sind im Vertrag Regelungen getroffen für Änderungen oder Ergänzungen des Vertragsinhalts? Ist hierfür die schriftliche Zustimmung aller Vertragsparteien vereinbart? Es empfiehlt sich, alle wesentlichen Änderungen und zusätzliche Vereinbarungen schriftlich festzuhalten.

Die vorangehende Zusammenstellung soll Sie sensibilisieren: Sie spricht häufig auftretende Fragen im Zusammenhang mit der Durchführung von Veranstaltungen nur beispielhaft an und erhebt keinen Anspruch auf Vollständigkeit. Im Zweifelsfall sollten Sie fachlich kompetenten Rat einholen. Einen Überblick mit Musterverträgen liefert das Handbuch „Konzert- und Veranstaltungsverträge“ von Ulrich Poser, 2. Auflage 2012, C. H. Beck Verlag.

Genehmigungen und Gebühren

Für die **Nutzung des öffentlichen Straßenraumes** ist in jedem Fall die Erlaubnis des zuständigen Ordnungsamtes (bei größeren Städten gegebenenfalls des Stadtbezirks, in dem der Veranstaltungsort liegt) einzuholen. Bei gewerblicher Nutzung (zum Beispiel Verteilen von Werbemitteln, Verkauf jeglicher Art) ist hierfür ein Antrag nötig, in welchem genau beziffert wird, wer was an welchem Ort und in welchem Zeitfenster veranstalten möchte. Die entsprechende Genehmigung ist in der Regel kostenpflichtig.

Bei nicht-gewerblicher Nutzung reicht es oftmals aus, die geplante Nutzung anzumelden und zuzusichern, dass der genutzte öffentliche Straßenraum nicht verschmutzt wird. Ein formeller Antrag ist dann meist nicht erforderlich, notwendig ist aber das schriftliche Einverständnis des Ordnungsamtes. Eine nicht-gewerbliche Nutzung liegt nur dann vor, wenn keinerlei kommerzielle Präsentation im öffentlichen Raum erfolgt.

Das Verteilen von Flyern für eine im Kern nicht-gewerbliche Veranstaltung kann unter Umständen bereits dann als „kommerziell“ eingestuft werden, wenn sich ein Logo eines gewerblichen Sponsors oder ähnliches auf dem Flyer befindet. Da sich Bewertung und Handhabung von Ort zu Ort unterscheiden, ist unbedingt frühzeitig Kontakt zum zuständigen Ordnungsamt aufzunehmen. Die Bearbeitung von Anträgen kann mehrere Werktagen in Anspruch nehmen. Der genehmigte Antrag (oder das schriftliche Einverständnis) muss vorgelegt werden, falls Ordnungsamt oder Polizei dies am Veranstaltungsort verlangen.

Die **Nutzung von Fotos** der Veranstaltung sollte im Fotografenvertrag geregelt sein. Üblich ist entweder die Abtretung sämtlicher Verwertungsrechte an den Auftraggeber, verbunden mit der Erlaubnis für die Fotografin oder den Fotografen, die angefertigten Bilder zu Zwecken der Eigenwerbung einzusetzen (zum Beispiel auf deren gewerblicher Homepage) oder aber die Option, dass der Auftraggeber zweckgebundene Nutzungsrechte an den Fotos erwirbt (zum Beispiel für die Berichterstattung oder die Dokumentation zur Veranstaltung), der Fotograf oder die Fotografin diese aber in ihrer Gesamtheit behält. Allerdings müssen in diesem Fall für jede Nutzungsform (zum Beispiel Internet, Broschüre, Mailing) konkrete, gegebenenfalls unterschiedliche Regelungen ausgehandelt werden, so dass weitere Kosten entstehen können. In jedem Fall sollte genau geregelt sein, wo die Grenzen der Nutzungsrechte seitens des Auftraggebers liegen (zum Beispiel Druckauflage begrenzt/unbegrenzt, nur Online, Online und Print).

Tipps für lebendige Veranstaltungen¹

Erwartungen der Teilnehmenden berücksichtigen

Versetzen Sie sich vor einer Veranstaltung in die Rolle der Teilnehmenden. Was sind vermutlich ihre Motive, an der Veranstaltung teilzunehmen? Welche Erwartungen haben sie? Wird der geplante Ablauf dem entsprechen oder wie kann er gegebenenfalls in diese Richtung verändert werden?

Angenehme Atmosphäre schaffen

Sorgen sie dafür, dass die Teilnehmenden sich wohl fühlen. Sie können diese zum Beispiel am Eingang persönlich begrüßen und willkommen heißen. Kann man den Raum attraktiver ausgestalten (Sitzordnung, Blumen)? Es ist auch angenehm, mit Musik empfangen zu werden.

Herz und Verstand

Sprechen Sie bei Veranstaltungen nicht nur die Köpfe der Teilnehmenden an. Prüfen Sie das Veranstaltungskonzept darauf, ob es die Teilnehmenden auch emotional anspricht und ihnen Spaß macht.

Chancen zum persönlichen Kennenlernen geben

Einer der Hauptgründe, warum Menschen Veranstaltungen besuchen, ist, andere Menschen kennenzulernen. Es ist darum wichtig, dass Sie Gelegenheiten dazu schaffen. Neben Pausen und „Murmelphasen“ kann dies zum Beispiel dadurch erleichtert werden, dass Gruppen nach dem Zufallsprinzip gebildet werden, das heißt, dass nicht immer nur die gleichen Personen zusammenkommen.

¹ Nach Adrian Reinert: Kleines ABC für lebendige Veranstaltungen (Auszug)
Unveröffentlichtes Manuskript, Bonn 2001
[www.buergergesellschaft.de/praxishilfen/veranstaltungsplanung/
kleines-abc-fuer-lebendige-veranstaltungen/104330/](http://www.buergergesellschaft.de/praxishilfen/veranstaltungsplanung/kleines-abc-fuer-lebendige-veranstaltungen/104330/)

Sitzordnung

Die Sitzordnung spielt eine große Rolle für die Atmosphäre einer Veranstaltung. Eine frontale Sitzordnung empfiehlt sich nur bei reinen Vortragsveranstaltungen und auch dann, wenn die Teilnehmenden wegen ihrer großen Zahl nicht anders im Raum platziert werden können. Optimal ist normalerweise eine Sitzordnung, in der sich alle Teilnehmende sehen, das heißt einander zugewandt sind.

Namensschilder

Bei Veranstaltungen mit Teilnehmenden, die sich nicht kennen, sind Namensschilder eine wichtige Hilfe für den ersten Kontakt – und zwar sowohl Schildchen für die Kleidung, damit man auch in den Pausen erkennbar ist, als auch Schilder für die Tische, wenn vorhanden sind. Bei den Tischschildern ist wichtig, dass sie ausreichend groß und von beiden Seiten beschriftet werden, damit auch weiter entfernte und die neben den Betreffenden sitzenden Personen die Namen lesen können.

Diskussionen strukturieren

Nichts ist ermüdender als eine Diskussion, bei der kein roter Faden erkennbar ist. Geben Sie in der Moderation entweder die Reihenfolge der Punkte vor oder sammeln Sie zu Beginn die Themen, die den Teilnehmenden wichtig sind, um sie dann nacheinander zu behandeln. Wichtig ist dabei eine zeitliche Aufteilung, die sicherstellt, dass alle Punkte behandelt werden.

Thesepapiere zu Referaten

Es ist oft nicht einfach, bei langen Referaten aufmerksam zu bleiben. Dies gilt erst recht, wenn mehrere Referate aufeinander folgen. Sie sollten daher Referentinnen und Referenten immer bitten, möglichst viel zu visualisieren und Thesepapiere zu ihren Redebeiträgen zu verteilen. Dies erleichtert die Orientierung und das Verständnis. Wird kein Thesepapier zugeliefert, sollte zumindest die Gliederung des Vortrags sichtbar gemacht werden, damit die Teilnehmerinnen und Teilnehmer dem Ablauf leichter folgen können.

Ins Publikum schauen

Sowohl für Moderatorinnen und Moderatoren als auch für Referentinnen und Referenten ist es wichtig, häufig ins Publikum zu schauen. So kann man frühzeitig erkennen, wenn etwas nicht planmäßig läuft. Die Teilnehmerinnen und Teilnehmer haben so Gelegenheit, sich bemerkbar zu machen.

Unerwartetes artikulieren

Auch bei noch so guter Planung ist niemals auszuschließen, dass etwas passiert, was man vorher nicht berücksichtigt hat. Dies können auch ganz aktuelle Ereignisse sein. Sie sollten daher immer einen Zeitpuffer einplanen, um darauf gegebenenfalls eingehen zu können. Gibt es nichts Unerwartetes, dann verbrauchen Sie auch die Zeit nicht. Es wird niemand traurig sein, wenn der informelle Teil früher beginnt.

Jeder kann einen Beitrag leisten

Bloßes Zuhören und Zuschauen kann man auch zu Hause vor dem Fernseher. Versuchen Sie deshalb bereits vor der Veranstaltung, möglichst alle Teilnehmenden in irgendeiner Form aktiv zu beteiligen. Sie sollten auch Gelegenheit für Rückmeldungen geben, zum Beispiel mit Smilies zum Aufkleben auf eine Bewertungstafel oder auf (kurzen) Rückmeldebögen, die Sie am Ausgang zurückgeben.

Methodenwechsel

Keine Methode ist so perfekt, dass sie immer und bei allen Gelegenheiten angewendet werden sollte. Sowohl bei zeitlich längeren Veranstaltungen als auch bei mehrfachen Veranstaltungen mit dem gleichen Teilnehmerkreis ist es sinnvoll, methodisch zu variieren. Dies schafft nicht nur Abwechslung, sondern kommt auch unterschiedlichen Interessen und Neigungen der Teilnehmenden entgegen.

Pausen

Auch wenn man nicht so weit gehen will, wie der amerikanische Veranstaltungsplaner Harrison Owen (Open Space), der gesagt hat, dass das Wichtigste bei Veranstaltungen die Kaffeepausen seien, sollte man die Bedeutung von Pausen nicht unterschätzen. Sparen Sie möglichst auch dann nicht an den Pausenzeiten, wenn Sie in Zeitdruck geraten. Pausen sind wichtig zum Erholen und zum Erfahrungsaustausch. Sie müssen in angemessenem Verhältnis zur Gesamtlänge der Veranstaltung stehen und es muss klar gesagt werden, wie lange sie dauern. Bitte nicht „20 Minuten Pause“ ankündigen, sondern besser eine feste Uhrzeit angeben, zu der man weitermacht. In der Regel weiß niemand mehr, wann die 20 Minuten begonnen haben und wann sie zu Ende sind. Auch bei kürzeren Veranstaltungen, bei denen längere Pausen nicht sinnvoll erscheinen, kann man zum Beispiel nach Referaten oder Vorträgen eine fünfminütige „Murmelfase“ einführen, in der sich die Teilnehmenden mit ihren Nachbarinnen und Nachbarn austauschen, bevor es in die Plenumsdiskussion geht.

Zeiten einhalten

Wer pünktlich kommt, möchte nicht dafür bestraft werden, dass andere zu spät kommen. Wenn Sie für 11:00 Uhr einladen, sollten Sie nicht ohne ersichtlichen Grund oder Erklärung erst um 11:15 Uhr anfangen. Die Zeiten einzuhalten gilt insbesondere auch für das Ende der Veranstaltungen sowie für Pausen.

Überraschungselemente

Wenn alles routinemäßig läuft, kann das im positiven Fall sehr gut sein. Wirklich interessant wird es häufig aber durch Überraschungselemente. Lassen Sie sich eine nette Geste für die Teilnehmenden und/oder die Vortragenden einfallen, die deutlich macht, dass Sie selbst mit dem Herzen bei der Sache sind.

Runder Abschluss

Es ist unschön, wenn eine Veranstaltung am Ende zahlenmäßig abbröckelt. Oft liegt das daran, dass vorher kein klares Ende vorgegeben wurde. Es ist empfehlenswert, im Programm und nochmals zu Beginn der Veranstaltung durch die Moderation eine Uhrzeit anzugeben, zu der die Veranstaltung offiziell beendet sein wird. Wichtig ist, dass diese Uhrzeit dann auch eingehalten wird. Danach sind dann natürlich noch informelle Gespräche möglich.

Follow up

Wie geht es nach der Veranstaltung weiter? Die besten Ergebnisse nutzen nichts, wenn sich anschließend niemand um ihre Realisierung kümmert. Überlegen Sie daher vor der Veranstaltung, wie die Ergebnisse umgesetzt werden können.

Anhang: Muster/Checklisten/Linksammlung

Veranstaltungschecklisten

Die nachfolgenden Checklisten sollen Ihnen bei der Vorbereitung Ihrer Veranstaltung helfen. Sie dienen der groben Orientierung, das heißt gegebenenfalls müssen weitere Details ergänzt werden.

Veranstaltungsplanung: Idee und Konzeption

- Ziele und Zielgruppen sind definiert
- Art und Dauer der Veranstaltung sind festgelegt
- Projekt-Team ist festgelegt
- Veranstaltungsorte sind geprüft
- Finanzielle Ressourcen sind eingeplant
- Sponsoren/Partner für eine Kooperation sind gewonnen
- Ablaufplan ist erstellt
- Verteiler für Einladungen ist geprüft
- ...
- ...

Veranstaltungsort

- Veranstaltungsort ist reserviert
- Genaue Planung vor Ort ist erfolgt
- Bestuhlung steht bereit
- Beschilderung ist eingeplant
- Erforderliche Technik ist organisiert
- Dekoration ist bestellt
- Anfahrts- und Parkmöglichkeiten sind geregelt
- Sicherheit und Brandschutz sind gewährleistet
- Sanitäre Einrichtungen stehen zur Verfügung
- Notwendige Genehmigungen sind eingeholt
- ...
- ...

Organisation der Veranstaltung

- Detailplanung des Programms ist abgeschlossen
(gegebenenfalls in Absprache mit Partnern)
- Genaue Aufgabenverteilung ist festgelegt und mit dem Projektteam besprochen
- Raumplan ist erstellt
- Einladungsliste steht fest
- Tagungsprogramm ist erstellt
- Einladungen sind verschickt und/oder im Umkreis verteilt
- Moderatorin/Moderator ist engagiert und informiert
- Fotografin/Fotograf ist engagiert und informiert
- Präsentation von Sponsoren ist geklärt
- Hostessen/Hosts sind engagiert und können vor Veranstaltungsbeginn informiert werden
- Catering ist organisiert
- Materialien sind produziert, zum Beispiel Wegeleitsystem, Namensschilder, Rückwand, Roll-ups
- Kleine Geschenke oder Blumensträuße für Vortragende, Schirmherrin oder Schirmherrn, Moderation, Kulturschaffende, Sponsoren sind bestellt
- Eigener Vortrag oder Rede ist erstellt
- ...
- ...

Am Tag der Veranstaltung

- Hinweisschilder sind aufgehängt
- Tagungsmappen sind konfektioniert und liegen aus
- Namensschilder liegen alphabetisch sortiert aus
- Kleine Geschenke oder Blumensträuße für Vortragende, Schirmherrin oder Schirmherrn, Moderation, Kulturschaffende, Sponsoren liegen bereit
- Geld, Quittungen und gegebenenfalls Spendenbescheinigungen für Referentinnen und Referenten liegen bereit
- Material für Moderation (Flipchart, Moderationskoffer, Moderationskarten oder ähnliches) steht bereit
- Dokumente für Reisekostenabrechnungen sind erstellt und liegen aus
- ...
- ...

Öffentlichkeitsarbeit im Rahmen der Veranstaltung

- Lokalmedien in der Region sind informiert
(etwa sieben bis zehn Tage im Vorfeld der Veranstaltung)
- Erinnerung mit Veranstaltungstermin ist versandt (am Vortag der Veranstaltung)
- Informationsmaterialien sind verteilt
(gegebenenfalls Möglichkeit für O-Ton-Aufnahmen und Eckdaten dazu)
- Pressemitteilung ist verschickt (am Tag der Veranstaltung, im besten Fall vor 14 Uhr)
- ...
- ...

Zeitplan

Der nachfolgende Zeitplan gibt eine grobe Orientierung für den Zeitbedarf der Vorbereitung

- I KW 1:** Abstimmung Programm und vertragliche Absicherungen
- I KW 2:** Erstellung Einladungsverteiler
Erste Gestaltungsentwürfe für Einladungskarten und Veranstaltungsmaterialien
- I KW 3:** Versand der Save-the-Date-E-Mail
Fertigstellung Programm
- I KW 4:** Fertigstellung und Produktion Einladungskarten
- I KW 5:** Versand Einladungskarten
- I KW 6/KW 7:** Fertigstellung Veranstaltungsmaterialien
- I KW 8:** Anmeldeschluss Teilnehmende
Gegebenenfalls Nachfassen bei Teilnehmenden
Produktion Veranstaltungsmaterialien
- I KW 9:** Produktion Namensschilder
Finale Absprachen mit Veranstaltungsort
Gegebenenfalls Konfektionierung der Tagungsmappen
Pressearbeit
- I KW 10:** Veranstaltungstermin

Muster interner Regieplan

Veranstaltung: [Ort/Gemeinde] – „Neue Bilder vom Alter“

Datum: [TT.MM.JJJJ]

Veranstaltungsort: [Ort]

Regieablauf, Stand: [TT.MM.JJJJ]

Uhrzeit	Programmpunkt	Bemerkung/Material	Dauer
09:30 Uhr	Aufbau und Soundcheck Musikgruppe	max. 30 Minuten	00:30
10:00 Uhr	Beginn Akkreditierung/Einlass	Hostessen/Hosts (inkl. Garderobe)	01:00
	Getränkebuffet	Stehtische im Veranstaltungsraum oder Foyer	
11:00 Uhr	Begrüßung und Vorstellung Ablauf [Name]	Handmikrofon von Bühne oder Rednerpult	00:03
	Anmoderation Musikgruppe		
11:03 Uhr	Musikalischer Auftakt: [Name Musikgruppe]	[Titel]	00:05
11:08 Uhr	Begrüßung durch [Name]	Rednerpult	00:05
11:13 Uhr	Vortrag/Grußwort [Name]	Rednerpult	00:05
11:18 Uhr	Hauptprogrammpunkte		00:42
	[Groben Ablauf hier skizzieren]	Tische und Stühle auf Bühne	
		[...]	
12:00 Uhr	Zusammenfassung und Abmoderation [Name]	Handmikrofon von Bühne	00:03
12:03 Uhr	Musikalischer Ausklang: Musikgruppe	[Titel]	00:10
12:13 Uhr	Eröffnung Buffet/Get Together	Hinterer Bereich	00:47
13:00 Uhr	Offizielles Ende der Veranstaltung	Abbau beginnt ab 14:00 Uhr	

Muster Programm

Programm zum Lokalen Forum Mühlhausen – „Neue Bilder vom Alter“

30. November 2011 | 11:30–17:00 Uhr

im Geschwister-Scholl-Heim/Mehrgenerationenhaus,
Puschkinstraße 8, 99974 Mühlhausen

Moderation: Andreas Rückewold, Antenne Thüringen

Saal:

10:45 Uhr	Einlass
11:30 – 12:00 Uhr	Grußworte Dr. H. Werner Kammann, BMFSFJ Dr. Johannes Bruns, Stadt Mühlhausen/Thüringen
12:00 – 12:15 Uhr	„Altersbilder“ aus der Sicht junger Leute – 3K-Theaterwerkstatt
12:15 – 12:30 Uhr	„Das Bild vom Alter“ – moderiertes Gespräch mit: Markus Edom, Geschwister-Scholl-Heim/Mehrgenerationenhaus Prof. Dr. Wilhelm Frieling-Sonnenberg, FH Nordhausen
12:30 – 13:15 Uhr	Mittagspause mit Buffet
13.15 – 14:00 Uhr	Podiumsdiskussion mit: Dr. Ursula Warnke, Ökumenisches Hainich Klinikum GmbH Evelin Heimann, Schriftstellerin Christina Rommel, Sängerin und MGH-Hauspatin Dr. H. Werner Kammann, BMFSFJ Dr. Johannes Bruns, Stadt Mühlhausen/Thüringen
14:15 – 14:30 Uhr	... zur Entspannung – Musik von Christina Rommel
14:30 – 15:00 Uhr	„Sport tut gut“ – Netzwerk Seniorensport stellt sich vor
15:00 – 15:30 Uhr	„Geistig fit bleiben“ – Seniorenvertretung der Stadt Mühlhausen präsentiert ihre Angebote
15:30 – 15:40 Uhr	Musik zum Ausklang
15:45 Uhr	Zusammenfassung und Verabschiedung Dr. H. Werner Kammann, BMFSFJ

Oberes Foyer:

12:30–17:00 Uhr	Markt der Möglichkeiten Vereine und Verbände präsentieren sich
-----------------	---

Muster Moderationsbriefing

Das nachfolgende Briefing soll nur eine Anregung sein. Sie können es nach Bedarf auf Ihre Veranstaltung anpassen.

Briefing Moderatorin/Moderator für die Veranstaltung [Ort] – „Neue Bilder vom Alter“

Am [Datum] findet die Veranstaltung [Name] statt, [kurze Beschreibung der Veranstaltung, inklusive Ziele der Veranstaltung]. Als Gäste der Veranstaltung sind [kurze Beschreibung der Gäste] eingeladen.

[Name des Veranstalters] organisiert [gegebenenfalls mit Unterstützung von ...] ein Lokales Forum „Neue Bilder vom Alter“, um auf die unterschiedlichen Lebensformen älterer Menschen in unserer Gesellschaft aufmerksam zu machen und ein zeitgemäßes und differenziertes Bild vom Alter zu fördern.

Veranstaltungsort: [Adresse]

Einsatzzeit: [Zeit]

Veranstaltungsablauf (Beispiele)

- I (Ausführliche Beschreibung des Programms, inklusive zum Beispiel Muster interner Regieplan, inklusive Inhalte von Reden oder Präsentationen, soweit vorhanden)
- I Anmoderation [Name 1]
 - Beitrag 1 von [Name 1]
 - Hintergrundinformation zu [Name 1], inklusive Inhalte von Beitrag 1
- I Anmoderation [Name 2]
 - Beitrag 2
 - Stichworte für Anmoderation
- I Anmoderation Podiumsdiskussion
 - Titel der Gesprächsrunde [Titel]
 - Eröffnung der Gesprächsrunde – Tenor: [Fragen zur Anregung gewünschter Diskussion]
 - Hinweis: Grundsätzlich ohne/mit Öffnung zum Publikum, falls die Zeit es erlaubt (Mikrofon und Servicepersonal stehen bereit)
- I Gegen [Zeit]: Schlusswort der Moderation
- I Abmoderation und Überleitung zum Empfang, falls vorgesehen

Hintergrundinformationen zu den Podiumsgästen

[Aufbereitete Informationen, zum Beispiel kurzer Lebenslauf, ausgeübte Tätigkeit usw. zu den einzelnen Teilnehmerinnen und Teilnehmern]

Mögliche Fragen an die einzelnen Gäste

[Beispiele von Fragen, die den Gästen gestellt werden sollen]

Muster Fotografenbriefing

Das nachfolgende Briefing soll nur eine Anregung sein. Sie können es nach Bedarf auf Ihre Veranstaltung anpassen.

Briefing Fotografin/Fotograf für die Veranstaltung [Name]

Am [Datum] findet die Veranstaltung [Name] statt.

[Name des Veranstalters] organisiert (gegebenenfalls mit Unterstützung von ...) ein Lokales Forum „Neue Bilder vom Alter“, um auf die unterschiedlichen Lebensformen älterer Menschen in unserer Gesellschaft aufmerksam zu machen und ein zeitgemäßes und differenziertes Bild vom Alter zu fördern. (Kurze Beschreibung der Veranstaltung und der Themenschwerpunkte).

Veranstaltungsort: [Adresse]

Einsatzzeit: [Zeit]

Programm

[Inhalte des Programms, Programmflyer]

Gewünschte Fotos (Beispiele):

- | Außenpräsentation/Eingangsbereich
- | Eintreffen der Gäste und Anmeldung
- | Eintreffen der/des [Name] um [Zeit] und Begrüßung
- | Gäste, die sich austauschen
- | Eröffnung auf dem Podium
- | Grußwort [Name]
- | Rede [Name]
- | Kulturelles Rahmenprogramm
- | Moderation, Gäste, Stimmungsaufnahmen, Bühnensetting
- | Podiumsdiskussion mit Publikum (Gesprächsrunde auf der Bühne) und gegebenenfalls Beiträgen aus dem Publikum
- | Ausstellungselemente und Gäste, die sich die Ausstellung ansehen
- | Materialien des Programms Altersbilder

Verwendung der Fotos

- | Dokumentation auf der Website
- | Foto-Dokumentation für Podiumsteilnehmende, Veranstaltungsorganisation
- | Gegebenenfalls Pressearbeit zum Thema
- | Gegebenenfalls Einverständniserklärung der fotografierten Personen für Veröffentlichung

Hintergrundinformationen zum Programm Altersbilder des Bundesministeriums für Familie, Senioren, Frauen und Jugend: www.programm-altersbilder.de

Briefing vor Ort und Ortsbegehung

[Datum], [Zeit]

Ansprechperson vor Ort: [Name], [Mobilnummer]

» [Zum Inhaltsverzeichnis](#)

(Presse-)Einladung

Die nachfolgende (Presse-)Einladung soll nur eine Anregung sein – Sie können sie nach Bedarf an Ihre Veranstaltung anpassen.

Einladung zur Veranstaltung (Name)

[Persönliche Anrede],
wir laden Sie herzlich ein, an [Veranstaltung] teilzunehmen. Unter dem Motto „Neue Bilder vom Alter“ erwartet Sie am [Datum] in [Stadt] (kurze Beschreibung des Formats/Ablaufs). Gerne steht Ihnen [Name und Funktion des Gesprächspartners] bei Fragen im Vorfeld zur Verfügung.

[Name des Veranstalters] organisiert ein Lokales Forum „Neue Bilder vom Alter“, um auf die unterschiedlichen Lebensformen älterer Menschen in unserer Gesellschaft aufmerksam zu machen und ein zeitgemäßes und differenziertes Bild vom Alter zu fördern (kurze Hinweise auf konkrete Inhalte vor Ort, insbesondere zu den Themenschwerpunkten).

Wir würden uns freuen, Sie [als Vertreterin/Vertreter der/des Name des Mediums] begrüßen zu können.

Mit freundlichen Grüßen

[Unterschrift Absender]

(Presse-)Kontakt:

Name

Anschrift

Telefonnummer

E-Mail-Adresse/Website

Muster (Fax-)Antwort

Titel der Veranstaltung

am [Datum]

in [Ort und Veranstaltungsort]

Rückmeldung/Antwort:

Ja, ich nehme an der Veranstaltung teil.

Ich komme in Begleitung von ...

Nein, ich kann leider nicht zur Veranstaltung kommen.

Kontakt:

Name:

Anschrift:

Telefonnummer:

E-Mail-Adresse:

Muster Sponsoringanfrage

Das nachfolgende Anschreiben soll nur eine Anregung sein – Sie können es nach Bedarf an Ihre Veranstaltung anpassen.

Vorschlag einer Kooperation für [Name Veranstaltung]

[Persönliche Anrede],

[Name Veranstalter] veranstaltet [Name Veranstaltung]. Die Veranstaltung findet am [Datum] in [Ort] statt. Da [Name Sponsor] in der Vergangenheit bereits [Veranstaltung] zu diesem Thema organisiert hat, bietet sich aus unserer Sicht eine Kooperation an. Folgende Möglichkeiten des Sponsorings könnten wir uns gegebenenfalls vorstellen: Unterstützung bei Preisen, Bekanntmachung der Veranstaltung, Verteilung/Aushängen von Plakaten, usw.

Im Gegenzug würden wir Ihr Logo auf unseren Materialien und/oder auf unserer Website platzieren. Wir könnten Sie namentlich bei der Veranstaltung erwähnen oder Ihnen auch einen Redebeitrag anbieten. Über diese und weitere Möglichkeiten der Kooperation möchten wir uns gerne mit Ihnen verständigen und bitten Sie um einen Gesprächstermin.

Mit freundlichen Grüßen

[Absender]

Weitere Informationsmaterialien

Informationen zum Programm „Altersbilder“ des Bundesministeriums für Familie, Senioren, Frauen und Jugend

www.programm-altersbilder.de

Sipl, Hans-Jörg: Eine Veranstaltung planen

Verlag Stiftung Mitarbeit, Bonn 2006

www.mitarbeit.de/index.php?id=69&backPID=39&tt_products=15&no_cache=1

So wird Ihre Veranstaltung ein Erfolg

Netzwerk Fortbildung Baden-Württemberg

www.fortbildung-bw.de/startseite/netzwerk-fortbildung/broschueren.html

Lokale Foren „Neue Bilder vom Alter“

BMFSFJ, 2011

www.bmfsfj.de/BMFSFJ/Service/Publikationen/publikationsliste,did=174186.html

Eine neue Kultur des Alterns – Altersbilder in der Gesellschaft.

Erkenntnisse und Empfehlungen des Sechsten Altenberichts

BMFSFJ, 2011

www.bmfsfj.de/BMFSFJ/Service/Publikationen/publikationsliste,did=166356.html

Mitgestalten und Mitentscheiden – das Programm „Aktiv im Alter“

BMFSFJ, 2010

www.bmfsfj.de/BMFSFJ/Service/Publikationen/publikationsliste,did=140464.html

Dieses PDF ist Teil der Öffentlichkeitsarbeit der Bundesregierung;
es wird kostenlos abgegeben und ist nicht zum Verkauf bestimmt.

Herausgeber:

Bundesministerium
für Familie, Senioren, Frauen
und Jugend
11018 Berlin
www.bmfsfj.de



Für weitere Fragen nutzen Sie unser
Servicetelefon: 0180 1 907050*
Fax: 030 18555-4400
Montag – Donnerstag 9 – 18 Uhr
E-Mail: info@bmfsfj-service.bund.de

Servicetelefon „Wege zur Pflege“: 0180 1 507090*
Montag – Donnerstag 9 – 18 Uhr
E-Mail: info@wege-zur-pflege.de

Einheitliche Behördennummer: 115**
Zugang zum 115-Gebärdentelefon: 115@gebaerdentelefon.d115.de

Stand: April 2012

Gestaltung: www.familie-redlich.de

Titelbild: Beitrag zum Fotowettbewerb „Was heißt schon alt?“ von Thorsten Eisert

* 3,9 Cent/Min. aus dem deutschen Festnetz, max. 42 Cent/Min. aus den Mobilfunknetzen

** Für allgemeine Fragen an alle Ämter und Behörden steht Ihnen auch die einheitliche
Behördenrufnummer 115 von Montag bis Freitag zwischen 8.00 und 18.00 Uhr zur Verfügung.
Diese erreichen Sie zurzeit in ausgesuchten Modellregionen wie Berlin, Hamburg, Hessen,
Nordrhein-Westfalen u.a.. Weitere Informationen dazu finden Sie unter www.d115.de; 7 Cent/Min.
aus dem deutschen Festnetz, max. 42 Cent/Min. aus den Mobilfunknetzen.