



Langweilig war gestern!

Der Wegweiser zur eigenen Kulturveranstaltung

„Regionale Kulturimpulse 2015“
Workshop-Reihe vom 06.10. bis 25.11.2015

Maike Becker

Inhaltsverzeichnis

| | | |
|----------|--|-----------|
| 1 | Das Netzwerk und die Workshop-Reihe „Regionale Kulturimpulse“ | 1 |
| 2 | Projektideen entwickeln | 3 |
| 2.1 | <i>Die Ausgangssituation</i> | 3 |
| 2.2 | <i>Die Ideen sprudeln</i> | 4 |
| 2.3 | <i>Organisatorisches</i> | 6 |
| 3 | Klassisches Projektmanagement | 8 |
| 3.1 | <i>Beschreibung des Projekts</i> | 8 |
| 3.2 | <i>Ziel des Projekts</i> | 9 |
| 3.3 | <i>Projekt-Ablaufplan und Projekt-Strukturplan</i> | 9 |
| 3.4 | <i>Festlegung von „Meilensteinen“</i> | 11 |
| 3.5 | <i>Personaleinsatz: Einzelkämpfer oder Team?</i> | 11 |
| 3.6 | <i>Planen Sie Ihre Kosten</i> | 11 |
| 3.7 | <i>Ihr Name steht für Qualität</i> | 12 |
| 3.8 | <i>Reden Sie miteinander</i> | 13 |
| 3.9 | <i>Unverhofft kommt oft</i> | 13 |
| 4 | Antragstellung | 14 |
| 5 | Durchführung des Projekts | 19 |
| 5.1 | <i>Vertrauen ist gut, Kontrolle ist besser</i> | 19 |
| 5.2 | <i>Dokumentation</i> | 19 |
| 5.3 | <i>Der Abschluss naht</i> | 20 |
| 6 | Wie erfahren andere von meinem tollen Projekt? | 21 |
| 6.1 | <i>Was zeichnet den Landkreis Hildesheim aus?</i> | 21 |
| 6.2 | <i>Einen neuen Trend erfinden</i> | 22 |
| 6.3 | <i>Was machen andere Vereine?</i> | 23 |
| 6.4 | <i>Wen wollen Sie erreichen?</i> | 23 |
| 6.5 | <i>Presse- und Öffentlichkeitsarbeit</i> | 23 |
| 7 | Buchhaltung | 27 |
| 8 | Ein voller Erfolg! | 28 |
| | Impressum: | 29 |

Bitte beachten Sie beim Lesen, dass in meiner Arbeit auch die weibliche Form gemeint ist, wenn ich in der männlichen Form schreibe.

1 Das Netzwerk und die Workshop-Reihe „Regionale Kulturimpulse“

Das Netzwerk Kultur & Heimat Hildesheimer Land ist ein bunt zusammengesetztes Bündnis - vom großen Kulturverein bis zum freischaffenden Künstler.

Neben regelmäßigen Treffen in lebendiger und fachkundiger Runde und dem Aufbau der Kulturdatenbank www.kulturium.de hat sich die intensive Projektarbeit der vergangenen Jahre als Motor des Netzwerkes nach innen und außen bewährt. Die gesammelten Erfahrungen möchte das Netzwerk an Kulturschaffende weitergeben, die davon profitieren möchten.

Rosen & Rüben wie auch die Tage der offenen Ateliers und zahlreiche andere Unternehmungen aktivieren Mitbürgerinnen und Mitbürger kreativ und eigenwillig die eigene Region mit zu gestalten.

Das Netzwerk fördert das Bewusstsein für die Region und ihre Kultur, damit aus Standort auch wieder Heimat wird und diese gastfreundlich und anregend nach außen strahlt.

Mit der Workshop-Reihe „Regionale Kulturimpulse 2015“ bot das Netzwerk Kultur & Heimat Kulturschaffenden im Landkreis Hildesheim in 5 aufeinander aufbauenden professionell geleiteten Veranstaltungen die Vermittlung notwendiger Grundlagen zur Verwirklichung eigener Projektideen an.

Am 06. Oktober startete die Reihe um 19.30 Uhr im CDU-Sitzungssaal im Landkreisgebäude in Hildesheim mit dem Thema Projektentwicklung. Die nächsten Termine, die ebenfalls um 19.30 Uhr begannen, behandelten die Projektentwicklung und Organisation, Antragstellung für Kulturprojekte, Presse- und Öffentlichkeitsarbeit sowie Buchhaltung und Projektabrechnung.

Die Workshop-Reihe fand über einen Zeitraum von sechs Wochen an unterschiedlichen Orten im Landkreis Hildesheim statt.

Den Abschluss bildete am 25. November um 19.30 Uhr ein gemeinsamer Abend, der dem Austausch der Teilnehmer sowie der Vorstellung der bis zu diesem Zeitpunkt entwickelten Projektideen diente.

Bereits bestehende Entwürfe und Gedanken der Teilnehmer/innen waren überaus willkommen und hatten einen großen Anteil am Gelingen der Workshops.

Das Projekt ist als Kommunikations- und Vernetzungsprojekt im Landkreis Hildesheim und darüber hinaus für interessierte Akteure zu betrachten – neue Impulse für Kreativität und Weiterentwicklung sollen geschaffen werden. Durch die landkreisweite Streuung der Durchführungsorte sollen möglichst viele Einrichtungen, Initiativen und Vereine erreicht werden.

Die Workshop-Reihe „Regionale Kulturimpulse 2015“ war der erste Schritt, um den Teilnehmer/innen durch die unterstützende Erfahrung in der Durchführung von Projekten Hilfestellung für eigene Projekte zu geben. Durch kontinuierliche Weiterentwicklung und Verbesserung erweitert das Netzwerk sein Wissen, um in den kommenden Jahren durch weitere Workshops der „Regionalen Kulturimpulse“ immer wieder neue Anstöße für eigene Projekte von Interessierten geben zu können.

Diese Projekte in das landkreisweite Netzwerk-Projekt „Rosen&Rüben 2016“ zu integrieren, ist möglich und sogar gewünscht.

2 Projektideen entwickeln

2.1 Die Ausgangssituation

Ein schöner Herbsttag heute, ich sitze bei einer Tasse heißem Tee in der Küche und schaue aus dem Fenster. Die Sonne scheint auf das bunt gefärbte Laub und ein Vogel sitzt an einem am Baum hängenden Apfel und pickt das leckere Fruchtfleisch heraus.

Da klingelt das Telefon. Die Nummer kenne ich nicht, ich bin gespannt, welche Überraschung auf mich wartet.

„Hallo, wir sind's! Kannst Du Dich noch an uns erinnern? Onkel Herbert und Tante Susanne.“
Ich denke nach. „Es ist schon lange her, dass wir nach Australien ausgewandert sind.“ Da dämmert es mir. Ja, das ist wirklich schon lange her. „Onkel Herbert, das ist eine Ewigkeit her, dass wir gesprochen haben. Aber ich freue mich riesig, dass Du Dich bei mir meldest.“
„Meine Liebe, wir planen gerade unseren Urlaub für das kommende Jahr. Und ehe wir in einem Alter sind, das uns das Reisen in ferne Gegenden nicht mehr möglich macht, möchten wir gern unserer alten Heimat, unserer Verwandtschaft und den Freunden einen Besuch abstatten. Sechs Wochen nehmen wir uns Zeit, um die Region Hildesheim und alle Menschen, die uns lieb und teuer sind, zu besuchen. Und wir kommen nicht allein. Ein befreundetes Paar aus Australien wird uns begleiten. Sie kennen Deutschland gar nicht und sind schon auf die Ferien auf dem Land gespannt.“ „Das klingt ja toll! Eine gute Idee. Soll ich euch helfen, eine Unterkunft zu finden? Selbstverständlich spiele ich auch an den Wochenenden euren Reiseführer.“ „Ein nettes Angebot, aber wir haben uns bereits eine kleine Pension in der Nähe von Hildesheim herausgesucht. Aber auf den Reiseführer kommen wir gerne zurück.“

So beginnt die Geschichte. Und jetzt sitze ich hier und überlege, was ich ihnen zeigen kann.

Die Planung eines dieser Wochenenden bezeichne ich als Projekt.

Ein Projekt kann auch die Idee für ein Konzert an einem Abend sein. Oder ein Kinderfest am Nachmittag, ein Dorffest an einem Wochenende im Sommer und eine Stadtführung, die verborgene Winkel eines Ortes zeigt.

Beim Entwickeln einer Projektidee, mitunter kann sich die Entwicklung über eine sehr langen Zeitraum erstrecken, ist es hilfreich, die „W“-Fragen für sich beantworten zu können:

- Wann soll das Projekt stattfinden? Wann ist der Start und wann das Ende?

- Wo soll das Projekt durchgeführt werden? In einer Scheune oder auf einem Dorfplatz?
- Warum soll das Projekt überhaupt stattfinden? Nur, weil ich es will oder weil es das Interesse vieler Personen weckt?
- Wie soll das Projekt durchgeführt werden? Kann ich es allein bewältigen oder benötige ich Unterstützung?
- Wer führt das Projekt durch? Eine Privatperson oder ein eingetragener Verein?

Mit diesen Fragen im Kopf sitze ich vor meinem Tee.

Sechs Wochen Besuch von Verwandten kann ich allein nicht bewältigen. Ich kann zu diesem Zeitpunkt nur eine Woche Urlaub bekommen, also benötige ich Hilfe.

Eine Liste mit Namen von Freunden und Verwandten habe ich nach kurzer Zeit zusammengestellt. Ich rufe sie nacheinander an und finde fünf weitere Personen, mit denen ich mich zu einem netten Abend zum Austausch über den bevorstehenden Besuch treffe.

2.2 Die Ideen sprudeln

Ich habe mir für das Treffen bunte Karten gekauft, auf denen die Ideen notiert werden. So kann ich sie im Nachhinein gut nach Themenfeldern sortieren und mir einen Überblick verschaffen. Jetzt sitzen sechs Personen an einem großen Tisch, vor sich die Karten und dicke Stifte und überlegen, was wir den Besuchern hier im Landkreis Hildesheim zeigen möchten.

Eine Karte nach der anderen wird mit Ideen gefüllt und auf einem großen Stapel gesammelt. Keine Idee erscheint uns zu abwegig oder zu normal. Wie die kleinen Kinder spinnen wir herum. Immer wieder fällt uns auf, wie schön es hier ist und warum wir hier so gerne wohnen. Vorher ist es einigen schwer gefallen, konkret auf die Frage zu antworten, was den Landkreis so besonders macht. Genau das arbeiten wir heraus.

Es ist gut, beim Brainstorming zur Ideenfindung keine Schranken im Kopf zu haben. Aus den sonderbarsten Ideen können richtig gute Projekte entstehen.

Schreiben Sie wirklich alles auf, was Ihnen einfällt. Es kann nicht falsch sein und es ist erst mal nur für Sie selber.

Schauen Sie mit einem neutralen Blick auf Ihre Umgebung. Hören Sie sich andere Meinungen an.

Überlegen Sie sich, was die Region oder die Veranstaltung, die Sie anbieten, einzigartig macht. Warum sollte sich jemand für Ihr Projekt interessieren?

Es existieren bereits jede Menge anderer Veranstaltungen und Veranstaltungsformate. Warum wartet die Region jetzt auf Sie und Ihr Projekt?

Gehen Sie mit offenen Augen durch die Region, schauen Sie sich Veranstaltungskalender an, besuchen Sie Veranstaltungen in Nachbarorten oder Nachbargemeinden.

Kombinieren Sie Dinge, die eigentlich nichts miteinander zu tun haben.

Kino und Kirche, eine Lesung mit passendem Essen, Märchen und Musik, Rosen und Rüben.

Unterstützend für ein Projekt kann das Hinzuziehen anderer Vereine sein.

Für eine üppige Kaffeetafel zeichnen sich die Landfrauen aus. Musikalische Unterstützung bieten Chöre, Musikzüge oder heimische Bands. Mancherorts gibt es Laientheater, deren Mitglieder in historischen Gewändern als Statisten bei Stadtführungen dienen können.

Bereichern Sie Ihre Veranstaltung durch Individualität und eine persönliche Note.

Eine lange Tafel auf einer Allee lädt ein zum Sonntagsbrunch. Eine Dorfführung aus Sicht einer Katze. Nutzen Sie die Möglichkeiten, die Ihnen vor Ort bereits gegeben sind, um Ihrem Projekt das besondere Flair zu verleihen.

Ein Tanzabend in einer alten Scheune wie zu früheren Zeiten. Der Marktplatz bietet sich für eine Open-Air-Veranstaltung mit regionalen Musikgruppen an. Eine seichte Stelle an der Innerste erlaubt die Tradition des Innerste-Sprungs wieder aufleben zu lassen.

Es gibt sie überall, diese kleinen, feinen Besonderheiten.

Und schon ergeben Rosen & Rüben wieder einen Sinn: die Rose als Sinnbild für die herausragenden Kulturschaffenden aus Stadt und Landkreis Hildesheim und die Rübe, die für den Landkreis mit seinen fruchtbaren Böden steht.

2.3 Organisatorisches

Die Projektidee steht. Der erste Schritt ist getan. Überlegen Sie, welche der folgenden Punkte für Ihr Projekt beachtet werden sollten, weil sie rechtlich erforderlich sind oder Ihrem eigenen Schutz dienen.

Bei der Vorführung eines Films im Rahmen einer vereinsinternen Versammlung ist es vielleicht nicht erforderlich, Filmrechte zu erwerben. Zeigen Sie den gleichen Film im Sommerkino auf dem Marktplatz und erwarten auswärtige Besucher, ist der Erwerb der Rechte doch sinnvoller, um rechtlich nicht angreifbar zu sein.

- GEMA
- Versicherungen (Veranstaltungs-, Veranstalterhaftpflicht)
- Künstlersozialkasse (KSK)
- Filmrechte
- Urheberrechte
- Persönlichkeitsrechte
- Rechte am Bild
- Jugendschutzgesetz
- Versammlungsstättenverordnung
- Beantragung von Straßensperrungen
- Nutzung von Wald- und Feldwegen
- Gesundheitszeugnis
- Schankerlaubnis
- Veranstaltungsrecht

Sind hier eventuell Punkte dabei, die Sie bei Ihrer Planung nicht aus den Augen verlieren sollten?

- Ausleihe von Technik
- Ausleihe von Bestuhlung
- Suche von passenden Räumen
- Ausleihe von Geschirr

Sobald Fragen auftauchen, sprechen Sie uns an! Denn dafür stehen wir, wir sind der Knoten im Netz, wir flicken und helfen Ihnen gerne weiter.

Ebenfalls prüfen wir die teilweise Übernahme der anfallenden Kosten für GEMA oder die Künstlersozialkasse.

Wir sind für Sie da und freuen uns auf Ihre Bereitschaft, gemeinsame Projekte durchzuführen!

3 Klassisches Projektmanagement

Ein Ausflug in die Welt des Projektmanagements. Das klingt wahnsinnig theoretisch, aber Sie werden staunen, wie viele der Punkte bereits von Ihnen bearbeitet werden.

Wir möchten Ihnen mit den aufgeführten Punkten lediglich eine Hilfestellung anbieten. Diese Mittel zur Projektumsetzung sind nicht zwingend erforderlich. Lesen Sie es sich durch und überlegen, ob Sie etwas davon für sich nutzen möchten.

Da das Projekt, von dem Sie einige Absätze weiter lesen werden, vom Kochen handelt, ein Beispiel aus der Küche.

Sie planen eine große Familienfeier mit einem bestimmten, vorher festgelegten Budget. Und schon da überlegen Sie sich, was das Essen kosten darf, wie viel Geld für Getränke ausgegeben wird, ob Personal als Bedienung benötigt wird, was der Raum kostet, ob das Temperaturen für eine Feier im Garten zur gewählten Jahreszeit ausreichend sein könnten und wie viele Gäste Ihrer Einladung folgen werden. Das ist schon Projektmanagement!

Also keine Angst und hinein in die Theorie.

3.1 Beschreibung des Projekts

Das Projekt, das ich beispielhaft weiter beschreiben möchte, nennt sich:

„Börde satt!“ – Eintopfgerichte im Landkreis Hildesheim

Wikipedia sagt zum Thema Börde: „Das Gebiet der Hildesheimer Börde wird fast geschlossen von einem Schleier aus eiszeitlichem Löss in einer Stärke von bis zu zwei Metern bedeckt. Die Böden sind die fruchtbarsten in Deutschland. Sie werden schon seit über 4.000 Jahren ackerbaulich genutzt. Heute sichern die Bördeböden der ansässigen Landwirtschaft jährlich Rekordernten. Dadurch können anspruchsvolle Kulturen wie Zuckerrüben und Weizen angebaut werden. Pro Quadratmeter werden durchschnittlich 0,8 kg Weizen oder 5,5 kg Zuckerrüben geerntet. Die dunkle Bodenfarbe erhöht die Temperatur des Bodens. Dies verlängert den Zeitraum des jährlichen Pflanzenwachstums.“ (Quelle: www.wikipedia.org/wiki/Hildesheimer_B%C3%B6rde)

In den beteiligten Orten haben die Bewohner zu Beginn des Jahres Teile Ihrer Gärten und Ackerflächen für den regionalen Gemüseanbau zur Verfügung gestellt. Je nach angebautem Gemüse wird der Eintopf frühlingshaft-leicht, sommerlich-frisch, herbstlich-rustikal oder winterlich-deftig.

Am vorher festgelegten Veranstaltungstag treffen sich die freiwilligen Erntehelfer, um das Gemüse zu ernten und zu säubern. Ein Team für die Küche steht bereit, um alles in mundgerechte Stücke zu schneiden und in einem großen Topf – vielleicht sogar über dem Feuer – eine leckere, regionale Suppe oder einen Eintopf zu zaubern.

Die Essensausgabe wird musikalisch oder künstlerisch umrahmt und es findet je nach Veranstaltungsort ein Beiprogramm statt.

3.2 Ziel des Projekts

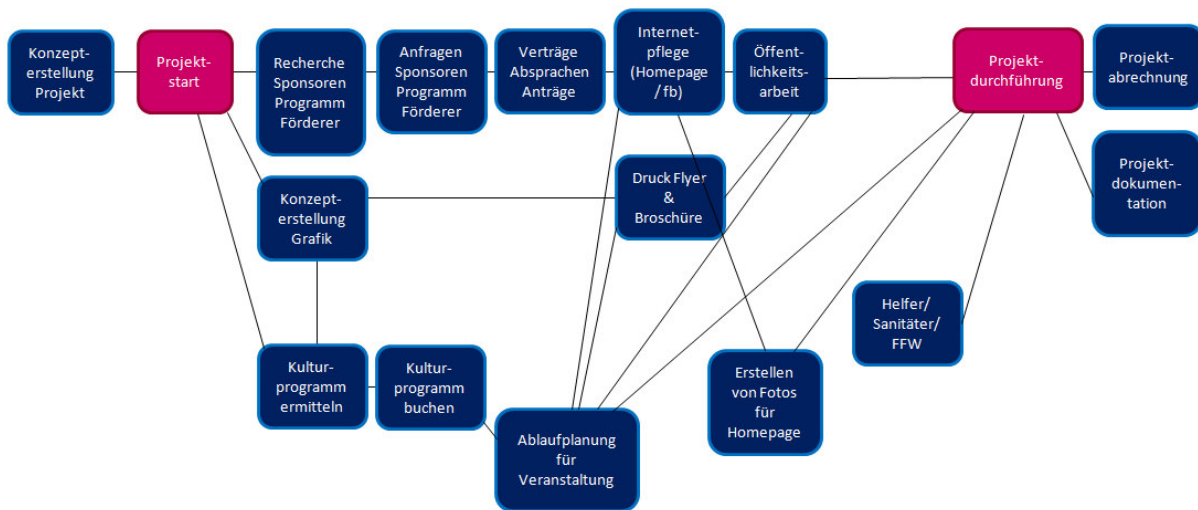
Wenn Sie ein Ziel erreichen möchten, sollte es realistisch sein. Das können Sie anhand der folgenden Punkte bewerten. Im Fachjargon heißt es, dass Ziele SMART sein sollen. Ein Beispiel:

| | |
|----------------------------------|--|
| Spezifisch und konkret: | Anfang Oktober ist das Gemüse für meinen Eintopf erntebereit |
| Messbar: | Anfang Oktober habe ich 15 kg Gemüse für meinen Eintopf |
| Attraktiv und akzeptiert: | Bis zur Ernte des Gemüses treffen sich wöchentlich 2 Personen aus dem Projektteam und dem Dorf, um den Acker unkrautfrei zu halten und die Pflanzen zu pflegen |
| Realistisch: | das Projektteam umfasst 10 Personen und mir stehen 10 weitere Helfer zur Verfügung |
| Terminiert: | Stichtag für die Ernte ist das Wochenende vom 01. bis 03. Oktober |

3.3 Projekt-Ablaufplan und Projekt-Strukturplan

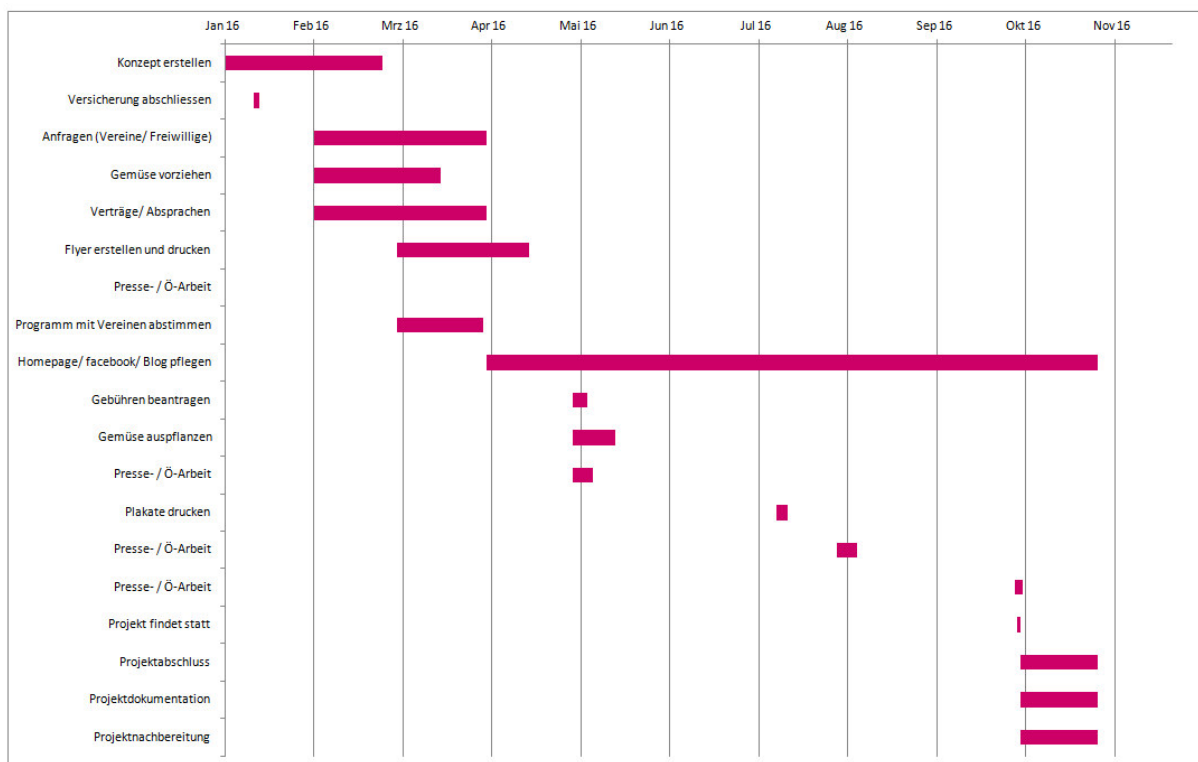
Eine Möglichkeit ein Projekt zu strukturieren, bietet der Projektablaufplan. Hier können Sie die Abläufe in Ihrem Projekt sichtbar machen.

Der Plan kann unterstützen, wenn es sich um viele einzelne Punkte handelt, die aber miteinander in einer Beziehung stehen. Ebenso kann eine Liste in einem Textverarbeitungsprogramm erstellt werden. In dem Beispiel sehen Sie, dass der Druck von Flyern einerseits vom Grafiker, andererseits aber auch von Ihnen als Ersteller des Programms abhängt.



Sehr viel detaillierter werden die notwendigen Einzelschritte des Projekts in einem Projektstrukturplan aufgeschlüsselt. Dabei bilden die o.g. Punkte die Hauptpunkte. So können unter dem Punkt Grafik die Unterpunkte „Logo erstellen“, „Layout für Flyer erstellen“, „Layout freigeben“ und „Flyer Korrektur lesen“ erscheinen.

Bei der visuellen Darstellung eines Projektablaufs in seinen Einzelschritten kann Ihnen ein Gantt-Diagramm hilfreich sein. Abhängigkeiten können so sichtbar gemacht werden. Bei großen Projekten oder mehreren Projekten innerhalb eines Jahres kann Sie auch ein Jahresplaner oder Kalender unterstützen.



Ein schöner Vorteil, wenn diese Planungen mittels Computerprogrammen vorgenommen werden, ist, dass sie für kommende Projekte ohne großen Aufwand wieder genutzt werden können und die gewonnenen Erfahrungen gleich mit einfließen können.

3.4 Festlegung von „Meilensteinen“

„Meilensteine der Weltgeschichte“ oder „Meilensteine der Technik“ haben Sie vielleicht schon gehört. Ein Meilenstein ist ein Ereignis von besonderer Bedeutung.

Ohne die Erfindung des Rads können wir heute weder Fahrrad noch Auto fahren.

Im Fall des „Börde satt!“-Projekts kann ein wichtiger Schritt das Aufgehen der Saat sein, da ich ohne Gemüse auch mein Projekt nicht durchführen kann. Ein weiterer Meilenstein ist die Ernte oder die Projektdurchführung. Die Bereitstellung von Fördergeldern, die Bereitschaft der angefragten Vereine und Verbände, das Projekt zu unterstützen können ebenfalls Meilensteine sein.

3.5 Personaleinsatz: Einzelkämpfer oder Team?

Benötige ich ein Team oder geht es auch alleine? Wie viel Zeit ist der Einzelne bereit in das Projekt zu investieren? Wann benötige ich mehr und wann weniger Helfer?

Sprechen sie dieses Thema mit Ihrem Team ab. So können Sie bereits im Vorfeld erkennen, ob Sie sich aufgrund des immensen Arbeitsaufkommens im Projekt selbstausbeuterisch die Nächte um die Ohren schlagen müssen oder beruhigt auf einen Mitstreiter Ihres Teams zurückgreifen können.

3.6 Planen Sie Ihre Kosten

Auch bei einem kleinen und überschaubaren Projekt wie dem „Börde satt!“ fallen nicht unerhebliche Kosten an.

Diese Kosten im Vorfeld aufzulisten minimiert die Gefahr, mit einem Defizit aus der Veranstaltung zu gehen. Im Vorfeld der Veranstaltung handelt es sich um eine Abschätzung der Kosten, die anfallen können.

Hier möchten wir Ihnen wirklich raten, sich die Mühe zu machen. Auf jeden Fall benötigen Sie den Plan, wenn Sie die Förderung über eine Stiftung oder die LAGS beantragen.

Hier ein Beispiel für eine Kostenkalkulation:

| Ausgaben | Beschreibung | Summe | Einnahmen | Beschreibung | Summe |
|---------------------|--|-------------------|------------------|-------------------------------------|-------------------|
| Personal / Honorare | Projektleitung | 250,00 € | Teilnehmer (200) | Kosten pro Portion Eintopf = 4,50 € | 900,00 € |
| Personal / Honorare | Grafiker für Flyer | 200,00 € | Teilnehmer (200) | Kosten pro Getränk = 1,00 € | 400,00 € |
| Personal / Honorare | Programmierer für Erweiterung Homepage | 150,00 € | | | |
| Aufwandsentschäd. | Helfer | 500,00 € | Getränke | Coca-Cola, Hildesheim | 150,00 € |
| Büro | Büromaterial / Telefon | 150,00 € | Getränke | Wasserlieferant | 150,00 € |
| | | | Gemüse | Landwirte, Private Haushalte | 300,00 € |
| Internetauftritt | | 100,00 € | Eigenmittel | | 200,00 € |
| Werbung | Flyer / Plakate | 250,00 € | Spenden | Ortsrat | 50,00 € |
| Beiprogramm | Vereine etc. | 500,00 € | Spenden | Helfer ohne Aufwandsentschädigung | 250,00 € |
| Gebühren | | 500,00 € | Sponsoren | Energielieferant | 200,00 € |
| Versicherung | | 300,00 € | Spenden | Landwirte, Private Haushalte | 300,00 € |
| | | 2.900,00 € | | | 2.900,00 € |

Wir raten Ihnen auch dazu, die geschätzten Einnahmen und Ausgaben im Lauf der Projektzeit regelmäßig auf ihren Wahrheitsgehalt zu prüfen und anzupassen. Es einfacher, einen weiteren Sponsoren zu finden, wenn Sie vor der Veranstaltung bemerken, dass Ihnen Geld fehlt, als nach Abschluss der Veranstaltung. Planen Sie zu Beginn großzügig. Sollten keine 200 Besucher zum Verzehr des Eintopfs am Veranstaltungstag erscheinen, müssen Sie im übertragenen Sinn die Suppe allein auslöffeln und das Defizit selber ausgleichen.

3.7 Ihr Name steht für Qualität

Die Kriterien und Wünsche an die Veranstaltung müssen im Einklang mit den Wünschen und Möglichkeiten der Zielgruppe stehen.

Zur Festlegung der Qualitätsmerkmale ist es wichtig, zu wissen, was der Kunde, in unserem Fall der landkreisinteressierte Genießer, sich von der Veranstaltung verspricht.

Er möchte neue Aspekte der Umgebung kennen lernen und ein Zusatzprogramm erleben, das er in dieser Zusammensetzung sonst nicht geboten bekommt. Weiterhin möchte er die Gegend und die Bewohner dort authentisch wahrnehmen. Er mag das Gefühl, ohne moralische Bedenken konsumieren zu dürfen und trotzdem das Gefühl zu haben, handelnd dabei zu sein (Vorträge anhören und im Rahmen einer Ortsführung Fragen beantworten). Die preisliche Höhe der Veranstaltung spielt ebenso eine Rolle.

Hierbei haben nicht alle genannten Punkte die gleiche Wertigkeit.

Eigene Erfahrungen in der Ausarbeitung von Exkursionen und Veranstaltungen haben gezeigt, dass der Preis eine untergeordnete Rolle spielt, sofern das Programm für die Teilnehmer stimmig und ansprechend ist.

3.8 Reden Sie miteinander

Im Rahmen der Veranstaltung „Börde satt!“ sind Sie auf die Mitarbeit einiger Vereine oder Einzelpersonen angewiesen.

Benötigen Sie einen Projektleiter? Jemanden, der die Termine koordiniert?

Benötigen Sie Unterstützung bei der Buchhaltung oder der Öffentlichkeitsarbeit?

Wer übernimmt bei Ihrer Veranstaltung die Verantwortung?

Wünschenswert sind Teamsitzungen, um alle Mitstreiter Ihres Teams auf den gleichen Informationsstand zu bringen. Planen Sie lieber mit regelmäßigen Terminen? Können Sie sich spontan Zeit nehmen für ein Treffen? Informieren Sie lieber per Mail oder Telefon? Vielleicht kann Ihnen eine ToDo-Liste weiterhelfen, in der Sie die notwendigen Schritte abhaken können.

Wie Sie es handhaben, ist ganz individuell. Suchen Sie einfach den besten Weg für sich und Ihr Team.

3.9 Unverhofft kommt oft

Um nicht im Ernstfall ohne Plan B da zu stehen, kann es sinnvoll sein, Überlegungen hinsichtlich der eventuellen Risiken anzustellen. Seien Sie so pessimistisch wie sonst nie. Etwaigen Gefahren oder Hindernissen kann unter Umständen besser begegnet werden, wenn Sie sie durch mehrmaliges Durchspielen oder Durchdenken verinnerlicht haben. Und das Ausleben der pessimistischen Seite in Ihnen kann durchaus Spaß machen. Immerhin lösen Sie die pessimistischen Gedanken durch optimistische Lösungen auf.

Was kann den Genuss des gemeinsamen Eintopfes bedrohen?

Schlechtes Wetter, wenn eine Feuerstelle draußen genutzt werden soll. Oder dass die Nutzung einer Küche kurzfristig abgesagt wird. Wer kann Sie vertreten, wenn Sie in der Planungsphase oder während der Veranstaltung ausfallen? Weiß dann trotzdem jeder, was zu tun ist? Die Veranstaltung darf deshalb nicht gefährdet werden.

Das klingt im Vorfeld sehr theoretisch, aber wenn es dann zum Ernstfall kommt, wissen Sie aufgrund Ihrer angedachten Lösungen, was zu tun ist.

4 Antragstellung

Machen Sie sich im Vorfeld ein Bild davon, wer als Förderer oder Sponsor oder auch als reiner Spender in Frage kommen kann.

Bei der Suche nach passenden Sponsoren kann es teilweise einfach sein, ortsansässige Getränkeabfüller, Banken oder Firmen, die regional angesiedelte Projekte gern unterstützen, von Ihrer Projektidee zu überzeugen. Jedoch muss bei reinen Sponsoren beachtet werden, dass keine Leistung ohne Gegenleistung stattfinden wird. Sponsoren kann auch keine Spendenbescheinigung ausgestellt werden!

Beim reinen Sponsoring – wir erhaltenen Geld oder Sachwerte - wünscht der Geldgeber dafür einen Gegenwert. Das kann z.B. eine Anzeige in einer Broschüre sein oder der Druck des Firmennamens auf einem Trikot. Hier kann es möglich sein, dass ein Sponsoringvertrag zwischen den beiden Partnern geschlossen werden muss, in dem die Gegenleistung genau definiert ist.

Im Gegensatz dazu stehen die Spenden. Sobald jemand spendet, fordert er keine Gegenleistung. Dabei ist es irrelevant, ob es sich um Geld- oder Sachspenden handelt. Ab einer Spendenhöhe von über 200,- € kann der Spender eine Spendenbescheinigung verlangen. Ein gemeinnütziger Verein kann diese ausstellen, eine Privatperson nicht.

Für die Förderung durch Stiftungsgelder können Sie sich unter www.stiftungen.org vorab über die Förderschwerpunkte informieren. Prüfen Sie, ob das Projekt den angegebenen Förderkriterien entspricht. Wenn es nicht den gewünschten Punkten entsprechen sollte, ist es durchaus möglich, die Beschreibung inhaltlich abzuwandeln, ohne das Projekt zu sehr zu verbiegen.

Aber entspreche ich den Förderrichtlinien? Bin ich ein Verein und gemeinnützig tätig? Oder bin ich eine Privatperson, die Spaß am Experimentieren hat? Manche Stiftungen fördern nur bestimmte Orte, sofern ich dort nicht ansässig bin, habe ich keine Chance, darüber Gelder zu generieren.

Beachten Sie unbedingt die Antragsfristen. Sofern Sie zeitnah Gelder benötigen, suchen Sie sich Stiftungen ohne Antragsfristen heraus. Beachten Sie außerdem die Fördersumme. Einige Stiftungen fördern nur Projekte bis 10.000,- €, andere auch deutlich darüber.

Im persönlichen Gespräch oder Telefonat können Sie am schnellsten klären, wer für Ihr Vorhaben in Frage kommen kann.

Ein guter Antrag sollte auch gut vorbereitet sein. Erstellen Sie hierzu eine Liste der Punkte, die im Antrag aufgeführt werden:

- Wer beantragt?
- Wer führt das Projekt durch?
- Was ist konkret geplant? (Einzelvorhaben auflisten)
- Wann ist es geplant (Beginn der ersten Aktivitäten, Ende)
- Mit wem und für wen soll es stattfinden, wie viele sollen oder werden teilnehmen?
- Wie erreiche ich die Teilnehmer?
- Wo soll das Projekt stattfinden (Orte)?
- Welche Ziele habe ich? Erreiche ich Sie mit dem Projekt? Eventuell Ziele realistischer machen.
- Weitere Fragen stichpunktartig beantworten, die im Rahmen des besonderen Projektes notwendig sind.

Nun folgt das Schreiben des Antrags. Einige Stiftungen stellen Vordrucke zur Verfügung, deren Nutzung vorgeschrieben ist. Es gibt auch Formblätter, die nur ergänzend zum Antrag gefüllt werden.

Sollten sich seitens des Förderers Fragen ergeben, ist es ratsam, diese umgehend zu beantworten, um die Bearbeitung nicht zu verzögern.

Hier die Punkte, die im Antrag beinhaltet sind:

- Übersichtsblatt mit allen wichtigen Daten (dieses Blatt erst zum Schluss erstellen; es stellt eine Zusammenfassung des Projekts dar)
- Antragstext
- Kosten- und Finanzierungsplan (diesen Plan als Erstes erstellen)
- Anlagen für geforderte Nachweise (wie Vereinssatzung, Bescheinigung der Gemeinnützigkeit, sonstige Bescheinigungen)
- Anlagen für weitere Informationen, die hilfreich für eine positive Förderung sein können (hier nicht zu viele Informationen beifügen)

Zwingend erforderlich ist die Projektbeschreibung (Antragstext) und der Kosten- und Finanzierungsplan.

Hier die Informationen, die auf dem Übersichtsblatt aufgelistet werden, sofern es sich nicht um ein Formblatt handelt.

- Projektbezeichnung (kurzer, interessanter Titel)
- Antragsteller (Name und Adresse, Telefon und E-Mail)
- Ansprechpartner
- Organisation, Rechtsform (Verein, Initiative, gemeinnützig, etc.)
- Finanzübersicht:
 - beantragte Förderung und Gesamtkosten des Projektes
 - eventuell Drittmittel
 - eigene Einnahmen
 - eigene Barmittel
- Förderzeitraum:

Viele Förderer lassen Ausgaben nur innerhalb des Förder- bzw. Maßnahmenzeitraums zu. Geben Sie aus diesem Grund den Zeitraum länger an, als die eigentlichen Aktivitäten andauern.

Sofern das Projekt vor dem Antragsdatum oder vor dem Bewilligungszeitpunkt beginnen soll, ist es eventuell möglich, einen vorzeitigen Maßnahmenbeginn zu beantragen.

Vorsteuerabzugsfähigkeit kommt nur in Frage, wenn Umsatzsteuer bezahlt wird. Dies ist in der Regel bei kleinen Vereinen nicht der Fall. Fragen Sie im Zweifelsfall nach oder setzen Sie Ihren Haken beruhigt bei Nein.

Ein ordentlich gegliederter Antragstext liest sich besser als ein Sammelsurium an Gedanken. Hier ein Vorschlag zur Gliederung des Antragstextes:

- Projektbezeichnung (treffend und knackig formuliert)
- Kurzdarstellung des Projektes (fügen Sie diese erst am Schluss ein, wenn Sie den Antrag geschrieben haben; es handelt sich um die Zusammenfassung, die nicht mehr als einen Absatz umfassen, aber in prägnanter Form die wichtigsten Informationen beinhalten soll - oft ist dieser Teil das Einzige, der die den Entscheidungsträger präzise lesen)
- Selbstdarstellung des Antragstellers (Kurzbeschreibung der Initiative, des Vereins, z.B. Gründungsjahr, Organisationszweck, Arbeitsschwerpunkte und Zielgruppe, Anzahl der Aktiven auf ehrenamtlicher und bezahlter Basis, hauptamtliche Mitarbeiter finanzielle Mittel, eigene Räume – überschreiten Sie bitte nicht eine halbe DIN A4-Seite und fügen Sie weiterführende Informationen als Anlage an)

- Hintergründe und Ziele des Projektes (in diesem wichtigen Part schildern Sie in einfachen und klaren Worten den konkreten Anlass für die Projektidee)
 - Woraus hat sich die Idee entwickelt?
 - In welchem Umfeld bewegt sich das Projekt?
 - Steht das Projekt in Zusammenhang mit anderen Projekten?
 - Wird es im Rahmen eines größeren Projektes durchgeführt?
 - Was will ich damit erreichen?
- Konkrete Projektbeschreibung (bitte möglichst klar beschreiben, um beim Leser ein plastisches Bild der Veranstaltung entstehen zu lassen)
 - Welche Aktivitäten sind konkret geplant?
 - Anzahl der geplanten Aktivitäten
 - Anzahl der Mitwirkenden
 - Kooperationspartner angeben, falls das Projekt gemeinsam mit anderen durchgeführt wird
- Zielgruppen
 - Welche Zielgruppen sollen angesprochen werden? (Realistisch bleiben und gut überlegen, wen man selber erreichen kann.)
- Ort
 - An welchem Ort/an welchen Orten soll das Projekt durchgeführt werden?
- Zeitplan
 - Geplanter Zeitraum der Projektumsetzung (Veranstaltung)
 - Vorbereitungs- und Nachbereitungsphase
- Öffentlichkeitsarbeit
- Sicherung und Dokumentation der Projektergebnisse
- Erfolgsüberprüfung

Über einen weiteren Schwerpunkt des Antrags haben Sie sich bereits unter Punkt „3.6. Planen Sie Ihre Kosten“ informiert: den Kosten- und Finanzierungsplan.

Die meisten Geldgeber berücksichtigen hier nur Kosten, die tatsächlich in Form von Geld fließen (geldwerte Leistungen). Meistens kann ehrenamtliche Tätigkeit nicht mit einberechnet werden. Es ist aber sinnvoll, die Anzahl der ehrenamtlich geleisteten Stunden als Erläuterung anzugeben.

Bei Landes-, Bundesmitteln und vielen Stiftungen zählen nur die durch das Projekt zusätzlich entstehenden Kosten. Kosten, die sowieso entstehen würden, berücksichtigen sie nicht.

Im Kostenplan werden sämtliche Kosten aufgeführt, die voraussichtlich im Zusammenhang mit dem Projekt zu sehen sind.

Fassen Sie die Kosten in Kostenpositionen (Rubriken) zusammen und führen Sie die jeweilige Gesamtsumme an.

Rubriken sind beispielsweise Honorare, Fahrt-, Druck-, Material- und Personalkosten. Bei Personalkosten und Honoraren empfiehlt es sich, die Entstehung und deren Höhe zu erläutern.

Beispiel: 3 Kursleitungen 3 x 20 Std. x 15 € = 900 €

Im Zusammenhang mit der Finanzierung folgt die Erläuterung, wie die entstehenden Kosten finanziert werden. Die Summe der Finanzierung muss identisch mit der Summe der Kosten sein. Einige Förderer fördern nur anteilig bis zu einem bestimmten Prozentsatz der Summe.

Hier auf einen Blick die im Kosten- und Finanzierungsplan aufzuführenden Punkte:

- Einnahmen (Eintritte, Kursgebühren, Verkaufserlöse)
- Eigenanteil (Gelder des Antragstellers, die nicht direkt aus Einnahmen des Projektes stammen)
- Drittmittel
 - Kommune
 - Landes-, Bundesmittel
 - Stiftungen
 - Sponsoren
- beantragte Förderung (falls bereits Zusagen von anderen Förderern vorliegen, führen Sie diese unbedingt an – dieser Punkt ist sehr hilfreich für eine Bewilligung)

Unterteilen Sie bei den Drittmitteln in die aufgeführten Unterrubriken, sofern etwas beantragt wird. Diese Rubrik muss sonst nicht aufgeführt werden.

Falls weitere Anträge gestellt wurden und noch keine Zusagen vorliegen, fassen Sie erläuternd zusammen, wo die Anträge gestellt wurden.

5 Durchführung des Projekts

Jetzt wird es spannend! Die Planungen sind abgeschlossen und der Suppentopf kann über das Feuer gehängt werden. Es kann sein, dass diese Phase etwas unruhig wird und Sie durch Überlegungen zu offenen Punkten beansprucht werden.

Bei einer guten und vorausschauenden Planung kann nicht mehr viel passieren. Wir empfehlen deshalb, sich lieber im Rahmen der Planung und Konzepterstellung mehr Gedanken als notwendig zu machen. Sie wissen doch am besten, was Sie leisten können und dass Sie es schaffen, weil Sie gut vorbereitet sind!

Wir möchten Ihnen jetzt noch einige begleitende und abschließende Arbeiten im Rahmen der Projektarbeit vorstellen.

5.1 *Vertrauen ist gut, Kontrolle ist besser*

Um auf Abweichungen hinsichtlich Qualität, Kosten und Zeit des Projekts einwirken zu können, ist es von großem Nutzen, den Sollzustand je nach Bedarf um neue Erfahrungen und Erkenntnisse aus der bisherigen Arbeit zu ergänzen.

Stellen Sie die tatsächlich angefallenen Kosten den geplanten Kosten zur Kontrolle gegenüber. Kommt es zu Abweichungen, kann versucht werden, einen weiteren Sponsor oder Spender zu generieren, um die fehlenden Kosten auszugleichen oder das Geld an einer anderen Stelle einzusparen.

Liegen Sie noch im Zeitplan?

Welche offenen Punkte liegen bis zum jetzigen Zeitpunkt vor?

Durch das Führen von Protokollen und ToDo-Listen in den Gesprächen mit den Beteiligten kann der Fortschritt der Veranstaltung jederzeit eingesehen und weiter abgehandelt werden.

Kommt es zu Terminabweichungen, da das Team zu klein für die anfallenden Aufgaben ist, prüfen Sie, ob Sie die Gruppe durch eine weitere Person vergrößern können.

5.2 *Dokumentation*

In die Projektdokumentation fließen alle Informationen über das Projektgeschehen ein. Hierzu gehören sowohl die Plan-Informationen, als auch die Projektberichte, in denen zusätzlich die Ist-Informationen eingehen und den Plan-Informationen gegenübergestellt

werden. So sind Sie im Zweifelsfall jederzeit aussagefähig über Kosten und Termine und schaffen sich Klarheit über den Projektverlauf.

5.3 Der Abschluss naht

Im Nachgang macht es sehr viel Sinn, die gewonnenen Erfahrungen in einem Gespräch mit den Beteiligten zu erörtern. Dieses Gespräch ist eine große Hilfe bei der Veranstaltungsplanung weiterer Projekte dieser Art und hilft, Fehler bereits im Vorfeld abzustellen und positive Erfahrungen beizubehalten. Die objektive Sicht auf die Veranstaltung ermöglicht eine Weiterentwicklung der Idee in die richtige Richtung.

Das Projekt wird kostenmäßig abgerechnet und eventuell noch abzurufende Förderung wird abgerufen.

Für den Dank an die Sponsoren, Förderer und Spender können Sie je nach Anforderung einen Pressespiegel zusammen stellen, ein Dankeschreiben aufsetzen oder sogar eine kleine Broschüre über das Projekt zusammenstellen.

Diese Dokumentation kann später auch zu Werbezwecken für Ihre gute Arbeit genutzt werden.

6 Wie erfahren andere von meinem tollen Projekt?

6.1 Was zeichnet den Landkreis Hildesheim aus?

Der Landkreis Hildesheim liegt in einem landschaftlich sehr reizvollen und abwechslungsreichen, aber touristisch kaum erschlossenen Gebiet. Er kann grob in vier Naturräume aufgeteilt werden:

- die westliche, dichtbesiedelte Hildesheimer Börde
- das östliche, waldreiche untere Innerstebergland und Leinebergland
- im südlichen Kreisgebiet befinden sich die Gebirgs- und Höhenzüge wie der Osterwald, Ith, Hils, die Sieben Berge und der Hildesheimer Wald
- im südöstlichen Kreisgebiet bei Bockenem im Einzugsgebiet der Nette liegt der Ambergau

Die beiden Flüsse Innerste und Leine durchziehen das Gebiet.



Wirtschaftlich betrachtet gibt es einen vielfältigen Mittelstand und einzelne herausragende Industrieunternehmen. Die Arbeitslosigkeit liegt im unteren Drittel, wenn ganz Niedersachsen betrachtet wird. Der Landkreis Hildesheim nimmt dabei einen Platz in der oberen Hälfte ein.

Verkehrstechnisch sind die meisten Orte sehr gut angebunden, sofern mit dem Pkw gereist wird. Durch die Bahn, die NordWestBahn und die metronom ist insgesamt ebenfalls eine gute Anbindung gegeben. Problematisch ist es meist für die Bewohner der kleinen Dörfer im Landkreis.

Der Tourismus beschränkt sich weitestgehend auf die Stadt Hildesheim mit den Welterbestätten sowie die Ausweisung verschiedener Radwege landkreisweit. Dazu zählen u.a. der Innerste-Radweg, der Ambergau-Radweg und der Weser-Leine-Radweg.

6.2 *Einen neuen Trend erfinden*

Brauchen der Landkreis Hildesheim sowie seine angrenzenden Landkreise überhaupt eine Veranstaltung wie „Börde satt!“ – Eintopfgerichte im Landkreis Hildesheim?

Wird diese Veranstaltung unseren Besuch aus Australien überhaupt interessieren?

Regionale Küche boomt, ebenso die Verwendung jahreszeitlich passender und regional erzeugter Produkte, die keine langen Transportwege hinter sich haben. Entschleunigung im Alltag, die Seele baumeln lassen und Landidylle genießen liegen im Trend, Slow Food und Genuss beim Essen ebenso. Authentizität ist ein wichtiges Thema: im Urlaub das echte Leben des bereisten Landes erleben. Tradition, Geschichte und Heimatkunde haben wirklichen Wert. Sie zeigen den Menschen, wo ihre Wurzeln sind, wie sie ein Teil ihrer selbst in einem Schraubglas einkochen und für nachfolgende Generationen konservieren können.

Geschichten von früher sind toll, wenn sie dem Zeitgeist entsprechend und mit Begeisterung berichtet werden.

Als weiterer Faktor für einen schönen Urlaub wird von vielen die Regionalität gesehen. Ich kaufe Honig beim Imker vor Ort, selbst wenn ich das in meinem Alltag nicht mache.

Auch Wandern und Trekking ist schon seit einigen Jahren wieder modern. Nicht wie die Wanderer früher in Knickerbockern mit roten Strickstrümpfen, heute geht es mit Funktionsshirts aus Mikrofaser oder Merinowolle und Wanderschuhen mit Goretex-

Membran in den Wald. Touren werden mit dem Smartphone und GPS getrackt, ein Verlaufen ist bei ausreichendem Funknetz kaum möglich.

Ebenso schön wird das Erleben eines Ortes über Themenführungen erachtet. So wird mehr als reine Geschichte mit ihren Jahreszahlen vermittelt. Über die erzählten Geschichten wird ein breiteres Publikum erreicht.

6.3 Was machen andere Vereine?

Blicken Sie über den Tellerrand hinaus und schauen, ob es eine ähnlich gelagerte Veranstaltung bereits in Ihrem Umfeld gibt. Es werden Ortsführungen angeboten, beim Feuerwehrfest kann Erbseneintopf gegessen werden und die Idee, Veranstaltungen durch Musik zu bereichern, ist nicht neu.

Aber die Kombination von regionalen Zutaten, die im Dorf angebaut und von den Dorfbewohnern geerntet und zu einem ortstypischen Eintopf verarbeitet werden mit einer Schnitzeljagd durch den Ort und dem Gesangsverein auf dem Dorfplatz beim großen Suppentopf, der über dem Lagerfeuer schaukelt, das gibt es nur bei Ihnen!

6.4 Wen wollen Sie erreichen?

Auch wichtig im Zusammenhang mit der Ideenfindung ist die Frage nach der Zielgruppe. Wenn die Veranstaltung für Kinder ausgelegt ist, wird die kurze Ortsführung über Geschichten und Sagen aufgepeppt. Bei historisch interessierten Erwachsenen sollten mehr die Zahlen und Fakten eine Rolle spielen, während bei einer Seniorengruppe mit eingeschränkter Beweglichkeit darauf geachtet werden muss, dass sich die Wege und Straßen für Rollatoren eignen.

6.5 Presse- und Öffentlichkeitsarbeit

Welche Kanäle gibt es, um die eben angesprochenen Punkte in die Öffentlichkeit zu meinen Teilnehmern zu transportieren?

- Zeitungen (Leine-Deister-Zeitung, Hildesheimer Allgemeine Zeitung)
- Lokalblätter (Rund um Bockenem, huckup, Kehr wieder am Sonntag, Die Woche)
- Stadtmagazine (Stadtkind, public)
- Social media (Facebook, Twitter)
- Eigene Homepage

- Öffentliche Veranstaltungskalender
- Radio (Radio Tonkuhle)
- Plakate / Flyer verteilen
- Persönliche Anschreiben
- Kulturpolitik, Stadtrat, Ortsrat
- Multiplikatoren (Schulen, Kulturinstitutionen, Netzwerk Kultur & Heimat Hildesheimer Land e.V.)
- Nachbarn
- Vereinsmitglieder

Erstellen Sie sich eine Liste der für Sie in Frage kommenden Kanäle und notieren sich die für Sie zuständigen Ansprechpartner und Anschriften. Es ist über direkte Ansprache einfacher, eine Information zu platzieren. Mit diesem Presseverteiler haben Sie eine hervorragende Grundlage für Ihre Kommunikation geschaffen.

Wer sind Sie oder Ihr Verein? Welche Ziele verfolgen Sie? Wo sind Sie ansässig und was bieten Sie an und für wen? Überlegen Sie sich ein Alleinstellungsmerkmal für sich und Ihre Einrichtung. Schauen Sie auch auf Ihre Stärken und Schwächen.

Definieren Sie doch mal ein Ziel für sich oder Ihren Verein. Wo sehen Sie sich in 5 Jahren? Und wo möchten Sie in 10 Jahren stehen?

Sie möchten Ihre Mitgliederzahl verdoppeln? Dann werfen Sie einen genauen Blick auf Ihr Umfeld, können Sie erneut so viele Personen für Ihren Verein motivieren? Oder ist eine Steigerung von 10% pro Jahr nicht wahrscheinlicher?

Der Plan für Ihre Veranstaltung ist fertig, das Gemüse für den leckeren Börde-Eintopf steht vorgezogen in der Fensterbank und im Gewächshaus. Für die nächsten Tage ist kein Frost mehr angesagt und Sie haben sich mit Ihren Mitstreitern verabredet, die kleinen Stecklinge auf ein zur Verfügung gestelltes Feld zu pflanzen. Natürlich sollen möglichst viele von Ihrer schönen Idee erfahren und daran teilhaben.

Tue Gutes und sprich darüber!

Nun gilt es, die Presse zu informieren. Sie kennen den Lokalreporter und möchten ihn mit einer knackigen Pressemitteilung einladen, an der Pflanzaktion teilzuhaben.

- Themen für die Pressemitteilung

Entscheiden Sie sich für ein Thema, das Sie in den Mittelpunkt der Pressemitteilung stellen. Und schreiben Sie in einfachen, klaren Sätzen. Bitte verwenden Sie keine Schachtelsätze,

ein Haupt- und ein Nebensatz sind leichter lesbar. Fremdwörter sollen nicht im Text verwendet werden, die Sprache soll einfach und eindeutig sein.

- Die sechs W-Fragen

| | |
|--------|--|
| Was? | Die Pflanzaktion im Dorf |
| Wann? | Sonnabend, 07. Mai 2016 |
| Wo? | Auf dem Feld von Bauer Meyer, Dorfstr. 22 im Dorf |
| Wer? | Der Kulturverein e.V. und zehn Freiwillige |
| Warum? | Gemüsepflanzen für das Projekt „Börde satt!“ – Eintopfgerichte im Landkreis Hildesheim |
| Wie? | Gemüse pflanzen wie zu Großmutterns Zeiten |

Der Inhalt der Pressemitteilung folgt dem Prinzip der Berichterstattung: Schreiben Sie das Wichtigste zuerst und beschreiben Sie es unter Berücksichtigung der W-Fragen. Es folgen dann die weniger wichtigen Teilmformationen und die näheren Umstände, einige Einzelheiten, Vorgeschichte und Hintergründe.

Grundsätzlich gilt: Der Text kann von hinten gekürzt werden.

Wenn Sie prüfen wollen, ob die Pressemitteilung den Anforderungen entspricht, sollten Sie alle Absätze bis auf die Überschrift und den ersten Absatz kürzen. Ergibt der Text dann noch einen Sinn und enthält alle wichtigen Informationen, haben Sie es geschafft!

Suche Sie einen interessanten Einstieg. Er dient als Türöffner bei der Presse. Stellen Sie sich vor, Sie erhalten Tag für Tag Dutzende von Pressemitteilungen, für welche würden Sie sich entscheiden? Nutzen Sie für den Einstieg knackige Worte, bauen Sie Zitate ein – achten Sie aber darauf, dass erkennbar ist, wer zitiert wird und in welchem Zusammenhang das Zitat steht.

Wenn Sie Namen von Beteiligten nennen, geben Sie Vor- und Zunamen an und fügen Sie ggf. noch Alter und Funktion hinzu.

Überschwemmen Sie die Redaktion nicht mit Informationen – legen Sie nur Erläuterungen bei, um die Recherche zu erleichtern und Themenanregungen beim Verfassen des Berichts zu geben.

Gute Fotos werden ebenfalls von der Presse verwendet, dabei ist eine gute Aufnahmequalität und ein interessantes Motiv wichtig. Fotos, die Sie und Ihre Mitstreiter "in

Aktion" zeigen, keine gestellten Gruppenbilder. Jedes Foto benötigt eine Bildunterschrift und die Angabe des Fotografen.

Die Pressemitteilung sollte nicht länger als eine halbe DIN A4 Seite sein und einen breiten Rand haben. Das Papier bitte nur einseitig bedrucken – vergessen Sie nicht Ihre Kontaktinformationen anzugeben.

Das Diagramm zeigt die Struktur einer Pressemitteilung in einem rechteckigen Rahmen. Die Elemente sind wie folgt angeordnet:

- Pressemitteilung** (in einem abgerundeten Rechteck) mit dem Untertitel **vom . .2016**.
- Ein **Log** (in einem Oval) mit einem kleinen Symbol darunter.
- Zwei Spalten von Feldern:
 - Links: **Projekt**, **Veranstalter**, **Datum**, **Ort**, **Eintritt / VVK**.
 - Rechts: **Adresse & Ansprechpartner** und **Absender**.
- Ein zentrales Feld: **Mit der Bitte um Ankündigung/Veröffentlichung**.
- Ein großes zentrales Feld: **Text** und **W-Fragen!**.
- Ein unteres Feld: **Mitwirkende**, **Veranstalter**, **Kooperationen**, **Förderer**.

Noch einige hilfreiche Hinweise zum Text:

- Streichen Sie alles Überflüssige.
- Benutzen Sie keine Füllwörter, Sprachfloskeln und fantasievolle Adjektive.
- Schreiben Sie in klaren, kurzen Sätzen. Als Faustregel gilt hier: Mindestens die Hälfte aller Sätze des Textes sollten einfache Hauptsätze sein. Vor allem der erste Satz der Pressemitteilung sollte nicht mehr als vierzehn bis siebzehn Wörter enthalten.
- Schreiben Sie lebendig und benutzen Sie viele bedeutungsstarke Substantive und vor allem starke Verben.
- Eine gute Rechtsschreibung, Grammatik und Zeichensetzung ist selbstverständlich.

7 Buchhaltung

In einem Kassenbuch, das auf dem Computer oder in einem Buch geführt werden kann, sind die Einnahmen und Ausgaben aufgelistet und den verschiedenen Projekten zugeordnet. Am Ende des Jahres können Sie die Gesamtabrechnung sowie jeweils eine Abrechnung pro Projekt erstellen.

Außerdem werden die Einnahmen und Ausgaben der Barkasse ebenso aufgelistet.

Für jede erfolgte Buchung muss ein Beleg vorliegen, der der Buchung zugeordnet wird. Fachkundige Außenstehende müssen die Buchungen anhand der Unterlagen problemlos nachvollziehen können. Wir empfehlen Ihnen, jede Buchung mit einer fortlaufenden Nummer zu versehen und diese Nummer auf die Belege zu übertragen.

Für die meisten Vereine gilt die Kleinunternehmerregelung nach §19 UStG. Diese Regelung besagt, dass bei einem Umsatz von bis zu 17.500,- € keine Umsatzsteuer ausgewiesen werden muss.

In der dann zu erstellenden Einnahmenüberschussrechnung (EÜR), die dem Finanzamt alle drei Jahre vorgelegt wird, sind folgende Punkte beinhaltet:

- Einnahmen (Beispiele):
 - Betriebseinnahmen zum vollen Umsatzsteuersatz
 - Betriebseinnahmen zum ermäßigten Umsatzsteuersatz
 - Umsatzsteuerfreie Betriebseinnahmen
- Ausgaben (Beispiele):
 - Gehälter, Löhne
 - Kosten für Büromaterial, Telefon, Fax
 - Miete, Zinsen
 - Reisekosten
 - Instandhaltung, Reparaturen

8 Ein voller Erfolg!

Der Besuch aus Australien war begeistert vom schönen Landkreis Hildesheim. Die wirklich abwechslungsreiche Landschaft hat ihnen sehr gefallen. Sie haben Waldspaziergänge unternommen und sind ein Stück auf dem Königsweg gewandert. Spannend fanden sie auch die zahlreichen Wind- und Wassermühlen und tollen Kirchen und Schlösser.

Natürlich durften auch die Weltkulturerbestätten nicht fehlen. Hildesheim und Alfeld hat ihnen sehr gefallen. Das schöne Fachwerkbambiente wirkte sehr gemütlich und sie konnten Zeit in den Cafés am Marktplatz verbringen.

Unser Eintopf hat Ihnen sehr geschmeckt. Den ganzen Vormittag waren Sie mit uns auf dem Feld und in den Gärten unterwegs, die dicke, schwarze Erde klebte an ihren Händen und Stiefeln. Glücklicherweise standen sie mit Ihrer Ernte in der Küche und schnippelten sie für den Eintopf in passende Stücke.

Das Zusammensein auf dem Dorfplatz bei herrlichem Sonnenschein war ein absolutes Highlight. Den Zusammenhalt im Dorf priesen sie immer wieder.

Auf jeden Fall wollen wir in Kontakt bleiben und vielleicht kommen sie im nächsten Jahr wieder zu uns. Alles haben sie ja nicht gesehen in diesen kurzen sechs Wochen.

Wir freuen uns!

Das Projekt „Regionale Kulturimpulse 2015“ - Workshop-Reihe vom 06.10. bis 25.11.2015 wurde möglich durch die freundliche Unterstützung durch



Wülfing Impuls e.V.

übernimmt soziale Verantwortung in der Region

Vielen Dank dafür!

Impressum:

Netzwerk Kultur & Heimat Hildesheimer Land e.V.

Bischof-Janssen-Straße 31

31134 Hildesheim

Telefon: 05121 – 309 3362

Mail: info@netzwerk-kultur-heimat.de

Auflage Januar 2016